

# Sea, Sun, Sand and Residence:

O impacto do turismo de sol e praia no espaço residencial



**Nuno André Janeiro da Costa**

Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura

Departamento de Arquitectura da FCT-UC

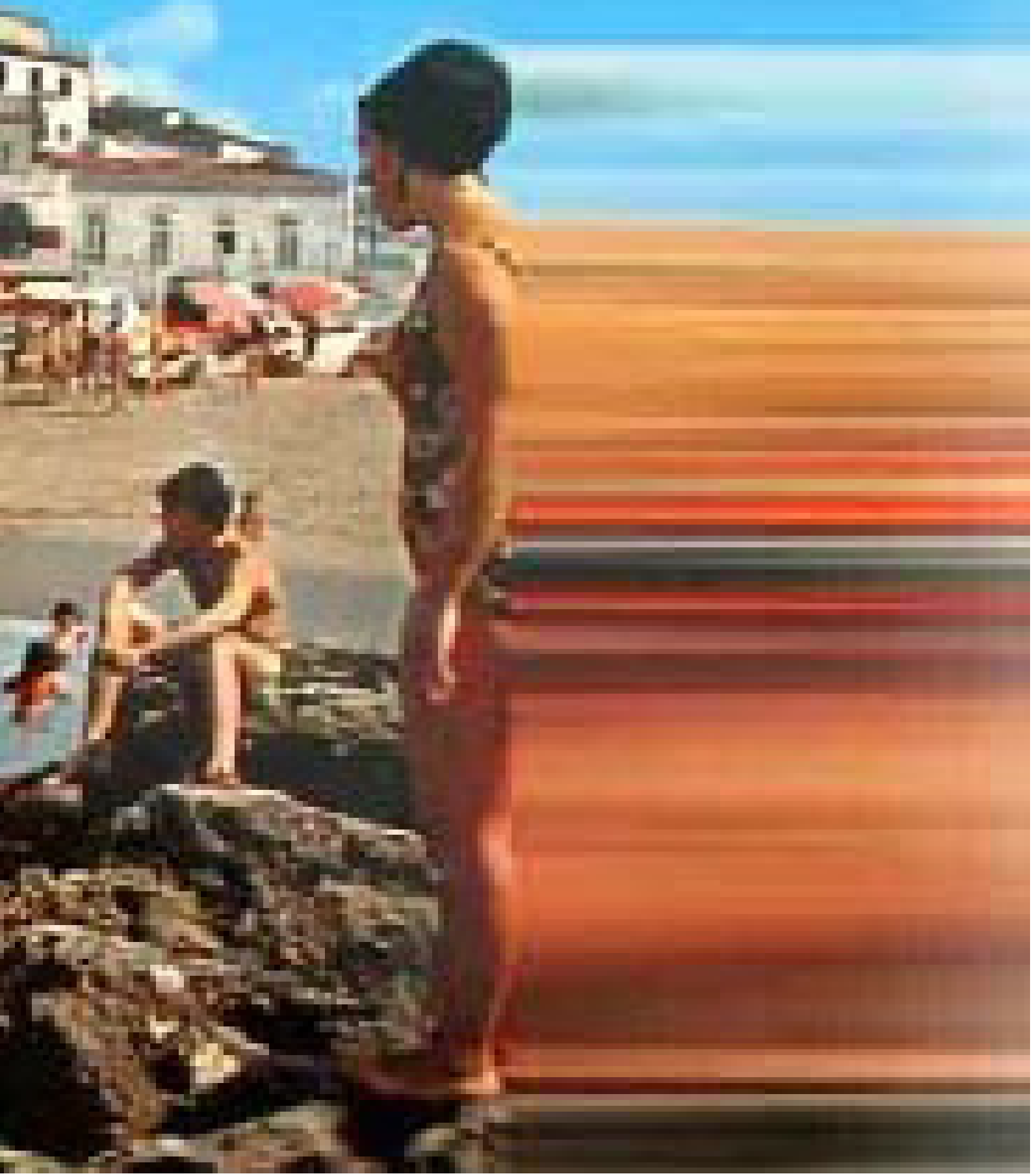
Sob a orientação do professor Doutor António Lousa

Coimbra, Junho de 2011





# SEA, SUN, SAND and RESIDENCE





Aos meus pais, e às minhas avós.



## SUMÁRIO

9	<b>Agradecimentos</b>
11	<b>Introdução</b>
	<b>1. VIAGEM À AMÉRICA: O PÓS-MODERNISMO E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO</b>
19	1.1 Mo(vi)mento Pós-moderno
29	1.2 Autenticidade e Turismo
35	1.3 Parques Temáticos: Espaço Disney
51	1.4 Do Shopping mall ao suburban sprawl
	<b>2. O IMPACTO DO TURISMO NO FENÓMENO PROGRAMÁTICO E TIPOLÓGICO DA HABITAÇÃO</b>
69	2.1 Algarve: o boom turístico dos anos 60
79	2.2 A cidade turística
93	2.3 Falemos de arquitectura
	<b>3. ANÁLISE DE CASOS DE ESTUDO</b>
105	3.1 Tipologia Resort: Aldeamento Bom Sucesso Lagoa Golf
127	3.2 Tipologia Urbanização: Casagranturismo
165	<b>Considerações finais</b>
177	<b>Bibliografia</b>
189	<b>Créditos de imagens</b>



## AGRADECIMENTOS

Ao Professor Lousa pela sua orientação, trocas de ideias com que me presenteou ao longo de toda a dissertação; pela confiança e amizade.

À minha família, pela dedicação, apoio incondicional durante esta extensa etapa. À Dê pelo apoio constante e decisivo na realização do trabalho.

Ao Ricardo Camacho pela amizade e pelas conversas.

Aos amigos e colegas que, de algum modo, serviram de apoio e inspiração a esta dissertação: ao Bruno Pereira, ao Eduardo Nascimento, à Filipa Cabrita, ao Francisco Vale, ao João Branco, ao João Oliveira, ao José Carlos Quelhas, ao Mário Carvalhal, ao Pedro Canotilho, ao Rui Aristides.

Aos amigos, pela presença: António Alte da Veiga, Branca Isabel, Eduardo Correia, Filipe Homem, Gonçalo Alves, Isabel Preto, Joana Couto, João Lopes, Leonardo Peliz, Luís Montelobo, Manuel Feijão, Miguel Martins, Pedro Mendes, Rui Amaro, Vítor Rolla,

A todos os colegas do Departamento de Arquitectura, com menção especial à D. Lurdes. Uma vez mais a Ricardo Camacho e Maria do Carmo pelo apoio e disponibilização de material imprescindível à realização desta dissertação.





## INTRODUÇÃO

A presente dissertação procura uma reflexão teórico-crítica sobre o impacto do turismo no espaço residencial. É uma hipótese de estudo motivada por uma experiência de dois anos num escritório de arquitectura que opera essencialmente no Algarve (Casagranturismo), onde a participação em diversos projectos com uma forte componente turística serviu de causa ao tema, uma reflexão mais alargada entre o fenómeno do turismo e a temática da habitação. Pretende seguir uma linha de investigação arquitectónica proposta em 1999 no IV Congresso da Fundação DOCOMOMO Ibérico - a arquitectura e o urbanismo vinculados ao turismo de sol e praia, e trazer esta discussão para o contexto Português, através de uma análise particularizada nas formas de apropriação do espaço residencial turístico, suportada a partir dos projectos Casagranturismo (Silves) e Bom Sucesso (Óbidos).

Enquadramos o turismo de sol e praia no modelo de turismo de massas, que emerge em Portugal no Algarve a partir dos anos 60, com o desenvolvimento dos países pós-industrializados do norte da Europa, as revoluções nos campos social e laboral (nomeadamente o direito a férias remuneradas e o surgimento de uma cultura do ócio), a generalização do transporte com a introdução do motor a jacto na aviação comercial e a democratização do automóvel, o desenvolvimento do marketing turístico e a introdução dos “*packages*” organizados. Rapidamente o Algarve via a transformação do seu território em território turístico, a necessidade de construção e infraestruturização do seu território na resposta a uma população de massas em constante movimento.

A arquitectura vinculada ao turismo de sol e praia desenvolveu-se num contexto muito acelerado, sem espaço para reflexões, e nunca foi devidamente acompanhada por estratégias de planeamento e regulamento eficazes, conduzindo à descaracterização da sua paisagem, gerando inevitáveis discontinuidades económicas, sociais e ambientais no seu território. O papel do arquitecto neste contexto, tem vindo a ser insuficiente na intervenção consciente,



racional, e qualitativa do espaço, cenário que não o iliba de modo algum, mas que o responsabiliza juntamente com outros agentes envolvidos na dinâmica imobiliária, como os urbanistas, os construtores e os promotores. Deste modo, grande parte desta arquitectura tem sido posta de parte pela academia, onde por regra não tem espaço na aprendizagem e na formação do arquitecto, assim como não tem exclusivamente constituído objecto de reflexão por parte da comunidade arquitectónica, ao contrário de outros sectores nomeadamente o económico, as ciências sociais, a geografia e a gestão empresarial que se têm vindo a posicionar com grande destaque na investigação do turismo.

O objecto de estudo diz respeito ao espaço residencial turístico, ou seja, o espaço que cumpre o propósito de residência de férias e que se localiza fora dos centros urbanos consolidados. O seu contexto deriva da institucionalização do lazer, com particular incidência na atracção pelo litoral e a vida na praia, suportada numa classe média em crescimento, ansiosa pela afirmação do seu estatuto e pela consolidação de um modo de vida. Um modo de vida com conotações urbanas que incide directamente no fenómeno do veraneio, onde a introdução de novas motivações e novos programas, abrem novas possibilidades de ocupação e organização espacial. O espaço residencial turístico parte da importação de usos e rotinas urbanas para um território natural, e compreende essencialmente o privado, a moradia unifamiliar. Deste modo, contrapondo a lógica de concentração e densificação da cidade, assume padrões de desenvolvimento em extensão, e divide-se em duas tipologias dominantes, os *resorts*, e os núcleos de urbanização dispersa.

Não é objectivo deste trabalho uma análise exaustiva e detalhada das características formais do objecto de estudo, nem o apuramento da verdade histórica das lógicas de ocupação turística no contexto do sol e praia. Pretende-se sim uma análise crítica do objecto em questão, entender algumas questões na correspondência entre o turista contemporâneo e os processos de produção inerentes à temática da habitação. O seu objectivo específico passa por compreender na contemporaneidade, se existe alguma inovação na oferta de espaços residenciais vinculados ao turismo de sol e praia. O ponto de vista metodológico, centra-se na teoria da arquitectura e na metodologia projectual, no entanto dado a complexidade e transversalidade do fenómeno do turismo, percorrerá outros campos como as ciências sociais e humanas.

A estrutura do trabalho irá assentar numa aproximação progressiva ao objecto de estudo. Pretende-se assim, do primeiro até ao último capítulo, uma abordagem que parte da escala do urbanismo para a escala da arquitectura. O corpo do trabalho estrutura-se em três capítulos:

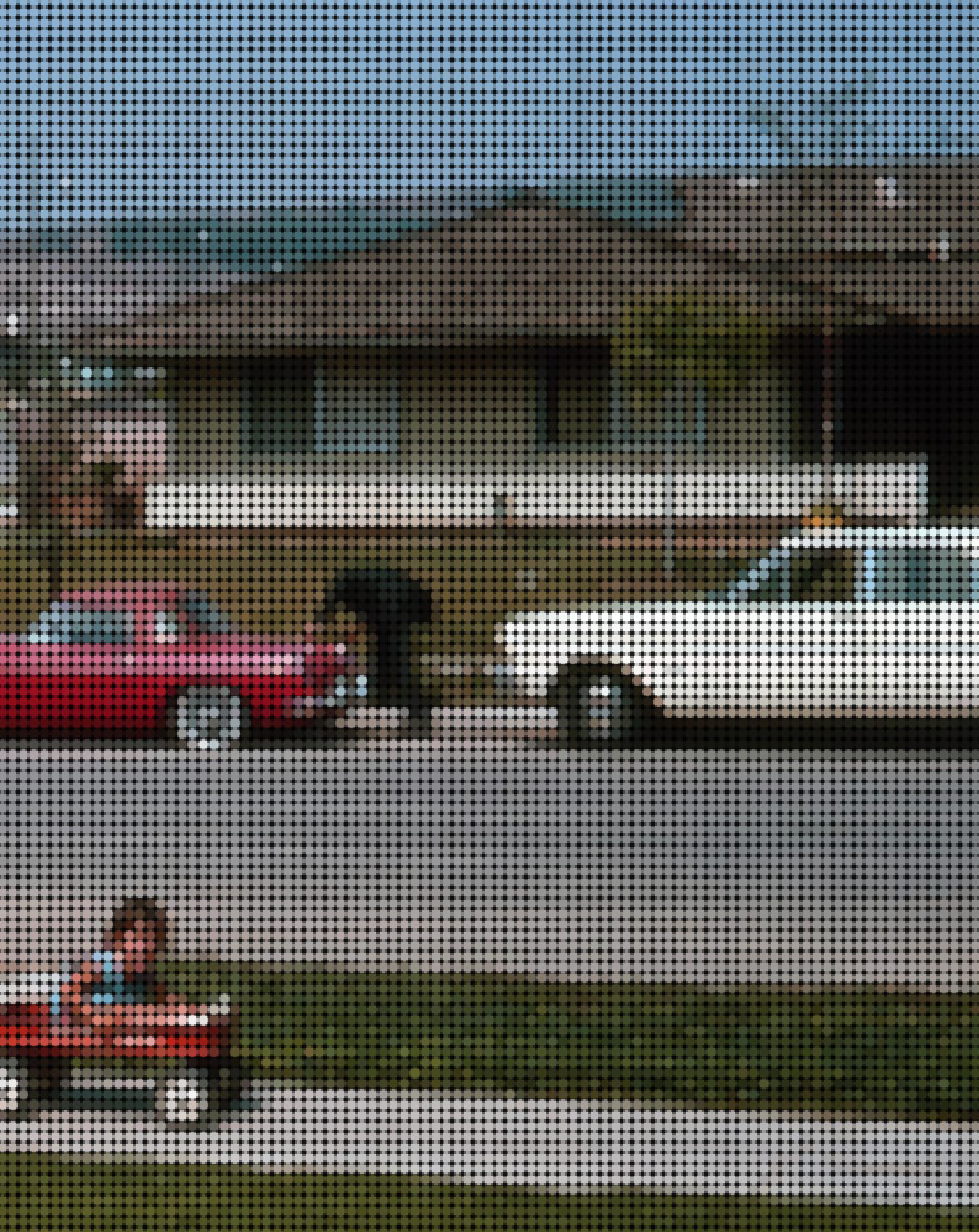


O primeiro capítulo assume o risco de uma “viagem” precisamente pela natureza do seu conteúdo, que se afasta no tempo e no espaço do objecto de estudo, mas que é em muito pertinente na sua compreensão. Uma viagem que se demonstra necessária no entendimento de determinadas situações de domínio espacial e social, imprescindíveis na abordagem dos temas dos capítulos seguintes. Sendo o turismo de massas um produto da sociedade de consumo pós-industrial, é introduzido o Pós-modernismo como contexto desta dissertação, precisamente porque o uso do espaço turístico é mais um produto da sociedade do consumo, e grande parte do urbanismo e da arquitectura do turismo de sol e praia reflecte essa condição da massificação do consumo e do lazer. Fundamentada a partir de uma revisão bibliográfica que tem como base as ciências sociais, nomeadamente as obras de Eco, “Travels in Hyperreality” (1986), MacCannell, “The Tourist” (2003), e Urry “O olhar do turista” (1990), é uma viagem à América pós-moderna, através do espectáculo e do lazer – o universo dos parques temáticos; e do consumo – as superfícies comerciais e os subúrbios americanos.

O segundo capítulo diz respeito às implicações do turismo na temática da habitação, no contexto de Portugal. A análise parte de uma leitura sem suporte cronológico, e incide praticamente na região do Algarve, que introduz o modelo internacional de turismo de massas, fomentando o surgimento de estruturas residenciais que configuram o objecto de estudo, tais como os aldeamentos, os resorts, e ainda o fenómeno de urbanização ligado à segunda residência. Os subcapítulos procuram um entendimento da problemática a todas as escalas, contextualizada desde as políticas do ordenamento do território e do desenvolvimento turístico, as dinâmicas de apropriação do espaço e de ocupação da cidade turística, e os processos de produção do espaço e da arquitectura.

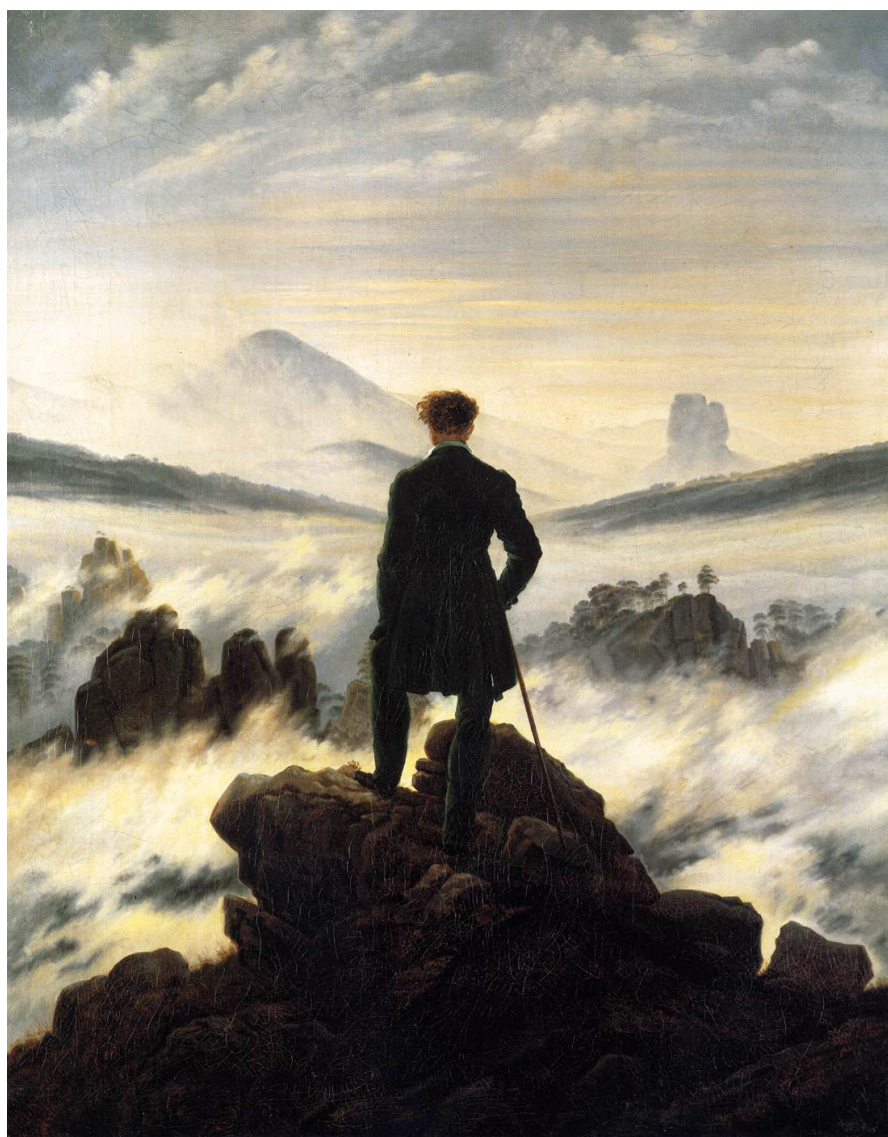
O terceiro e último capítulo reúne a análise dos casos de estudo escolhidos, uma reflexão sobre o exercício da disciplina de projecto e da metodologia projectual na abordagem ao tema da habitação em território turístico. Os casos de estudo seleccionados são os projectos Casagraturismo (Silves), e o Bom Sucesso Design Resort (Óbidos). Configuram modelos extremamente recentes na oferta do “turismo residencial”, e ambos reconhecem o papel da arquitectura contemporânea como uma mais valia na determinação do seu potencial turístico. A abordagem aos casos de estudo partirá igualmente de uma análise a várias escalas, partindo da região, o masterplan, os conjuntos de células e a arquitectu





# 1. VIAGEM À AMERICA: O PÓS-MODERNISMO E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO





1.1 *O viajante sobre o mar de névoa*, Caspar David Friedrich (1818)



## MO(VI)MENTO PÓS-MODERNO

*O turismo é prefigurativamente pós-moderno, devido a sua particular combinação do visual, do estético e do popular.*

*(John Urry, 2001: 125)*

O turismo é um fenómeno indissociável da cultura contemporânea. Estabelece-se a partir das práticas sociais associadas ao fundamento da viagem, e pressupõe uma relação entre um sujeito (turista) e um objecto (espaço turístico). É um fenómeno extremamente complexo, uma vez que se relaciona com uma diversidade de esferas do conhecimento, resultando de forma difícil uma definição estanque que traduza o seu significado absoluto. Centremo-nos naquilo que nos interessa, a relação entre o sujeito e o objecto, o turista e o espaço ou o lugar. O perfil do turista contemporâneo começa a ser esboçado no séc. XVII através do viajante, corporizado no *Grand Tour*, onde a viagem é encarada como um instrumento de aprendizagem, objectivada na arte e arquitectura clássica (*Grand Tour* Clássico), e na contemplação da paisagem (*Grand Tour* romântico). A transformação do viajante em turista surge com a revolução industrial, onde o processo de produção capitalista reconfigurou as relações de trabalho, ganhando corpo a institucionalização do tempo livre, permitindo progressivamente a emergência de um tempo (e um espaço) destinado ao descanso e ao lazer.

O pós-guerra desencadeou o desenvolvimento tecnológico, nomeadamente os sistemas de informação e mobilidade, precipitando o abandono do espaço de permanência e a aparecimento de uma cultura de mobilidade. A introdução do reactor a jacto na aviação comercial demonstra bem essa mudança de paradigma, a descoberta do mundo, assim como a expansão e a democratização do automóvel, que veio propor um sentido de mobilidade individual, a liberdade total de deslocação no espaço. Os Estados Unidos da América é o país que melhor reflecte essa nova relação entre sujeito e objecto, onde o processo de recuperação e internacionalização da economia fomentou os mercados de consumo de massa, esboçando uma nova relação do indivíduo com o espaço. Um modo de melhor entendermos isso pode ser através da literatura americana, como por exemplo a obra "*On the road*" de Kerouac, que parte de um discurso de contracultura, através da ânsia da viagem, da velocidade de deslocação. A relação sujeito e objecto, assumindo a experiência turística como pós-moderna,



1.2 Demolição do complexo Pruitt-Igoe - Um marco simbólico do fim dos ideais da arquitetura moderna

funda-se na mobilidade e no desejo da diferença, de experimentar diferentes paisagens, culturas, comidas, formas de viver ou de vestir, uma relação que se estabelece entre atracção e expectativa, como por exemplo a procura do turista pelo “autêntico”, ou pelo “exótico”. Partindo para um discurso arquitectónico contextualizado no movimento pós-moderno, suportado numa cultura de massas e numa sociedade cada vez mais globalizada, surge a exportação/importação e internacionalização de modelos arquitectónicos que invade o espaço global, propondo modos de ocupar e de viver independentemente do seu contexto cultural, geográfico ou social. O turismo é um dos campos que melhor exprime essa relação. A cadeia de hotéis *Hilton* reflecte essa condição de maneira exemplar, garantindo desde muito cedo uma marca ou uma identidade muito definida, desde a data da sua fundação no ano de 1919 em Cisco (Texas) até à sua expansão à escala mundial, contabilizando cerca de 3.600 hotéis em 81 países. A tipologia de *resort* evidencia a mesma premissa, propõe um modo de ocupar e um tipo de turismo que nunca difere seja em que contexto for, ao ponto de dizermos que a experiência em *resort* é igual no México, em Moçambique ou na Indonésia. Do mesmo modo os casinos e as superfícies comerciais.

Contextualizamos o âmbito deste trabalho no movimento Pós-moderno uma vez que a “cultura contemporânea pode ser caracterizada pelo menos em parte como pós-moderna” (Urry, 2001: 117), e o universo da arquitectura é provavelmente aquele que melhor verifica esse paradigma cultural. No entanto, compreender a natureza e o lugar do movimento Pós-Moderno na história da arquitectura parece ser uma tarefa algo complexa, precisamente pela divergência de leituras e opiniões de vários autores relativamente a este mo(vi)mento.

Keneth Franpton refere que é difícil compreender o carácter do movimento pós-moderno quer na arquitectura quer nos outros campos artísticos. “Sob um ponto de vista, é preciso reconhecê-lo como uma reacção compreensível às pressões da modernização social, e, portanto, como uma fuga à tendência da vida contemporânea a ser totalmente dominada pelos valores do complexo industrial-científico.” (Franpton, 1997: 372)

Charles Jencks, segundo uma atitude algo corrosiva e não menos irónica ou sarcástica, refere um momento simbólico, anunciando a passagem do Modernismo para o Pós-Modernismo num momento específico: “às 15:32h do dia 15 de Julho de 1982 – com a destruição, levada a cabo por dinamite, do complexo Pruitt-Igoe, construído em 1951, segundo os ideais mais progressistas da CIAM e premiado então pelo Instituto dos Arquitectos Americanos.” (Portoghesi, 1982: 47)





1.3 Las Vegas Strip

1.3

Urry caracteriza o Pós-modernismo como “uma arquitectura de superfícies e aparências, de jocosidade e pastiche. É maneirista, como se todos os estilos e convenções históricas da arquitectura estivessem lá para serem interminavelmente induzidos, justapostos e novamente induzidos” (Urry, 2001: 164). Consequentemente a sua interpretação refere inúmeras arquitecturas pós-modernas, fragmentando o pós-modernismo num amplo espectro de estilos diferentes: um associado a uma vulgaridade comercial, relativo a Las Vegas e a Disneyland (pós-modernismo consumista); outro que implica um retorno ao pré-moderno (pós-modernismo nobre), e por fim aquele associado ao regionalismo crítico de Frampton (pós-modernismo vernacular).

Apesar de alguma discrepância de opiniões relativas ao pós-modernismo enquanto movimento ou momento específico na história da arquitectura, é praticamente unânime que as características da arquitectura Pós-moderna são estabelecidas na rejeição ou abandono dos valores do Modernismo.

*(...) a arquitectura pós-moderna valoriza a ambiguidade e a ironia, a pluralidade dos estilos, o duplo código que lhe permite virar-se por um lado para o gosto popular através da citação histórica ou vernácula, e por outro lado para os apreciadores de trabalhos, através da explicitação do método compositivo e daquilo que é definido por <<gosto das figuras>> aplicado à composição e decomposição do objecto arquitectónico.*

(Portoghesi, 1982: 47)

Falar do Pós-Modernismo no universo da arquitectura implica obviamente falar de Robert Venturi e Denise Scott-Brown, na obra “*Learning from Las Vegas*” (1972), precisamente por constituir uma mudança de atitude no campo de investigação do fenómeno urbano e arquitectónico. Venturi afirma que “aprender com a paisagem existente é, para o arquitecto, uma maneira de ser revolucionário. Não do modo óbvio, que é derrubar Paris e começar tudo de novo como Le Corbusier sugeriu na década de 1920, mas de outro, mais tolerante, isto é, questionar o modo como vemos as coisas” (Venturi, 2003: 25). É neste ponto que Venturi se revela essencialmente como Pós-moderno e a comparação com Le Corbusier reforça ainda mais a sua posição. “*Learning from Las Vegas*” assume-se com uma das primeiras e mais importantes obras pós-modernas, onde através de uma análise do corredor comercial de Las Vegas, pretende compreender como a arquitectura se revela enquanto simbólica e comunicativa. Mais do que entender a “arquitectura enquanto espaço”, os autores de “*Learning from Las Vegas*” chamam a atenção para a arquitectura como símbolo, como sistema de comunicação, ou ainda a arquitectura da persuasão. “Essa arquitectura de estilos e signos é antiespacial; é uma arquitectura mais



de comunicação do que de espaço; a comunicação domina o espaço como um elemento na arquitectura e na paisagem.” (Venturi, 2003: 33)

A publicidade e o consumo surgem como os alicerces da condição pós-moderna, regularizando praticamente tudo à nossa volta. O desenvolvimento das tecnologias de informação promoveu o consumo massivo de imagens e a cultura visual passa a sobrepor-se a todas as outras formas de conhecimento. Entramos no domínio da *sociedade do espectáculo* de Guy Debord, ou da *estetização da vida quotidiana* de Featherstone, ou ainda da *hyper-realidade* referida por vários autores, desde W. Benjamin, J. Baudrillard, D. Daniel Boorstin e Umberto Eco. “El artículo de consumo se ha tornado parte integral de la vida cotidiana en la sociedad moderna, pues su forma original es una representación simbólica (anuncio publicitario) de sí mismo, que promete y guía la experiencia del consumo antes del consumo real.” (MacCannell, 2003: 32)

É com base nestes domínios, da cultura visual e da massificação / estetização do consumo, que se manifesta o turismo contemporâneo. John Urry estabelece um diálogo entre a cultura visual e o fenómeno turístico, a que designa por “O olhar do turista”. Esse olhar apesar de entrar num campo subjectivo, é socialmente e historicamente organizado, e “construído através de signos” (Urry, 2001: 18). Segundo este autor, a sociedade do espectáculo e do consumo (pós-moderna) desencadeou mudanças culturais e reestruturou a actividade turística, passando esta a ser regularizada pelos media que controlam e conduzem o turista antes, durante e depois da experiência. Neste ponto Urry destaca a importância do devaneio nas práticas associadas ao consumo e ao turismo. “Tais devaneios não são autónomos, porém. Envolvem o trabalho com a propaganda e outros conjuntos de signos, gerados pela média, muitos dos quais dizem respeito claramente a processos complexos de emulação social.” (Urry, 2001: 118)

*Os lugares são escolhidos para ser contemplados porque existe uma expectativa, sobretudo através dos devaneios e da fantasia, em relação a prazeres intensos, seja em escala diferente, seja envolvendo sentidos diferentes daqueles com que habitualmente nos deparamos. Tal expectativa é construída e mantida por uma variedade de práticas não-turísticas, tais como o cinema, a televisão, a literatura, as revistas, os discos, que constroem e reforçam o olhar. (Ibidem: 18)*

Consideremos o Pós-modernismo como fundamento do objecto de estudo – o espaço residencial turístico. Não num sentido rigoroso, de situar espacialmente e temporalmente este trabalho, mas sim como um argumento que possa validar um discurso crítico, em relação ao urbanismo e à arquitectura vinculados ao





turismo de sol e praia. Falando de urbanismo ou modelos urbanos, constata-se neste capítulo que os Estados Unidos e a cultura americana consolidaram modos de vida e modos de ocupar que invadiram outros contextos e territórios. Pela estetização do consumo no *Shopping mall*; pelo espectáculo através dos parques temáticos, a Disney e Hollywood; pela democratização do automóvel e a formação dos subúrbios. A arquitectura é abordada nos capítulos seguintes, onde a temática da habitação num contexto do turismo de sol e praia, assume muitas das características que falamos do pós-modernismo. É uma arquitectura que valoriza a imagem em relação à forma, que utiliza descomplexadamente referências históricas, que está mais submetida às exigências político-económicas do que a vontade dos arquitectos, que celebra a vulgaridade ou o gosto popular, que parte da tradição e do vernáculo, que é simbólica e comunicativa.



## AUTENTICIDADE E TURISMO

*Muchas veces los escenarios no son meras copias que se presentan, como algo que revela más sobre el objeto real de lo que el objeto en si manifiesta.*

*(MacCannell: 2003, 136)*

O espaço residencial turístico apresenta analogias com alguns modelos urbanos americanos. Partindo de alguns exemplos, a cidade americana será abordada enquanto objecto e suporte de eventos, com particular incidência nas transformações urbanas.

Tomamos os Estados Unidos da América como referência precisamente por ser um país jovem, uma civilização que conta apenas 500 anos de história. A relação dos americanos com o passado e o património é muito diferente da nossa, onde passa por eternizar ou cristalizar todos os fragmentos da sua história. As implicações da história e do património no universo do turismo têm vindo a despertar o interesse de várias disciplinas, nomeadamente as ciências sociais. Os já referidos John Urry, “*O olhar do turista*” (1990), e MacCannell, “*The Tourist*” (2003), juntamente com Eco em “*Travels in Hyperreality*” (1986), são alguns dos autores interessados em reflectir sobre esta questão.

Uma temática explorada por muitos tem sido a questão da autenticidade, de que forma é entendida no universo do turismo e que implicações pode ter na arquitectura. MacCannell afirma que os espaços turísticos se organizam segundo uma “autenticidade encenada” (MacCannell, 2003). Este conceito parte de uma distinção estabelecida por Goffman sobre regiões frontais e traseiras. A manipulação ou artificialização de espaços (dentro dos domínios da produção e promoção turísticas), dissolvem os limites entre as regiões traseiras (autênticas) e as regiões frontais (encenadas ou artificiais), inculcando no turista a impossibilidade de distingui-las. Autenticidade, no âmbito da actividade turística, tem implicações muito específicas. Remete para um “diálogo” entre a memória e uma encenação fabricada com objectivos muito definidos. Ainda sobre este termo Fortuna e Ferreira afirmam:



*A “autenticidade encenada” é como que uma pseudo-região de bastidores da realidade que mostra e torna acessível, aquilo que é julgado legítimo, a maior parte das vezes de acordo com critérios puramente comerciais. A realidade assim encenada, porém, não perde capacidade para provocar no turista estados de agradabilidade emocional e sustentar níveis elevados de satisfação. (Fortuna e Ferreira, 1996: 11)*

Outro contributo extremamente importante na problemática da autenticidade no fenómeno turístico é desenvolvido por Urry (baseado nas análises de Daniel Boorstin, 1964; Cohen, 1988; Eco, 1986 e Baudrillard, 1988) que, na sua análise do fenómeno do turismo de massas, constrói um discurso crítico recorrendo ao termo de “pseudo-acontecimento” ou “pseudo-evento”.

*(...) os americanos contemporâneos não podem vivenciar a “realidade” directamente, mas recorrem a “pseudo-acontecimentos”. O turismo é o exemplo fundamental desses “pseudo-acontecimentos”. Isolado de um ambiente acolhedor e das pessoas locais, o turismo de massas promove viagens em grupos guiados e seus participantes encontram prazer em atracções inventadas com pouca autenticidade, gozam com credulidade de “pseudo-acontecimentos” e não levam em consideração o mundo “real” em torno deles. (Urry, 2001: 23)*

Umberto Eco relata a cidade americana utilizando os termos de “hiperrealidade”, e “falso absoluto” - “The theme of our trip – on the contrary – is the Absolute Fake; and therefore we are interested only in absolutely fake cities. (...)The fact is that United States is filled with cities that imitate a city, just as wax museums imitate painting and the Venetian palazzos or Pompeian villas imitate architecture” (Eco, 1987: 40). O conceito de hiperrealidade sugere que a realidade é simulada, no entanto não se limita a reproduzi-la, mas sim a melhorá-la.

Sendo a procura da experiência turística potenciada pelo devaneio, o turista procura validar uma ideia pré-concebida: “na verdade a satisfação nasce da expectativa, da procura do prazer, que se situa na imaginação. A motivação básica das pessoas, em relação ao consumo, não é, portanto, simplesmente materialista. Elas procuram, sim, vivenciar “na realidade” os dramas agradáveis que já vivenciaram em sua imaginação” (Urry, 2001: 30). Deste modo, cientes dos domínios onde a experiência turística ocorre, o marketing turístico e as agências e entidades ligadas ao turismo, optimizam a produção e a promoção de destinos turísticos, através de “caricaturas”, que promovendo-se como experiências “autênticas”, são espaços artificializados que simulam cuidadosamente



realidades geográficas, culturais, nacionais, etc. Essas realidades são como afirma MacCannell encenadas, artificializadas ou melhoradas, e configuram o universo dos pseudo-eventos. Exemplos destes tipo são as exposições universais, o *shopping mall*, os parques temáticos, os casinos, os hotéis e os *resorts*.

Todos estes “espaços” configuram-se como zonas herméticas, afastadas e isoladas da realidade, onde a definição do espaço e da arquitectura assentam em alusões ou metáforas históricas, e o principal objecto é fomentar o consumo, através do lazer/entretenimento. O ambiente é produzido no sentido de garantir conforto, higiene e segurança, ou seja, não existem os imprevistos nem os inconvenientes dos espaços verdadeiros que os inspiram. De facto a segurança, parece ser o factor determinante na experiencia turística. Para além de todos estes espaços serem, muitas vezes, fisicamente isolados, e altamente vigiados, a tematização reforça ainda a política de controlo e vigilância: “a tematização do espaço é muito útil para a sensação de segurança necessária à diversão, porque a sensação de insegurança surge normalmente como efeito do desconhecimento” (Cabrita, 2008: 91). As regras são as mesmas, quer se trate de um hotel, de um parque temático, de um centro comercial ou de um *resort* de férias. São espaços de simulacro ou ilusão, procurando “recriar” realidades particularizadas, próprias de outras culturas, de outros lugares ou de outros tempos, através da segurança e do conforto.

Procuremos a seguir compreender alguns modelos deste universo dos “pseudo-eventos”, tomando a mesma direcção de Eco, que se mostrava particularmente interessado nas “*fake cities*”, cidades que imitam outras cidades. A análise incidirá sobre os parques temáticos (através da Disney), e o *shopping mall*, onde o mais importante não é necessariamente a discrição destas “tipologias”, mas sim as suas repercussões arquitectónicas, no campo da habitação e do espaço residencial.



1.4 Disney World Main Street

1.4



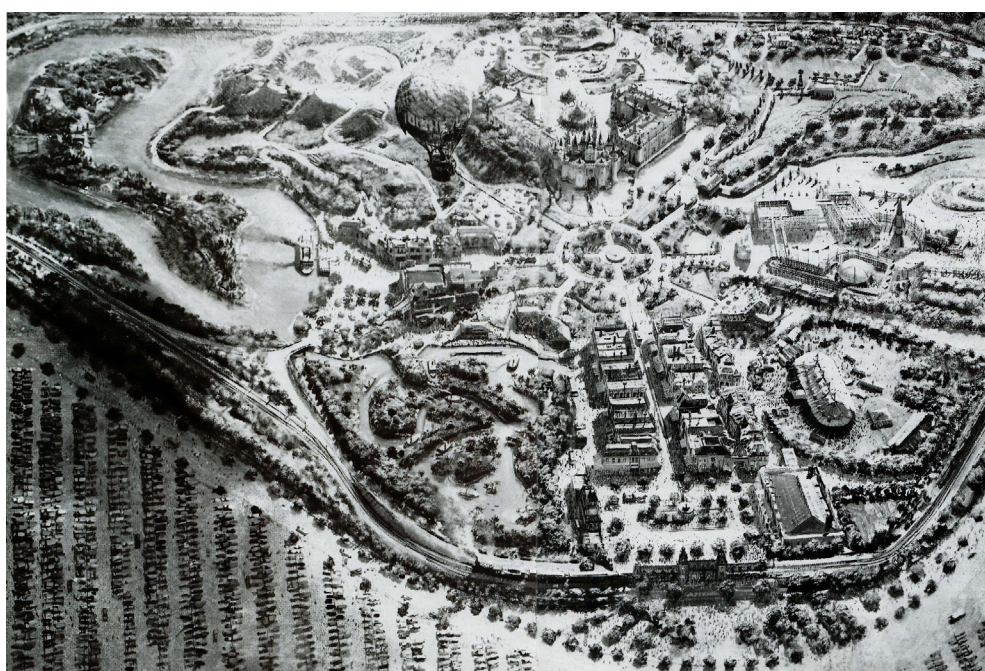
## PARQUES TEMÁTICOS: ESPAÇO DISNEY

*Disneyland will be something of a fair, an exhibition, a playground, a community center, a museum of living facts, and a showplace of beauty and magic. It will be filled with the accomplishments, the joys, the hopes of the world we live in. and it will remind us and show us how to make those wonders part of our lives. (Disneyland in Sorkin, 1992: 206)*

Os parques temáticos configuram um modelo importante no universo dos pseudo-acontecimentos. Constituem uma resposta às expectativas do ócio da sociedade americana na prosperidade económica do período pós segunda Guerra Mundial, assumindo um cariz comercial através do entretenimento.

Apesar de encontrarem referências nas feiras populares tradicionais ou nos jardins europeus modernos, Sorkin refere que as Feiras e Exposições Universais antecipam a organização formal dos parques temáticos. Localizadas na periferia das cidades e assumindo uma escala e densidade de pequenas cidades, as Exposições Universais sempre configuraram um laboratório experimental de modelos de organização urbana e arquitectónica. Modelos urbanos por constituírem modelos de raiz implantados na periferia das cidades, onde o consumo instantâneo do território sempre favoreceu o desenvolvimento tecnológico (infraestrutura e sistemas de mobilidade); na arquitectura, porque se tornaram eventos temáticos, conduzindo a uma competição entre edifícios. “In time, these fairs became differentiated. Soon they embraced a variety of pavilions arranged thematically (...), then national and entertainment pavilions, eventually pavilions sponsored by corporations. From the first, these structures, while impermanent, competed in architectural extravagance”. (Sorkin, 1992).

Os parques temáticos são como referi, o exemplo fundamental dos pseudo-eventos. Representam talvez o exemplo mais paradigmático do pós-modernismo comercial, onde as fronteiras do consumo e do entretenimento ficam muito diluídas. Partindo do conceito de Eco da *hyperreality*, os parques temáticos pretendem reproduzir a cidade, melhorando-a. Configuram-se como enormes espaços encerrados, que concentram uma visão otimizada da realidade. O controlo e a vigilância desempenham um papel fundamental, garantindo a segurança e a previsibilidade que não existe no mundo real.



1.5 *Walt Disney riding a tea cup, Disneyland dia de abertura, 1955*

1.6 Disneyland, Anaheim california 1955

1.5

1.6

*This is the meaning of the theme park, the place that embodies it all, the ageographia, the surveillance and control, the simulations without end. The theme park presents its happy regulated vision of pleasure – all those artfully hoodwinking forms – as a substitute for the democratic public real, and it does so appealingly by stripping troubled urbanity of its sting, of the presence of the poor, of crime, of dirt, of work. (Ibidem: xv)*

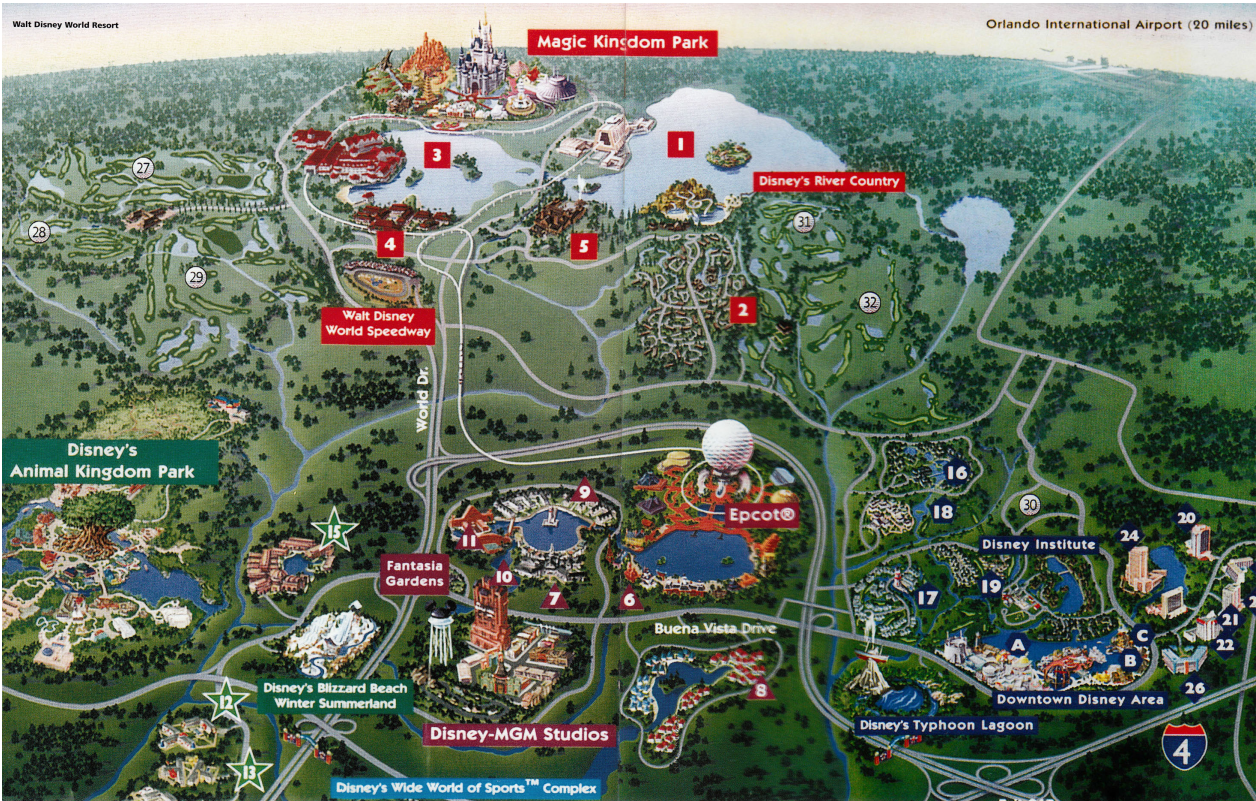
Tomemos o espaço Disney como protagonista exclusivo em representação de todos os outros parques temáticos. Precisamente pela dimensão e importância da Walt Disney Company, a maior empresa de media e entretenimento do mundo.

Em 1955, a inauguração da Disneyland em Anaheim, Califórnia, representa o primeiro parque temático propriamente dito. É promovido como um “mundo mágico”, um “mundo de fantasia”; criando uma interrupção com o mundo real, é a materialização do génio e do imaginário de Walt Disney, proveniente da banda desenhada e da televisão. A ideia da Disneyland, é revelada pelo próprio Walt Disney numa entrevista com a Hollywood Citizen-News em 1952:

*The Park means a lot to me. It's something that will never be finished, something i can keep developing, (...) I want something live, something that would grow. The park is that. Not only can i add things to it, but even the trees will keep growing. The thing will get more beautiful year after year. And it will get better as i find out what the public likes....I can't do that with a Picture. It's finished and unchangeable before i find out if the public likes it or not. (Walt Disney in Chung, 2001: 273)*

Seguindo o modo de construção das cidades e urbanizações americanas, o espaço Disney procura imitar uma cidade que nunca existiu, promovendo um encontro entre realidade e fantasia. A hiperrealidade de Eco atinge o seu clímax: “Disneyland is more hyperrealistic than the wax museum, precisely because the latter still tries to make us believe that what we are seeing reproduces reality absolutely, whereas Disneyland makes it clear that within its magic enclosure it is fantasy that is absolutely reproduced” (Eco, 1987: 43). Os espaços Disney oferecem-se aos turistas como uma encenação de um mundo mágico, um espaço onde não há lugar para os vazios ou inconvenientes urbanos, uma realidade que procura mostrar os aspectos mais cor-de-rosa da sociedade, de um modo sintetizado e comprimido. A estrutura e programa dos espaços Disney traduz-se num imenso parque encerrado que se divide em diferentes áreas temáticas, todas elas prometendo a realização de experiências que transportam o visitante a diferentes imaginários da Disney. Como já referido, os parques temáticos encontram as suas raízes nas Exposições Universais, no entanto Sorkin refere





1.7
1.8
1.9

1.7 DisneyWorld Resort, Orlando

1.8 Em Outubro de 1966, Walt Disney apresenta ao público o projecto EPCOT, através de um video suportado em planos, desenhos e renders.

1.9 Plano de EPCOT

ainda a Cidade Jardim de Howard como modelo que antecipa a organização e estrutura do espaço Disney:

*The organization and the scale of Disney World and Disneyland is precisely that of the garden city. Located on the urban perimeter, they are, as phenomena, comparable to the office parks at other intersections in the highway system, of sited now for convenience of access by leisure commuters. Internally, they are also ordered according to a strict model. Radiating from a strong center – occupied by the totemic castle of fantasy – the parks are arranged in thematic fiefs (Tomorrowland, Frontierland, etc.), which flow into one another. While the ground plane is given over to pedestrian circulation, the park's perimeters and airspace are the terrain of elaborate transport systems: trains, monorails, and aerial gondolas. (Sorkin, 1992: 215)*

O Walt Disney World Resort inaugurado em 1971, ocupando uma área 180 vezes maior do que a Disneyland (cerca de duas vezes a área de Manhattan), representa o parque temático à escala da cidade. Refiro-me à cidade enquanto “metrópole”, a materialização do sonho de Walt: “to materialize a world that encompasses elements of a real city with a theme park. Walt imagines this new world to contain a residential community, industrial park, and airport, all networked by a high-speed rail system” (Dunlop in Chung, 2001: 280). Divide-se em três núcleos principais: EPCOT Center, Magic Kingdom e MGM Studios, articulados por uma complexa rede infraestrutural (viária e monocarril).

O projecto EPCOT (Experimental Prototype Community of Tomorrow) representa a visão mais radical ou utópica de Walt Disney. Lançado ao público num filme em 1966, EPCOT representava um modelo de cidade e sociedade futurista. Na materialização do projecto, foram importadas algumas ideias (planeamento urbano) dos mais prestigiados arquitectos da altura: “Borrowing from Buckminster Fuller, the core of this idealized utopian city is to be protected by an immense glass dome to ensure “climatic perfection”. Borrowing from Le Corbusier, EPCOT’s city plan is to be radial, with commerce located at the center, surrounded by concentric zones of high-rise apartments, natural landscape, and, on the periphery, suburban neighborhoods” (Chung, 2001: 288). Com a morte de Walt no mesmo ano de 66, o conceito e conteúdo iniciais de EPCOT foram alterados precisamente por ser um projecto demasiado utópico e assim impraticável.

Entrando nos domínios da produção do urbanismo e da arquitectura Disney,

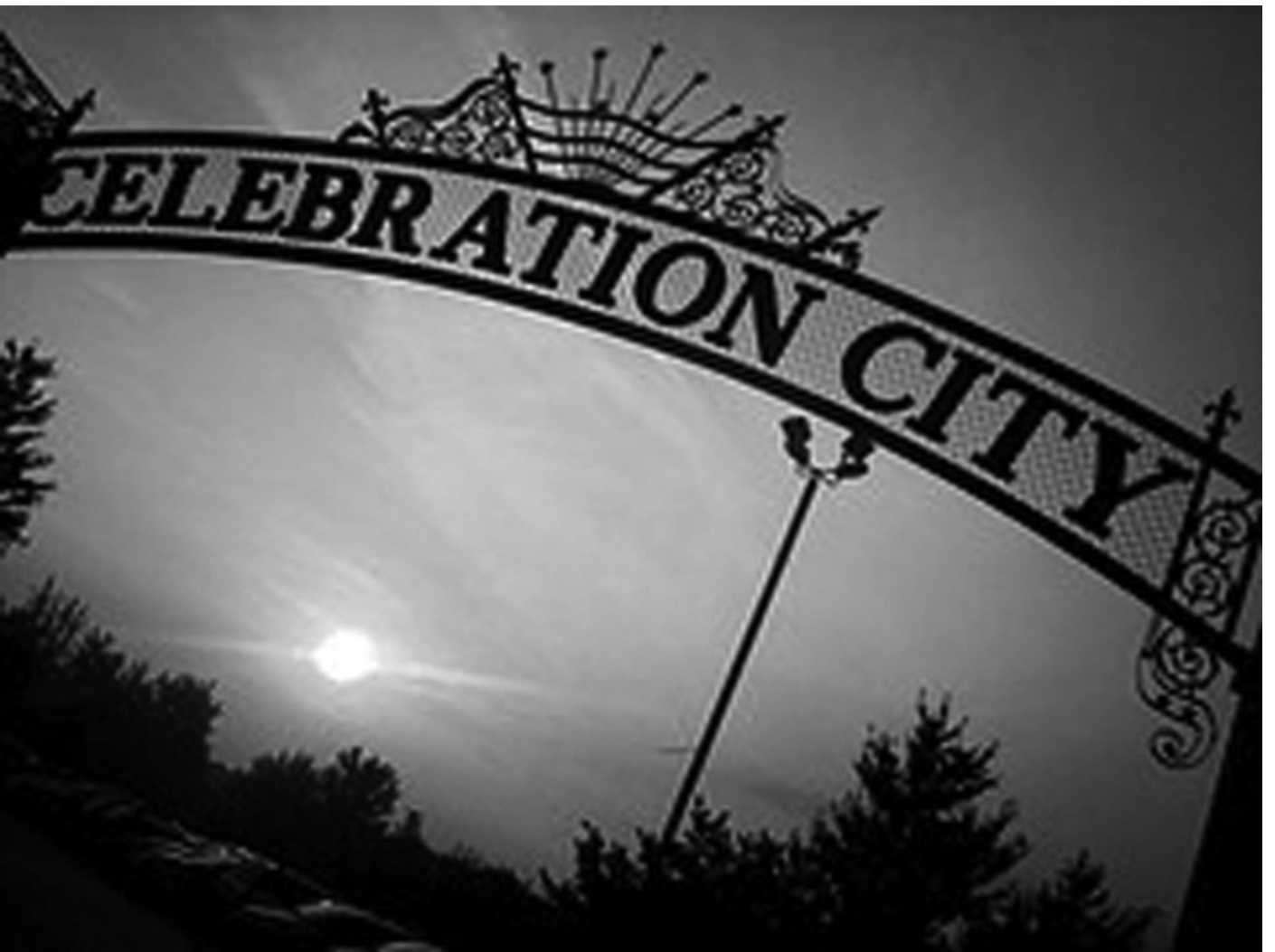




Chung valoriza a personagem e a visão de Walt Disney, definindo-o como um animador, um urbanista e um sonhador. Os princípios “clássicos” ou convencionais das disciplinas da arquitectura e do urbanismo revelaram-se desadequados ou incompatíveis com a ideia de Walt tinha para o parque. (Chung, 2001). Desta forma, no sentido de materializar o seu sonho, Walt formula um conjunto de princípios de desenho e de projecto dos espaços Disney. Estas técnicas não procuram relações com nenhum movimento ou corrente arquitectónica mas assentam sobretudo na transposição de um conjunto de técnicas provenientes de outros domínios, desde o cinema, a televisão, a cenografia, ou o teatro: “*animation*”, “*scale manipulation*”, “*forced perspective*”, “*Wienie*” e “*cinematography*”. Estas premissas permitiram uma simbiose perfeita entre o urbanismo e a arquitectura com o mundo mágico e fantasista do imaginário de Walt Disney. Deste modo, o espaço Disney é produzido por um conjunto de especialistas, designado por *imagineers*:

*“Imagineering” is Walt’s coinage to describe the interrelated nature of design and animation work at Disney Studios: imagination + engineering. While all the animators, Imagineers have diverse backgrounds with training in different fields. By 1996, in addition to artists, the Imagineering Division includes twelve hundred planners, designers, architects, engineers, computer scientists, and construction managers. (Marling e Dunlop in Chung, 2001: 276)*

A dimensão e o sucesso do universo da Disney transformou-se num império global que ultrapassa barreiras físicas. Com o tempo, o espaço Disney assumiu-se também como um modo de vida, conduzindo a que, a partir de meados dos anos 80, no auge dos “pós-modernismos” e mediante uma forte influência do New-Urbanism, começasse a ser encarado como “uma representação viável de uma qualquer cidade real” (Urbano: 2000, 29). É o que acontece com a cidade de Celebration, que representa um exemplo perfeito na apropriação das premissas Disney na definição do espaço urbano e residencial.



1.10 Welcome to Celebration City

1.10



## CELEBRATION CITY

Celebration é uma cidade construída de raiz pela Walt Disney Company e situa-se no estado americano da Florida, no condado de Osceola. De certa forma, as suas origens pretendiam fazer cumprir os ideais da EPCOT, onde “ambas têm uma filosofia comum e giram em volta dos mesmos mitos americanos” (Mota, 2004: 125). No entanto, os alicerces da sua concepção nada tem a ver com a utopia de Walt Disney nos anos 60, e seguem os princípios do New Urbanism, um movimento que surge nos USA por volta de 1993. Andres Dauny e Elizabeth Plater-Zyberk são os criadores deste movimento que tem o seu início no *Congress for the New Urbanism*:

*The Congress for the New Urbanism views disinvestment in central cities, the spread of placeless sprawl, increasing separation by race and income, environmental deterioration, loss of agricultural lands and wilderness, and the erosion of society's built heritage as one interrelated community-building challenge.*

*We advocate the restructuring of public policy and development practices to support the following principles: neighborhoods should be diverse in use and population; communities should be designed for the pedestrian and transit as well as the car; cities and towns should be shaped by physically defined and universally accessible public spaces and community institutions; urban places should be framed by architecture and landscape design that celebrate local history, climate, ecology, and building practice. (Charter of New Urbanism)*

É um movimento que contrapõe os aspectos mais negativos da cidade americana, uma reacção ao *sprawl*, à dependência do automóvel, à poluição e ao zonamento. “The American city is being systematically turned inward. The “public” spaces of the new megastructures and supermalls have supplanted traditional streets and disciplined their spontaneity” (Davis in Sorkin, 1992: 155). No sentido de dirigir as políticas públicas de desenvolvimento, planeamento urbano e design,



The question of life style  
of shopping how to live  
encounters the regime of  
the logo and its image.

1.11 Masterplan de Celebration

1.12 Celebration City

1.11

1.12

o New Urbanism pressupõe um conjunto de *guide lines* que se organizam segundo escalas: a região (The region: Metropolis, city, and town), o bairro (The neighborhood, the district, and the corridor), e o bloco ou quarteirão (The block, the street, and the building). Estes princípios de organização urbana surgem por oposição à dispersão e uniformização dos subúrbios, e convergem para uma hierarquização do território. O *New Urbanism* pretende acima de tudo a criação de um modo de vida diferente, um retorno aos valores tradicionais de vizinhança e espírito comunitário.

Usando uma estratégia de densificação e intensificação da cidade, tenta recriar um modo de habitar tradicional, onde os movimentos pendulares possam ser percorridos a pé. Através da definição e sobreposição de programas, da utilização de edifícios com usos-mistos, desincentivando o uso do automóvel e promovendo a utilização de transportes públicos, faz algum sentido afirmar que o *New Urbanism* pretende ser, ou melhor, recuperar a imagem e o tipo de vida da cidade tradicional. Naturalmente, a centralidade aparece como o benefício mais importante desta hierarquização, e assume-se como o factor principal no combate ao *sprawl* uma vez que nos subúrbios a centralidade e a vida pública é concretizada nas grandes superfícies comerciais.

Celebration City é inaugurada em 18 de Novembro de 1996. Foi projectada segundo um diálogo entre as demandas do New Urbanism e as técnicas e artificios usados na produção dos espaços Disney.

*More than imitating the design details of Disneyland Park, Celebration tries to mimic the congenial small-town environment Walt cherished during His lifetime. (...) Like the early town restoration and historic preservation trends influenced by Disneyland, Celebration is an experiment to recapture a way of life that disappeared with the emergence of automobiles and shopping malls.* (Chung, 2001: 296)

A primeira impressão que temos quando olhamos para o seu *masterplan* em relação às urbanizações suburbanas da América reside no meu entender em dois pontos: toda a estrutura viária é hierarquizada segundo escalas e funções, definindo muito bem as velocidades de circulação, discriminando o papel do automóvel e do peão, e compreendemos muito facilmente o nível de importância e significado das ruas. O outro ponto diz respeito à quantidade de espaço público e edifícios públicos que não existem nos subúrbios.

Da mesma maneira que a visão de Walt Disney para a EPCOT procurava materializar alguns ideais urbanos de arquitectos conceituados como Buckminster Fuller e Le Corbusier, o *masterplan* e os edifícios de Celebration são





1.13

1.13 Banco de Celebration, Robert Venturi

1.14

1.14 Câmara Municipal, Philip Johnson

1.15

1.15 Celebration Place, Aldo Rossi

desenhados por um conjunto de arquitectos famosos: “Celebration’s master plan is designed not by imagineers, but by the architects Robert Stern and Jaquelin Robertson. Its buildings are designed by other well-known architects: Aldo Rossi, Charles Moore, César Pelli, William Rawn, Michael Graves, Philip Johnson, Robert Venturi and Denise Scott-Brown” (Ibidem: 293).

A organização urbana e a arquitectura de Celebration City obedece à mesma estratégia empregada nos parques temáticos. Uma vez que não assume um cariz puramente comercial ou turístico, e pretende ser uma cidade, a utilização das técnicas que referimos como a cinematografia, a animação, a manipulação de escalas, as perspectivas forçadas e o *wienie*, evidenciam-se de um modo menos intenso. “In Celebration, reduced scale and forced perspective enhance the presence of the town’s buildings and bring a feeling of larger experiences to small-town life” (idem). Desta forma, a manipulação de escalas em Celebration City “é sim atingida, através de um controlo sobre a escala de toda a cidade e da utilização de elementos retirados a outros edifícios com outras escalas e transpostos para Celebration com uma consequente readaptação” (Mota: 2004, 161). Chung refere que “Cinematographic techniques create seamless shifts between different architectural elements and styles” (Chung: 2001, 293).

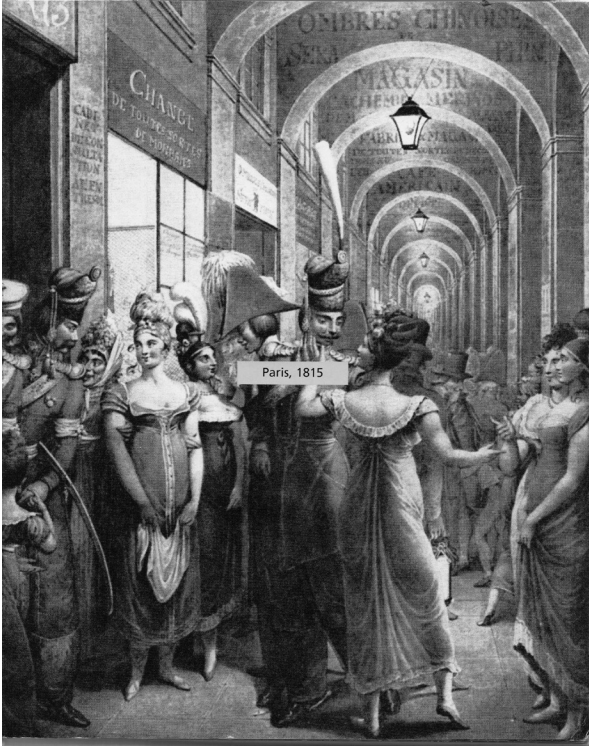
Afirmando-se essencialmente como um movimento arquitectónico, e uma vez que é a cidade tradicional o modelo a seguir, o *New Urbanism* pressupõe “a negação de uma linguagem contemporânea em detrimento de uma visão de cidade evocativa e nostálgica (...) Esta subserviência da arquitectura à vontade ou “gosto” do senso comum é feita sem pudor, e como tal faz-se não o melhor, mas o que se sabe que vai vender, quer ao público, quer ao poder administrativo” (Mota: 2004, 98). Não existe uma linguagem arquitectónica predominante mas sim uma acumulação de diferentes estilos arquitectónicos. Os edifícios públicos muitas vezes assumem a sobreposição de vários estilos e revelam-se principalmente pelo seu carácter simbólico ou iconográfico; a arquitectura residencial adopta numa estratégia de estratificação social, permitindo a coexistência de várias classes segundo uma diversidade de 6 estilos arquitectónicos.

*Estes 6 estilos são talvez a face mais visível da colagem que Celebration faz, são pastiches que remetem o observador directamente para locais ou épocas. Assim temos os estilos Colonial Revival, o Victorian, o Classical, o Coastal, o French e o Mediterranean. Todos eles são, como o nome indica, uma mescla de formas e lugares comuns destinados a criarem um unidade visual na cidade. (Ibidem: 53)*



Contribuindo em grande parte para a afirmação da imagem e da identidade da cidade, o pastiche arquitectónico que compõe Celebration está na aglomeração de estilos, de símbolos e referências retiradas de outros lugares e outras épocas. Existe uma perversão da história, uma distorção do tempo arquitectónico, causa e consequência do discurso dos *new urbanists*. “In trying to recreate an older way of life, Celebration operates as a new town emulating an old town. Because it lacks the history normally associated with an old town, its architects account for this missing heritage by designing buildings that already exhibit the imprints of time” (Chung, 2001: 296). O objectivo é assumidamente comercial, a criação de um presente baseado num passado nostálgico e “distórico”, um tempo e um espaço que nunca existiu. Celebration está destinada a ser, não uma cidade, mas a simulação da própria cidade, a “Disneyficação” da cidade, e a cidade “Disneyficada”.





Paris, 1889



Milan, 1865



Crystal Palace Statistics  
 Length: 1,848 ft.  
 Width: 408 ft.  
 Height of nave: 64 ft.  
 Height of transept: 108 ft.  
 Design module: 24 ft.  
 Weight of iron used: 4,500 tons  
 Timber: 50,000 cu. ft.  
 Panes of glass: 900,000 sq. ft.  
 Guttering: 24 miles  
 Roof glazing: 77.5 acres  
 Ground-floor area: 772,294 sq. ft.  
 Area of galleries: 21,774 sq. ft.  
 Total floor area: 999,884 sq. ft.  
 Number of exhibits: 100,000  
 Number of British exhibitors: 7,381  
 Number of international exhibitors: 6,556  
 Total number of exhibitors: 13,937  
 Number of visitors: 5,039,215

1.16 1.17  
 1.18

- 1.16 Galerias de Paris
- 1.17 Galerias Vittorio Emanuele, Milão
- 1.18 Crystal Palace, Londres



## DO SHOPPING MALL AO SUBURBAN SPRAWL

*Seen from above, the mall resembles an ungainly pile of oversized boxes plunked down in the middle of an enormous asphalt sea, surrounded by an endless landscape of single-family houses. (Crawford in Sorkin: 1992, 3)*

O *shopping mall* é outro modelo importante nos pseudo-eventos de Boorstin e Urry, e também das *fake cities* que falava Eco. Apesar de se afastar do nosso objecto de estudo, é importante compreendermos e reflectirmos sobre esta tipologia, precisamente porque são as suas repercussões nos campos do urbanismo e da arquitectura (os subúrbios), que nos interessa em primeiro plano, e não podemos de modo algum compreender estas duas tipologias isoladamente. Refiro-me a *shopping mall* e não centros comerciais, porque é o modelo americano de *shopping* que importa reflectir.

Vários autores referem as Arcadas do séc. XIX e as grandes Exposições Universais ou Internacionais como modelos que anteciparam a tipologia e o fenómeno do *shopping mall*.

*The new spirit of consumerism that would manifest fully in the Great Exhibition in 1851 emerged from dormancy in the European arcade projects. Spatially, the arcades originates in the idea of a passage or promenade and is defined as a glass-covered passageway that connects two busy streets lined on both sides with shops. In parallel with the development of the arcade as a retail type, structural innovations in iron and glass enabled previously unimagined structures and roof spans. (Wyman in Chung, 2001: 230)*

É evidente a analogia entre as arcadas do século XIX com as grandes superfícies de consumo, no entanto as arcadas coincidiam com a malha urbana consolidada, enquanto que o *shopping mall* vai adoptar uma estratégia de implantação semelhante aos parques temáticos, ou seja, nos limites da cidade e suportado pela estrutura viária, assumindo-se como um edifício único e isolado da cidade. O *Crystal Palace* da Expo Mundial de Londres no ano de 1851, “transformed the arcade concept from a glass-covered street to a glass building and a container of landscape” (Idem). Este edifício assume-se como o protótipo do *shopping*, vai adoptar o espaço das arcadas num único edifício, onde o seu sistema



1.19 The 7 Mack Center, Detroit 1955

1.20 Southdale Mall (Edina, Minnesota) 1956; o primeiro centro comercial moderno, encerrado e com controlo climático

1.19

1.20

construtivo e materialidade (aço e vidro) possibilitaram o controlo climatérico. “In the Crystal Palace, which exemplified structural invention and horticultural experiment, the open display of commodities in a spectacular environment preempted the modern shopping experience” (Ibidem: 229).

O *shopping mall* é definitivamente um modelo que se desenvolveu e se cristalizou nos Estados Unidos, acompanhando paralelamente o processo de construção dos subúrbios e das auto-estradas, forjando a imagem e a cultura das cidades norte-americanas. Não se pode dissociar o *mall* dos subúrbios, são causa e efeito um do outro. O facto de o desenvolvimento dos subúrbios americanos estar subjacente a uma lógica de ocupação do território praticamente sem pré-existências, e destinar-se exclusivamente à habitação, conduziu à dependência total do automóvel por parte dos habitantes e progressivamente, ao abandono da cultura do espaço público. Consequentemente, o objectivo do *mall*, reside em muito mais do que colmatar a falta de equipamentos e serviços que não existem nos subúrbios, ou seja, ao mesmo tempo que serve de abastecimento às populações, revela-se essencialmente como espaço social, no sentido de recriar a interacção que não existe nos subúrbios, afirmando-se como um espaço colectivo, como foco de centralidade e densidade urbanas. “The enclosed mall supplied spatial centrality, public focus, and human density – all the elements lacking in sprawling suburbs. The mall served as the hub of suburban public life, and provided a common consumer focus for the amorphous suburbs” (Crawford in Sorkin, 1992: 23).

Neste sentido, o *shopping mall* tenta reproduzir / recriar / simular a cidade. No entanto essa simulação evidencia-se para o centro, operando de modo semelhante aos subúrbios: “initially, shopping-mall design reinforced the domestic values and physical order of suburbia. Like the suburban house, which rejected the sociability of the porches and sidewalks for private backyards, the malls looked inward, turning their back on the public street” (Ibidem: 21).

Esta reprodução da cidade na organização do espaço e da arquitectura do *mall* consiste na simulação dos elementos que compõem a cidade como a entrada, a rua, a praça. A arquitectura é manipulada no sentido de potencializar e facilitar o consumo, sendo altamente simbólica e comunicativa, revela-se sobretudo através da imagem. “(...) imagery has become increasingly critical as a way of attracting particular shops and facilitating acts of consumption. Through a selective manipulation of images, malls express a broad variety of messages about the world both outside and inside the mall” (Ibidem: 22). A valorização e importância da imagem na produção do espaço e da arquitectura do *mall* opera de modo semelhante aos parques temáticos, muitas vezes como um falsa





1.21 Centro comercial Vasco da Gama (Lisboa)

1.22 The mall of America (Bloomington, Minnesota)

1.21

1.22

encenação de metáforas históricas alusivas a outros tempos e outras culturas. Deste modo, a imagem dos centros comerciais é manipulada no sentido de recriar vestígios culturais e históricos de acordo com o lugar, região ou país onde está inserido. Por exemplo, no caso de Portugal, os centros comerciais Colombo e Vasco da Gama, procuram recriar o imaginário perdido do período dos Descobrimentos, onde a arquitetura e a definição do espaço público se revelam altamente comunicativas através da manipulação e concentração de símbolos facilmente identificáveis.

Uma vez mais, são espaços totalmente manipulados, do ponto de vista ambiental (controlo climatérico, higiene e limpeza), e do ponto de vista social ou psicológico, garantindo a segurança (importância da videovigilância) e previsibilidade que não existem nas ruas. Se a história do urbanismo nos ensina que o espaço público urbano é a expressão das relações de poder, o espaço público do *mall* intensifica e concentra ainda mais a política do controlo e da vigilância. “The enclosed mall compressed and intensified space. Glass-enclosed elevators and zigzagging escalators adds dynamic vertical and diagonal movement at the Basic horizontal plan of the mall. Architects manipulated space and light to achieve the density and bustle of a city downtown” (Idem).

Há muito tempo que o fenómeno do *shopping* se libertou do modelo inicial e ao longo dos tempos foi invadindo outros contextos e territórios.

*Presently, shopping is expanding into every program imaginable: airports, churches, train stations, museums, military bases, casinos, theme parks, libraries, schools, universities, hospitals. (...) Even the city is being configured according to the mall and becoming increasingly reminiscent of the suburbs. (Leong in Chung, 2001: 134)*





1.23 Família Bernard Levey, recém chegada aos subúrbios. Levittown, Pennsylvania, 1948

1.23

## SUBURBAN SPRAWL

*Little boxes on the hillside, Little boxes made of ticky tacky  
 Little boxes on the hillside, Little boxes all the same,  
 There's a green one and a pink one, And a blue one and a yellow one  
 And they're all made out of ticky tacky, And they all look just the same.*

*(Malvina Reynolds, 1962)*

Segundo Margaret Crawford, a prosperidade económica da América no período pós-guerra, deu lugar à formação dos subúrbios e à proliferação dos centros comerciais:

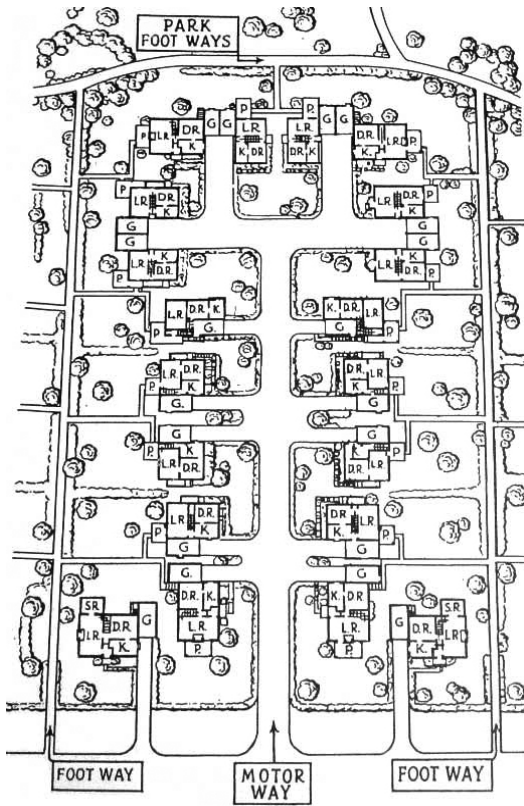
*America after World War II, seemed to promise the realization of many such dreams. The booming consumer economy offered a previously unimaginable prosperity, with full employment supplying consumers for the large-scale distribution of affordable goods, while advertising and planned obsolescence insured their continuous circulation. Standardized work weeks allowed free time for new leisure activities. Jobs and housing quickly migrated to the suburbs, propelled by Federal subsidies and guaranteed mortgage insurance, and highway programs initiated a cycle of growth by stimulating the automobile, oil, and construction industries. In the cities, even the poor had housing and Money to spend. On the cities' edges, suburban growth produced an economic landscape of single-family tracts connected by superhighways and punctuated by shopping centers. (Crawford in Sorkin, 1992: 19)*

Uma das repercussões imediatas foi a ascensão de uma classe emergente, enraizada nos subúrbios, que começa a definir aquilo que é o *American way of life*. Este modo de vida relaciona-se directamente com a prosperidade económica da altura e os novos bens de consumo, desde o automóvel, a televisão e os electrodomésticos (estes bens rapidamente se tornam acessíveis a toda a população e converteram-se em símbolos da cultura americana); mas também propôs uma nova relação com o espaço. O direito à propriedade era uma novidade para as populações procedentes dos grandes bairros residenciais urbanos, e a moradia unifamiliar com jardim representava claramente um sonho. A imagem deste modo de vida, está relacionada com o tipo de ocupação e com o modo de habitar, correspondendo visualmente a uma imensidão territorial de loteamentos com casas unifamiliares que formam entre si padrões de urbanização



TOWN PLAN  
RADBURN, N.J.


FIG. 15  
RADBURN, NEW JERSEY—PLAN OF MODEL COMMUNITY  
[ 134 ]



1.24 Plano da cidade de Radburn

1.25 Célula de habitação de Radburn, Cul-de-sacs

1.24

1.25



de baixa densidade, estruturados por uma densa rede de estradas.

O *Shopping mall* insere-se precisamente entre a cidade e os subúrbios, estando estes três elementos conectados pelo betão, através de uma complexa e vasta rede de auto-estradas e de parques de estacionamento. “Seen from above, the mall resembles an ungainly pile of oversized boxes plunked down in the middle of an enormous asphalt sea, surrounded by an endless landscape of single-family houses” (Ibidem: 3). O automóvel é imprescindível na cidade americana. Tudo é construído em sua função, desde o *mall* e outras tipologias como o *motel* ou o *drive-in*, e a sua dependência reflecte o isolamento dos subúrbios e dos seus habitantes.

Desde muito cedo que o automóvel influencia o desenho das cidades norte-americanas. A estrutura viária dos subúrbios actuais tem origens nos modelos americanos da cidade jardim. O legado deixado por Ebenezer Howard e o seu modelo da cidade jardim marca um ponto decisivo na história do urbanismo e no planeamento das cidades, deixando inúmeras repercussões que se estenderam a vários países até aos dias de hoje. Os Estados Unidos da América surgem como um dos países mais influenciados pela cidade jardim, onde os princípios de Howard são explorados por Clarence Stein e Henry Wright, em 1928 com a cidade de Radburn (New Jersey). “The complete garden city of Radburn was planned in 1928 on 2 square miles (5,2 sq km) for a population of 25,000. Although the English Garden City model was the inspiration for their design, Stein and Wright realized that their Project had to respond to America living conditions and the growing use of the automobile” (Southworth, 1997: 70). A separação da circulação de automóveis e peões no programa da cidade jardim revelou-se de facto como uma grande evolução, originando o desenvolvimento de várias soluções urbanas.

*(...) these included the use of underpasses and overpasses; (...) Stein summarizes the chief elements of the Radburn plan as: the superblock, in place of the narrow, rectangular block; specialized roads planned and built (each) for one use instead of for all uses; complete separation of pedestrians and automobiles; houses turned around, living and sleeping rooms facing towards gardens and parks, service rooms towards access roads; park as backbone of the neighbourhood.* (Broadbent, 1996: 128)

Outra inovação americana foi o surgimento de soluções para o automóvel como o *cul-de-sac* que vai influenciar a imagem do urbanismo e da arquitectura norte americana dos subúrbios até aos dias de hoje. Este sistema de beco ou “*cul-de-sac*” vem por oposição ao sistema de quarteirão, e insere-se numa categoria





1.26 Ejemplos de *urban sprawl*



entre o espaço público e o espaço privado, dignificando o acesso às habitações e garantindo uma melhor compatibilização entre automóvel e peão, e ao mesmo tempo revela-se como lugar de encontro ou convívio, intensificando as relações de vizinhança. No entanto a sua razão principal é que representa um sistema com muitas vantagens do ponto de vista económico.

*The cul-de-sac was another adaptation from Hampstead Garden Suburb. Stein and Wright criticized the grid for its bias in favour of traffic, as well as its cost. They advocated the cul-de-sac as a rational escape from the limitations of the checkerboard plan (...) The Radburn superblocks were surrounded by 60-foot-wide (18,3 m) streets that served as feeders to the cul-de-sacs. The hierarchical layout allowed for considerable saving in road construction costs. As cul-de-sac carried no through traffic, the standard of construction was less demanding. Curbs were not used, and sewer and water lines were smaller. (Southworth, 1997: 73)*

O desenvolvimento dos subúrbios ou periferias origina o que hoje se intitula como “*sprawling*”, que na língua portuguesa significa: estender-se ou alastrar-se irregularmente. Este termo é utilizado para descrever fisicamente o fenómeno de expansão urbana. É uma definição que mostra bem como o fenómeno da construção pode assumir padrões de expansão indiscriminados e aleatórios, análogos à reprodução de organismos biológicos como vírus ou bactérias. Esta lógica de construir revelou-se extremamente eficaz, conduzindo a uma uniformização de urbanizações, de lotes, de casas, de árvores e vegetação, onde as ruas seguem um desenho linear e simétrico, garantindo um espaço homogéneo, monótono e altamente previsível. Muitas vezes o traçado das ruas é ligeiramente em curva, onde mais do que razões de natureza física (topografia e adaptação ao terreno), é um estratagema para anular a previsibilidade e homogeneidade do espaço, garantindo ao mesmo tempo alguma identidade às ruas.

George Ritzer, partindo da sua obra “*La Macdonaldización de la Sociedad*” (2008), afirma que o espaço urbano e a arquitectura dos subúrbios são também uma demonstração da previsibilidade de cenários. Assegura que o sucesso da cadeia *MaDonald’s* assenta em quatro premissas essenciais: eficácia, economia, previsibilidade e controlo; e que os subúrbios (espaço residencial e espaço doméstico) assumem uma estrutura semelhante:



1.27  
  
1.28

1.27 American Beauty, Sam Mendes

1.28 Edward Scissorhands, Tim Burton

*Las comunidades se parecen mucho. Para reemplazar a los árboles maduros que se derribaron a fin de hacer más eficiente la construcción de las casas, se plantaban hileras de árboles jóvenes sostenidos por postes y cables. Similarmente, los cerros se eliminan a menudo para aplanar el terreno. Las calles se trazan siguiendo patrones familiares. Rodeados de tantos elementos arquitectónicos predicibles, los residentes de estos barrios pueden confundirse de barrio o perderse en los suyos propios. (Ritzer, 2008: 144)*

Um modo de melhor compreendermos os subúrbios é através do cinema, que introduz a escala da arquitectura. Hollywood tem vindo ao longo dos tempos a consumir a imagem dos subúrbios. Se os subúrbios pretendem uma visão limpa e editada do “habitar”, o cinema intensifica ainda mais essa perfeição (ou em alguns casos o contrário, a sua decadência). No cinema os subúrbios simbolizam a zona residencial por defeito, e materializam o *american dream* através da vivenda unifamiliar com jardim, onde não existem vedações nas casas, os relvados são aparados e perfeitos, as ruas limpas e a vegetação é imponente. É o espaço da segurança e do controlo através do politicamente correcto, onde existe uma repetição ou uniformização de casas, de jardins, de ruas, de árvores, de automóveis, de habitantes e de rotinas. “O subúrbio é o espaço da mediania, da igualdade e do estereótipo. É um local onde a felicidade é supostamente atingida através do apuro da organização, desde a disposição espacial das habitações até aos hábitos que implicitamente se impõem”. (Mota: 2004, 141).

É o que acontece em *American Beauty* (1999) de Sam Mendes, uma crítica à sociedade americana que denuncia a sua falsidade ou hipocrisia, e que nos mostra uma liberdade muito condicionada que na verdade, é falsa. A acção decorre numa urbanização de classe média alta, com as casas imponentes a imitar estilos clássicos ou vitorianos, as garagens lotadas de aparelhos de jardinagem adquiridos no *Wall Mart*, “imprescindíveis” para a manutenção do jardim; os jardins são perfeitos com relva cortada e regada com regularidade, e o carro de eleição é o *SUV*.

Em *Edward Scissorhands* (1990), Tim Burton caricaturiza os subúrbios, onde a uniformização dos elementos que o compõem, as casas, as ruas, os carros, os jardins são exactamente iguais. “A arquitectura que constrói esse subúrbio não é mais do que o reflexo do mesmo, uma total monotonia cansativa e extremamente depressiva. É a anti-cidade por excelência, a negação da diversidade onde a diferença não é desejada” (Idem).



1.29 E.T., Steven Spielberg

1.30 Donie Darko, Richard Kelly

1.29

1.30

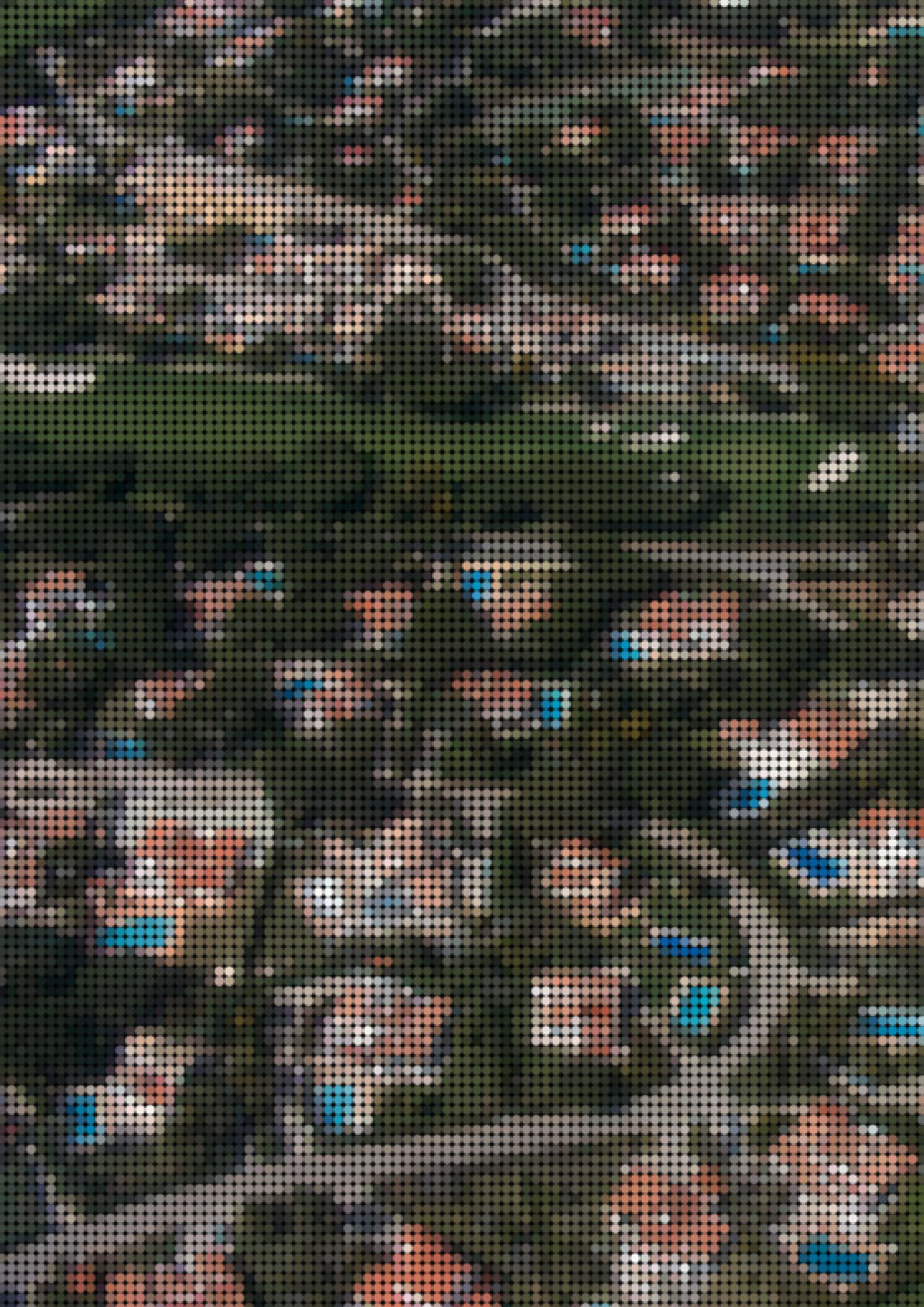


Vários filmes centram a acção no *sprawl*, onde a construção do argumento passa por criar acontecimentos inéditos e imprevisíveis nos bairros monótonos dos subúrbios. É um tema bastante recorrente em Hollywood, incutindo no espectador o elemento surpresa num mundo onde tudo é monótono e está aparentemente controlado e previsível (Ritzer, 2008). Ritzer refere o cinema de Steven Spielberg como o mais explícito na representação deste argumento:

*El imprevisible E.T. (1982) eventualmente perturba no solo las vidas del niño y de su familia sino tambien la de toda la comunidad. De modo similar, Poltergeist (1982) acontece en un hogar suburbano con espíritus Maléficos que terminan trastocando su predecible tranquilidad. (...) El gran éxito de varias películas de Spielberg se puede hallar en esa nostalgia de las personas por un poço de impredecibilidad aunque sea aterradora y amenazante, nostalgia que surge del hecho de estar inmersas en ámbitos suburbanos crecientemente predecibles.* (Ritzer, 2008: 144)

Outro filme que assume o mesmo “quadro” é *Donie Darko* (2001 de Richard Kelly); conta a história de um adolescente americano que é atormentado por visões de um coelho gigante que o obriga a cometer uma série de crimes no bairro onde reside. O filme começa com uma cena inédita, onde o personagem principal Donie, sobrevive no seu quarto à queda de uma turbina de avião, assim como os crimes que vai cometendo, situações imprevisíveis que destabilizam a ordem do espaço e da comunidade.





An aerial photograph of a coastal town, likely in the Algarve region of Portugal, showing a dense grid of buildings and streets. The image is overlaid with a semi-transparent grid pattern, creating a digital or architectural aesthetic. The colors are muted, with a mix of greys, blues, and earthy tones.

## **2. ALGARVE: O IMPACTO DO TURISMO NO FENÓMENO PROGRAMÁTICO E TIPOLOGICO DA HABITAÇÃO**



2.1 Ponte Salazar

## ALGARVE: O BOOM TURÍSTICO DOS ANOS 60

Não podemos falar de turismo em Portugal como o entendemos nos dias de hoje até aos primeiros anos da década de 60, etapa que marca definitivamente o início da massificação do turismo no nosso país. Os fenómenos turísticos anteriores a este período dizem respeito às actividades relacionadas com o termalismo e também com o veraneio balnear: a expansão do fenómeno do termalismo está associada à crescente procura de práticas higienistas, proporcionadas pelo desenvolvimento das linhas de caminho de ferro e das rodovias que permitiram uma aproximação dos centros urbanos às principais estâncias terapêuticas. A atracção pelo litoral deriva da “vilegiatura aristocrática finissecular” (Lobo: 2007, 18), fomentando o aparecimento da tipologia de *chalet*, que servia como casa de veraneio para as classes mais abastadas. Paralelamente surgem equipamentos terapêuticos como os balneários, que impulsionam o fenómeno do veraneio e introduziram uma dinâmica de ocupação, fomentando o aparecimento de outras tipologias urbanas e arquitectónicas. São “rasgadas” as avenidas de mar e surgem os hotéis, as pousadas e as estalagens, os casinos e os restaurantes à beira mar.

O desenvolvimento do turismo de massas em Portugal resulta da recuperação económica da Europa no pós-guerra que permitiu à população um aumento substancial do nível de vida através do direito a férias e a redução dos horários de trabalho, conduzindo progressivamente a um tempo destinado ao lazer e ao prazer. Associado a estas alterações, temos a introdução dos voos comerciais e dos *packages* turísticos, que colocaram milhões de turistas norte-europeus a poucas horas das principais estâncias balneares do sul da Europa. Acompanhado este desenvolvimento, as inaugurações do Aeroporto de Faro em Julho de 1965 e da Ponte Salazar em 1966, marcam o início da massificação do turismo em Portugal, permitindo a captação de uma clientela estrangeira, e ao mesmo tempo, promovendo o turismo interno, facilitando o acesso ao sul do país. O Algarve já era conhecido pelas suas qualidades naturais e climáticas, pela a quantidade de horas de sol e pela qualidade das suas praias, torna-se rapidamente





2.2
2.3
2.4

2.2 Praia e “marginal” de Quarteira, Agosto de 1968

2.3 Praia da Luz (Lagos) anos 60

2.4 Praia de Armação de Pêra, 1964



numa região de desenvolvimento prioritário, desencadeando a proliferação de empreendimentos turísticos, motivada em parte pelos facilitismos do Estado e pelas pressões do investimento privado, precipitando uma rápida transformação na organização e representação do seu território.

Na década de 60 emergem mudanças importantes no que diz respeito à oferta tipológica do turismo Algarvio. Até aos anos 60, a oferta apresentava ainda pouca diferenciação funcional. “O turismo Algarvio era ainda embrionário e concentrado em poucos lugares, nomeadamente na Praia da Rocha, Lagos e Monte Gordo” (Duarte, 2000: 12), onde a oferta turística ia desde a hotelaria tradicional (hotel, pensão, pousada/estalagem), e no que diz respeito aos núcleos turísticos de urbanização dispersa, não eram mais do que “pequenos aglomerados piscatórios com uma componente de lazer associada, que lhe conferiu a função de veraneio balnear” (Lebre, 1998: 26). O já referido modelo arquitectónico do *chalet*, constitui uma forma de ocupação ao longo do litoral algarvio nos principais povoamentos referidos. A grande diferença é que foram na sua maioria construídos por industriais andaluzes, projectando arquitecturas de aspiração britânica ao contrário dos modelos da costa atlântica, com influência francesa.

A procura turística da zona Sul altera-se por completo, onde a crescente entrada de estrangeiros provenientes do norte da Europa “aumentou, assim, de 363.000 em 1960 para cerca de 4 milhões em 1973” (Santos, 2001: 345), sobrepondo-se aos turistas ibéricos, provenientes de Lisboa, Alentejo e Andaluzia. Desta forma, tornou-se evidente a necessidade de diversificar a oferta turística no sentido de responder a uma clientela diferente, com mais poder de compra e exigências acima da média. Começava a ganhar forma o modelo de desenvolvimento turístico Algarvio, cada vez mais ligado e dependente aos operadores turísticos estrangeiros, onde “a massificação de programas baseados em transporte + alojamento veio introduzir não só a necessidade de um rápido aumento da capacidade de alojamento, como levou ao surgimento de estruturas de alojamento mais flexíveis e de custos unitários reduzidos, como são os aldeamentos e apartamentos” (Silva, 1991: 23-24).

A região do Algarve entra nas rotas internacionais dos principais operadores turísticos, e rapidamente surgiu o interesse do capital privado em investir no sector turístico, confiante na melhoria dos sistemas de mobilidade e das redes de infra-estrutura. A década de 60 marca uma etapa de grande intensidade na construção, iniciando o processo de massificação do turismo no litoral Algarvio. Este processo verificou-se através da disputa territorial de duas tipologias turísticas dominantes – a hotelaria e os núcleos turísticos de urbanização dispersa (Lebre, 1998). Esta competição traduziu-se na exploração de novos focos de

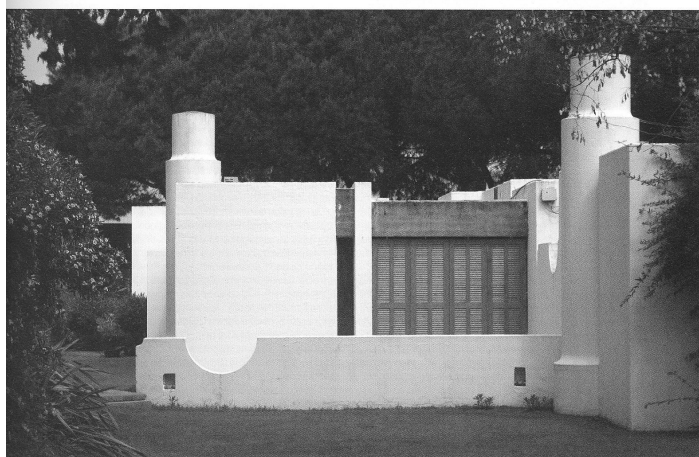


implantação localizados fora dos centros urbanos consolidados, aproveitando situações privilegiadas nas encostas e falésias da costa Algarvia, ou seja, territórios de grande beleza natural e impacto paisagístico.

Esta proliferação de empreendimentos turísticos ao longo da linha de costa traduziu-se numa intensidade de construção que nunca foi desde cedo devidamente acompanhada por planos ou estratégias de regulação do desenvolvimento turístico. Assistia-se a uma rápida transformação da estrutura económica do Algarve, onde as actividades do sector agrícola (agricultura, pesca, indústria de conservas, etc.), rapidamente são eclipsadas pela construção civil, acentuando-se a ocupação no litoral e a desertificação do barrocal e serra. Esta situação é alertada em 1961, pelo arquitecto Keil do Amaral num artigo publicado no Diário de Lisboa intitulado “*Nuvens negras sobre o futuro do Algarve*” (Tostões, 2004: 206). Keil alerta para os perigos da especulação imobiliária onde refere que “se não forem tomadas com urgência algumas medidas de regulamentação das iniciativas particulares e até algumas oficiais, não auguramos grande coisa quanto ao sensato e harmonioso aproveitamento das magníficas possibilidades potenciais daquela província” (Amaral, 1961). No seguimento deste artigo, no ano de 1962, Keil elabora o relatório “Bases para o desenvolvimento turístico do Algarve” que vai servir de apoio, quer para o “Plano de Valorização Turística do Algarve” em 1963 por Paulo da Cunha, quer para a “Plano Regional do Algarve” desenvolvido por Ligo Dodi no ano de 1966 (Lobo, 2007). Este último procurava dar uma resposta muito diferente do que então se verificava noutras áreas turísticas, onde o principal objectivo apontava para a conservação e o desenvolvimento da faixa costeira. Em Janeiro de 1964 o plano definia como prioridade:

*A urgência posta na iniciativa de transformação da zona costeira, aconselhou a encarar principalmente e em primeiro lugar o problema desta zona, na qual se apresentam simultaneamente e com a mesma agudeza dois aspectos, por vezes contrários, por vezes concordantes: o da defesa da magnífica e delicadíssima paisagem da costa e sua vizinhança, e o da valorização turística e económica dos estupendos recursos da região.* (Brito, 2006)

Dodi propõe um esquema de organização do território onde previa a concentração da actividade turística em bolsas isoladas, definindo no território “entre bolsas” as zonas de maior impacto natural e paisagístico a preservar e a proteger. Dodi encontra no Plano Regional do Algarve a oportunidade de organizar um território, partindo de uma rede de infra-estruturas consolidada, onde antecipava a criação da estrada Nacional 125 e o dimensionamento de



2.5 Hotel da Balaia, atelier Conceição Silva

2.6 Moradias do Hotel da Balaia

2.5

2.6

todas as infraestruturas adequadas, na articulação com os núcleos turísticos isolados. O Relatório de Maio de 1964 do Gabinete Técnico do Plano Regional do Algarve refere uma situação óptima ou ideal:

*3.3.4 – Na costa sul, cuja capacidade teórica de alojamento de turistas é, de facto, extraordinária, como se mostrou, julga-se que a solução óptima, no aspecto de real valorização turística da região – isto é, permitindo usufruto do que a natureza lhe oferece, e que se manteria, bem como o carácter e ambiente da região – consistiria na concentração dos alojamentos turísticos em alguns poucos mas bem desenvolvidos e apetrechados núcleos, deixando a maior parte da costa algarvia no seu estado actual, liberto das iniciativas privadas isoladas, que normalmente beneficiam alguns em prejuízo da maior parte. (Brito, 2006)*

A realidade é que todos os esforços do governo na implementação de mecanismos reguladores do desenvolvimento turístico, mostraram-se ineficazes e nunca acompanharam devidamente o *boom* de construção, onde contrariamente ao que se propôs, desenvolveram-se núcleos de urbanização dispersa, fora dos centros urbanos.

À hotelaria tradicional sobrepõem-se conjuntos de hotéis e moradias essencialmente no litoral, com um programa comercial e amplas áreas exteriores, que permitem a realização de actividades como os desportos individuais e colectivos. Acompanhando o processo da massificação do litoral, a indústria hoteleira evolui no sentido de corresponder à crescente diversificação das motivações, onde ao binómio sol/praias, se juntam actividades de lazer e desporto, com especial destaque para o golfe e as novas actividades ligadas à náutica como a vela, surf, windsurf, que apesar de não requererem grandes condições de implantação, vão reconfigurar o programa balnear (Lebre, 1998). Este processo, de diversificação, altera não só a escala dos empreendimentos, mas também vai originar novas soluções no que diz respeito às tipologias de alojamento balnear.

Surgem deste modo os primeiros conjuntos de alojamento disperso do tipo de aldeamento, segundo uma forma de complemento das unidades hoteleiras, ou seja, ainda é o hotel que serve de motivação à construção das moradias. O Hotel da Balaia projectado pelo atelier Conceição Silva e Maurício de Vasconcelos, é um bom exemplo nesta transição, onde a proposta do hotel “é uma pequena parte do Antepiano de Expansão Turística da Praia Maria Luísa, apresentado em 1964, que contemplava também um segundo hotel, apartamentos e centro comercial, moradias, motel, hotel residencial, apoio para banhistas e amplas zonas verdes” (Oliva, 2008: 100). Do conseqüente plano de Expansão da Praia





Maria Luísa no ano de 1966, apenas se construiu um bloco de apartamentos e dez moradias que, “seguindo os princípios da Carta de Atenas, se implantam distribuídos pelo terreno em faixas verdes” (Ibidem: 103).

Digamos que a construção dos hotéis foi apenas o “motor de arranque” na transformação do território Algarvio em território turístico. Paralelamente à especulação imobiliária dos espaços litorais, estimulado inicialmente pela indústria hoteleira, emerge um mercado incontrolável do turismo residencial que altera profundamente a fisionomia do território e da paisagem. Este fenómeno, no que diz respeito às tipologias de alojamento turístico, está relacionado não só, com empreendimentos turísticos em extensão ou de baixa altura como os aldeamentos e *resorts*, mas também com o surgimento da residência secundária sob a forma de urbanizações. No entanto a disputa por territórios costeiros de qualidade entre a hotelaria e os núcleos turísticos de baixa altura revelou-se algo ingrata ou desigual, precisamente por “terem sido produzidos e geridos com enquadramentos técnico-jurídicos diferentes” (Lebre, 1998: 27). Enquanto que os empreendimentos turísticos em extensão são controlados pela “Normativa turística, tutelada pelo Ministério do Comércio e Turismo” (Idem), a residência secundária “é produzida no enquadramento técnico-jurídico das áreas urbanas, através do licenciamento camarário de operações de loteamento e de obras de urbanização, tituladas por alvará” (Ibidem: 28).

É um fenómeno que surge inicialmente pelo investimento do capital estrangeiro na exploração dos espaços costeiros. Para melhor compreendermos este processo, importa contextualizá-lo no tempo e no espaço; no território Algarvio, a construção destes grandes empreendimentos de turismo residencial por operadores estrangeiros desenvolve-se paralelamente à construção da cidade de Vilamoura.



2.7 Cidade de Vilamoura, marina

## A CIDADE TURÍSTICA

Falar da cidade turística implica falar de urbanismo turístico. A transformação da cidade em sociedade urbana é exposta por Lefebvre, que refere “o termo “sociedade urbana” à sociedade que nasce da industrialização” (Lefebvre, 2008: 13). Contudo, o uso que o turismo faz do território é muito diferente da cidade industrial, como explica Ricard Pié:

*El urbanismo tradicional utiliza el territorio como un soporte de la actividad inherente a la ciudad: la residencia, la industria o el comercio, por citar las más importantes. El turismo, en cambio, no se define por la forma en que se soporta en el territorio, sino por como lo goza y consume. En consecuencia, los paradigmas de la arquitectura y el urbanismo tradicionales no se ajustan a las demandas del urbanismo turístico.*  
(Ninot, 2004: 193).

As cidades turísticas que nos interessam em primeiro plano são os modelos construídos de raiz, totalmente direccionados para o turismo de sol e praia. Tomemos como referência a cidade de Vilamoura, projecto que introduziu uma “mudança de paradigma nas condições da sua oferta, nomeadamente através de uma clara aposta em grandes conjuntos hoteleiros ou residenciais complementados por equipamentos, (...) bem como por uma aposta em atrair segmentos sociais com poder de compra” (Lousa, 2009: 94). Procurava estimular um público mais diversificado, nomeadamente o turista estrangeiro, economicamente mais forte, e mais exigente no que diz respeito ao binómio sol/praia. Essa exigência diz respeito ao alargamento do quadro das motivações, onde o consumo do lazer do “*Sea, Sun and Sand*” se sobrepõem outras actividades como o golfe, e actividades ligadas à náutica do recreio, e aos desportos aquáticos tais como o *surf*, *windsurf*, *snorkeling*, *ski* aquático, vela, pesca; etc.

A ideia da futura cidade turística de Vilamoura, praticamente a cargo de uma iniciativa privada pela LUSOTUR (Sociedade Financeira de Turismo S.A.R.L.),



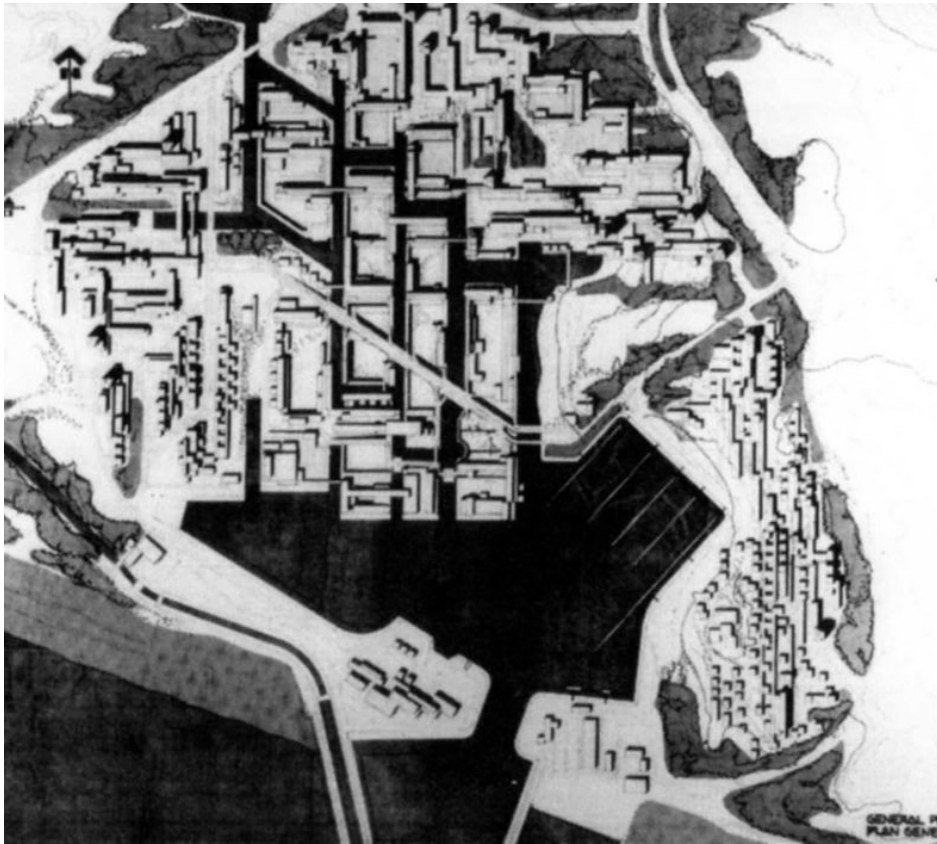


vem no sentido de responder a essas novas solicitações turísticas, que haviam emergido nas principais estâncias turísticas europeias como Saint Tropez, Nice, Cannes ou Málaga. Deste modo, é elaborado o Anteplano de Urbanização de Vilamoura, desenvolvido por três equipas de urbanismo, Carver L. Baker Associates, GEFEL e S.E.T.A.P.. A cidade antecipava uma área central destinada ao comércio e serviços, e uma área de marina que concentrasse as actividades e equipamentos associados ao turismo balnear como a náutica, restauração, comércio, casino e hotéis. O Anteplano previa a construção de 18.000 alojamentos, dos quais 4.700 quartos de hotel de todas as categorias, e destinava-se a uma população de 55.000 habitantes, com uma população permanente de 35.000 habitantes e 15.000 complementares. A estrutura da estância organizou-se em 8 sectores, onde 7 dizem respeito aos núcleos urbanos e um relativo a uma zona de exploração agrícola. Esses 7 sectores correspondem a vários níveis de ocupação:

*(...) prevendo três núcleos mais urbanizados e de maior densidade: o Porto, o Figueiral e o Olival; e três mais particularmente destinados a zonas de recreio: o sector da Praia, do Lago e do Golfe, apesar de que o Porto também se destina a zonas de recreio. O sector do Pinhal é mais residencial do que urbano, a importância da sua população é devida à presença do campo de férias. As altas e médias densidades dos alojamentos habitacionais ficarão concentradas em torno do porto e nos cumes e em algumas vertentes das colinas, enquanto que as densidades baixas ou muito baixas ficarão situadas perto das zonas de recreio, na zona plana e em redor do golfe. (Gabinete de estudos Urbanísticos Ld., Baker, SETAP, GEFEL)*

A aposta num sector agrícola vinha no sentido de estimular uma actividade não turística, que em termos espaciais ou físicos, poderia favorecer uma “barreira” física perante futuros desenvolvimentos turísticos e, facilitar a integração das construções turísticas na paisagem. Também é de extrema importância no plano económico, pois serve de abastecimento à população turística e promove a atracção da população local. Toda a organização urbana seria articulada, quer por uma rede viária hierarquizada e vias de acesso pedonal.

Seguidamente ao Anteplano de Urbanização de Vilamoura, é realizado pela Lusotur um concurso internacional de ideias que “solicitava um “master-plan” a ser implementado em fases sucessivas de intervenção, bem como a solução arquitectónica para o núcleo central, fronteiro à marina, que constituiria a 1ª fase, dado o natural interesse em potenciar Vilamoura como ponto de paragem marítimo entre Atlântico e Mediterrâneo, numa clara estratégia de concorrência



2.9 Vilamoura, projecto de concurso, planta geral, Pedro Vieira de Almeida

2.10 Vilamoura, imagem de Satelite, 1995

2.9

2.10

com as marinas da costa sul espanhola, à altura em plena expansão” (Lousa, 2009: 95). O prémio foi partilhado pelas propostas de Pedro Vieira de Almeida juntamente com o britânico Eric Lyons. A proposta de Pedro Vieira de Almeida demonstra a apropriação de novas soluções urbanas para o espaço turístico, onde “passava por integrar totalmente a água como elemento organizador do espaço. (...) O plano de água funcionava a dois níveis controlados a montante por um sistema de barragem e moinhos. Uma malha ortogonal de canais sobrepunha-se à rede viária que passava por baixo dos canais de água. As habitações distribuíam-se centralmente, em socacos, junto aos canais.” (Tostões, 2004: 209). Eric Lyons “resolvia a questão da 1ª fase através de um esquema de pequena escala, apoiado em pequenos pátios, espaços de grande intimidade e edifícios circundantes de reduzida volumetria, monumentalizando no entanto a relação com o plano de água a partir de edifícios isolados de maior porte localizados num dos braços do aterro que conforma a entrada no porto interior” (Lousa, 2009: 95).

A proposta de Pedro Vieira de Almeida demonstrou ser extremamente radical, utópica e assim impraticável, sendo substituída pelo projecto de Eric Lyons.



## HABITAR A CIDADE TURÍSTICA

Quando falamos de cidade turística, não podemos de modo algum reduzir o nosso campo de acção aos limites físicos das cidades, aos centros urbanos consolidados. Percorrendo o litoral Algarvio, é nos extremamente difícil compreender esses limites, onde a proliferação de empreendimentos turísticos foi ao longo dos tempos consumindo o território litoral entre as cidades, dando forma a uma paisagem contínua urbanizada que apenas é interrompida por zonas protegidas. O espaço residencial turístico, uma vez que parte de baixa e média densidade, assume por regra, uma localização entre os centros urbanos consolidados. O modo de vida associado a esta lógica de ocupação deriva da mobilidade, nomeadamente a mobilidade proposta pelo automóvel. “Este propõe uma nova relação com o espaço, propicia a experiência do fim-de-semana, da segunda residência” (Tostões, 2000: 46). Entendemos que o espaço residencial turístico pressupõe o alojamento turístico, e desta forma, o alojamento temporário, assumindo duas tipologias dominantes: os *resorts*, e a residência secundária sob a forma de urbanizações.

O conceito ou significado de *resort* tem a ver com a relação entre a área total do empreendimento e a área total de edificação, ou seja, a diferença entre as duas áreas é um indicador de haver ou não uma arquitectura e um urbanismo em ambiente de resort (Brito, 2009). Outro ponto importante diz respeito às estratégias de administração dos empreendimentos, onde “o ambiente de *resort* exige um núcleo turístico ou um empreendimento de turismo residencial, com uma administração, que garanta o pagamento, pelos proprietários das unidades de alojamento, dos custos acrescidos da manutenção e conservação dos seus elementos invariantes e diferenciadores, no quadro de um modelo fiscal adequado.” (Brito, 2009: 22). O *resort* comporta ainda a existência de equipamentos públicos colectivos associados à sua componente turística, onde no caso do turismo de sol e praia são os restaurantes, os bares, as discotecas, os clubes de tiro, o golfe, o ténis, o *bowling*, as piscinas, etc.





2.11 Vale do Lobo, o famoso buraco 16, um dos mais fotografados da Europa

2.12 Sir Henry Cotton

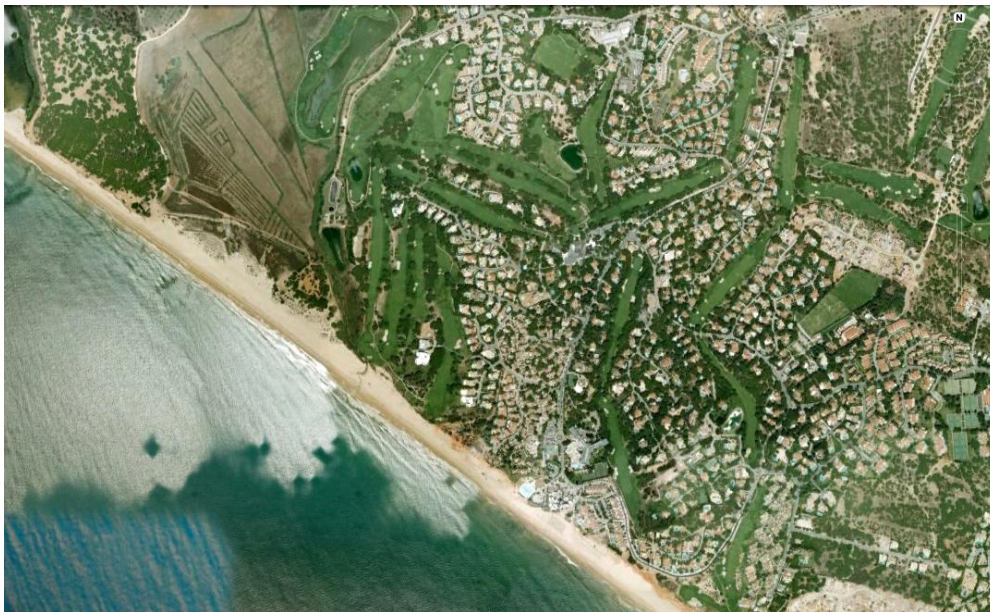
2.11

2.12

O caso da cidade de Vilamoura é o primeiro a introduzir essa dinâmica de construção, onde paralelamente à construção da cidade desenvolveram-se os empreendimentos turísticos de baixa altura, as “aldeias turísticas” de luxo da Quinta do Lago e Vale do Lobo. Tal como indicava o Antepiano de Urbanização de Vilamoura, estes empreendimentos turísticos localizavam-se em terrenos planos nas imediações da cidade, propondo uma densidade baixa em redor do Golfe, direccionado para uma população estrangeira, maioritariamente turística. Constituem os casos de maior sucesso comercial e turístico dentro da tipologia de resort. Não só por terem sido os pioneiros no caso de Portugal, mas também pelo facto de terem envelhecido da melhor maneira, onde ainda são nos tempos de hoje os lugares mais prestigiados e mais procurados do Algarve. O sucesso a longo prazo destes dois destinos tem a ver primeiro que tudo com a sua localização: a proximidade ao aeroporto de Faro é determinante em termos de mobilidade e estrategicamente decisiva na captação da clientela estrangeira. Por outro lado, a paisagem artificializada através do Golfe, do mar e do lago, constroem um cenário paradisíaco. Dentro das novas motivações associadas ao binómio sol/mar o golfe assumiu-se como uma actividade com implicações muito directas na definição do urbanismo e da arquitectura vinculados ao turismo de sol e praia. Precisamente por representar mais do que uma actividade desportiva, é uma infra-estrutura que promove a continuidade entre a paisagem e cria um imaginário muito sólido, que define status e tipo de vida. Uma das figuras decisivas na promoção do Algarve como destino turístico de Golfe foi Sir Henry Cotton, mítico jogador de golfe, três vezes campeão do *British open* que chegou ao Algarve no início dos anos 60 para a construção dos campos Penina e Vale do Lobo.

Por outro lado este tipo de intervenção no espaço, onde o capital estrangeiro toma conta da exploração da faixa costeira (Lobo, 2007), tem vindo a ser criticado por vários autores. Santos afirma que este modelo de crescimento “representa uma destruição dos objectos turísticos alicerçados num referencial de exotismo tropicalista de beira-mar. (...) Num processo imparável, em que o turismo vinga como espaço central da actividade local, a venda de loteamentos a estrangeiros para a construção de urbanizações turísticas particulares ganha foros de autênticos *guettos*, que obrigam o turista do país de acolhimento, atenuando o choque cultural entre visitantes e visitados” (Santos, 2001: 369).

O espaço residencial turístico sob a forma de *resorts* é na maior parte dos casos fisicamente isolado, promovendo descontinuidades físicas, sociais e económicas com o tecido envolvente. O rótulo de *guettos* vem precisamente por serem monofuncionais, cumprindo apenas a função do habitar, e operarem numa



2.13

2.13 Tipologia: urabização, Imagem de satélite, Carvoeiro

2.14

2.14 Tipologia: *resort*, Imagem de satélite, Vale do Lobo (Almancil)



lógica exclusivamente turística para uma população flutuante, criando ocupações sazonais, ou seja, saturados no verão e altamente desertificados e decadentes nos meses com pouco sol; e assentarem sobretudo numa diferenciação social. A multiplicação desenfreada destes espaços sejam *resorts* ou urbanizações (segunda residência), “gera a contaminação ambiental, a degradação da paisagem costeira algarvia, a descaracterização e a degradação da autenticidade dos núcleos populacionais originais” (Santos, 2001: 371).

A residência secundária diz respeito à “habitação dispersa ou loteamentos urbanos, sujeitos aos parâmetros de ordenamento do território em vigor” (Lebre, 1998: 27). Lebre afirma ainda que a residência secundária é um fenómeno que se tem vindo a intensificar ao longo dos tempos, com um sentido de dispersão nos espaços transitoriais, factor que está directamente ligado à especulação imobiliária precisamente por não entrar nas normativas turísticas e seguir as regras do espaço urbano e urbanizável, propiciando o lucro fácil e imediato. Em termos formais assumem a forma de loteamentos, padrões de urbanização de média densidade que não diferem muito do *urban sprawl* que falamos do capítulo anterior.

A analogia do espaço residencial turístico com os subúrbios americanos estabelece-se para além da evidência formal entre os dois. Partindo do princípio que tanto os *resorts* como as urbanizações turísticas (segunda residência) satisfazem principalmente a função do habitar, destinam-se a cumprir o programa privado ou íntimo que lhe está associado. No caso das urbanizações só existe um programa (o habitar – sob a forma de moradia unifamiliar ou em banda), onde espaço urbano é totalmente desreferenciado e homogéneo; enquanto que os *resorts* e os aldeamentos já apresentam um programa mais amplo, onde os equipamentos públicos de lazer garantem outra autonomia, e introduzem outra complexidade na sua organização urbana e espacial. No entanto, este processo de massificação social originou naturalmente uma progressiva diferenciação social do espaço, partindo de um eixo de afastamento ao litoral, e outro que no litoral estabelece diferentes formas de apropriação classista do espaço (Santos, 2001). O espaço público, os espaços de concentração e concretização social surgem nas praias, as marinas, as avenidas de noite (zonas de bares e restaurantes), as discotecas, os casinos, os parques aquáticos, as superfícies comerciais.

A cidade turística encontra nestes espaços o seu “centro”, e acima de tudo, espaços de diferenciação social. As marinas são talvez o exemplo melhor exemplo desta condição, “onde a náutica do recreio está longe de estar democratizada, e do mais interclassista “ver e ser visto” (Brito, 2009: 127).





Entramos no domínio ao que Graça Dias caricaturiza de “praia viária”, ou seja, um tipo de férias que não difere muito do quotidiano das cidades, que os frequentadores dizem querer distanciar-se durante o seu período de lazer. “São as férias dos quadros portuenses e Lisboaetas, das profissões liberais, com um ou outro “penetra” pelo meio, na segurança da praia viária, fechada à aventura e rodeada de construção pintada de branco e manchas arbóreas. É uma vila artificial de chão impermeabilizado que garante a higienização total das relações e dos cerimoniais” (Dias, 2000: 17). Sendo praia viária, o automóvel é o transporte de eleição, permitindo a deslocação de casa (*resort*, aldeamento, moradia) para o centro (praia, marina, restaurante, discoteca), onde os movimentos pendulares não diferem muito da vida das cidades: filas intermináveis para sair do aldeamento, entrar na praia, estacionar, sair da praia, entrar no aldeamento; mas também filas no supermercado, no bar de praia, no restaurante, no multibanco, na discoteca, etc., etc. É esta a vivência do tempo livre na cidade turística, uma dinâmica acima de tudo “urbana”, que se revela entre os resorts e as urbanizações, o golfe, as marinas e as praias.

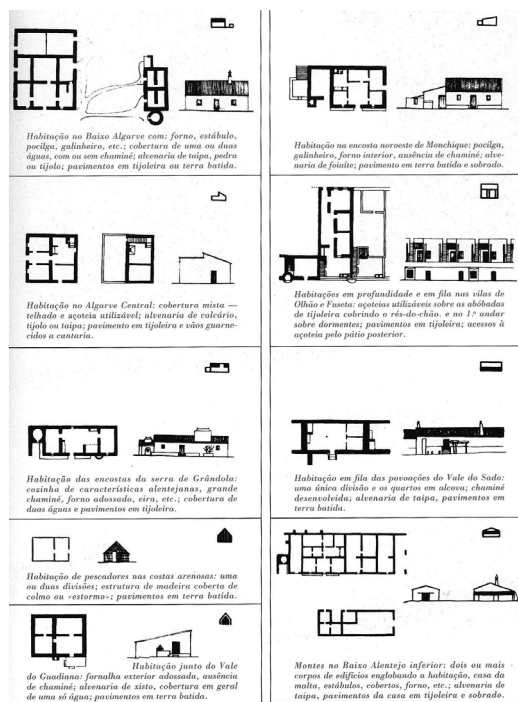
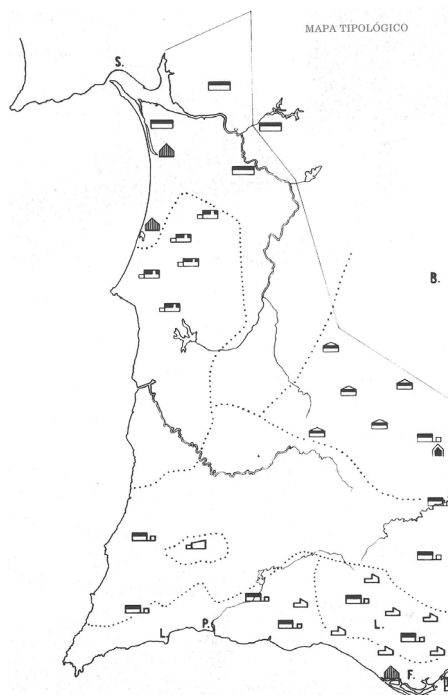


## FALEMOS DE ARQUITECTURA

O Movimento Moderno encontra na arquitectura vinculada ao turismo de sol e praia do *boom* turístico dos anos 60, a oportunidade perfeita para pôr em prática algumas das suas demandas. A construção dos grandes hotéis (modernos) ilustra muito bem esta “parceria”, onde “deram aos arquitectos portugueses oportunidades precisas de experimentar em vários campos simultaneamente – programa, linguagem, construção” (Matos, 2004: 179). A estratégia de implantação da tipologia do hotel moderno de mar, ou de praia, reside em tirar partido das relações cénicas com a natureza envolvente, criando imagens poderosas, de grande impacto visual. É este o cunho do Movimento Moderno na arquitectura dos hotéis de mar, a relação entre massa construída e natureza intacta do litoral.

Os alargamento das novas motivações associadas à cultura de lazer e do ócio, vão solicitar uma diversificação do programa dos hotéis de mar. Este alargamento do quadro programático introduz alterações significativas na organização espacial dos hotéis, onde as piscinas, o golfe, os campos de ténis, as discotecas ou o jogos de azar colocam novos desafios ao papel do arquitecto, que passa também a ter que resolver questões relacionadas com o paisagismo e o espaço público. A importação do programa do hotel de mar para outras tipologias como os empreendimentos de baixa altura, vai ganhar outra complexidade e outra escala, precisamente por terem uma estrutura de dispersão, onde todo o programa de lazer vai ganhar a escala da cidade. Pondo de parte o programa “residencial”, as actividades desportivas (golfe, ténis) ou as motivações de índole social (casino, restaurantes, bares, discotecas) traduzem-se espacialmente em edifícios autónomos – equipamentos de lazer ou desportivos.

O conceito de aldeamento surge por oposição aos modelos turísticos de construção em altura e à hotelaria tradicional e moderna. É um conceito que se desenvolve na oposição à oferta turística predominante dos anos 60, onde a estratégia de concentração inerente à indústria hoteleira convergia para a vivência



2.15

2.15 Mapa Tipológico

2.16

2.16 Quadro de tipologias de habitação

do tempo livre num contexto algo artificial, ou mesmo não local. O aldeamento garantia uma fuga a esse ambiente demasiadamente “urbano” e hoteleiro. Caldas refere que:

*O aldeamento surge como solução de compromisso que permite alojar as famílias em casas individuais numa versão compacta. Já não como nos chalets e nas villas das povoações onde tradicionalmente se ia passar férias, (...) mas numa “aldeia” onde os verdes são comuns a todos e ao particular resta um terraço, na melhor das hipóteses um pequeno pátio.*  
(Caldas, 2000:31)

Ana Tostões indica que o conceito de aldeamento era referido inicialmente a “tipologias de baixa altura agrupadas em torno de pátios” (Tostões, 2004: 208). A questão dos espaços verdes ou a manipulação e controlo do paisagismo parece ser outra premissa evidente na definição desta tipologia. Neste ponto Caldas refere que uma das mais valias, no que diz respeito à sua validação atractiva, reside na sobreposição de dois elementos distintos como a praia e o campo, ou seja, a praia continua a ser o lugar de excelência (o destino final, e o factor diferenciador) e o alojamento insere-se num contexto que transporta o turista para um imaginário rural ou bucólico.

A arquitectura dos modelos iniciais da tipologia de “aldeamento”, contrariamente aos hotéis de mar, vai procurar “inspirar-se” no património arquitectónico local, tomando como referência o *Inquérito à Arquitectura Regional Portuguesa* no sentido de produzir uma arquitectura de acordo com as especificidades da região. Seguidamente ao Inquérito é publicada no ano de 1961 a obra *Arquitectura Popular em Portugal* através do Sindicato Nacional dos Arquitectos sob a presidência do arquitecto Francisco Keil do Amaral, constituindo um ensaio importantíssimo na relação entre as economias regionais e as implicações na organização espacial e na produção da arquitectura. A região do Algarve insere-se na zona 6 do *Inquérito*, juntamente com as regiões do Baixo Alentejo, a Bacia do Sado e o Alentejo Litoral. É produzido um mapa de tipologias, situando na região do Algarve duas tipologias dominantes: a habitação no Algarve Central com cobertura mista, telhado e açoteia utilizável, e a Habitação no Baixo Algarve com cobertura de uma ou duas águas. O litoral do Sotavento apresenta outras variações com as habitações de pescadores de estrutura em madeira coberta de colmo ou estorno, e também as Habitações em profundidade nas vilas de Olhão e Fuseta.

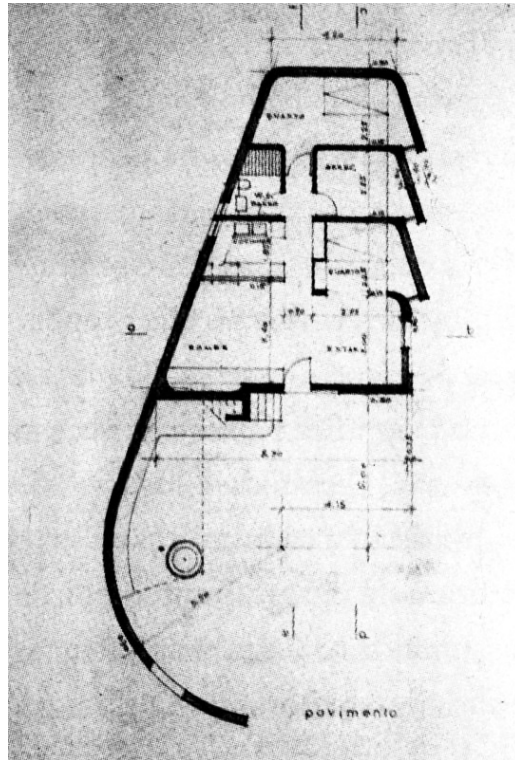
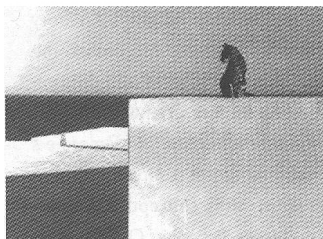
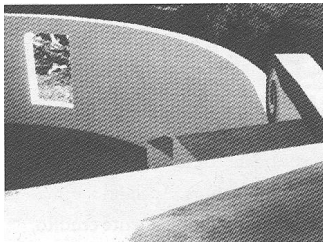
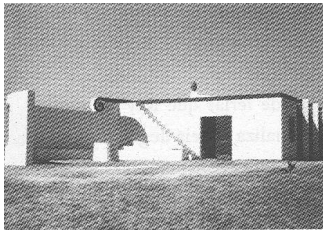




No caso do Algarve, a procura do vernáculo ficou reduzida ao ambiente rural do interior, onde as tipologias vinculadas ao litoral, alusivas às aldeias de pescadores, nunca constituíram nem modos de vida nem modelos arquitectónicos. (Caldas, 2000). Procurava-se uma arquitectura inspirada nas reflexões do Inquérito, “de fazer moderno mas regional, procurando adaptar-se organicamente à topografia do terreno e à especificidade do clima e utilizar materiais ou acabamentos da tradição local” (Caldas: 2000, 34). São portanto as tipologias de habitação do interior, onde a chaminé, a açoteia, o pátio e as gelosias fazem parte do vocabulário arquitectónico que vai servir de base para a construção de uma arquitectura local dita muitas vezes “mediterrânica”. Duarte refere que a regra foi estabelecida numa “genuína arquitectura regional com inspirações mediterrânicas” (Duarte, 2000: 14), cenário que vai caracterizar a produção do espaço residencial turístico, desde os anos 60 até praticamente os dias de hoje, sempre com o mesmo sucesso – são variações ou caricaturas de uma arquitectura regional, repleta de chaminés algarvias, beirais, paredes brancas rugosas e espessas, cantos boleados, coberturas em telha, muros ondulados, etc., etc.

A proliferação desta arquitectura inspirada no rural ou no vernáculo, caracterizada por estereótipos ou variações regionalistas tem a ver com um conjunto de factores. Está primeiro que tudo relacionada com um processo urbanístico demasiado rápido que desde os anos 60 nunca foi suportado por planos reguladores eficazes, onde as boas intenções de Keil do Amaral e Luigi Dodi “constituem uma enorme montanha de papel que deu trabalho aos técnicos e mais trabalho aos investidores para fazerem exactamente o contrário do que eles indicam” (Duarte, 2000: 15). Esta transformação rápida do território, segundo vários autores, aproxima a actividade do turismo à guerra, ou a uma nova forma de colonialismo. É o que acontece nas grandes urbanizações de luxo como a Quinta do Lago ou Vale do Lobo. Ambos os projectos são motivados pelo capital estrangeiro, e a construção do golfe precede a construção dos hotéis e dos aldeamentos, ou seja, o golfe é um indicador do cliente tipo – o turista estrangeiro. Consequentemente a imagem que se pretende, e que se constrói, é direccionada para esse turista, que assimila essa arquitectura “mediterrânica”, ou mesmo o estilo “Algarvio”, como verdadeiro ou autêntico.

O afastamento de uma linguagem arquitectónica contemporânea tem também a ver com a ausência de academia (Camacho, 2009), e conseqüente ausência de técnicos, conduzindo progressivamente a arquitectura a ser praticada por arquitectos estrangeiros, que reproduzem autênticos pastiches arquitectónicos que cruzam estilos e linguagens, “instinto informado por diversas influências



2.17 Aldeia das Açoteias, projecto de Victor Palla

2.18 Casa Abrigo, Alporcinhos, Pitum Keil do Amaral

2.19 Planta da Casa Abrigo

2.17

2.18 2.19

de cariz internacionalista ou magrebino, vernácula ou historicista, racionalista ou exibicionista” (Camacho, 2009: 141). Também o volume de trabalho que acompanhou a intensidade de construção, foi sendo entregue a técnicos não qualificados como os desenhadors, simples intermediários num processo de enriquecimento fácil entre donos de terrenos, construtores, promotores ou investidores (Duarte, 2000).

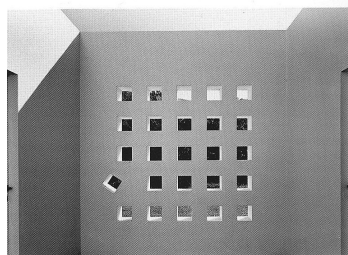
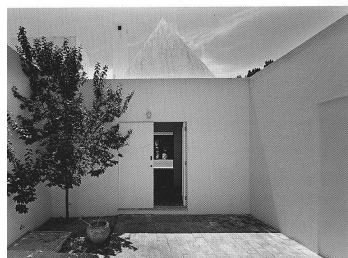
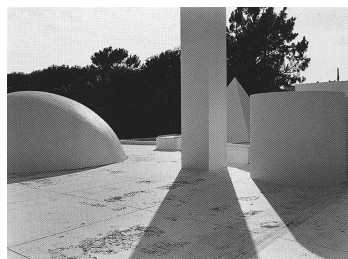
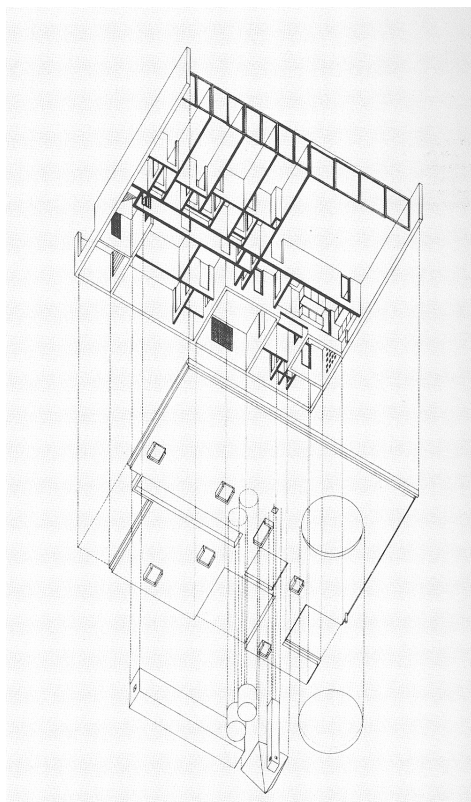
No entanto, no meio deste cenário, encontramos alguns exemplos de valor arquitectónico no diálogo com as especificidades da região e técnicas e materiais tradicionais, no contexto mediterrânico. Os anos 60/70 são anos chave na criação e consolidação do modelo de turismo de massas em Portugal, e conseqüentemente, a dita “boa arquitectura” veio a manifestar-se sobretudo, no fenómeno da residência secundária, na maior parte das vezes a moradia unifamiliar.

A casa-abrigo em Alporcinhos de Pitum Keil do Amaral em 1958 constitui um dos primeiros exemplos. A tipologia tradicional de escada exterior e açoteia motiva a definição do programa, função, e imagem. O corpo principal da casa parte de um muro cego “desenhado organicamente em gesto da Natureza” (Tostões, 2000: 52), que define a imagem da casa do exterior. “O terraço da cobertura retoma a açoteia algarvia com a sua cúbica escada encostada, espaço de solário e lugar de promontório. A rudeza vernacular dos detalhes, que usa a lógica do mais banal bom senso, os materiais, sistemas e estruturas aplicam com uma paradoxal elegância os dados de uma cultura solar que evoca as qualidades de uma sabedoria meridional ancestral” (Idem).

O projecto de Victor Palla para a “Aldeia das Açoteias” nos anos 60 constitui-se como um dos primeiros exemplos da tipologia de aldeamento. “São tirados da cultura pop local a açoteia, a chaminé, o pátio e a buganvília. A natureza é importante e na aldeia não existem muros mas sebes. Os quartos do motel situam-se em torno da piscina, elemento central de qualquer espaço de veraneio como este “concebido como ócio de silêncio para gozar a natureza”. As casas com pátios são agrupadas fazendo-se participar a natureza envolvente” (Tostões: 2004, 208).

O programa do Hotel da Balaia de Conceição Silva é completado por um conjunto de moradias geminadas, implantadas em faixas verdes para uma pequena clareira. A arquitectura “mediterrânica” é reinterpretada através da utilização de paredes cegas, chaminés cilíndricas e frestas verticais. As casas organizam-se a partir de um pátio central, principal fonte de luz, e elemento





2.20

2.20 Casa na Quinta do Lago (Almancil), projecto de Eduardo Souto Moura

2.21 Perspectiva Axonométrica

2.21 2.22

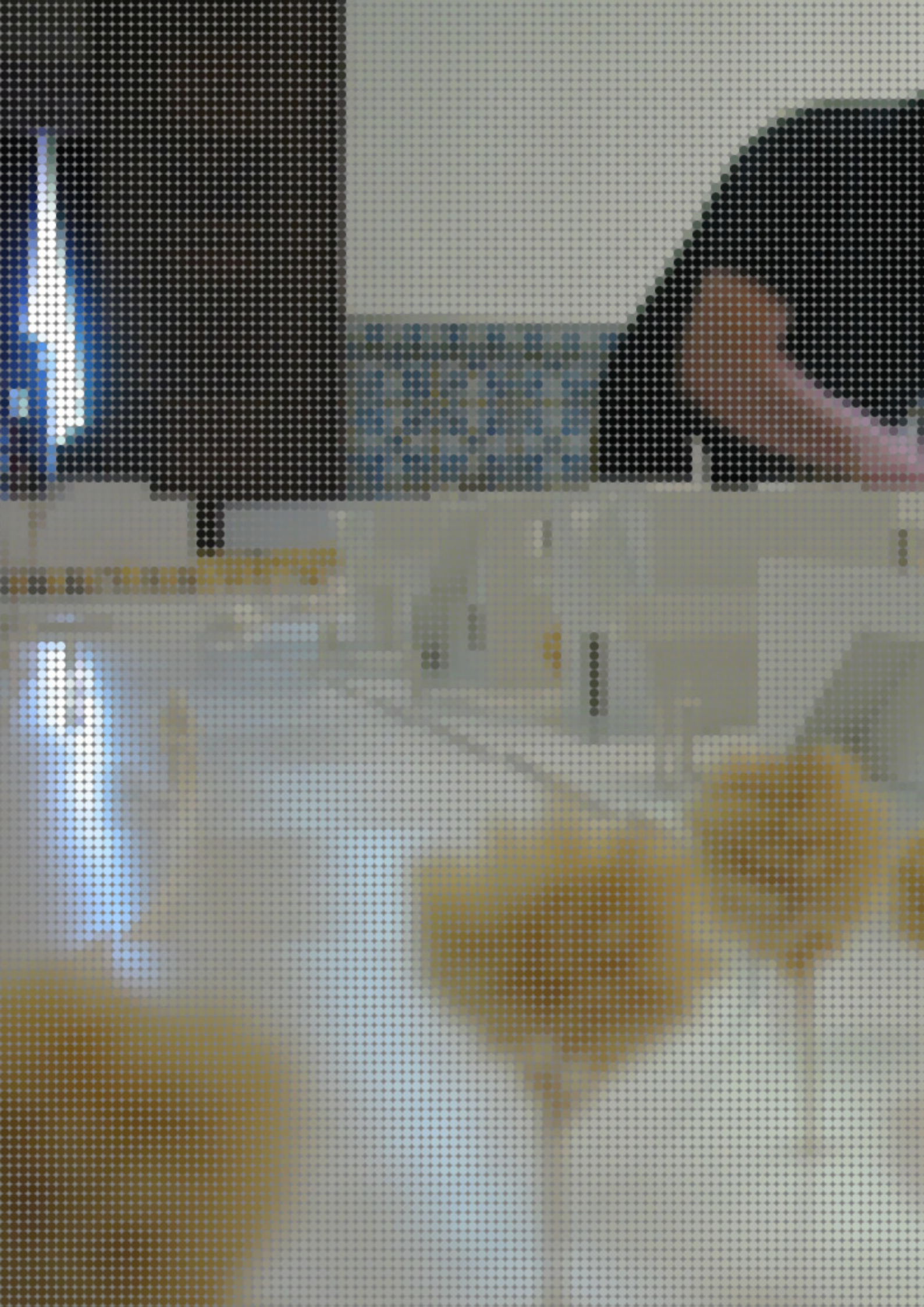
2.22 Cobertura e pátios da casa



separador das zonas privadas e comuns. (Leite, 2007)

As duas casas projectadas por Eduardo Souto Moura para o Algarve, casa de Almancil (1984), e casa em Tavira (1994) constituem outros exemplos de qualidade arquitectónica. A casa na Quinta do Lago assume um volume encerrado de forma paralelepipedica assente no relvado do golfe. Destinada a hospedar presumivelmente três núcleos familiares, o projecto assume uma linguagem vanguardista, onde “cada espaço adquire uma caracterização própria e uma volumetria original graças à coberturaa – um paralelepípedo levantado, uma pirâmide, a pérgola, e o vazio ou o céu” (Esposito, 2003: 88). A utilização da cor branca, e de cerâmica no pavimento, constituem-se como referências a uma arquitectura “mediterrânica”, assim como os pátios que simultaneamente fazem parte do discurso arquitectónico de Souto Moura. Destaque ainda para a utilização de pequenas aberturas numa das fachadas, uma homenagem às gelsias, de tradição árabe e mediterrânica. A casa em Tavira procura analogias com as igrejas do Castelo de Tavira, e remete para a imagem da casa “branca” rodeada de pinheiros. Formalmente é “uma composição conduzida por volumes murados” (Ibidem: 91), onde cada volume ganha autonomia na relação com os enquadramentos exteriores.









### **3. ANÁLISE DOS CASOS DE ESTUDO**



## TIPOLOGIA RESORT

### ALDEAMENTO BOM SUCESSO LAGOA GOLF

#### **Equipas**

Álvaro Siza Vieira, Alcino Soutinho, Carlos Prata, David Chipperfield, Eduardo Souto Moura, Gonçalo Byrne, João Luís Carrilho da Graça, Josep Llinás, Luísa Penha, Manuel Aires Mateus, Manuel Graça Dias, Egas José Vieira, Rogério Cavaca, Álvaro Leite Siza Vieira, Gonçalo Cardoso de Menezes, Inês Lobo, João Pedro Falcão de Campos, Luís Pessanha Moreira, Madalena Cardoso de Menezes, Francisco Lixeira Bastos, Nuno Brandão Costa, Nuno Graça Moura, Rui Passos

#### **Localização**

Óbidos, Costa de Prata | 39°22'47.71"N / 9°14'39.12"W

**Área total do complexo:** 1.642.531 m<sup>2</sup>

**Área destinada a habitação:** 115.668 m<sup>2</sup>

**Área destinada a comércio e serviços:** 2.594 m<sup>2</sup>

**Número de habitantes previsto:** 3448 camas





### **Promotor: Acordo SGPS**

Criada em 2001, a Acordo SGPS é uma parceria empresarial cujos principais objectivos são antecipar tendências de mercado, introduzir inovação e construir uma forte presença em novos mercados congregando nos seus quadros especialistas com grande experiência no ramo da promoção imobiliária.

Actualmente a empresa opera exclusivamente no mercado imobiliário, nomeadamente o sector turístico onde se tem vindo a posicionar com grande destaque. No exercício de gestão e promoção imobiliária, salientam-se alguns princípios:

*Uma opção clara por projectos de qualidade, diferenciados, dirigidos aos segmentos mais elevados, e tradicionalmente, menos sensíveis às variações do mercado; A montagem de estruturas de financiamento sólidas para cada projecto, garantindo assim, e em cada operação, rácios de solvabilidade confortáveis; A construção de uma estrutura organizacional flexível e leve, que recorrendo à subcontratação, concentra na estrutura interna apenas as funções vitais. ( s.a<sup>1</sup>, 2009)*

### **Bom Sucesso Design Resort, Leisure & Golf**

Localizado a oeste da vila de Óbidos, o empreendimento Bom Sucesso representa um dos maiores e mais ambiciosos conjuntos turísticos em Portugal. Inserido num terreno de quase 300 hectares sobre as margens da lagoa de Óbidos, compreende três fases de intervenção que correspondem a três aldeamentos. A primeira fase, o Aldeamento Bom Sucesso Lagoa Golf, contabiliza 601 unidades de alojamento (325 lotes de moradias unifamiliares e 276 lotes de moradias em banda), um hotel de 120 quartos e um gama de equipamentos de lazer e serviços, dos quais se destaca o campo de golfe de 18 buracos. Os outros dois aldeamentos encontram-se na fase de licenciamento (Aldeamento turístico da Floresta e Aldeamento Sul).

É um projecto que foi reconhecido como “Projecto de Potencial Interesse Nacional” (PIN), confirmando assim o interesse público do empreendimento e a consequência da inovação que introduziu no mercado. Foi também atribuído pela Direcção Geral do Turismo a classificação de 5 estrelas, sendo assim o



único empreendimento turístico com esta classificação na Região Centro, factor que o diferencia e que o projecta nos mercados internacionais. É um projecto reconhecido como um projecto de Utilidade Turística considerando o seu potencial contributivo enquanto motor gerador de procura externa na área do turismo e enquanto elemento activo na criação de riqueza e geração de emprego local. Como expressão deste reconhecimento, o Bom Sucesso tem vindo a ser referenciado pela imprensa local e internacional, contabilizando vários prémios e com cobertura mediática em órgãos de prestígio mundial como o *Sunday Times*, *Financial Times* ou o *El País*.

### **Aldeamento Bom Sucesso Lagoa Golf**

Inserido num extenso terreno praticamente sem pré-existências, a estratégia da entidade promotora procurou desenvolver um produto inovador, tirando partido das condições naturais do terreno com a localização da Região do Oeste. Uma região com boas condições de acessibilidade, riquíssima em património histórico e cultural, e uma paisagem extremamente preservada que nos últimos anos serve de palco para actividades emergentes como o *surf* ou o *golf*, decisivas para o desenvolvimento económico e cultural da região. Na criação de um produto turístico inovador foram convidados várias equipas de arquitectura no sentido de materializar um conceito muito claro – “arquitECTURA contemporânea de excelência integrada e articulada pela natureza”.

O lançamento comercial surge no final de 2004 numa exposição no Centro Cultural de Belém, onde 14 equipas de arquitectura apresentaram 36 propostas para o Bom Sucesso. Aos autores participantes na exposição (Álvaro Siza Vieira, Alcino Soutinho, Eduardo Souto Moura, Gonçalo Byrne, Carrilho da Graça, Manuel Aires Mateus, Rogério Cavaca, Gonçalo Cardoso de Menezes, Inês Lobo, Luís Pessanha Moreira, Madalena Cardoso de Menezes, Francisco Teixeira Bastos, Nuno Graça Moura e Rui Passos) juntaram-se mais 9 equipas (Carlos Prata, David Chipperfield, Josep Lliñas, Luísa Penha, Manuel Aires Mateus, Manuel Graça Dias, Egas José Vieira, Álvaro Leite Siza Vieira, João Pedro Falcão de Campos e Nuno Brandão Costa).

O enunciado de arquitectura lançado às equipas convidadas conduziu a um exercício de projecto regulado pelas condicionantes legais existentes (Plano Director Municipal, Regime jurídico dos Empreendimentos turísticos, Regime jurídico do licenciamento municipal de obras particulares), regras definidas pelo



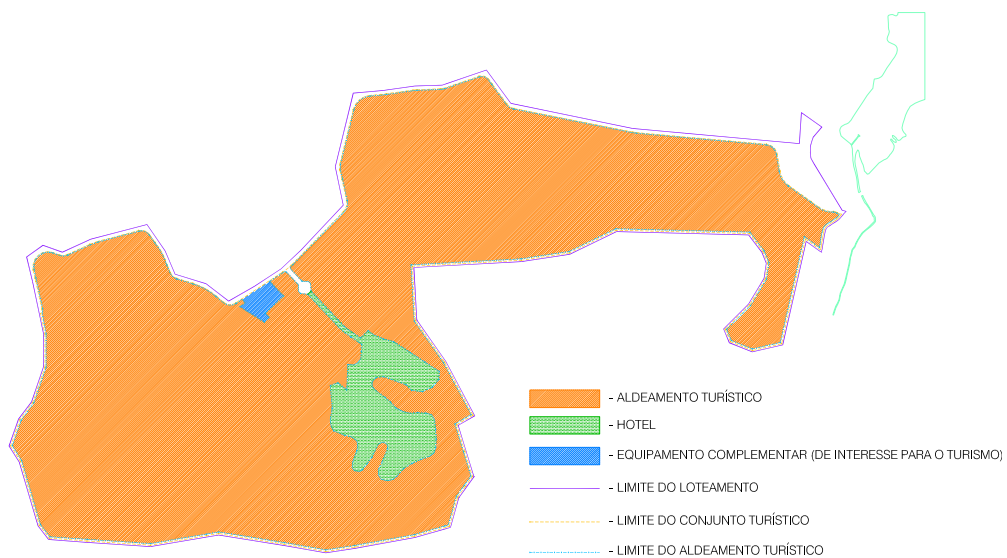


plano de urbanização e as regras de edificação definidas pelo promotor.

Os princípios de construção desenvolvidos pelo promotor determinaram premissas de edificação dentro da escala do *masterplan* até à escala da arquitectura, no sentido de criar uma diversidade de entendimentos e conceitos, num conjunto harmonizado pela paisagem. Dentro das condicionantes do PDM, as casas não podiam ter mais do que dois pisos e estabeleceu-se um índice de ocupação do solo na ordem dos 7%, factor que garante excelentes condições de privacidade e conforto visual, próprias de um *resort* de luxo. Não existe um cliente específico, e desta forma o programa procura encontrar soluções mais flexíveis ou tipificadas de acordo com o mercado.

No desenvolvimento dos projectos de arquitectura, conforme as políticas comerciais do empreendimento, foram estabelecidos vários princípios unificadores. Na integração da arquitectura com a paisagem envolvente, todas as edificações são obrigadas a ter cobertura vegetal assim como os limites entre lotes, resolvidos através de paisagismo, de modo a garantir a privacidade entre lotes, definindo, ao mesmo tempo, um mimetismo na relação entre a arquitectura e paisagem.

A estrutura do empreendimento está assente em conjuntos de células organizadas segundo cor e acabamentos exteriores, e todas moradias tiveram de respeitar essas regras. As tipologias vão desde T1 até T3 nas moradias em banda, e T3 a T5 nas moradias isoladas, todas com despensa e com imposições na suite principal, que deve ter uma zona de vestir.



3.1 Localização - Bom Sucesso no contexto da região do Oeste

3.2 masterplan - limites e usos

3.1

3.2

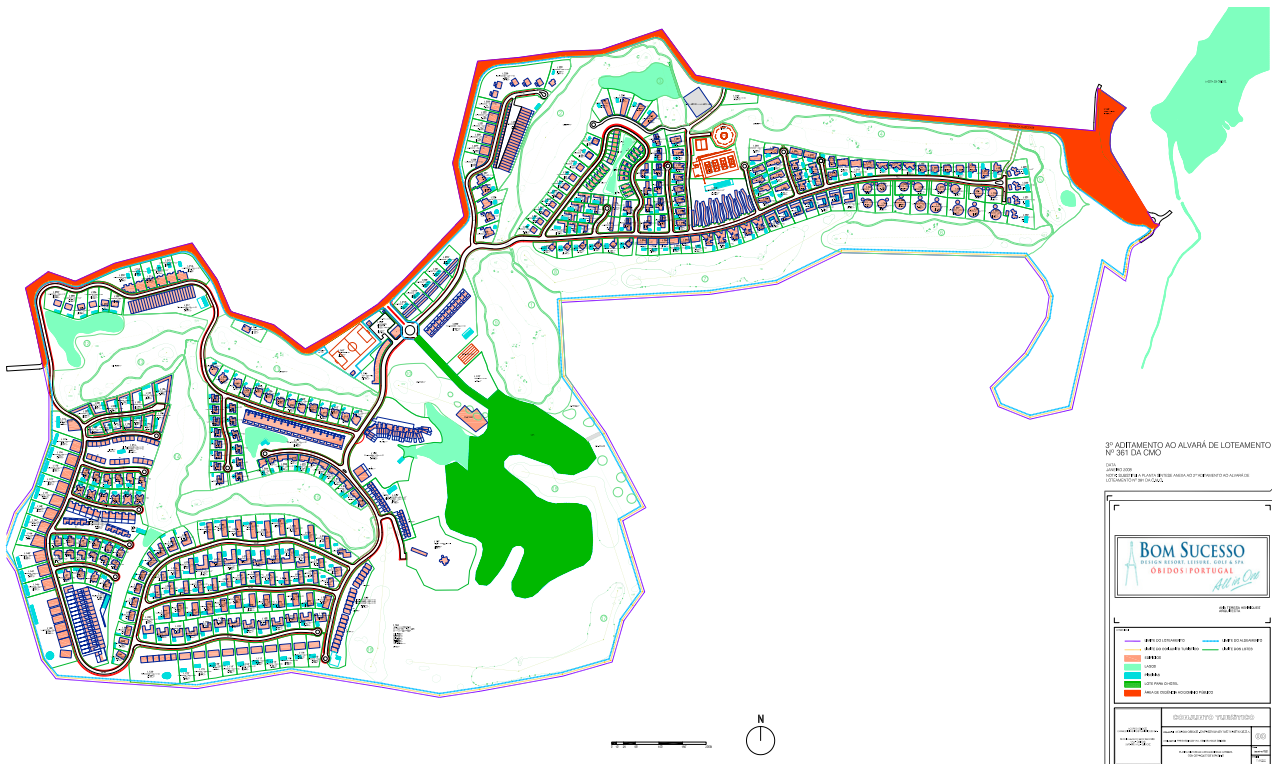
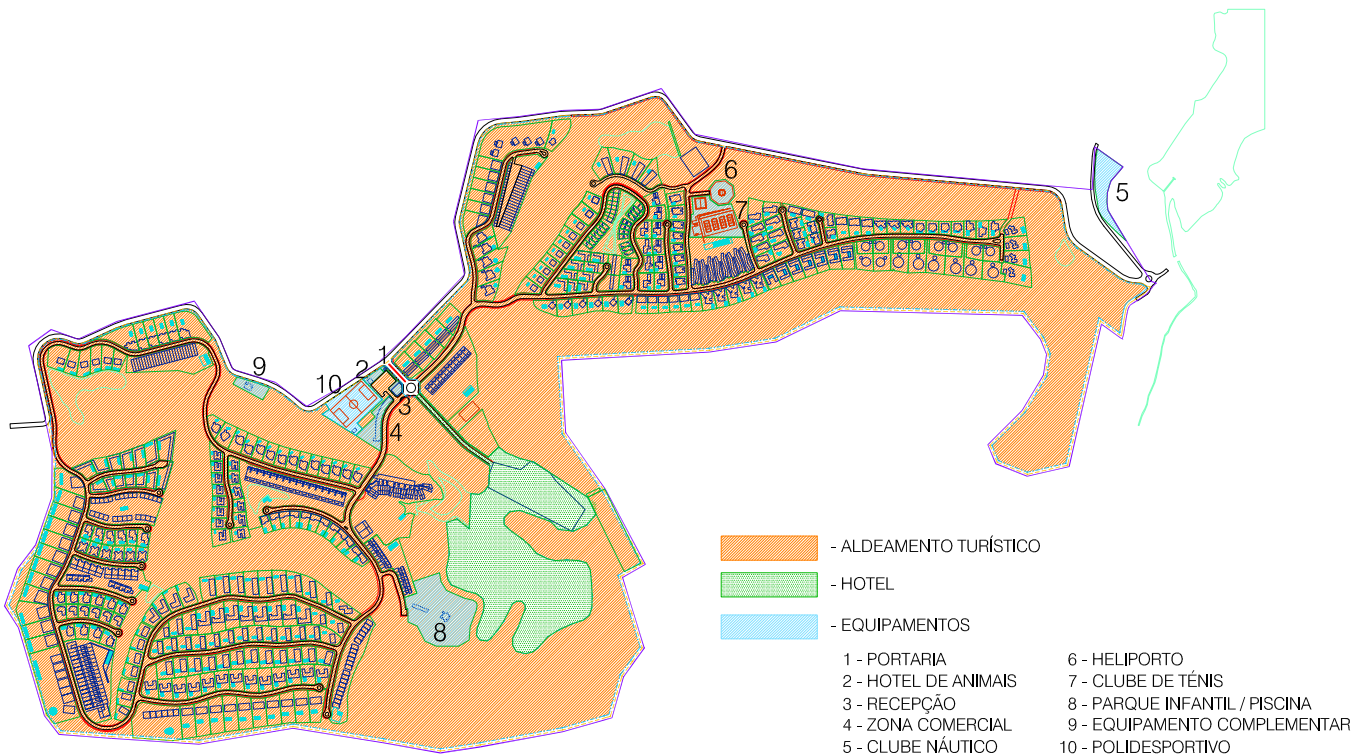
## Localização

O complexo Bom Sucesso Design Resort, Leisure & Golf insere-se na Região do Oeste, um território rico em paisagens naturais e culturais, que se distingue por uma gastronomia riquíssima, um vasto património histórico e arquitectónico, e uma herança cultural cimentada em cultura de vinha e tradições marítimas e piscatórias. É uma paisagem de clima atlântico e ameno, que se estende do Oceano Atlântico ao conjunto montanhoso Montejunto-Aire e Candeeiros até às proximidades de Lisboa e ao Pinhal de Dom Dinis. O empreendimento Bom Sucesso assume uma posição estratégica privilegiada, servido por uma rede de estradas consolidada (A8, A15/IP6) que o colocam a 50 minutos de Lisboa, 30 minutos de Santarém e Leiria. Actualmente a região do Oeste tem vindo a destacar-se pela sua oferta turística, onde para além do património histórico e cultural se sobrepõem novos focos de atracção turística como o golfe, o turismo balnear e os desportos aquáticos com destaque para o *Surf*.

## Masterplan

Localizado na zona oeste da vila de Óbidos, o polígono de implantação do complexo Bom Sucesso foi conquistado artificialmente a um terreno antes ocupado por pinheiros e eucaliptos a sul da Lagoa de Óbidos. Com cerca de 300 hectares, representa uma escala de intervenção nunca vista em Portugal, num terreno adquirido à natureza e praticamente sem pré-existências.

O masterplan foi concretizado pela WATG (*Wimberly Allison Tong & Go*), um gabinete altamente especializado na indústria do lazer e do entretenimento. A implantação é um polígono irregular que nasce no extremo sul da lagoa de Óbidos e recorta uma porção de terreno de aproximadamente 300 hectares, com uma distância máxima de 2,5 km no sentido este – oeste e 1,5 km no sentido norte – sul. Os limites com o tecido envolvente são definidos através de uma estrada a norte, e um muro que a acompanha, com um acesso principal para o empreendimento e um secundário para o golfe. Os limites sul e poente ainda não estão definidos pois antecipa-se a construção de mais dois aldeamentos. Acompanhando uma lógica de construção deste tipo de empreendimentos, o golfe precede a construção dos edifícios e desenvolveu-se paralelamente ao plano de loteamento. O projecto do campo de golfe ocupa uma área de 60 hectares e é da autoria do britânico Donald Steel, um dos arquitectos mais prestigiados no que diz respeito à concepção e desenho deste tipo de equipamentos. É um campo



3.3

3.4

3.3 masterplan - celulas de habitação, hotel e equipamentos

3.4 masterplan - plano de loteamento

de 18 buracos que tira partido das condições naturais do terreno, permitindo situações de colina ou depressão interessantes para o jogo, procurando enquadramentos para o mar e para a lagoa. O paisagismo procurou equilibrar um cenário mediterrânico com um certo “exotismo”, onde foram plantadas centenas de oliveiras centenárias combinadas com camélias, azáleas e magnólias. No sentido de integrar arquitectura e paisagem, o golfe envolve as células de habitação, ocupando o território entre as moradias e o muro. Desta forma, com excepção da zona mais a poente onde se prevê a construção de outros dois aldeamentos, a paisagem é assim definida pelo golfe, que para além de uma actividade desportiva é também um imenso jardim comunitário.

A estrutura viária é a base do desenho urbano do Bom Sucesso precisamente pelo peso que o automóvel tem no nosso quotidiano, onde todas as habitações (unifamiliares e em banda) têm acesso viário e garagem. Com excepção da rua da entrada do empreendimento que concentra alguns equipamentos colectivos, dá acesso directo ao hotel, e divide o complexo em duas zonas (este e oeste), não existe propriamente uma estrutura viária hierarquizada. As vias seguem um padrão já muito visto no urbanismo “turístico”, onde seguem um traçado quase sempre curvilíneo criando uma certa organicidade. Outra situação urbana semelhante é a utilização do beco ou *cul-de-sac*, que surge como uma opção recorrente. Creio que não terá tanto a ver com questões relacionadas com gestão de recursos ou de custos, mas sim na mediação da estrutura viária com o golfe, onde não interessa a sobreposição deste dois elementos.

Complementando a habitação o empreendimento apresenta uma gama de equipamentos de lazer. Campo de golfe de 18 buracos, *Spa* do hotel, zona comercial, campo de futebol, Clube de ténis, parque infantil, hotel para animais, heliporto, entre outros. Muitos destes, juntamente com os edifícios de habitação em banda, estabelecem situações urbanas excepcionais, ou pontos de referência, precisamente por introduzirem outra escala e se assumirem como peças únicas, por oposição aos agrupamentos das moradias unifamiliares. O elemento de excepção que terá mais impacto na paisagem será certamente o hotel. Situado na zona sul, num lote de terreno com cerca de 83.000 m<sup>2</sup>, o projecto do futuro hotel *Hilton Bom Sucesso* é da autoria do arquitecto Souto Moura.

*A edificação desenha-se sobre a linha de fecho do monte e vence a pendente acentuada do terreno aproveitando essa inclinação natural para desenvolver o corpo principal do edifício. (...) O projecto desenvolve-se em dois corpos, no corpo principal encontram-se a ala dos quartos, do SPA e área de restauração. Um outro corpo, a Norte, será a área de congressos e de serviços. (s.a<sup>1</sup>, 2009: 6)*

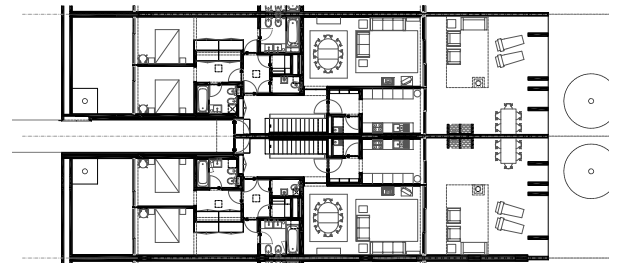
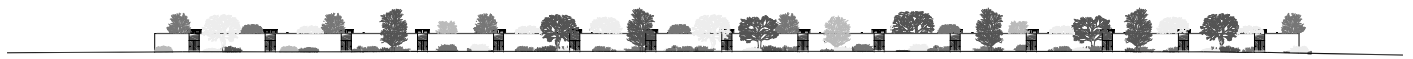
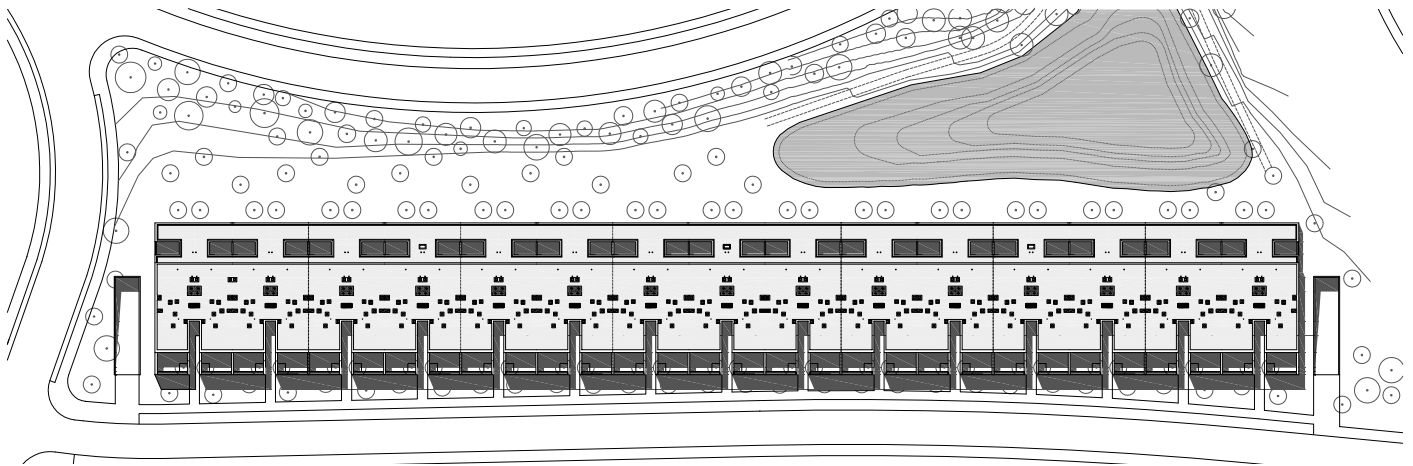




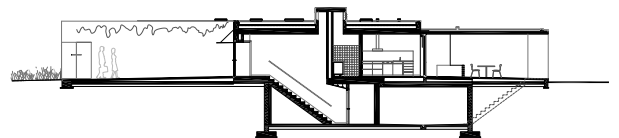
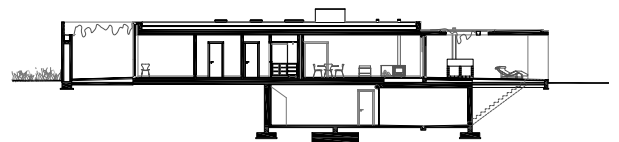
3.5 Hotel Hilton Bom Sucesso, projecto de Eduardo Souto Moura

3.5

As células de habitação são envolvidas pelo golfe e articuladas pela estrutura viária. A topografia é o elemento que gera os diferentes agrupamentos, procurando criar situações diferenciadas na relação dos lotes com a paisagem envolvente. Obviamente os lotes mais privilegiados, com as melhores vistas e melhores condições de privacidade, são aqueles que definem os limites com a paisagem envolvente, seja com o golfe, com a vegetação ou com os lagos artificiais. Os conjuntos de células devem ainda obedecer a uma organização cromática exterior definida pelo promotor: a zona central com pedra da região e branco; a zona do lago com rosa vermelho; a zona poente com azul ou ocre; a zona sul com verde água.



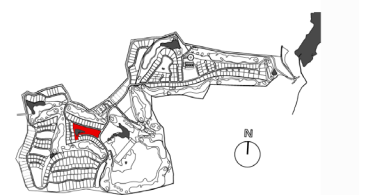
0m 5m



0m 5m

3.6
3.7
3.8

- 3.6 planta e alçados do bloco
- 3.7 fotografia do bloco, alçado sul
- 3.8 planta e secções transversais de uma unidade de habitação

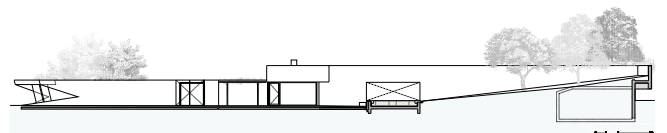
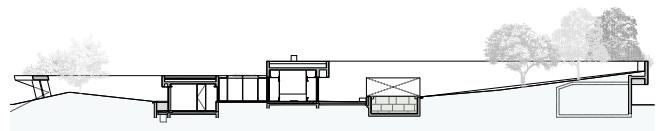
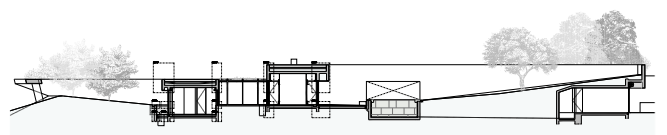
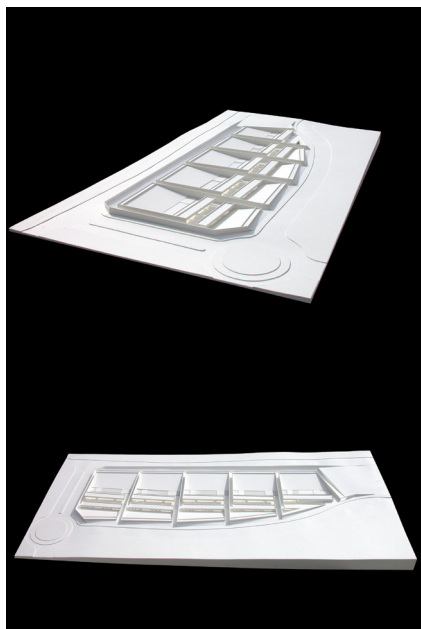
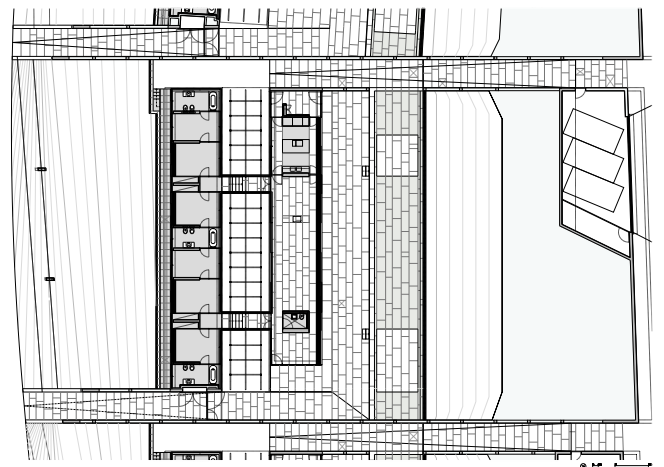
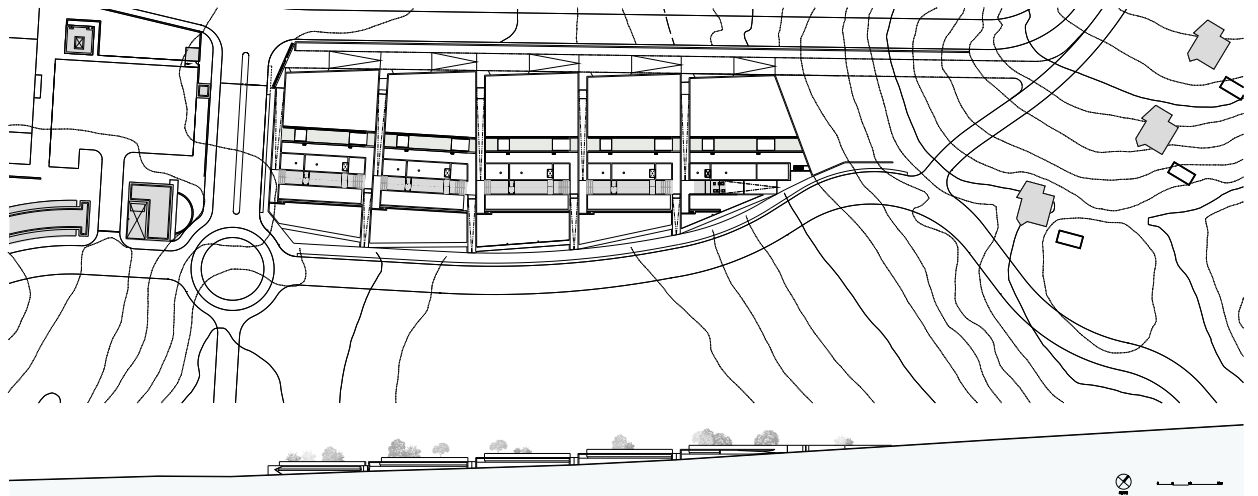


**Nuno Graça Moura L152** | 30 habitações unifamiliares em banda

Na resposta a um programa de 30 moradias de 120m<sup>2</sup>, resulta uma banda contínua com 200 metros de comprimento e apenas um piso. O terreno é praticamente plano excepto a zona a sul, um imenso relvado comunitário com um lago artificial na zona mais a poente. “A pendente do terreno na zona do lago, a que o plano obrigava, é resolvida por um muro de suporte/barragem ” (Moura, s.d). A piscina funciona à cota superior, e assume-se como uma peça de arquitectura, um corpo entre o jardim e o lago.

O acesso faz-se pelo arruamento a norte, uma fachada que “é um simples muro com reentrâncias, rebocado e pintado” (Idem). A fachada sul tem igualmente um cariz abstracto através das “lâminas de betão, dispostas de forma irregular, fecham parcialmente os pátios nas fachadas sul e garantem maior privacidade em relação ao jardim colectivo” (Idem). Os apartamentos “resultaram estreitos e profundos” e assumiram a tipologia de casa pátio, dividindo a zona íntima dos quartos a norte, e sala e cozinha a sul. Os pátios surgem no prolongamento dos espaços interiores permitindo quase uma duplicação da área e garantindo luz natural a todo o interior. “Os materiais escolhidos procuraram uma atmosfera “dura e fresca”. O interior é pintado a branco. Os pavimentos são em mosaico hidráulico artesanal azul” (Idem).

O complexo de moradias unifamiliares de Nuno Graça Moura constitui ao meu entender o exemplo mais interessante desta tipologia em todo o empreendimento. Precisamente pela ousadia, pela opção de escala tomada – um gesto não muito comum em projecto, no âmbito de habitação colectiva, mas que de certo modo compactua com a escala do território e a ambição do empreendimento. Para além das células de habitação que adoptam o pátio como tipologia, o que mais impressiona é o bloco e o impacto que estabelece na paisagem - “é esta visão de conjunto, este gesto tão incisivo no espaço público que impressiona. É uma opção duríssima. Se cada unidade adopta um modelo formal reconhecível, o conjunto estabelece uma linha de cerca de 200 metros que rasga completamente a paisagem” (Jordão: 2009, 97).

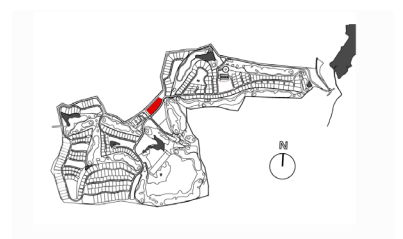


3.9
3.10    3.11

3.9 planta e alçado frontal do conjunto

3.10 maquete de volumetria

3.11 planta e secções transversais



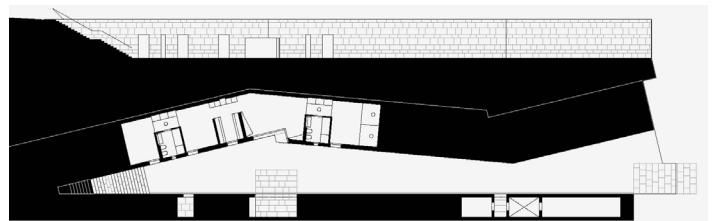
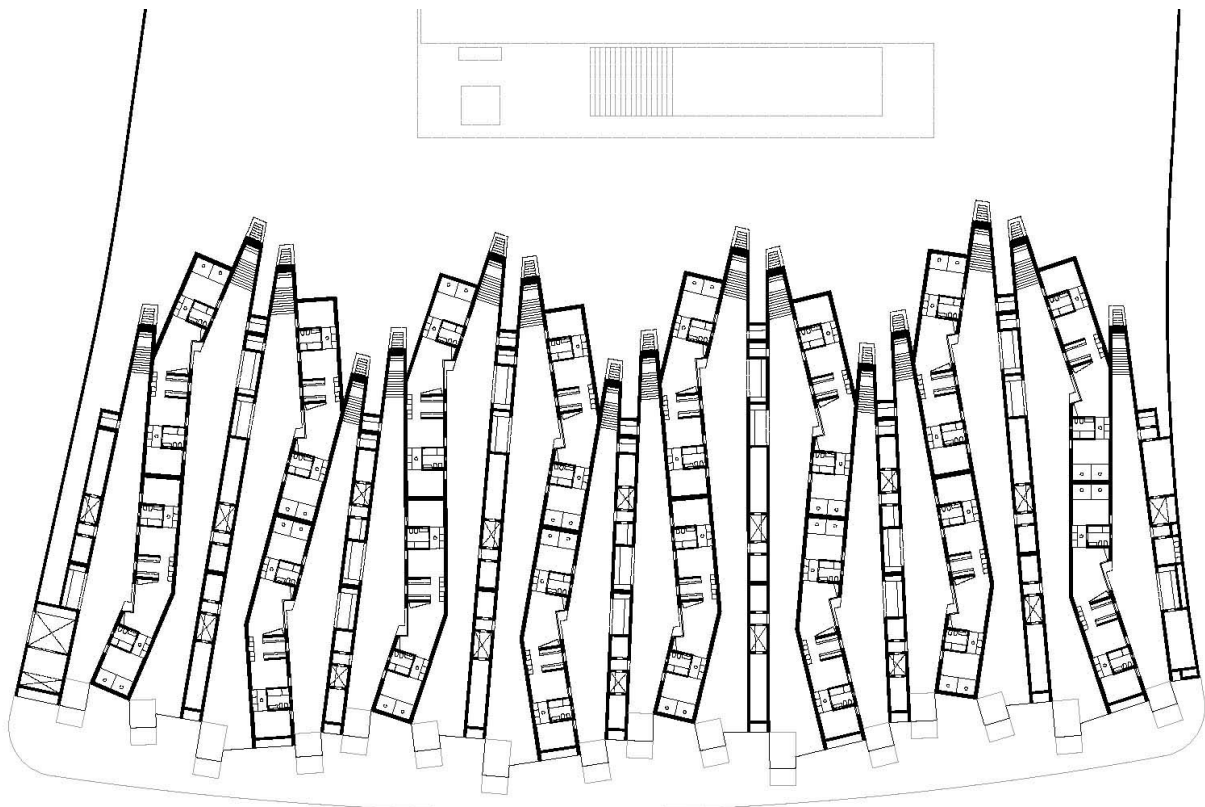


**Gonçalo Byrne L218 - 222 | 5 moradias unifamiliares**

Os lotes 218 a 222 ocupam uma posição central no empreendimento e cada um contabiliza cerca de 1800 m<sup>2</sup> num terreno ligeiramente inclinado. O projecto para 5 moradias tomou como princípio encarar o conjunto dos lotes como uma unidade, através de um “um sistema serpenteante de muros e floreiras que os envolve, encaixando-os uns nos outros, ao mesmo tempo que individualiza cada terreno, vencendo, lote a lote, as diferenças de cotas entre os terrenos” (Byrne, s.d). Este sistema permitiu controlar a privacidade de cada lote e ao mesmo tempo hierarquizar os espaços exteriores de cada moradia.

Cada moradia está dividida em dois corpos implantados no centro de cada lote, definindo dois jardins que funcionam como prolongamento do espaço interior. Os dois volumes correspondem a zona íntima e zona social, e dividem-se “em dois corpos de paredes transparentes que comunicam entre si através de um pátio central ajardinado e coberto por uma latada, como que permitindo a entrada do jardim para o seu interior” (Idem). A entrada faz-se pelos arruamentos que envolvem os lotes através de duas rampas que dão acesso ao pátio. Os volumes funcionam a cotas diferentes. O corpo social da casa funciona à cota da entrada e à cota do pátio enquanto que o corpo dos quartos aparece numa cota mais inferior. Uma solução que dignifica os espaços sociais e de certo modo encerra o corpo dos quartos otimizando a sua privacidade e intimidade.

O mais interessante neste projecto é o seu sentido de unidade. Uma solução que encara os cinco lotes como uma peça única, ou seja, o exercício de projecto para cinco moradias isoladas é resolvido numa lógica de habitação colectiva. O princípio do projecto parte de um sistema de muros, que abandonam a sua função convencional de limitar os lotes, e assumem-se também como elementos arquitectónicos. Um sistema que gera forma, programa e uso dos espaços, que define simultaneamente a arquitectura e a sua relação com a paisagem (jardins).



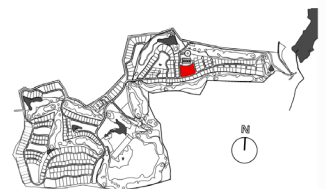
3.12

3.12 planta do conjunto, piso das habitações

3.13 maquete de volumetria

3.13 3.14

3.14 alçado e planta de uma unidade de habitação

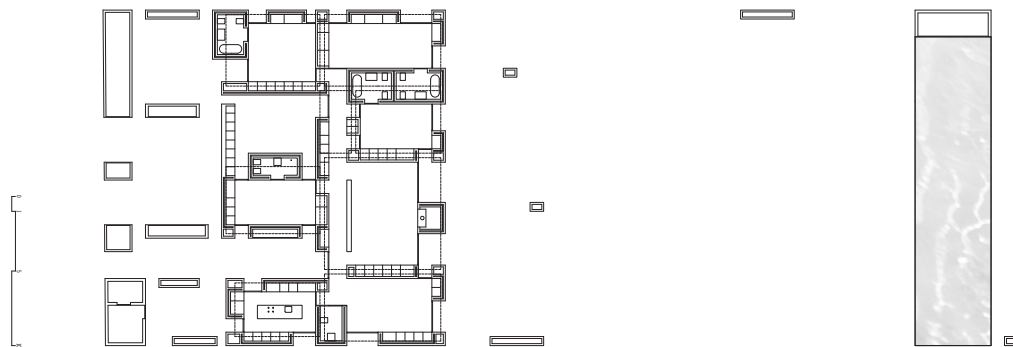
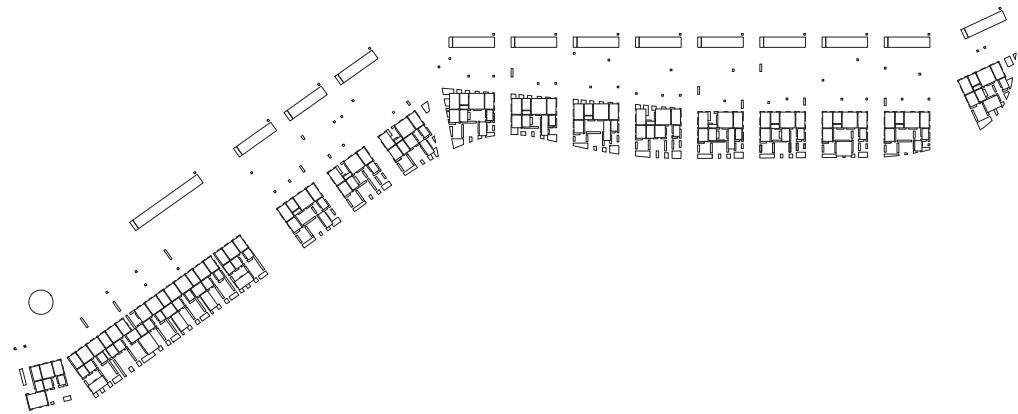


**Gonçalo Byrne L313** | 16 habitações unifamiliares em banda

O projecto para o Lote 313 diz respeito a 16 moradias em banda. O Lote surge como um imenso terreno isolado ladeado por 3 arruamentos, e com uma topografia que apresenta um declive longitudinal de cerca de 10 metros. Tirando partido da inclinação do terreno, o projecto encara o Lote como uma única peça. Uma enorme massa que nivela o Lote e arquitectura surge como vazio escavado na massa, uma opção que de certo modo é motivada pela premissa da cobertura plana e vegetal, integrando arquitectura e paisagem num só corpo.

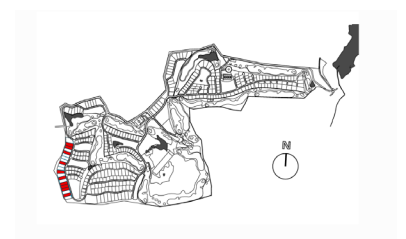
As moradias surgem como vazios na massa, e o acesso principal é feito por uma frente continua. “Esta frente, apresenta-se como um todo, materialmente, mas é uma superfície facetada, com saliências e reentrâncias que indicam as entradas das moradias. Em algumas destas saliências são plantadas árvores” (Byrne, s.d). Os vazios escavados na massa definem a tipologia das moradias através de “um pátio e um muro que o contém”. O pátio é a única fonte de luz e assume-se como o tema principal da casa. Os apartamentos são longos e estreitos, e o pátio transforma-se num corredor de distribuição no sentido Sul – Norte que assinala a entrada e termina numa escada que dá acesso ao jardim e piscina comuns. “Assim, a casa vive única e exclusivamente para o pátio, que se torna uma parte integrante da sua vivência” (Idem).

O pátio serve uma vez mais de tema para a definição de tipologia, programa e uso da habitação. No entanto desvincula-se do seu sentido mais convencional e transforma-se num corredor que dá acesso à parte superior do terreno com jardim e piscina comunitários. É o pátio/corredor ou melhor, a sua repetição, que valida tanto uma ideia de arquitectura como de paisagismo. O jardim é um enorme *plateau*, espaço social e livre por oposição à privacidade e intimidade dos apartamentos que surgem numa cota inferior. A qualidade deste espaço dependerá do paisagismo, da sua capacidade de controlar e hierarquizar o espaço, definindo questões como social, intimo, luz, sombra, percurso; e também do mobiliário urbano.



3.15
3.16
3.17

- 3.15 render
- 3.16 implantação
- 3.17 planta de uma habitação



**Manuel Aires Mateus L143 – 148 / 166 - 176 | 10 moradias unifamiliares**

O projecto reflecte a metodologia projectual do escritório Aires Mateus, onde a arquitectura doméstica se revelou o campo principal de experimentação ou (re)conceptualização, definindo progressivamente uma identidade muito própria. Essa reflexão da arquitectura e do habitar parte de determinados temas, como a matéria e a sua manipulação, através de cheios e vazios e a espessura como resultado mais expressivo desse gosto pela massa e solidez.

Os lotes previstos localizam-se no extremo oeste do aldeamento, delimitados por duas ruas, e, desenvolvem-se em faixas estreitas e compridas no sentido nascente – poente. A implantação das casas ocupa a zona mais a nascente do lote, criando uma frente de rua com um cariz mais público, e libertando o jardim com piscina, a sul e poente. O espaço doméstico organiza-se segundo a construção de um série de muros (cheios) de diferentes proporções que configuram vários espaços diferentes (vazios). Sistema que permite a hierarquização do espaço, criando situações mais sociais ou mais íntimas; e pátios interiores e exteriores pela justaposição de tectos ajardinados. A espessura das paredes evidencia-se em planta, onde a relação interior / exterior é conseguida através de paredes que envolvem armários, e também, a colocação dos vãos à face das paredes interiores reforça essa ideia de massa ou espessura. “Esta disposição transporta uma leitura da luz e percepção do espaço que reconhecemos, na nossa memória, de muros sólidos e pesados de casas de outro ou de todos os tempos” (Manuel Aires Mateus in [www.bomsucesso.com.pt](http://www.bomsucesso.com.pt)).

Bem interessante também é a versatilidade da peça, que nos lotes 144-176 surge numa lógica de moradia familiar, enquanto que no lote 143 as moradias são agrupadas numa lógica de habitação colectiva.





## **TIPOLOGIA URBANIZAÇÃO**

### **CASAGRANTURISMO**

#### **Equipas**

Atelier Bow Wow (Japão), Randić-Turato (Croácia), Fernando Romero / LAR (México), Atelier N045 (Áustria), Pezo von Ellrichshausen (Chile), Dekleva Gregoric (Eslovénia), Njiric Plus (Croácia), SPBR (Brasil) e Granturismo Design Team (Silves/Lisboa, Portugal).

#### **Localização**

Horta da Caixa de Água, Silves | 37°11'28.39"N / 8°26'54.67"W

**Área total do complexo:** 39.120 m<sup>2</sup>

**Área destinada a habitação:** 14.320 m<sup>2</sup>

**Área destinada a comércio e serviços:** 7.380 m<sup>2</sup>

**Número de habitantes previsto:** 390

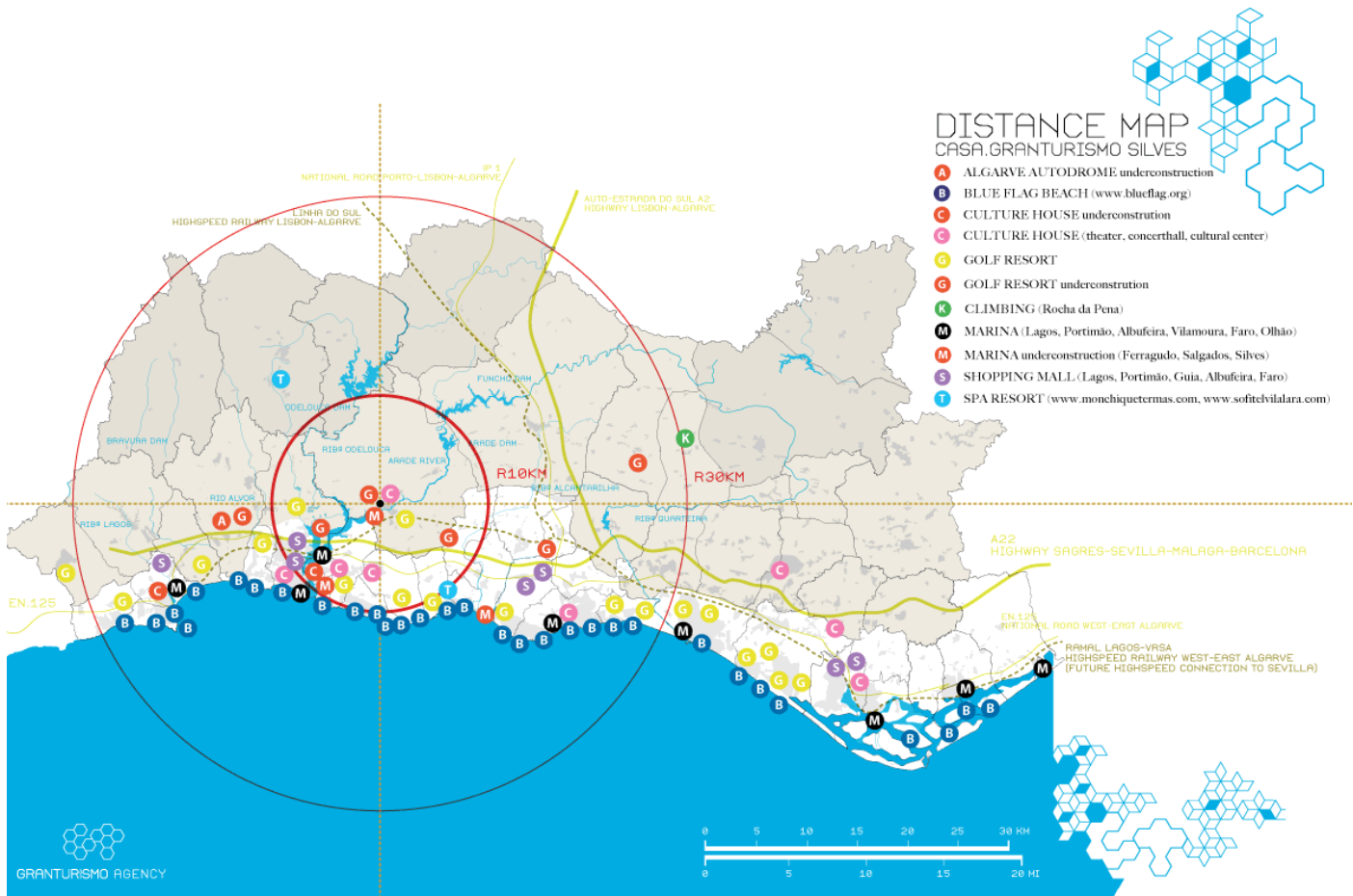


**Promotor: Grandturismo**

A agência Grandturismo é uma agência multidisciplinar para o desenvolvimento e [re]desenho do Algarve. O seu objectivo principal, através de *case-studies*, é criar instrumentos que possam alterar a forma como o turismo condiciona os programas, a concepção, construção e o uso da região do Algarve.

*A mutação continuada da cidade em sociedade urbana, foi escolhida como pano de fundo sobre o qual se formulou a hipótese central do programa de pesquisa: o impacto do Turismo na construção da região do Algarve determina uma série de reciprocidades sem precedente entre realidades geográficas, económicas, políticas e sociais. Estas relações estendem-se da construção da paisagem à transformação da região em produto turístico, da criação de novos mecanismos de gestão do território à emergência de novas práticas sociais, dificultando o reconhecimento dos seus limites. A indefinição dos contornos destes objectos de estudo é um desafio às disciplinas que abordam a paisagem, o urbanismo, a arquitectura e os media, requerendo a construção de plataformas multidisciplinares. Ao mesmo tempo, essas zonas de sobreposição constituem um território fértil para o estudo das relações entre transformações urbanas e diversas construções modernas, onde se incluem a identidade, o autêntico, o natural, o lazer e o prazer.*  
(SilvesGtCity+Casa.Grandturismo Seminar, Silves, 08/2005)

Actualmente, a agência Grandturismo desenvolve no Algarve 5 projectos de Habitação e Turismo projectando uma definição de novos modelos de Turismo para o séc. XXI: Casa Grandturismo, Grandturismo Earth, Grandturismo Sénior, Grandturismo Orange, Grandturismo Cork.



3.18  
3.19  
3.20

- 3.18 pesquisa Grandturismo - Algarve Tourists Graphic History (1801-2010)
- 3.19 pesquisa Grandturismo - Algarve Inhabitants Graphic History (1755-2010)
- 3.20 localização - Casagraturismo no contexto da região do Algarve



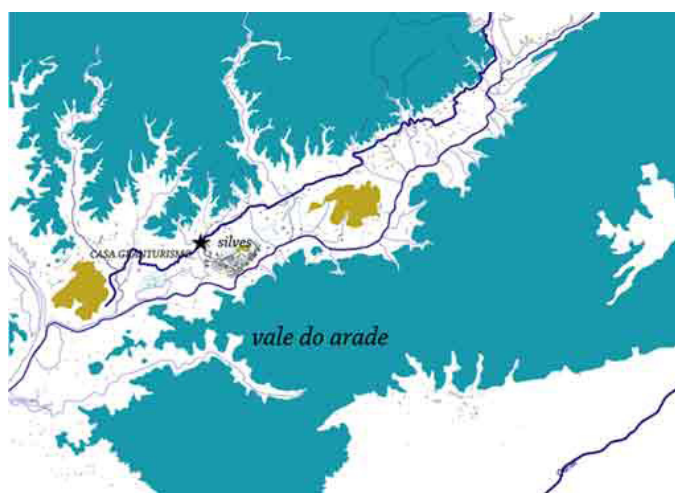
### **ACTION'01 SilvesGTCity**

O projecto CasaGranturismo surgiu no ano de 2005 como o primeiro dos case-studies da agência Grandturismo para testar hipóteses de trabalho entre os vectores turismo e habitação, tendo sido escolhida a cidade de Silves como o lugar de implantação.

As especificidades geográficas e climáticas da região são complexas, abarcando um território que se prolonga da Baía de Armação de Pêra à Serra Algarvia, onde se sobrepõem diferentes realidades económicas, sociais e culturais. Estas diferenças são distribuídas assimetricamente no território Algarvio (litoral, barrocal e serra). O conselho de Silves situa-se numa posição intermédia, cruzando diversas realidades: a economia da serra encontra a economia do mar, os habitantes do Algarve cruzam-se com turistas do norte da Europa, a herança árabe e as tradições do mundo cristão, as culturas atlântica e mediterrânica. O projecto Casagraturismo considera estas descontinuidades na abordagem do concelho de Silves, em geral, e em particular, o tecido urbano da cidade de Silves.

A estratégia da agência é encarar os limites da cidade de Silves a partir de dois vectores: a construção da paisagem de Silves em função dos diversos tipos de mobilidade; o desenvolvimento de novas tipologias de habitação como forma de definir novas identidades. Estes dois temas ancorados nas especificidades da região pretendem ser a base de um novo tipo de ocupação no território onde coabitam habitantes locais e globais durante todo o ano.

**Turismo = Paisagem / Mobilidade:** A imagem da cidade de Silves é definida através do núcleo histórico e da paisagem circundante. Os sistemas de mobilidade da cidade são decisivos na definição e construção de sua imagem, ou seja, consoante o meio que é utilizado para nos deslocarmos (avião, automóvel, barco, bicicleta, etc.), estabelecemos diferentes visões destas relações e com elas diferentes paisagens. A recente construção das auto-estradas A2 e Via do Infante puseram fim a um período de isolamento e estagnação do núcleo urbano de Silves em relação à rede urbana Algarvia. A desvantagem desta prolongada relação periférica é hoje uma das maiores potencialidades da cidade de Silves, possibilitando a construção da sua paisagem a partir de uma nova articulação dos tipos de mobilidade.



3.21 localização - Silves e Casagrânturismo no contexto do vale do Arade

3.22 localização - Casagrânturismo no contexto de Silves

3.21

3.22

**Turismo = Habitar / Identidade:** Actualmente a cidade de Silves preservou até ao início deste século modos de vida e práticas sociais que fundem diversas influências. O conjunto de situações urbanas e arquitectónicas explica bem esta condição, onde persistem até aos dias de hoje muros altos, pátios, jardins interiores, cisternas e terraços, e com eles os modos de operar, construir e habitar que lhes estão associados.

*O boom habitacional dos últimos cinco anos vem colocar em causa modos de habitar ancestrais sem que se vislumbrem propostas que articulem as necessidades da habitação contemporânea e as especificidades da cidade. A maior parte das habitações construídas resultam das necessidades comerciais e de estratégias de especulação imobiliária que não reconhecem o potencial do concelho de atrair um novo tipo de habitante, nem tiram partido da riqueza do património de Silves para criar novas propostas de ocupação do território. Ultrapassando os modelos de desenvolvimento associados ao estereótipo da ocupação sazonal, dividido entre turista e residente permanente, criou o conceito Casa Granturismo que será a base de um novo referencial de identidade urbana.*

(SilvesGtCity+Casa.Grandturismo Seminar, Silves, 08/2005)

## **CasaGranturismo**

A linha de investigação aberta pela agência GrandTurismo foi apresentada num seminário em Julho de 2005, consolidando uma estratégia de actuação e dando forma a um exercício de projecto. É neste sentido que surge o projecto Casagrantedurismo, um empreendimento para a cidade de Silves onde várias equipas de arquitectos, provenientes de 10 países e 3 continentes, desenvolveram 22 conceitos de habitar.

A exposição *Casa.Granturismo\_showroom*, inaugurada em 15 de Agosto de 2005, serviu de palco para a conferência SilvesGtCity + Casa.Granturismo, onde foram apresentados e debatidos os trabalhos desenvolvidos pelas equipas de arquitectura, contando ainda com a participação de um conjunto de vários especialistas locais e internacionais, desde arquitectos, paisagistas, designers, etnólogos, arqueólogos, geógrafos, economistas e historiadores. Pondo de parte o projecto Casagrantedurismo, o objectivo principal do simpósio foi estabelecer um diálogo pluridisciplinar sobre a forma como o turismo determina o futuro da



região do Algarve.

A selecção de equipas de arquitectura de várias nacionalidades manifestou a intenção de dar uma resposta diversificada, em qualidade e quantidade, ao enunciado proposto, tentando ao mesmo tempo responder positivamente aos três níveis de especificação de mercado identificados pela GrandTurismo: os residentes de Silves e dos concelhos adjacentes, Portugueses e Espanhóis à procura de segunda habitação, e os novos mercados Sénior emergentes do Norte da Europa.

As respostas arquitectónicas resultaram de um exercício de projecto determinado por vários pontos:

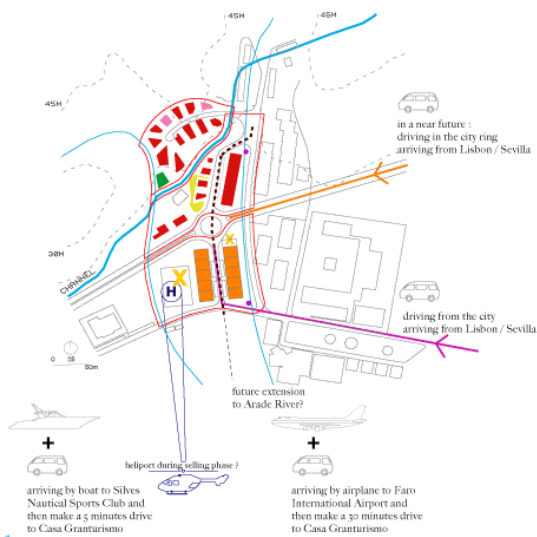
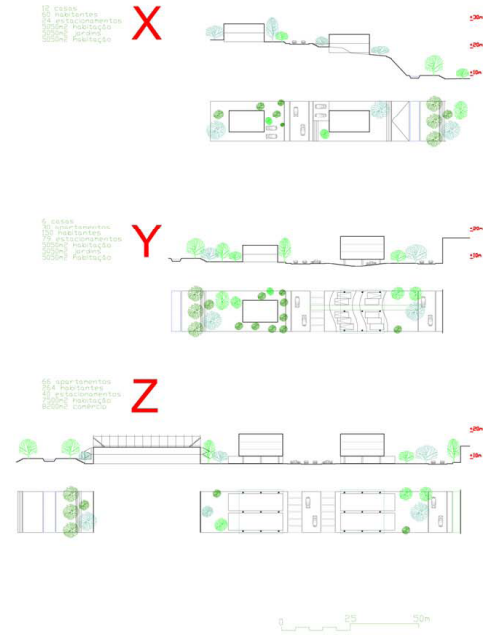
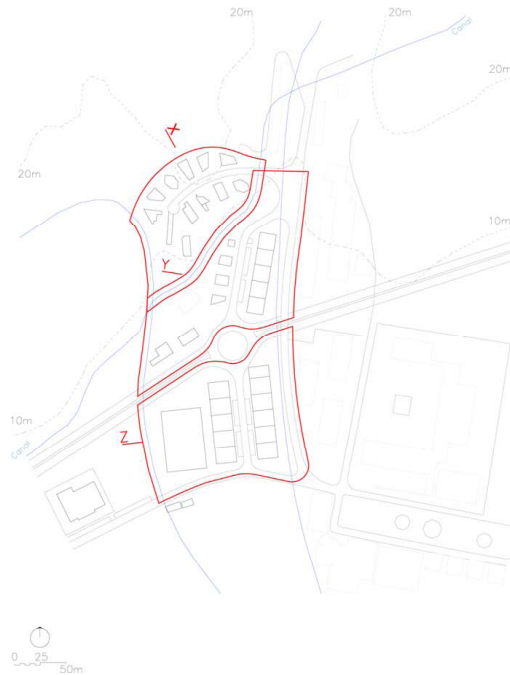
O primeiro e talvez o mais importante, diz respeito ao cliente, onde as casas e os apartamentos não são direccionados para um cliente específico, mas sim como plataforma de encontro entre o local e o turista, fomentando o encontro entre realidades culturais, económicas, étnicas e intelectuais. Devem garantir uma flexibilidade tipológica, capaz de se adaptar aos vários níveis de ocupação de acordo com os fluxos turísticos; antecipar mudanças de uso e de programa alusivos às mutações da estrutura familiar. A tipologia deverá garantir as mais variadas possibilidades, desde a utilização de pequenas famílias, conjuntos de casais ou ainda considerar a hipótese da cedência destes espaços para alugar.

Também o papel de cada habitação no contexto urbano é um tema importante. As relações de público/privado, interior/exterior, aberto/fechado, luz/sombra, devem ser consideradas na definição do espaço público e privado. Os vazios entre as casas são momentos decisivos na qualidade dos espaços exteriores, influenciando directamente a qualidade dos espaços. Deste modo, a definição destes limites deve partir de uma abordagem pluridisciplinar ao projecto, promovendo um debate entre arquitectos, paisagistas e urbanistas.

Outra questão importante diz respeito à criação de uma arquitectura de acordo com a identidade e autenticidade da região onde está inserida. A criação de uma identidade transnacional baseada em padrões de qualidade de vida definidos pelo sol, mar, clima, golf, praia. Partindo destes pressupostos, propõe-se trabalhar sistemas e técnicas construtivas tradicionais de maneira não convencional, utilizando materiais de acordo com a identidade local e regional, desde a pedra, cerâmica, taipa ou cortiça.

O desafio consistiu em conciliar o processo criativo, com as regras impostas pelas premissas do Plano Director Municipal e as regras do plano de loteamento.





- B** BANK (BCP, CGD, BES, CA)
- G** GAS STATION (Galp)
- H** HEALTH CENTER
- L** PUBLIC LIBRARY
- M** MUSEUM (cork, archeology, arabic culture, roman period)
- R** RESTAURANT (from 8EUR to 30EUR p/person)
- S** HYPERMARKET (Lidl, Modelo)
- Y** LOCAL SUPERMARKET
- D** BOOKS & RECORDS

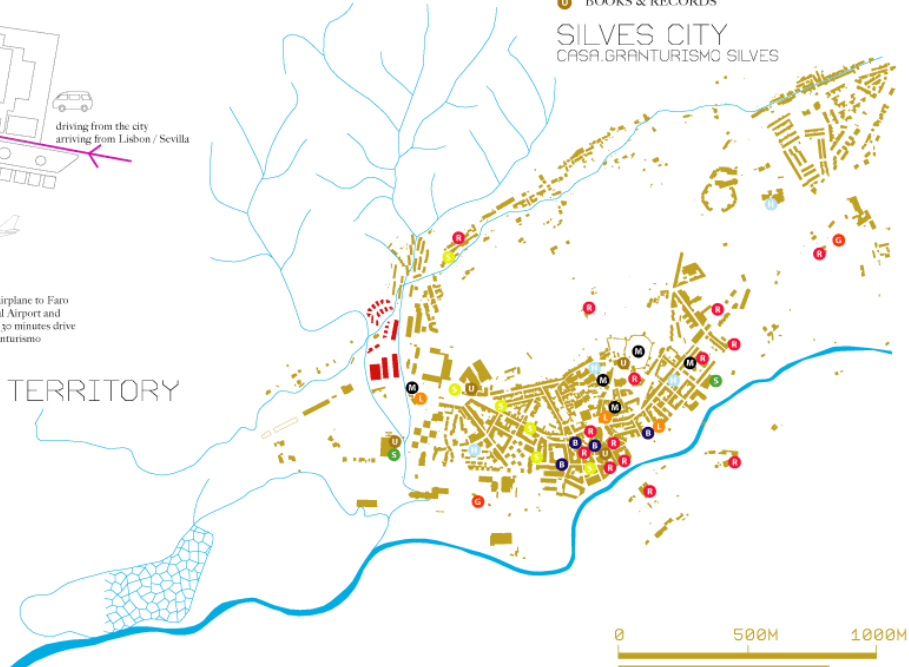
SILVES CITY  
CASA GRANTURISMO SILVES



USES, PROGRAM AND TERRITORY  
CASA GRANTURISMO SILVES

- RESIDENTIAL HOUSES
- PROFESSIONAL HOUSES
- HOUSING + COMMERCIAL AREA AT STREET LEVEL
- CHILDREN PLAYGROUND
- X** COMMERCIAL AREA
- LEISURE AREA DEDICATED TO SPORT
- KIOSK
- ALAMEDA DO MONTADO RUIVO, BIG PUBLIC PROMENADE SHADED WITH TREES

GRANTURISMO AGENCY



3.23

3.23 Casagraturismo - conjuntos de células

3.24

3.24 Casagraturismo - uso, programa e território

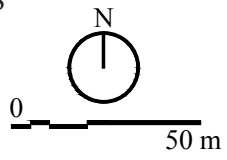
## Localização

O complexo CasaGranturismo localiza-se no extremo noroeste da cidade de Silves. O concelho de Silves é o segundo maior concelho da região do Algarve, contabilizando cerca de 700 km<sup>2</sup>, cruzando diversas realidades económicas, sociais e culturais. O local de implantação situa-se numa zona de transição entre a malha urbana consolidada a este, definida por duas ruas, e a paisagem natural desocupada a oeste do complexo. Partilha simultaneamente algumas facilidades do centro urbano, contemplando 4 escolas, campos de ténis, pavilhão gimnodesportivo, piscinas e outros equipamentos num raio de 500 m, com a tranquilidade da paisagem rural, definida por uma topografia acidentada que antecede a serra de Monchique. A sua localização no contexto da região Algarvia coloca o empreendimento a 20 minutos de um leque extenso de praias, 5 campos de golfe num raio de 6km e a futura doca de amarração do rio Arade a 600m.

## Masterplan

O plano geral parte de um plano de loteamento convencional, sendo este assumido no enunciado de projecto como uma pré-existência. Contornando esta questão, o desafio proposto pela Grandturismo é operar de maneira não convencional numa matriz convencional, regulada por leis e premissas do PDM e do Plano de Loteamento. Partindo de um dos vectores principais lançados no enunciado, a construção da paisagem de acordo com os vários tipos de mobilidade, a Casagrantedurismo procura assimilar esta premissa na escala do *masterplan*. A sua estrutura parte assim de uma revisão do plano infra-estrutural onde os diferentes sistemas de mobilidade que constroem a paisagem estabelecem simultaneamente os limites dos conjuntos de células habitacionais. O empreendimento divide-se assim em 3 conjuntos de células distintas: X, Y, Z, definidos por vários elementos da paisagem:

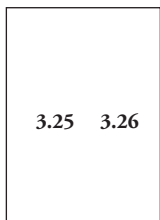
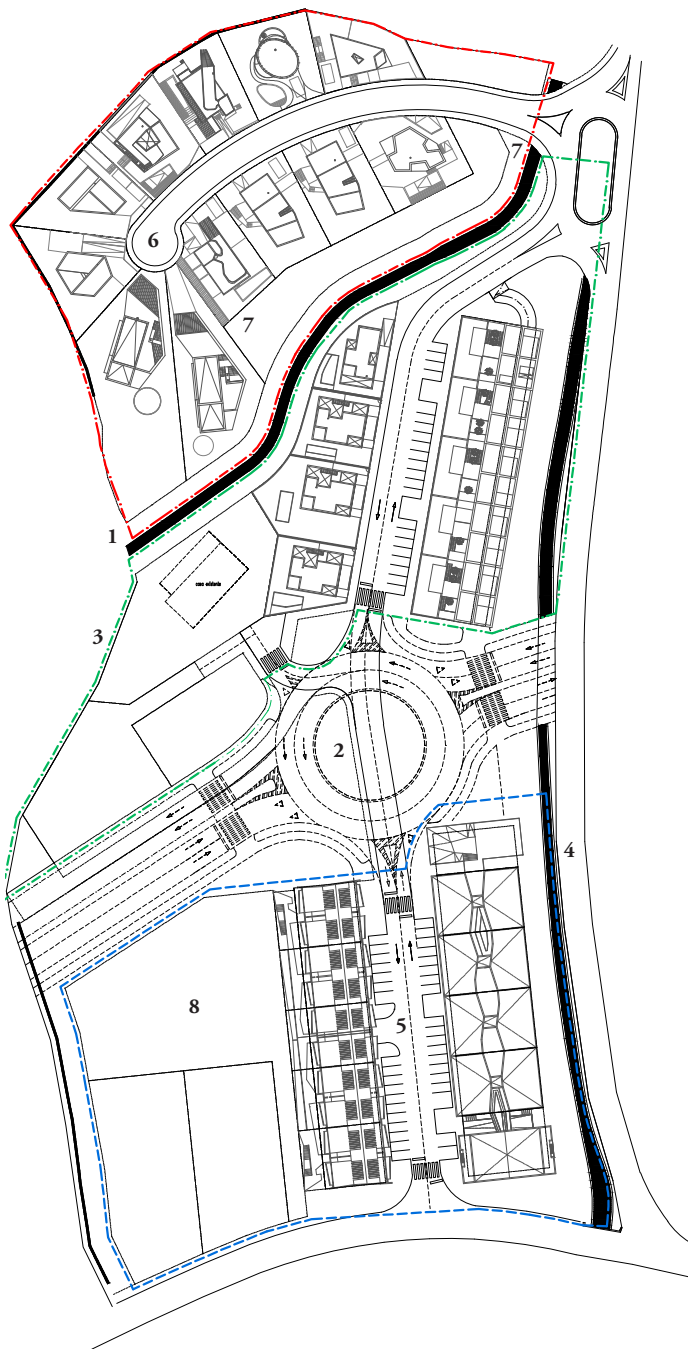
**1 Canal de irrigação:** É um elemento de ligação do Vale do Arade, que abastece a actividade da agricultura e horticultura. Constitui um elemento importante na definição paisagística do complexo estabelecendo o limite físico entre as zonas X e Y. Forma um parque linear, assumindo um perfil assimétrico que divide a encosta acidentada da zona X e a zona plana mais humanizada da zona Y, formando um percurso no sentido sudoeste – nordeste de uso pedonal e cicloviário.



ZONA X

ZONA Y

ZONA Z



3.25 masterplan, plano de loteamento com implantação das casas

3.26 planta do paisagismo

**2 Rotunda prevista para a nova circular de Silves:** O plano antevê o traçado da futura circular da cidade num prazo de 5 a 10 anos. Será um momento crucial da Casagraturismo garantindo o acesso principal da cidade a oeste. Divide no sentido este – oeste as zonas Y e Z

**3 Linha de água torrencial:** Marca o limite do complexo a oeste, entre os jardins das casas das zonas X e Y e os espaços comerciais da zona Z, com a paisagem verdejante e desocupada a oeste. É uma linha de água que será seca durante a maior parte do ano, assumindo um cariz “rural” com as pedras por cima do canal e muros de pedra.

**4 Linha de água coberta:** Definindo o limite do complexo a este, assume uma conexão importante no sentido norte – sul, através de um corredor de betão de uso pedonal e cicloviário.

**5 Alameda do Montado Ruivo:** É a rua principal da Casagraturismo, conectando as zonas X, Y e Z. Pontua actualmente a entrada do complexo, e assume um cariz urbano de modo a integrar-se no espaço público da cidade. O perfil da rua é de dois sentidos, com bolsas de estacionamento perpendicular para os blocos de habitação das zonas Z e Y. A imagem da rua será definida pela típica calçada portuguesa no pavimento, o alinhamento de pequenas árvores (albizias), e também o mobiliário público (iluminação).

**6 Rua ruiva e Cul-de-sac da zona X:** A rua Ruiva pertence à zona X do plano e termina num *cul-de-sac*. É uma rua com pendente acentuada, que reflecte o carácter da serra ou do cerro, e assume um cariz urbano mais privado que público, dignificando o acesso às moradias. A definição da rua e dos passeios vai assumir a mesma materialidade e estende-se para além dos limites da rua, incorporando espaços de cada lote. Esta solução permite diluir a imagem tradicional da rua, criando espaços mais convidativos e reforçando a identidade da rua e as relações de vizinhança. O sistema de beco ou *cul-de-sac* marca a final da zona X, garantindo o acesso viário e pedonal para as habitações. Localizado no pequeno planalto da zona X, assume-se como uma praça elevada que controla visualmente todo o complexo, desde as moradias, os blocos de habitação, o canal de irrigação e a paisagem envolvente.





3.27

3.27 maquete do conjunto (2008)

3.28

3.28 maquete do conjunto (2008)



**7 Conexões pedonais:** Surgem como situações urbanas que permitem ligações pedonais entre as três zonas. São pontos importantes na articulação do espaço público com o espaço privado das moradias, operando como pequenas bolsas de interação social. Apesar de assumirem intervenções muito pontuais, são de extrema importância no *masterplan*, precisamente por operarem na intersecção entre os vários sistemas de mobilidade.

**8 Parque Temporário:** Esta zona ocupará um parque até à construção do anel viário e dos espaços comerciais da zona Z. Será um importante “cartão de visita” do complexo e irá assumir um carácter flexível, capaz de se adaptar a vários usos e programas consoante as necessidades.

A qualidade do espaço público vai residir na articulação entre todos estes elementos, que definem diferentes sistemas de mobilidade e diferentes velocidades de deslocação. As intersecções entre os vários sistemas foram denominadas de objetos-paisagem. São situações urbanas excepcionais, que se configuram como momentos estratégicos na definição do *masterplan*. Fazem parte deste conjunto: a ponte de acesso à zona X; as escadas de ligação entre a zona X e a zona Y; um pequeno terraço entre as casas X04 e X05; a intersecção da linha de água coberta com a zona Y. São espaços de oportunidade entre os diferentes sistemas de mobilidade, e deste modo requerem uma atenção especial na ligação entre elementos naturais e artificiais, assim como na definição de pavimentos.

As casas serão projectadas de acordo com o lote que ocupam no *masterplan*, ou seja, a arquitectura é definida com o sistema específico de vistas e as relações destas com a paisagem circundante e o espaço público. Parte-se da relação entre público e privado, não como um jogo de interesses, mas como um desafio positivo na lógica de fazer cidade. Partindo de um plano de loteamento convencional, a definição do espaço público vai sendo “afectada” por decisões tomadas pela arquitectura no interesse de cada habitação específica.

A abordagem ao desenho e controlo do espaço urbano tenta servir positivamente a arquitectura. O melhor exemplo será a rua Ruiva onde o espaço privado dos lotes se deixa “invadir” pela rua, o tecido urbano e o espaço privado da habitação coem-se um ao outro, anulando o perfil tradicional da rua e sugerindo espaços de transição público – privado.



3.29  
3.30 3.31

3.29 render, interior

3.30 maquete X03

3.31 maquete X09

### Atelier BOW-WOW X03 X09 | 2 moradias unifamiliares

O trabalho desenvolvido pelo atelier Bow-Wow constitui, na minha opinião, um dos mais bem conseguidos na resposta ao enunciado da Casagraturismo. O facto de não terem visitado Silves no lançamento do exercício da Casagraturismo, conduziu o processo de projecto durante cerca de dois anos a desenvolver-se num cenário imaginário, aumentando assim o grau de abstracção do enunciado.

Partindo da premissa que as casas devem ter flexibilidade tipológica de usos e espaços, o conceito parte de três pequenos corpos independentes que fazem uma casa. Cada destes corpos cria diferentes relações com a paisagem envolvente. A proposta desenvolveu-se a partir de três diagramas conceptuais, que integram o projecto: *ground room* é o espaço de contacto com o chão, que se relaciona com o solo vermelho de Silves e com a vegetação rasteira; *horizon room* dedica-se a uma relação panorâmica com a paisagem; *sky room* relacionado com o céu. Este três elementos dão forma a três corpos distintos, e ao mesmo tempo, definem os limites e os vazios entre eles, integrando um único corpo, uma casa.

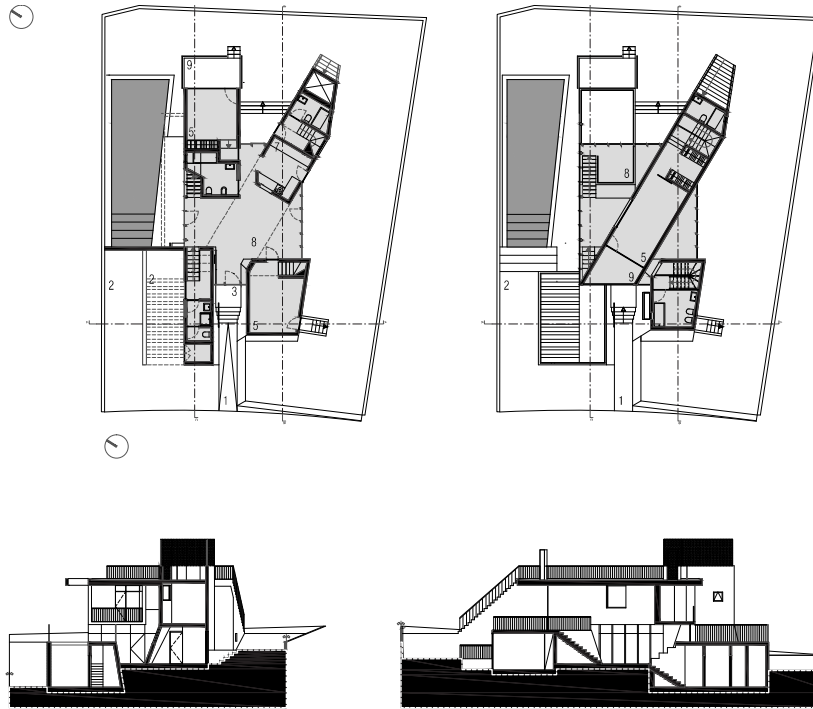
*The traditional concept of household as a single family living the whole year is just one case among many other possible cohabitations. The mass tourism is changing this pattern by a nébula of different possible combinations of permanent and temporary inhabitants. The new housing typologies should be thought to survive in the ever changing housing market by providing flexibility.* (Tsukamoto e Kaijima, s.d.)

Cada quarto se afirma como um espaço privado que se relaciona diferentemente com as especificidades da paisagem, e ao mesmo tempo, todos têm acesso pelo exterior, permitindo um uso independente de cada quarto. O vazio interior entre os três corpos, dá forma ao espaço social da casa, a sala, que surge como o elo de ligação e partilha entre os volumes. Desta forma, a tipologia permite um leque de hipóteses muito variado na forma como ocupamos e habitamos a casa. A casa pode ser usada por uma família, por um grupo de amigos que partilham um espaço, por uma família e convidados, e ainda a possibilidade de alugar os três quartos e habitar a sala.

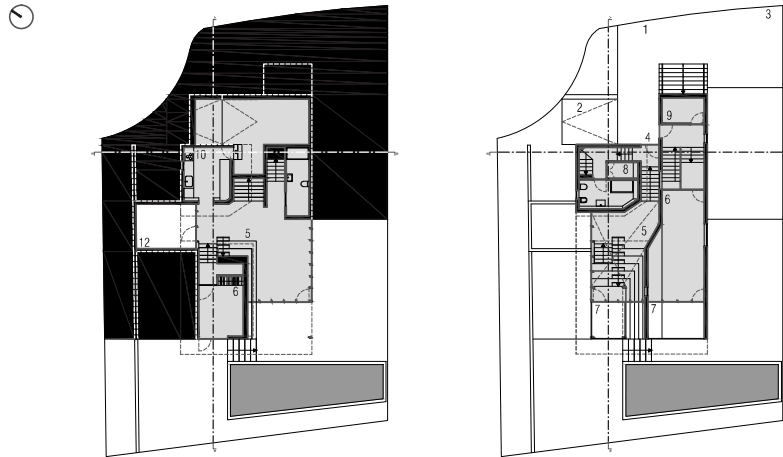
A adaptação do conceito desenvolvido pelos Bow-Wow a terrenos diferenciados (desde a topografia, a geometria do lote e o paisagismo) originou duas variações do mesmo tema, as casas X03 e X09. O lote X03 foi proposto após o projecto da X09, e assumiu o mesmo princípio mas com algumas variações. Os três quartos, *ground*, *horizon* e *sky* tomaram posições diferentes, e consequentemente foram



X03



X09



3.32  
3.33

3.32 X03 plantas e secções

3.33 X09 plantas

X03 Planta piso 0:

- 1 acesso pedonal
- 2 estacionamento
- 3 acesso principal
- 4 distribuição
- 5 quarto
- 6 escritório
- 7 cozinha
- 8 sala

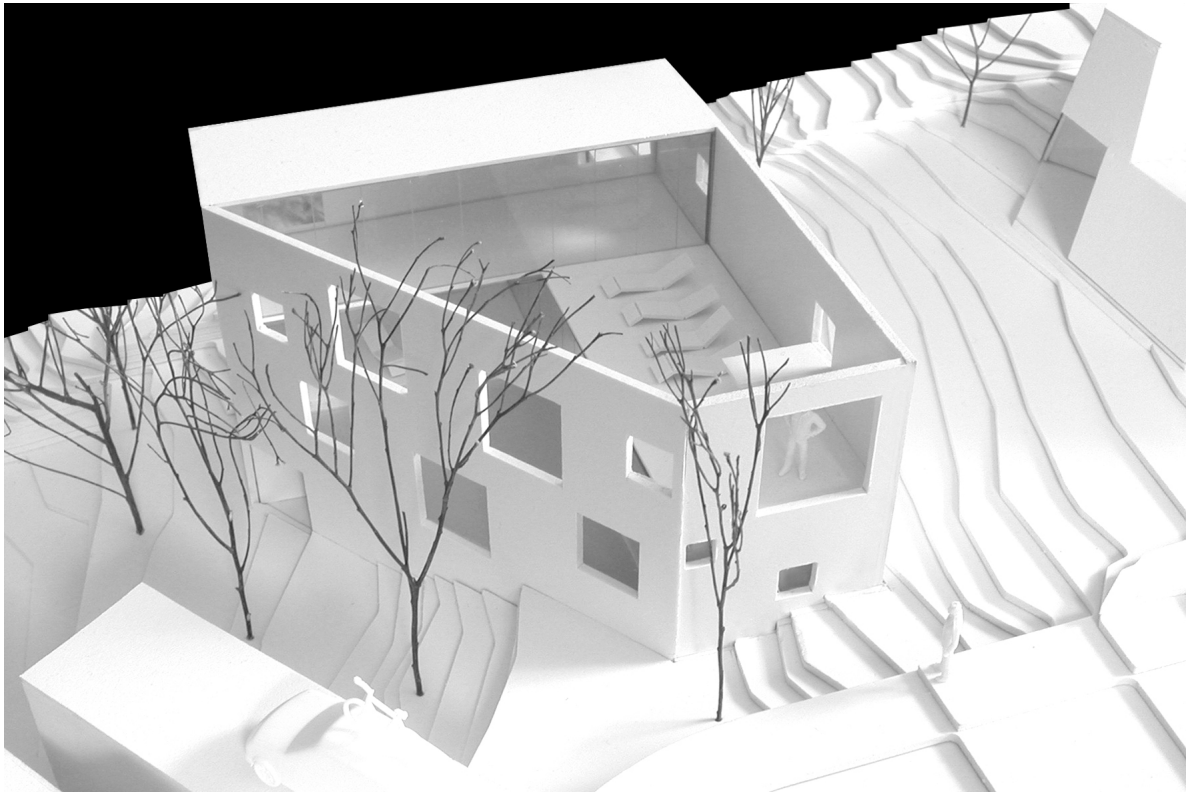
X03 Planta piso 1:

- 1 acesso pedonal
- 2 estacionamento
- 3 acesso principal
- 4 distribuição
- 5 quarto
- 6 escritório
- 7 cozinha
- 8 sala
- 9 varanda

repensados e redesenhados. A piscina alterou de posição e forma, situando-se na extensão do comprimento da casa. Foi acrescentado um estúdio que na versão final é uma garagem que dá acesso directo à casa, e a sua cobertura corresponde no espaço de sala a um terraço exterior.

No meu entender creio que este projecto dos Bow-wow dá-nos uma resposta extremamente positiva ao exercício proposto, nomeadamente na questão da tipologia, como se adequa aos fluxos turísticos e se molda aos usuários, e também as qualidades espaciais de cada quarto, como dão forma e hierarquizam o espaço social. O que não me parece bem é a quantidade de superfície de vidro, uma solução muito pouco eficaz do ponto de vista ecológico e energético, que não está de acordo com as especificidades climáticas da região.





3.34  
3.35 3.36

3.34 maquete (2008)

3.35 render

3.37 render

### **Pezo von Ellrichshausen X05 X06 | 2 moradias unifamiliares**

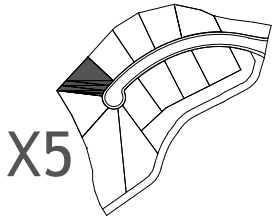
O atelier chileno Pezo von Ellrichshausen propôs para a Casagrânturismo duas variações de um tema bastante original, a presença da água no espaço doméstico. Segundo Maurício Pezo o ponto de partida começou na investigação do papel do elemento água na arquitectura, e as suas repercussões espaciais (físicas, sensoriais) e sociais na temática da habitação.

*This presence consciously deals with physical conditions (its enclosure, movement, sound, temperature and its capacity of capturing the surrounding light and landscape) and also with cultural conditions (its power to embody a sense of pleasure and luxury in summer seasons, its condition as a device for stimulating social outdoor activities and the sensuality of the entire experience associated with it) (Ellrichshausen e Pezo, 2005)*

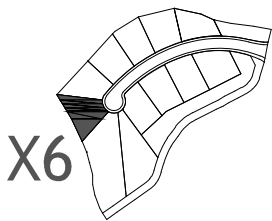
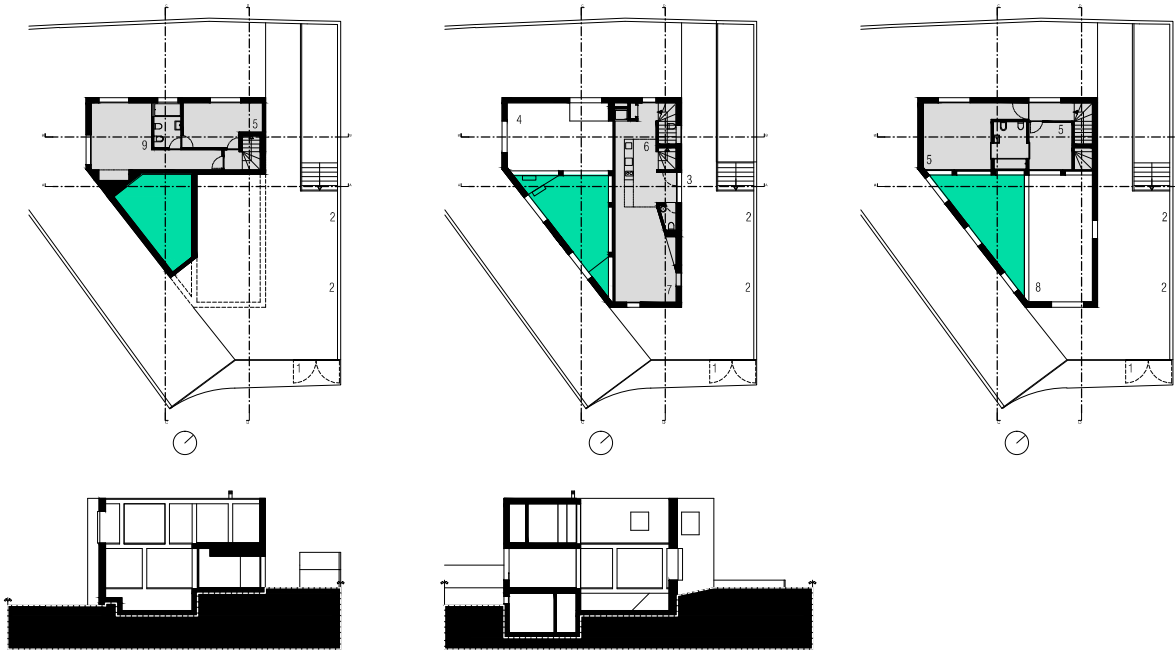
A implantação das casas X05 e X06 coincide com o limite máximo permitido em ambos os lotes, definindo um perímetro que envolve todo o programa (quartos, sala, piscina, terraços) dentro de paredes espessas e maciças. Estas definem a imagem da casa e a relação com a envolvente é controlada através da abertura de janelas na “muralha”, criando enquadramentos de proximidade ou afastamento com a paisagem. A presença da água entre as “muralhas” e a abertura da casa ao céu dramatizam ainda mais o espaço interior e a relação deste com a paisagem.

O programa organiza-se em três pisos: os pisos inferior e superior comportam o programa íntimo do habitar; o piso térreo marca a entrada, separa as zonas íntimas e é o único comportar a área total entre as paredes, distribuída entre sala e cozinha, terraço e piscina. Deste modo, o espaço social da casa opera como uma zona de partilha entre os dois pisos, conferindo-lhes autonomia. Esta tipologia explora várias possibilidades de ocupação, assim como vários tipos de usuários, permitindo vicissitudes entre famílias, casais ou grupos de amigos.

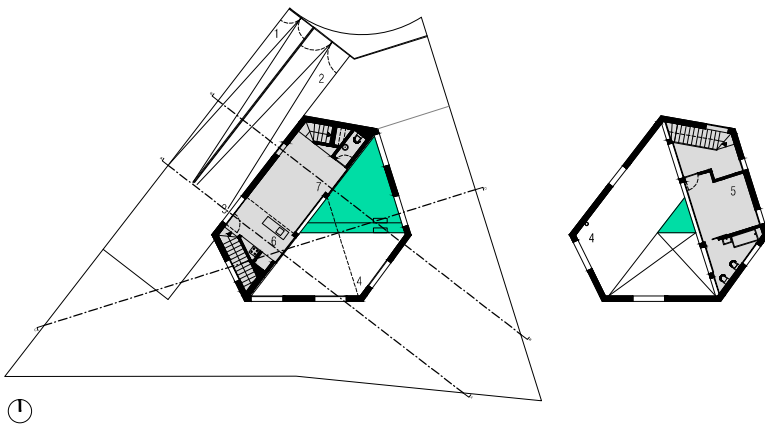
Os terraços são os espaços privilegiados da casa. O terraço do piso térreo funciona como uma zona de protecção de acesso à piscina, e o terraço do piso superior um espaço de solário que controla as vistas para o castelo de Silves e para a paisagem circundante. A muralha envolvente e as aberturas configuram diversas situações no contacto com o sol, o vento e a água, sugerindo nos espaços interiores e exteriores zonas de luz e sombra, que vão variando consoante o ciclo diário ou anual. A piscina funciona também como um elemento importante no controlo da temperatura e humidade da casa. Nos meses mais quentes a presença da água dentro das muralhas permite um sistema de ventilação natural que ajuda



X5



X6



⌚

3.37
3.38
3.39

3.37 X05 plantas e secções

3.38 X06 plantas

X05 Planta piso 0:

- 3 acesso principal
- 4 terraço
- 6 cozinha
- 7 sala

X05 Planta piso 1:

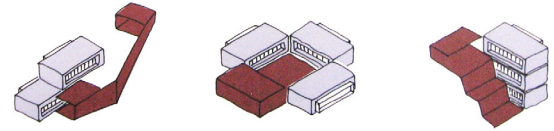
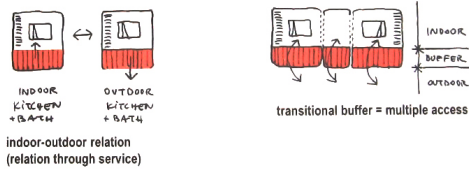
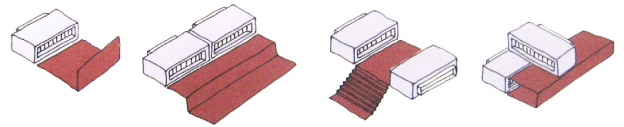
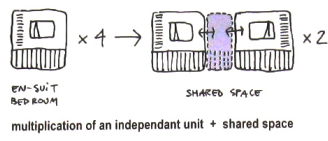
- 5 quarto
- 8 terraço

X05 Planta piso -1:

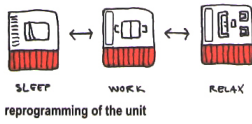
- 1 acesso pedonal
- 2 lugar de estacionamento
- 5 quarto
- 9 área técnica

os interiores a manterem-se frescos.

A procura de uma linguagem arquitectónica local ou regional será assumida na materialidade da casa. Partindo de um esqueleto em betão armado, a casa será revestida com materiais locais. Creio que é neste ponto se encontra o equilíbrio entre a luxúria e o lazer de que fala Maurício Pezo, onde a exuberância da água, do céu e do vidro irá contrastar com o peso e a rugosidade das paredes exteriores (taipa revestida a cal), e também com a cerâmica (ladrilho de Santa Catarina) nos pavimentos interior e exterior.



Mediterranean climate calls for redefinition of indoor and outdoor facilities:  
 -> externalizing living and communication -> specific landscape element  
 -> customizing the orientation of the service strip (paths and kitchens)  
 either to indoor or to outdoor spaces



3.40	3.41
3.42	
3.43	

3.40 estudo dos módulos de habitação

3.41 casa-sistema - diferentes modos de organização e apropriação ao terreno

3.42 render

3.43 maquete (2008)



## Dekleva Gregoric Arhitekti X07 X08 | 2 moradias unifamiliares

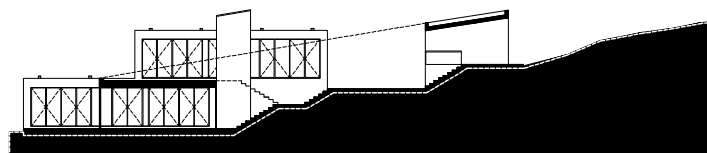
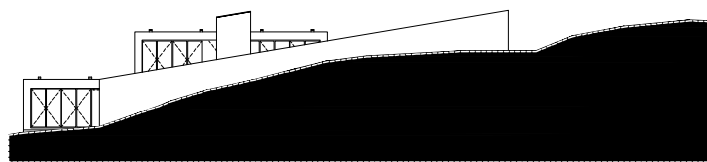
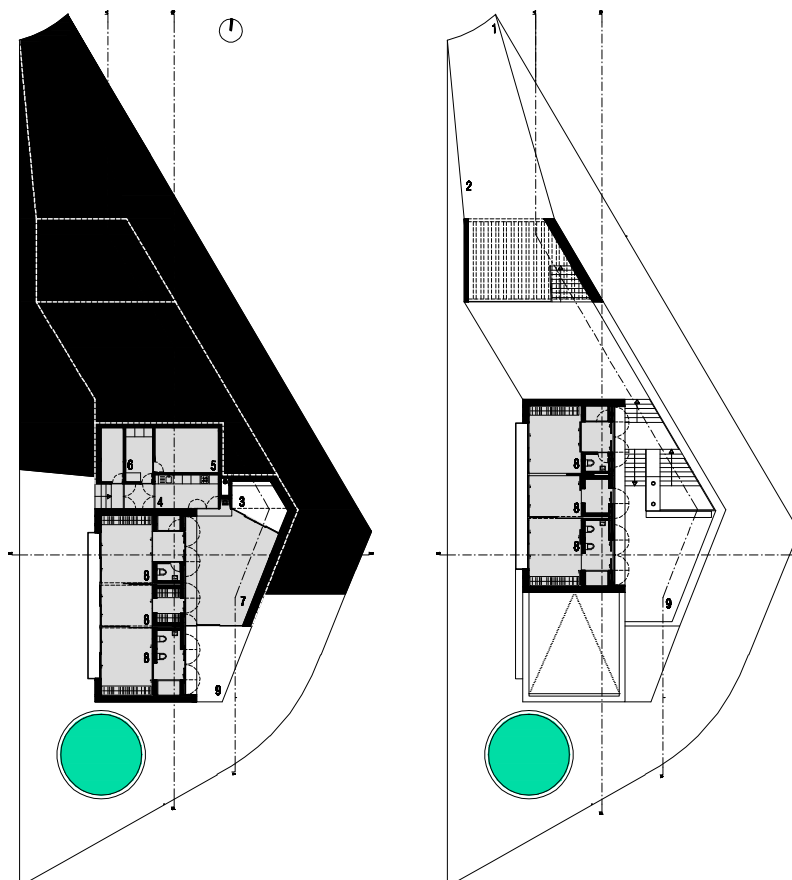
O conceito tomou o nome de Casa-Sistema. Pretende ser uma habitação permanente ou de férias, partindo de dois módulos de habitação separados e articulados por um “objecto-paisagem”, que faz a ligação entre os módulos e comporta o programa social da casa. Este conceito de duas casas autónomas numa só, responde de maneira muito eficaz ao exercício, permitindo aos usuários uma combinação de cenários de utilização, dentro de duas lógicas de ocupação, seja individual (habitação unifamiliar) ou colectiva (hotel).

*The Project intensifies infinite range of lifestyles targeting a wide range of users from local inhabitants to four season habitants and tourists. “Casa sistema” as a proposed typology redefines single housing as well as collective and shifts the boundaries on multiple levels. Systematic approach allows for manifold possible aggregations of the basic unit and the landscape element reacting on site conditions and program requirements. (Gregoric, 2005)*

O “objecto-paisagem” é o elemento de suporte de toda a casa, resolvendo o contacto com o terreno, garantindo privacidade aos espaços exteriores dos lotes vizinhos. Ao mesmo tempo reflecte a identidade material e espacial da arquitectura local, através da utilização da taipa (que assume a cor vermelha do lugar) na parede e pavimento, e por resolver a circulação num corredor exterior definido por uma sucessão de espaços de actividade social, desde a entrada com o parque de estacionamento coberto, lances de escada, pátios, terraço coberto, e jardim com piscina. Os terraços e os pátios permitem, nos meses de maior calor, uma duplicação da área social, incentivando actividades de lazer ou mesmo desportivas.

Os módulos de habitação funcionam como unidades autónomas, que permitem actividades essenciais do habitar, desde dormir, higiene corporal, estar, cozinhar e comer. A tipologia garante um sistema que permite uma adaptação e personalização do espaço, consoante programa e os usuários. As possibilidades são ilimitadas, cenários de coabitação e partilha que respondem consoante o uso que queremos dar à casa.

A organização espacial das unidades é composta por dois núcleos: um encerrado, que comporta duas casas de banho nos topos e entre elas, um espaço de partilha que marca a entrada principal, podendo ser cozinha ou uma zona de apoio ao espaço doméstico; e um espaço livre, que comporta o programa “íntimo”, que se transforma através de painéis de correr. Pode funcionar como um pequeno



3.44 3.45  
3.46  
3.47

3.44 Planta piso 0:  
3 acesso principal  
4 cozinha  
5 arrumos  
6 lavanderia  
7 sala  
8 quarto  
9 terraço

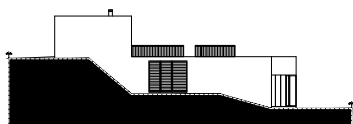
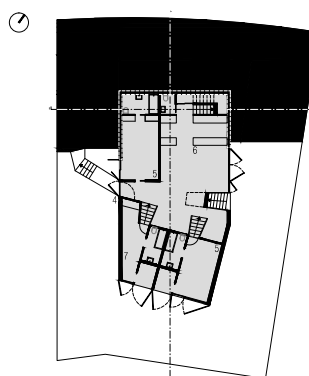
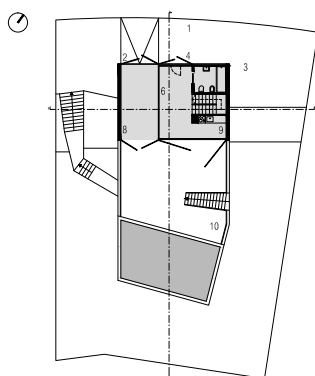
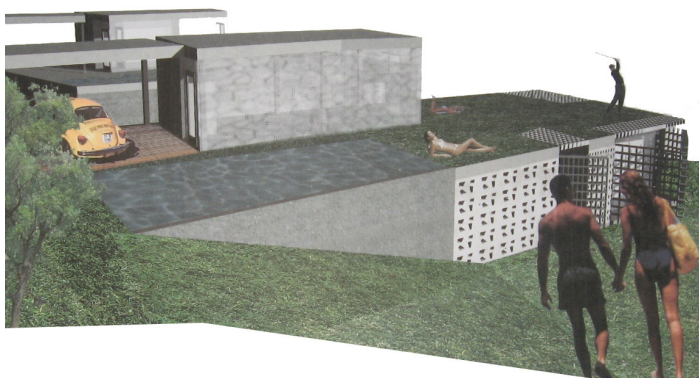
3.45 Planta piso 1:  
1 acesso pedonal  
2 estacionamento  
8 quarto  
9 terraço

3.46 alçado

3.47 secção longitudinal

apartamento com dois quartos nos topos e zona comum entre os quartos com área de estar, comer e trabalhar; pode ser um T1 com sala de jantar e sala de estar; ou ainda ser um *open-space*. Existe em ambos os módulos uma varanda a nascente que articula todo o espaço livre, funcionando como um espaço de partilha. Na versão final da casa, apenas o módulo de habitação superior apresenta cozinha. No inferior optou-se por acrescentar uma área independente com cozinha, dispensa e tratamento de roupa, garantindo autonomia à unidade, de modo a melhor operar enquanto habitação unifamiliar.

Os lotes X07 e X08 são talvez os mais privilegiados, não só por terem praticamente o dobro da área dos restantes, mas também pela sua localização, entre o canal de irrigação e a linha de água torrencial. O jardim das casas terá as melhores condições de privacidade, óptimas relações com a envolvente e uma exposição solar favorecida para as piscinas.



3.48
3.49
3.50 3.51
3.52

3.48 fotomontagem

3.49 maquete 2008, a primeira versão do projecto

3.52 alçado e secção longitudinal

3.50 Planta piso 0:

- 1 acesso pedonal
- 2 lugar de estacionamento
- 4 acesso
- 6 sala
- 8 garagem
- 9 cozinha
- 10 terraço

3.51 Planta piso -1 :

- 4 acesso
- 5 quarto
- 6 sala
- 7 tratamento de roupa

### Randic - Turato X10 X11 | 2 moradias unifamiliares

Segundo Sasa Randic o enunciado da Casagraturismo reflecte-se bastante na produção arquitectónica da Croácia, onde o fenómeno do turismo tem um impacto semelhante no desenvolvimento e ordenamento do território. O ponto de partida para o exercício tomou um rumo diferente da maioria das equipas, onde a reflexão do impacto do turismo no espaço residencial assumiu uma base, menos direccionada para a questão do desenho e da tipologia, e mais focada em compreender o lado emocional do fenómeno turístico e as suas implicações no espaço doméstico.

*Our effort was more directed to tourism in a way, let's say pretext, to consider the house not on a rational but more an emotional basis in order to offer a construction or a building that would stimulate experiences – however, not so much the rational ones. That the people could on one hand identify themselves with the territory and also colonize it in a cool or to say rather evil way, more relaxed and hedonistic experience instead of the very rational and program.*

(Randic e Turato, 2007)

Randic refere ainda que o fenómeno do turismo é um dos poucos campos onde ainda há uma grande experimentação arquitectónica, e deste modo a procura de modelos de índole conceptual ou até algo utópico na história da arquitectura teve também alguma influência no processo criativo. O programa das “case-study houses” de 1945 é sem dúvida uma referência nas casas X10 e X11, através da presença do automóvel e da piscina na definição do piso de entrada. Inicialmente na primeira proposta a piscina comunicava visualmente com o piso inferior, numa analogia ao projecto de Adolf Loos para Josephine Baker; um certo “voyeurismo” que condiz em tudo com a actividade turística. O projecto questiona alguns limites do espaço doméstico onde o mais importante será a definição do tipo de vida. Operando de modo semelhante à cidade turística, as casas comportam o espírito do turista contemporâneo, desde a exuberância da piscina ou a exibição do automóvel, o golfe através da relva artificial na plataforma da piscina, e o sexo, omnipresente no tempo e no espaço doméstico.

O primeiro piso funciona à cota da rua como um open-space direccionado para o ócio, com garagem, estúdio e um terraço com piscina voltado a sul. O estúdio é o espaço privilegiado da casa e pode assumir vários tipos de uso, desde funcionar como um quarto independente ou uma zona de trabalho, mas o seu propósito principal será na relação com o terraço e a piscina. O piso inferior comporta o programa social e íntimo com cozinha, sala e quartos.





3.53 maquete 2008

3.54 maquete 2008

3.53

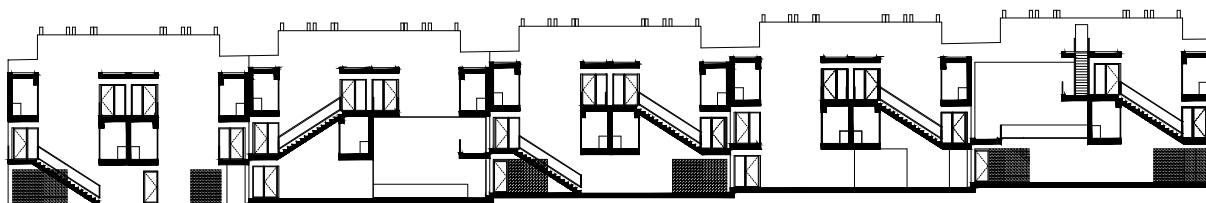
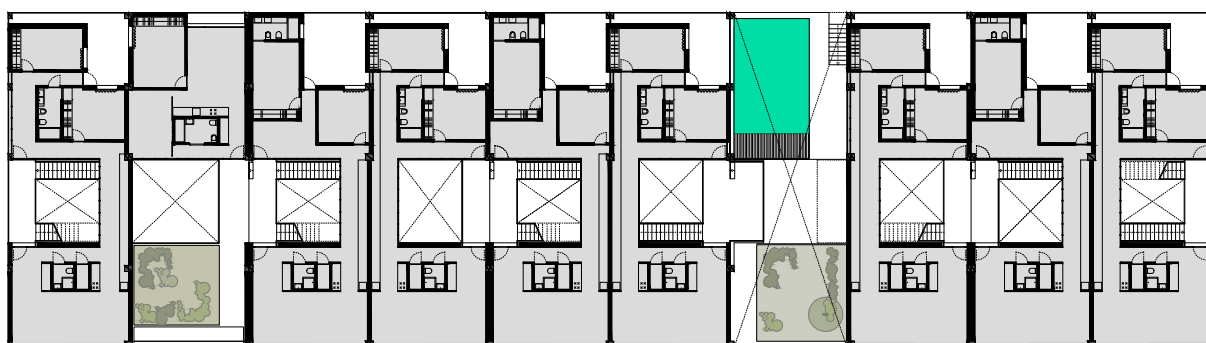
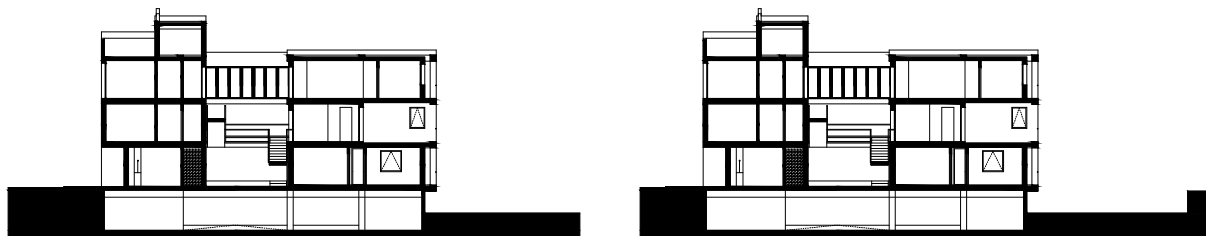
3.54

## **njiric + arhitekti Y5 Y6 Y7 Y8** | habitação colectiva

O projecto de Njiric + arhitekti para a Casagraturismo começou por ser apenas uma parte do bloco de habitação da zona Y. Mais tarde por decisão de Ricardo Camacho, o atelier croata ficaria com os quatro lotes do bloco, uma oportunidade para desenvolver as ideias exploradas na primeira proposta. Na construção de um argumento para os objectivos do enunciado tomaram-se referências desde *Broadacre City* de Frank Lloyd Wright, e *Non stop city* de Archizoom Associati, onde os conceitos foram considerados segundo um filtro turístico – a ideia de uma infra-estrutura contínua de lazer e prazer e Non-Stop house – que dão origem à primeira proposta, four seasons house. O objectivo foi garantir uma solução eficaz do ponto de vista económico e energético na correspondência entre os fluxos turísticos anuais e a ocupação do espaço doméstico. O espaço transforma-se consoante a ocupação, funciona como um pequeno apartamento no Inverno que duplica de área no verão onde o espaço social passa a ser exterior, e o espaço íntimo interior. As zonas de serviço (cozinhas e WC) operam como uma barreira entre interior (quartos) e exterior (salas). As zonas de contacto entre vizinhos identificam-se como oportunidades de interacção social, introduzindo vários programas, desde piscina, zona de barbecue e solário.

A proposta final recicla algumas ideias experimentadas mas também foram introduzidos outros desafios. Segundo Njiric a construção tem de ser o mais económica possível e responder adequadamente às flutuações turísticas de modo a adaptar-se a vários tipos de clientes. Operando agora num bloco de quatro lotes numa lógica de habitação colectiva, explorou-se a ideia de comunidade através de uma rua interior de 5,5m de largura que divide longitudinalmente o bloco em dois, definindo um espaço de partilha que funciona como circulação horizontal e vertical. Dividindo o bloco em dois com diferentes larguras (bloco da Rua e Bloco Jardim), permitiu criar uma gama de tipologias que varia consoante os pisos. Os pisos 1 e 2 são os mais interessantes, é claramente a recriação da tipologia de casa pátio muito presente no imaginário arquitectónico do sul, numa lógica de habitação colectiva.

A rua interior juntamente com a piscina e o jardim suspenso fazem parte dos conectores sociais. A rua funciona como um espaço de interacção social, onde as relações de vizinhança são intensificadas através dos espaços comuns de circulação, ou mesmo nos pátios dos apartamentos do primeiro e segundo piso. A piscina e o jardim suspenso são zonas de partilha que concentram as actividades ligadas ao lazer, e surgem como dois grandes vazios que



3.55	3.56	3.57	3.58	3.59
------	------	------	------	------

3.55 secções transversais

3.56 planta piso 0

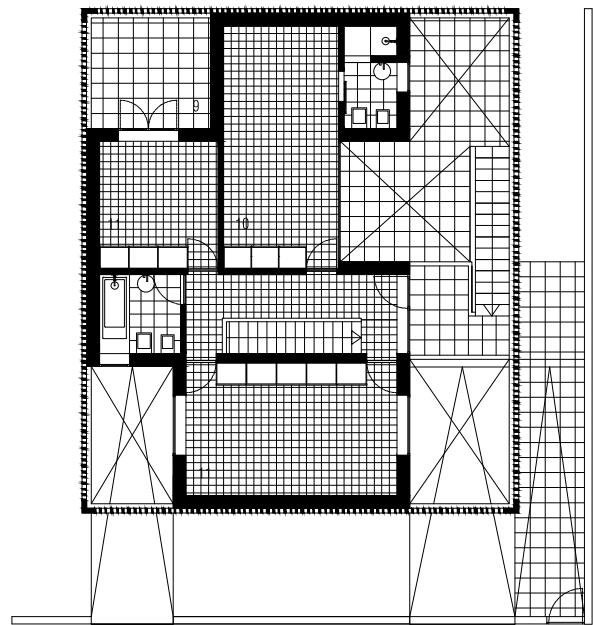
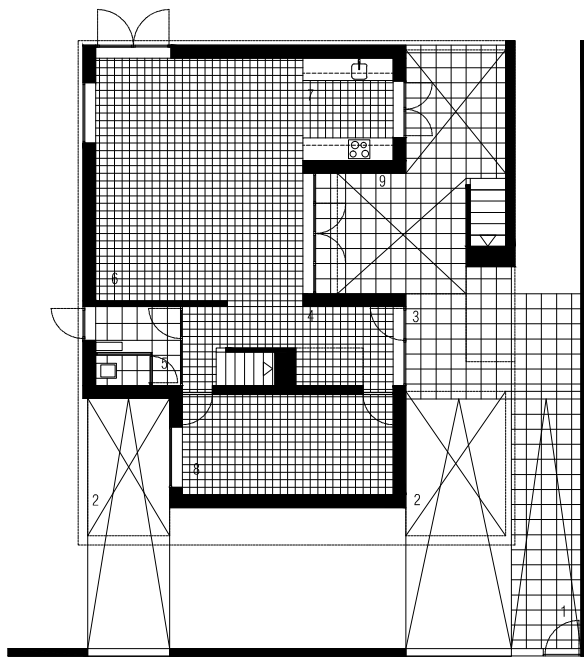
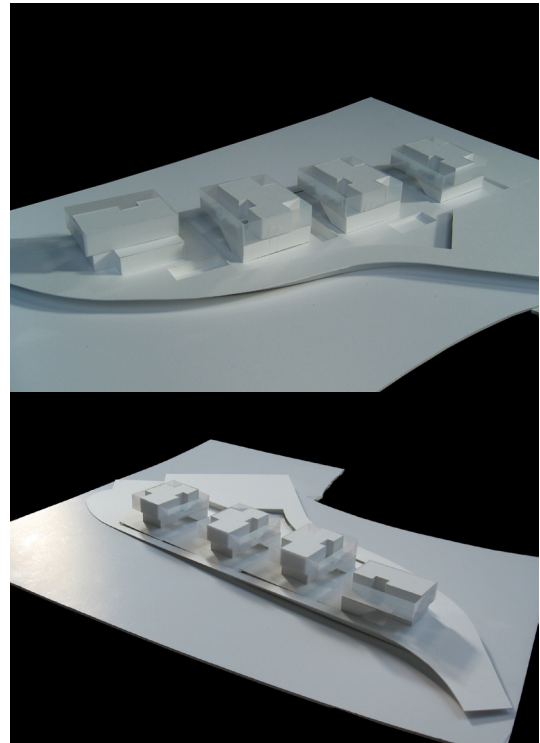
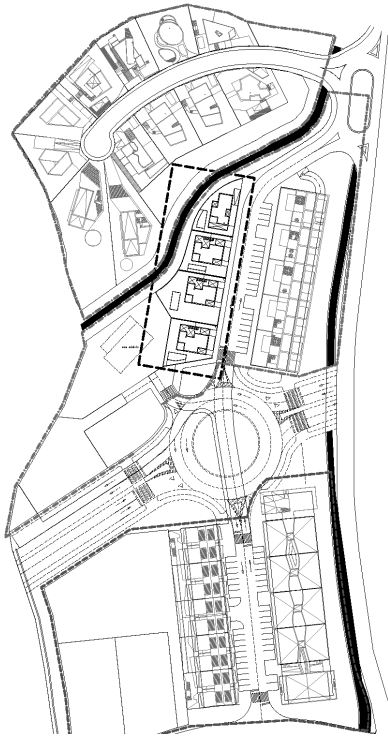
3.57 planta piso 1

3.58 planta piso 2

3.59 secção longitudinal

desmaterializam o cariz monolítico do bloco. O conjunto é definido por dois blocos que se estabelecem quase por oposição, onde a massa do bloco da rua contrasta com a estrutura a descoberto do bloco jardim. A definição do espaço interior do bloco jardim deriva da proposta inicial de Njiric, onde é a volumetria interior (quartos, suites, tratamento de roupa) que define e compartimenta o espaço interior e exterior dos apartamentos.

Um dos pontos mais decisivos no projecto creio que será a questão da materialidade. A definição dos alçados da rua interior será muito importante na qualidade do espaço, onde as escadas e os corredores de circulação serão elementos metálicos, as caixilharias em alumínio, o vidro e a cor branca. No bloco Jardim os pilares, vigas e pavimento em betão aparente alojando nos diferentes pisos volumes revestidos a painel de aglomerado de cortiça no exterior, e os interiores a branco. O bloco da rua será revestido com cerâmica de cor branca, os interiores das varandas pintados a cor verde “oliva”, e ainda a presença de elementos vegetais como as floreiras.



3.60	3.61
3.62	3.63

3.60 Implantação Casas Y  
3.61 Maquete de volumetria

3.62 Planta piso 0:      3.63 Planta piso 1:  
 1 acesso pedonal      9 pátio  
 2 lugar de estacionamento      11 quarto  
 3 acesso principal      12 suite  
 4 distribuição  
 5 wc de serviço  
 6 sala  
 7 cozinha  
 8 quarto polivalente  
 9 pátio



**Granturismo Design Team Y1 Y2 Y3 Y4 | 4 moradias unifamiliares**

Em Setembro de 2008 surgiu a oportunidade de trabalhar no atelier Casagraturismo, onde um dos primeiros projectos que participei foi o projecto para as casas Y da Casagraturismo (os lotes Y1 a Y4).

Inserido na Alameda do Montado Ruivo, os lotes para as casas Y (Y1 a Y4) são os mais pequenos de todo o empreendimento, o que colocou mais dificuldades no exercício, ou seja, o processo de projecto foi sendo limitado pela rigidez das condicionantes urbanísticas. Para além do enunciado da Casagraturismo sobrepunham-se outras questões importantes: Como controlar a privacidade de cada habitação, trabalhando em lotes tão pequenos num terreno praticamente plano (35cm de diferença entre cada lote). Pensar a repetição do objecto arquitectónico nos quatro lotes, na definição do plano marginal da rua e do canal de irrigação.

Na resposta ao enunciado, optou-se por uma tipologia mais convencional, não só pelas limitações em termos de área mas também por questões comerciais (por oposição à zona X). Na pesquisa de uma linguagem arquitectónica vernacular tomou-se como referência a tipologia tradicional do sul com escada exterior e açoteia para a definição de programa, uso e imagem da casa. O programa é distribuído por dois pisos: o piso térreo, composto por sala, cozinha e um quarto polivalente e o piso superior com suite e dois quartos. Na definição da volumetria e imagem do edifício, o piso 0 é a resolução das relações imediatas de carácter funcional com o exterior e o segundo piso é envolvido por uma superfície de gelsia suspensa, que hierarquiza uma sucessão de espaços nos dois pisos, e ao mesmo tempo controla a privacidade entre casas e envolvente, definindo os planos marginais para a rua e corredor verde do canal de irrigação.

Para além das gelsias, surge também o pátio como elemento a “reciclar” do vocabulário arquitectónico vernacular. Se no piso térreo assume uma posição mais central, no piso dos quartos funciona como o prolongamento do espaço íntimo, seja como um vazio ou como terraço. Estes espaços vazios surgem nas casas Y a pontuar os cantos, permitindo a abertura de vãos para os pátios, e assim libertar a superfície de gelsia.







**CONSIDERAÇÕES FINAIS**



Na última década assistimos a uma mudança de tendência naquilo que é a oferta do turismo residencial, mudança que resulta das alterações do perfil do consumidor, que tem vindo a estar cada vez mais e melhor informado, com preferência por destinos mais próximos e acessíveis, e que configurem um produto final de consumo. Os factores ou características mais decisivas nesta procura, para além do *status* do destino e de símbolos de diferenciação social, assentam cada vez mais em critérios de sustentabilidade económica e ambiental. Partindo do princípio que o turismo é um fenómeno que consome o território, que tira partido das suas condições naturais, ambientais e culturais na determinação do seu potencial, temos vindo a verificar que existe uma tendência de diferenciação da oferta, procurando integrar o produto turístico de acordo com as especificidades da região ou do lugar que está inserido. Em jeito de síntese saliento alguns aspectos importantes na definição do espaço residencial turístico, tentando encontrar alguns pontos que evidenciem alguma mudança de rumo.

**Localização:** A maturação do turismo de massas em Portugal foi ao longo do tempo consumindo abusivamente o território litoral, criando um padrão de desenvolvimento urbano caracterizado pela ocupação no litoral e a desertificação no interior, desencadeando fortes assimetrias económicas, sociais e ambientais. A consolidação de uma rede de infraestruturas e sistemas de mobilidade, na resposta a uma população turística em constante movimento, tem vindo a despertar novas oportunidades de negócio em territórios pouco explorados. Os projectos Casagranturismo e Bom Sucesso evidenciam essa tendência, propondo uma nova relação territorial e espacial dentro do turismo de sol e praia, procurando ao mesmo tempo diversificar a sua oferta, tirando partido das especificidades ambientais e culturais dos lugares onde se inserem; onde para além do sol, mar e praia se sobrepõem outras motivações como cultura, paisagem, educação, saúde, desporto.





**Espaço público:** No que diz respeito à definição do espaço público, verificou-se que o espaço residencial turístico é acima de tudo um espaço encenado, editado, manipulado para o turista através de aceleradores de memória e símbolos de desejo. O conceito de férias estabelece-se por oposição ao trabalho evocando a necessidade de lazer, o exercício de evasão, que é vendido através de símbolos (mar, lago, jardim, natureza, campo, rústico) destituídos da sua verdade física. O *resort* é a tipologia que melhor expressa essa condição, onde se paga para se aceder a essa liberdade, que é alcançada através do isolamento (vedações, muros), e da segurança (sistemas de vigilância). Sendo que o espaço residencial turístico compreende essencialmente o privado, o espaço público revela-se nos equipamentos colectivos, que sejam edifícios ou não, implicam necessariamente o desenho urbano e o paisagismo. Se existe uma mudança de tendência no que diz respeito à definição e ao desenho do espaço público creio que reside apenas em termos de metodologia, onde cada vez mais a abordagem parte de um processo multidisciplinar que aproxima os três campos principais de intervenção (urbanismo, paisagismo e arquitectura), facilitando o diálogo de negociação na intersecção entre os campos de trabalho.

A Casagranturismo sendo uma urbanização, diversifica o seu programa no piso térreo dos edifícios de habitação colectiva, através de comércio e restauração. A qualidade da definição do espaço público revela-se igualmente no paisagismo, nomeadamente na intersecção entre os sistemas de mobilidade que constroem a paisagem (vias, canal de irrigação, linhas de água e conexões pedonais, lotes, casas), pontos de sobreposição de espaço e programa que se assumem como conectores sociais.

No Bom Sucesso são os equipamentos colectivos e também os edifícios de habitação colectiva que permitem o desenvolvimento de espaços mais específicos: o golfe assume-se como a imagem do complexo, um jardim comunitário, criando situações de domínio mais público no contacto com as células de habitação e com o sistema viário. Os equipamentos colectivos conferem autonomia ao empreendimento, comportando um programa ambicioso onde para além de comércio e restauração, existem piscinas, campos de ténis e futebol, parque infantil, spa, entre outros. Os edifícios de moradias em banda, desenvolvem no seu exterior espaços comuns dedicados ao convívio e ao lazer. A intenção de Gonçalo Byrne na ocupação do lote 313 revela uma visão mais “pública” do projecto, onde a utilização da cobertura enquanto espaço de convívio (jardim, solário e piscina) assume-se como o espaço privilegiado do conjunto. Nas moradias de Nuno Graça Moura o espaço social define-se entre o volume e o lago, um relvado que simplesmente “é de todos”.



**Arquitectura:** Verificou-se que durante cerca de 50 (a partir dos anos 60) o espaço residencial turístico suportou-se, regra geral, numa arquitectura dita “mediterrânica”, insistindo em referências ao “rural” ou ao “vernáculo”, conduzindo progressivamente a um estilo ou uma marca que ainda hoje é aceite por muitos. Regra, que não é mais do que um pretexto comercial e publicitário para um público maioritariamente “urbano”, onde a arquitectura se revela através de um discurso onírico, e assenta em símbolos de diferenciação social. A excepção diz respeito à “boa arquitectura”, a arquitectura de autor que incidiu pontualmente no fenómeno da residência secundária, a moradia unifamiliar. A última década evidencia uma alteração na oferta, onde a arquitectura de autor passa a assumir uma posição privilegiada na oferta de espaços turísticos. O projecto Bom Sucesso inaugura essa tendência, e podemos identificar de seguida projectos “gémeos” como a Vila Utopia (Lisboa, 2008), L’and Vineyards (Montemor, 2008) e outros ainda em progresso. Esta tendência é representada pelo *Star System* da arquitectura, um conjunto de arquitectos que garantiu uma identidade muito forte na relação entre o seu nome e a produção arquitectónica, identidade essa que os eleva a uma marca facilmente reconhecida pelo grande público, e desse modo se torna um “objecto” de desejo.

**Tipologia – urbanização:** O projecto Casagranturismo representa um exemplo de desenvolvimento urbano consciente e responsável em território turístico. Configura uma via alternativa na lógica da produção de arquitectura e de urbanismo, onde o papel do arquitecto extrapola a questão do projecto e entra também noutros domínios de decisão. Colocando o arquitecto no papel de cliente e promotor permite um controlo de todos os instrumentos na mediação com as entidades envolvidas nas várias fases do projecto, apontando assim para uma visão mais global e mais coerente do resultado final, minimizando os riscos da dinâmica imobiliária, nomeadamente o lucro fácil e imediato dos construtores, promotores e outros intermediários, melhorando substancialmente a qualidade do produto final.

Configura um importante laboratório de investigação arquitectónica no âmbito do turismo residencial, através de uma reflexão global e local do fenómeno do turismo, que conduziu a um exercício de projecto que permitiu às equipas envolvidas reconceptualizar o habitar. Esta abordagem em relação ao turismo assumiu um cariz multidisciplinar, considerando um conjunto de especialistas de diversas áreas na produção de um enunciado de projecto. Os resultados materializaram novas tipologias de habitação que consideram dinâmicas sociais, económicas e ambientais da região e do lugar, e configuram cenários de ocupação e utilização





diversificados que respondem às mutações do perfil dos utilizadores.

**Tipologia – resort:** O projecto Bom Sucesso representa talvez o mais ambicioso projecto turístico em Portugal, uma escala de intervenção nunca antes vista em território nacional, e o envolvimento de uma diversidade de especialistas na sua produção e execução. Configura um produto final de consumo sob a forma de *resort*, e introduz algumas inovações nomeadamente a aposta no *star system* da arquitectura, factor que o destaca e diferencia naquilo que é a oferta desta tipologia. Sendo um resort é uma vez mais uma construção encerrada sobre si mesmo, a promessa de ambiente socialmente e fisicamente controlado, onde não há espaço para imprevistos nem lugar para intrusos. A relação com a envolvente imediata apenas existe através do automóvel, através da estrada e da auto-estrada.

Preza-se a aposta na arquitectura de autor, uma opção que se revelou algo “pedagógica”, e que trouxe melhorias substanciais na qualidade do espaço doméstico e no espaço público do empreendimento. No entanto é algo trivializada pelas regras do promotor, que a “filtra” segundo um prisma comercial e publicitário, baseado em grande parte nas necessidades do mercado imobiliário, e não compreende a totalidade do potencial da arquitectura na determinação e criação do lugar turístico, seja na integração com a paisagem cultural envolvente, ou na capacidade de atrair novos e diferentes tipos de habitantes. Na arquitectura os edifícios de habitação colectiva são no meu entender os mais interessantes, assumindo-se como peças de excepção (na regra do loteamento), que propõem relações diferentes entre o privado e o público, o íntimo e o social, o interior e o exterior, dentro da temática da habitação.

O turismo vinculado ao sol e ao mar tem de se reestruturar para além da sua função principal, partindo do desenvolvimento de estratégias de sustentabilidade económica, ambiental e cultural que considerem a escala da região, na determinação de uma nova visão de turismo. O desafio passa pela (re)definição de uma identidade regional que tire total partido dos seus recursos, diversificando a oferta e sobrepondo outras actividades ou práticas não turísticas que possam introduzir dinâmicas urbanas e sociais próprias das cidades, determinando ao mesmo tempo, novas oportunidades de negócio e novos tipos de cliente, novas formas de organização territorial, modos de ocupação, de mobilidade, de trabalho e de habitação. Um discurso que não é novo, e que já se vem a repetir há algum tempo. Mais importante é enunciar de que forma é essas alterações possam ser implementadas. Partindo do princípio que o território turístico é descontínuo



e fragmentado, a base desta “nova” visão de turismo tem necessariamente de partir da construção de novas infraestruturas e novos sistemas de mobilidade que permitam uma relação contínua do sujeito com o espaço. Uma estratégia que passa por “coser” o território, actuando directamente nas já identificadas discontinuidades físicas, sociais e económicas, promovendo o turismo como uma infraestrutura contínua de lazer / prazer e trabalho.

Apenas com esta perspectiva os espaços residenciais de lazer podem progressivamente abandonar a sua condição sazonal. Uma rede infraestrutural consolidada através de sistemas de mobilidade pública eficazes, significa a introdução de conectores sociais nos espaços de limite e fronteira do território turístico, permitindo uma aproximação do urbano ao rural, da aldeia ao *resort*, do local ao turista, e deste modo gerar oportunidades de uso não convencional do espaço residencial turístico. Os equipamentos públicos colectivos teriam um papel decisivo neste contexto, abrindo possibilidades de novos usos e novas possibilidades de acção para novos usuários.

O espaço residencial turístico tem de partir para uma diversificação da sua oferta, que proponha lógicas de integração e requalificação, procurando um equilíbrio entre a ocupação turística e local, propondo novas formas de apropriação do espaço, novas formas de organização urbana, novos programas e novos modelos de habitar. Neste sentido creio que a mudança deve partir das políticas que controlam e administram o espaço público. A arquitectura igualmente deve potenciar o lugar, reivindicando a identidade e autenticidade do lugar, uma vez que o turista será sempre o seu principal “cliente”. No entanto essa abordagem não deve ser exclusivamente comercial, e deve sim extrair da arquitectura popular lições de espaço, forma, sistema, função e materialidade, e adaptá-las de acordo a especificidade do objecto turístico. Que seja uma arquitectura menos espontânea, menos elitista, menos hierarquizada e estereotipada; uma arquitectura mais consciente, que seja flexível, uma arquitectura para o local, o turista e o visitante, que considere vários usos, desde o ócio ao trabalho, para o Verão e o Inverno, o exterior e o interior, o social e o íntimo, o público e o privado. Uma arquitectura que potencie o lugar em vez de o separar.









## **BIBLIOGRAFIA E CRÉDITOS DE IMAGENS**





ABALOS, Inaki (2001), **A Boa-Vida: Visita guiada as casas da modernidade**, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, ISBN 8425219310

AMARAL, Francisco Keil do (1961), **Nuvens Negras Sobre o Futuro do Algarve**, Diário de Lisboa, 23 Fev, pp 1-11

AUGÉ, Marc (2008), **El viaje imposible**, Barcelona: Editorial Gedisa, ISBN 9788474326826

BRITO, Sérgio Palma (2009), **Território e Turismo no Algarve**, Lisboa: Colibri, Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo da Universidade do Algarve, ISBN 9789727728718

BROADBENT, Geoffrey (1996), **Emerging Concepts in Urban Space Design**, London: Chapman & Hall, ISBN 9780419161509

CABRITA, Filipa (2008), **Play Time**, Prova Final de conclusão de licenciatura em Arquitectura, Coimbra: Departamento de Arquitectura da Universidade de Coimbra

CADAVEZ, Maria Cândida Pacheco (2006), **Um quarto com vista sobre o mundo: Globalização, Turismo e Cultura**, Mestrado em Estudos Anglisticos, Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

CALDAS, João Vieira (2000), **O conceito de Aldeamento**, in *Jornal Arquitectos* nº 197, Set – Out, pp 30 – 34, ISSN 0870-1504

CAMACHO, Ricardo (2009), **Restrições Naturais e Regressões Humanas**, in *Gadanh*, Pedro (org.), *Habitar Portugal 2006/2008*, Lisboa: Caleidoscópio, pp. 140 - 159

CANOTILHO, Pedro (2008), **Habit: Arquitectura e a problemática da habitação**, Prova final de conclusão de licenciatura em Arquitectura, Coimbra: Departamento de Arquitectura da Universidade de Coimbra

CAPELA, José (2002), **Regionalismo: Critico?**, in *Jornal Arquitectos* nº 207, Set. – Out, pp 85 – 9, ISSN 0870-1504

CAVACO, Carminda (1979), **Turismo e Demografia no Algarve**, Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa

CHUNG, Chuihua Judy e LEONG, Sze Tsung (eds.)(2001), **Harvard Design School Guide to Shopping**, Koln, London, Madrid, New York, Paris, Tokyo: Taschen, ISBN 3822860476

DEBORD, Guy (1992), **A Sociedade do Espetáculo**, São Paulo: Contratempo



DIAS, Manuel Graça (2000), *Três praias de Portugal*, in *Jornal Arquitectos* nº 196, Mai – Jun. pp 16 - 19, ISSN 0870-1504

DUARTE, Carlos S. (2000), **O Algarve Soma e Segue**, in *Jornal Arquitectos* nº 196, Mai. – Jun, pp 11 - 15, ISSN 0870-1504

ECO, Umberto (1986), **Travels in Hyper-Reality**, London: Picador, ISBN 0330296671

ESPOSITO António, GIOVANNI Leoni (2003), **Eduardo Souto de Moura**, s.l: Editorial Gustavo Gili & S.A, ISBN 8425219388

FEATHERSTONE, Mike (2000), **Consumer Culture and Postmodernism**, California: SAGE, ISBN 0803984154

FERNANDES, José Manuel (2004), **Conceição Silva, criador de uma arquitectura e de uma paisagem modernas para o turismo em Portugal**, in *Arquitectura Moderna y Turismo: 1925-1965 (Actas do IV Congresso DOCOMOMO Ibérico)*, pp 155 - 161

FERREIRA, Ana Seixas Val (1998), **As Actividades de Turismo, recreio e lazer nas albufeiras**, in *Sociedade e Território* nº 28, Ag. pp 37 - 49, ISSN 9788563806017

FORTUNA, Carlos e FERREIRA, Claudino (1996), **O Turismo, o Turista e a (Pós)Modernidade**, Coimbra: Oficina do CES nº 80, outubro de 1996

FRANPTON, Kenneth (1997), **Historia crítica da Arquitectura Moderna**, São Paulo: Martins Fontes, ISBN 9788533624269

HOWARD, Ebenezer (2001), **Garden Cities of Tomorrow**, New York – Hong Kong: Books for Business

JORDÃO, Pedro (2009), **As excepções de uma banalidade que ainda não chegou**, in *Gadanhos*, Pedro (org.), *Habitar Portugal 2006/2008*, Lisboa: Caleidoscópio, pp. 88 - 105

LEBRE, Ana Maria Guedes (1998), **A urbanística do lazer e do turismo**, in *Sociedade e Território* nº 28, Ag. pp 23 – 30, ISSN 9788563806017

LEFEBVRE, Henri (2008), **A Revolução urbana**, Belo-Horizonte: editora UFMG, ISBN: 9788588454156

LEITE, Inês (2007), **Atelier Conceição Silva: Território e turismo**, in *Jornal Arquitectos* nº 227, pp 26 – 31, ISSN 0870-1504

LEONG, Sze Tsung (2001), **And then there was shopping**, in *Chung, Chuihua Judy e Leong, Sze Tsung (eds.), Harvard Design School Guide to Shopping*, Koln, London, Madrid, New York, Paris, Tokyo: Taschen





LOBO, Susana (2007), **A colonização de costa: da marginal ao «resort»**, in *Jornal Arquitectos* nº 227, Abr. – Jun. pp 18 – 25, ISSN 0870-1504

LOUSA, António Manuel Portovedo (2009), **Object-city**, Dissertação em Doutoramento em Arquitectura, Coimbra: Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra

LYOTARD, Jean- François (2003), **A condição Pós-moderna**, Lisboa: Gradiva, ISBN 9726620163

MACCANNELL, Dean (2003), **El turista: una nueva teoria de la classe ociosa**, Barcelona: Editorial Melusina, ISBN 849332731X

MALTA, Paula Alexandra (1996), **Turismo, Espaços do Turismo e Intervenção do Estado em Portugal**, Dissertação de Mestrado em Geografia Humana, Coimbra: Instituto de Estudos Geográficos da Universidade de Coimbra

MAU, Bruce (2005), **Life Style**, London: Phaidon

MENDES, Maria Clara (1991), **Plano Regional de Ordenamento do Território do Algarve. O desordenamento do ordenamento**, in *Sociedade e Território* nº13, Jun. pp 38 – 43, ISSN 9788563806017

MOTA, André (2004), **Celebration Avenue**, Prova Final de conclusão de licenciatura em Arquitectura, Coimbra: Departamento de Arquitectura da Universidade de Coimbra

OLIVA, Miguel (2008), **Arquitectura e Turismo: Evolução do modelo hoteleiro moderno Português**, Prova Final de conclusão de licenciatura em Arquitectura, Coimbra: Departamento de Arquitectura da Universidade de Coimbra

ORTIGÃO, Ramalho (2002), **As praias de Portugal: Guia do Banhista e do Viajante**, Lisboa: Frenesi, ISBN 9728351542

PIÉ, Ricard Ninot (2004), **Cuatro cuestiones sbre el turismo de masas y el Movimiento Moderno**, *Arquitectura Moderna y Turismo: 1925-1965* (Actas do IV Congresso DOCOMOMO Ibérico), pp 193 – 196

PIÉ, Ricard Ninot (2002), **La Arquitectura vergonzante**, in *La Arquitectura del Sol\_Sunland Architecture*, Colegio de Arquitectos de Cataluña, Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana, Colegio Oficial de Arquitectos de Islas Baleares, Colegio Oficial de Arquitectos de Murcia, Colegio Oficial de Arquitectos de Almería, Colegio Oficial de Arquitectos de Granada, Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga, y Colegio de Arquitectos de Canarias, pp 24 - 29

PIMPÃO, Adriano (1991), **Economia do Algarve – preparar o terceiro milénio**, in *Sociedade e Território* nº 13, Jun. pp 17 – 21, ISSN 9788563806017



PORTOGHESI, Paolo (1982), **Depois da Arquitectura Moderna**, Lisboa: edições 70

PORTUGUESES (1988), Associação dos Arquitectos, **Arquitectura Popular em Portugal**, 3ª ed., Lisboa: Associação dos Arquitectos Portugueses

REIS, Ana Raquel (2003), **American psycho: Mall, Las Vegas, Disneyland, três cidades absolutamente falsas**, Prova Final de conclusão de licenciatura em Arquitectura. Coimbra: Departamento de Arquitectura da Universidade de Coimbra

RITZER, George (2008), **La Macdonaldización de la Sociedad**, Madrid: Editorial Popular

SALAZAR, Jaime, GAUSA, Manuel (2005), **Housing/Single-Family Housing**, Basel: Actar-Birkhauser, ISBN 8489698937

SANTOS, José Manuel Figueiredo (2001), **Transformação Contemporânea da Experiência Turística**, Dissertação de Doutoramento em Sociologia da Cultura, Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

SILVA, João Albino, SILVA José Vieira (1991), **Algarve. Crescimento turístico e estruturação de um espaço regional**, in Sociedade e Território nº 13, Jun. pp 22 – 32, ISSN 9788563806017

SORKIN, Michael (1992), **Variations on a Theme Park**, New York: Hill and Wang, ISBN 0809096072

SOUTHWORTH, Michael (1997), **Streets and The Shaping of Towns and Cities**, New York: McGraw-Hill, ISBN 0070598088

TOSTÓES, Ana (2000), **Casas de Férias Modernas, anos 50 e Estilo Contemporâneo**, in Jornal Arquitectos nº 196, Mai – Jun. pp 45 - 52, ISSN 0870-1504

TOSTÓES, Ana (2004), **Estilo internacional, turismo e transformação do território ou as “nuvens negras” profetizadas por Keil do Amaral**, Arquitectura Moderna y Turismo: 1925-1965 (Actas do IV Congresso DOCOMOMO Ibérico), pp 205 – 210

URBANO, Luís (2000), **A vida de Truman. A nossa. E a de Cláudia**, in Jornal Arquitectos nº 196, Mai – Jun. pp 28 - 30, ISSN 0870-1504

URRY, John (2001), **O Olhar do Turista, Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas**, São Paulo: Studio Nobel: SESC, ISBN 858544553X



VENTURI, Robert; IZENOUR, Steven e SCOTT - BROWN, Denise (2003), **Aprendendo com Las Vegas**, São Paulo: Cosac & Naify, ISBN 8575031937

## OUTROS DOCUMENTOS

CAMACHO, Ricardo (2005), **Action'01+ Casa.granturismo Seminar**, Granturismo Agency, Silves: s.e

CAMACHO, Ricardo (2007), **Tourism and Architecture Internacional Seminar – Action'02: New Tourism Typologies for the Algarve**, Granturismo Agency, Silves: s.e

CAMACHO, Ricardo (2007), **Materials Pallette – Casa.granturismo**, Granturismo Agency, Silves: s.e

CAMACHO, Ricardo (2007), **Masterplan and Topographic Survey – Casa.granturismo**, Granturismo Agency, Silves: s.e

ELLRICHSHAUSEN, Sofia von e PEZO, Maurizio (2005), **Site X05**, Pezo von Ellrichshausen, Concepción: s.e.

GABINETE DE ESTUDOS URBANÍSTICOS L.D, Baker, S.E.T.A.P., GEFEL , **Vilamoura Ante Plano de Urbanização, Relatoórios técnicos**, Vilamoura: s.e.

GREGORIC, Dekleva (2005), **Casagraturismo X08 – Silves Portugal - Casa-Sistema**, Dekleva Gregoric Arhitekti, Ljubljana: s.e.

NJIRIC, Hrvoje (2005), **Stacked Paradiso**, Njiric Plus Arhitekti, Zagreb: s.e

RANDIC, Sasa e TURATO, Idis (2007), **Preliminary Design: Houses in Silves – Casa Granturismo**, Randic – Turato, Rijeka: s.e

S.A. <sup>1</sup> (2009), **Bom Sucesso Design Resort, Leisure & Golf**, Acordo SGPS, Óbidos: s.e

TSUKAMOTO, Yoshiharu e KAIJIMA, Momoyo (s.d), **House in Silves by Atelier Bow-Wow – Casa Granturismo\_X09**, Atelier Bow-Wow, Japão: s.e

## RECURSOS ONLINE

BRITO, Sérgio Palma (2006), **Território e Turismo. O Caso entre 1960 e o século XXI**, CCDRA – Encontro sobre Ordenamento do Território e Turismo, [em linha]. [consulte. Abril de 2011], disponível em: [WWW<URL.:www.ciitt.ualg.pt/01/Encontro%20sobre%20ordenamento%20do%20Territ%F3rio%20e%20Turismo.pdf](http://WWW<URL.:www.ciitt.ualg.pt/01/Encontro%20sobre%20ordenamento%20do%20Territ%F3rio%20e%20Turismo.pdf)

BYRNE, Gonçalo Arquitectos LDA. (s.d), **Quinta do Bom Sucesso – 313**.





Pesquisado em Abril de 2011, [em linha]. [consulte. Abril de 2011], disponível em: WWW<URL.: [www.byrneaq.com/?lop=projectos&list\\_mode=0&id=33e75ff09dd601bbe69f351039152189#](http://www.byrneaq.com/?lop=projectos&list_mode=0&id=33e75ff09dd601bbe69f351039152189#)

MOURA, Nuno Graça Arquitecto LDA. (s.d), **30 Habitações unifamiliares em banda- L12, “Bom Sucesso – Design Resort**, [em linha]. [consulte. Abril de 2011], disponível em: WWW<URL.: [www.nunogracamoura.com/drupal/projecto/habitacao/77/inicial](http://www.nunogracamoura.com/drupal/projecto/habitacao/77/inicial)

**S.A., Charter of New Urbanism**, [em linha]. [consulte. Março de 2011], disponível em: WWW<URL.: <http://www.cnu.org/charter>



**FONTES DE IMAGENS**

- 1.1 | <http://bibliotecariodebabel.com/excertos/o-viajante/>
- 1.2 | <http://www.maleesamade.com/blog>
- 1.3 | <http://www.flickr.com>
- 1.4 | <http://www.wertzweb.com/florida2004/w>
- 1.5 | <http://ochistorical.blogspot.com>
- 1.6 | Chung, Chuihua Judy e Leong, Sze Tsung, Harvard Design School Guide to Shopping
- 1.7 | Chung, Chuihua Judy e Leong, Sze Tsung, Harvard Design School Guide to Shopping
- 1.8 | <http://www.drawntoillusion.com/images/EPCOT.jpg>
- 1.9 | <http://www.architizer.com/blog>
- 1.10 | <http://www.joplinglobeonline.com/blogs/>
- 1.11 | Chung, Chuihua Judy e Leong, Sze Tsung, Harvard Design School Guide to Shopping
- 1.12 | Mau, Bruce, Life Style, pp 1-2
- 1.13 | <http://www.flickr.com>
- 1.14 | <http://www.sjsu.edu/faculty/wooda/celebrationphotos/8.jpeg>
- 1.15 | <http://www.sjsu.edu/faculty/wooda/celebrationphotos/5.jpeg>
- 1.16 | Chung, Chuihua Judy e Leong, Sze Tsung, Harvard Design School Guide to Shopping
- 1.17 | Chung, Chuihua Judy e Leong, Sze Tsung, Harvard Design School Guide to Shopping
- 1.18 | Chung, Chuihua Judy e Leong, Sze Tsung, Harvard Design School Guide to Shopping
- 1.19 | <http://www.autolife.umd.umich.edu/>
- 1.20 | [http://www.shorpy.com/files/images/southdale\\_center\\_1956](http://www.shorpy.com/files/images/southdale_center_1956)
- 1.21 | [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/0e/Vasco\\_da\\_Gama\\_Shopping\\_Center\\_at\\_2009-06-09.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/0e/Vasco_da_Gama_Shopping_Center_at_2009-06-09.jpg)
- 1.22 | <http://www.globetourguide.com/wp-content/uploads>
- 1.23 | <http://tiger.uic.edu/~pbhales/Levittown.html>
- 1.24 | <http://pedshed.net/blog/wp-content/uploads/2006/12/radburn.jpg>
- 1.25 | <http://www.dairyriver.com/wordpress/wp-content/uploads>
- 1.26 | Fotomontagem do autor
- 1.27 | Fotograma do filme American Beauty, Sam Mendes
- 1.28 | Fotograma do filme Edward Scissorhands, Tim Burton
- 1.29 | Fotograma do filme E.T., Steven Spielberg
- 1.30 | Fotograma do filme Donie Darko, Richard Kelly
  
- 2.1 | <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=563620&page=8>
- 2.2 | <http://blog.turismoalgarve.pt/2010>
- 2.3 | <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=433457>
- 2.4 | <http://blog.turismoalgarve.pt/2010>
- 2.5 | Jornal Arquitectos n° 227, pp 29
- 2.6 | Jornal Arquitectos n° 227, pp 29
- 2.7 | <http://www.flickr.com>





- 2.9 | <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=407091>
- 2.10 | <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=407091>
- 2.11 | <http://passagem2005.no.sapo.pt/passagem2005info.htm>
- 2.12 | <http://www.ingolfwetrust.com>
- 2.13 | Google Earth
- 2.14 | Google Earth
- 2.15 | Portugueses, Associação dos arquitectos, *Arquitectura Popular em Portugal*, pp 346
- 2.16 | Portugueses, Associação dos arquitectos, *Arquitectura Popular em Portugal*, pp 347
- 2.17 | [http://v6.cache7.c.bigcache.googleapis.com/static.panoramio.com/photos/original/1463743.jpg?ir=1&redirect\\_counter=1](http://v6.cache7.c.bigcache.googleapis.com/static.panoramio.com/photos/original/1463743.jpg?ir=1&redirect_counter=1)
- 2.18 | *Jornal Arquitectos* nº 196, pp 52
- 2.19 | *Jornal Arquitectos* nº 196, pp 52
- 2.20 | [http://olhares.aeiou.pt/quinta\\_do\\_lago\\_foto1399804.html](http://olhares.aeiou.pt/quinta_do_lago_foto1399804.html)
- 2.21 | Esposito, Eduardo, Eduardo Souto de Moura, pp 103
- 2.22 | Esposito, Eduardo, Eduardo Souto de Moura, pp 106
- 
- 3.1 | Fotomontagem do autor
- 3.2 | Documento cedido por S. A. ACORDO - SGPS
- 3.3 | Documento cedido por S. A. ACORDO - SGPS
- 3.4 | Documento cedido por S. A. ACORDO - SGPS
- 3.5 | <http://www.tintafresca.net>
- 3.6 | Documento cedido por Nuno Graça Moura, Arquitecto LDA
- 3.7 | <http://www.habitarportugal.org/ficha.htm?id=206>
- 3.8 | Documento cedido por Nuno Graça Moura, Arquitecto LDA
- 3.9 | Documento cedido por Gonçalo Byrne, Arquitectos
- 3.10 | Documento cedido por Gonçalo Byrne, Arquitectos
- 3.11 | Documento cedido por Gonçalo Byrne, Arquitectos
- 3.12 | Documento cedido por Gonçalo Byrne, Arquitectos
- 3.13 | Documento cedido por Gonçalo Byrne, Arquitectos
- 3.14 | Documento cedido por Gonçalo Byrne, Arquitectos
- 3.15 | Documento cedido por Aires Mateus e Associados
- 3.16 | Documento cedido por Aires Mateus e Associados
- 3.17 | Documento cedido por Aires Mateus e Associados
- 3.18 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.19 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.20 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.21 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.22 | Fotomontagem do autor
- 3.23 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.24 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.25 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.26 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.27 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.28 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.29 | Documento cedido por Casagraturismo
- 3.30 | Documento cedido por Casagraturismo



- 3.31 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.32 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.33 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.34 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.35 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.36 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.37 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.38 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.39 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.40 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.41 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.42 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.43 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.44 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.35 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.36 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.37 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.48 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.49 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.50 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.51 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.52 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.52 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.53 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.54 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.55 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.56 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.57 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.58 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.59 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.60 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.61 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.62 | Documento cedido por Casagranturismo
- 3.63 | Documento cedido por Casagranturismo