

## A PAISAGEM URBANA E A FORMAÇÃO DA IMAGEM TURÍSTICA DA CIDADE

PEDRO DA COSTA RIZZOLO<sup>1</sup>; CAROLINA RODRIGUES SERAFIM<sup>2</sup>; ADRIANA ARAUJO PORTELLA<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [pedro.rizzolo@gmail.com](mailto:pedro.rizzolo@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [carolinarserafim@outlook.com](mailto:carolinarserafim@outlook.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [adrianaportella@yahoo.com.br](mailto:adrianaportella@yahoo.com.br)

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho propõe uma reflexão sobre como a paisagem urbana é construída pela ação dos indivíduos, como ela é percebida pelos moradores e sobre a influência que os elementos dessa paisagem exercem sobre o comportamento humano, estimulando atitudes positivas de conservação do ambiente ou negativas, de depredação e destruição.

A paisagem configura o primeiro contato do turista com os novos lugares visitados. De acordo com LYNCH (1960), as primeiras impressões extraídas do ambiente são formadas pelo olhar do visitante observador que processa, a partir de suas experiências prévias e concepções entremeadas pela cultura, uma imagem do meio ambiente por ele observado. O ambiente, por sua vez, é um reflexo dos momentos históricos e seus impactos que permeiam e modificam continuamente a formação do local, imprimindo essas marcas na paisagem urbana.

Para entender melhor essa relação entre observador e ambiente, surge a Psicologia Ambiental. Segundo ANTUNEZ et. al (2011), essa área da psicologia analisa como o indivíduo avalia e percebe o ambiente, além de como ele é influenciado pelo mesmo. Assim, certos constituintes do ambiente podem tornar possíveis determinada conduta ou, ainda, inviabilizar sua prática.

Pretendemos apresentar, neste trabalho, uma reflexão acerca da paisagem urbana e a formação da imagem turística da cidade, destacando os prós e os contras de uma cidade voltada especificamente para satisfazer o turista.

### 2. METODOLOGIA

A partir de conteúdos apresentados durante a disciplina de Teorias do Urbanismo II, na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo de Pelotas (FAUrb/UFPEL), foram promovidos debates sobre a criação da imagem turística das cidades e como a cenarização impacta a percepção e vida dos moradores de um determinado lugar.

Com base na revisão bibliográfica do livro A imagem da cidade LYNCH; KEVIN (1960), no repertório de artigos sobre a psicologia ambiental e na Teoria das Janelas Quebradas (Broken Windows Theory), publicada em 1982 por uma revista norte-americana, foi realizada uma pesquisa teórica sobre duas cidades, Gramado - RS e Holambra - SP, que foram consideradas como cidades cenarizadas.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

#### **A PSICOLOGIA AMBIENTAL**

A Psicologia Ambiental surge como campo de estudo após a Segunda Guerra Mundial, com a necessidade de reconstrução das cidades. Essa área, inicialmente chamada de “Psicologia da Arquitetura” se origina da necessidade dos profissionais de arquitetura de melhor compreensão acerca das demandas dos futuros moradores dessas grandes obras públicas (programas habitacionais) que vinham surgindo nesse período para abrigar a população. É nessa época que começam a surgir blocos de apartamentos. Os aspectos físicos do ambiente passaram a ser relacionados ao comportamento humano e itens como iluminação, conforto térmico e ventilação receberam maior atenção.

Existem duas correntes que impulsionaram o surgimento da Psicologia Ambiental: uma relacionada aos aspectos do ambiente físico-espacial, que se relaciona à arquitetura e outra, conectada às questões ambientais. De acordo com ANTUNES et al. (2011), a primeira delas tem o seu início por volta da década de 1950. Teve seu surgimento da preocupação em entender a forma como o espaço físico-espacial influencia o comportamento das pessoas. Essa corrente foi movida pela insatisfação da abordagem egocêntrica do design e pelo desejo de um design mais centrado no utilizador, numa tentativa de criar ambientes saudáveis para as atividades humanas; mas também pela destruição de diversas cidades europeias durante a segunda guerra mundial e a necessidade da sua reconstrução de modo funcional.

#### **CIDADES CENARIZADAS COMO OBJETO DE ESTUDO**

##### **GRAMADO – RS**

A cidade de Gramado, localizada na Serra Gaúcha, possui arquitetura predominante no estilo enxaimel, o que confere à cidade um aspecto europeu, alicerçado nas culturas germânica e italiana, cenário que é completado pela vegetação, pelo clima e a urbanização dos espaços, com iluminação, decoração e paisagismo.

De acordo com CALIL (2013), os primeiros ocupantes da cidade de Gramado não eram estrangeiros, apenas se estabeleceram na região em 1874, dando início à um povoado que, mais tarde, foi colonizado por imigrantes alemães e italianos. Assim como as tradições refletiram no modo como as pessoas realizavam suas atividades diárias, elas também se reproduziram nas construções da cidade, que até hoje são totalmente presentes nas fachadas das casas e prédios das principais ruas turísticas.

Atualmente, Gramado possui cerca de 35 mil habitantes e de acordo com o Jornal VS (2016) esse número é 40 vezes menor do que a quantidade de turistas que recebe por ano, ou seja, a cidade é totalmente voltada para o turismo. A indústria do turismo confere à cidade muitas divisas, gera uma parcela importante das vagas de emprego, tanto direta como indiretamente, garantindo, dessa forma, renda a muitas famílias.

Essa obediência à lei do mercado (maior procura, maior preço) acaba por excluir esses mesmos trabalhadores, artífices dessa indústria tão exitosa, da fruição desses ambientes e artigos de consumo, pela razão de seus salários serem incompatíveis com a realidade dos preços do comércio de sua própria

cidade. Ou seja, os habitantes de Gramado acabam não conseguindo aproveitar as atrações do local e acabam apenas vivendo para trabalhar, tentando buscar outras formas de lazer nas periferias da cidade.

## **HOLAMBRA - SP**

Município pertencente ao Estado de São Paulo e localizado na região metropolitana de Campinas, Holambra é uma cidade de colonização Holandesa. A cidade se destaca por ser a maior produtora de flores da América Latina, e é considerada Estância Turística pelo Governo do Estado de São Paulo.

Segundo FAGERLANDE (2016), por Holambra possuir esse vínculo com a cultura holandesa e de suas famosas produções de flores, o turismo se tornou uma possibilidade comercial para a cidade, contando com a existência de um processo de tematização e cenarização. No início, não havia a preocupação em construir edificações em estilo holandês, porém, esse procedimento passou a ser estratégia turística da cidade.

## **REFLEXOS NA CIDADE DE HOLAMBRA – SP**

Segundo GALLI (2009), moradores de Holambra que mantenham o padrão de arquitetura holandesa em seus estabelecimentos comerciais e suas residências, poderão receber descontos de até 50% no IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano). Esse incentivo acabou criando uma arquitetura de fachada, que muitas vezes não remetem nem ao “estilo holandês”, criando apenas uma arquitetura sem preocupação, apenas para tentar receber algum auxílio.

Holambra tem se dedicado ao aprimoramento visual de suas construções. O apelo visual está ligado ao turismo, e não no fundamento de manter as tradições. Não somente Holambra, mas em cidades de cunho turístico, que tem como suas principais atrações as suas construções e seu urbanismo, remetendo na maioria das vezes vilas europeias, como Campos do Jordão, em São Paulo, são cidades que são construídas como cenários reais saturados de elementos que são facilmente consumidos por turistas.

A diferença entre cidades turísticas montadas, como Holambra, e cidades turísticas que apenas mantém e exaltam sua história, como Roma, é que em cidades de cenarização, a cultura é vista como consumo e, já em cidades históricas, os seus visitantes conseguem apreciar e viver a cultura existente. Os espaços de Roma são aproveitados da forma como foram planejados, seu estilo arquitetônico é próprio, demonstrando que há um embasamento autêntico tanto para o turismo quanto para os habitantes.

## **4. CONCLUSÕES**

No Brasil, as cidades turísticas de Gramado, no Rio Grande do Sul e Holambra, em São Paulo constituem exemplos de urbanização promovida pela parceria entre o poder público e a iniciativa privada com o principal objetivo de atrair turistas e consolidar os locais como polos turísticos importantes do país.

As paisagens urbanas, resultado sobretudo de elementos antrópicos, deveriam atender às necessidades e ao bem-estar de seus habitantes e quanto, a esse aspecto, constata-se que as cidades mencionadas tiveram suas identidades construídas para atender, essencialmente, ao turista. Gramado, por exemplo, direciona os trabalhadores a residirem nos bairros periféricos e, por razões de

mercado voltado para o lucro, exclui esse mesmo trabalhador da possibilidade de usufruir do consumo dos bens e serviços produzidos na região.

A imagem da cidade deve ser entendida como a soma das paisagens que se destacaram na visitação e que chamaram a atenção do visitante seja pela sua qualidade ou não (LYNCH, 1960). Sendo assim, ambas cidades objetos de estudo deste artigo apresentam uma imagem construída da cidade, vendida somente para apreciação turística, tornando-se inerte ao bem-estar dos seus habitantes e de suas necessidades.

Torna-se necessário uma análise crítica da prática do turismo nas cidades em questão, visto que, tanto as cidades mencionadas quanto às demais cidades do país, deveriam ser passíveis de igual quantidade de recursos que garantem o conforto da população local, proporcionando áreas de lazer acessíveis e espaços qualificados – solução essa que, como foi visto, pode amenizar ou até extinguir as práticas de violência e degradação do patrimônio. Além disso, pode-se perceber a importância de manter e exaltar, também, a cultura dos habitantes locais, para que não seja imposta sobre esses uma cultura inverídica e comercial, voltada para os turistas e para o lucro de grandes empresas.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACUÑA, Y. **Psicologia Ambiental**, 2013. Acesso em: 5 mar. 2018. Online. Disponível em: <[https://prezi.com/xvzbj\\_ckinb\\_/psicologia-ambiental/](https://prezi.com/xvzbj_ckinb_/psicologia-ambiental/)>

ANTUNES et al. **Psicologia Aplicada**. In: LOPES, M; PALMA, P; RIBEIRO, R; CUNHA, M. Lisboa: RH, 2011.

FAGERLANDE, S. **Holambra: a construção da imagem em uma cidade turística**. Disponível em: <<http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/oculum/article/view/2900/2352>> Acesso em: 8 mar. 2018.

FAGERLANDE, S. Holambra: a construção da imagem em uma cidade turística. **Oculum Ensaios – Revista de Arquitetura e Urbanismo**, Campinas, v.13, n. 2, p.1-15, 2016.

GALLI, T.B. **Uso do território e fronteiras internas: o caso da proposta de redesenho fronteiriço do município de Holambra (SP)**. 2009. 205f. Tese (Doutorado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Ciências, Universidade Estadual de Campinas.

JORNAL VS. **Gramado Recebe, por ano, 40 vezes mais turistas do que tem de moradores**. Jornal VS, São Leopoldo, 10 jul. 2016. Curiosidade. Acessado em 8 de mar. 2018. Online. Disponível em: [https://www.jornalvs.com.br/\\_conteudo/2016/07/noticias/pais/361641-gramado-recebe-por-ano-40-vezes-mais-turistas-do-que-tem-de-moradores.html](https://www.jornalvs.com.br/_conteudo/2016/07/noticias/pais/361641-gramado-recebe-por-ano-40-vezes-mais-turistas-do-que-tem-de-moradores.html)

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. Lisboa: MIT Press, 1960. 1v.