

IV ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo
Novos Rumos da Sociedade de Consumo?
24, 25 e 26 de setembro de 2008 - Rio de Janeiro/RJ

Consumo e Memória na Transformação da Paisagem Urbana

Letícia Miguel Teixeira¹
UNB
leticiamiguelt@yahoo.com.br

Resumo

Muitas reflexões podem ser desenvolvidas a respeito do consumo da arquitetura e de seus elementos integrantes, que tal como numa colcha de retalhos vão preenchendo o espaço urbano. Partindo do pressuposto que as cidades são criações sociais, as interações dos grupos que nela habitam expressam nos edifícios imagens, mensagens, tais como sinais impressos com os desejos e possibilidades dos indivíduos. Com isso as paisagens urbanas se transformam de maneiras distintas a partir de cada ação destes indivíduos, através de seus modelos ideários de consumo de espaços e imagens arquitetônicas. Neste processo a formação do HABITUS é parte da construção dos comportamentos que determinarão decisões a respeito de ações de manutenção e transformação das edificações, e em consequência, da paisagem urbana. Será abordada a influência do mercado dominante neste sistema, onde os tipos de comportamento dos indivíduos de certo modo se relacionam à vontade de se transmitir determinadas mensagens, em um modelo onde o consumo torna-se meio do indivíduo comunicar ao mundo sobre si. Com a globalização, este cenário tornou-se ainda mais complexo. A comunicação que expande formas de consumo das mais heterogêneas, que a grosso modo podem dividir-se entre os gostos das elites e do povo, podem se revelar como importantes agentes do processo de fortalecimento das identidades locais e consequente valorização da memória urbana.

Palavras-chave: Paisagem urbana; consumo; memória urbana.

¹ Mestranda pelo programa de pós graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Brasília. Orientadora: Ana Elisabete Medeiros.

Artigo produzido para disciplina de Sociologia Urbana ministrada pelo professor Brasilmar Ferreira Nunes no 1º semestre de 2008.

Introdução

A cidade enquanto paisagem urbana é uma grande colcha de retalhos de arquiteturas observadas a partir da escala cujo referencial é o homem. Rossi² designa a cidade a partir de fatos urbanos, específicos para cada lugar que propiciou o desenvolvimento de uma determinada realidade e experiência. A arquitetura é vista como o “*momento último desse processo*”, denominado fato urbano, pois corresponde a um elemento detectável. A arquitetura de cada edifício, os lugares coletivos de permanência e de passagem, são quem dão o suporte material que possibilita a experiência da vida em sociedade.

Cada pequeno fragmento da composição imagética mantém com a respectiva paisagem que compõe a mesma relação que o indivíduo mantém com a sociedade que integra. Assim como a parte está para o todo na construção da imagem da paisagem urbana, as características de cada ser estão para a formação do social, do coletivo, em igual grau de relação.



Foto de residência em São Luis. Fonte: governo local

Uma janela que compõe uma casa, que compõe uma rua, que compõe uma fração da cidade é um elemento que expressa informações sobre as práticas individuais do habitar que se repetem e são reinventadas entre grupos de uma mesma vizinhança, e podem até distinguir uma determinada região que assume um caráter sócio-cultural próprio.

As cidades são criações sociais, a todo tempo reconstruídas pela ação das pessoas que no cotidiano conservam, modificam e transformam o espaço onde vivem. O ambiente urbano é um produto social.

Enquanto processo e enquanto fruição a cidade é fragmentada, não linear, por mais previsível que se tente construí-la, mesmo quando apresente normas urbanísticas reguladoras bastante rígidas. As experiências da fruição do ambiente pelo transeunte nas áreas comerciais de grandes centros mostram esta diversidade, até na mais simbólica das cidades planejadas podemos encontrar exemplos: Nas áreas comerciais das super-quadras de Brasília podemos observar uma dinâmica bastante heterogênea, tanto do ponto de vista do observador pela via,

² ROSSI, Aldo. *A Arquitetura da Cidade*. Editora Martins Fontes. 1995. pág. 117

quanto do ponto de vista do observador pelos fundos que são voltados para as áreas residenciais, onde se encontra uma maior diversidade de experiências de apropriação do espaço público.

A cidade apesar de aparentemente ostentar uma ordem iminente na distribuição hierárquica de suas vias arteriais e secundárias é rizomática³ na sua expansão que se repete e se recria na multiplicidade das formas de habitar heterogêneas para grupos heterogêneos. Por que a paisagem urbana é múltipla? Porque sua composição imagética é múltipla, ocorre em tempos distintos e de formas distintas, já que é recriada por cidadãos com referências diversas, possibilidades únicas.

A cidade comunica através de suas imagens, transmite idéias, sensações, é simbólica.

A cidade pode ser considerada um sistema que verbaliza mensagens através de seus elementos significantes, onde lemos realidades sobrepostas umas às outras. Os principais elementos significantes poderão ser aqui definidos, de acordo com Rossi⁴ como elementos primários:

...que participam da evolução da cidade no tempo de maneira permanente, identificando-se frequentemente com os fatores constituintes da cidade.

Para Rossi o conjunto urbano se divide de acordo com três elementos primários definidos a partir das três funções: morar; permanecer em alguma atividade, se deslocar. Cada uma destas ações desempenhadas pelos indivíduos conformam espaços urbanos e arquitetônicos distintos, criados e transformados pelos homens no seu cotidiano. A maneira como se vive no cotidiano se expressa na construção, na paisagem, na cidade. E essa expressão é informação, os lugares comunicam e transmitem mensagens distintas através das sensações que despertam em seus usuários.

O espetáculo das cidades pode produzir um prazer especial, qualquer que seja a banalidade da visão que nos oferece. Como um fragmento de arquitetura, a cidade é uma construção dentro do espaço, mas uma construção em grande escala, um objeto perceptível só através de longas seqüências temporais”... “as seqüências são invertidas, interrompidas ou cortadas, de acordo com as ocasiões e os indivíduos que as percebem.”⁵

³ Ver DELEUZE, Gilles. GUATTARI, Félix. *Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia*. Volume I. Editora 34. São Paulo. 2000, introdução: Rizoma.

⁴ ROSSI, Aldo. *A arquitetura da cidade*. Martins Fontes. 1995. pág. 115

⁵ CHOAY, Françoise. *O Urbanismo* pág 308. – editora Perspectiva, 1965. São Paulo.

Na percepção do espaço, o lugar urbano do particular e do coletivo é interpretado, como um símbolo que se vê e o que se sente. Experiência esta que é julgada pela mente, onde em primeiro lugar é feita a distinção entre a novidade e o que já é conhecido. Especialmente através da imagem as sensações são despertadas, e estas por sua vez estimulam a troca entre o cidadão e o espaço fruído que despertou aquelas sensações. E essa interação do homem que reconstrói a imagem por sua vez é reassimilada por ele e pelos demais indivíduos que compartilham daquele espaço da cidade.



Vista da paisagem da rua Chile, bairro da Ribeira, em Natal. Opção dos proprietários e locatários pela cor nas fachadas. Fonte: <http://flog.digizap.br/dudu>.

É assim quando um morador troca uma janela da casa que mora, quando um usuário joga um papel na rua. A pessoa pode ter trocado a janela de sua casa por interpretar que o aspecto da mesma era ruim, ou por achar que seu modelo era velho, ou porque ela estava estragada a ponto de não ser mais aproveitada, ou porque o novo modelo estava na liquidação e ela já tinha a intenção de mudar alguma coisa na casa. O transeunte pode ter jogado o lixo na rua porque não viu uma lixeira, porque a rua estava muito suja e se sentiu a vontade para fazê-lo, pois o lugar público não lhe desperta um senso de zelo pelo comunitário. As interpretações são infinitas, variam de acordo com a cultura de cada cidadão, de sua experiência de vida, dos traços de sua personalidade. E o suporte material da experiência, o espaço coletivo e o privado, também se sujeitam às condicionantes ambientais, têm um desempenho frente a determinadas condições climáticas e de luminosidade. Desta forma, através da inter-relação entre o ambiente e o homem, as interpretações e sensações também são construídas.

Na sociedade urbana, caracterizada pela heterogeneidade de indivíduos, a cidade reflete um sistema de sensações e interpretação distintas. E na dinâmica urbana estas interpretações e novas construções se sobrepõem.

*As sociedades urbanas não se alojam em conchas vazias encontradas por acaso: procedem continuamente a uma reatualização e a uma mudança de sentido das formas antigas. Elas se reinterpretam.*⁶

⁶ LEPETIT, Bernard. *É possível uma hermenêutica Urbana?* in *Por uma nova história urbana*. Editora Universidade. São Paulo. 2001. pág. 147

Escolhas individuais determinam o que se altera e o que permanece dos edifícios, do espaço urbano. Novos cenários surgem a todo instante a partir de pequenas modificações de cada elemento que compõe a paisagem: Janelas, portas, telhados, jardins, grades, calçadas, volumes e vazios do construído. E com cada ato, cada decisão individual, a morfologia urbana e as imagens do lugar vão se transformando.



Imóvel no bairro Lagoinha, Belo Horizonte, apresenta uma sobreposição de elementos adquiridos ao longo de sua vida útil. Detalhe para referência ao antigo vão da janela, e a inserção de grades como opção de segurança do proprietário. Fonte: Leticia Miguel 2008.

Cada ação de cada cidadão em seu espaço individual que se reflete na composição da paisagem desencadeia uma série de novas reações nos demais indivíduos que interagem naquela comunidade.

Quando um grupo toma posse de um território, transforma-o à sua imagem - o espaço ratifica relações sociais – e, ao mesmo tempo, é pressionado pela própria materialidade de sua criação, à qual acaba obedecendo: ele se fecha no interior do quadro que construiu⁷

A formação do *habitus* na transformação da cidade

A sobreposição das imagens se constrói contrapondo a permanência com a substituição, permitindo que novas relações sejam travadas com os espaços vivenciados.

A idéia de permanência é muito vinculada ao hábito de continuar com um processo existente. Os hábitos e os costumes se relacionam diretamente com a capacidade de manter viva a memória na dinâmica urbana.

De acordo com Durkheim, os hábitos podem revelar disposições adquiridas pela criança no decurso da sua educação ou socialização. Em certa medida, o uso desta noção de hábito pode facilitar as concepções deterministas da supremacia do social sobre o individual⁸.

⁷ LEPETIT, Bernard. *É possível uma hermenêutica Urbana?* in Por Uma Nova História Urbana. Editora Universidade. São Paulo. 2001. pág. 147

⁸ *hábito (sociologia)*. In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2008. [Consult. 2008-07-09]. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$habito-\(sociologia\)>](http://www.infopedia.pt/$habito-(sociologia)>).

Um conceito explorado para compreender a construção do hábito é a expressão *habitus*. Husserl⁹ designava por *habitus* a conduta mental entre experiências passadas e ações vindouras do indivíduo. De acordo com Bourdieu¹⁰ o conceito de *habitus* vai desenvolver-se sobre a análise dos comportamentos dos agentes sociais, da sua "razão prática". A construção do *habitus* por estes grupos constitui o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e ideologias a eles relacionadas, podendo ser "atualizadas" em situações que se vinculam a posições e trajetórias determinadas de acordo com *o campo intelectual que se inserem*, campo este que por sua vez está inserido na *estrutura da classe dominante*. Para Bourdieu *habitus é*.

*...o modo como a sociedade se torna depositada nas pessoas sob a forma de disposições duráveis, ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados.*¹¹

O termo *habitus* é diferente de conceitos correntes tais como hábito, prática, apesar de nos ajudar a compreendê-los, pois corresponde a um sistema de disposições, modos de pensar, perceber, fazer, que nos levam a agir de determinada forma em uma dada circunstância, algo concomitantemente estruturante e estruturador de hábitos e práticas. Possui disposições duráveis e transferíveis, funcionando como princípio gerador e organizador de práticas e de representações podendo estar associado a uma condição de existência, sendo formado mediante uma interação, expressão social.

É interessante esta conexão que pode ser feita, com a constatação que um hábito praticado por um indivíduo pode ser entendido como uma forma de manifestação social, fato verificado nas suas várias expressões. No caso de nosso estudo, estamos analisando o hábito que constrói as paisagens urbanas, através da manutenção e transformação dos costumes cotidianos do habitar.

De fato, o cidadão urbano apresenta determinadas tendências de comportamento relacionadas à sua postura de habitar seu espaço particular e coletivo. Vê-se que alguns padrões se repetem.

*Os hábitos sociais e os usos são posicionados de modo que parecem durar mais do que as formas; a resistência mudou de lugar... já que todas as condutas de um grupo são cristalizadas por hábitos, elas registram configurações espaciais passadas.*¹²

⁹ HURSSERL, Edmund *Experience and Judgmente* (1973) In *Esclarecer o Habitus*, por WACQUANT, Loic. <http://www.cchla.ufpb.br/rbse/WacquantArt.pdf>

¹⁰ BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Perspectiva. 5ª edição 1999.

¹¹ BOURDIEU, Pierre in *Esclarecer o Habitus*, por Loic Wacquant. <http://www.cchla.ufpb.br/rbse/WacquantArt.pdf>

Outra importante constatação que pôde ser evidenciada de acordo com o conceito de *habitus*, é que ao mesmo tempo em que este pode ser dotado de uma relativa inércia, tende a “produzir práticas moldadas depois das estruturas sociais que os geraram”, ele não é estático, pois, “as disposições são socialmente montadas e podem ser corroidas, contrariadas, ou mesmo desmanteladas pela exposição a novas forças externas.”¹³. Essa maleabilidade pode explicar a ruptura de padrões, como a busca pelo novo, que é algo que persegue o homem moderno, especialmente agora, quando o cidadão global é sobrecarregado com uma contínua e crescente avalanche de informações. Outras formas de vida, novas formas de utilizar velhas tecnologias, os modismos que o mercado precisa alimentar, contribuem para que o homem urbano se torne cada vez mais ávido pela novidade.

As grandes cidades irradiam seus padrões de consumo sobre outras formas de organização territorial, fenômeno observado por Wirth¹⁴ e Simmel¹⁵, entre outros, desde o século XIX. Mais de cem anos após o advento da modernidade, observa-se que o modo de vida urbano emanado pelas grandes cidades tem aumentado cada vez mais sua abrangência, mostrando-se cada vez mais dinâmico e sedutor. Essa sedução influencia diretamente na formação de um mercado de bens simbólicos, onde o consumo destas formas de vida propostas pelas grandes aglomerações revela sentimentos associados à liberdade individual do cidadão tipicamente urbano e a crença na infinita inovação tecnológica que a cidade propicia.

Esse consumo expresso na morfologia urbana reflete este modo de vida ansiado pelo indivíduo que busca a novidade, a independência, podendo ser observado desde a difusão das tipologias dos altos edifícios espigões que abrigam inúmeras famílias que nem se conhecem, quanto no uso de determinados artefatos da construção civil que simbolicamente estão associados aos avanços tecnológicos desta indústria, sob o ponto de vista funcional ou estético, transmitindo logicamente a idéia de modernidade, de progresso.



Edifício residencial JK, 1951- Belo Horizonte.
Fonte: www.conjuntojk.com.br/.../curiosidades/jk

¹² LEPETIT, Bernard. É possível uma hermenêutica Urbana? in *Por uma nova história urbana*. Editora Universidade. São Paulo. 2001pág. 148

¹³ WACQUANT, Loic. *Notas para Esclarecer a Noção de Habitus*.
<http://www.cchla.ufpb.br/rbse/WacquantArt.pdf>

¹⁴ WIRTH, Louis. *O Urbanismo como modo de vida in Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro.1979.

¹⁵ SIMMEL, Georg. *A metrópole e vida Mental in Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro.1979

O tangível se modifica, é substituído, mas o padrão de comportamento da busca pelo novo permanece. E esse comportamento de busca da novidade é talvez o mais difícil de ser modificado, o mais perene, um hábito incrustado na personalidade do indivíduo contemporâneo. Paradoxalmente, para Adorno¹⁶ essa idéia de novo se encontra exaurida de conteúdo já há muito tempo, sendo apenas o remodelamento de reproduções de antigos esquemas introjetados nos indivíduos pela demanda do ciclo de consumo e produção.

Mercado dominante na esfera cultural do habitar

Existe na transformação das cidades uma importante contribuição da esfera cultural do habitar praticada pelos indivíduos. Há casos em que a preferência pela troca de materiais que integram as construções surge de modo intransigente, como uma única solução para problemas de ordem funcional ou mesmo estética. E é o próprio mercado que induz esse processo, quando a motivação econômica da substituição prevalece sobre a opção do reparo. Em muitas situações pequenos consertos poderiam suprir deformações e estragos naturais que o tempo causa aos produtos, mas as indústrias que produzem em larga escala lançam no mercado o produto novo com custos bem mais baixos em relação ao que o profissional liberal poderia oferecer no reparo do produto antigo. O custo da matéria prima, o tempo gasto pelo profissional e a inexistência da freqüência de oferta de serviços de reparo contribuem para esta disputa desigual.

Um componente desta realidade está relacionado à excessiva especialização ocasionada pela divisão do trabalho, que tornou cada vez mais restritiva a capacidade do profissional desempenhar toda uma linha de produção e dominar o conhecimento sobre o processo de fabricação de maneira global. Antes o indivíduo tinha entendimento sob a concepção, desde a confecção das peças até as montagens, inclusive tendo de raciocinar sob o processo de fabricação. Depois foi paulatinamente tendo de desempenhar cada atividade de forma segmentada, foi perdendo a visão holística. No caso da arquitetura e do design industrial quem raciocina sobre o projeto deixou de ser quem o executa. E nesse modo de produção fragmentado, estão cada vez mais escassos os profissionais que possuem um conhecimento mais abrangente, com relativo grau de especialização que possibilite solucionar os problemas de ordem funcional de forma integrada.

Os modos de produção capitalista são a base estrutural deste panorama consolidado pelas sociedades modernas que instauram ao longo ao séc. XX este processo de dominação, que se desenvolve ainda hoje intrinsecamente relacionado com o apoio econômico do capital

¹⁶ ADORNO, Theodor W. *Mínima Moralia. Reflexões a partir da vida danificada*. Ática. 2 edição. 1992

industrial. O comprometimento com a geração de lucros exorbitantes, a exploração dos indivíduos que produzem, e também dos que consomem, é o que sustenta este mercado competitivo. Os artefatos correlatos à produção da arquitetura, assim como a própria arquitetura são objetos de consumo como outros quaisquer.

O interessante é que os principais teóricos do movimento moderno, como Gropius¹⁷, acreditavam ser possível uma fusão entre arte, técnica e questões econômicas. Pensavam que assim a massa da população poderia ter acesso a produtos antes restritos a uma pequena parcela. Consideravelmente houve uma evolução nesse sentido, não fosse o processo alcançar outras proporções, onde hoje, à população de menor poder aquisitivo, resta apenas opções homogeneizantes de qualidade inferior em relação aos produtos aos quais uma classe mais restrita tem poder de escolha.

*A máxima exploração das possibilidades da divisão do trabalho e a produção em massa só é possível, porém, com a padronização de processos e produtos.*¹⁸

Outro fator a ser considerado é o que a indústria de bens de consumo duráveis - enquadrando aí os artefatos produzidos para a construção civil - apresenta a grande contradição de lançar novos produtos (ainda que na realidade não tragam tantas modificações substanciais) para substituírem modelos “ultrapassados”, e assim poder manter os altos índices de venda e lucratividade. Desta forma o consumidor é sempre induzido a sentir que está desatualizado, que precisa adquirir o produto que lhe trará um melhor patamar de conforto – um sentimento de cunho intrinsecamente psicológico, construído sob o símbolo de que o novo é melhor. Ou seja, em suma os bens duráveis não o são na realidade, pois induzem ao consumo de novos produtos de forma contínua.

Esta retroalimentação de produto que deixa de ser tão durável pois em curto prazo será substituído por outro, pode ser analisada sob o aspecto da construção do capital simbólico intrínseco ao consumo da indústria civil, que por sua vez se relaciona a todo um esquema de dominação do mercado sobre os indivíduos¹⁹. Toda relação é construída sobre um sistema onde a preponderância destas formas de consumo dominantes são assimiladas pelos indivíduos como forma de se fazerem aceitos, legitimados pelo grupo social que se encontram ou gostariam de estar inseridos.

¹⁷ GROPIUS, Walter. *Bahaus: nova arquitetura*. Perspectiva, 1988.

¹⁸ WIRTH, Louis. O Urbanismo como modo de vida in *Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro.1979.

¹⁹ Maiores esclarecimentos sobre a construção do capital simbólico podem ser obtidas no capítulo I do livro *O Poder Simbólico* de Bourdieu. São Paulo: Bertrand Brasil. 1989.

O consumo como transmissão de mensagem

Para Adorno, novas formas de consumo que se instauram na sociedade incentivam a decomposição do sujeito em *instantes convulsivos*, os quais o levam a acreditar que seguindo as últimas tendências²⁰ poderia se desvencilhar de um estigma do passado. Mas o resultado deste comportamento é sempre o abandono do indivíduo à *mesmice diferente a cada vez*²¹.

Isso também explica porque o mercado de produtos da construção civil lança sempre o similar popular quando investe em campanhas para divulgar um novo produto para as elites. O consumo é antes de tudo a transmissão de uma mensagem, que ocorre através de elementos materiais ou intangíveis. E nesse interessante processo de seleção daquilo que é julgado como bom, a população faz as suas interpretações sobre os produtos oferecidos, o tipo de imagem, de status adquirido com a aquisição deste novo produto. Desta forma, contribuem ainda mais para a popularização de determinados modismos e o incentivo às compras e obras de substituições. O mercado que produz o *top de linha*, voltado para a mais alta faixa de renda, também oferece a menor faixa de renda opções “similares”.

Um fenômeno análogo que acontece com diversas formas de consumo é a transferência de valores simbólicos. Na busca da novidade o consumidor muitas vezes acha que com a aquisição de um determinado produto associado a uma determinada forma de vida, ele também se renova e se torna uma nova pessoa para aquele novo produto.

Ao se consumir determinado produto ou estilo pressupõe-se que se conheça algo a seu respeito. Quando um indivíduo opta por permanecer ou alterar seu modo de se relacionar com seu espaço vivido para transmitir uma determinada imagem, é porque ele já tem uma pré-concepção, uma interpretação de uma determinada mensagem captada em algum espaço urbano por ele vivenciado. Espaço este que ele pode ter convivido por curto tempo, que ele pode ter conhecido apenas por seu aspecto imagético através da televisão, de revistas.

Considerando-se o nosso caso de estudo, que é a transformação da paisagem urbana, constata-se a existência de tipos de comportamento de dois grupos que serão aqui divididos como populares e elites. Essa distinção reflete a capacidade de compra associada ao poder econômico, o acesso à informação, e a própria formação cultural dos grupos.

Para o primeiro grupo, que sabemos ser uma considerável faixa da população urbana de nossas cidades, podemos observar que quanto ao fenômeno da troca de materiais de construção, especialmente os acabamentos de fachada, como esquadrias (ressalto estes por atraírem mais nossa percepção como fruidores do espaço urbano), há uma forte tendência da

²⁰ De acordo com a percepção daquele indivíduo sobre como ele está vendo estas tendências, a moda, e qual o acesso que ele pode ter à mesma.

²¹ ADORNO, Theodor W. *Mínima Moralía. Reflexões a partir da vida danificada*. Ática. 2 edição. 1992

substituição dos elementos antigos, da época em que todo o edifício foi concebido, pelo modelo novo, ao “gosto do que se tem utilizado no mercado como o mais inovador”. A necessidade de sentir-se inserido no processo da “modernização”, ao qual a mídia explora como um poder de escolha individual, mas que na realidade é bastante homogeneizante, faz com que a sociedade de massa identifique o ícone do consumo do novo como um estandarte de liberdade e *avanço* frente aos demais.

Por outro lado, há um fenômeno paralelo abordando o segundo grupo, mais seletivo, que procura consumir o novo no antigo. Seja através do fenômeno da especulação da parte da cidade onde estão localizados edifícios representativos do patrimônio cultural arquitetônico da cidade; seja na produção de uma arquitetura que se utiliza de materiais de demolição para construção de cenários.

Nesta última situação podemos observar como o consumo do patrimônio cultural vem adquirindo para esta faixa de renda um *caráter de fetiche*, diferenciado, único. Trata-se do consumo deste capital simbólico, que tem adquirido um valor comercial alto. A *espetacularização*²² do que há de excepcional no ambiente urbano tem sido realmente o grande objeto de consumo dos centros históricos para quem pode pagar.



Casa construída com materiais de demolição
Fonte: objetododesejo.com.br/desejo/?cat=15

*A embalagem que se dá ao patrimônio histórico urbano tendo em vista seu consumo cultural, assim como o fato de ser alvo de investimentos do mercado imobiliário de prestígio, tende a excluir dele as populações locais ou não privilegiadas e, com elas, suas atividades tradicionais e modestamente cotidianas*²³.

Também há de se considerar que esta última parcela da população possui um maior acesso à informação, mesmo com os consideráveis avanços em termos da democratização da mesma. Com isso há uma maior possibilidade de reflexão crítica sobre a produção atual do mercado de construção civil, levando à constatação que inúmeras qualidades presentes em alguns produtos antigos que não são encontradas em produtos similares novos. Considerando nesta análise o ponto de vista técnico da funcionalidade, do conforto, e da estética.

²² Ver CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. Editora Unesp. 2001

²³ CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. Editora Unesp. 2001

A difusão das formas de consumo na era globalizada

A revolução da informação assume hoje o papel primordial na difusão de padrões de consumo. O fenômeno do expressivo crescimento do consumo se deve a diversos fatores, dos quais se inclui o aprimoramento dos meios de comunicação que despejam imagens de novos produtos que se relacionam a novos padrões de vida. E esse consumo que transforma a cidade apresenta suas distinções de acordo com os grupos que nela habitam.

Um exemplo é a frenética troca de mercadorias que embora funcionais são vistas como “desatualizadas” e são logo substituídas, num processo sem nenhum pudor e grandes reflexões do cidadão comum a respeito do tema.

Argan²⁴, estudioso de arte Italiano, afirma que o salto tecnológico do que ele chama da segunda revolução industrial é a revolução da informação, que ocorre graças ao apelo do novo, a renovação que deprecia o antigo e o precisa destruir para existir.

O produto já não é o fim, mas apenas um fator no movimento da gigantesca massa de consumo. O que realmente se consome? O consumo dos objetos era extremamente lento, demorando tanto ou mais tempo do que era necessário para fazê-lo; as vezes o objeto (Por exemplo, a casa, os instrumentos de trabalho) durava mais do que o sujeito.... A coisa foi substituída por imagem; a imagem é frágil, gasta-se logo; as pessoas se acostumaram a se desfazer de coisas que ainda podiam servir, mas cuja imagem torna-se insuportavelmente batida. Descobriu-se que o consumo psicológico era infinitamente mais rápido que o consumo objetivo; basta apresentar um novo tipo de produto, e imediatamente o velho torna-se obsoleto, caduca.²⁵

Por outro lado, o consumo de produtos industriais muito banais também pode ser avaliado como “lugar comum” por uma parcela da população, e, desta forma, uma pequena elite passa a consumir o produto artesanal para poder se diferenciar, na tentativa de transmitir uma imagem singular.

Quantos cenários não são reconstruídos em grandes cidades, novas construções e ambiências (especialmente em lojas e restaurantes sofisticados) adornadas com material de demolição. São feitos com “ares de coisa antiga” na tentativa de se buscar alguma referência a um passado memorável, num refinamento e numa tentativa de diferenciação do comum.

²⁴ ARGAN, Giulio Carlo. *Do Iluminismo aos Movimentos Contemporâneos in Arte Moderna..* 4º reimpressão. Companhia das Letras.1996.

²⁵ARGAN, Giulio Carlo. *Do Iluminismo aos Movimentos Contemporâneos in Arte Moderna..* 4º reimpressão. Companhia das Letras.1996

Do ponto que o produto sai da fábrica até a sua efetiva inserção em uma composição maior, a paisagem urbana, fatores como a condição econômica da pessoa que vai adquirir o produto, sua necessidade, seu querer, sua intenção, sua cultura do habitar, sua inserção social, contribuem para o fenômeno da transformação urbana.



*... em uma dinâmica onde historicamente a universalização do comércio, seguiu-se a universalização da produção e, agora, a do consumo*²⁶.

Por isso o consumo pode ser um modo de vida: Pode ser o modo de vida urbano das grandes cidades ou por outro lado, o bucolismo e charme do modo de vida rural, dos pequenos povoados ou dos centros antigos. Transgredindo as barreiras territoriais, a imitação dos padrões urbanos de grandes cidades são transplantados para cidades médias e pequenas, e o contrário também pode ser observado.

*... O Mundo Urbano tem em alta conta o reconhecimento visual...*²⁷

A imagem que se tem de um determinado modo de vida, do consumo de um determinado produto, nos faz especular sobre a possibilidade de agregá-lo ou não na nossa vida. Nas pequenas moradas do interior, quando os habitantes optam em trocar as tradicionais janelas de folha calha (compostas por simples tábuas de madeira) pelos modelos de ferro fino ou alumínio encontrados vastamente nos depósitos de material de construção dos grandes centros, a mensagem da fachada do edifício se transforma. A paisagem se modifica.

Mesmo em bairros tradicionais de capitais, quando por questões econômicas, ou de violência urbana os vãos e ornatos em massa que personificavam as fachadas são tapados ou destituídos dos edifícios, a leitura do conjunto urbano fica como que embotada. A banalização do papel que cada elemento do conjunto representa para o todo é uma inconsciência por parte de quem é responsável por estes atos.

Por trás de uma função desempenhada pelo objeto janela, há também uma mensagem transmitida por cada um dos distintos modelos encontrados. Aqueles modelos mais difundidos pelo mercado da indústria da construção que por motivos econômicos são mais acessíveis à grande parcela da população pasteurizam a paisagem. Não refletem as características regionais, nem todo o passado das experiências do habitar antecedentes.

²⁶ NUNES, Brasilmar Ferreira. *Notas sobre Sociedades Metropolitanas na era Global*. Cadernos PPG- AU/ FAUFBA. Ano 5 Caderno Especial 2007.

²⁷ WIRTH, Louis. O Urbanismo como modo de vida in *Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro. 1979.

O consumo de tantos materiais padronizados sabota a percepção das especificidades de cada paisagem urbana, onde são ocultados os diversos tempos da cidade que estavam impressos em cada elemento singular que fora substituído. Os padrões repetidos pelas indústrias, que especialmente após a segunda guerra passaram a ser difundidos mundialmente, alteraram-se substancialmente quanto ao mercado a ser atendido, o elitizado e o popular.



Imóvel no bairro Lagoinha, Belo Horizonte, apresenta vãos tapados, adornos retirados, esquadrias trocadas, má conservação do revestimento.
Fonte: Leticia Miguel 2008.

Entretanto, sob o aspecto de inovação do design do produto a tendência foi e é a massificação e a redifusão das mesmas formas. Não é nenhuma novidade a padronização de conjuntos habitacionais inteiros, que podem ser encontrados iguais na região metropolitana de São Paulo ou no interior do Maranhão.

*Apesar da cidade, através do recrutamento de tipos variados para executar seus diversos trabalhos, e da acentuação de seu caráter sui generis através da concorrência e do prêmio pela excentricidade, novidade, desempenho eficiente e inventividade, produzir uma população altamente diferenciada, ela também exerce uma influencia niveladora. Onde quer que estejam concentradas as grandes quantidades de indivíduos de constituições diferentes, entra também o processo de despersonalização. Essa tendência niveladora é inerente, em parte, a base econômica da cidade.*²⁸

Um dos efeitos da globalização que pode ser constatado nessa grande massificação de padrões arquitetônicos e urbanos consumidos em todo planeta, e que vem gradativamente acentuando a transformação das cidades, é característica da difusão do chamado *Estilo Internacional*, que teve início ainda na primeira metade do século XX. Tal forma de expansão do *Movimento Moderno*, como preceito formal de arquitetura e do urbanismo, foi o grande responsável pelo processo de homogeneização e desvinculação com as antigas tradições construtivas, que seguiu as disposições econômicas da indústria correlata ao mercado da construção civil.

²⁸ WIRTH, Louis. O Urbanismo como modo de vida in *Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro.1979. pág 106

Como crítica ao *Movimento Moderno*, os chamados movimentos *Pós-Modernos*, aos quais se insere o chamado *Regionalismo Crítico*²⁹, que já apresentava expoentes na década de 50, vem dar o contraponto da discussão.³⁰ Trazem o ideário de valorizar o território e paisagem local, além de chamar atenção para aspectos como o resgate de modos de produção vernaculares, materiais regionais e tipologias tradicionais. Abordaram o princípio da "construção do lugar", levantando a discussão sobre o caráter dialético entre o local e o universal, e contestando os processos de assimilação resultantes do capitalismo tardio que originaram a homogeneização formal. Foi nesta época que o tema da memória urbana ressurgiu com maior propriedade, passando a considerar a importância das ambiências da chamada arquitetura menor (que não se constitui de monumentos) neste processo.

A difusão da informação para fortalecimento da memória urbana.

Um primeiro ponto a ser levantado é que a memória tem uma característica mais pessoal do que a história, fato que pode imbuí-la de mais força. A memória é objeto da história, um grau elementar de uma ciência maior. A memória pode ser construída de uma forma mais espontânea, menos premeditada, através da fruição do espaço, dos relatos sobre vivências passadas ou casos da tradição local. Na memória subsistem os elementos responsáveis pela transmissão de conhecimentos e costumes locais, aquilo que daria sentido e perspectiva temporal ao lugar e ao seu grupo. A história já se liga mais ao sentido e perspectiva temporal da nação, como elemento abstrato que é.

*De uma maneira geral, é às estruturas e à imagem do Estado que muitas vezes se ligará a idéia de história, à qual se oporá – positiva ou negativamente – a idéia de uma sociedade sem Estado e sem história.*³¹

Para Le Goff³² *toda história deve ser uma história social*, trata-se de uma ciência ambígua, paradoxal, abstrata.

²⁹ Ver FRAMPTON, Kenneth. *História Crítica da Arquitetura Moderna*. Tradução Jefferson Luiz Camargo - São Paulo, Martins Fontes. 1.ª edição. 1997

³⁰ Há uma corrente crítica de arquitetura encabeçada pelos arquitetos Marina Waismam e Fernandez Cox que utiliza o conceito de *Modernidade Apropriada*, entendendo a apropriação de referências locais não como oposição, mas sim como uma evolução da arquitetura latino-americana essencialmente modernista. Opto por utilizar o conceito de Regionalismo Crítico de Frampton por entender que em um dado momento houve sim uma ruptura, que foi quem possibilitou a exposição das manifestações pós-modernas na Europa que se relacionam a um certo historicismo e ampliação dos conceitos de patrimônio. COX, Fernandes. *Arquitetura da Trasmmodernidade na América Latina*, in Projeto. São Paulo. n.º 188. agosto 1995.

³¹ GOFF, Jacques Le. *História e Memória*. tradução Bernardo Leitão. Campinas, SP. UNICAMP, 1990

³² GOFF, Jacques Le. *História e Memória*. tradução Bernardo Leitão. Campinas, SP. UNICAMP, 1990.

*Se a memória faz parte do jogo do poder, se autoriza manipulações conscientes ou inconscientes, se obedece aos interesses individuais ou coletivos, a história, como todas as ciências, tem como norma a verdade.*³³

Paralelo ao crescimento do consumo que substitui e transforma bruscamente a cidade, o fortalecimento da idéia de se preservar a memória urbana e as diversas identidades locais é um fenômeno que se expandiu em parte através da difusão das correntes *pós-modernas*, como o *Regionalismo Crítico*, tendo a ressonância atual pelo processo de globalização.

Uma maior consciência sobre a pluralidade das manifestações culturais, em especial aquelas que se relacionam à difusão das práticas urbanas em territórios tradicionais urbanos, se deve a uma estrutura maior, que ocorre em escalas trans-territoriais. Na realidade o que se manifesta no microcosmo urbano reflete o processo de fortalecimento de regiões, Estados-Nações, em uma luta hegemônica que hoje chega aos chamados Estados Transnacionais: A partir de um contraditório estímulo inverso, na busca em se fortalecer a supremacia das formas de dominação das culturas já predominantes, as diversidades locais são ressaltadas como estratégia de envolver os grupos a elas relacionados. Os maiores e mais fortes no processo de expansão global têm apresentado a estratégia de procurar assimilar as pluralidades regionais como tática de ampliação de suas formas de dominação.

*As culturas nacionais têm, em regra, surgido em paralelo com os processos de constituição dos Estados, no interior dos quais especialistas da cultura se dedicam à reinvenção de tradições e reformulam, e até recriam, a essência étnica dos povos. À medida que os Estados nação começaram a interligar-se numa figuração mais densa, mantendo entre si relações de competição, foram-se tornando alvo de fortes pressões no sentido de constituírem uma identidade cultural coerente.*³⁴

Sendo alargada a visibilidade que os regionalismos passam a ter na mídia, com o crescente desenvolvimento e acesso mais democrático dos meios de comunicação, têm ocorrido uma maior difusão do valor imaterial que se faz presente nas identidades dos grupos locais. Esse reconhecimento acaba por conduzir a formação de uma identidade sócio-cultural dos territórios, que por sua vez dá dimensão de pertencimento dos indivíduos, retornando como num ciclo e fazendo fortalecer a identidade do grupo.

³³ GOFF, Jacques Le. *História e Memória*. tradução Bernardo Leitão. Campinas, SP. UNICAMP, 1990

³⁴ FEATHERSTONE, Mike, "Culturas globais e culturas locais" in FORTUNA, Carlos (org.), *Cidade, Cultura e Globalização*, editora Celta.

Neste processo, as pluralidades culturais de diversos territórios emergem cada qual com suas peculiaridades. Como os meios de comunicação e dominação cultural de massas possuem uma estratégia de expansão das formas de divulgação de estilos de vida, padrões de consumo e produtos que disputam o mercado, e a divulgação de informações sobre um mundo de diversidades, têm sido bastante explorados pelas empresas globais para se atingir um público cada vez mais variado.

Desta forma, por vias avessas, as estratégias de marketing acabam por difundir essa visão que o local, o singular, é importante e necessário para que o indivíduo se encontre no mundo. Assim, a expansão das formas de comunicação, como a Internet, tem contribuído para o resgate das identidades locais e da memória coletiva formada acerca da paisagem urbana que se identifica a esta noção de pertencimento do indivíduo.

A memória coletiva apoia-se em imagens espaciais; por outro, desenhando sua forma no solo, grupos sociais definem seu quadro espacial, nele inserido suas lembranças... Apenas a imagem do espaço, graças a sua estabilidade, é que nos dá a ilusão de não mudar através do tempo e de reencontrar o passado do presente; e é exatamente assim que se pode definir a memória³⁵.

Como foi já dito, o mercado também se apropria de expressões culturais para consumi-las como qualquer outro produto, mas é importante se verificar a expressiva quantidade de manifestações culturais³⁶ que surgem à consciência de seus praticantes através do contato com outras formas de cultura divulgadas até mesmo pelo mote comercial do mercado.



Vista da rua Itapecerica, no bairro Lagoinha, Belo Horizonte: Edifícios de diversas épocas ocupados por residências de classe média e comércio de bairro tradicional. Fonte: Leticia Miguel 2008.

Moradores de um bairro que ainda guarda marcas na sua morfologia urbana de manifestações arquitetônicas que se integram à história da cidade, começam a se interessar pela preservação da escala, das fachadas, até mesmo como elemento diferenciador, que ressalta a identidade da rua, do bairro. Em parte isso ocorre porque passam a compreender que aquele pedaço da cidade é reconhecido pelo restante da população fruidora como um local de resgate da memória coletiva urbana, associando-se a símbolos de confiança,

³⁵ LEPETIT, Bernard. É possível uma hermenêutica Urbana? in *Por uma nova história urbana*. Editora Universidade. São Paulo. 2001. pág. 145

³⁶ Nota da autora: entendendo todas as funções do habitar como manifestações daquela cultura urbana

aconchego, pertencimento. Eles próprios também tomam consciência daquela dimensão local a que pertencem como algo singular e único, que possa revelar para o mundo sobre o que são; entendendo aqui que a cidade e os espaços fruídos revelam muito do grupo social que os constituiu.

As identidades urbanas vêm se fortalecendo com os meios de comunicação, que funcionam como um instrumento de educação, conscientizando a população sobre seu importante papel na transformação das cidades. A imagem urbana comunica e transmite mensagens. Cada ato de conservação e preservação de um elemento arquitetônico que sobreviva ao impulso da “modernização” reforça a preservação da ambiência pré-existente, avigora a memória urbana local, e permite a difusão desta experiência para a coletividade através da divulgação deste gesto pelos meios de comunicação globalizados.

A divulgação da importância da manutenção da pluralidade das manifestações culturais arquitetônicas representativas do processo de construção das paisagens urbanas, que por conta da preservação destes edifícios se tornam mais autênticas e vinculadas à experiência da história de vida de seus grupos sociais, revela a outras comunidades a respeito do papel de seus imóveis particulares para construção de um processo similar. Proporcionando o contato com a experiência do outro, entram em contato com a própria identidade urbana, despertando o sentimento de salvaguarda daquilo que lhes é peculiar e os diferencia dos demais.

A cultura do habitar como elemento de educação experienciado na cidade dá luz à consciência sobre a importância da memória, da tradição, na construção de um espaço urbano coletivo mais qualitativo, visto que não cabe apenas ao Estado este papel. Como foi dito, a cidade é construção social, e o mercado de bens simbólicos na imposição de suas formas de consumo culturalmente dominantes, busca muitas vezes alienar o povo do seu papel de co-construtor da cidade. Não é apenas votando que se exerce cidadania. Estabelecer um olhar crítico sobre seu quintal, casa, rua, bairro; compreender o potencial de cada elemento na composição da paisagem, e a importância de se administrar seu padrão de consumo inconsciente, que é “carreado” pelo mercado dominante: gestos que cada indivíduo deve realizar para não se tornar refém dos padrões unificantes do processo do lado da globalização que acaba por gerar formas de habitar repetitivas e pobres de referências autênticas.

Conclusão

A heterogeneidade do ambiente urbano possibilita a construção das cidades pela prática do habitar do indivíduo, que por sua vez, expressa padrões de consumo assumidos na sua vida. A construção destes padrões de consumo é algo mutável, que está intrinsecamente

relacionada à capacidade de receber e processar a grande quantidade de informações que o mundo globalizado lança a todos que habitam o planeta.

É um erro pensar-se que a globalização só diz respeito aos grandes sistemas, como a ordem financeira mundial. A globalização não é apenas mais uma coisa que 'anda por aí', remota e afastada do indivíduo. É também um fenômeno 'interior', que influencia aspectos íntimos e pessoais das nossas vidas³⁷.

Há muita gente que acha que a tradição morreu com o advento da modernidade, mas, o que podemos observar com a difusão da comunicação na era global é uma tradição que ressurgue com vontade de se vincular ao futuro. Esta não é mais concebida como algo distante e separado, em um tempo longínquo, mas como uma espécie de linha contínua que envolve o passado e futuro, através de ações, escolhas, e opções de como fazer esta transmissão aqui, agora no presente.



Vista de imóvel e moradores do bairro da Federação em Salvador
Fonte: governo local.



Vista da rua Itapecerica, no bairro Lagoinha, Belo Horizonte,
Com edifícios de diversas épocas ocupados pelo comércio de bairro tradicional.
Fonte: Leticia Miguel 2008.

A cidade, como vimos, nunca é absolutamente sincrônica: o tecido urbano, o comportamento dos cidadãos, as políticas de planificação urbanística, econômica ou social desenvolvem-se segundo cronologias diferentes. Mas, ao mesmo tempo, a cidade está inteira no presente. Ou melhor, ela é inteiramente presentificada por atores sociais nos quais se apóia toda a carga temporal.³⁸

E essa capacidade de transmissão da tradição, que também se reconstrói de ano a ano com novos atores, pode ser difundida nas imagens, nas experiências da cidade. Experiências estas, que proporcionam a vitalidade da memória urbana para os grupos que a construíram e para os grupos que vêm a herdando. Como objeto simbólico, a cidade tem um grande impacto

³⁷ GIDDENS, Anthony, *O Mundo na Era da Globalização*, ed. Presença. Lisboa. 2002

³⁸ LEPETIT, Bernard. É possível uma hermenêutica Urbana? in *Por uma nova história urbana*. Editora Universidade. São Paulo. 2001. pág. 145

e poder de influência como meio de comunicação que se comunica por si só: nas boas experiências como forma de educação, ou com o vandalismo como forma de negação do bom convívio social. A instrução do indivíduo sobre como se viver em sociedade num mundo onde o lugar público é muitas vezes associado à *terra de ninguém* é um desafio que pode ser conquistado, a pequenos passos na compreensão de cada um sobre seu papel na construção das cidades.

E na esperança de uma maior consciência sobre as formas de *consumo na cidade e da cidade*, podemos ver a manifestação de muitas comunidades tradicionais remanescentes dentro de grandes centros urbanos se destacando com firmeza por sua postura frente ao apelo do consumo e da alienação pelo novo. E a comunicação da própria vida urbana destes territórios, atua como um instrumento de formação desta consciência maior, que esperamos ser o diferencial que chamará outras comunidades à participação e ao debate sobre a transformação da cidade.

Referências Bibliográficas:

ADORNO, Theodor W. *Mínima Moralia: Reflexões a partir da vida danificada*. Ática. 2^o edição. 1992

ALVES Ana Paola da Silva. *Contribuições da arquitetura para a "indústria cultural" de Theodor Adorno e Max Horkheimer*. dissertação de mestrado, faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG. Belo Horizonte 2006. fonte: <<http://hdl.handle.net/1843/VCSA-6W9FL4>>

ARGAN, Giulio Carlo. *Do Iluminismo aos Movimentos Contemporâneos in Arte Moderna*. 4^o reimpressão. Companhia das Letras.1996.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Perspectiva. 5^o edição 1999.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. São Paulo: Bertrand Brasil. 1989.

CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. Editora Unesp. 2001

CHOAY, Françoise. *O Urbanismo* pág 308. –Perspectiva, 1965 . São Paulo.

DELEUZE, Gilles. GUATTARI, Félix. *Mill platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Volume I

FEATHERSTONE, Mike. *Culturas globais e culturas locais* in FORTUNA, Carlos (org.), *Cidade, Cultura e Globalização*, editora Celta.

FRAMPTON, Kenneth. *História Crítica da Arquitetura Moderna*. Tradução Jefferson Luiz Camargo - São Paulo, Martins Fontes. 1^o edição. 1997

GOFF , Jacques Le. *História e Memória* . tradução Bernardo Leitão . Campinas, SP .UNICAMP, 1990

GROPIUS, Walter. *Bahaus: nova arquitetura*. Perspectiva, 1988

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo. Unesp.1991.

GIDDENS, Anthony, *O Mundo na Era da Globalização*, ed. Presença. Lisboa 2002.

HURSSERL, Edmund *Experience and Judgmente* (1973) In *Notas para Esclarecer a Noção de Habitus*, por WACQUANT, Loïc. [Consultado em 2008-06-19]. Disponível na www: < URL: <http://www.cchla.ufpb.br/rbse/WacquartArt.pdf>>

MARICATO, Ermínia. *A produção capitalista da casa (e da cidade) no Brasil Industrial*. Alfa Omega. São Paulo.1979.

LEPETIT, Bernard. *É possível uma hermenêutica Urbana?* in *Por uma nova história urbana*. Universidade. São Paulo. 2001

NUNES, Brasilmar Ferreira. *Notas sobre Sociedades Metropolitanas na era Global*. Cadernos PPG- AU/ FAUFBA. Ano 5 Caderno Especial 2007.

ROSSI, Aldo. *A arquitetura da cidade*. Martins Fontes. 1995

SIMMEL, Georg. *A metrópole e vida Mental in Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro. 1979

SOUZA, Jesse. OELZE, Berthold. Organizadores. *Simmel e a modernidade*. Editora Universidade de Brasília. 2005.

WACQUANT, Loic. *Notas para Esclarecer a Noção de Habitus*. [Consultado em 2008-06-19]. Disponível na www: <URL: <http://www.cchla.ufpb.br/rbse/WacquartArt.pdf>>

WIRTH, Louis. *O Urbanismo como modo de vida in Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro. 1979.

hábito (sociologia) . In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2008. [Consultado em 2008-07-09]. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$habito-\(sociologia\)](http://www.infopedia.pt/$habito-(sociologia))>.