

O espaço aéreo urbano e a cultura urbana: a propósito do significado espacial da silhueta de Macau

*Lei Chin Pang**

Introdução

Nos últimos anos, devido ao rápido desenvolvimento do turismo e do jogo de Macau, casinos-hotéis, enormes e luxuosos, têm vindo a surgir em Macau como cogumelos depois da chuva, tendo mudado de repente a silhueta de Macau. Esta nova silhueta formada pelas instalações dos jogos tem mudado enormemente o panorama urbano de Macau. No entanto, além do horizonte visível, qual seria o relacionamento entre a silhueta e a cultura urbana? Qual o sentido escondido de poder da silhueta? Qual o relacionamento entre a silhueta e a mentalidade e o comportamento dos cidadãos? Nesta sede, tentamos tomar Macau como exemplo e em combinação com a teoria do espaço urbano e a imagem de cidade, discutir o significado da silhueta da cidade.

1. A silhueta é o esquema de uma cidade: Do “M” de McDonald’s à Golden Gate

A silhueta de uma cidade, isto é, o horizonte do seu conjunto arquitectónico de arranha-céus, além de servir para o turista tirar fotografias como fundo, terá mais algum outro significado? Porque é que recentemente em Macau há pessoas que estão empenhadas em se oporem decididamente ao levantamento de arranha-céus no sopé do Monte da Guia? Porque é que há pessoas que se mobilizam mesmo em movimentos populares, em defesa do panorama circundante do Farol da Guia?

Antes do atentado de 11 de Setembro, qualquer pessoa podia reconhecer Nova Iorque, a partir dos arranha-céus encabeçados pelo World Trade Center. Os turistas podem também e desde logo aperceber-se do

* Doutorando da Universidade de Sussec.

charme de Paris, através da Torre Eiffel. O panorama do Victoria Harbour, foi durante muito tempo considerado como o rosto de Hong Kong. Se se pode comparar uma cidade como uma mercadoria, a silhueta da cidade é exactamente a sua marca comercial, por exemplo a letra “M” de McDonald’s, o círculo verde de Starbucks e o rato Mikey da Disneylândia. O estudioso Anselem Strauss, que se dedica ao espaço urbano e à sua simbologia, já nos anos 60 do século passado, lançou a ideia de que os cidadãos precisam de símbolos para perceber as suas cidades, a silhueta da cidade e algumas determinadas construções constituem importantes símbolos com que as pessoas se identificam com uma cidade. A elegante Golden Gate representa a cidade de São Francisco. O horizonte que começa desde o Battery Park, no sul de Nova Iorque é mesmo o símbolo da cidade de Nova Iorque¹. Para Strauss, a cidade é complexa, difícil de ser percebida, por isso, é preciso haver símbolos para a tornar mais simplificada. A imagem da cidade funciona como um esquema e um panorama geral que tornam as cidades complexas mais compreensíveis. Os cidadãos, além de sentirem a vida cidadina em pessoa, também precisam de símbolos simplificados para poderem perceber, de uma maneira simbólica e virtual, o significado e valor da sua cidade. Nos anos 60 do século passado, Anselem Strauss lançou um conjunto de argumentos teóricos sobre esta temática, mas não chegou a falar no turismo que tem conhecido um rápido desenvolvimento nas últimas décadas. De facto, quando um turista tenta perceber uma cidade, a silhueta da cidade é extremamente importante, porque muitas pessoas vão visitar Hong Kong, só para ver a paisagem nocturna do Victoria Harbour. Também há pessoas que têm especiais interesses em São Francisco, só porque ela tem o impressionante panorama, no qual se destaca a Golden Gate.

Por isso, sendo cidadãos de Macau, a pergunta que vamos colocar a seguir talvez seja: Nos últimos dois anos, que viram tantos casinos de grande dimensão concluídos uns atrás dos outros, fazendo com que a silhueta da cidade se encontre em constante renovação, estas “marcas comerciais”, além de terem mudado o panorama de Macau, encerram alguma conotação em si?

¹ Strauss, A. (1961) *Images of the American City*, Chicago, University of Chicago Press, p. 9.

2. Resenha histórica sobre a silhueta da cidade: De igrejas a fábricas e de arranha-céus a torres altas

Se se tentar fazer uma resenha histórica sobre o desenvolvimento urbano da cidade de Macau, pode descobrir-se quantas informações sobre política, economia e cultura estão escondidas na sua silhueta. O estudioso francês Henri Lefebvre foi o fundador da escola das ciências políticas e económicas que estuda o espaço urbano. Ele chegou a afirmar que o espaço é resultado de poderes: “ O espaço é político... é um produto social. A criação do espaço é semelhante à produção comercial de qualquer mercadoria”². O estudioso de esquerda David Harvey, que se dedica ao estudo do espaço urbano tem continuado com as discussões lançadas por Henri Lefebvre, numa tentativa de analisar o significado das construções, a partir do ângulo dos poderes e das construções³. É apologista de que as construções não só representam uma determinada época, mas também são o resultado de disputas de determinadas comunidades pela hegemonia política, social e cultural.

De momento, vou chamá-lo de “Positivismo da silhueta cidadina”: Para perceber uma época, basta pegar numa fotografia ou gravura da cidade de uma dada altura, em apenas três segundos, para podemos perceber a situação política e económica e dos poderes, através da silhueta cidadina. Na Europa pré-industrial, a construção mais alta tinha de ser necessariamente a igreja, que era o símbolo da cultura europeia e que representava o período medieval que durou dez séculos, em que houve uma perfeita coabitação entre o poder do Estado e a Igreja. Por isso, até agora, alguns países europeus têm diplomas legais que proibem que dentro de determinados metros quadrados na zona envolvente de uma igreja haja prédios com altura superior à dela. Mais tarde, quando a Europa entrou na época da revolução industrial, a silhueta duma cidade foi imediatamente ocupada por grandes fábricas, com as suas altíssimas chaminés. Isto representou o surgimento da Indústria, em detrimento da Agricultura.

Nos últimos cem anos, muitas cidades grandes do mundo têm-se empenhado em construir arranha-céus, dos quais podemos citar o Empire State Building e o World Trade Center. Estes prédios comerciais marcam

² Cai He (Dir.), *Sociologia Urbana: Teorias e visões*, Guangzhou, Editora da Universidade Dr. Sun Yat-sen, 2002, p. 169.

³ Sun Qingshan (trad.), *Sociologia Urbanas, Taipe*, Editora Wunan, 2004, p. 138.

o rápido desenvolvimento do capitalismo e o desenvolvimento da tecnologia de construção. Nas últimas décadas, alguns países têm continuado empenhados em disputas pela construção do “Prédio mais alto do mundo”. As altas torres constituem o tipo de construção que se destaca hegemonicamente da silhueta da cidade. Nos anos 80 do século passado, o marco de Tóquio era a Torre de Ferro de Tóquio. Até ao momento, a Pérola do Oriente continua a ser um importante símbolo de Xangai. A Torre de Macau tem mudado grandemente o panorama da zona de Bom Parto. Estas altas torres geralmente têm duas utilidades: Primeira, servem para transmitir sinais de televisão e segunda, como pontos de observação panorâmica. Isto representa uma viragem da sociedade capitalista, da primazia da manufactura dos primeiros tempos para a predominância da comunicação social, sobretudo a “massa média” das comunicações electrónicas, do turismo e dos serviços.

3. O mapa de poderes reflectidos no conjunto arquitectónico de Macau: a mudança na silhueta da cidade e a transferência dos poderes

Ao analisarmos desde ângulo, o conjunto arquitectónico duma cidade costumamos ter significados simbólicos subtis, que nos transmitem informações sobre o modelo económico, o ambiente cultural, o desenvolvimento tecnológico e até a situação política de uma determinada época. Numa palavra, quem e/ou quais as actividades que se apoderam dos poderes numa cidade. É muito interessante vermos as mudanças da silhueta da cidade de Macau, a partir deste ângulo. Se lançarmos a visão da Taipa na direcção de Macau, há uns vinte anos atrás, o que mais dava nas vistas era o Casino Lisboa e a Igreja que está na Penha. O primeiro é o casinopiloto dos casinos, que constituem a artéria económica de Macau e a segunda é uma grande igreja católica, símbolo da religião de Portugal. As duas construções encontram-se frente-a-frente, mas não se cruzam nos seus destinos, ainda que em certo sentido de confrontação. No início da década 90 do século passado, o prédio do Banco da China apareceu como o prédio mais alto de Macau, estabelecendo assim uma força política e económica, além dos casinos e do Governo português de Macau, de modo a simbolizar a transferência de poderes que iria verificar-se em 1999. Na actualidade, vários gigantes casinos-hotéis apareceram em Macau, num frenesim de competição em altura e em dimensão, que têm mudado radicalmente a silhueta da cidade de Macau e personalizam ainda a situação económica, após a liberalização dos jogos.

As relações entre os arranha-céus e os poderes são bem visíveis nesta “Batalha de disputa pelo espaço aéreo” que se trava em Macau, na actualidade. Se nos propusermos numa análise pela localização do Winn, percebemos qual a capacidade dela de se servir da “Estratégia espacial”. Este não só ocupa todo o horizonte visto da Taipa na direcção da Ponte n.º 16, situada no fim da Av. de Almeida Ribeiro, como as curvas que levanta encobrem fortemente todo o Casino Lisboa. Mais, o seu enorme reclame com a palavra Wynn, dá uma impressão arrasadora de querer devorar o Casino Lisboa. E qual é a impressão do Hotel Animação Imperial? Na zona em que se encontra não faltam prédios degradados; daí, perguntarmos porque é que foi escolhido esse terreno para a sua instalação? Basta lançar um olhar, a partir da frente da Biblioteca Central, situada na Avenida do Conselheiro Ferreira de Almeida em direcção à Praia Grande, e percebe-se logo: Olhando para longe, ele ocupa um grande espaço aéreo, com muito chamativos reclames luminosos. Tanto a Avenida de Almeida Ribeiro como a Avenida do Conselheiro Ferreira de Almeida são importantes artérias de tráfego e de zonas comerciais da cidade, e são evidentemente lugares muito disputados pelos interesses comerciais. Mais interessante é o facto de o Wynn e o Hotel Animação Imperial não ocuparem os espaços comerciais destas duas vias, mas sim o seu espaço aéreo. Trata-se da concorrência comercial, da competição pelos poderes e da disputa pelo espaço. Tal como uma mercadoria tenta encontrar os lugares mais visíveis para a sua publicidade, um prédio que simboliza certo poder também procura uma localização mais privilegiada, até ao ponto de provocar mudanças em toda a silhueta da cidade, com a sua presença. O melhor seria impor a sua visibilidade a todo o Território. É o exemplo do Novo Casino Lisboa. Esta situação é como o panorama do Victoria Harbour: ali existem altos prédios, tais como o prédio do Banco da China e o HSBC, etc, que representam certos poderes políticos e económicos e também não faltam gigantescas placas publicitárias de grandes marcas de telemóveis ou de empresas de restauração, em lugares estratégicos. Todos eles querem marcar a sua presença nos espaços aéreos mais importantes desta cidade.

4. A interacção simbólica do espaço urbano: o Mapa Cognitivo e a imagem cidadina

Além da sua função “publicitária”, as mudanças na silhueta da cidade de Macau têm uma função mais aprofundada, em termos culturais e

psicológicos, porque o espaço aéreo e a criação da imagem da cidade acabam por influenciar o pensamento e o comportamento das pessoas. Por exemplo, as construções góticas que se elevam para o céu, com o seu espaço interior, estreito e alto, e uma iluminação fraca e vidros foscos pintados de cores, tanto querem dar uma impressão de isolamento do mundo mundano, como impõem uma admiração imperiosa por elas (construção/Deus/Líderes religiosos). As construções góticas levam as pessoas a respeitar com medo o poder religioso que representam. O estudo de arquitectura de Taiwan, Bi Hengda, analisando a base psicológica do desenho do espaço aéreo público de igrejas e praças, destaca: “No Ocidente, as igrejas compridas, que têm grande fundo, deixam os crentes que lá vão fazer o culto, na sua marcha em linha directa, ir formando constantemente o sentimento de respeito e sensação de intimidação, de modo a atingir o efeito de uma crença pia. Assim, a linha axial que começa na Praça Tiananmen e atravessa a Wumwn (Porta do Sul) até Taihedian (Palácio da Suprema Harmonia) da Cidade Proibida, é mais um caminho que se dirige para o alto céu, do que uma longa caminhada”⁴.

Com a influência já exercida sobre a psicologia das pessoas, o passo a seguir é condicionar o comportamento humano: Quando eu andava na escola secundária, uma amiga minha que fora visitar os Estados Unidos da América, voltou de lá com muitas fotografias tiradas durante a estadia. Nelas descobri coisas muito interessantes: quando ela foi visitar a Disneylandia estava vestida com um vestido que lembrava um vestido de noite. Nas fotografias tiradas nas zonas mais movimentadas nova-iorquinas, aparece de ganga, que estava na moda. Mesmo sendo uma aluna do secundário, ela bem sabia das características e particularidades de cada lugar; por isso, tentava adaptar-se às circunstâncias com roupas diferentes e adequadas. Até sou capaz de imaginar que ela falava com posturas diferentes, perante os castelos medievais da Disneylandia e em pleno centro de Nova Iorque.

Vê-se que o espaço não só tem que ver com a visão, a psicologia, mas também com o comportamento. Nos estudos sobre a imagem das cidades, há uma parte que diz respeito à psicologia individual que tem a sua origem no conceito de “Mapa cognitivo” da psicologia. O psicólogo que lançou este conceito foi Lynch, K. o qual chegou a afirmar que uma vez

⁴ Lynch, K., (1960), *The Image of the City*, Cambridge, MA, MIT Press.

dotados de algum significado os lugares citadinos, forma-se uma imagem na mente das pessoas, que é como um mapa que leva os cidadãos a conhecer uma cidade⁵. Com base na psicologia, a escola de “Interacção Simbólica” da sociologia urbana começou a estudar as relações entre a imagem da cidade e a vida urbana. Alguns estudiosos têm destacado como é que os símbolos visuais podem influenciar a mentalidade e o comportamento dos cidadãos de modo a moldar a vida cidadina.

Lofland L., um dos estudiosos mais importantes da escola de “Interacção Simbólica”, destaca que a imagem da cidade tem duas funções principais nos fenómenos sociais citadinos: primeira, levar os cidadãos a perceber a vida cidadina e segunda, chegar a moldar a vida cidadina⁶. Vejamos um exemplo simples. Uma pessoa depois de ter visto a série televisiva norte-americana “O sexo e a cidade”, recebe um conjunto de símbolos. Isto começa por influenciar a sua compreensão sobre a cidade nova-iorquina e mais tarde, quando for a Nova Iorque, exerce influência sobre o seu comportamento. Outro exemplo é a Golden Gate é o marco de São Francisco. A imagem desta cidade é mais relaxada, enquanto que o símbolo de Nova Iorque é o conjunto arquitectónico muito denso de Manhattan, por isso, a sua imagem é a de uma cidade frenética. O imaginário cultural que se produz destes símbolos espaciais que tanto influenciam os turistas como os cidadãos locais, vai ao ponto de se transformar num modelo de vida e num modo de pensar.

Portanto, perante os casinos-hotéis, de grandes dimensões, que aparecem no horizonte de Macau, os turistas podem ter novas impressões sobre Macau e ao mesmo tempo, os cidadãos de Macau podem ter uma auto-imagem diferente. Quando o aspecto cintilante dos casinos se torna uma constante, os nossos valores podem sofrer alterações paulatinas. Quando Macau aparece nos “mass media” sempre ligada aos casinos de grandes dimensões, de estilos arquitectónicos extravagantes, os cidadãos de Macau também sofrem de alterações subtis no modo de se verem a si mesmos. Com o correr dos tempos, criamos o espaço, que por sua vez exerce influência sobre a nossa vida, dando significados à nossa vida. Em termos de estudos académicos, este problema é objecto da sociologia urbana e da psicologia ambiental. Os estudos destas teorias académicas lem-

⁵ Bi Hengda, *O espaço é poder*, Taipe, Oficina Alma, 2001.

⁶ Cai He, op.cit., p.112.

bram-nos que o que muda as pessoas de Macau, além do bom vencimento dos coupiers, dos verdadeiros contingentes de turistas e do aumento dos preços, que são coisas essenciais, também há o factor do espaço citadino que bem parece ser abstracto. Por isso, em relação ao Novo Casino Lisboa, extremamente imponente e agressivo, o que está na nossa discussão não é a elegância ou não elegância do seu aspecto, nem a possibilidade de se transformar no novo marco de Macau, até nem se fala no problema do projecto urbanístico. A nossa interrogação é esta: Uma construção destas, omnipresente e incontornável, como é que poderá mudar o nosso pensamento e comportamento? Como moldará os nossos valores e a nossa auto-imagem?

Conclusão

A influência que a silhueta da cidade exerce sobre os cidadãos é variada, tanto sobre o aspecto exterior como sobre o interior. Tem os seus lados de visão macroscópica e microscópica. Constitui um rosto dos cidadãos de Macau para a comunidade internacional e exerce certa influência no sentido dos comerciantes virem cá investir ou de os turistas virem cá para se divertir. Isto é o seu aspecto exterior. Constitui um indicador muito importante de auto-reconhecimento dos cidadãos de Macau e define o que é Macau e o que são os cidadãos de Macau, que acaba por se transformar no nosso modo de pensar. Isto é o aspecto interior. Tem o seu significado de visão macroscópica, porque marca as mudanças dos poderes políticos de Macau e a estrutura económica. Ao mesmo tempo, tem-se penetrado sigilosamente nos cantos mais escondidos da nossa vida, ao ponto de influenciar a nossa opinião sobre a estética, a nossa atitude em relação ao dinheiro, até podendo mudar a velocidade dos nossos passos. A silhueta da cidade de Macau, para os turistas, talvez seja apenas uma visão estonteante, mas como cidadãos de Macau não podemos deixar de ligar importância ao espaço aéreo que invade o nosso dia-a-dia. A recente polémica sobre o Farol da Guia mostra que há cidadãos que já têm consciência da silhueta de Macau, o que é um bom sinal para maiores reflexões. Devemos escutar o que nos diz a silhueta da cidade para reflectirmos de novo sobre a Macau de hoje e os seus cidadãos.