



## **Movimento, Imagens e *Bodyscape*: Cenários da Comunicação Urbana nas Muitas Cidades em Natal<sup>1</sup>**

Josimey Costa da SILVA<sup>2</sup>  
Thiago Tavares das NEVES<sup>3</sup>  
Gustavo Leite SOBRAL<sup>4</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **Resumo**

As imagens, o *bodyscape* e a comunicação midiática são operadores conceituais para pensar a comunicação urbana. O suporte empírico é a pesquisa “Mídia, corpo e cidade: comunicação urbana e expressões subjetivas na produção e no consumo simbólicos em Natal”, cujo objetivo é investigar paisagens da cidade que sejam emblemáticas e reflitam a recursividade causa-efeito entre corpo, comunicação e *design* urbanos. Essas paisagens, como hipótese, devem expressar as relações contemporâneas que são, simultaneamente, arcaicas, locais e globais. Serão acessadas por meio da leitura de representações midiáticas e apresentações de si no estilo de vestuário e comportamento de consumo/produção simbólicos em bairros da cidade de Natal.

**Palavras-chave:** Cidades; imagens; comunicação urbana; *bodyscape*; Natal.

### **Texto do Trabalho**

As cidades têm um princípio organizador que as unifica, que as distingue sempre entre tantas configurações possíveis de si mesma. A paisagem urbana, com sua condensação tempo-espacial, os habitantes da cidade e suas produções imagético-simbólicas formam uma cosmologia imaginal que pode ser entendida como uma unidade discursiva produzida historicamente, segundo os termos de Michel Foucault (FOUCAULT, 1987, p.36-44). Certas imagens das cidades têm força emblemática no sentido do que se afirmam como uma referência forte, primordial, aquilo que representa uma abstração carregada de valor simbólico. Estas imagens configuram uma projeção identitária da cidade, que se revela nos discursos da mídia e nas expressões singulares dos habitantes dos centros urbanos.

Edgar Morin, ao discutir as referências mais primordiais, ajusta o foco sobre o *imprinting* cultural, que se inscreve cerebralmente desde a infância pela estabilização selectiva das sinapses, manifestando os seus efeitos mesmo nas percepções visuais.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Pesquisadora/docente do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio grande do Norte. E-mail: [josimeycosta@gmail.com](mailto:josimeycosta@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestre em Ciências Sociais (UFRN) e graduado em Radialismo e Jornalismo pela UFRN. E-mail: [nevesthiago1@hotmail.com](mailto:nevesthiago1@hotmail.com)

<sup>4</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia em Comunicação Social pela UFRN e graduando do Curso de Jornalismo pela mesma universidade e bacharel em Direito. E-mail: [gustavolsobral@hotmail.com](mailto:gustavolsobral@hotmail.com)



Uma pequena brecha representada por um desvio inovador no fluxo dos acontecimentos é capaz de gerar “as condições iniciais de uma transformação que pode, eventualmente, tornar-se profunda.” (MORIN, 1998, p.25-31). Em suas cidades, os cidadãos constroem discursos de toda a ordem que reproduzem a cidade não como ela é, mas como a percebem e representam. Isso ocorre porque os *imprintings* culturais estão na base das representações. Embora estas se situem para além do verificável, são um olhar legítimo da sociedade sobre si, ultrapassando os sentidos de verdade e falsidade. Além disso, manifestam o sentido do conjunto de questões cruciais para uma abordagem sistemática. (SILVA, 1996, p.15).

Norval Baitello Jr. (1997) considera que a construção de um texto qualquer seleciona não somente a perspectiva através da qual um acontecimento é visto, mas seleciona o próprio acontecimento enquanto fragmento perceptível dentro de um fluxo. As imagens da paisagem urbana constroem a cidade para quem a vê e para quem vive nela. Como esclarece Deleuze sobre o cinema, e que pode ser aplicado para as imagens vividas na cidade, “a imagem torna-se *pensamento*, capaz de apreender os mecanismos do pensamento” (DELEUZE, 1992, p.76-95).

Cada uma das imagens escritas, gravadas, faladas, materializadas sob todas as formas pelos cidadãos, é a cidade, à maneira do que ocorre com os fractais. Hologramaticamente, a cidade é o todo, que é mais que a soma das partes, mas cujas partes contêm, em si, também o todo. Os menores detalhes do contexto urbano vivido por seus habitantes são fonte material de produção e comunicação de criações alegóricas, que significam uma coisa na palavra e outra no sentido<sup>5</sup>. A comunicação de massa, por sua vez contexto determinante da cultura cidadina, está na mente de quem a vive, bem como é reconstruída por essa mente.

Para compreender uma cidade, há que se ouvir as muitas vozes que compõem a sua musicalidade e, dentro desse princípio, só a utilização da dialógica tem sentido metodológico porque rejunta, respeita a subjetividade de quem pesquisa e devolve a subjetividade ao informante. A alteridade não é mais diluída mesmo que seja preciso olhar de forma estrangeira o que é familiar, e tentar encontrar familiaridade no que se apresenta como estranho (CANEVACCI, 1993, p.101). Eis a premissa para que eu possa *narrar* qualquer cidade, descrevê-la e interpretá-la.

---

<sup>5</sup> Sobre isso, v. CANEVACCI (1993).



Esse deslocamento do descontínuo, em que as causas se sobrepõem aos efeitos e vice-versa, é passível de percepção, mas com base num contrato - o mesmo contrato que constrói símbolos. É esse contrato que torna possível, a partir da ritmicidade, a atribuição de sentido ao tempo, visto aqui como um sistema simbólico complexo. Os símbolos, como construções sociais, têm maior longevidade que os homens, e oferecem as dimensões prospectiva (futuro) e retrospectiva (passado) do tempo. Desse modo, a articulação do presente aparece como uma tradução, que é a forma característica de percepção dos símbolos, e “o que se vive e percebe agora altera semioticamente a história passada e as expectativas futuras” (BAITELLO Jr., 1997, p.77- 108).

Deleuze descobre, na imagem, um tempo que é a coexistência de todos os níveis de duração; daí, que “... o imaginário não se ultrapassa em direção a um significante, mas em direção a uma apresentação do tempo puro” (DELEUZE, 1992, p.85). O real, que me impressiona, também pode ser lido como um texto. Objetos, antes secundários, tornam-se significativos. O novo se entrelaça necessariamente com o velho; a cidade não conta, mas contém o seu passado. Importa o significado, mas também o significante (a forma). Os olhos não vêem coisas, mas figuras de coisas que significam outra coisa, e estão incorporados às coisas mesmas (DELEUZE, 1992, p.57). Assim, os textos culturais que, em seu conjunto, constituem a cultura da cidade, se relacionam num encadeamento de signos, ao qual se incorpora a categoria “temporalidade” (BAITELLO Jr., 1997, p.28-41). Esses textos são construídos nas singularidades individuais tanto quanto no todo social. A construção das significações é parte da rede simbólica que constitui a vida e as coisas. A simbolização se dá a nível do imaginário humano. É nesse patamar, o do imaginário, que tentam intervir os mídias e a indústria cultural. Assim podem ser vistas as muitas cidades reunidas sob o nome Natal.

### ***Locus de Comunicação***

A cidade de todos os dias e de cada dia é uma cidade comunicativa, está em todo lugar, no espaço, no comportamento dos indivíduos e no seu modo de ser e agir. Hologramaticamente, no sentido a que se refere Morin (1998), o indivíduo e a cidade estão em constante transformação, em constante metamorfose. Organismos vivos, ambos informam, emitem sinais e símbolos. Esta simbiose produz a comunicação urbana. A comunicação é compreendida neste estudo como um processo, um acontecimento, um entendimento, um estar em relação, um tornar comum, segundo a etimologia da palavra comunicação. Comunicação não se confunde com sinalização nem com informação, pois na natureza e na sociedade tudo sinaliza. Animais, seres



humanos, acontecimentos, sensações. Qualquer coisa ao redor do indivíduo sinaliza algo, que podem ou não ser convertidos em componentes do processo comunicacional. Essa sinalização pode tornar-se uma informação ou comunicação.

A comunicação vai além da sinalização e da informação. É uma experiência que, não só perpassa, mas também transforma os que dela participam. A comunicação é uma situação não trivial de diluição de nós no outro, e também na coisa. A coisa pode ser a cidade, resultante da extensão da natureza humana. A cidade, um território empático, como já pensava a Escola de Chicago, ambiente cultural e social distinto daquele estudado pela geografia e pela biologia. Cidade, lugar das relações sociais e do interacionismo simbólico.

A cidade é o *locus* da comunicação, do coletivo de imagens midiáticas que dominam a paisagem urbana. A comunicação urbana surge aqui como premissa para o desvelamento da urbe. Nesse desvelar, a mídia, o corpo e as imagens apontam para uma paisagem urbana em constante transformação. Em Natal, os *imprintings* se revelam nas imagens da comunicação de massa (reportagens de jornal, de revista, cartazes, *out doors*, reportagens televisivas, programas de rádio, videodocumentários, filmes de cinema, todo o aparato de propaganda de pelo menos uma peça de teatro), nos documentos, nos monumentos (entre prédios, fachadas, letreiros, logomarcas em transportes urbanos) e nas memórias transmitidas oralmente.

Para Gordon Cullen (2009), a paisagem urbana é entendida como a arte de tornar coerente e organizado visualmente a pluralidade de edifícios, ruas e espaços que constituem o ambiente urbano:

Existe, sem dúvida alguma, uma arte do relacionamento, tal como existe uma arte arquitetônica. O seu objetivo é a reunião dos elementos que concorrem para a criação de um ambiente, desde os edifícios aos anúncios e ao tráfego, passando pelas árvores, pela água, por toda a natureza, enfim, e entretecendo esses elementos de maneira a despertarem emoção ou interesse. Uma cidade é antes do mais uma ocorrência emocionante no meio-ambiente. (CULLEN, 2009, p.10).

A cidade não apenas emite sinais ou transmite informações, a cidade comunica, gera bem-estar e estabelece relações entre os seus habitantes e, mais que isto, gera vínculos. Uma árvore em uma praça qualquer, que traz escrito no tronco, protegido por um coração desenhado, o nome de um casal, é um marco de uma relação afetiva; uma casa antiga deve esconder e guardar memórias dos seus habitantes; uma loja e sua marca desenvolvem a fidelização do cliente com aquele ambiente. A paisagem urbana, portanto, é um conjunto de relações entre suas construções e espaços. Seus elementos



constituintes estão em relação, comunicam-se. Massimo Canevacci (2004), dialogando com o pensamento de Cullen, afirma que um edifício “se comunica” por meio de muitas linguagens, não somente com o observador, mas principalmente com a própria cidade em toda sua complexidade. O ambiente urbano é um lugar empático, estabelece comunicação dos indivíduos com a cidade, dos indivíduos entre si, e dos elementos que compõem a paisagem urbana.

A paisagem urbana é um mosaico curioso, somatório de tempos, expresso na fachada dos edifícios ou no traçado das ruas, ecos do passado que permanecem frente a frente do progresso. Milton Santos chamará este recalque do passado, esta permanência dos edifícios do passado no presente, de rugosidades, “espaço construído, o tempo histórico que se transformou em paisagem, incorporado ao espaço” (SANTOS, 2008, p.173) e dirá, que a cidade é um somatório de tempos, e este tempo compõem o espaço, os usos do espaço, e podemos dizer que isto tudo compõe a paisagem urbana. A paisagem urbana da cidade é, portanto, a presença de tempos no espaço. Tempos que sinalizam e informam, de fato comunicam. A comunicação urbana é dialógica, pois dialoga com os componentes nela envolvidos e diaspórica, espalhada por todas as partes da malha urbana e midiática envolvendo construções, imagens, corpos e mídias.

Na sociedade contemporânea, de massa, a mediação tecnológica da comunicação social é grandemente enfatizada. Livros, jornais, filmes, revistas, novelas de televisão são formas de transmissão de informação, que resultam dos mecanismos e procedimentos culturais de textualização. Os sistemas comunicativos têm sempre a função ordenadora dentro das sociedades porque, através deles, os símbolos regram as relações entre membros de um mesmo grupo por intermédio do estabelecimento de significados e valores compartilhados através das convenções e, portanto, ordenam, tecem redes de sociabilidade.

Estabelecer uma relação é criar um vínculo, construir um sentido, o que só se faz com o circuito completo: emissão, veículo, recepção, sem esquecer código, mensagem, contexto e ruído. Os textos culturais em seu conjunto constituem a cultura de uma sociedade e se relacionam num encadeamento de signos, ao qual se incorpora a temporalidade. Esses textos são construídos nas singularidades individuais tanto quanto no todo social. Por isso, a comunicação midiática é muito mais do que o aparato tecnológico; torna-se um espaço socioeconômico e cultural, uma dimensão da sociabilidade contemporânea, em que as relações entre os indivíduos se pautam por uma sensibilidade profundamente alterada pela mediação técnica, por um espaço que é



simultaneamente reduzido (distância eliminadas no processo de comunicação) e ampliado (raio de abrangência do contato midiático com outras culturas geograficamente distantes) e por um tempo que é expandido tecnicamente.

A partir da terceira década do século XX, as condições para uma efetiva sociedade de consumo são cimentadas por veículos de comunicação como a TV e, mais recentemente, pela Internet, que estabelece a mudança para uma sociedade midiaticizada, em que até muitas das relações interpessoais passam a ser mediadas por dispositivos eletrônicos. Ao mesmo tempo em que cada vez maiores contingentes da população ficam expostos aos meios da comunicação de massa na busca de uma sempre crescente homogeneização de padrões de comportamento facilitadora do consumo em larga escala, a Internet e suas possibilidades de recepção mais democrática, além do uso cada vez mais diversificado do telefone celular, estimulam o consumo segmentado. Os meios digitais passam a permitir uma produção simbólica descentralizada, individual, com possibilidades de recepção mais ampla. A cultura de massas se transforma em cultura midiática, em cultura da imagem. Imagens espalhadas nas cidades, radicadas no imaginário simbólico do indivíduo, e extensivas do corpo humano. Corpo expandido, além da carne. Corpo-metrópole.

### **O corpo e a cidade**

Na cidade, o corpo que se estende para além da pele dos indivíduos. Pós-orgânico, de fato. As imagens na/da cidade em conjunto com os indivíduos compõe a dupla hélice de DNA que forma o corpo urbano. Um corpo com um olhar verdadeiro e próprio que flutua entre os interstícios<sup>6</sup> da metrópole comunicacional, um *bodyscape*<sup>7</sup>. De acordo com Massimo Canevacci, o sufixo *-scape* se junta ao prefixo *body* para acentuar um conceito flutuante de corpo, que estende à observação alheia e própria enquanto panorama visual repleto de signos. Um corpo espaçado. Nesse contexto, o corpo do sujeito se entrelaça em tais panoramas intersticiais criando novos sistemas perceptivos, novas sensorialidades, descobrindo as zonas mortas entre o que é percebido ou, de todo modo, já visto e o que está brotando. Fala-se de um corpo que não é natural porque, em cada cultura e em cada indivíduo, o corpo é constantemente preenchido por sinais e

---

<sup>6</sup> De acordo com Massimo Canevacci: “Os interstícios são zonas que estão entre (*in-between*) áreas mais ou menos conhecidas, onde se inserem como parasitas freqüentemente temporários. Eles se localizam nos limites incertos entre diversos quarteirões, entre velhos cruzamentos abandonados pelas novas redes viárias, ou ainda no interior dos quarteirões que se acredita conhecer muito bem e que, ao contrário, mantêm alguns nichos deslocados.” (CANEVACCI, 2008, p. 33).

<sup>7</sup> Segundo Massimo Canevacci (2008), o *bodyscape* é um corpo panorâmico, além da pele, que flutua entre os interstícios da metrópole comunicacional. Corpo-espaçado.



símbolos. Não somente não há nada de natural no corpo, mas também a pele não é o seu limite: e quando a pele transpõe seus limites, ela se liga aos tecidos ‘orgânicos’ da metrópole. O corpo expandido em edifícios, coisas-objetos-mercadorias, imagens. Um corpo-panorama. (CANEVACCI, 2008).

O *bodyscape* se espalha na metrópole engolindo imagens, sons, paisagens midiáticas. É importante entender a comunicação metropolitana sob esta ótica em que as imagens midiáticas disseminadas pela cidade podem ser visualizadas como extensão do corpo natural, em que o sujeito se enxerga naquela imagem e a imagem no sujeito. Recursividade. De maneira hologramática vê-se um corpo expandido nas imagens e imagens expandidas no corpo. Um corpo-panorama que se funde e se mistura com as paisagens midiáticas ou mediapaisagem como afirma Arjun Appadurai. São *outdoors*, letreiros, fachadas comerciais, cartazes, faixas e mídias alternativas da comunicação urbana, no vestuário, na moda e na expressão das emoções nos hábitos urbanos de consumo simbólico. Segundo Appadurai (2004), é possível pensar paisagens para além do ambiente físico, assim como é possível juntar mídia e migração, globalização e circulação infinita e permanente de imagens. As noções de identidade, localidade e imaginação estão alteradas na sociedade contemporânea; o movimento simultâneo de imagens e corpos criou identidades híbridas, com o que concorda Canclíni (2008), localidades em mutação e imaginários sem referentes territoriais rígidos.

As imagens se multiplicam cada vez mais na cidade, criando uma crise de visibilidade (BAITELLO Jr., 2005). A comunicação metropolitana mostra sua outra face: a incomunicação. O excesso de informação e sinalização acaba se aproximando do grau zero da comunicação. Pode-se falar de uma invisibilidade imagética.

A crise da visibilidade não é uma crise das imagens, mas uma rarefação de sua capacidade de apelo. Quando o apelo entra em crise, são necessárias mais e mais imagens para se alcançar os mesmos efeitos. O que se tem então é uma descontrolada reprodutibilidade. (BAITELLO Jr., 2005, p. 14).

Nessa crise da visibilidade a mídia desempenha papel primordial. Lançando cada vez mais imagens em vários lugares, vários suportes alimentando nosso imaginário, nosso corpo, que cada vez mais carece de visibilidade. É edificada uma cultura das imagens paralela a uma cultura dos corpos que se comunica, se inter-relaciona e cria uma espécie de ligamento comunicativo entre elas. Essas imagens se articulam umas às outras, formando um *continuum* comunicativo criador do ambiente comunicacional. Muitas vezes, as imagens remetem a outras imagens, esvaziadas de um enraizamento cultural



mais peculiar, tornando-se passíveis de manipulação devoradora de singularidades. Simultaneamente, as imagens se vinculam ao que há de mais arcaico e estruturante no ser individual e social, que é o imaginário. Imagens que se vinculam a corpos, que se vinculam a cidades, que se vinculam a imagens compondo a paisagem urbano-midiática. O ciclo é contínuo e recursivo. O *bodyscape* e as mediapaisagem passam a ser operadores conceituais fundamentais para compreender a comunicação metropolitana na cidade de Natal/RN.

A comunicação urbana natalense é o foco da pesquisa “Mídia, Corpo e Cidade: Comunicação urbana e expressões subjetivas na produção e no consumo simbólicos em Natal”, que busca investigar as paisagens da cidade emblemáticas e expressivas da recursividade causa-efeito entre corpo, comunicação e *design* urbanos. Essas paisagens, como hipótese, refletem as relações contemporâneas que são, simultaneamente, arcaicas, locais e globais. Serão acessadas por meio da leitura de representações midiáticas e apresentações de si no estilo de vestuário e comportamento de consumo e produção simbólicos em bairros da cidade de Natal.

O *corpus* da pesquisa abrange três bairros referenciais da cidade: um popular/tradicional, o Alecrim; um elitizado e em transformação, Petrópolis; e um emergente e turístico, Capim Macio. Neles, os principais corredores de trânsito e de fluxo de pedestres serão cartografados, conforme sugere Martín-Barbero, de modo a destacar as mensagens da comunicação urbana inseridas na paisagem a partir da documentação de produtos midiáticos, observação etnográfica, fotografia da paisagem e das pessoas e entrevistas com roteiro aplicadas a uma amostragem aleatória de moradores/freqüentadores de locais de consumo simbólico. Serão mapeados os principais hábitos de consumo e produção cultural de cada bairro a partir das informações da mídia (jornais, panfletos, cartazes, *outdoors*) e dos relatos dos entrevistados, além dos marcadores significativos da paisagem (*design* urbano, estado de apresentação dos logradouros, moda e estilos de apresentação visual) para identificar expressões midiáticas e subjetivas que indiquem pertencimentos, desenraizamentos, fluxos e apropriações de imagens, valores e discursos locais e universais, arcaicos e contemporâneos globais. Os recursos e técnicas de análise e interpretação envolverão hermenêutica e semiótica da imagem.

A proposta de investigação pressupõe uma aproximação plurimetodológica e multidisciplinar que compreende as dimensões histórica, antropológica e semiótica tanto dos fenômenos, quanto das próprias estratégias de abordagem. Tais estratégias levam





em conta dados quantitativos (pesquisas já realizadas, estatísticas oficiais), mas privilegiam a análise qualitativa e a crítica cultural por meio da observação das imagens midiáticas presentes na cotidianidade e a expressão dessas imagens em produções culturais. Modalidades técnicas de investigação foram utilizadas. Pesquisa exploratória de imagens, observação etnográfica.

O referencial teórico-metodológico oferecido por Santos, Canevacci e Baitello Jr. permitem investigar o significado das imagens da mídia e do corpo no panorama da cidade. Canevacci (2008) propõe uma etnografia do *bodyscape* aplicada ao objeto e sujeito da pesquisa, destacando as pragmáticas do corpo no curso da obra, isto em curso-de-corpo, que ganha novos significados por meio de escolhas contínuas, oscilantes de um sujeito mutante. O sujeito portador de *bodyscape* deve ser redefinido na medida em que representa um desafio às ciências sociais tradicionais. Ao invés de um indivíduo passivo, é um intérprete ativo que aplica uma semiótica espontânea ao próprio corpo, narrando as próprias alterações comunicacionais e os próprios desejos sensoriais: isto é, é a comunicação, entrelaçada ao consumo e à cultura, que aqui redefine as fisionomias recortadas ao invés da sociedade. Aqui objeto e sujeito se entrelaçam sob a ótica do *bodyscape*.

Também oferecem apoio as idéias de Appadurai (2004), com quem é possível pensar paisagens para além do ambiente físico, assim como é possível juntar mídia e migração, globalização e circulação infinita e permanente de imagens. As noções de identidade, localidade e imaginação estão alteradas na sociedade contemporânea; o movimento simultâneo de imagens e corpos criou identidades híbridas, com o que concorda Canclíni (2008), localidades em mutação e imaginários sem referentes territoriais rígidos.

Morin (1998) e ainda Canevacci (2004 e 2005) destacam a impossibilidade de utilizar recursos metodológicos rígidos diante da complexidade dos fenômenos sociais contemporâneos. A realidade exigente demanda transdisciplinaridade teórico-metodológica. Assim é que os procedimentos metodológicos da investigação envolvem a pesquisa e análise dos referenciais bibliográficos; o balizamento da metodologia e da pesquisa de campo; o acompanhamento da mídia, registro e seleção de imagens; a observação etnográfica; a sistematização dos resultados por etapa de pesquisa; e a elaboração do relatório final.

### **As cidades em Natal**



Neste momento do estudo, foi analisado apenas o bairro de Petrópolis e suas ramificações no bairro de Tirol. Ambos são constituintes de uma paisagem urbana similar, reveladora de um alto padrão de consumo material e expressiva de capital cultural também elevado<sup>8</sup>. A intenção é que, a partir da interrogação da paisagem urbana recortada como fachadas de prédios e movimentação metropolitana, seja possível passar para o passo seguinte, que é entender como se constitui a sua comunicação. Nesta etapa, o conhecimento da cidade de Natal do passado e acompanhamento de sua vocação em ser uma cidade sempre nova, é um sinalizador do comportamento que confere às pessoas e sua produção simbólica mais do que a simples expressão do fato de serem habitantes de um espaço comum; poderá demonstrar o que lhes possibilita serem herdeiros de um *imprinting* que os distingue de outros moradores de centros urbanos e os identifica com Natal.

Câmara Cascudo, historiador oficial da cidade, conta que a ocupação primeira de Petrópolis e Tirol foi por chácaras e vivendas. Delas se saiu para uma segunda forma de ocupação, as residências nos anos 1940 e 1950. Aspecto de dinâmica da cidade, sempre a descer e a subir, no movimento do não parar. Fluxo expresso não apenas ao se tratar da locomoção, na contemporaneidade muito mais intensa, sobretudo pela concentração populacional nas grandes cidades, e na implantação de alternativas ao transporte por carro, moto e ônibus, os metrô e as ciclovias; mas um fluxo expresso na transformação do espaço em seus usos, as chácaras e sítios da primeira metade do século XX em Natal, substituídas pelas residências que povoaram Petrópolis e Tirol, seguidas pela ocupação destes espaços pelo comércio, a partir dos anos 1980, transformando as antigas residências; ou, em sua derrubada, para a construção de edifícios de apartamentos.

Cidades antecedentes que favoreceram as posteriores. Uma dinâmica que corresponde ao que dizia Cascudo quando afirmou que Natal é uma cidade em eterna transformação, sempre a abrir espaço para o novo. Identificação clara no percurso do desce e sobe em Petrópolis e Tirol. Sítios e vivendas, primeira ocupação da área, que chegavam a tomar um quarteirão inteiro, foram os lotes residências comercializados a partir dos anos 1940, em construções em que predominam o estilo arquitetônico modernista, vanguarda da época, cuja marca é: construção em vãos, sustentação por pilotis e uso de panos de vidro na fachada, que facilitaram, posteriormente, a partir dos anos 1970, a ocupação e

---

<sup>8</sup> Para maior detalhamento da noção de capital cultural, cf. BOURDIEU, Pierre. Os três estados do capital cultural. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs.) Escritos de Educação, 3ª ed., Petrópolis: Vozes, 2001, pp.73-79.



reforma pelo comércio varejista e de serviços que facilmente adaptam o espaço para novo uso; a incorporação de mais de uma dessas residências para construção de torres de edifício de apartamento.

Dois bairros, Petrópolis e Tirol, unos no plano da Cidade Nova, que representam bem os estágios de concepção do espaço creditados pela modernidade. Primeiro a necessidade do traçado urbano por régua e compasso, alinhando ruas e avenidas, estabelecendo os espaços públicos (ruas, praças, áreas verdes) e privados (lotes de propriedade privada); depois o loteamento desta área e a construção das primeiras residências no duelo que se travava na capital entre os estilos arquitetônicos a serem seguidos, quais sejam o neocolonial, que obedecesse ao projeto político voz do nacionalismo em voga, de valorização de uma arquitetura genuína em respeito à tradição arquitetônica; e uma proposta ousada, contemporânea, que seguia as prédicas de Le Corbusier: uso de vão livres, pilotis, panos de vidro, representadas em Natal pela prancheta do arquiteto Herculano Ramos, na construção de palacetes e sobrados; e dos arquitetos Arialdo Pinho, Moacyr Gomes da Costa, Ubirajara Galvão e João Maurício de Miranda nas casas modernas.

Uma mudança de perspectiva para pensar a cidade, contrária aos rigores do planejamento urbano sonhados por Le Corbusier, tônica do pensamento urbano a partir dos anos 1960. A cidade passou a ser vista como um espaço de dinâmica própria, um espaço comunicativo, criado e recriado na experiência de fazer-se, próprio laboratório de si mesmo, como identificou a escritora Jane Jacobs (2000) que ao observar a Nova Iorque dos anos 1960 percebeu que a cidade tem vida própria, faz por si mesma e não depende dos planejamentos ortodoxos baseados em teorias heterodoxas, como o modelo da cidade-jardim ou das torres e auto-estradas de Le Corbusier. A cidade é cambiante, mutante e comunicativa.

A escritora lançou mão de suas observações do dia-a-dia da cidade de Nova Iorque para ensinar como se faz uma cidade e como se deve lê-la. “Para compreender as cidades precisamos admitir de imediato como fenômeno fundamental as combinações ou as misturas de usos, não os usos separados” (JACOBS, 2000, p.158). Nesse sentido, Jane Jacobs dialoga com Canevacci (2004) quando afirma que a cidade não dá para separar, é possível cruzá-la para perceber suas transformações. Proposta que calhou para observar o uso de uma das ruas de Petrópolis e Tirol, a rua Mossoró, divisa entre os dois bairros. Observando seus usos não em diálogo contemporâneo, mas através do tempo, é perceber que os sítios e vilas do começo do século XX, na virada para segunda metade,



já eram residências modernas e neocoloniais, e nas últimas duas décadas, já sediam espaço ao multiuso entre as residências que restavam, o comércio que se estabelecia e os arranha-céus que despontavam.

No trecho entre as ruas Prudente de Moraes e Campos Sales, das quatorze residências, apenas duas ou três permanecem. Um edifício de apartamentos e um edifício comercial foram construídos nos anos 1980; três casas foram recentemente derrubadas para construção de edifício de apartamentos; e as restantes funcionam como salão de beleza, clínica odontológica e curso de inglês; noutra funcionava há pouco tempo uma agência do Banco do Brasil, hoje um prédio abandonado. A marca da cidade está na convivência e na substituição de suas edificações com o passar do tempo. A cidade é dinâmica como a vida. A arquitetura neste viés é comunicação das transformações urbanas no tempo. A comunicação metropolitana vai além da arquitetura.

A Avenida Afonso Pena, por exemplo, cruza os bairros de Tirol e Petrópolis. É pura comunicação. Lugar de consumo e lazer, de lojas caras, salões de beleza e estética, bistrôs, padarias, restaurantes. Espaço para pessoas de alto poder aquisitivo. Ao passear por esta rua durante a tarde vê-se indivíduos com trajes formais, mulheres da sociedade entrando e saindo de lojas caras como a Donna Donna – espécie de Daslu<sup>9</sup> natalense que revende grandes marcas nacionais e internacionais -. Os códigos expressos nas roupas das pessoas, nos letreiros das lojas, nos *outdoors*, se refletem, se misturam e se entendem. As vitrines espelham os consumidores, que por sua vez espelham as vitrines. Recursividade plena. O ideal de consumo dentro do espaço em questão é diluído na comunicação da Afonso Pena. A ambiência comunicacional formada tem exemplos de *bodyscape* e mediapaisagem que são significativos para esta pesquisa. A publicidade exposta nos letreiros das lojas se expande para os corpos, sinalizada em camisetas e vestidos dos transeuntes. Retrata uma comunicação atravessada pela interface midiática. O poder comunicativo da Av. Afonso Pena está expresso em atratores, que são:

Uma espécie de coeficiente atrativo do olhar, intrinsecamente volúvel e mutável e extremamente fetichista, que viaja entre os diversos sujeitos ou segmentos da população metropolitana em sentido amplo. O atrator anula temporariamente o movimento do olho exercendo um poder que une o olhar e a coisa e que determina os novos cursos dos fetichismos visuais difundidos na metrópole comunicacional (CANEVACCI, 2008, p. 16).

Todo atrator é uma alteração do olho. É um fazer-se olho, um fazer-se olhar que – fazendo-se “coisa-que-vê”. Deste modo, o olho se faz (é um fazer-se atrator) objeto de

---

<sup>9</sup> Daslu Villa é uma loja multimarcas de alto luxo que funciona desde 1970 em São Paulo/SP.



modo simétrico e dialógico ao objeto que se faz sujeito, mesmo quando, por meio das pressões fetichistas, cada objeto se muda constantemente em sujeito ou vice-versa. (CANEVACCI, 2008). Na Afonso Pena os letreiros das lojas, os *outdoors* espalhados na cidade funcionam como atratores. Os *outdoors*, os manequins das lojas, se fazem sujeitos e os sujeitos se fazem objeto.

Expressão da comunicação urbana, a arquitetura comunica e registra um jeito de ser e se comportar, seja na composição da fachada, seja na utilização e distribuição dos volumes arquitetônicos no espaço. Marca dos tempos passados impressas no espaço atual, a arquitetura é a convivência no espaço destes tempos um registro da vida social, cultural, econômica e política. A plasticidade arquitetural das fachadas revela e estimula o apreço pelo adorno, simetria do estilo neocolonial dos anos 1940, um estilo em que a casa participa da rua (construída sem recuo); o jardim a frente, a presença da garagem, o muro baixo, as portas e janelas de vidro, as linhas retas, as casas afastadas umas das outras, o estilo moderno burguês urbano, dos anos 1940, 1950 e 1960.

As experiências de Petrópolis e Tirol ajudam a observar as cidades dentro da cidade pois, na perspectiva da escritora Jane Jacobs (2000), o bairro pode representar uma parte deste todo, como também é um todo desta parte. As cidades têm uma diversidade de usos complexa e densa. A rua é um exemplar desta dinamicidade. A rua ideal traçada a partir da experiência do real em Nova Iorque é aquela em que há a diversidade de ocupação entre residências e comércio. Tanto para melhor servir a população que não precisa realizar grandes deslocamentos para atender as suas necessidades, quanto por uma questão de segurança.

O arquiteto e urbanista brasileiro, Candido Malta Campos Filho, também encampa esta idéia ao se debruçar sobre as cidades brasileiras. Adverte que “um bairro de moradia deve possuir serviços de fácil acesso, aos quais se possa chegar rapidamente, de preferência a pé, além de condições de vida cercadas de tranquilidade” (CAMPOS FILHO, 1989,p.114). A garantia de segurança está na vigilância constante da população só possível quando há a presença de pessoas nas ruas a todo tempo. Jacobs: “deve haver entre eles, sobretudo, estabelecimentos e espaços públicos que sejam utilizados de noite. Lojas, bares e restaurantes, os exemplos públicos principais, atuam de forma bem variada e complexa para aumentar a segurança nas calçadas” (JACOBS, 2000, p.37).

Este é um ideal de cidade que procura superar a cidade planejada da modernidade e foi aceito pelos planejadores urbanos da época. O plano dos anos 1960 para cidade de Natal correspondeu bem a estas diretrizes e coordenadas. A empresa de planejamento de São



Paulo, Serete, contratada pelo prefeito Agnelo Alves para elaboração de um novo plano urbanístico para a cidade, começou por um diagnóstico da cidade atual. A partir do diagnóstico, foi proposto um plano que respeitasse e mantivesse a coesão urbana incentivando o adensamento populacional nos bairros, forma de não deixar subutilizada a infra-estrutura já existente nos bairros e de ocupar os vazios existentes. Um ponto reconhecido e tido por benéfico, pautado pelas novas formas de pensar a cidade, encampada por Jacobs (2000), a diferenciação entre os bairros, o que se considerava saudável para a cidade. Dentre os cinco objetivos, outros estímulos como a preservação da beleza da cidade, uma contribuição ao que chamaram de paisagem urbana: “pretendemos reforçar o diálogo visual entre a parte alta e a parte baixa cidade, estimulando a construção de edifícios altos nos bordos superiores das rampas e tratando estas rampas com casario baixo ou áreas verdes” (MIRANDA, 1999, p.80)

A estrutura do sistema viário propõe a hierarquização das vias de acordo com o uso e ocupação do solo, em via para pedestres, ruas, avenidas residenciais, avenidas comerciais etc, ciente de que o que determina o fluxo é o uso do espaço, “(...) não podemos pretender que uma via seja de trânsito rápido, dentro da cidade, se nela permitimos a instalação do comércio varejista; pois este necessariamente acarretará grande número de pedestres, carros que desejam estacionar e até pessoas dentro dos carros, procurando identificar mercadorias em vitrina etc”. (MIRANDA, 1999, p.81).

Uma das diretrizes do plano que já identificava em seu diagnóstico o problema do trânsito e do transporte em Natal, para que não se tornasse tão grave, o que mais de 50 anos após é noticiado como crônico pelas manchetes dos jornais e noticiado nos telejornais locais. Natal apesar de ser uma cidade de médio porte enfrenta o crônico problema de locomoção dos grandes centros urbanos. Ao que pese uma constatação de Miranda (1999) a pretensão de conclusão sobre a sua análise do processo de urbanização de Natal, “a cidade para se desenvolver sã precisa de um processo de desenvolvimento contínuo, um acompanhamento permanente de suas tendências de crescimento; precisa ser analisada tecnicamente, encaminhada economicamente e preparada politicamente para o seu futuro” (MIRANDA, 1999, p.157).

Este é um começo. A pesquisa, ainda incipiente, começa a colher dados sobre outros aspectos da cidade, que demandam um olhar mais apurado. Para estabelecer distinções e aproximações entre o novo e o antigo, o próprio e o estrangeiro, o midiático e o subjetivo, surgem, imperativas, questões como: o que é a cidade de Natal do ponto de vista de suas expressões culturais midiáticas? O que seus habitantes expressam em si



que representa essa cidade? Que outras cidades há em Natal? Como os habitantes de Natal são representados na mídia? Como esses habitantes se expressam?

A equipe de trabalho do projeto inclui estudantes de graduação e de pós-graduação, técnicos especializados e colaboradores externos. A sua formação multidisciplinar contribui para uma aproximação mais abrangente dos fenômenos em foco, permitindo o aporte de eixos conceituais complementares e uma etnografia mais rica em nuances. Dessa maneira, o estudo poderá contribuir com dados inteligíveis a diversas áreas, como Comunicação Social, Antropologia, Arquitetura, Geografia, Psicologia e História no sentido de ampliar a compreensão da sociedade contemporânea, seus habitantes e suas ambiências comunicacionais, por meio de um olhar mais detido sobre Natal.

### Referências Bibliográficas

- APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da globalização**. Lisboa: Teorema, 2004.
- BAITELLO Jr., Norval. **A era da iconofagia – ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BAITELLO Jr., Norval. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: Annablume, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **Os três estados do capital cultural**. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs.) *Escritos de Educação*, 3ª ed., Petrópolis: Vozes, 2001, pp.73-79.
- CAMPOS FILHO, Cândido Malta. **Cidades brasileiras: seu controle ou o caos, o que os cidadãos devem fazer para a humanização das cidades no Brasil**. São Paulo: Nobel, 1989.
- CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica – ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana**. São Paulo: Studio Nobel, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos metrópoles**. Rio de Janeiro. Editora: DP&A. 2005.
- \_\_\_\_\_. **Fetichismos visuais – corpo erópticos e metrópole comunicacional**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- CASCUDO, Luís da Câmara. **História da cidade do Natal**. Natal (RN): RN Econômico, 1999.
- CULLEN, Gordon. **Paisagem urbana**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Tradução: Peter Pal Pelbart. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- FILHO, Ciro Marcondes (org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Editora Forense-Universitária, 1987.
- JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- LIMA, Pedro de. **Luís da Câmara Cascudo e a questão urbana em Natal**. Natal/RN: Edufrn, 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MIRANDA, João Maurício de. **Evolução urbana de Natal em 400 anos (1599-1999)**. Natal(RN): Prefeitura do Natal, 1999.
- MORIN, Edgar. MORIN, Edgar. **O método 4: as idéias, Habitat, vida, costumes, organização**. Porto Alegre: Sulina, 1998.
- SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica**. 6 ed. São Paulo: Edusp, 2008.
- SILVA, Juremir Machado da. **Anjos da perdição: futuro e presente na cultura brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 1996.