

LA CIUDAD CONSTRUIDA POR LA IMAGEN URBANA

Hoteles en la playa de Copacabana (Rio de Janeiro, Brasil) como símbolo de lugares

Luciano Torres Tricárico^{*}
Priscilla Gastaldi^{**}
Universidade do Vale do Itajaí
Balneário Camboriú, Brasil

Resumen: Se trata de una investigación cualitativa a partir de un estudio de caso. El objetivo es reconocer qué referencias de lugar en la ciudad contemporánea pueden constituirse a partir de emprendimientos hoteleros dentro de la constitución de la imagen y el paisaje urbano. El objeto de estudio es la playa de Copacabana en Rio de Janeiro (Brasil). La recolección de datos se realizó a partir de las metodologías de imagen y paisaje urbano inferidas por teóricos como Gordon Cullen y Kevin Lynch, y de la sintaxis del lenguaje visual. Los resultados obtenidos llevan a interpretar que el espacio de la hotelería, esencialmente como imagen urbana, contribuye con la construcción de la ciudad guiada por referencias de lugares; factor contemporáneo para la planificación urbana.

PALABRAS CLAVE: imagen urbana, paisaje urbano, hotelería.

Abstract: *The City Built by Urban Image: Hotels on Copacabana Beach (Rio de Janeiro, RJ, Brazil) as a Sign of Places.* This is a qualitative research from a case study with the goal is to recognize that references to place in the contemporary city can be from hoteliers within the constitution of the image and streetscape projects. For that, as hypothesized object, becomes the Copacabana beach in Rio de Janeiro, RJ, Brazil. Data collection for this object went be made from imaging methodologies and urban landscape, inferred by theorists such as Gordon Cullen and Kevin Lynch or syntax of the visual language. The results to take interpret the space of hospitality, essentially as urban image, contributes to the construction of the city guided by benchmarks places - Contemporary factor for urban planning and cities.

KEY WORDS: urban image, urban landscape, hospitality.

INTRODUCCIÓN

Se debe considerar que la planificación y el proyecto de la ciudad contemporánea se dan en muchos casos con los valores de la imagen y el paisaje urbano como lema, incluyendo los valores considerados por las poblaciones locales. Pero se debe verificar si esto ha sido recurrente en la historia de la disciplina urbanística. Para entender el valor contemporáneo dado a la imagen y al paisaje urbano es preciso remontarse a la historia del surgimiento de la ciudad industrial como objeto

^{*} Graduado en Arquitectura y Urbanismo por la Universidad de São Paulo (USP), São Paulo, Brasil; maestría en Estructuras Ambientales Urbanas y doctor en Proyecto, Espacio y Cultura por la USP. Se desempeña como investigador y docente de grado y posgrado en la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, Brasil; como coordinador del LaPa (Laboratorio de Paisajismo Aplicado) en la UNIVALI; y como investigador vinculado al CNPq (Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico), Brasília, Brasil. E-mail: tricarico@univali.br

^{**} Graduada en Arquitectura y Urbanismo por la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, Brasil; y becaria del programa Artigo 170 del Gobierno del Estado de Santa Catarina y el ProPPEC de la UNIVALI. E-mail: prigastaldi@hotmail.com

científico de la urbanística moderna. En este sentido, es preciso saber que la ciudad de la primera revolución industrial mecánica fue el soporte para las primeras iniciativas de “ordenamiento” de la ciudad, haciéndola “saludable” para un creciente número de trabajadores que debían producir incesantemente dentro de la lógica del capitalismo que se instalaba. Aparecen entonces los diversos modelos utópicos de ciudad. Se pueden observar las intervenciones de Haussmann en la París del siglo XIX, las de Ildefons Cerdá en Barcelona, los intentos en Viena y el trabajo teórico de Camillo Sitte (1935), las perspectivas urbanísticas de Ebenezer Howard con su “ciudad jardín” y los despliegues del *circus* o *crescent* de Bath en Inglaterra, entre otros. Estos modelos luego adquirieron notoriedad mundial como las intervenciones de Prestes Maia y las ideas de Anhaia Mello en el siglo XX en São Paulo; o las especulaciones urbanísticas de Le Corbusier y su “heredero” Robert Moses con sus proyectos de autovías en Estados Unidos.

Todas estas intervenciones, propuestas, proyectos y actitudes planificadoras se caracterizaron por lo que se denominó modernismo urbanístico y es posible observar que fueron actitudes racionales con la intención de “resolver” la ciudad como soporte para la producción industrial, una ciudad destituida de valores cognitivos como disfrute y deleite de su imagen generada.

Sin embargo, hacia fines de la década de 1980 e inicios de la década de 1990 esta actitud modernista no logró “resolver” los problemas de la ciudad contemporánea. Esto caracteriza una nueva manera de pensamiento sobre lo urbano y la ciudad, identificada como un valor posmoderno de las especulaciones urbanísticas. Así, se puede citar el trabajo contestatario del modernismo urbano de Jane Jacobs (2000). Además de los atributos de la participación de la población por medio de una investigación de los *lugares* de representación y referencia simbólica de los ciudadanos en los estudios de imagen y paisaje urbano, los mapas mentales o las visiones seriales de Lynch (2011) en la década de 1960. Ellos abordaban la interpretación de los propios habitantes de la ciudad para planificarla. También pueden citarse las contribuciones de Gordon Cullen (1983) a principios de la década de 1960 acerca de la ciudad “construida” por la acción de los propios pobladores.

Estos estudios acerca de la concepción de lo urbano a partir de la imagen de la ciudad contribuirán concomitantemente con la noción de *hospitalidad* urbana y su relación con los estudios en turismo. Esto se puede verificar en los trabajos de los investigadores brasileños Roberto Bullón (2000) y Lucio Grinover (2007), por ejemplo. Para ellos el “extranjero” se siente acogido, bien recibido, sabe por dónde tiene que ir, encuentra lo que busca, pasea despreocupado dedicándose a la contemplación sin riesgos de perderse porque existe una imagen de ciudad que crea *información* legible acerca del espacio urbano y las arquitecturas que lo componen. Dicha *información* es una expresión de *hospitalidad* urbana.

Es preciso entender que los modos de planificar el espacio urbano o la intervención en la ciudad se dieron a partir de la imagen y el paisaje urbano en el momento en que se ponía en tela de juicio lo que hasta entonces se conocía como modernismo. Por lo tanto, la metodología de esta investigación

basada en la imagen y el paisaje urbano es un hecho reciente si se consideran los valores de la ciudad como algo que no es efectivamente tan mutante.

Aunque existan iniciativas e implementaciones urbanas en este sentido es preciso sistematizar experiencias que aún no han sido debidamente observadas. Es el caso del objeto de esta investigación, la playa de Copacabana, construida a través de símbolos urbanos marcados por el servicio de hotelería. Hay que destacar que una de las hipótesis establecidas puede enfrentarse al hecho de que la premisa de una imagen urbana “planeada” anticipadamente no se dio en el caso de Copacabana, cuando se habla de la construcción de la ciudad a partir de sus atributos de imagen y paisaje.

Rio de Janeiro (Brasil) fue considerado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2013) como la primera ciudad en recibir el título de Patrimonio Mundial con Paisaje Cultural Urbano. Probablemente la playa de Copacabana y sus hoteles contribuyeron con esto. Se observa entonces la necesidad de enumerar las posibles explicaciones de la creación de esa “porción” de imagen urbana construida.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Aunque sea posible hacer efectivas las contribuciones de la imagen y el paisaje urbano como atributo para proyectar la ciudad a partir de las críticas al Movimiento Moderno de la urbanización, es preciso recordar que en 1882 Friedrich Ratzel (1882) publicó el primer volumen de su obra fundamental titulada *Anthropogeographie*, en la cual muestra la actividad humana (los primeros indicios de participación popular) en función del ambiente geográfico (entendido no sólo como físico y natural). De allí surge la “morfología social” en cuyo contexto se debaten las contribuciones de algunos sociólogos como Durkheim (y sus seguidores) y geógrafos (Gregotti, 2010: 61).

Pero la geografía encontró límites a la interpretación de la imagen y el paisaje urbano por tratarse de una ciencia del *presente espacial*. Por eso, muchas veces se desinteresaba de las lecturas formales de ese *presente* relacionadas con su significado; faltaba un carácter comunicativo estético (Gregotti, 2010: 64). Aunque en ese contexto se recordaba la obra seminal de Camillo Sitte (1899) acerca del papel referencial de la imagen urbana y su interrelación con la identidad ciudadana (por eso el ideal de considerar los deseos sociales) inferida sobre el valor estético de la ciudad.

De modo que la comprensión del paisaje urbano como objeto estético aparece en Lynch (2011) y sus colaboradores del IMT (Massachusetts Institut of Technology). Se debe destacar que la metodología de esos trabajos se amparaba en una estadística acerca del usuario en relación a la imagen urbana (la contribución efectiva del ciudadano participativo en el “diagnóstico” de la ciudad). Las limitaciones de esta metodología residen en evitar el rol del significado defendido por los autores

que lo preconizan (Gregotti, 2010:71). De esta manera los trabajos de Lynch (2011) se complementan con las contribuciones de la interpretación semiológica y semiótica.

En el caso de la semiología (surgida en Francia con Ferdinand de Saussure) se puede considerar la tradición crítica del estructuralismo lingüístico como interpretación de la forma de la ciudad en los trabajos de Françoise Choay (1965), Richard L. Meyer (1962) y Kees & Ruesh (1956). En el caso de la semiótica (surgida en Estados Unidos con Charles Sanders Peirce) se preocupa por la lógica del lenguaje específico del *espacio* yendo más allá de una comparación verbal escrita como en la semiología. En Brasil el pensamiento de Peirce (1999) motivó (de modo específico e innovador) las contribuciones de Lucrecia D'Alessio Ferrara (1988, 1999a, 1999b) sobre los significados urbanos.

Cullen (1983) propone que al introducir los hechos del mundo contemporáneo a la imagen de la ciudad (publicidad, cableados, nuevas tipologías edificadas, carreteras, infraestructura, etc.) se pueden intensificar sus características identitarias; preocupándose esencialmente por la sintaxis y la morfología urbana (Gregotti, 2010: 84).

Trieb & Schmitd a través de sus trabajos sobre urbanización y su consecuente enseñanza de urbanismo, desarrollaron una metodología para la imagen de la ciudad que utiliza la representación geométrica secundaria del espacio urbano para interpretar las condiciones imaginarias de las situaciones estudiadas. Para esto realizaron proyectos que garantizaban la calidad de la imagen de la ciudad (Kohlsdorf, 1996: 136-170).

Los estudios de Cullen (1983) y Lynch (2011) (y sus "herederos" intelectuales) fueron sistematizados, inventariados, reinterpretados y hasta criticados por Vicente Del Río (1990) y Maria Elaine Kohlsdorf (1996); dejando sus influencias en las investigaciones sobre morfología, paisaje e imagen urbana en el contexto brasileño.

En este sentido, un sistema de caracterización morfológica urbana es un conjunto instrumental de *representación* de los atributos morfológicos relevantes con la intención de evaluar el desempeño topocectivo de *lugares*. La caracterización morfológica busca una síntesis de estructuras compuesta por características esenciales. La caracterización morfológica de lugar es una descripción de las variables incidentes en su comportamiento y permite orientar a los individuos hacia la identificación a través del espacio configurado (Kohlsdorf, 1996: 74-75).

Para Kohlsdorf (1996) la descripción de los métodos conocidos (mapas mentales, perfil de polaridad y diferencial semántico) no infiere suficientemente sobre el nivel de formación de la imagen mental, porque no investigan efectivamente las posibilidades cognitivas contenidas en la forma urbana en sí; debido a que su correspondencia con la forma real del espacio depende de la capacidad cognitiva y de representación del observador.

Rossi (1995) se sirve de las teorías de Lynch para explicar sus categorías de análisis en cuanto a la imagen urbana de las arquitecturas de la ciudad. Para definir un barrio el autor se apropia de la teoría de Lynch (2011) que lo define como una región de medio o gran porte de una ciudad, reconocible por sus características comunes y peculiaridades de diversas naturalezas. Está constituido por el área de residencias relacionada con la forma urbana que representa el modo de vida, las costumbres, los gustos y los hábitos de un pueblo, que sólo se modifican después de largos períodos de tiempo. La localización de la residencia se relaciona con los factores geográficos, morfológicos, históricos y económicos de la ciudad.

Los monumentos (puntos focales para Lynch) dan carácter a las naciones, civilizaciones y épocas; son representados por los conjuntos de arquitecturas monumentales que expresan poder en nombre del Estado o la religión y conforman un elemento de permanencia convirtiéndose en obras de arte porque poseen mayor valor que la memoria. Para definir una ciudad antigua se acude a los monumentos y construcciones urbanas, pues son símbolos de referencia del tiempo y el espacio. La condición de “monumento” para Rossi (1995) podrá vincular la legibilidad de un *tipo* en la ciudad (iglesia, foro, escuela, museo, etc.) al cual se atribuye una *tipología* capaz de identificar una sintaxis específica en la historia, sea por las técnicas constructivas o la organización espacial. El problema estaría en el hecho de que un *tipo* opere en la condición de *modelo* (cuando la arquitectura del presente “copia” una *tipología* del pasado). Carecería de interés para la historia y no se podría denotar su tiempo.

Si los atributos de forma y significado enumerados por los diversos autores se verifican en la imagen de la ciudad es posible inferir que ésta puede ser dotada de *hospitalidad* urbana. Para Grinover (2007: 82) la *hospitalidad* es un “don” del espacio que porta símbolos de accesibilidad, legibilidad e identidad (Grinover, 2007: 123), atributos ya sistematizados por Lynch (2011) y Cullen (1983).

Las teorías más recientes sobre la imagen urbana pueden ser vinculadas al debate acerca del análisis del significado o la forma urbana. Crisman (2006) cuestiona si el significado generado por la imagen urbana sería el mismo en los diferentes repertorios culturales de quienes “habitan” la ciudad, considerando a los turistas de otras culturas. De esta manera, existe una formación de la imagen urbana como significado y cognición (después de su recepción sintáctica en la mente) hecha esencialmente por el *individuo* (Stern & Krakmer, 2010). Así, las estrategias del city marketing o del trade turístico de una ciudad, consideradas como generalizaciones del repertorio por los receptores de la imagen urbana, pueden ser cuestionadas porque poseen implicaciones sociales y políticas atribuidas al poder público promotor de ese *city marketing* (Paddison, 2014).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La imagen urbana es entendida como un dato no verbal que caracteriza al *espacio* socialmente construido como generador de información. Se parte de la lectura del *espacio* y su representación (fotografías, plantas, cortes, perspectivas, etc.) para lograr nuevas hipótesis. Por tratarse de un sistema espacial es notoria su *plurisignificación* inherente, originando una gama de interpretaciones con diversas posibilidades relacionales. Se debe considerar que el método no se inicia con la formulación de una teoría que es aplicada al objeto con el fin de *deducir* alguna relación teórica, sino que se parte del *objeto* representado como generador de nuevas interpretaciones.

Así, se hace necesaria una lectura ambiental de la imagen de la ciudad representada gráficamente y del material iconográfico referente al objeto de estudio. Resultan útiles los estudios sugeridos por Lynch (2011) y Cullen (1983) acerca de la imagen urbana: mapas mentales y visión serial a partir del relevamiento fotográfico, así como el análisis de la forma arquitectónica de los hoteles y su morfología urbana. Se realizó en internet un “barrido” en busca de fuentes iconográficas y documentos en los portales oficiales brasileños que publican tesis sobre la imagen de Copacabana. La delimitación del tiempo para abordar el objeto fue el surgimiento de Copacabana como balneario y destino turístico en Rio de Janeiro. Se relevaron las publicidades de paquetes turísticos de los diferentes hoteles estudiados y se hicieron visitas técnicas para llevar a cabo el relevamiento fotográfico. La fotografía sola no comprende el factor primordial del análisis sino que es radical para la lectura ambiental visitar el lugar.

Las metodologías de Lynch (2011) y Cullen (1983) solas pueden limitar la interpretación porque hacen referencia esencialmente al rol semántico. Se debe agregar el valor sintáctico del lenguaje visual urbano considerando los principios de la sintaxis de la imagen urbana y sus atributos de color, tono, textura, tamaño y proporción, además de sus componentes interrelacionales.

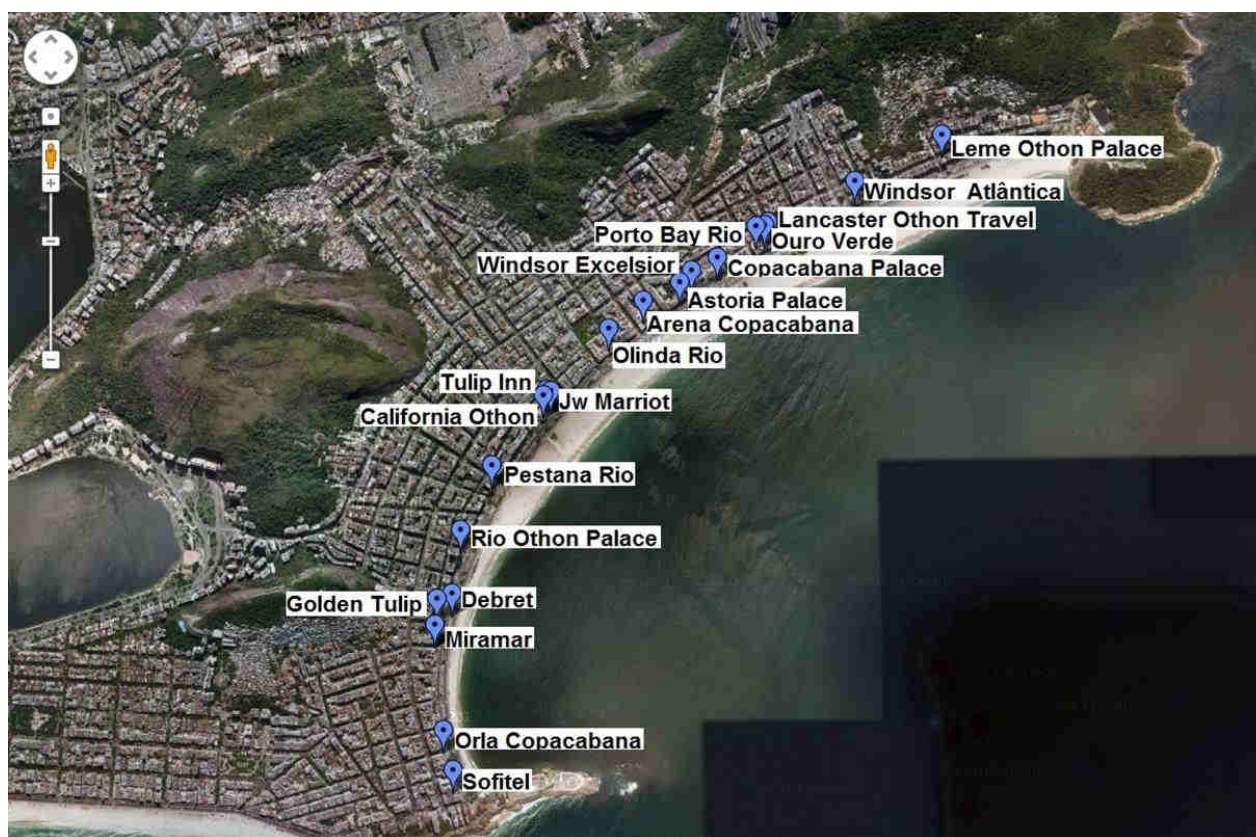
ESTUDIO DE CASO: HOTELES DE LA PLAYA DE COPACABANA (RIO DE JANEIRO)

Las categorías del análisis morfológico de la arquitectura de los hoteles son: forma, composición, estilo arquitectónico, proporción, escala, materiales, texturas, color, iluminación, grafía, diseño del edificio, implantación de la edificación y retrocesos frontales respecto de la línea de acera. Las categorías de análisis para los significados de la arquitectura de los hoteles de la orla de Copacabana inspiradas por Lynch (2011) son: legibilidad, mojones, sendas, “nodos” urbanos, barrios y límites; y las inspiradas por Cullen (1983) son: visión serial, “silueta” urbana, apropiación del espacio, división del espacio urbano y “detalles” urbanos.

Análisis de la forma de los hoteles de la playa de Copacabana

En 2013 la playa de Copacabana en Rio de Janeiro presentaba 20 hoteles a lo largo de la costanera de la Avenida Atlântica (Figura 1 y Figura 2). En una primera visita al lugar de estudio se relevaron 12 de ellos por presentar características peculiares de forma, tamaño, proporción, escala, texturas, colores, tonos, etc., que los diferenciaban a lo largo de la avenida: Leme Othon Palace, Windsor Atlântica Hotel, Porto Bay Rio International Hotel, Copacabana Palace Hotel, Windsor Excelsior Hotel, Arena Hotel, JW Marriot, Pestana Rio Atlântica, Rio Othon Palace, Orla Copacabana Hotel y Sofitel Rio de Janeiro. Estos hoteles formaron parte del análisis de la sintaxis visual de la imagen urbana.

Figura 1: Imagen aérea de los hoteles de la playa de Copacabana (Rio de Janeiro)



Fuente: www.earth.google.com (Montaje: Charline Carelli)

El Hotel Leme Othon Palace está localizado en la Avenida Atlântica, lejos del ruido y la agitación característicos de Copacabana. Se ubica en el barrio de Leme y su nombre hace referencia a él. La implantación del hotel configura una peculiar esquina en la cual se entrelazan caminos en ambos sentidos de la Avenida Atlântica y la calle lateral sobre la cual se ubica el hotel. El acceso oblicuo a la calle también marca la diferencia en este hotel de la Avenida Atlântica (Figura 3).

Figura 2: Fachadas de los hoteles de la playa de Copacabana (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico y montaje de Priscilla Gastaldi

Figura 3: Fachada de la esquina del Hotel Leme Othon Palace (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografía de Luciano T. Tricárico

El edificio del hotel, revestido en piedra blanca, indica cierta monumentalidad (proporción y escala mayor que los edificios de su entorno inmediato); marcando la presencia del hotel como una imagen fuerte para el barrio de Leme (Figura 4).

Figura 4: Fachada del Hotel Leme Othon Palace (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Windsor Atlântica es un mojón visual dada su dimensión en forma vertical (Figura 5). Indica el ingreso a la Avenida Princesa Isabel (donde se implanta el hotel), transversal a la Avenida Atlântica, que es una importante vía de acceso a otros barrios de la ciudad. También es una referencia para el barrio de Leme. Posee un pórtico de estructura metálica y grandes letreros con el nombre del hotel (Figura 6). Los materiales constructivos y de revestimiento diferenciados de la mayoría de los edificios de la Avenida también le dan especificidad visual al hotel. La esquina se caracteriza por el uso de vidrio hasta el suelo marcando transparencia e interacción entre el espacio público y el ambiente interior, lo que también la diferencia de otras esquinas de la avenida.

Figura 5: Tres imágenes del Hotel Windsor Atlântica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Figura 6: Dos imágenes de la esquina del Hotel Windsor Atlântica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Porto Bay además de ser proporcionalmente mayor que los edificios que lo rodean, está revestido en piedra de color marrón y vidrios espejados. Posee un letrero de identidad visual que lo diferencia en medio de los tonos monocromáticos blancos de Copacabana (Figura 7). La forma redondeada de la esquina se diferencia de la homogeneidad ortogonal que caracteriza a los edificios de la Avenida Atlântica.

Figura 7: Secuencia de imágenes de Porto Bay en la Avenida Atlântica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Copacabana Palace puede ser definido por su monumentalidad horizontal, pues su planta no es mayor que la de los edificios que lo rodean. Posee una gran masa edificada asentada horizontalmente sobre la planta baja y construida en estilo neoclásico y *art decó*. Lo caracterizan de manera única la simetría, los elementos decorativos de la fachada, las texturas y los volúmenes entrantes y salientes (Figura 8).

Figura 7: Secuencia de imágenes de Porto Bay en la Avenida Atlántica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Figura 8: Secuencia de imágenes del Hotel Copacabana Palace (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: arquitectura neoclásica y *art decó* de la fachada y detalles decorativos de la fachada



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Dos grandes vacíos urbanos proporcionados por la arquitectura de este hotel lo caracterizan como un espacio diferenciado en el paisaje urbano, ya que la mayoría de las edificaciones de la avenida se encuentra “pegada” a la línea de la acera, sin retroceso frontal. Su diferencial está dado por la “generosidad” del alejamiento del edificio de la calle y el vacío sobre la piscina del hotel (Figura 9).

Figura 9: Secuencia de imágenes del Hotel Copacabana Palace (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: retroceso frontal de la entrada y vacío urbano generado por la piscina del hotel



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Otro hecho que da una espacialidad diferenciada es la transparencia de la fachada principal hasta el suelo, la comunicación visual de los letreros con el nombre del hotel y el colorido de las banderas de diversos países sumadas a la de Brasil en la parte superior del edificio (Figura 10).

Figura 10: Secuencia de imágenes del Hotel Copacabana Palace (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: transparencia de las tiendas en la fachada y banderas de varios países



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Windsor Excelsior se impone sobre una esquina de la Avenida Atlântica con sus dimensiones superiores a las de los edificios de su entorno. Presenta una fachada simétrica junto a la acera de la avenida y junto a la calle lateral sobre la cual se implanta. También los vidrios espejados lo diferencian del resto (Figura 11).

Figura 11: Secuencia de imágenes del Hotel Windsor Excelsior (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica y fachada junto a la calle lateral



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Arena Hotel posee esencialmente vidrios espejados azules en su fachada, los cuales reflejan la imagen de la playa de Copacabana y junto con los letreros rojos de su identidad visual logran el equilibrio visual ponderado por los colores fríos de los cristales (Figura 12).

Figura 12: Secuencia de imágenes del Arena Hotel (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica, fachada de la esquina y detalle de la fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel JW Marriot se constituye como un mojón debido al lenguaje posmoderno de su arquitectura, en medio de la predominancia de arquitecturas modernistas en la Avenida Atlântica. Posee simetría, color, revestimientos contemporáneos diferenciados, pórtico de entrada, gran proporción y escala en la altura y la base del edificio, destacados letreros en la fachada y detalle visual geométrico en forma de triángulo en la fachada (Figura 13).

Figura 13: Secuencia de imágenes del JW Marriot Hotel (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la avenida Atlântica y detalle de la fachada con pórtico de la entrada.



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Pestana Rio Atlântica se compone de los elementos distintivos de los edificios de su entorno como simetría, proyección de volúmenes en los balcones creando “rugosidades” y “texturas” y letreros de identidad visual en la fachada frontal y lateral del edificio (Figura 14).

Figura 14: Secuencia de imágenes del Hotel Pestana Rio Atlântica (Rio de Janeiro)

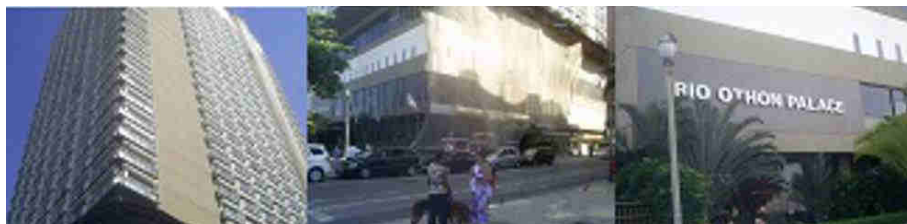
De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la avenida Atlântica y detalle de la fachada lateral a la avenida



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Rio Othon Palace posee una arquitectura proporcionalmente mayor a la de los edificios de su entorno. Dicha monumentalidad está marcada por elementos repetitivos en la composición de su fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica. Tiene dos entradas (por la Avenida Atlântica y por la Calle Xavier da Silveira) que destacan la esquina con cubiertas y pórticos. Los letreros de comunicación visual corporativa también le dan un carácter peculiar al paisaje de la costanera (Figura 15).

Figura 15: Secuencia de imágenes del Rio Othon Palace (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: fachadas, esquina y detalle de letreros de identidad visual



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Orla Copacabana Hotel con su fachada simétrica posee como materiales constructivos vidrios espejados y placas de aluminio, además de una cubierta que se proyecta hacia la acera de su entrada, poblada de banderas. Todos estos elementos organizados distinguen este hotel en el paisaje de su entorno inmediato (Figura 16).

Figura 16: Secuencia de imágenes del Rio Orla Copacabana Hotel (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: fachada principal y detalle de entrada cubierta



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Sofitel Rio de Janeiro con su forma curva en la esquina, quiebra el carácter ortogonal de la mayoría de los edificios de la costanera. Posee otros elementos constructivos y de morfología urbana que también le aportan peculiaridad: calle interna con comercios, un gran recorte frontal del edificio que le da mayor visibilidad al hotel, un gran vacío entre dos torres que conforman el hotel, fachadas con salientes y entrantes, texturas y “rugosidades” a diferencia de los volúmenes planos predominantes en la arquitectura de la avenida y el colorido de las banderas (Figura 17). Sin contar la ubicación geográfica del hotel, al final de la bahía urbanizada, como “entrada” a los barrios de Arpoador e Ipanema.

Figura 17: Secuencia de imágenes del Hotel Sofitel en la playa de Copacabana

De izquierda a derecha: esquina con curvatura de la arquitectura, espacio central vacío en el cuerpo del edificio y calle con comercios en la fachada

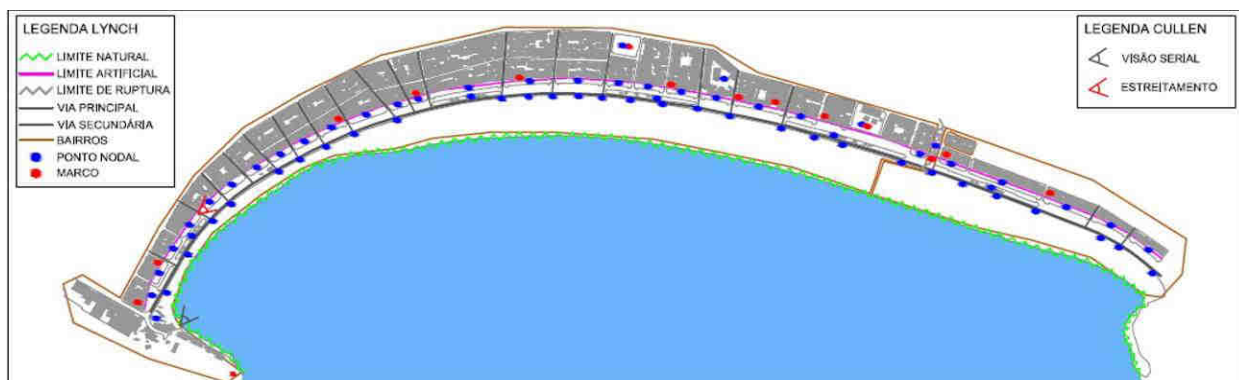


Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Análisis de los significados urbanos

El análisis sintáctico anterior propone y justifica la interpretación de cada uno de esos hoteles estudiados como “marcos o mojones urbanos” (Lynch, 2011). La secuencia de visiones seriales denota “antítesis” espaciales evocadas por ejemplo por la inmensidad de la vista al mar contrapuesta al estrechamiento impuesto por el “paredón o muro” de los edificios. Las visiones seriales de Cullen (1983) comprenden una complejidad de sucesivas contraposiciones de las torres de los edificios a lo largo de la costanera edificada de Copacabana. Los alineamientos y agrupamientos ofrecen una mirada atenta que sigue un recorrido y provocan la elevación de ese mirar. Entonces, se trata de una ciudad con gran imaginación que se caracteriza por proporcionar una fácil identificación y estructuración visual (Figura 18). Hay que destacar que el “paredón o muro” pierde su masa homogénea por la diferenciación que la sintaxis de los hoteles puede proporcionar.

Figura 18: Mapeo de la orla de Copacabana (2013) mediante las metodologías de Kevin Lynch (2011) y Gordon Cullen (1983)



Fuente: Elaboración de mapeo Priscilla Gastaldi

Según Caderman (2010: 39) para Lynch la presencia de elementos construidos (“paredón o muro” vertical) o naturales (horizontalidad de la playa y el mar) ayuda a crear la referencia de una imagen fuerte en el medio urbano, permitiendo al residente o al turista su orientación y la apropiación del espacio (Figura 19).

Figura 19: A la izquierda vista del estrechamiento y a la derecha vista de la “revelación” (Gordon Cullen) a partir de la visión serial en Copacabana



Fuente: Google Earth Street

La singularidad, otra categoría observada por Lynch, puede ser entendida por la claridad y nitidez entre el “muro o pared” y la playa y el mar. La simplicidad de la forma según Lynch puede ser garantizada por la síntesis visual de la masa edificada, de la “pared” de edificios. El alcance visual está proporcionado por la “revelación” y la amplitud visual de la bahía (Figura 19). Cullen podría afirmar que la perspectiva de la costanera de Copacabana “edificada” provoca una sensación de delimitación, definida como “idea de estrechamiento”. *“Las paredes edificadas provocan una sensación de presión y constricción a los peatones”* (Cullen, 1983: 40). Esta sensación también genera la expectativa de llegada. Lynch las definió como “fronteras, barreras o límites”, responsables de delimitar una región de otra. Pueden ser más o menos penetrables y le dan unidad visual a la imagen del lugar, como la síntesis de la unidad visual del “muro”; aunque éste se hace permeable a través de las calles laterales a la avenida, “anunciadas” por los hoteles que destacan sus entradas (dadas sus características sintácticas diferenciadas del “paredón o muro”).

Otro elemento presente en la teoría de Lynch y que es recurrente en la orla de Copacabana es el punto focal. Diversas prolongaciones en la parte frontal de algunas cuadras de la orla (con el retiro de los hoteles) diferencian la relación de la edificación con la calle y definen una situación que surge como “confirmación” del *lugar*, pues los volúmenes salientes y entrantes del terreno causan sorpresa y el observador toma conciencia de la llegada al aparecer el vacío urbano. También se comprueba la teoría de Cullen (Caderman, 2010: 43) al afirmar que la condición de la edificación retirada de la acera puede convertirse en un mojón dentro de la imagen de una vía, ya que a pesar de ser un modelo repetido se puede lograr un espacio particularizado y convertido en un punto visual distintivo (Hotel Copacabana Palace y Hotel Sofitel).

Cabe destacar que el límite entre los barrios de Copacabana y Leme garantiza su legibilidad mediante la Avenida Princesa Isabel y la verticalidad monumental del Hotel Windsor Atlântica. Así, no toda la costanera es un símbolo de las representaciones mediáticas que enfatizan la identidad e imagen de la ciudad de Rio de Janeiro que impera en el mundo, “inspira” poesías como la *“princesinha do mar”* (música de Braguinha y Alberto Ribeiro) y vive en postales que identifican el destino Rio de Janeiro. En algunas ocasiones esas postales reproducen específicamente al Hotel Copacabana Palace, que también adquirió “visibilidad” por haber recibido a jefes de estado, reyes, reinas, príncipes, princesas, estrellas del cine y el rock, entre otros.

En 1985 se proyectó la demolición del Hotel Copacabana Palace pero fue declarado patrimonio histórico-arquitectónico por los ámbitos federal (IPHAN), estadual (INEPAC) y municipal (SEDREPAHC) (Wikipedia, 2013). En tanto que series televisivas como “CopaHotel” (red de televisión GNT) denotan la importancia del significado de los hoteles de Copacabana. Este significado o valor también aparece en la vida cotidiana de las personas. Al tomar el bus del Aeropuerto del Galeão que va hacia Rio de Janeiro los turistas y los residentes al pasar por los barrios de Copacabana y Leme, le dicen al conductor: “déjeme en el Windsor”, “déjeme en el Copa” o “bajo en el Sofitel”. Esto significa que se trata de hoteles que funcionan como referencia de *lugares*.

Resultados posibles

Para Lynch (2011) la percepción es estimulada por la diferenciación de las arquitecturas y en este caso estudiado es evidente la “diferenciación” que la sintaxis visual de los hoteles puede ofrecer a lo largo de la costanera de Copacabana. El hecho de que estos hoteles favorezcan la percepción los convierte en un condicionante para una ciudad más hospitalaria.

[...] La ciudad se torna más hospitalaria en la medida en que el usuario la “lee” con más facilidad y sus elementos constitutivos son percibidos e interpretados sin grandes esfuerzos [...] Se estudian los elementos destacados del paisaje urbano, aquellos que presentan individualidades, trazos de singularidad, puntos particulares y específicos del paisaje, que diferencian y caracterizan el espacio urbano que está siendo estudiado. Esto parece ser un punto fundamental de las características de la hospitalidad, ya que ella vive de las especificidades de los lugares” (Grinover citado por Dias, 2002: 35-36).

Si los hoteles pueden vincularse el ideal de *hospitalidad* también pueden a partir de este estudio hacer evidente el atributo de *hospitalidad* como imagen urbana. La *hospitalidad* de la ciudad está marcada por la memoria de símbolos espaciales (monumentos, arquitecturas, plazas, parques infantiles, etc.) como experiencia social colectiva y para el turista la memoria de la imagen del hotel puede ser un símbolo socialmente construido, considerando la recurrencia de postales que caracteriza al Hotel Copacabana Palace.

El Hotel Copacabana Palace a partir de la interpretación de Aldo Rossi (*tipo, tipología y modelo*) puede constituirse en un *modelo*. Así, surge el problema acerca de una arquitectura neoclásica que no denotaría su tiempo ya “moderno” en 1923 cuando se inauguró. No obstante, por haber sido edificado en un estilo diferenciado del resto de la arquitectura modernista que predomina a lo largo de la orla de Copacabana, se convirtió en mojón y hasta en *monumento*. De esta forma, existe un embate cuestionable en el trabajo de Aldo Rossi a partir del empirismo de la condición de imagen urbana del Hotel Copacabana Palace.

CONSIDERACIONES FINALES

Las conclusiones y el debate de los resultados muestran la debida interacción entre los análisis de forma y significado. De manera genérica, se percibe que el cambio de las sintaxis visuales de las arquitecturas a lo largo de la playa de Copacabana es un valor específico dado por los hoteles; a diferencia del resto de los edificios de estilo modernista. Esto quizá se debe a que la lógica del emprendimiento hotelero exige la comunicación de una “eficiencia” signada por la sustentabilidad y la automatización, aspectos simbólicos e identitarios propios de una arquitectura posmoderna. Parece que sólo fue posible crear los “símbolos hoteles”, porque existe una homogeneidad de la imagen urbana construida por la arquitectura modernista de entonces. En este sentido, esta arquitectura modernista contribuye a exaltar y referenciar el mojón urbano en los términos de Lynch (2011).

Se puede interpretar que la diversidad de la imagen urbana a lo largo de la playa de Copacabana es garantizada por las diferentes sintaxis visuales específicas de los diferentes hoteles en medio de la homogeneidad de diseños, alineamientos, texturas y colores de los edificios, la arena, el mar y el cielo. Según Cullen (1983) es la diversidad de imágenes urbanas la que caracteriza un paisaje. Así, hay que reconocer el rol de los hoteles como promotores de esa caracterización del paisaje urbano. Los hoteles demandan una imagen de contemporaneidad a través de sus materiales, revestimientos y construcciones (pórticos, vidrios laminados y espejados, placas de aluminio, etc.) en oposición a la predominancia de la identidad modernista de la arquitectura de cemento y vidrio. Estos hoteles caracterizan la imagen o imaginario (a partir de esta imagen de ciudad) *en la ciudad y de la ciudad* (Ferrara, 2000: 118); teniendo en cuenta un cúmulo de representaciones y mediatizaciones de esos hoteles de la playa de Copacabana (postales, folletos, posters, vídeos, cine, etc.). Dicha apropiación también se debe a que es una imagen pública junto al espacio público de la calle “(...) *que consagra y hace circular valores, marcas, referencias e identidades urbanas (...)*” (Ferrara, 2000: 120). No por nada el mercado inmobiliario, la hotelería, la especulación inmobiliaria, el marketing y el poder público entre otros, se valen del “retrato” más “fotogénico” de la ciudad (y los “devaneos” del imaginario) como herramienta de representación de sus poderes (Ferrara, 2000: 129).

Por otro lado, la imagen de la ciudad mediatizada por los diferentes medios de comunicación (*representada*) puede traducirse en símbolo de la “homogeneización” y “corrección” de una imagen de la ciudad real (a veces ilegible, pero vivenciada por el ciudadano o el turista), en medio de una especie de conformismo justificado por aquella imagen de ciudad “iluminada” por los medios (Ferrara, 2000: 130).

Desde el punto de vista de la metodología aplicable a la playa de Copacabana su paisaje edificado se presenta como soporte empírico que demuestra el valor de los trabajos de Lynch (2011) y Cullen (1983). Para Cullen (1983) y Venturi (2003) los letreros cumplen un fuerte rol comunicativo en el paisaje del “paredón o muro” construido en la playa de Copacabana, como símbolo de la arquitectura posmoderna. En este sentido, la “máxima” de Sennet (1999) acerca de la decadencia del

hombre y el espacio público en la posmodernidad es puesta en tela de juicio porque en el turismo el espacio público es el soporte para el flujo del turista; quien a través de éste se introduce en la ciudad visitada. Por eso, surge la preocupación por el espacio público incentivada directa o indirectamente por el trade turístico, incluyendo el entorno inmediato de las edificaciones de los hoteles (aparece aquí el empirismo de la playa de Copacabana como posible denotación de ese sesgo interpretativo). Surge el espacio público como una necesidad de las ciudades.

De forma general, se puede interpretar que las prácticas de hospitalidad (de los hoteles y urbana) contribuyen con otras configuraciones de ciudad que *no* es la de los llamados “*no lugares*”. Dias (2002: 99) señala que el término “hotel” es de origen francés y hace referencia a toda edificación urbana pública o privada con características suntuosas e imponentes en relación a las otras construcciones de la ciudad; y cita como ejemplos: Hotel des Invalides (edificio que desde 1670 albergaba oficiales y soldados inválidos), Hotel de Postes (correos), Hotel des Finances (institución financiera), Hotel de Monnaie (casa de la moneda), Hotel de Ville (prefectura) y Hotel de Dieu (fundado como hospital en 1443 hoy alberga un museo denominado Hospicio de Beaune y sede de la subasta anual de los vinos Beaujolais Nouveau). También resultaron espacios para la realización de grandes eventos sociales. Muchos hoteles se convirtieron en la *representación* de la ciudad, nación, región y hasta continente, como el Hotel Grand National que se transformó en uno de los más elegantes hoteles del continente europeo por organizar eventos especiales en sus salas y salones, frecuentados por las “damas” de la alta sociedad. Muchos restaurantes de hoteles pasaron a ser el punto de encuentro para tomar las decisiones políticas de la ciudad y las personas pasaron a frecuentarlos con la intención de “ver y ser vistas” (Dias, 2002: 107-109).

Los hoteles pueden *representar* toda una espacialidad. Muchas ciudades norteamericanas se hicieron conocidas y reconocidas en el mundo, sin hablar de la identidad para con sus habitantes, por la imagen urbana que sus hoteles lograron construir. Esto sucedió en Chicago con el Hotel Palmer House, en Nueva Orleans con los hoteles Saint Charles y Saint Louis, en Saint Louis con el Planter's Hotel, en San Diego con el Hotel del Coronado y en Washington y Buffalo con la extravagancia y opulencia de la arquitectura de los hoteles que se convirtió en símbolo de la ciudad (Walker, 2002: 14). Así, también sucedió con las experiencias brasileñas: el Hotel Renar en Friburgo/SC; el Hotel Palace Casino en Poços de Caldas/MG; el Grande Hotel Petrópolis en Petrópolis/RJ; el Palace Hotel de Caxambu/MG y el Copacabana Palace en Rio de Janeiro/RJ.

Las metodologías de Lynch (2011) y Cullen (1983) podrían ser aplicadas a los turistas e incluso a los ciudadanos en general, pero en esta investigación no se llevó a cabo. Por lo tanto se sugiere para futuros estudios.

Agradecimiento: Investigación financiada por el CNPq (Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico) a partir de 2013, el programa de becas del Artículo 170 del Gobierno del Estado de Santa Catarina y la ProPPEC (Prorectoría de Investigación, Posgrado, Extensión y Cultura) de la

UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí, SC) en 2012. Se agradece la colaboración de Raquel Gastaldi Dias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boullón, R. C.** (2000) "Planejamento turístico". EDUSC, Bauru
- Caderman, R.** (2010) "Por dentro de Copacabana: descobrindo os espaços livres do bairro". Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Arquitetura. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro
- Choay, F.** (1965) "L'urbanisme: utopies et réalités". Editions du Seuil, Paris
- Crisman, P.** (2006) "Outside the frame: a critical analysis of urban image surveys". *Places* 18(3): 38-43
- Cullen, G.** (1983) "Paisagem urbana". Edições 70, Lisboa
- Del Río, V.** (1990) "Introdução ao desenho urbano no processo de planejamento". Pini, São Paulo
- Dias, C. M. de M.** (2002) "Hospitalidade: reflexões e perspectivas". Manole, Barueri
- Ferrara, L. D.** (2000) "Os significados urbanos". Edusp/FAPESP, São Paulo
- Ferrara, L. D.** (1999a) "Os significados urbanos". Edusp/FAPESP, São Paulo
- Ferrara, L. D.** (1999b) "Olhar periférico: informação, linguagem, percepção ambiental". Edusp, São Paulo
- Ferrara, L. D.** (1988) "Ver a cidade". Nobel, São Paulo
- Gregotti, V.** (2010) "Território da arquitetura". Perspectiva, São Paulo
- Grinover, L.** (2007) "A hospitalidade, a cidade e o turismo". Aleph, São Paulo
- Jacobs, J.** (2000) "Morte e vida das grandes cidades norte-americanas". Martins Fontes, São Paulo
- Kees, W. & Ruesch, J.** (1956) "Non verbal communication. Notes on the visual perception of human relations". University of Califórnia Press, Los Angeles
- Kohlsdorf, M. E.** (1996) "A apreensão da forma da cidade". Editora da Universidade de Brasília, Brasília
- Lynch, K.** (2011) "A imagem da cidade". Edições 70, Lisboa
- Meyer, R. L.** (1962) "A communication theory of urban growth". Joint Center, New York
- Paddison, R.** (2014) "City marketing, image reconstruction and urban regeneration". Recuperado em 20 junho, 2014, de <http://usj.sagepub.com/content/30/2/339.abstract>
- Peirce, C. S.** (1999) "Semiótica". Perspectiva, São Paulo
- Ratzel, F.** (1882) Recuperado em 27 junho, 2014, de <https://archive.org/stream/anthropogeograp02ratzgoog#page/n0/mode/2up>
- Rossi, A.** (1995) "A arquitetura da cidade". Martins Fontes, São Paulo
- Sennet, R.** (1999) "O declínio do homem público: as tiranias da intimidade". Cia. das Letras, São Paulo
- Sitte, C.** (1935) "Der Städtebau nach seinen künstlerischen Grundsätzen". Amalthea-Verlag, Wien

Stern, E. & Krakmer, S. (2010) "The formulation of composite rrban image". Geographical Analysis 25(2). Recuperado em 25 junho, 2014, de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1538-4632.1993.tb00285.x/pdf>

UNESCO (2003) "Proteção do patrimônio na UNESCO: ações e significados". João Batista Lanari Bo, Brasília

Venturi, R. (2003) "Aprendendo de Las Vegas". Cosac Naify, São Paulo

Walker, J. R. (2002) "Introdução à hospitalidade". Manole, Barueri

Wikipédia (2013) Disponible em http://pt.wikipedia.org/wiki/Copacabana_Palace; acessado em 15/11/2013

Recibido el 20 de abril de 2014

Reenviado el 01 de julio de 2014

Aceptado el 01 de julio de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués