DO LUGAR AO NÃO LUGAR:

REFLEXOS DA CIDADE CONTEMPORÂNEA NO MERCADO PÚBLICO

TCC - ARQUITETURA E URBANISMO - UFSC - ACADÊMICA: IARA SCHMITT - ORIENTADOR: RODRIGO GONÇALVES SANTOS - 2018.1

INTRODUÇÃO

Os não-lugares estiveram corriqueiramente presentes em minha vida, e talvez esse seja um dos motivos pelos quais esse tema me atraia. Embora tenha sempre percebido mais precisamente isso quando fui apresentada a essa definição e sempre notasse características sem a experiência completa do corpo, com essa pesta de relações subjetivas, multisensoriais, multissensoriais com o espaço com o espaço, essa percepção, muito latente ao longo da minha vida, me incitou a entender o que exatamente era essa impulsividade.

Entendo a categoria do espaço como algo muito além do entendimento raso do espaço geométrico. Eu trato essa definição enquanto espaço existencial. É ligado a experiência. Ligado ao entorno, ao homem e a sua percepção. Onde é importante reconhecer as ações, os atores, as memórias, os diferentes sentidos, e todas as possibilidades e complexidades da vida. Experimentar esse espaço é estar exposto a sua existência, a seu caráter.

Este trabalho surge da vontade de investigar, então certamente, ele parte de mim, com base nos estudos da graduação, e na minha própria experiência física com o espaço urbano, não de um ano, mas com a bagagem de vivência de cinco. No processo tudo se entrelaça. O trabalho vejo desse pensamento de estar em movimento o tempo todo, afetando e sendo afetada, entendendo os espaços o mais globalmente possível, sob um olhar subjetivo.

CONTEXTO

A cada momento, ocorrem transformações na vida cotidiana de cada um de nós, que refletem na nossa relação com o espaço, o tempo e as ações. Essas mudanças sociais e culturais resultam muito da Revolução Industrial, mas não só. Também fazem parte da habitação que as cidades e nós menos vemos experimentam. Readequações vividas principalmente com a tecnologia e globalização surgem e transformam o pensamento do homem. Tudo muda a qualquer instante. A Cidade Ainda é constante.

No espaço construído, novas formas de produção junto às idealizações frente ao desenvolvimento tecnológico levou à "modernos ideais" de cidades, atendendo as demandas do capital, facilitando o controle e comercialização das territórios. O planejamento urbano tornou-se uma importante ferramenta de especulação do capital imobiliário, tirando a própria cidade como menantes.

O desejo do território acontece conforme jogos de interesses políticos e de setores do capital viando lucros. Estes processos levam em mas cidades que temos hoje, destruindo as consumo, direta ou indiretamente, sob uma lógica de especularização da cidade, devido a compartilhidade urbana entre cidades. Assim, fazendo desaparecer os últimos vestígios de identidade cultural e tradições da cidade, por vezes, fragmentando e desfigurando o território urbano.

Mercado de Florianópolis em 2016. Disponível em: http://www.mercadopublicoflorianopolis.com.br/

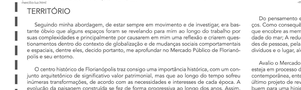
TERRITÓRIO

Seguindo minha abordagem, de estar sempre em movimento e de investigar, era bastante óbvio que alguns espaços foram se revelando para mim ao longo do trabalho por suas complexidades e principalmente por causarem em mim uma reflexão e criarem questionamentos dentro do contexto de globalização e de mudanças sociais comportamentais e espaciais, dentre elas, decidi portanto, me aprofundar no Mercado Público de Florianópolis e seu entorno.

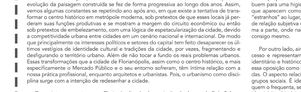
O centro histórico de Florianópolis traz consigo uma importância histórica, com um conjunto arquitetônico de significativo valor patrimonial, mas que ao longo do tempo sofreu inúmeras transformações, de acordo com as necessidades e demandas de cada época. A evolução da paisagem construída se fez de forma progressiva ao longo dos anos. Assim, vemos algumas constantes se repetindo ano após ano, em que existe a tentativa de transformar o centro histórico em metrópole moderna, sob pretextos de que esses locais já perderam suas funções produtivas e se mostram a margem do centro econômico da cidade, sob pretextos de embelezamento, com uma lógica de especularização da cidade, devido a competitividade entre outras cidades e a busca por um "desenvolvimento econômico". Tais processos principalmente os ocorridos após o período de 1970 fragmentaram a cidade, comprometendo a identidade cultural e tradições da cidade, por vezes, fragmentando e desfigurando o território urbano. Além de não locar a fundo os reais problemas urbanos. Essas transformações que a cidade de Florianópolis, assim como o centro histórico, e mais especificamente o Mercado Público e o seu entorno sofreram, têm íntima relação com a nossa própria profissional, enquanto arquitetos e urbanistas. Pois, o urbanismo como disciplina surge com a intenção de redesenhar a cidade.

Os projetos propostos para Florianópolis, desde a criação do Aterro da Baía Sul, na década de 70, que desconectou a cidade do mar e de suas tradições enquanto cidade litorânea açoriana, no em 1969, passando acontecer um zoneamento funcional, negam a cidade tradicional, fazendo surgir uma cidade de forte apelo funcionalista, e enfraquecem sua identidade e seu caráter simbólico de ser uma ilha, ter uma vida e atividades ligadas ao mar.

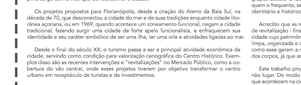
Desde o final do século XX, o turismo passa a ser a principal atividade econômica da cidade, servindo como condição para valorização cenográfica do Centro Histórico. Exemplos disso são as recentes intervenções e "revitalizações" no Mercado Público, como a cobertura do vão central, onde eram projetas lanchonetes, por objetivo transformar o centro urbano em receptáculo de turistas e de investimentos.



Vista do Deodoro, 1821. Joaquim Bragança. Fonte: Gentilli-Veloso, Deserto – Ilha Fabiani Cabeira



Vista aérea do centro da cidade na década de 60. Fonte: Mercado em primeiro plano na Avenida Hercílio Luz



Vista aérea do centro de Florianópolis com a Ponte Hercílio Luz ainda em construção. Fonte: Acervo Sul do Brasil

Baía Norte

Baía Sul

COMPARAÇÃO

Uma vez que eu tenho a base teórica do conceito de não lugar e a prática na cidade, tanto em não lugares quanto em lugares antropológicos, propomos uma comparação entre o Mercado Público e não lugares.

A ideia é relacionar e aprontar os aspectos comuns entre eles, para demonstrar a similaridade e principalmente expor o processo que o Mercado se encontra de não lugar.

Para isso faço colagens com fotografias sobreponto os dois espaços.

Os deslocamentos se dão em função da circulação de mercadorias, de pessoas como força de trabalho ou como consumidores. "Formos de uma sociedade de produtores a uma de consumidores" (ROJNIK, 1998).

Hoje a imagem do lugar ou da cidade passa a ser sua identidade, sua história a ser contada, e como resultado se tem uma cenografia urbana, uma memória criada. Esse processo de especularização da cidade ocorre, sob muito relacionado ao "empobrecimento da experiência corporal [...] enquanto prática ordinária cotidiana" (JACQUES, 2010, p. 113). Dessa maneira, esse empobrecimento da experiência corporal e urbana leva a redução das relações entre as pessoas e o espaço e, consequentemente, a perda da corporeidade, tornando esses espaços em cenários, o que colabora com a especularização urbana.

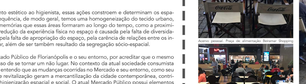
As pessoas constroem e ressignificam o espaço a todo momento, através de suas percepções e vivências com o mesmo. Mudam as apropriações, os fluxos, a identificação com o espaço, modificando até a imagem de uma cidade. Afinal, os atores do espaço são pessoas reais com desejos, humores e expectativas e que se relacionam entre si. Com essas mudanças, uma nova "cidade" surge e, muitas vezes, surgem "novos" lugares, arquiteturas, espaços urbanos, enquanto outros são "descartados" e/ou descaracterizados e transformados.

O indivíduo da cidade em que vivemos tran eri a marca da sociedade consumista contemporânea. Onde o tempo é acelerado, as informações nos são bombardeadas, existem excessos de acontecimentos, imagens e referências espaciais e individuais a cada instante. Nesse contexto, a cidade é reflexo desse homem e vice e versa. A forma que criamos e ressignificamos arquitetura e urbanismo é um retrato de quem somos e da sociedade em que vivemos.

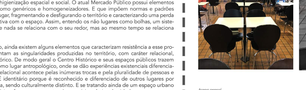
Alguns conceitos estudados, tal como pseudo, lugar antropológico e não lugar, me permitiram tomar consciência dessas transformações, que surgem de uma forma aparentemente "natural" e vão substituindo a cidade "antiga" pela emergência de uma "nova cidade" ou duvidoso dito, "não cidade".

Segundo Augé, o enorme fluxo de pessoas e informações nos dão a sensação de que "o mundo encolheu". E uma das consequências dessa mudança de percepção da escala do planeta seria a produção dos "não lugares": espaços de passagem sem identidade ou referências coletivas. Por excelência, alguns exemplos de não lugares são os centros comerciais, supermercados, aeroportos, estações de metrô, rodoviárias e terminais urbanos. Espaços predominados de passagem, não de permanência, que pouco ou nada revelam sobre suas cidades. Dessa maneira, os não lugares são um novo modelo espacial que não carateriza a atualidade, e bem provavelmente o futuro. Ainda de acordo com Augé, os não lugares são: não identitários, não históricos e não relacionais. O contrário seria o que o Augé define como Lugar Antropológico.

Mercado Público de Florianópolis, 2016. Disponível em: http://www.mercadopublicoflorianopolis.com.br/



Mercado Público de Florianópolis, 2016. Disponível em: http://www.mercadopublicoflorianopolis.com.br/



Vista do Mercado Público de Florianópolis, 2016. Disponível em: http://www.mercadopublicoflorianopolis.com.br/

Vista do Mercado Público de Florianópolis, 2016. Disponível em: http://www.mercadopublicoflorianopolis.com.br/

Vista do Mercado Público de Florianópolis, 2016. Disponível em: http://www.mercadopublicoflorianopolis.com.br/

COMPARAÇÃO 01

Fotos colagem elaborada pela autora

Sob argumentação de dificuldade de manter a higiene do local, caminhar e usufruir do espaço acontecam várias mudanças na pavimentação do Mercado. Houve a substituição do piso de paralelepípedo por outro piso de ladrilhos, e a adição de iluminação do piso e novatamente a área onde tem paralelepípedo, e, assim fazendo perder suas características originais.

As mudanças acontecem apesar do piso ser também parte integrante do espaço público e do monumento tombado.

O piso exerce uma continuação do espaço da rua e entrou para dentro do não enfiado (o caráter público do espaço) O piso antigo era versátil e flexível sendo usado muito em shows e como no largo da Alfândega.

Atualmente, a materialidade do mobiliário urbano do Mercado é de um piso rígido e frio. Antes da última revitalização o espaço não tinha nada fixo, era livre e amplo. E as mesas ocupavam quase todo o espaço, sendo dispostas de forma sempre diferentes, podendo mudá-las a qualquer momento. Eram mesas e cadeiras de plástico sendo bastante informas, correspondo o espaço de forma livre. Hoje, as mesas se encontram dos próximas umas das outras e a área livre do espaço é muito pequena, o que acaba tirando mais novas de lugar, ou seja, sem flexibilidade.

Do mesmo modo, as praças de alimentação são predominantes e tem uma grande ocupação espacial rígida, uma vez que suas mesas e algumas cadeiras são fixas e/ou que as cadeiras pesadas para locomoverem. E as mesas são escaláveis, dificultando o trânsito das pessoas. Ou que o fluxo entre elas se torna bastante difícultoso.

A configuração espacial atual não satisfaz mais as necessidades e demandas dos atores do espaço, os restaurantes. Portanto, arcoandos na área do Mercado, que a configuração do espaço, e um caminhar próximo aos restaurantes para se ter bom atendimento.

O vão central é composto por mesas e cadeiras dispostas na área central, formando uma ilha de mar. A redução da experiência física no espaço é causada pela falta de diversidade das pessoas, pela falta de apropriação do espaço, pela carência de relações entre os indivíduos e o lugar, além de ser também resultado da segregação sócio-espacial.

Avalio o Mercado Público de Florianópolis e o seu entorno, por acreditar que o mesmo atinge em processo de se tornar um não lugar. No contexto da atual sociedade consumista contemporânea, entendo que as mudanças ocorridas no Mercado e seu entorno, como seu caráter próprio de revitalização gerar a mercantilização da cidade contemporânea, contribuem para uma higienização espacial e social. O Mercado Público possui elementos que aparecem como genéricos e homogeneizadores. E que impõem normas e padrões "estranhos" ao lugar, fragmentando e desfigurando o território e caracterizando uma perda da relação subjetiva com o espaço Assim, entendo não só haver perda do caráter histórico e identitário, mas, de modo geral o Centro Histórico e seus espaços públicos trazem essa oposição como lugar antropológico, onde se dão experiências existenciais diferentes das. O aspecto relacional acontece pelas inúmeras trocas e pela pluralidade de pessoas e grupos sociais. E identitário porque é reconhecido e diferenciado de outros lugares por quem o frequenta, sendo culturalmente distinto. E se tratando ainda de um espaço urbano identitário e histórico, faz parte, portanto, da memória coletiva da cidade.

Acredito que as mudanças ocorridas no espaço do Mercado, como seu último projeto de revitalização - Finalizado em 2014 - buscava intensificar a formação de uma imagem da cidade cujo patrimônio histórico é valorizado, mas principalmente uma imagem de cidade limpa, organizada e cheia de hospitalidade. Entretanto, não é isso que acontece, pois passamos como esse gerem a mercantilização das cidades contemporâneas, cidades das passárgadas dos corpos, já que as corporalidades perdem sua expressão singular e seu poder de agência.

Este trabalho propõe uma leitura da cidade a partir da sistematização do conceito do não lugar. De modo a investigar o aportar o processo de especularização e mudanças que acontecem na cidade contemporânea no mundo geral e como isto se apresenta no Mercado Público atualmente. E assim, a ideia é estimular um outro olhar e um pensamento crítico sobre o espaço.

Fotos de superposição de Fernando Cotrim Santos

COMPARAÇÃO 02

Fotos colagem elaborada pela autora

Do pavimento estético ao higienista, essas ações constroem e determinam os espaços. Como consequência, de modo geral, temos uma homogeneização do tecido urbano, que encobre as memórias que esses áreas formaram ao longo do tempo, como a produção do mar. A redução da experiência física no espaço é causada pela falta de diversidade das pessoas, pela falta de apropriação do espaço, pela carência de relações entre os indivíduos e o lugar, além de ser também resultado da segregação sócio-espacial.

Avalio o Mercado Público de Florianópolis e o seu entorno, por acreditar que o mesmo atinge em processo de se tornar um não lugar. No contexto da atual sociedade consumista contemporânea, entendo que as mudanças ocorridas no Mercado e seu entorno, como seu caráter próprio de revitalização gerar a mercantilização da cidade contemporânea, contribuem para uma higienização espacial e social. O Mercado Público possui elementos que aparecem como genéricos e homogeneizadores. E que impõem normas e padrões "estranhos" ao lugar, fragmentando e desfigurando o território e caracterizando uma perda da relação subjetiva com o espaço Assim, entendo não só haver perda do caráter histórico e identitário, mas, de modo geral o Centro Histórico e seus espaços públicos trazem essa oposição como lugar antropológico, onde se dão experiências existenciais diferentes das. O aspecto relacional acontece pelas inúmeras trocas e pela pluralidade de pessoas e grupos sociais. E identitário porque é reconhecido e diferenciado de outros lugares por quem o frequenta, sendo culturalmente distinto. E se tratando ainda de um espaço urbano identitário e histórico, faz parte, portanto, da memória coletiva da cidade.

COMPARAÇÃO 03

Fotos colagem elaborada pela autora

Fotos de superposição de Fernando Cotrim Santos

Fotos das superposições de Fernando Cotrim Santos

Com evoluções tecnológicas na produção e processos de utilização dos materiais, surgem os supermercados, uma nova forma de comércio e armazenamento, localizados em espaço do Mercado Público, das feiras de rua, e, mais recentemente, em grandes galpões e galerias comerciais. Todo o interstício entre os shopping-centers na cidade, nos anos 1980, que revitalizaram o centro, com um espaço com ingressos controlado socialmente e não mais público. Dessa maneira, muitos alguns tipos de comércio e junto o perfil dos comerciantes que procuram se adequar a modernidade.

Em 2013, depois da revitalização da ali sul, novos 46 permissionários passaram a integrar junto aos 38 antigos pelos próximos 30 anos de concessão do bons do Mercado, sendo alguns deles, de outros estados.

Embora algumas atividades e comércios permaneçam com características culturais locais e regionais, que denotam a singularidade da cidade, como a cultura açoriana e dos indígenas, outros são totalmente descontextualizados culturalmente. O maior exemplo hoje é a cadeia de fast-food Bob's que ocupa um dos locais do vão central do Mercado.

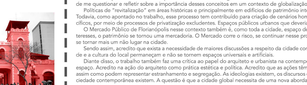
É perceptível uma importação de valores, costumes e cultura, intensificada com globalização. Como consequência dessa homogeneização e padronização dos novos comércios, o processo de reconhecimento por parte da população se torna inefável pela gradual homogeneização do centro urbano através da redução dos símbolos identitários, como o Mercado enquanto edifício e principalmente as comidas tradicionais e típicas, que fazem parte dos valores locais da história da cidade.

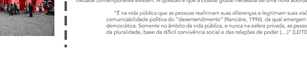
As mudanças na pavimentação que aconteceram são descritas no edital do Concurso Público de Projetos Preliminares de Arquitetura para a Cobertura do Vão central do Mercado Público Municipal de Florianópolis (as especificações do projeto do vão central):

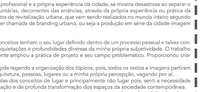
"No trecho central a paralelepípedo será nivelado ao nível original da cava de rua, e o restante do piso será nivelado ao nível do terreno atual. Nesse trecho, deve-se, obrigatoriamente dar grandes áreas de verde e canteiros (placas de granito 80x80cm) para estabilizar as árvores e o restante do piso deverá ser feito deste granito, pois receberá diversos pontos de luz e furnilhamento através do uso de ladrilhos de piso em EZT."

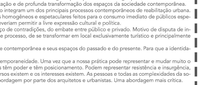
CARTOGRAFIA DA RESISTÊNCIA E CARTOGRAFIA DO ESTRANHO

Pretendo com as cartografias propor uma leitura do espaço a partir da sistematização do conceito de não lugar de modo a aportar o processo de especularização e mudanças que acontecem e se apresentam no Mercado Público atualmente. Decido subdividir em duas cartografias:
Cartografia da resistência. Destaco elementos que já foram perdidos nesse processo ou que ainda são remanescentes como identitário, relacional e histórico e que caracterizam a cotidianidade do morador da cidade, como lugar antropológico.
Cartografia do estranho. Destaco elementos que marcam a ruptura do espaço como identitário, como lugar antropológico e como não lugar de vivência.
Através de recortes em fotografias, aporto os elementos em destaque com cores distintas: cor vermelha, a cartografia da resistência e cor amarela, a cartografia do estranho. Para complementar as imagens, uso relatos antigos e presentes, o edital do concurso da Cobertura do vão central, o regulamento do Mercado Público e outras. As cartografias se verniazam formando um conjunto de observações que estruturam o processo de transformação do espaço.









CONTRA-USOS

Apresento neste momento, ensaios de ressituação dos usos públicos no espaço. Decido chamar de contra-usos - termo usado por Rogério Proença Leite. Sendo propósitos, podem retornar o lugar antropológico no Mercado que foi perdido ao longo do tempo e consequentemente fazer o processo de espetacularização e do não lugar, retornando o caráter público do espaço. Esses novos usos diferem daquelas esperadas pelas políticas urbanas e contribuem para uma diversificação do atual sentido de não lugar para lugar.

Ainda que seguem uma forma de compensar algume "semação de perda", uma vez que o sentido de lugar antropológico é pensado no Mercado hoje e o caráter público do espaço se perdeu em vários aspectos, é possível repensar a construção desse espaço no contexto urbano contemporâneo a partir de contra-usos. Para isso novas configurações espaciais devem ser feitas, para que novos usos e outras ações diferentes das existentes hoje possam acontecer.

"Direitos de pertencer à cidade, de estabelecer itinerários próprios, de fazer uso do espaço público, de reivindicar o entorno e a qualidade ambiental da cidade. Apontando do público e do privado, da oposição entre o público e o privado, da ocupação do espaço público pelos movimentos, desperdício do espaço, da ocupação do espaço, conduta pública, a comunição social dos lugares pública o espaço urbano qualificarmos como espaço público, na medida em que cada lugar, para ser considerado público, deve ser, de fato, qual se diferente e qualquer qualquerma ser reconhecido publicamente em sua própria singularidade."
(LEITE, 2002)

Selecionei os recortes da "cartografia da resistência" uma vez que se tratam de usos, ações e pessoas reais que existiam ali hoje ou que existiam antigamente e desloco os recortes para novos espacialidades.

Uma vez existindo na cortes usos, e interação e trocas entre pessoas, ocorrendo mais resistências ainda remanescentes. Além de criar um espaço de reação diante da espetacularização da cidade e, principalmente, do Mercado Público.

"Os contra-usos são capaz não apenas de subverter os usos esperados de um espaço regulado, como também de possibilitar que o espaço se transforme para dar origem a diferentes lugares, a partir de demarcação sociocespacial da diferença e das resignificações que esses contra-usos realizam." (LEITE, 2002)

O "resultado" espacial, enquanto lugar antropológico, surgirá pelos contra-usos propostos podem criar singularidades, expressar marginália e reividicar direitos, no qual os vínculos entre lugar e identidade surgem como uma forma das pessoas se situarem neste contexto de cidade contemporânea, atribuindo diferentes sentidos ao espaço.

CONSIDERAÇÕES

"No urbanismo contemporâneo, a distância, ou descolamento, entre prática profissional e a própria experiência da cidade, se mostra desastrosa ao separar o espaço urbano de seu caráter corporal e sensorial. As corporalidades urbanas voluntárias, decorrentes das emoções, através da própria experiência ou prática cotidiana, questionam criticamente as atuais propostas urbanas contemporâneas, ditas de revitalização urbana, que vem sendo realizadas no mundo inteiro segundo uma mesma estratégia - genérica, homogeneizadora e espetacular - que pode ser chamada de branding urbano, ou seja a produção em série da cidade-imagem de marca." (JACQUES, 2006, p. 8).

Não pretendo, neste trabalho, cooturar uma teoria coesa onde todos os autores, todos os conceitos tenham o seu lugar definido dentro de um processo pessoal e talvez coisa nenhuma. Poderia dizer que este trabalho se constitui o pelo meu encontro com textos, com inquietações e profundidades diversas da minha própria subjetividade. O trabalho amplioo meu conhecimento teórico em arquitetura, concretos da antropologia e principalmente amplioo a prática de projeto e seu campo problemático. Proporcionou olhar uma leitura que permitiu reconhecer a complexidade e a pluralidade do espaço.

Políticas de revitalização e de especularização urbana são processos contemporâneos que compõem um dos principais processos contemporâneos de reabilitação urbana. Todavia, como apontado no trabalho, esse processo tem contribuído para criação de cenários homogêneos e espetaculares feitos para o consumo imediato de pública especulativo, por modo de consumo, contribuindo para a perda de identidade e de expressão cultural e política.

O Mercado Público de Florianópolis nesse contexto também é, como toda a cidade, espaço de contradições, do embate entre público e privado. Motivo de disputa de interesses, a partir do período, sofre uma mercadoria. O Mercado como o riaco, se continuar nesse processo, de se transformar em local exclusivamente de mercadorias, o Mercado Público, que deve ser um espaço de interesse coletivo, de que emergem diferentes inteligibilidades sobre fatos iguais, e torna factível a possibilidade de comunicação. Sementes de outro espaço público, as possibilidades de um espaço que se constitua como um espaço de pluralidade, base da difícil convivência social e das relações de poder (...)" (LEITE, 2001)