

CIES e-WORKING PAPER N.º 96/2010

Pode o espaço ser agente de poder e de identidade(s)?

MARIA ASSUNÇÃO GATO

CIES e-Working Papers (ISSN 1647-0893)

Av. das Forças Armadas, Edifício ISCTE, 1649-026 LISBOA, PORTUGAL, cies@iscte.pt

Maria Assunção Gato é doutorada em Antropologia Cultural e Social pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade Nova de Lisboa. É investigadora no Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA) e no Instituto de Investigação Pluridisciplinar da Universidade Autónoma de Lisboa (IIPUAL). *E-mail*: saogato@iol.pt

Resumo

Tendo por base os resultados empíricos de um estudo de âmbito alargado sobre o espaço denominado Parque das Nações¹ e entendendo-o, sobretudo, como produtor de acções, relações e representações sociais, neste *working paper* propõe-se uma leitura sobre o protagonismo do referido espaço urbano à luz da estruturação social apresentada por Giddens e das interpretações que Gell propõe sobre os conceitos de “agência” e “agencialidade”. Assim, pretende-se não só questionar a legitimidade de considerar o Parque das Nações enquanto “agente” estruturador das dinâmicas socioespaciais que sobre ele se imprimem, mas demonstrar também o seu relativo protagonismo “agencial” ao nível das representações e das identidades sociais que ele promove.

Palavras-chave: agencialidade, espaço urbano, identidades sociais.

Abstract

Based on empirical results of a of broad scope study on the area designated *Parque das Nações* and considering it mainly as a producer of actions, relations and social representations, this working paper propose a interpretation of the role of the space under the Giddens ideas of urban social structure and the interpretations by Gell about the concept of “agency”. Therefore it is intended not only to discuss the legitimacy of considering the *Parque das Nações* as an “agent” of dynamics, structuring social space where is embedded, but also demonstrate its “agential” leading role in terms of representations and social identities that promotes.

Key-words: agency, urban space, social identities.

¹ A análise do espaço integra uma das dimensões analisadas no âmbito de uma tese de doutoramento em Antropologia Cultural e Social intitulada “Viver no Parque das Nações: espaços, consumos e identidades”, defendida em Março de 2010 na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Na teoria

Entre o voluntarismo que é comum a todos os seres humanos e os múltiplos determinismos que as respectivas sociedades lhes impõem, reconhece-se aos primeiros alguma capacidade de agirem e reagirem contra os poderes instituídos das segundas. Significa isto que a acção humana – sendo social – acontece sempre num contexto de regras, objectivos, intenções, competências e recursos, ou seja, elementos constituintes de qualquer realidade social, que tanto constrange os indivíduos como os impele a procurar novas estratégias para lidarem com esses constrangimentos. Em traços muito gerais, é este o quadro factual sobre o qual se tecem múltiplas teorias sobre a acção social, os agentes, a ordem e as estruturas sociais (Pires, 2007), e de entre as quais se opta por destacar aqui, por razões de síntese e centralidade, a *dualidade da estrutura* proposta por Giddens (2000 [1979]), para esboçar um breve exercício reflexivo em torno da agencialidade.

Nas palavras deste autor: “Tal como a utilizo aqui, a ideia de ‘acção’ ou de agência, não se refere a uma série de actos discretos combinados entre si, mas a um fluxo contínuo da conduta.” (2000 [1979]: 14). De acordo com Giddens, esta *conduta* ou acção de um agente não pode ser considerada separadamente de uma teoria mais ampla do *self* actuante, ou seja, das características pessoais do indivíduo, nem pode surgir fora dos contextos espaciais e temporais que a localizam. Como tal, a agência é um processo dinâmico e contínuo que resulta da acção de agentes sociais reflexivos, competentes, com autonomia e intenção de atingir determinados resultados.

Admitindo que o agente “pudesse ter agido de outro modo”, Giddens justifica a racionalização da acção enquanto traço básico da conduta diária e enquanto característica normal do comportamento de agentes sociais competentes, ou seja, será pelas capacidades de os indivíduos explicarem porque é que agem de uma determinada maneira que uma boa parte da sua “competência” é julgada pelos outros. Quanto às razões justificativas que os agentes podem fornecer para se explicarem, elas não só se encontram sujeitas a vários graus de articulação possível, como também à monitorização reflexiva do comportamento, à racionalização moral da acção e aos seus elementos inconscientes. Assim, todo o processo de acção corresponde à produção de algo novo, ao mesmo tempo que toda a acção apenas existe na continuidade com o passado que fornece os meios para que ela se inicie (Giddens, 2000 [1979]: 44).

Em paralelo com a incorporação da *temporalidade* na compreensão da agência humana, o autor também concebe a incorporação do *poder* como integrante na constituição das práticas sociais (2000 [1979]: 12). Para além de as práticas sociais serem sempre actividades situadas num tempo e num espaço, elas também reflectem o exercício regular e rotineiro do poder, ou seja, a capacidade do agente para se envolver nos processos de interacção social e mobilizar recursos operacionais de transformação e de dominação que lhe permitam, simultaneamente, ser autónomo e dependente, cumprir e criar regras.

Em suma, se as práticas sociais são entendidas como estruturantes e estruturadas, se existe uma dependência mútua entre estrutura e agência, se a estrutura tanto constrange como capacita para a acção, e se ela confere, simultaneamente, forma à “personalidade” dos agentes e à “sociedade”, então “[...] a estrutura não deve ser concebida como uma barreira à acção, mas sim como encontrando-se envolvida na sua produção [...]” (Giddens, 2000 [1979]: 44).

Em hipótese

À semelhança do indivíduo – agente social activo, competente, reflexivo e relativamente autónomo – poderá um determinado espaço ser entendido como detentor de algumas capacidades “agenciadoras”, transcendendo a relação com os indivíduos e impondo-se sobre algumas das suas práticas? Poder-se-á conceber uma “acção” do espaço enquadrada pelas características territoriais, sociais e identitárias que lhe são inerentes? Poderá o espaço, tal como o indivíduo, ser “agente” na objectivação das identidades sociais, na mobilização das relações de poder e de posicionamento social?

É óbvio que o espaço físico é um palco privilegiado de acção e de observação dos agentes humanos e respectivas estruturas sociais. Daí não haver grande flexibilidade, no âmbito de uma análise sociológica sobre a acção social, em reconhecer capacidades agenciadoras para além dos indivíduos. Contudo e no que ao espaço diz respeito, pode-se dizer que remonta à “escola sociológica francesa” – e, mais concretamente, a Durkheim, Mauss e Halbwachs – uma concepção do espaço que, indo além da sua materialidade física, se afirma enquanto realidade social indissociável da sociedade que o produz, que nele vive, que o representa e se representa através dele. Com estes autores ficaram lançadas as bases para que o estudo do espaço fosse ganhando autonomia, quer enquanto

objecto privilegiado de análise no âmbito das ciências sociais, quer em termos da “moldagem” que ele pode exercer sobre a sociedade que suporta.

Entre o contributo de vários sociólogos importa destacar Henri Lefebvre. Através da obra *La production de l'espace* (editada em 1974), Lefebvre veio a tornar-se num dos nomes mais reconhecidos em termos de inovação conceptual relativa ao espaço e respectiva interpretação à luz das transformações socioculturais mais recentes. A sua proposta assentava no objectivo de apreender o conjunto dos fenómenos sociais através da sua espacialização. Significa isto que passar a observar o espaço de uma forma tão abrangente quanto possível permitiria observar as práticas sociais que o integram. Assim, para Lefebvre (1986 [1974]) o espaço não podia ser concebido como uma realidade passiva, vazia, fragmentada, ou como um simples produto de consumo, mas antes como um dos principais intervenientes na organização do trabalho produtivo, nos transportes e fluxos de matérias, de pessoas e de redes de repartição de produtos. Daí o espaço ser *produtivo* – entrando nas relações de produção e nas forças produtivas – e também *produtor*, na medida em que as relações sociais só têm existência real no espaço e através dele.

Para desmontar melhor esta ideia, Lefebvre recorre a três conceitos-chave que comunicam e interagem permanentemente: a *prática social* (engloba os actos sociais dos sujeitos enquanto produções e reproduções dos seus lugares e que reflectem especificidades dos conjuntos sociais a que pertencem); as *representações do espaço* (ligadas às relações de produção e às directivas impostas por elas); os *espaços de representação* (representam os simbolismos complexos, ligados ao lado clandestino e oculto da vida social). Em suma, estes três conceitos introduzem a relação dialéctica entre o espaço percebido, o produzido e o vivido, três dimensões que intervêm de forma diferenciada na produção do espaço, uma vez que dependem das sociedades, das épocas e das próprias qualidades e propriedades do espaço. Assim se compreende que cada grupo social produza o espaço que melhor responde às suas necessidades e características, e que ele seja o palco de todas as lutas (Lefebvre, 1986 [1974]).

Raymond Ledrut é outro nome de vulto no âmbito da teorização do espaço, cujo reconhecimento passa pela concepção inovadora deste enquanto forma produzida (através de *espacializações* e *temporalizações*) e pelo conceito de *modos de espacialização* (1979), um processo segundo o qual uma sociedade se produz a si própria e ao seu espaço em simultâneo. Daí ele ser o suporte privilegiado da identidade

do grupo (1980), bem como o alvo preferencial das representações feitas por quem se inclui nele e por quem, do lado de fora, o procura perceber (1987).

Desta breve síntese de contributos não ressaltam confirmações objectivas quanto à possibilidade de considerar o espaço enquanto “agente” social. Contudo, o reconhecimento do espaço enquanto produto das práticas sociais e, simultaneamente, como produtor de diversos mecanismos sociais e culturais – como é o caso da apropriação e das identidades que a partir dela se geram – não deixa de ser uma confirmação do dinamismo e da relativa autonomia que o espaço poderá assumir face aos agentes sociais que o criaram.

Apresentando o Parque das Nações como um exemplo concreto, o reconhecimento das várias especificidades que estão na génese deste espaço urbano, por um lado, e as dinâmicas sociais e identitárias que se geraram ao nível das representações espaciais dos seus residentes, por outro lado, confirmam a possibilidade de alargar o conceito de “agência” para além dos indivíduos, seguindo a proposta defendida por Alfred Gell (1998). Nas palavras deste autor: “The idea of agency is a culturally prescribed framework for thinking about causation, when what happens is (in some vague sense) supposed to be intended in advance by some person-agent or thing-agent. Whenever an event is believed to happen because of an ‘intention’ lodged in the person or thing which initiates the causal sequence, that is an instance of ‘agency’.” (Gell, 1998: 17)

No que à “agencialidade” das “coisas” diz respeito e sublinhando as obras de arte, Gell destaca-lhes as capacidades especiais que permitem que elas exerçam alguma influência sobre a vida de quem as possui. Concebendo os objectos de arte/artefactos não como agentes auto-suficientes, mas apenas como “secundários”, entende o autor que eles adquirem um tipo de agência “de segunda classe”. Como tal, não só as pessoas estabelecem relações sociais com os objectos, como também os envolvem em teias de relações sociais, entendendo-os e apropriando-se deles de variadas formas. Dito de outra maneira, a agência humana é exercida dentro do mundo material, sendo as “coisas” – em conjunto com as suas propriedades causais – essenciais para o exercício e efectivação dessa mesma agência.

Assim, entende Gell que a contradição implícita no facto de as “coisas” não terem “vontade própria” acaba por ficar resolvida ou, pelo menos, mitigada perante a percepção da “agencialidade” enquanto característica global que envolve o mundo das

peças e “coisas”. Nesta perspectiva, serão as “coisas” agentes secundários, veículos ou elos de mediação e ligação entre aqueles que são os agentes primários. Em suma, na perspectiva deste autor o poder da “agencialidade” atribuído ou reconhecido em determinadas “coisas” acaba sendo o poder que motiva certas acções, quer individuais quer colectivas, entendendo Gell que certas obras de arte podem não só inspirar o sentido de partilha comunitária, como também substituir-se às pessoas e mediar a sua agência social, salvaguardando o autor o carácter dinâmico de todas estas inter-relações.

O espaço como “agente” de poder e de identidades sociais

Tendo por referência a perspectiva de Gell (1998), propõe-se aqui considerar o Parque das Nações como detentor de algum poder “agencial” secundário, na medida em que: a) ele é o palco privilegiado de uma série de relações sociais; b) é o “objecto” que confere um sentido de unidade e partilha identitária entre o grupo social constituído pelos residentes; c) é o elemento de mediação entre as apropriações inclusivas e discriminatórias desenvolvidas entre os agentes primários. Desta forma, e à semelhança do que Gell defende para as “coisas”, apesar de o espaço físico não ser dotado de vontades próprias ou de capacidades de reflexão e decisão, ele está indubitavelmente ligado aos agentes sociais que o criaram e envolvido no mundo dos agentes sociais que sobre ele se estabeleceram e que lhe atribuem valores afectivos.

Como tal, parece pertinente considerar que este espaço acaba por inspirar, motivar e até participar activamente em muitas das opções de vida e de quotidiano dos agentes primários, confirmando não só a estreita ligação que se estabelece entre estes e o seu território, mas também o papel determinante que este detém enquanto suporte material e representativo das identidades colectivas. É ao encontro desta confirmação que se pretende ir, tendo por base a análise de entrevistas realizadas a vinte unidades familiares residentes no Parque das Nações.²

Como é sabido “Parque das Nações” é o nome oficial do novo pedaço de cidade que a Expo’98 deixou de herança na zona oriental de Lisboa, mas que continua a ser vulgarmente designado por *Expo*. Ocupando uma faixa de 330 hectares (com 5 quilómetros de extensão) entre o rio Tejo e a linha de caminho-de-ferro, este projecto urbano multifuncional e construído de raiz em apenas 10 anos foi a oportunidade de

² Num total de 24 entrevistados.

recuperar para uso urbano terrenos industriais e portuários obsoletos, à semelhança de outros exemplos mundiais de regeneração urbana de frentes-de-água (Roberts e Sykes, 2000).³ Também em Lisboa a “desindustrialização” de uma área marginal da cidade resultou num amplo processo de valorização económica, social e simbólica de um espaço que, para além de reivindicar um estatuto de nova centralidade urbana, também se promoveu enquanto “modelo” para um estilo e uma qualidade de vida ímpar, quando comparado com outras áreas privilegiadas da cidade de Lisboa.

Para consolidar este cenário de qualidade, que serviu de mote à eficaz campanha de *marketing* desenvolvida em torno deste projecto e respectivos produtos imobiliários, foi determinante a localização ribeirinha, bem como a dimensão e qualidade do espaço público.⁴ Paralelamente ao facto de se ter assumido desde o início que só a venda ao sector privado do projecto urbano (produtos imobiliários) a desenvolver em torno do recinto da Exposição Mundial viabilizaria a realização desta, também se optou por um Plano de Urbanização cujo desenho⁵ tanto privilegiou o rio enquanto cenário, como condicionou (e comercializou) o seu acesso através de uma hierarquização dos edifícios e respectivo sistema de vistas, como ainda reforçou a demarcação deste território face à envolvente, através de uma cerrada cortina de edifícios⁶ estrategicamente dispostos ao longo da linha de caminho-de-ferro.

Desta forma, já era esperada a construção de um fragmento de cidade socialmente dirigido a estratos económicos mais elevados e encaixando, simultaneamente, na descrição que Ruth Fitzgerald (1986) apresenta sobre o tipo mais frequente de intervenções que se tem operado sobre as *waterfronts*⁷ urbanas e nos processos de valorização espacial que se fazem acompanhar de sistemas de selecção e exclusão social mais ou menos conscientes (Low e Lawrence-Zúñiga, 2003; Sieber, 1999; Zukin, 1995).

³ Boston, Baltimore, Toronto, Seattle, Londres, Barcelona.

⁴ Para além da galeria técnica subterrânea que suporta todo o território ao nível das infra-estruturas fundamentais, a concentração de equipamentos importantes no contexto metropolitano, como é o caso do Pavilhão Atlântico, da FIL, do Casino de Lisboa ou do Oceanário.

⁵ Estrutura em quadrícula e marcada por grandes eixos longitudinais paralelos ao rio Tejo e à linha de caminho-de-ferro, quebrados por praças e rotundas.

⁶ Com alturas superiores a 12 pisos acima do solo.

⁷ Segundo Ruth Fitzgerald, as *waterfronts* eram, regra geral, espaços marginais das cidades que, entretanto, se tornaram atractivos em termos de população e vida pública, através de projectos que implicavam uma construção rápida, um desenho urbano simples e uma aposta no espaço público.

É um facto que enquanto “exposição da democracia” (por contraste com a “Exposição do Mundo Português” de 1940) a Expo’98 foi um desígnio nacional assumido pelos poderes político-económicos da altura, estendendo-se esses compromissos também ao Plano de Urbanização da zona envolvente da exposição. Também é um facto que os avultados custos da Expo’98 (que se pagariam com as receitas dos produtos imobiliários) mais o amplo conjunto das infra-estruturas criadas contribuíram bastante para o encarecimento da habitação no Parque das Nações e para os efeitos especulativos na promoção imobiliária. Mas importa também somar a esta realidade económica a situação de *waterfront*, o investimento qualitativo no espaço público e a monumentalidade de alguns edifícios para justificar, simultaneamente, a imagem (económica, social, cultural) que se construiu sobre este espaço urbano, o seu sucesso comercial enquanto local “prestigiado” de residência, a selecção socioeconómica dos residentes e as representações sociais e identitárias que eles formulam sobre si próprios com base no espaço onde habitam.

Na verdade, será este último aspecto que melhor demonstra o relativo grau de autonomia que este espaço conquistou relativamente aos agentes “primários” que o conceberam. Significa isto que à imagem criada pelos poderes (político, económico e promocional) responsáveis pelo Parque das Nações se acrescenta também a imagem que o próprio espaço inspira junto de quem, para além de o viver, também se apropria dele enquanto objecto – de prestígio, de poder distintivo, de representação social, de poder social.

Procedendo a uma breve caracterização socioeconómica das vinte unidades familiares entrevistadas, importa destacar a grande homogeneidade verificada nesta amostra e que indicia a conformidade relativamente sólida que é atribuída ao universo dos residentes deste espaço urbano. Quanto às idades, a maioria pertence ao grupo que muitos designam por “casais jovens com filhos, entre os 35 e os 45 anos”. A grande maioria possui graus de escolaridade de nível superior (da licenciatura ao doutoramento) e a nível de profissões predominam os professores (com destaque para os do ensino superior), engenheiros de várias especialidades e alguns gestores. Quanto aos rendimentos líquidos do agregado, os valores variam entre os 2500€ (unidade familiar unipessoal) e 6500€ por mês.

Numa autotaxação social que se rege sobretudo pelos rendimentos do agregado familiar e, nalguns casos, também pelo grau de instrução, os entrevistados

recorrem a uma representação de classe que se reparte entre o grupo que designam por “classe média” e o que designam por “classe média-alta”, adoptando uma terminologia que se pode considerar de “senso comum” e que não se define por critérios concretos. Poder-se-á dizer que a auto-inclusão numa determinada classe ou fracção de classe parece depender, sobretudo, da percepção que cada entrevistado tem da sua situação económico-social e da respectiva capacidade de ela lhe proporcionar um estilo de vida relativamente confortável e muito próximo dos modelos sociais que cada um referencia como sendo de “classe média” ou “média-alta”.

Se ao nível das representações subjectivas de classe é notória a tendência dos entrevistados para sobrevalorizarem a sua posição social face à estrutura existente, também é bastante notória a dificuldade em aplicar critérios coerentes e objectivos para classificar um grupo social tão vasto como é a “classe média” portuguesa. Tratando-se de uma “classe” relativamente recente, ainda não terá atingido a necessária estabilidade, quer em termos das trajectórias, quer em termos das características culturais, educacionais e comportamentais que as complementam. Daí a pertinência das novas abordagens conceptuais surgidas no âmbito da sociologia das classes e da estratificação social (Almeida, 1981; 1984; Cabral, 1998; Costa, 1999; Costa *et al.*, 2000; Estanque e Mendes, 1998; Queiroz, 2005; Santos, 2001), bem como de alguns modelos teórico-metodológicos que procuram abarcar a complexidade multidimensional, estrutural e relacional da sociedade portuguesa, como é o caso daquele que é proposto por Almeida, Costa e Machado (1988) e Machado *et al.* (2003).

Assim, e relativamente à situação na profissão, verifica-se que, apesar de a maioria dos entrevistados trabalhar por conta de outrem,⁸ todos eles se enquadram nas duas categorias de topo da estrutura definida pelo indicador socioprofissional (Almeida, Costa e Machado, 1988; Machado *et al.* 2003), ou seja, distribuem-se entre empresários, dirigentes e profissionais liberais (EDL),⁹ e profissionais técnicos e de enquadramento (PTE).¹⁰ Esta realidade é devida, sobretudo, às competências profissionais obtidas por via dos elevados graus de instrução apresentados por este grupo e que, por sua vez, também se vão reflectir nos níveis de rendimento auferidos, nos padrões de consumo que eles permitem e, no somatório de todos estes factores, nas suas representações de classe.

⁸ 19 em 24 entrevistados.

⁹ 6 em 24 entrevistados.

¹⁰ 18 em 24 entrevistados.

Através dos dados referentes ao grau de instrução e profissão dos ascendentes, foi possível ficar com uma ideia mais objectiva sobre as origens sociais destas unidades familiares e sobre o grau de mobilidade intergeracional que revelam. É certo que a relativa homogeneidade social, verificada também ao nível do grau de instrução e profissão dos ascendentes da maioria dos entrevistados, não faz desta amostra o melhor exemplo para estudos de mobilidade social. Ainda assim, foi possível constatar a tendência maioritária para a confirmação dos filhos nas posições de classe dos pais, mas com uma elevação das competências educacionais. Entretanto, a maioria dos ascendentes revelou um nível de instrução consideravelmente elevado, sobretudo no caso das unidades familiares mais velhas, cujos pais conseguiram aceder a uma instrução ao nível do secundário (com as escolas comerciais e industriais) e ao magistério primário, numa época em que o acesso ao ensino era bastante selectivo em termos sociais e económicos.

Assim, se por um lado são as posições de classe objectivamente determinadas que constituem o suporte das representações de classe, por outro verifica-se que as representações subjectivas de classe ainda continuam a ser valorizadas em termos de memória colectiva, prevalecendo sobre outros processos de estruturação social e conjugando uma maior diversidade de factores, como é o caso dos valores e comportamentos. Paralelamente, as entrevistas às vinte unidades familiares também permitem confirmar que as representações de classe têm repercussões directas nas representações espaciais ao nível do prestígio e da reputação das áreas de residência (Santos, 2001), tornando-se evidente a contribuição destes elementos para a categorização do próprio espaço, quer enquanto suporte físico, quer enquanto “agente” com alguma autonomia ao nível das representações sociais e identitárias.

Em suma, ainda que se faça a distinção entre os residentes de 1.^a linha de rio – com maior capacidade financeira para custear a vista e os “acabamentos de luxo” da habitação – e os que residem atrás dela, verifica-se que as representações subjectivas de classe surgem sobrevalorizadas relativamente aos dados objectivos. Desta forma, pode-se encaixar o grupo de entrevistados naquela que é a “classe média” portuguesa, admitindo que recentes processos de mobilidade social – com base na elevação dos capitais culturais (Bourdieu, 1979) – complexificam esta leitura ao nível das representações sociais produzidas nos discursos dos próprios residentes. A relativa melhoria das suas condições de vida não permite considerá-los como uma elite social. Contudo, e através dos seus

discursos, torna-se evidente o registo de uma melhoria face à condição habitacional anterior¹¹ e a tentativa de elitização e de demarcação social através da condição de residência no Parque das Nações,¹² confirmando-se o poder distintivo que o espaço consegue promover junto dos seus residentes.

Perante este cenário pode-se dizer que, por um lado, o Parque das Nações foi projectado para satisfazer as necessidades e desejos de um grupo de residentes-alvo, convenientemente “filtrado” e identificado nas suas atitudes e estilos de viver num espaço que está “na moda”, como se de uma *marca* se tratasse (Klein, 2002), e que, por outro lado, estes residentes não terão comprado apenas um espaço na cidade (ou próximo dela) com características especiais para viver, mas principalmente o “privilégio” de aceder às construções identitárias e estatutárias implícitas no seu carácter de excepcionalidade.

Muitas das pessoas compram casa aqui porque também há o conceito de que a Expo é prestigiante. Há muita gente que, se tiver capacidades financeiras, compra casa aqui. Se calhar, também para terem o prestígio social que pensam que se pode obter aqui. [Sandra, 38 anos, gestora comercial, dois filhos]

É uma zona – é inegável dizer-se – com algum prestígio... associada a esse prestígio porque, realmente, é uma zona um bocadinho acima da média, tem coisas com bom gosto, tem espaços verdes, tem alguma segurança, alguns equipamentos perto e pode-se desfrutar de um espaço que está perto de Lisboa, mas todas as pessoas que aqui vêm admiram-se pela calma que aqui se vive. [Luís, 31 anos, economista]

¹¹ Relativamente à localização da anterior residência, importará referir que 11 das 20 unidades familiares já residiam na cidade de Lisboa (mas em locais sem a qualidade ou o prestígio que atribuem ao espaço actual), 4 viviam em Loures e 5 vieram de outras localizações mais distantes.

¹² “Esta é a nossa terceira casa e temos vindo a subir. A primeira era na Arroja (Loures) e, se calhar, na Arroja eu era classe média. Agora já me considero um bocadinho mais.” [Isa, 41 anos, professora universitária, dois filhos]

“A maior parte das pessoas que mora aqui são licenciadas, com bons empregos [...] em geral têm bons carros, são de uma classe média-alta.” [Jorge, 46 anos, arquitecto, dois filhos]

“É evidente que sob o ponto de vista económico, os residentes têm que ser pessoas com um determinado nível económico [...], tem de ser uma classe média-alta.” [Sara, 53 anos, professora, dois filhos]

“Na 1ª linha de rio é a classe alta, de uma forma geral... e digo isto com base nos preços das casas, que são muito caras.” [Inês, 43 anos, consultora de *marketing*, dois filhos]

“Aqui às vezes nota-se um certo elitismo na forma de ser das pessoas... não é bem elitismo, é a pessoa fazer-se mais do que aquilo que é.” [Vasco, 41, gestor, dois filhos]

Eu moro aqui e acho que não é pelo prestígio... apesar de perceber que há algumas pessoas que dizem isso, não é bem pelo prestígio, é mais pelo conforto que eu sinto em morar aqui. [Sílvia, 39 anos, professora universitária, dois filhos]

Aqui há pessoas que, enfim, têm a mania porque “vivem na *Expo*”, acho que para essas pessoas viver na *Expo* dá-lhes estatuto social e pensam que os outros os podem valorizar mais porque moram na *Expo*... [Gil, 40 anos, técnico comercial, dois filhos]

Através destes testemunhos (que exemplificam a opinião da grande maioria dos entrevistados relativamente ao seu espaço de residência) é possível perceber não só a relevância da questão do prestígio e do estatuto social enquanto propriedades distintivas inerentes ao espaço, como também o seu reconhecimento colectivo e respectiva negociação interna, tornando-se aqui bem patente a importância que os espaços de residência assumem actualmente no âmbito dos processos de representação social. Em certa medida pode-se dizer que o Parque das Nações apenas exemplifica as novas socioespacialidades que surgem das “agencialidades” compartilhadas entre determinados grupos sociais¹³ e os seus espaços de residência. À semelhança das obras de arte consideradas por Gell (1998), estes espaços vêm-se envolvidos numa produção simbólica que remete para o desenvolvimento e exploração de um conjunto de valores e imagens associadas à experiência de vida quotidiana, a uma nova cultura do habitar e aos seus protagonistas. Um bom exemplo disso é o significado que os residentes do Parque das Nações atribuem ao seu espaço de residência, com destaque para a “qualidade de vida” e para a “magia” do lugar.

Morar aqui é ter qualidade de vida. É uma zona calma, tranquila, segura, próxima do rio e das zonas verdes. [Sara, 53 anos, professora, dois filhos]

Ter uma qualidade de vida diferente, morar em Lisboa, mas fora de Lisboa ao mesmo tempo. É uma zona mais limpa, próxima do rio, com possibilidade de passear a pé calmamente enquanto se vai e vem do trabalho. [Elsa, 47 anos, professora, um filho]

É o melhor bairro de Lisboa [...], a minha filha joga ténis aqui perto e o treinador dela até diz que isto é um Centro de Estágio porque os miúdos vão para o campo de ténis a pé. [Jorge, 46 anos, arquitecto, dois filhos]

¹³ Definidos como classe de especialistas e intelectuais por Chaney (1996), como nova pequena burguesia por Featherstone (1991), como intermediários culturais por Bovone (1997), como nova classe média por Lury (1997), como nova burguesia profissional por Seixas (2008). Independentemente da terminologia, todos estes autores partilham a ideia de que se está perante um processo de diferenciação social suportado por estilos de vida que tendem a classificar os indivíduos através do que consomem e da forma como o fazem e, neste caso, assumindo um papel especial os espaços de residência onde escolhem viver.

É quase como estar de férias na cidade, é muito confortável, não há outro bairro tão confortável. [Rita, 48 anos, professora universitária, dois filhos]

É poder gozar o rio e ter a sensação de férias estando na cidade e, portanto, é uma área calma e que tem, de facto, civilidade e segurança. [Clara, 51 anos, gestora empresarial]

Sentimos que estamos dentro da cidade com aquela sensação de estar num espaço de férias [...] aí é que está a magia disto tudo!... Sentimos que vivemos dentro da cidade mas fora da cidade... vivemos numa redoma de vidro dentro da cidade, é um pouco isso. [Artur, 45 anos, professor]

A citação acima apresentada é um excelente resumo da perspectiva imagética que o Parque das Nações parece suscitar em boa parte dos seus residentes, podendo considerar-se que estes, enquanto agentes sociais autónomos, também acabam por reproduzir algumas das ideias-chave do *marketing* territorial que promoveu o espaço em análise e acrescentar-lhe outras que sublinham a autonomia secundária que este espaço conseguiu ganhar em relação aos seus criadores.

A “magia” atribuída ao Parque das Nações exemplifica o que alguns autores (como Bourdieu 1979; Featherstone 1991; Lury 1997) definiram por estetização e estilização da vida e do quotidiano, e que outro grupo de autores (como Cooper 1993; 1999; Rutheiser 1999; Sieber 1993; 1999; Zukin 1995) vêm tratando como paisagens pós-modernas ou lugares “a-geográficos” – através dos exemplos dos parques temáticos, centros comerciais, cidades olímpicas ou *waterfronts*. A ideia que prevalece no conjunto destas referências é a da recriação de espaços envolvidos em ambientes mágicos e de encantamento, que visam produzir uma sensação de bem-estar que ajuda a criar um “sentido de lugar” (Featherstone, 1997) ou uma identidade social que enquadre a forma como se deve ser e agir nestes lugares cenográficos (Zukin, 1995). No fundo, o que estas perspectivas sugerem acaba por ser também a capacidade de estes lugares se imporem aos seus utilizadores através dos códigos de significação com que são investidos e, nesta linha de raciocínio, isto significa reconhecer aos espaços algum poder “agencial” face aos vários agentes primários estabelecidos.

Considerações finais

Para além de ser um suporte físico, o espaço é entendido enquanto entidade que não pode ser concebida separada de quem age sobre ele e dos objectos materiais que nele se localizam (Durkheim, Mauss, Halbwachs), sendo ao mesmo tempo uma criação

dos indivíduos, o seu reflexo espacializado e produtor do social (Lefebvre, 1986 [1974]; Ledrut, 1979; 1980; 1987; Urry, 1995). Como tal, tendo por base o conceito de agencialidade social proposto por Giddens (2000 [1979]) e o alargamento “agencial” para além dos indivíduos perspectivado por Gell (1998), este exercício reflexivo pretendeu argumentar sobre a possibilidade de reconhecer também ao espaço algum poder de autonomia relativamente aos agentes primários – políticos, económicos, sociais e culturais – que o concebem, que o transformam, que o representam e se representam através dele.

Através do conhecido exemplo do Parque das Nações, procurou-se demonstrar que o sentido de pertença a este espaço urbano se traduz no acesso às construções identitárias e estatutárias implícitas no seu carácter singular, “mágico” e proporcionador de uma “qualidade de vida” elevada. Reconhecer que este espaço confere algum capital distintivo a quem nele reside é não só reconhecê-lo enquanto suporte material e representativo das identidades colectivas, mas também enquanto “agente” fomentador ou inspirador dessas mesmas identidades, comprovando-se a sua capacidade de ganhar alguma autonomia face aos agentes primários que o conceberam e de impor algumas dinâmicas sociais, espaciais e identitárias aos agentes primários que o vivem e recriam quotidianamente. Assim e enquanto “agente secundário” o Parque das Nações pode ser entendido como uma espécie de “modelo” de inspiração para os residentes, justificando em parte a maneira como vivem, o que são e a forma como se representam.

Referências bibliográficas

- Almeida, J. F. (1981), “Alguns problemas de teoria das classes sociais”, *Análise Social*, vol. XVII, n.º 66, pp. 231-251.
- Almeida, J. F. (1984), “Temas e conceitos nas teorias da estratificação social”, *Análise Social*, vol. XX, n.º 81-82, pp. 167-190.
- Almeida, J. F., A. F. Costa, e F. L. Machado (1988), “Famílias, estudantes e universidade: painéis de observação sociográfica”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 4, pp. 11-44.
- Bourdieu, Pierre (1979), *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris : Les Éditions de Minuit.

- Bourdieu, Pierre (1997 [1994]), *Razões Práticas: Sobre a Teoria da Acção*. Oeiras: Celta Editora.
- Bovone, L. (1997), “Os novos intermediários culturais”, em C. Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras: Celta Editora.
- Cabral, M. V. (1998), “Mobilidade social e atitude de classe em Portugal”, *Análise Social*, vol. XXXIII, n.º 146-147, pp. 381-414.
- Chaney, David (1996), *Lifestyles*. Londres: Routledge.
- Cooper, Matthew (1993), “Access to the waterfront: transformations of meaning on the Toronto Lakeshore”, em R. Rotenberg e G. McDonogh (orgs.), *The Cultural Meaning of Urban Space*. Londres e Westport, CT: Bergin & Garvey.
- Cooper, Matthew (1999), “Spatial discourses and social boundaries: re-imagining the Toronto waterfront”, em S. M. Low (org.), *Theorizing the City: The New Urban Anthropology Reader*. Londres e New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Costa, A. F. (1999), *Sociedade de Bairro: Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural*. Oeiras: Celta Editora.
- Costa, A. F., et al. (2000), “Classes sociais na Europa”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 34, pp. 9-46.
- Estanque, E., e J. M. Mendes (1998), *Classes e Desigualdades Sociais em Portugal: Um Estudo Comparativo*. Porto: Edições Afrontamento.
- Featherstone, Mike (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*. Londres: Sage Publications.
- Featherstone, Mike (1997), “Culturas globais e culturas locais”, em C. Fortuna (org.) *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras: Celta Editora.
- Fitzgerald, Ruth (org.) (1986), *Waterfront Planning and Development*. Nova Iorque: American Society of Civil Engineers.
- Gell, Alfred (1998), *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Giddens, Anthony (2000) [1979]), *Dualidade da Estrutura: Agência e Estrutura*. Oeiras: Celta Editora.
- Klein, Naomi (2002), *No Logo: O Poder das Marcas*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Ledrut, Raymond (1979), *La révolution cachée*. Paris: Casterman.
- Ledrut, Raymond (1980), “Espaces et sociétés”, *Espaces et Sociétés*, n.º 34/35.

- Ledrut, Raymond (1987), “L’espace et la dialectique de l’action”, *Espaces et Sociétés*, n.º 48/49.
- Lefebvre, Henri (1986 [1974]), *La production de l’espace*. Paris: Anthropos.
- Low, S. M., e D. Lawrence-Zúñiga (orgs.) (2003), *The Anthropology of Space and Place: Locating Culture*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Lury, Celia (1997), *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Machado, F. L., et al. (2003), “Classes sociais e estudantes universitários: origens, oportunidades e orientações”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º 66, pp. 45-80.
- Pires, Rui Pena (2007), “Árvores conceptuais: uma reconstrução multidimensional dos conceitos de acção e de estrutura”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 53, pp. 11-50.
- Queiroz, M. C. (2005), *Classes, Identidades e Transformações Sociais*. Porto: Campo das Letras.
- Roberts, P., e H. Sykes (2000), *Urban Regeneration: A Handbook*. Londres: Sage Publications.
- Rutheiser, Charles (1999), “Making place in the nonplace urban realm: notes on the revitalization of downtown Atlanta”, em Setha M. Low (org.), *Theorizing the City: The New Urban Anthropology Reader*, Londres e New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Santos, Norberto Pinto dos (2001), *A Sociedade de Consumo e os Espaços Vividos pelas Famílias*. Lisboa: Edições Colibri.
- Seixas, Paulo Castro (2008), *Entre Manchester e Los Angeles: Ilhas e Novos Condomínios no Porto*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.
- Sieber, R. T. (1993), “Public access on the urban waterfront: a question of vision”, em R. Rotenberg e G. McDonogh (orgs.), *The Cultural Meaning of Urban Space*, Londres e Westport, CT: Bergin & Garvey.
- Sieber, R., T. (1999), “Intervenção nas frentes de água das cidades americanas”, em V. M. Ferreira e F. Indovina (orgs.), *A Cidade da Expo’98: Uma Reversão na Frente Ribeirinha de Lisboa?* Lisboa: Editorial Bizâncio.
- Urry, John (1995), *Consuming Places*. Londres: Routledge.
- Zukin, Sharon (1995), *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell Publishers.