

QUALIDADE AMBIENTAL DO SHOPPING LIGHT: AVALIAÇÃO COM ABORDAGEM
MULTIDISCIPLINAR

ENVIRONMENTAL QUALITY OF THE SHOPPING LIGHT: EVALUATION ACCORDING TO
MULTIDISCIPLINAR APPROACH

Maria Pronin - maria.pronin@globo.com

Berenice Carpigiani - b.carpigiani@uol.com.br

Students:

CARPIGIANI, Plínio de T. Macedo (FPUPM)

LIMA, Leonardo José de (FPUPM)

PAZERO, Renata (FAUUPM)

PINHEIRO, Maíra de Ascensão (FAUUPM)

RAMOS, Maraísa (FAUUPM)

TOLEDO, Nathalia Fiúza de (FAUUPM)

Do GRUPO DE PESQUISA QUALIARQ: Qualidade Ambiental e Arquitetura da
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Subsídio: MACKPESQUISA

ANTECEDENTES:

Qualiarq é um grupo multidisciplinar de pesquisa formado por profissionais e alunos de arquitetura, urbanismo e psicologia. O grupo se formou em 2004, para pesquisar a qualidade ambiental do ambiente urbano construído, segundo critérios psicossociais.

Maria Pronin, líder do grupo, é arquiteta pela FAUUSP, mestra e doutora pela FAUUSP, professora de Projeto Arquitetônico da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UPM, desde 1979 e pesquisadora da mesma instituição desde 2003.

Berenice Carpigiani é psicóloga pela PUCSP, mestra e doutora pela UMSP, professora e supervisora da Faculdade de Psicologia da UPM. O grupo desenvolveu trabalho com subvenção do Mackpesquisa e apresentou os resultados parciais em seminário internacional e em fóruns de pesquisa na UPM, com publicação de textos em anais.

Os alunos também desenvolveram trabalhos de Iniciação Científica, abordando a temática de qualidade ambiental vinculada à pesquisa, publicando artigos em anais dos eventos.

ABSTRACT

This research has an exploratory characteristic and was realized by a multi-disciplinary group of professionals and students of architecture, urbanism and psychology. The aim of the research is the evaluation of the environmental quality, according to psychological and social criteria, involving the users of the Shopping Light. This shopping center occupies an historical building in the town center of São Paulo. The research is based on theories of perception, memory of space and gestalt view of the city. The method of investigation involves questionnaires, interviews and qualitative analysis data.

RESUMO

A presente pesquisa, de caráter exploratório, foi realizada por uma equipe multidisciplinar de profissionais e alunos de arquitetura, urbanismo e psicologia. Tem por objetivo avaliar a qualidade ambiental, segundo critérios psicossociais, que envolvem os usuários do *Shopping Light*. Este centro de consumo ocupa um edifício preservado de interesse histórico no centro da cidade de São Paulo. A pesquisa apóia-se em teorias da percepção e da memória do espaço, assim como na visão gestáltica da cidade. Desenvolve um método de investigação através da aplicação de entrevistas e questionários e propõe uma análise qualitativa dos dados.

1 INTRODUÇÃO

A qualidade ambiental, considerada em seus aspectos psicológicos e socioculturais, envolve efeitos do meio sobre a conduta e o sentimento do homem. A qualidade do ambiente urbano pode ser medida pelo grau de conforto físico e psicológico de seus moradores e usuários. A avaliação dos processos materiais do meio físico (Rapaport, 1978) é mais objetiva por estar relacionada a dados empíricos, ao passo que, na avaliação de aspectos psicológicos e sócio-culturais há um maior grau de complexidade desta avaliação, por se tratar de imagens idealizadas e de valores culturais.

Quando a qualidade ambiental é medida visando os aspectos físicos e bioquímicos, é mais comum que 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 são 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. Tal pensamento foi fonte de interesse para o desenvolvimento desta pesquisa, pois ele contém um problema complexo e atual sobre a relação homem-ambiente construído.

Desta maneira, o objeto escolhido para avaliação é uma edificação reconvertida e de interesse histórico, cuja arquitetura original foi preservada e com mudança de uso no seu interior. O edifício 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 1970 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).

O objetivo geral da pesquisa foi realizar uma avaliação do ambiente urbano construído, tendo como objeto de estudo o *Shopping Light*. Os objetivos específicos foram os seguintes: 1. Verificar os níveis de concretização das intenções do arquiteto autor do projeto. 2. Verificar em que medida o edifício participa da preservação da memória da cidade através de levantamento de dados obtidos através de usuários, funcionários e comerciantes do local; 3. Avaliar o grau de conforto descrito pelo usuário.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O EDIFÍCIO ALEXANDER MACKENZIE E A LIGHT

O edifício Alexander Mackenzie, reconvertido nos anos 1980 em centro de consumo, conhecido como Shopping Light, foi originalmente a sede da antiga Companhia Light. 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 era fornecida 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).



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, Metrópole", 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.

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 29.720m² de área construída destinada a escritórios da empresa.



Figura 3. 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.

2.2 O SHOPPING CENTER COMO ESPAÇO SEMI-PÚBLICO

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 dos anos 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.

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. 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)

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.

2.3 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 m² e área total de

construção de 36.518,66 m² (Melendez, 2000). O edifício que foi tombado em três níveis: municipal, estadual e federal, foi o primeiro edifício no 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 como, painéis de madeira, portas, clarabóias, lustres e mosaicos de pastilhas no piso no hall dos elevadores, também preservados.

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.

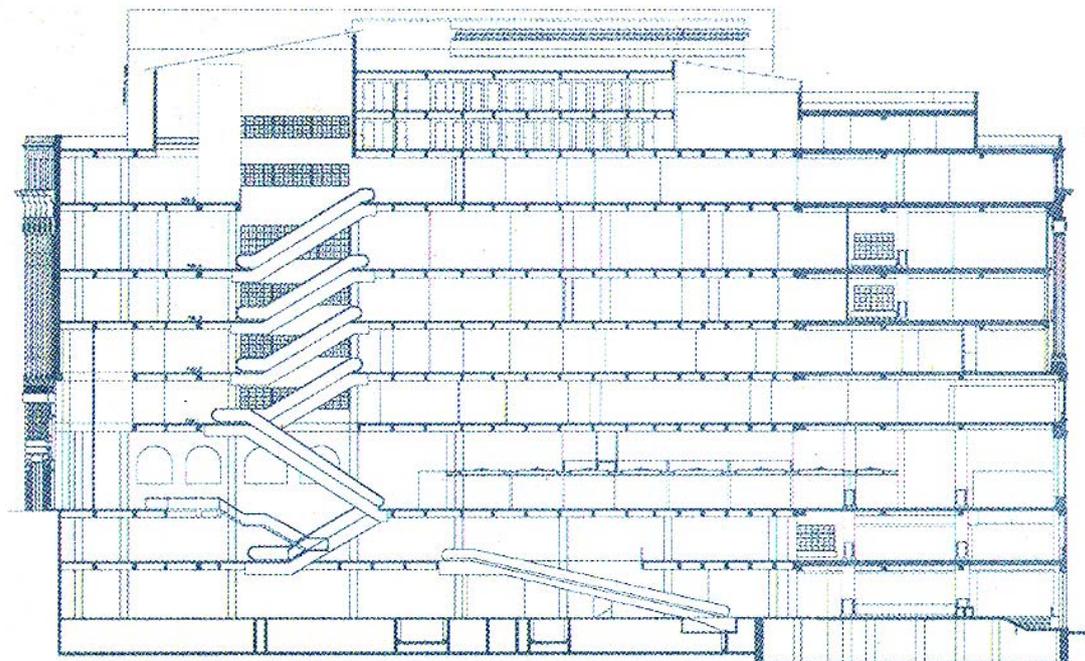


Figura 4. Corte longitudinal. Fonte: Revista Projeto Design - março 2000.



Figura 5. Planta pavimento Xavier de Toledo. Fonte: material informativo do Shopping Light, 2006.

2.4 PERCEÇÃO 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). 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 (Habawach, 1990).

2.5 CONCEITO DE LUGAR, A PÓS-MODERNIDADE E A GLOBALIZAÇÃO

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)

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 construía cidades em territórios conquistados erguendo os mesmos elementos arquitetônicos onde era instalado o caráter de lugar ao qual Palladio atribuí o conceito de *locus*. O conceito de *locus* é *"lugar que é espaço concreto e singular ao mesmo tempo"* (Rossi, 1995: 147). 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).

Atualmente, o pós-modernismo provocou uma consciência de valores culturais, em oposição ao modernismo, mais universal. Porém, 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), 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 nação, 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) 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), 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). 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.

2.6 CONCEITO DE PATRIMÔNIO

Pode-se definir patrimônio, de acordo com o dicionário Aurélio como: *"complexo de bens, materiais ou não, direitos, ações, posse e tudo o mais que pertença a uma pessoa..."*; mas o conceito de patrimônio histórico-cultural é mais amplo e envolve características da formação, acontecimentos e cultura locais e não se relaciona a elementos de posse específicos. *"O patrimônio é um bem que estabelece pontos de referências culturais e de identidade entre os membros de uma comunidade"* (Carrilho, 2001:111).

A Constituição Brasileira define patrimônio cultural brasileiro:

"Os bens de natureza material e imaterial, tomados separadamente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira e determina que o Poder Público, 'com a colaboração da comunidade', promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação" (Art. 216, inciso V, parágrafo 1º).

A legislação brasileira específica para a proteção de bens culturais existe desde 1937. Os órgãos estaduais surgiram aproximadamente na década de 70 e em meados dos anos 80 são estruturados os órgãos municipais.

Na instância federal, o órgão regularizador é o Iphan, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, criado pelo Decreto nº 25, de novembro de 1937.

O Condephaat, Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico, Arqueológico e Turístico do Estado de São Paulo, criado em 1967, como o órgão estadual responsável pela identificação, classificação, restauração e preservação dos bens móveis e imóveis existentes no território do Estado, bens que integram o patrimônio histórico, arqueológico, artístico e turístico. Sua principal forma de atuação para proteção é o tombamento.

O Conpresp, Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural e Ambiental da Cidade de São Paulo, é um órgão de assessoria vinculado a Secretaria Municipal de Cultural. É composto por representantes de várias secretarias e da sociedade civil. Foi criado em dezembro de 1985, mas sua primeira convocação foi apenas em 1988. Responsável pela aplicação da legislação municipal de tombamento, através de pesquisas e pareceres que instruem os pedidos, além de aprovar e orientar as intervenções em bens protegidos.

O DPH, Departamento do Patrimônio Histórico, tem sua origem no Departamento de Cultura, idealizado na década de 1930, foi reformulado em 1975, quando foi criada a Secretaria Municipal de Cultura. É um órgão técnico de apoio ao Conpresp, que estabelece e coordena a política de preservação da cidade de São Paulo.

Recentemente, as discussões acerca do patrimônio reformularam formas de preservação para resguardar o patrimônio e proteger elementos importantes do passado ou presente, essenciais para a composição da comunidade, sua identidade e memória. Há o reconhecimento da necessidade de proteção em diversas escalas e formas de intervenção, os resultados, contudo, podem ser diversos.

2.7 CONTRIBUIÇÕES DA PSICOLOGIA AMBIENTAL

A psicologia ambiental abarca, no seio de suas preocupações técnica e teóricas a relação e o subjetivismo do trânsito de pessoas em diferentes ambientes conforme classifica Moser (in Tassara, 2001: 91). 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 (2003), 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 as percepções e sentimentos das pessoas sobre o lugar e que as fazem comportar-se de uma maneira ou de 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.

Nesta pesquisa entendemos o homem, como um ser que se constrói na relação permanente e contínua com sua história, o que lhe permitirá mover sua inteligência no plano das abstrações. Entendemos também que, apesar da aparente descontinuidade com que os fatos se apresentam, o homem organiza numa trama contínua, através da memória, sua própria história dentro do espaço que vive.

3 MÉTODO

Tratou-se de pesquisa exploratória que utilizou dois modelos de entrevistas: semi-estruturada e estruturada, como instrumento de coleta de dados, analisados qualitativamente.

De acordo com Gil (1995), a pesquisa exploratória permite que, a partir da investigação do problema sejam geradas novas hipóteses que poderão abrir criativos campos a serem pesquisados, desenvolvendo, esclarecendo e modificando conceitos e idéias que poderão vir a gerar novas problematizações sobre o objeto de estudo.

A pesquisa exploratória é considerada, segundo Minayo (1993: 23) uma "*combinação particular entre teoria e dados*", ela proporciona maior clareza sobre o problema e, para Köche (1997: 126), a pesquisa exploratória desencadeia

“processos de investigação que identificam a natureza do fenômeno e apontam características essenciais das variáveis que deseja estudar”.

Dentro desta, assim com em outras modalidades de pesquisa, a escolha do instrumento de investigação é, indiscutivelmente, fundamental, uma vez que ele conduzirá o processo de observação e levantamento correto dos dados subsidiando a proposta da posterior análise. Desta maneira, definiu-se como instrumento de coleta de dados, a entrevista em dois formatos: estruturada e semi-estruturada, por ser este um instrumento que favorece o diálogo entre entrevistador-entrevistado permitindo que no decorrer do processo as informações surjam e delineiem a trama de representações que o sujeito vive em relação ao fenômeno estudado. A entrevista é um instrumento de coleta de dados que motiva tanto o sujeito quanto o pesquisador durante o processo da investigação, facilitando a definição da amostra, da coleta e análise de dados a serem empregadas no estudo.

Ainda na conceituação de entrevista, ela pode ser definida como:

“O encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informação a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento usado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social”.
(Lakatos, Marconi, 1977: 1995)

O principal objetivo da aplicação da entrevista é a obtenção de informações sobre um problema e abrange várias possibilidades, das quais interessam principalmente duas: A primeira diz respeito à averiguação de fatos e a segunda referente à determinação das opiniões sobre fatos.

Apesar de diferirem quanto ao grau de estruturação, as diferentes modalidades desta técnica têm em comum o fato de possuírem, usualmente, um formato flexível e aberto que favorece a participação do entrevistador, quando se fizer necessário para o esclarecimento de seus objetivos. Por outro lado, demanda tempo e envolve treino dos pesquisadores até estarem bem integrados com os objetivos do projeto, preparados para o manejo neutro das perguntas e para o cuidado de não inibir ou conduzir o entrevistado. Os roteiros de entrevistas são subdivididos em três modelos: estruturadas, não estruturadas e semi-estruturadas. Nesta pesquisa optou-se por dois destes modelos:

O primeiro modelo refere-se às entrevistas estruturadas, padronizadas ou dirigidas caracterizam-se por apresentarem um roteiro prévio de perguntas que são elaboradas a partir dos objetivos do estudo, que contém um número limitado de categorias de respostas. O motivo da padronização é a tentativa de controlar as diferentes respostas para as mesmas perguntas. Este modelo foi utilizado na coleta de dados com os usuários, comerciantes e funcionários do *Shopping Light*.

O segundo modelo, a entrevista semi-estruturada, foi utilizado na coleta de dados realizada com o arquiteto responsável pelo projeto de reforma e com o representante da administração atual do prédio. Por apresentar-se sob a forma de um roteiro preliminar de perguntas, que se molda à situação concreta da entrevista e, durante a qual o entrevistador tem liberdade de acrescentar novas perguntas com objetivo de aprofundar e esclarecer pontos que ele considere relevantes aos objetivos do estudo, a entrevista semi-estruturada:

Parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa e que em seguida oferecem amplo campo de interrogativas, junto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que recebem respostas dos informantes. Desta maneira o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências, dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa. (Köche, 1987: 13)

A análise dos dados, é considerado um momento no qual acontece a sistematização do material coletado e envolve desde a transcrição de entrevistas, como é o caso desta pesquisa, até a organização mais complexa dos dados. O método qualitativo de análise permite a articulação das informações colhidas através do instrumento com o referencial teórico do estudo, com vistas à compreensão das questões que subsidiam os objetivos.

Atualmente, a pesquisa qualitativa é influenciada pelas características do período anterior e aponta para novas epistemologias, a busca das narrativas, em ciência vêm sendo pensadas e desenvolvidas dentro de teorias mais delimitadas e pontuais, de pequena escala e centradas em situações mais definidas.

A presente pesquisa caracterizou-se por seu caráter exploratório e qualitativo, que utilizou as entrevistas semi-estruturada e estruturada para a coleta dos dados, o que permitiu levantar impressões, opiniões, posições dos sujeitos a respeito do objeto pesquisado. Esta fundamentação norteou a organização metodológica da pesquisa, conforme descrito a seguir.

Por envolver seres humanos, a pesquisa foi devidamente cadastrada na Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep) e protocolada, no prazo previsto, no Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

3.1 UNIVERSO E AMOSTRA:

Os sujeitos da pesquisa estão dispostos em cinco categorias, a saber:

- Arquiteto responsável pelo projeto de recuperação do *shopping*;
- Representante da administração atual do *shopping*;

- Funcionários do *shopping*: em 3% do número total dos funcionários, que estejam trabalhando, no mínimo a um ano no local (segurança, faxineiras etc.);
- Comerciantes: 3% dos representantes do comércio local (gerentes de lojas, vendedoras, cozinheiros etc.), que possuam o estabelecimento, no mínimo há um ano;
- Usuários: 3% do número de usuários do *shopping*, acima de 18 anos de idade e com, no mínimo oito anos de escolarização, usuários do espaço.

Esta porcentagem (3%) foi definida, pois, de acordo com Cozby (2003.p.147): o tamanho da amostra necessário para que uma porcentagem da amostra seja acurada num intervalo de mais ou menos 3%, 5% e 10%, dado um nível de confiança de 95%. Desta maneira, a amostragem, do tipo dos sujeitos denominados funcionários, comerciantes e usuários foi definida a partir do cálculo de 3% do total de sujeitos que compõem a amostra total, em cada uma destas categorias.

3.2 PROCEDIMENTOS

Foram entrevistados 4 funcionários, uma vez que, segundo a administração, existem, no momento da pesquisa 132 funcionários que compõem os critérios de eleição para comporem a amostra de sujeitos, 4 comerciantes, uma vez que, segundo a administração, em resposta informal, no momento da pesquisa existem 130 comerciantes que compõem os critérios de eleição da amostra de sujeitos e, 158 usuários, que circulam pelo shopping, no momento da pesquisa, e que compõem os critérios de eleição dos sujeitos de um total de aproximadamente 5000 usuários. O número de usuários é bastante variável, aumentando consideravelmente no horário de almoço e vésperas de feriados.

A aplicação das entrevistas ocorreu no período de 24 de março a 1º de abril de 2006, em horários e dias da semana diversos, época de menor afluxo de usuários. Funcionários e comerciantes e usuários foram entrevistados nas dependências do shopping. No período da presente pesquisa uma parte do edifício estava interditada para reforma de acordo com projeto de ampliação atual e não divulgado.

Todos os sujeitos leram a e assinaram a Carta de Informação ao Sujeito da Pesquisa e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Os dados colhidos através das entrevistas com o arquiteto e administrador foram analisados qualitativamente, contemplando as informações que levam os esclarecimentos sobre os objetivos da pesquisa e, a partir das respostas obtidas através das demais entrevistas, foi desenvolvida análise qualitativa, a partir das porcentagens das respostas.

O arquiteto foi entrevistado em seu próprio escritório em novembro de 2005 e o administrador entrevistado em seu escritório no *Shopping Light* em março de 2006.

Este procedimento (contato com a administração do *shopping*, para conseguir a autorização para a realização das entrevistas, marcação das datas e locais, realização e finalmente a realização das mesmas dentro do prazo determinado pela administração do shopping), levou cerca de três meses para ser finalizado e foi realizado pela pesquisadora e auxiliares de pesquisa, devidamente treinados tecnicamente no cumprimento das etapas da entrevista (esclarecimento gerais e término da entrevista) e eticamente, todos cadastrados como alunos pesquisadores no Cepex (Centro de Pesquisa e Extensão) do Curso de Psicologia do Centro das Ciências Biológica e da Saúde da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

A partir dos dados coletados através das entrevistas, foram elaborados critérios, apoiados nas teorias de base da pesquisa, que permitiram proceder à análise qualitativa para posterior interpretação. A análise transcorreu em etapas, descritas a seguir:

Primeira etapa: Análise qualitativa das entrevistas realizadas com o arquiteto e com o administrador do shopping.

Segunda etapa: Para algumas das questões que compuseram a entrevista realizada com os funcionários, foram criadas categorias de análise.

Em cada uma das questões foi considerada a primeira idéia que o sujeito explicitou sobre o tema pedido. Este critério foi criado, pois, em casos que o sujeito transformou radical ou paulatinamente sua opinião durante o discurso foi considerada a resposta mais espontânea. Uma vez realizada esta primeira leitura das respostas, norteadas pelas categorias levantadas, foram montadas tabelas e gráficos correspondentes com a porcentagem das respostas o que permitiu melhor visualização dos dados mais significativos que subsidiaram a análise qualitativa realizada posteriormente.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente capítulo apresenta os resultados das pesquisas em três etapas: discussão da entrevista realizada com arquiteto responsável pela reconversão; discussão da entrevista realizada com o administrador do prédio *Shopping Light* e resultados dos questionários aplicados em usuários, funcionários e comerciantes do *shopping*, conforme proposto no método.

4.1 A INTENÇÃO E O TRABALHO DO ARQUITETO

Conforme foi possível observar, a intenção do arquiteto foi fazer o público freqüentador do edifício entrar em contato com sua história., demonstrando defender o uso ativo do edifício que se contrapõe ao passivo e contemplativo. A mudança de uso, em sua filosofia, poderia propiciar a abertura do edifício ao

público, bem como, garantir a sua manutenção. Para ele a arquitetura foi feita para ser usada e não apenas para admiração.

Para o arquiteto, o perfil do usuário na época do projeto seriam os pertencentes às classes B e C, prevendo a valorização do centro. Seu desejo era de que o edifício atingisse a classe média alta, além da popular. A realidade mostrou que a frequência ocorre pela classe C e D.

A descrição de sua própria relação afetiva com o edifício, que fez parte de sua infância e adolescência parece ter sido um dos motivadores de sua intenção em facilitar que as pessoas se aproximassem da história do centro através do uso do edifício.

O arquiteto também sugeriu que fossem executadas as passagens por dentro Viaduto do Chá e pela Rua Formosa, interligando o prédio à Praça Ramos onde há uma Escola de Balé. Em outro eixo, a ligação com a Rua Formosa e a Praça do Patriarca. De acordo com sua afirmação, a implantação de estacionamento é desnecessária, pois, o *shopping* destina-se a atender ao grande número de usuários pedestres da região atendida fartamente por ônibus e metrô e lamenta por não ter sido implantada a área cultural, prevista no último andar, que nunca foi ocupado.

Uma de suas sugestões era que a Escola de Balé fosse transferida para este espaço deixando livre, para uso público, as passagens em baixo do Viaduto da Chá. No entanto, afirma estar satisfeito com a atual efetivação do uso do espaço térreo no Piso Xavier de Toledo para as reuniões da Associação Viva o Centro, não previsto em projeto.

4.2 A PERCEPÇÃO E AS DIFICULDADES DO ADMINISTRADOR

O administrador responsável pelo Shopping afirma que os horários de funcionamento do shopping são todos os dias a partir das 9 h até às 21h, aos sábados até às 20h e aos domingos no horário das 10h às 18hs. Neste dia funcionam apenas as lojas do piso da Xavier de Toledo: *Renner* e Lojas Americanas.

O administrador descreve o perfil dos frequentadores como sendo variável, em sua maioria de passagem, principalmente nas horas de refeições, composto por pessoas que trabalham no centro. Demonstra não concordar com o projeto realizado pelo arquiteto Carlos Faggin, pois entende que a mudança de uso do prédio não ajuda na preservação memória da cidade. Em relação aos órgãos de preservação, critica a impossibilidade de exploração das fachadas para publicidade e salienta que os órgãos de preservação não entram em acordo sobre esta questão. Neste sentido, sugeriu propagandas na fachada e cinemas. Segundo sua opinião ao invés de shopping o edifício deveria ser faculdade, museu ou escritório.

Na sua percepção, embora a maioria das pessoas tenha conhecimento sobre a história do edifício, desconhecem detalhes como estrutura, autoria do projeto e o fato de ter sido o primeiro prédio construído com elevadores pré-fabricados.

4.3 USUÁRIOS: MEMÓRIA E PERCEPÇÕES

A partir das respostas dos usuários aos questionários aplicados foram elaborados os gráficos apresentados com a posterior análise, conforme os exemplos abaixo:

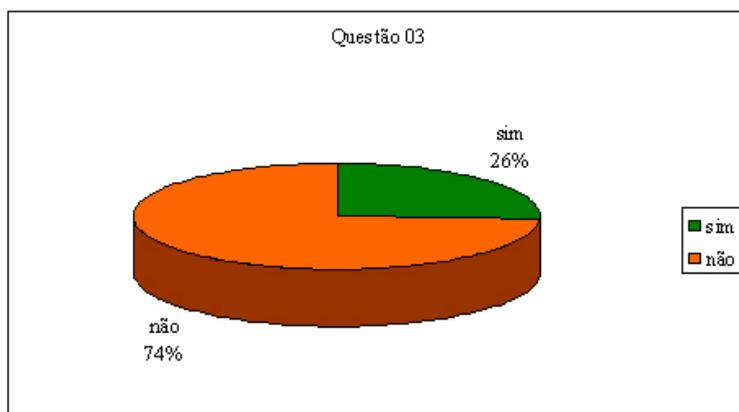


Figura 6. Gráfico 03: opinião dos usuários sobre o conhecimento da história do edifício

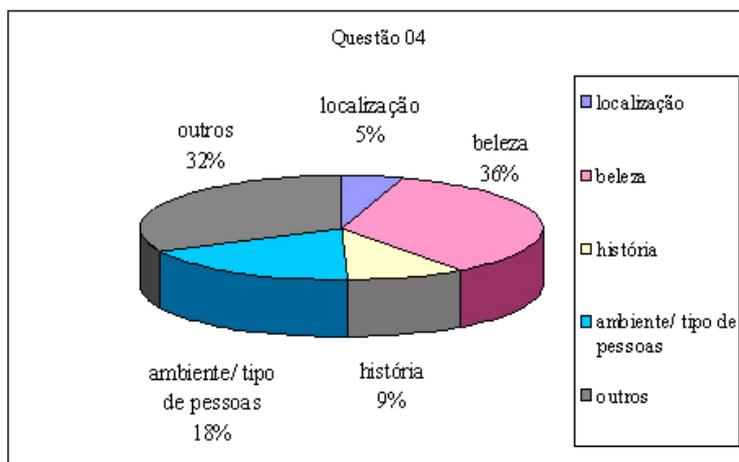


Figura 7. Gráfico 04: aspectos que os usuários mais gostam no edifício

Com relação aos usuários observa-se que, 50% dos sujeitos entrevistados afirmaram conhecer o prédio antes de ser transformado em Shopping e 50% afirmaram não conhecê-lo. A memória do prédio antes da reforma é evocada por 54% dos sujeitos através de sua função ou história. Ex: Era a *Light* (Suj.16). Mesmo que os sujeitos tenham uma lembrança equivocada ou não vivenciada Ex Mappin (suj.39) ou Telefônica (suj. 125) mantém-se uma memória histórica; 46% dos sujeitos relatam não terem lembranças de nenhuma espécie do prédio, antes de tornar-se *shopping*.

Os sujeitos entrevistados, em sua maioria (74%) acreditam que a população que utiliza atualmente o shopping não conhece sua história.

A maioria dos sujeitos (35%), menos da metade dos entrevistados, afirma achar o prédio bonito, seguido de 32% que afirmam gostar do prédio por variadas razões como, por exemplo, pela praça de alimentação (suj 113) e 18% afirmam gostar do ambiente e do tipo de pessoas que circulam pelo espaço. Os aspectos que 64% dos usuários afirmam não gostar da administração, do atendimento, da circulação e da própria revitalização.

4.4 FUNCIONÁRIOS: ENVOLVIMENTO E CRÍTICAS

Com relação aos funcionários 25% afirmaram já conhecer o prédio antes de tornar-se shopping e se lembram, da sua função e história. Os principais problemas apontados pelos sujeitos funcionários foram em relação à administração (25%) e circulação vertical - elevador lento (25%). 50% dos funcionários afirmaram não encontrar nenhum tipo de problema no dia a dia no prédio. Afirmaram gostar de trabalhar ali, especialmente por considerarem local tranquilo, assim como pelo ambiente e pelo tipo de pessoas. 25% afirmaram gostar da beleza do prédio e 25% o consideraram um elemento histórico interessante.

4.5 COMERCIANTES: ACORDOS E DESACORDOS

Dos comerciantes do shopping, 25% demonstram terem conhecimento sobre sua existência antes de se tornar shopping, porém, 75% afirma não se lembrar de sua função e história antes do processo de restauração. Os comerciantes entrevistados não conseguem definir quais os aspectos que mais gostam ou menos gostam no prédio, 50% afirma não enfrentar nenhum tipo de problema. Consideram como principal característica a praticidade.

O que se apreende da percepção do prédio e de sua utilização atual é que, de maneira geral, tanto usuários, quanto funcionários e comerciantes, pouco conhecem sobre a estrutura do prédio antes da reforma, no entanto lembram-se, embora com dificuldade as funções do prédio antes de ele tornar-se shopping. Esta memória pareceu bastante vaga, sem sentido histórico bem fundamentado e sem demonstrar características afetivas relacionadas à história deste prédio na cidade de São Paulo.

O envolvimento, no sentido de reconhecer o que mais ou menos gostam no edifício, também é apresentado de maneira bastante insegura tanto por usuários quanto funcionários e comerciantes do local, demonstrando pouco investimento afetivo ou cultural no prédio.

Comerciantes relatam não enfrentarem problemas no seu dia-a dia no *shopping* e os funcionários, em sua maioria enfrentam problemas com a administração. Esta

disparidade de respostas parece estar ligada ao tipo de envolvimento cotidiano e de sobrevivência que o shopping oferece. Os comerciantes parecem formar um grupo isolado dentro da rotina administrativa do *shopping*, voltado para seu espaço e seu negócio enquanto os funcionários, subordinados à administração, sentem com mais intensidade a filosofia organizacional que rege o cotidiano do centro de compras.

Mesmo, a amostra estudada não tendo demonstrado envolvimento com a história do prédio e mesmo com sua condição atual dentro da cidade, tanto funcionários quanto comerciantes e usuários o descrevem o prédio como especialmente confortável, bonito e prático. Palavras de amplo significado, mas que conferem uma qualidade positiva ao prédio, no presente, embora sem nenhuma alusão ao seu passado histórico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível verificar, através da avaliação do ambiente do *Shoppig Light* pelo método descrito, a opinião de amostra adequada de usuários, funcionários e comerciantes que a reconversão do edifício não foi suficiente para a preservação da memória do edifício e da cidade.

A intenção do arquiteto, no sentido de preservar a memória do edifício através do uso ativo não pareceu estar concretizada. Constatou-se que os freqüentadores atuais do local têm um perfil bastante diferente do que o arquiteto havia identificado na ocasião da elaboração de sua proposta na qual imaginava facilitar aos usuários uma apropriação mais afetiva do lugar.

O que se observa atualmente, é que a circulação no centro é de pedestres que fazem uso do espaço urbano como passagem rápida, o que configura um perfil bastante diferente dos usuários antigos, que freqüentavam o edifício para pagar suas contas, quando o entorno era um ponto social e de comércio valorizado na cidade.

Do ponto de vista psicossocial, percebe-se que o shopping tem uma função presentificadora, ou seja, ele demonstra ser um local de passagem eficiente. Foi também possível observar, através das entrevistas, que a população tem um desejo de permanecer no *shopping* por mais tempo. O ambiente, tal qual estruturado, não permite esta permanência, agrupamentos ou espaço de convivência, o que pode estar determinando as atuais características do envolvimento da população com o imóvel.

Considerando a importância arquitetônica e histórica da edificação a população atual se distancia destas características fazendo uso puramente comercial, tanto enquanto usuário que se utiliza das lojas e praça de alimentação, quanto dos

funcionários e comerciantes, sem demonstrar envolvimento afetivo pela história do lugar onde exercem suas atividades cotidianas.

Um fato a ser mencionado é que o Viaduto do Chá e especialmente o edifício Alexander Mackenzie estão presentes em cartões postais da cidade, na imprensa e em programas televisivos com entrevistas ao vivo e constitui um marco importante na cidade, mas nem por isso os frequentadores atuais se detém sobre fatos históricos em sua rápida passagem pelo shopping.

Em função destas constatações que distanciam intenções do arquiteto, conhecimento do administrador, envolvimento e memória da população que atualmente utiliza e percorre este espaço semi-público e seu entorno é possível pensar que os projetos de revitalização com mudança de uso, como é o caso do objeto da presente pesquisa, possam incluir em seu projeto idealizador e técnico alguns itens que facilitem ou mesmo incentivem a memória coletiva da história do lugar. Tais sugestões são apresentadas a seguir:

- Participação de equipes multidisciplinares na realização de pesquisas no entorno do lugar a ser revitalizado para levantar as reais expectativas da população envolvida na reforma.
- Exposição permanente, em local de fácil acesso e de grande fluxo de pessoas, apresentando registros sobre a história e a importância do edifício no contexto da cidade.
- Treinamento da administração que irá cuidar do local de tal maneira que tenha conhecimento da intenção, das dificuldades enfrentadas pelo arquiteto, assim como da legislação que rege um trabalho com estas características.
- Treinamento dos comerciantes que tenham intenção de se instalar em local reconvertido, com ênfase na história do prédio e de sua revitalização com incentivo a promover criativamente a divulgação desta história em seus estabelecimentos.
- Preservar elementos da arquitetura original no interior do edifício, principalmente na passagem do exterior para o interior, do público para o privado ou para o semi-público, evitando uma mudança abrupta do monumento preservado para o novo uso. Suavizando a passagem através da mudança gradual do antigo para o novo seria possível evitar as interferências na memorização e nas impressões carregadas de significados e de afeto dos usuários.

A mudança de uso do edifício Alexander Mackenzie reconvertido, pode ser justamente um dos fatores que contribuíram para a diluição da memória da história do edifício. A desconexão entre as informações que a preservação das fachadas imprime nas pessoas e o ambiente modificado que se apresenta ao adentrar o edifício, pode ser considerada como uma das causas dessa dificuldade de imprimir sentido e personalidade ao local. A desconexão entre a intenção do arquiteto e as

reais possibilidades da reconversão do edifício, das decisões sobre o que preservar, dificulta a integração do antigo e do novo e a busca da recuperação da memória da sua história.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da super-modernidade*. Campinas: Papirus, 1994.

CARRILHO, Marcos José; GALLO, Haroldo; MAGALHÃES, Fernanda; *O trabalho de restauro em arquitetura in Um século de luz*. São Paulo: Scipione: 2001.

COZBY, P. C. *Métodos de pesquisa em ciências do comportamento*. São Paulo: Atlas, 2003.

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

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

GIL, A.C. *Métodos e técnicas em pesquisa social*. São Paulo: Atlas.1995.

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

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

KÖCHE, J.C. *Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa*. Petrópolis: Vozes.1997.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M.A. *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatórios, publicações e trabalhos científicos*. 5a. edição. São Paulo: Atlas.2001.

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

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

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

MINAYO, M.C.S. *O desafio do conhecimento*. São Paulo: Hucitec, 1993.

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.

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

RAPAPORT, Amos. Aspectos humanos de la forma urbana. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

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

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

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

KEY WORDS:

Architecture, Urbanism, Environment Psychology, Environmental Quality.

PALAVRAS-CHAVE:

Arquitetura, urbanismo, psicologia ambiental, qualidade ambiental.