

## O SHOPPING LIGHT: PERCEPÇÃO E MEMÓRIA DO LUGAR

Maria Pronin<sup>o</sup>

Berenice Carpigiani<sup>o</sup>

Alunos: Maíra de Ascensão Pinheiro, Maraísa Ramos, Nathália Arruda, Renata Pazero, Leonardo José de Lima e Plínio de T. Macedo Carpigiani<sup>o</sup>

### Introdução: qualidade ambiental do Shopping Light

A qualidade do ambiente urbano pode ser medida pelo grau de conforto físico e psicológico de seus moradores e usuários. Na avaliação dos aspectos psicológicos e sócio-culturais há um determinado grau de complexidade, por se tratar de imagens idealizadas e de valores culturais. A qualidade ambiental, considerada em seus aspectos psicológicos e socioculturais, envolve efeitos do meio sobre a conduta e o sentimento do homem.

Quando são levados em conta aspectos físicos e bioquímicos, é mais comum que

---

<sup>o</sup> Arquiteta pela FAUUSP, mestre em arquitetura e urbanismo pela FAUUSP, doutora em arquitetura e urbanismo pela FAUUSP, professora de projeto arquitetônico e pesquisadora na FAUMACK.

<sup>o</sup> Psicóloga pela PUC-SP, especialista em psicologia clínica pelo I. Sedes Sapientiae-SP, mestre e doutora em comunicação e saúde pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora, supervisora e chefe de departamento na Faculdade de Psicologia da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

<sup>o</sup> alunas da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UPM e alunos da Faculdade de Psicologia da UPM

sejam utilizados como forma de referências dados numéricos, gráficos, tabelas e valores recomendados e, quando a mensuração e compreensão levam em conta os aspectos psicológicos, deverão ser considerados modelos de característica mais qualitativa por envolver valores e comportamentos.

Neste sentido, a psicologia pode servir de apoio aos projetos arquitetônicos na previsão de possíveis reações humanas a estímulos sensoriais do ambiente construído.

O ser humano possui grande capacidade de adaptação ao meio, mesmo em condições adversas ao seu bem estar físico e psicológico, mas a tarefa dos arquitetos e planejadores na produção do espaço construído deve ser a tentativa de minimizar, na medida do possível, os efeitos negativos deste processo de adaptação.

O Alexandre Mackenzie é uma edificação de interesse histórico para a cidade de São Paulo que foi reconvertida para shopping center, com arquitetura original preservada e mudança de uso no seu interior. Abriga hoje um espaço semi-público, de arquitetura interiorizada, que se destina ao consumo e ao lazer. Sua localização, à Rua Xavier de Toledo, na esquina do Viaduto do Chá é estratégica pela sua visibilidade e pelo fácil acesso aos pedestres que circulam pela rua.

A função original do prédio era de sede da Companhia Light. A empresa, de origem canadense, transformou-se no fim dos anos 70 na estatal Eletropaulo, responsável pela distribuição da energia elétrica em parte do estado de São Paulo. A partir de 1999, data da conclusão da

obra de revitalização o edifício passou a ser um centro de compras e lazer, conhecido como Shopping Light. O projeto de reconversão é de autoria do arquiteto paulista Carlos Faggin (1994).

### Histórico do edifício Alexander Mackenzie e da Light

O edifício Alexander Mackenzie, reconvertido nos anos 1980 em centro de consumo, conhecido como Shopping Light, foi originalmente a sede da antiga Companhia Ligh. O imóvel está localizado no centro da cidade, nas proximidades do triângulo histórico primordial, ocupando a esquina do Viaduto do Chá (Figura 1), com a Rua Xavier de Toledo e com a terceira fachada voltada para a Rua Formosa, no nível do Vale do Anhangabaú. O Viaduto do Chá, que atravessa o vale, constitui um importante eixo de conexão da Praça do Patriarca no antigo centro histórico, com outro centro um pouco mais novo, onde está a Praça Ramos de Azevedo, em frente ao Teatro Municipal. O viaduto atravessa o Vale do Anhangabaú, que também é ponto referencial da cidade, assim como todos os outros aqui referidos.



Figura 1: Da esquerda para a direita o prédio Shopping Light, o Viaduto do Chá e ao centro o Teatro Municipal. Fonte: STAJANO, Roberto C. "Cartão Postal", 2004.

Para melhor situar no contexto histórico da cidade a origem do edifício Alexander

Mackenzie, foi preciso pesquisar um pouco sobre as origens da Light. A sede da companhia permaneceu instalada no local durante um período significativo de tempo, quando era freqüentada pela população da cidade e quando era preciso ir ao centro para resolver quase tudo, até para pagar uma conta.

No final do século XIX, os serviços de transporte e de abastecimento de energia elétrica eram bastante precários em São Paulo. Comendador Antônio Augusto de Souza se associou com empresários canadenses para organizar a São Paulo Railway Light and Power Company Ltda. As primeiras instalações da empresa na cidade em 1899, ocupavam um edifício da Rua São Bento, no centro antigo, obtendo da Câmara a concessão de privilégios por 40 anos no fornecimento de serviços. As instalações foram mudando para novos locais como a Rua Direita e depois a Praça Antônio Prado, a partir de 1907. Foi nesse período que a Light passou a ter maior importância como fornecedora de energia no plano nacional. Em 1910, 30% da energia total utilizada por São Paulo eram fornecidos pela empresa, parcela que passou a 52% na década de 1950.

Na época foram construídos o reservatório do Guarapiranga, e a usina de Paranapiacaba. O reservatório regularizava a vazão do Rio Tietê para melhor funcionamento das turbinas. Com a ampliação das atividades da empresa tornou-se necessário um espaço maior para as suas instalações, o que acabou ocasionando a aquisição do Teatro São José (Figura 2), onde passou então a funcionar a Seção de Recebimento de contas de luz. O edifício foi mais tarde demolido para a construção da nova sede com fachada maior para o Viaduto do Chá.

O projeto arquitetônico foi executado por Preston e Curtis, arquitetos norte-americanos e a engenharia civil ficou a cargo dos engenheiros Severo e Vilares, do escritório técnico Ramos de Azevedo, encarregado pela construção, concluída em 1929 (Souza,82)<sup>1</sup>.



Figura 2: Parque do Anhangabaú com o Teatro São José à esquerda e o Teatro Municipal à direita em 1920. Fonte: REIS, Nestor G. "São Paulo – Vila, Cidade, Metrôpole", Restarq/Via das Artes, 2004.

O prefeito Antonio Prado e todos da Câmara Municipal eram contrários ao monopólio da companhia estrangeira. O prefeito abriu espaço para outros concorrentes, o que provocou como resposta da Light o congelamento dos preços, uma vez que havia interesse da companhia na renda proveniente do setor de transportes. Com o congelamento das tarifas do transporte dos bondes elétricos, a qualidade dos serviços acabou caindo, o que estimulou a criação dos ônibus.

Em 1924, na época da crise de energia, foi apresentado um plano de configuração radial de grandes avenidas por Prestes Maia. Como alternativa, a Light apresentou então em 1926 um plano do canadense Norman Wilson, que incluía a construção do metrô, na maior parte de superfície e que acabou não sendo aceita. Apesar disso, várias usinas de geração e distribuição de energia foram construídas pela Light para garantir o fornecimento de energia para demais setores, inclusive o industrial. O edifício da nova sede que foi projetado para ocupar o terreno do Teatro

São José demolido, acabou sendo construído e inaugurado em abril de 1929 (Figura 3).



Figura 3: Vista do Anhangabaú por volta de 1928, tendo à esquerda o prédio da Light e à direita o Teatro Municipal. Fonte: REIS, Nestor G. "São Paulo – Vila, Cidade, Metrôpole", Restarq/Via das Artes, 2004.

Uma nova ampliação da sede da Light teve que ser planejada, uma vez que crescia o consumo de energia elétrica e as instalações precisavam de mais espaço. Esta nova etapa de construção aconteceria em três etapas: a primeira do lado da Rua Formosa, a segunda do lado da Xavier de Toledo e a terceira, com previsão de 20 pavimentos no centro da edificação existente. Em 1941 foi concluída a primeira etapa com 29.720m<sup>2</sup> de área construída destinada a escritórios da empresa (Figura 4).



Figura 4: O edifício da Light em 1949. Fachada para a Rua Formosa. Fonte: SOUZA, Edgard de, "História da Light", 1982.

A partir de 1947, a Light acabou perdendo o monopólio do transporte público, que passou para a Companhia Municipal de Transportes Públicos. A preferência pelos ônibus, como melhor opção de transporte para a cidade foi confirmada por estudos encomendados pela prefeitura, sendo que a retirada da última linha de bondes em meados de 1960, foi considerada como sinal de progresso. É importante acrescentar que o planejamento urbano de São Paulo nas primeiras décadas do século XX, privilegiou mais o ônibus e o transporte privado, deixando de lado as propostas da Light. Mais tarde, as decisões políticas passaram a ser favoráveis aos interesses nacionais da indústria automobilística que se instalava no Brasil. Os planos urbanísticos foram desenvolvidos de acordo com um novo modelo, inspirado no modelo norte-americano e mais adequado ao transporte particular e ao ônibus. As grandes avenidas foram projetadas para conectar o centro da cidade com as distantes periferias.

### **Conceito e histórico de shopping center como espaço semi-público**

O termo shopping center surgiu na época da reconstrução de países desenvolvidos após a segunda guerra mundial. A Sears Roebuck, já na década de 1920, prevendo o apogeu do automóvel e a elevação do custo do solo urbano, criou suas lojas de departamentos nos subúrbios americanos. Os primeiros shoppings eram ancorados por lojas de departamentos, como foi o caso de Seattle e Farminghan, ambos no EUA no início dos anos 1950. A partir da popularização destes centros comerciais nos EUA nas décadas de 1950 e 1960 se

expandiram pelo mundo. Este modelo de empreendimento foi derivado de edificações comerciais mais antigas, como lojas, galerias e mercados (Del RIO; FERREIRA; KÓS; MIYAMOTO, 1987)<sup>2</sup>.

A loja de departamentos surgiu no final do século XIX com sua forma arquitetônica com espaço central vazio, iluminação zenital e mezaninos e na mesma época surgiram as galerias, ou fileiras de lojas com circulação pública coberta, em Paris, nos fins do século XIX, época em que foram construídas a Burlington Arcade em Londres e a galeria Vittorio Emanuele em Milão. Os mercados abertos, em sua origem, passaram a ocupar o interior das edificações com as tecnologias que permitiram o grande vão, exemplo disto foi a loja de departamentos Bon Marché em Paris, inaugurada em 1952.

O primeiro shopping center do Brasil, inaugurado em agosto de 1965, foi projetado pelo arquiteto João Henrique Rocha, no Méier, subúrbio carioca. Em 1966, com projeto do mesmo arquiteto foi construído o Shopping Center Iguatemi no Jardim Paulista, em São Paulo. Este novo modelo de centro comercial foi inspirado no consagrado modelo norte americano.

A partir da década de 1980 os shoppings passaram a se expandir em ritmo acelerado no Brasil. O seu espaço interior reproduz uma forma idealizada da cidade, com climatização ambiental mantida em níveis ideais por um sistema de ar condicionado artificial, onde o tempo parece estar suspenso e tudo em perfeita ordem, em condições de higiene e segurança.

“Não há chuvas, nem calor excessivo, nem becos escuros ou ruas esburacadas. Alto-falantes fazem circular a música (...)



atores sociais indesejáveis como marreteiros, mendigos, trombadinhas, prostitutas, travestis, gangues rebeldes, loucos e mesmo tipos exóticos são banidos através de um rígido sistema de segurança” (FRÚGOLli, 1995: 94)<sup>3</sup>.

A relação deste espaço com o entorno urbano é, na maioria das vezes, problemática. A proposta destes espaços semi-públicos é de um ambiente utópico que se contrapõem às deficiências urbanas, onde os consumidores estariam protegidos da violência por muros e sofisticado sistema de segurança. O espaço semi-público, como é o caso dos centros de compras conhecidos como shoppings, é um espaço privado acessível ao público com algumas restrições de acesso. É caracterizado como espaço privado, pois a implantação, manutenção e administração são de propriedade privada, com responsabilidade pelo local, submetendo-se às restrições da legislação vigente nos níveis municipal, estadual e federal. O acesso é controlado por equipes de segurança particulares que restringem a entrada de acordo com a conveniência e padrões de usuários estabelecidos. Apesar de ser um espaço destinado ao grande público circulante da rua, a restrição de acesso o diferencia do espaço público.

“Os shoppings criam espaços de ‘acesso público’, mas não são efetivamente públicos, o que fica claro se averiguarmos o tipo de práticas permitidas, toleradas ou proibidas pelas respectivas administrações, evidenciando um controle eminentemente privado.” (FRÚGOLI Jr., 1995: 95)<sup>3</sup>.

No caso específico do edifício Alexander Mackenzie que abriga o Shopping Light, tombado como parte do patrimônio histórico da cidade, o caráter público se refere principalmente à sua fachada e

alguns elementos arquitetônicos de seu interior, no entanto a conservação destes elementos fica a cargo do proprietário de acordo com o padrão aprovado pelos órgãos de tombamento.

### **Revitalização com mudança de uso do edifício Alexander Mackenzie para Shopping Light**

Uma nova empresa estatal, a Eletropaulo, substituiu na década de 1970, a antiga Light. A partir dos anos 1980, a companhia foi privatizada, transferindo para outro local as suas instalações administrativas. A idéia de adaptar-se a antiga sede para o funcionamento de um shopping center, pareceu conveniente porque a sua localização era privilegiada, ao lado do Mappin, uma tradicional loja de departamentos, ocupando um edifício estilo art-déco em frente ao Teatro Municipal.

O projeto apresentado pelo arquiteto Carlos Faggin teve como proposta a reconversão do edifício original Alexandre Mackenzie para shopping center, com restauração das fachadas e preservação de parte dos detalhes internos originais. Foi aprovado em 1994, com área de terreno de 4.518,88 m<sup>2</sup> e área total de construção de 36.518,66 m<sup>2</sup> (MELENDEZ, 2000)<sup>4</sup>. O edifício que foi tombado por dois órgãos: o Conpresp (municipal) e o Condephaat (estadual), foi o primeiro edifício preservado Brasil preservado com uso ativo e passivo, segundo declaração do arquiteto Carlos Faggin. O arquiteto se comprometeu em restaurar a fachada original e fazer um projeto de ampliação do edifício para a circulação vertical e de serviços. Os 13 pavimentos foram

reformados para lojas na periferia e com circulação no centro. No térreo, onde estão localizadas a recepção e as lojas de departamentos, foram preservadas as características da forma original, como as proporções e determinados detalhes arquitetônicos, tais com, painéis de madeira, portas, clarabóias, lustres e mosaicos de pastilhas no piso no hall dos elevadores, também preservados. (Figuras 5, 6 e 7)



Figura 6 (acima): Entrada pela Rua Xavier de Toledo, piso térreo, 2006.



Figura 7 (abaixo): Espaço de alimentação, piso superior, 2006. Fonte: Fotos do grupo Qualiariq.

O centro de São Paulo é hoje um lugar de circulação de uma parte significativa da população, principalmente daquela faixa que depende do precário transporte público, sendo até comparado a uma grande estação rodoviária a céu aberto. O uso residencial e institucional é muito pouco significativo. Para a recuperação do

centro seria interessante a criação de atividades que pudessem ser atrativas. Com o intuito de defender a recuperação das áreas centrais da cidade, foi criada a Associação Viva o Centro, com a intenção de trazer mais dinamismo para esta região, criando condições favoráveis para habitações, hotelaria, comércio, escritórios e serviços em geral.



Figura 5: O Shopping Light, 2006. Inserção urbana com maior fachada para o Viaduto do Chá. Fonte: Folder Promocional.

### Percepção e memória social

A relação entre cidade e memória pode ser entendida através de duas maneiras. A primeira está relacionada com a questão temporal e aponta para a idéia das transformações naturais que a cidade sofre no tempo e se aplica tanto à memória dos lugares, quanto à memória cultural. A segunda questão trata da relação entre a memória e a cidade, onde há a idéia de cidade como um espaço construído estreitamente relacionado com o ser humano. A abordagem que faz a

psicologia social e, mais especificamente, a psicologia ambiental, é um estudo das relações dos indivíduos e de grupos com seus espaços de convivência (JODELLET, 2002)<sup>5</sup>. Os conceitos de memória e cidade estão ligados à idéia de identidade e de história. Sendo que a cidade é portadora da história, são observados três tipos diferentes de memória: a memória casual, que é recordada constantemente, somente pela existência de lugares, a memória coletiva, que é a caracterização do espaço pela marcação do território através de costumes, aspectos culturais, étnicos e sociais e uma memória monumental, que apresenta vestígios do passado e seus significados (HABACH, 1990)<sup>6</sup>.

### **Conceito de Lugar**

Com base em estudos realizados pela psicologia, os conceitos de lugar podem ser definidos a partir da percepção ambiental, como imagens mentais. Tais estudos experimentais tratam dos efeitos emocionais do homem que ocorrem em função da experiência visual das edificações no meio urbano. O conceito de lugar tem a ver com a percepção de relação do entorno, sentido de territorialidade, domínio, posse, espaço interno e outros.

As qualidades atribuídas a um lugar específico têm a ver com desenho, memória, exclusividade e seu caráter depende das características da imaginação e da memória coletiva. As pesquisas de Lynch possibilitaram conclusões no sentido de que os arredores urbanos facilitam “a formação de imagens, distritos de caráter particular, caminhos que conduzem a alguma parte e lugares

assinalados e inesquecíveis.” (LYNCH, 1937: 38)<sup>7</sup>.

Nas antigas civilizações era conhecido o fato que lugares distintos tinham o seu próprio caráter, sendo possível reconhecer as pessoas que pertenciam a um determinado lugar. Este caráter era atribuído ao *genius loci*, que tem o poder de conferir a identidade a determinado lugar, de tal forma que a sua característica de local único permanece inalterada, apesar de mudanças sociais, políticas ou culturais. Aristóteles considerava o lugar como a personalização do espaço e a dimensão da realização da escala humana.

Os romanos construíam cidades em territórios conquistados erguendo os mesmos elementos arquitetônicos onde era instalado o caráter de lugar ao qual Palladio atribuía o conceito de *locus*. O conceito de *locus* é “lugar que é espaço concreto e singular ao mesmo tempo” (ROSSI, 1995: 147)<sup>8</sup>. A individualidade atribuída a este lugar relaciona-se com um fato histórico mais do que as próprias características físicas. Norberg-Schultz acrescenta que na Roma Antiga “acreditava-se que todo ser independente possuía um *genius*, um espírito guardião. Este espírito dá vida às pessoas e aos lugares, acompanha-os do nascimento a morte e determina seu caráter ou essência” (N. SHULTZ in NESBITT, 2006: 443)<sup>9</sup>.

### **Globalização, identidade cultural e os não-lugares.**

O pós-modernismo provocou uma consciência de valores culturais, em oposição ao modernismo, mais universal.

Porém, atualmente a globalização parece ser um fenômeno que conduz a cultura para um sentido totalizante, onde o mundo passa a ser visto como um só lugar.

Segundo FEATHERSTONE (1997:158)<sup>10</sup>, há dois aspectos no processo da globalização. Por um lado, existe uma cultura global: “conjunto de práticas, conhecimentos, convenções e estilos de vida que se desenvolveram de modo a se tornarem cada vez mais independentes dos estados nação”. Por outro lado, há uma cultura, com sentido de que “o globo é um espaço finito, cognoscível, limitável, um campo para o qual todos os estados-nação e coletividades serão necessariamente atraídos”. O globo ao qual ele se refere, é o planeta Terra, nosso espaço comum. O entrelaçamento de culturas, provocado pelo intenso contato e comunicação entre os estados e nações, pode levar ao desejo de criar fronteiras. Desse modo, o pós-modernismo seria uma consequência do fenômeno da globalização.

Dentro de uma visão antropológica da super-modernidade, Marc Augé (1994)<sup>11</sup> cria o conceito de não-lugares, como espaços que não podem ser definidos como identitários, relacionais ou históricos. Estes espaços, considerados como não antropológicos, são, por exemplo, a clínica, o hotel, o clube, o transporte, o cartão de crédito. O espaço antropológico, segundo a fenomenologia de percepção de Merleau Ponty (1999)<sup>12</sup>, seria um espaço existencial, lugar de experiência de relação com o mundo de um ser, significado em relação ao meio.

O lugar antropológico seria caracterizado por “uma possibilidade de percursos que

nele se efetuam; discursos que nele se pronunciam e linguagem que o caracteriza” (AUGÉ, 1994:76)<sup>11</sup>. Para ele o termo espaço é mais abstrato. Como se usa hoje em comunicação o espaço publicitário, ou como se costuma denominar os jardins de espaço verde. Os não lugares da super-modernidade seriam conhecidos nos postos de gasolina, nas lojas de departamentos, nos bancos, nos aeroportos, nas rodovias. Os lugares e os espaços se interpenetram com os não-lugares. Desta forma, os não-lugares são espaços não-personalizados, que tratam de clientes, usuários, ouvintes e passageiros, são representados pelo espaço público de rápida circulação e meios de transporte e cadeias de hotéis e supermercados.

### **Contribuições da psicologia ambiental**

A psicologia ambiental abrange, no seio de suas preocupações técnicas e teóricas a relação e o subjetivismo do trânsito de pessoas em diferentes ambientes conforme classifica Moser (in Tassara, 2001: 91)<sup>13</sup>.

Nível I (individual): o micro-ambiente: (espaço privado, moradia, local de trabalho, jardim);

Nível II (vizinhança – comunidade): ambientes próximos (espaços semi-públicos, blocos de apartamentos, parques, espaços verdes)

Nível III (individual/comunidade; habitantes): ambientes públicos (espaços intermediários: aldeias, vilas, cidades, o campo, a paisagem);



Nível IV (societal): o ambiente global (o ambiente em sua totalidade, tanto o meio construído quanto o natural);

Nesse sentido, independente do nível espacial a ser analisado que no caso desta pesquisa insere-se no nível III, faz-se necessário compreender a memória do lugar, seja nos aspectos geográficos, seja no sócio-político, seja nas informações referentes à forma como as pessoas têm. Através dos tempos, experienciando a evolução e as transformações do espaço e, como, ao longo dos tempos elas vão atribuindo significados a eles, mudando seu tipo de trânsito e de apropriação tornando-o, a cada momento histórico, em lugar social particular.

De acordo com PINHEIRO (2004)<sup>14</sup>, a grande preocupação da psicologia ambiental, enquanto área nove da psicologia, é o estudo que permita compreender o homem na relação com seu ambiente, levando em consideração os aspectos físicos e sociais.

Neste sentido as percepções e memórias dos sujeitos que convivem num dado ambiente são de extrema importância para esta área que sai da psicologia, mas sustenta-se na interdisciplinaridade. Portanto, num estudo que leve em conta a relação homem-ambiente é necessário ressaltar dois vértices de visão: o primeiro que enfoca os efeitos da ambiente sobre a maneira da pessoa se comportar e o segundo que enfoca a s percepções e sentimentos das pessoas sobre o lugar e que as fazem comportar-se de uma maneira ou der outra.

Esta pesquisa apropria-se, principalmente do segundo aspecto, na medida em que, a partir da escolha de um objeto de estudo

ela vai certificar-se das percepções e das memórias das pessoas que se relacionam com o edifício e com sua história na busca compreender o quanto seu passado é preservado, mesmo tendo sofrido mudanças na atualidade.

### **Fatos históricos e memória do lugar**

Entende-se que, através dos tempos, alguns fatos, que sejam da arte, da política, das ciências ou das religiões tornam-se, pela sua força de comunicação própria, ícones nos quais gerações inteiras se apóiam e fazem renascer a cada momento de transição ou de importância dentro de uma dada sociedade, numa dada época. Por exemplo, no Brasil dos anos 50, a imagem forte de Carmem Miranda, aponta para um momento específico de desenvolvimento crítico da nação.

Sua imagem evoca, por um lado, a ascensão política associada à estratégia da política da boa vizinhança, por outro a crítica à submissão ao american way of life. De qualquer maneira seus trejeitos e enfeites continuam no imaginário do povo brasileiro, mesmo que com um significado diferente daquele da época em que viveu. Este é um exemplo de imagem emblemática que se torna icônica, permanecendo através dos tempos e formando uma rede de informações que pontuarão a existência do indivíduo dentro de um contexto cultural único.

---

**REFERÊNCIAS**

1

SOUZA, Edgard. História da Light. Primeiros anos. São Paulo: Eletropaulo, 1982.

2

DEL RIO, Vicente; FERREIRA, Carlos Eduardo; KÓS, José; MIYAMOTO, James. Nascimento e apogeu do shopping center. Revista Módulo, n.94: 34-49, Rio de Janeiro, 1987.

3

FRÚGOLI JR., Heitor. São Paulo: espaços públicos e interação social. São Paulo: Marco Zero, 1995.

4

MELENDEZ, Adilson. Edifício histórico central ganha vida nova após restauração. São Paulo: Editora Arco, Projeto Design, Março/2000: 82 - 87.

5

JODELLET, Denise. A cidade e a memória in DEL RIO, V. DUARTE, C.R., 2002.

6

HABAWACH, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Ed. Vértice, 1990.

7

LYNCH, Kevin. A imagem da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

8

ROSSI, Aldo. A arquitetura da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

9.

NORBERG-SCHULTZ, Christian. O fenômeno do lugar in NESBITT, Kate (org.). Uma nova agenda para a arquitetura: antologia teórica (1965-1995). São Paulo: Cosac-Naify, 2006: 443-462.

10

FEATHERSTONE, Mike. O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

11

AUGÉ, Marc. Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papyrus, 1994.

12

MERLEAU-PONTY, Maurice. Fenomenologia da percepção. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

13

TASSARA, Eda Terezinha de Oliveira. Psicologia Ambiental: Palestra apresentada na XXIX semana de psicologia da UNISANTOS, Santos, agosto de 2002.

14

PINHEIRO, José Q. Psicologia Ambiental: espaços construídos, problemas ambientais, sustentabilidade. In Estudos de Psicologia, Vol.8-n. 02, UFRN, Natal, 2003.

---

### Nota dos Autores

Este trabalho é parte da pesquisa subvencionada pelo Mackpesquisa 2006/2007.