

In [*Ensaaios de Geografia Cultural*. [Essays in Cultural geography]
edited by João Sarmiento, Ana Francisca Azevedo and José Ramiro
Pimenta, Porto: Figueirinhas 134 p. ISBN 978-972-661-204-9]
pp.115-134

A transformação da paisagem irlandesa: o fim da Geografia?

Denis Linehan
João Sarmiento

*We are not living in a homogeneous and empty space but, on the
contrary, in a space that is laden with qualities, a space that may
also be haunted by fantasy...*

Michel Foucault, 1986:24

Introdução

A ideia de paisagem tem sido revista e reconceptualizada significativamente ao longo das últimas décadas, sobretudo no seio da Geografia anglófona. Desta forma, após um período em que a paisagem era interpretada como uma combinação hierárquica de componentes físicos e simbólicos numa vista estática, valorizando o visual e estético, tendo valores bem definidos e palpáveis, vemo-nos confrontados com interpretações bem menos assertivas e definitivas,

que procuram posicionar e enquadrar as paisagens em contextos mais complexos, dinâmicos e instáveis¹. Este artigo pretende discutir variadas representações da Irlanda contemporânea, posicionando-as nas recentes transformações das paisagem e identidade irlandesa, sobretudo em torno de Dublin, a sua capital, e contextualizando-as nas tendências contemporâneas de uma Irlanda global, inserida em processos económicos transnacionais, em redes virtuais, em discursos políticos, e numa Geografia que aqui apelidamos de desestabilizada. É dada especial atenção ao papel da arquitectura de City West, um novo parque tecnológico na periferia de Dublin, e à dialéctica que se estabelece entre localidade e globalidade.

Representações da Irlanda

As representações da paisagem irlandesa anteriores ao século XIX, destacavam predominantemente a pobreza, a barbárie e a hostilidade, sendo a Irlanda percebida, genericamente, de forma negativa (Whelan 1993). A ideia principal relacionava-se com um ambiente inóspito, áspero e parcialmente um testemunho do aspecto austero e monástico dos primeiros habitantes cristãos. Artistas e escritores representavam a Irlanda como exótica, sublime e pitoresca, apesar da pobreza e sujidade da maioria dos lugares representados. Foi através destes temas pitorescos que a vida rural foi re-imaginada para os residentes urbanos e foi construída a paisagem nacional. A figura humana foi subordinada à harmonia de uma natureza que foi humanizada por construções e história, sem ser extensamente povoada. Na Irlanda, e em particular no Oeste do país, a paisagem dominante era provida de lagos, montanhas, ruínas e camponeses trabalhando e povoando a paisagem. A paisagem agreste que não podia ser ‘aperfeiçoada’, e que não mostrava a ‘mão humana’, era normalmente vista como demasiadamente selvagem. No entanto, o conceito de sublime, possibilitou que a condição selvagem fosse incorporada no pitoresco.

Não foi portanto a ideia da natureza bucólica, mas sim o isolamento e a austeridade do campo que apelou aos nacionalistas culturais durante o Revisionismo Literário (Gibbons 1988). Estes encontraram uma dimensão estética na pobreza das pessoas. O Oeste da Irlanda transformou-se numa parte central da construção de um lugar que representava o coração simbólico do país, vital no contexto do nacionalismo irlandês. A Geografia inventada e fabricada desta região ilustrava uma beleza de paisagens genuínas, onde as influências da

modernidade eram mínimas, invocando a unidade mítica da Irlanda (Johnson 1993).

A *Gaelic League*² definiu este Oeste como a consciência cultural da ilha, uma região de beleza pura, onde as influências da modernidade eram mínimas (Johnson 1997). O Oeste era usado para representar a unidade da Irlanda, o guardião da autêntica identidade irlandesa (*Irishness*), preservada devido ao seu isolamento geográfico e codificada nas suas paisagens não industrializadas. Consequentemente, o mito do Oeste da Irlanda como um ‘lugar à parte’, foi usado como ponto de partida para um Estado Irlandês independente, estabelecido em 1922, como um passado que seria também um futuro (O’Toole 1997). A ideologia gaélica, católica de uma Irlanda irlandesa, foi adoptada como uma política cultural de um recente Estado irlandês sob Eamon De Valera. Em grande medida os discursos e representações construídos por estes grupos ignoraram a industrialização e urbanização (Johnson 1993 e 1997).

O aparecimento da Liga Irlandesa coincidiu com outros movimentos intelectuais importantes, como seja o Revisionismo Literário (Johnson 1997). Whelan (1993) sugeriu que a visão do Oeste irrompeu neste Revisionismo Literário Irlandês, especialmente nas obras de Synge e Yeats³, mas também noutros autores Anglo-Irlandeses. Estes intelectuais e líderes políticos ‘urbanos’, ajudaram a construir uma Irlanda romântica e a perpetuar o mito de que quanto mais para Oeste, mais em contacto se está com a Irlanda real. Para estas individualidades, o Oeste da Irlanda era ‘o selvagem, vigoroso, oposto anárquico do arranjado, organizado e da riqueza verdejante dos *Home Counties*. Para os pensadores nacionalistas, o Oeste opunha-se ao materialismo urbano e industrial inglês e dava acesso à Irlanda verdadeira’ (Nash em O’Connor e Cronin 1993: 45). Mas o revisionismo irlandês do virar do século não era um fenómeno rural. Foi criado num contexto urbano e para uma audiência metropolitana. Tal como O’Toole (1997) argumenta, a representação do campo era um acto muito político, que ajudou a criar uma sensação de coesão social num país que estava a tentar definir-se por antagonismo à Inglaterra.

No final dos anos 20 do século XX, a Irlanda iniciou, ainda que timidamente, o negócio da sua venda como um destino turístico. Empresas como a *Great Southern Railways*, encomendaram litografias de pintores como Paul Henry⁴, representando a Irlanda. Estas pinturas deviam ser percebidas em termos

de uma essência celta, o coração das paisagens nacionais e regionais. Significativamente, Henry foi também contratado para pintar paisagens representativas da nova organização de turismo da Irlanda do Norte. Uma Irlanda romântica na qual a figura humana quase desaparece, foi desta forma reforçada pelos escritores nacionalistas que misturaram o nacionalismo romântico com paisagens românticas de penhascos e nevoeiro (Brett 1994). A relação entre as representações de paisagem, vida humana e o ambiente dos pintores e escritores irlandeses, é uma imagem espelhada de atitudes colonialistas (Brett 1996).

A Irlanda e o Turismo

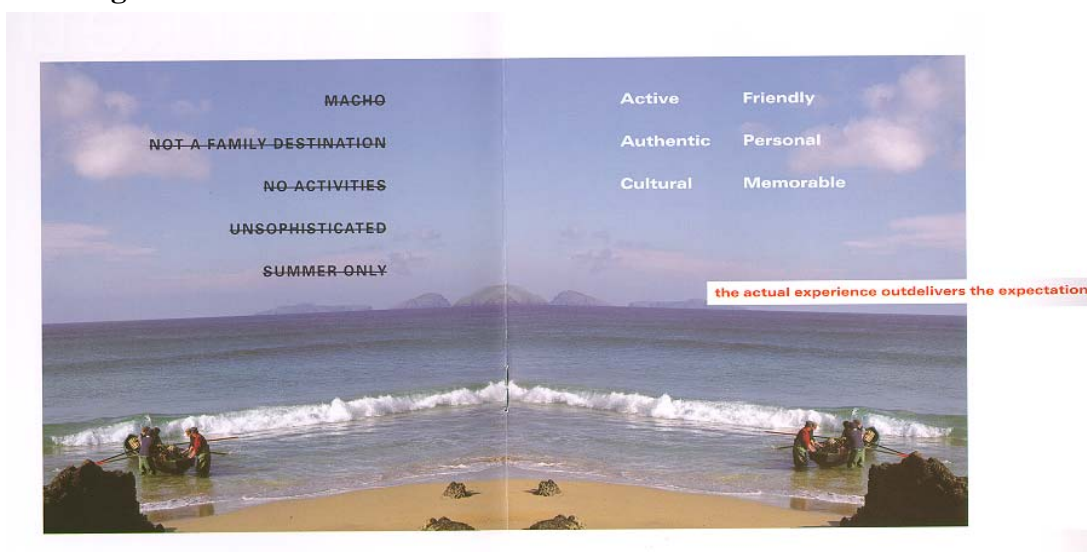
Até aos anos 80 do século XX as representações mais vigorosas da Irlanda relacionavam-se com ‘The troubles’, ou seja, os conflitos religiosos, étnicos, sociais e económicos na Irlanda do Norte. Estes, apesar de se restringirem territorialmente a apenas seis condados, eram hegemónicos no contexto global, projectando uma Irlanda não só rural, atrasada, periférica, mas também violenta, injusta sem solução, e espartilhada entre a vontade de uma elite política numa identidade e pertença europeia, e uma visão fatalista (e por certo irónica) de que o único aspecto que impedia o país de pertencer ao Terceiro Mundo era o clima. Esta última posição céptica coincidia com o colapso de muitas indústrias tradicionais nos anos 80 e com uma dívida *per capita* superior às existentes no México ou no Brasil.

A partir dos anos 80 do século XX, o número de visitantes à Irlanda cresceu de forma assinalável. Este foi o resultado, em grande medida, de uma prioridade atribuída pelo governo irlandês ao desenvolvimento do turismo. Ao mesmo tempo, em anos recentes, a Irlanda transformou-se num destino de moda. A campanha ‘Tourism Brand Ireland’ (TBI), lançada em 1996 teve o objectivo de promover e estabelecer uma marca/identidade própria na Irlanda-ilha como destino único. A imagem projectada foi, e ainda é, de um destino que compreende a totalidade da Irlanda. O documento *Investing in Strategic Marketing for Tourism* (1996a), do Bord Fáilte ‘estabelece a base para a formulação de uma estratégia sólida de marketing turístico para o milénio e para além deste’ (p.1)⁵. Esta publicação de elevada qualidade (em A4 e a cores), informa-nos de que ‘O que nos trouxe até aqui [...] não nos vai levar adiante’ (pp.2-5). Os objectivos do TBI eram os de ‘corrigir, ou aproximar, uma separação que se estava a abrir em certos mercados, entre a imagem e a realidade

da Irlanda’ (Link, Novembro de 1996: 2), ‘[...] afastando-se de imagens estereotipadas para imagens mais realistas’ (Bord Fáilte 1996a: 9). O Bord Fáilte (1996^a: 8-9) ilustra como existe uma necessidade de mudança de estereótipos de ‘Macho’, ‘Não ser um destino para famílias’, ‘Não ter actividades’, ‘Não ser sofisticado’, ser um destino ‘Só de verão’, para ideias de ‘Activo’, ‘Amigável’, ‘Autêntico’, ‘Pessoal’, ‘Cultural’ e ‘Memorável’ (Fig.1). A Irlanda tornar-se-ia então ‘uma experiência emocional’ (Bord Fáilte 1996^a: 10-11). Wooley (citado em Griffin 1997: 57), o director administrativo de marketing do Bord Fáilte, explica a ideia por trás do TBI: ‘Após anos de ‘diddle di’ esta mensagem diz ‘Ei! Acorda! A Irlanda transformou-se! Nós não paramos! É tratamento de choque!’’. Hogan, o director criativo do projecto TBI argumenta que ‘nós estamos a pintar um cenário que é cativante, emocional e diferente’ (Link Novembro de 1996: 5).

Significativamente, se compararmos a imagem da esquerda com a da direita (fig.1), vemos que o campo, a paisagem, os barcos de pesca tradicional, os pescadores, o Oeste da Irlanda, os céus azuis, as ilhas, permanecem iguais. O espaço parou no tempo, e a ‘nova Irlanda’ é visualmente igual à ‘velha Irlanda’. No entanto, o que muda é a postura, as palavras sobrepostas às imagens, os discursos e a forma de vermos o mundo. O que o Bord Fáilte tenta alcançar é a produção de uma forma diferente de ver o país.

Figura 1 Reinventando a Irlanda



Fonte: Bord Fáilte (1996a: 8-9)

Para a organização Bord Fáilte, a Irlanda transformou-se significativamente mas o seu mito de lugar permaneceu, isto é, as imagens e ideias associadas com o país estão ainda ligadas a aspectos sociais e culturais que já não existem. Em última análise, o Bord Fáilte dedicou-se a um processo de reinvenção da Irlanda como um país que fornece uma ‘experiência emocional’. Este processo faz parte de uma filosofia mais vasta na qual esta ONT está aplicada há alguns anos, mesmo antes da publicação destes documento, bem descrita por O’Toole (1994: 38):

What I want to draw attention to here is the way in which mass tourism is beginning to literally shape the landscape of Ireland in a way which arises from precisely the same forces that shape contemporary fiction and poetry and contemporary critical theory. Bord Fáilte and the Office of Public Works do not, so far as I know, read Derrida and Baudrillard, or even Gabriel Garcia Marquez and E. L. Doctorow, but they are themselves fabulists and makers of simulacra, creators of their own post-modern school. The difference is that their fables actually and literally change the world. (O’ Toole 1994: 38).

O território irlandês transformou-se num lugar de aventura e divertimento. O espaço-praia é agora um lugar de jogo ou palco para passeios de cavalo, por exemplo. A chuva é vista como leve, saudável e romântica. A ‘experiência emocional’ é de facto o aspecto mais saliente da filosofia que está por detrás desta nova forma de promover a Irlanda.

O fim da paisagem?

No mesmo tempo e espaço, na ocasião da abertura do Parque Nacional Digital, em City West, na periferia de Dublin, e num encontro com a sua geografia, com a Nova Irlanda e a sua própria modernidade, Mary O’ Rourke, primeira ministra irlandesa, teve uma visão:

Gostava de dizer que aqui, hoje, nós estamos a passar da visão para a acção, e estamos a ir de encontro a uma infra-estrutura baseada numa antevisão, a uma auto-estrada de telecomunicações para o futuro. Desejava pensar que este acontecimento presente marca a chegada da Era da Informação à Irlanda (...). Penso que estes projectos representam uma iniciativa arrojada e abordagem futurista do governo irlandês. A Internet e o comércio electrónico representam simplesmente o portão dourado da economia tradicional para a Nova Irlanda.⁶

Recentemente foi destacado que o efeito combinado de leituras económicas, históricas e estéticas do passado irlandês tem sido a construção de uma narrativa da sociedade irlandesa contemporânea na qual o país é

apresentado como uma economia e sociedade vibrante que abandonou de forma bem sucedida o seu passado católico nacionalista e reaccionário (Kirby, Gibbons e Cronin 2002: 7).

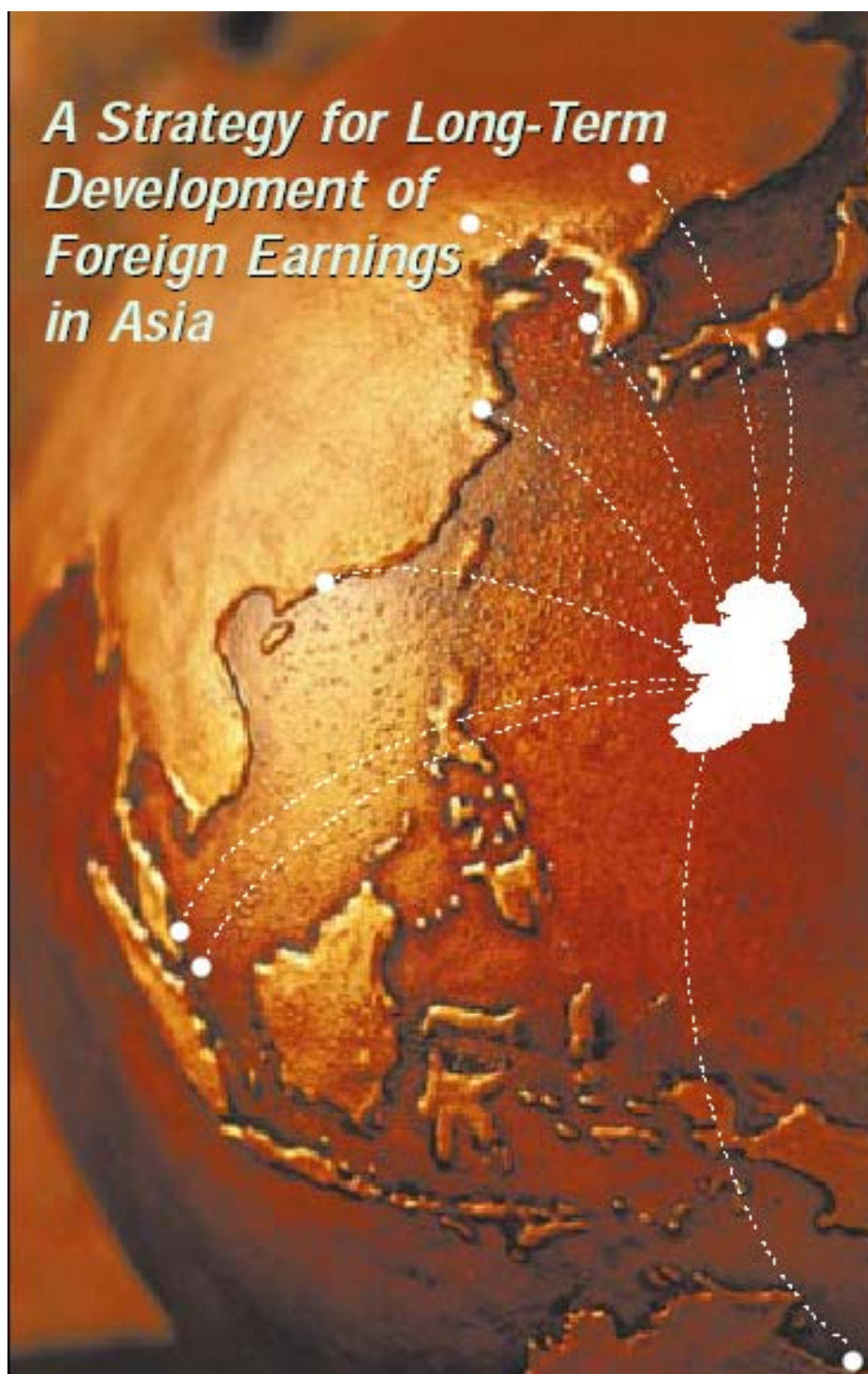
Estas questões reflectem-se e são claramente exemplificadas na arquitectura de City West, que representa uma síntese de cimento, electrónica, fibras ópticas, juntamente com os discursos do empreendedorismo, do neo-liberalismo e da globalização, desenvolvidos no seio do Estado irlandês no período do ‘Tigre Celta’⁷. Nesta materialização, o papel do Estado não termina no imobiliário, pois a infraestrutura de telecomunicações é fornecida pela empresa Global Crossing, cuja secção do cabo transatlântico de fibra óptica termina no parque, permitindo que City West se imagine e projecte como localizada no centro do mundo, reivindicando ter ligações directas para 22 cidades em todo o globo, ‘na Europa, nos Estados Unidos, na América do Sul e na Ásia-Pacífico’. City West é um lugar nodal numa Irlanda global – fixa a rede num lugar. De acordo com Barker (2001), esta ‘tecnologia de ponta, este parque de alto calibre é uma corporalização física do progresso e competência económica do país’. Os elementos chave deste território mítico são a velocidade, a conectividade, o carácter global e a inovação, ou, como o próprio parque se auto rotula, ‘City West é feita à prova do futuro e das necessidades do amanhã.’⁸

Ouis (2002: 340) observou recentemente em relação aos sistemas sociais e tecnológicos que permitem o extraordinário florescimento de áreas desérticas nos Emiratos Árabes Unidos, que empreendimentos claramente tecnológicos são desenhados para audiências internacionais ‘como parte integrante do teatro de prestígio internacional’. Se é certo que a comparabilidade do deserto da Península Arábica com o *county* do sul de Dublin parece remota, e se bem que a política nos Emiratos Árabes Unidos vise exercer o poder através do controlo da natureza, na Irlanda, parte do recente projecto de modernização do país está estreitamente ligado ao controlo da geografia e em particular à erosão controlada da periferalidade e da distância. Estes sentimentos estão rasgadamente presentes em recentes representações da Irlanda como uma economia do conhecimento, e têm destacado a capacidade libertadora das Tecnologias de Informação e Comunicação, particularmente no que diz respeito à geografia. Numa entrevista à revista *Business Week* em Novembro de 1999, Mary Harney, apresentada como uma Nova Europeia, lembrou que ‘o seu país nos anos 80 era um lugar

que olhava para dentro de si próprio, trancado em doutrinas e rivalidades antigas.’⁹ Neste momento, a sua mensagem centrava-se no facto de que os desafios do alargamento da União Europeia e da construção do sistema irlandês de inovação científica e tecnológica faziam com que a ‘Geografia tivesse que ser irrelevante.’¹⁰

Estas afirmações têm uma relevância especial na Irlanda, pois têm sido usadas para destacar um sentido de modernização, permitindo um afastando das imagens tradicionais do país como uma ilha periférica. Com estas novas visões da nação, associam-se novas representações da Irlanda no palco global. No documento *Uma Estratégia para o Desenvolvimento a Longo Prazo de Receitas Externas na Ásia*¹¹, o país aparece representado a flutuar no Pacífico, e apresenta-se de forma eficaz uma geografia reconfigurada. Libertada da ‘velha’ Europa, a Irlanda liga-se agora às cidades globais de Seoul, Tóquio, Xangai, Pequim, Singapura e Kuala Lumpur (fig.2).¹²

Figura 2 Relocalizando a Irlanda



Fonte: Department of Enterprise, Trade and Development, Outubro de 1999

Para os *marketers* de CityWest, ‘os padrões de qualidade e a construção exclusiva da paisagem do Campus foram o seu enorme sucesso’.¹³ A lógica por detrás destes padrões foi primeiramente desenhada pela empresa de consultoria de ciência e tecnologia SQW, que apresentou à *Forfás*¹⁴ as recomendações

baseadas na sua experiência internacional. Neste processo, estas estratégias inscreveram um formato global na *edge city*, mobilizando uma estética internacional para moldar esta área do sul do condado de Dublin na espécie de planície idealizada sobre a qual o capital global pode prosperar.

No entanto, sob a direcção da *Building Design Partnership*, o conjunto arquitectónico tem sido influenciado por princípios de desenho urbano estáveis, e como consequência, a empresa gestora procurou mesclar o ‘campus de negócios com o património e ambiente da área envolvente’. Influenciado em parte pela arquitectura de Kisho Kurokawa, cujo edifício refere consistentemente ‘a simbiose da natureza com a arquitectura, interior e exteriormente, na história e no presente’, a paisagem e a arquitectura da CityWest ousa tecer o antigo e o novo.¹⁵ Entre as primeiras iniciativas de ‘landscaping’ encontram-se a Pool of Tara, uma escultura de água e a plantação no perímetro de centenas de carvalhos ‘endógenos’. Estas referências apontadas ao conceito de localidade são bem exemplificadas do edifício Xilinx desenhado por *Brian O’ Halloran and Associates* para a empresa Xilinx manufactures CMOS Programmable Logic Chips, com origem em São José, na Califórnia. Quer a aplicação cuidada de materiais, quer o uso abundante de luz natural permitem a ‘criação de um ambiente de trabalho melhor e menos claustrofóbico’.¹⁶

Ao mobilizar determinadas características do capitalismo *soft* de que faz parte a empresa do Silicon Valley, os arquitectos destacam como ‘a entrada não é apenas a face pública do edifício onde os visitantes se encontram, mas serve como a ‘town square’ onde as pessoas que trabalham em diferentes departamentos da empresa se podem encarar e onde as rotas de circulação se cruzam.’¹⁷ O edifício tira também partido da paisagem onde está implementado e marcadamente da estrutura ondulada da cobertura que foi desenhada de forma a sugerir a morfologia das vizinhas montanhas de Dublin.¹⁸ Esta atenção à localidade foi trabalhada de novo no edifício de Tuchenhagen, onde o ‘telhado curvo apela às casas tradicionais antigamente predominantes nesta área e está em sintonia com o ambiente semi-rural do Campus’.¹⁹ A apropriação das qualidades do lugar resulta novamente numa ligação descomplexada da tecnologia com a paisagem.

Uma das mensagens neste espaço expositivo é a de que, na verdade, a Irlanda não mudou de todo; a tecnologia fundiu-se com a tradição. A justaposição do

moderno e do tradicional apresenta uma lição-objecto sobre o quão longe o país chegou. É só necessário olhar pela janela e ver uma exposição do passado e uma confirmação do futuro. Desta forma, esta inflexão para a cultura e para a localidade celebrado pelos arquitectos irlandeses não é tão benigno quanto parece. Com a sua referência a Tara e a Joyce, e a reafirmação incompleta do casamento feliz do passado e presente, desde o desenho do edifício até à paisagem, os mitos de uma globalização social e culturalmente equilibrada estão corporizados na CityWest.²⁰

Desde sempre que a mobilização do moderno e a sua interface com a paisagem representa ideias de ordem social e demonstra as formas como a paisagem e a arquitectura podem ser usadas para simbolizar, e ‘naturalizar’, perspectivas contrastantes do que a ordem social deveria ser. A negação da geografia e de profundidade, e a reconfiguração das questões de lugar e paisagem foram desta forma mobilizadas de forma a constituírem uma visão progressiva de globalização. Tal como noutros deslumbramentos pós-nacionais (veja-se o Pub irlandês ou o espectáculo Riverdance), não existe uma tentativa de sequestrar a cultura irlandesa, de a isolar, ou de promover um discurso de identidade irlandesa que realce a sua pureza. Pelo contrário, nestas simulações, o carácter híbrido da *irishness* é a chave do sucesso da sua mercantilização. Para além deste facto, os imperativos arquitectónicos e paisagísticos em Citywest são comparáveis a outros recentes espaços de exibição na Irlanda, que têm tentado forjar ligações entre o passado e o presente. A plasticidade da *irishness* e a liquidez do meio espacial através do qual esta é representada mobiliza várias qualidades distintas, por forma a que as técnicas que são representadas em CityWest repetem-se noutros lugares.

Um bom exemplo neste conjunto de edifícios é o pavilhão irlandês na Exposição Mundial de Hanover. Tal como em CityWest, as rochas e a água foram embebidas de alta tecnologia e de digitalismo. De acordo com as regras da exposição, o objectivo do pavilhão foi ‘projectar e atingir uma imagem positiva da Irlanda, colocando a tónica em determinados pontos fortes, como sejam as pessoas, a cultura e o ambiente inalterado.’²¹ O pavilhão também procurou abordar as percepções de imagens negativas da Irlanda como um ‘país não tecnológico e exclusivamente rural’.²² O resultado foi que o pavilhão – o edifício, a sua paisagem e a sua exposição interpretativa – desenhado por Dul

‘funcionou conjuntamente por forma a fundir o melhor da tradição irlandesa com o ultra-moderno.’

De regresso a Dublin, e ao Park West, cada uma das estradas internas tem na toponímia o nome de um escritor irlandês: pode-se subir a rua Beckett, Yeats ou Synge e ver a série de esculturas conscientemente celtas, a mais impressionante das quais é a Irish Wave, ‘a escultura móvel maior da Europa’. Adjacente ao lago ex-Guinness, que foi transformado num lago cénico para reflexão, esta escultura gigantesca acena, literalmente na brisa, produzindo um som estranho num parque, caso contrário, quase silencioso, onde o único ruído provém do ar condicionado, dos poucos veículos que passam ou da relativamente distante auto estrada.

Estas aspirações de velocidade e de riqueza cultural contradizem vigorosamente as rápidas transformações na paisagem envolvente, exteriores aos limites bem tratados da CityWest. Esta visão refere-se a uma forma diferente de modernidade na paisagem, uma forma que escapa ao controlo de uma mononarrativa por parte dos arquitectos, tecnocratas e políticos, e que por oposição, direcciona a paisagem urbana para um contexto típico em muitas cidades ocidentais pós-industriais.

No entanto, as estratégias para produzir um lugar em CityWest estão largamente de acordo com as condições espaciais que afectam esta área, e como tal, as dinâmicas do sítio estão a ter uma ressonância ampla quer na área urbana quer em termos da condição como a paisagem está a ser produzida e interpretada na Irlanda contemporânea. Podemos afirmar que a condição flexível é reflectida mais amplamente fora deste local.

Apesar do papel desta arquitectura de exibição, no contexto dos debates sobre *irishness*, este é um território ambíguo. Para além dos problemas sociais e ambientais, a realidade de expansão urbana largamente não planeada constitui-se como um espaço em branco na retórica global.

Se é certo que a *edge city* possibilita a interacção de inúmeras pessoas e está mais sintonizada com novos estilos de vida e rotinas tempo-espaço das pessoas que vivem, trabalham e pendulam, também é verdade que não tem lugar na moldagem do mito da irlandicidade global, e que crescentemente tem sido representado como simbólico da dissolução cultural e da crise de identidade,

Esta perspectiva de paisagem é reconstruída em Riverwalk, no que são essencialmente nove edifícios de escritórios dispostos em torno de três elementos estruturantes: uma linha de água, uma rua pedestre e uma praça (ao que se chama *piazza*).²³ De acordo com um comentário oficial, ‘o seu desenho foi inspirado nos canais característicos de San Antonio e Utrecht’. O apelo a uma atmosfera cosmopolita é também refeita a uma escala mais local pela agência imobiliária Jones Lang LaSalle, que defende que este lugar é o Stephen’s Green²⁴ da Citywest. No entanto, a codificação espacial não é fixa. De acordo com o director da Citywest, Brendan Hickey, ‘estes projectos ajudarão a criar no desenvolvimento um sentimento de uma aldeia vibrante.’²⁵

Uma forma de compreender este material pode-se conseguir ao submeter este sítio a uma retórica de perda, certamente de perda da paisagem. Mais especificamente, a paisagem revela ecos do Novo Urbanismo, que vão de encontro às necessidades de clientes corporativos, mas que são ao mesmo tempo um resultado do sentido de perda manifestado na localidade. Enquanto esta fluidez ilustra a maleabilidade da paisagem que é produzida, esta falta de fixidez é uma consequência da natureza do espaço público tal como é produzido nestas circunstâncias. A condição preponderante é a incerteza, a destabilização e a ambiguidade. Bem perto deste local, no centro comercial Liffey Valley, anunciado no rádio como ‘um dia fora bem passado’²⁶, tem deixado diversos comentadores culturais e ambientalistas horrorizados ou perplexos.

O livro *She Moves Through the Boom* da autoria de Ann Hourihane, é um testemunho surpreendentemente sensível das transformações da paisagem e dos estilos de vida da Dublin contemporânea, sublinhando o ambíguo e o vago construído através da arquitectura do local: ‘o centro comercial Liffey Valley é longo, baixo e de cor creme. Poderia ser um aeroporto, uma fábrica, podia ser um hospital’ (Hourihane 2000:5). O sentido de desarticulação é reforçado dentro do próprio local, quando Hourihane encontra o South Beach Food Court, que não é mais do que um ensaio de simulação de Miami. A referência a outros lugares – especificamente não irlandeses parece ser o alvo de muitas das apreciações. Tal como uma outra crítica refere, ‘com uma ‘high street’ inglesa aqui, e um pouco de América ali, a passagem para uma Irlanda desigual está polvilhada de obstáculos’.²⁷ No seu encontro com o quarteirão, o geógrafo Andrew Maclaren reagiu dizendo ‘pode ser Dublin, mas pode igualmente ser

Birmingham, Sidney, Minneapolis ou Paris’ (MacClaren 2000). O teor do trabalho do arquitecto Frank McDonald mostra igualmente a incredulidade e a indefinição, descrevendo a área como ‘um mundo estranho – quase um universo paralelo – de cruzamentos, estradas escorregadias, restaurantes em *drive in* e parques de estacionamento com códigos de cores’ (Macdonald, Brady e Mallalieu 2000: 173). Para MacDonald, habituado a ler as formas arquitecturais de Dublin, a ilegibilidade da paisagem e os efeitos de ruptura – o colapso que Kevin Lynch designa como ‘a imagem mental da cidade que é tida pelos cidadãos’ está à vista. Numa cultura onde a história da arquitectura da cidade é a própria história da identidade da cidade e a contínua recapitulação da memória do tecido urbano é central para a noção de lugar e para a construção de identidade, o registar da incapacidade do saber fazer é típico da retórica da perda, enraizada nas preocupações de espaço público e privado.

Estas ansiedades sobre a atomização social e espacial são re-elaboradas nas políticas do *county* do sul de Dublin, que tenta desesperadamente inventar uma identidade cultural para a região, desafiando o que Marc Augé nos seus ensaios sobre a super-modernidade apela de ‘proliferação de não-lugares’. Para além da preservação do seu património arquitectónico, o Plano de Desenvolvimento do condado procura fomentar novos eventos e encontros desportivos organizados pelas comunidades locais, por forma a construir uma identidade e orgulho de lugar. Foi dado um papel central à arte pública na nutrição deste sentido de pertença, através da produção e partilha da história e da comunidade: financiado pelo concelho do condado do sul de Dublin, o trabalho em vidro de Katharine Lamb – ‘A Lucan Portrait’ – representa um retrato isolado das pessoas e das paisagens rurais e suburbanas do distrito.

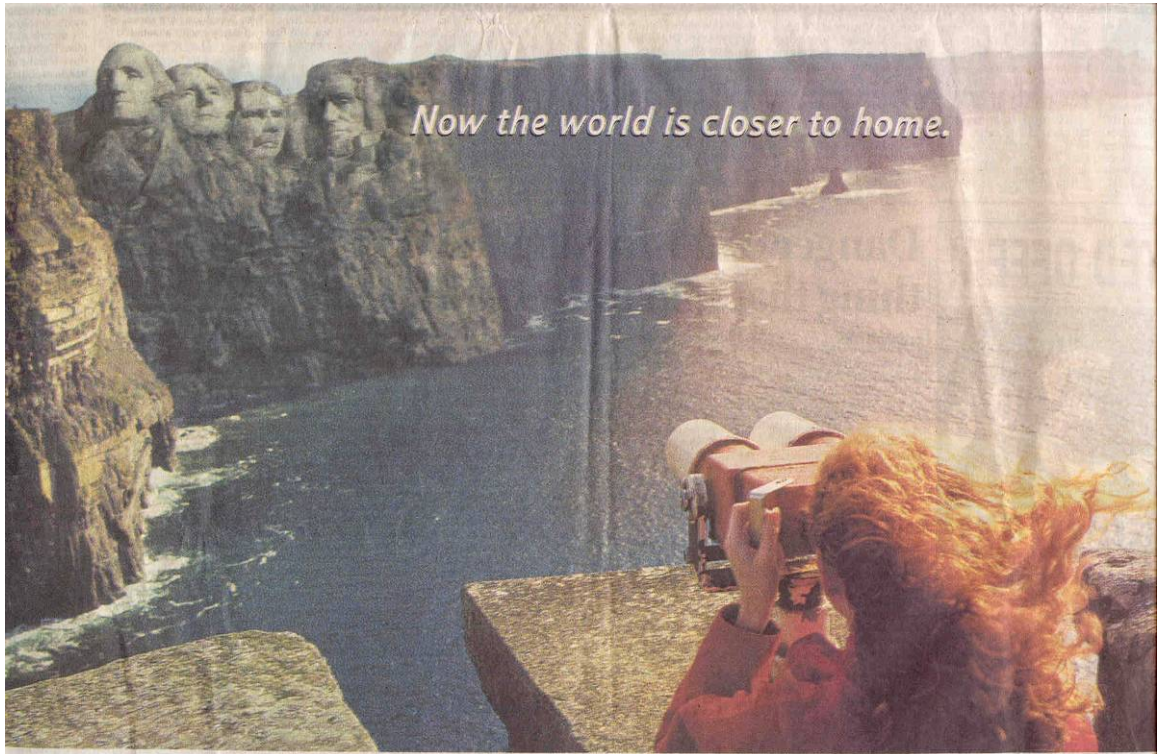
Estes lugares e as suas contradições revelam e dão-nos a conhecer uma condição espacial que por um lado está sintonizada com os contextos e tendências internacionais, mas que por outro assenta em contextos particulares da Irlanda. A ‘onda Celta’, o retrato de Lucan e Riverwalk são tudo tentativas de ancorar a paisagem, de a tornar fixa e estável, de a nomear, à medida que ela se converte de campo em cidade. Estas três perspectivas – uma corporativa, uma civil e uma intelectual – nasceram da mesma paisagem.

Reconfigurando a Paisagem

Por um lado, estes sentimentos controversos ilustram o poder da paisagem em representar e manifestar a cultura; por outro lado, e de forma mais proeminente na discussão, destacam a forma como perceber a paisagem como um texto, situando edifícios em lugares, é crescentemente instável, se não mesmo impossível no contexto de uma rede global de conhecimento cultural e de commodificação. A paisagem não permanece fixa, apesar de todas as tentativas de a representar como autêntica e desta mesma autenticidade funcionar como enquadramento a partir do qual se percebem transformações. Apreciar este processo significa ultrapassar a noção de paisagem como uma questão de origens, tal como apresentado em grande parte do discurso contemporâneo de organizações como o Heritage Council ou Na Taisce, pois esta é muito mais inconstante e movediça.

A paisagem irlandesa existe em simultâneo como um lugar de imaginação, um lugar de experiência e um lugar de commodificação. As pressões que têm assegurado esta situação são sociais, tecnológicas e económicas. Enfatizadas pela urbanização, transformadas pelo turismo e pela época pós-produtivista, encravadas entre o congestionamento e o acesso ilimitado ao ciberespaço, as paisagens e o seu respectivo valor cultural alterou-se. Na última década, uma política mais intensa no que diz respeito à agricultura, ao património, ao ambiente e ao planeamento, bem como o estabelecimento de instituições para monitorizar e avaliar as transformações territoriais, mobilizaram quer a nível nacional, europeu e internacional, uma combinação que revalorizou e regulou a paisagem de formas que desafiam a perspectiva tradicional da terra. A noção monolítica de Terra fractura-se agora em imobiliário, paisagens patrimoniais e ou ambiente. Se somarmos a isto a mercantilização do lugar, a condição na qual a paisagem pode ser interpretada alterou-se radicalmente. Uma casa no campo não é mais uma casa no campo. Um campo, da forma como é interpretado no filme *The Field* de John Ford, já não existe. Um lamaçal – noção tão central à figura de homem do pântano – é agora um lugar de intenso valor cultural.

Figura 3. Re-territorializando a Irlanda



Fonte: Anúncio publicitário da Eircom 2001

Desta forma, não é mais possível perceber a paisagem como uma superfície, pois as categorias da superfície, ou as suas origens e o significado cultural do espacial, têm sido alteradas de formas que os arquitectos, planeadores e geógrafos só recentemente se têm apercebido. A condição espacial é crescentemente destabilizadora, sendo dominada pela fluidez e pela plasticidade líquida. No entanto, nos discursos nacionais, a paisagem é canonizada. A paisagem é imaginada como estando sob ameaça; a paisagem é a vítima. Mas tal como ilustram estes novos espaços em torno da auto-estrada M50, na periferia de Dublin, as transformações sociais que se precipitam nesta região, têm significado que a condição espacial na qual a paisagem e a arquitectura podem ser alcançadas entrou em colapso, sendo que os lugares e os seus edifícios são percebidos como crescentemente confusos, existindo em topografias sem horizontes e curvas sem perspectiva, em situações que estão fora da escala. A Citywest é sintomática desta Geografia destabilizada.

Epílogo

Recentemente tem existido uma avaliação renovada e reconfigurada das ideias de paisagem e de lugar. A condição da paisagem na Irlanda é feita entre as contradições entre o global e o local. Dentro de Citywest, a paisagem tem sido

mobilizada de forma a evocar e sustentar noções da Irlanda como global. Em particular, os objectivos dos seus criadores, suportados pela Irlanda Moderna do Tigre Celta, têm sido estabelecer uma cartografia da criação da Irlanda como uma 'Ilha Inteligente', e assim examinar criticamente as ligações entre a política científica e as geografias através das quais estas devem ser mediadas. Se por um lado se pode identificar o que Walter Benjamin apelidou de 'nostalgia revolucionária', isto é, uma recordação activa das vozes suprimidas da tradição que permitem a possibilidade de ver uma continuidade entre o passado e o presente sem cair numa posição tradicionalista, por outro lado pode também reconhecer-se um corte nas místicas ligações entre as pessoas e a terra, bem como uma rejeição das diferenças culturais irlandesas. As narrativas das paisagens da Irlanda contradizem-se e confundem-se, aproximando-se de Boston ou de Berlim conforme as conveniências, sendo a geografia usada como um elemento que se dobra, que se inverte e que se inventa de forma instantânea e dinâmica.

Referências

- Baker, S. 1999. Mary Harney.Ireland: High-Tech Hibernia. *Business Week Online*. <http://www.businessweek.com:/datedtoc/1999/9945.htm> [acedido a 12 de Julho 2002].
- Barker, T. 2001. High-tech Citywest thrives as a symbol of modern Ireland. *The Irish Examiner*: 13 de Dezembro.
- Bourke, M. 1994. The Irish landscape through the eyes of the painter. In Collins, T. e Sheeran, P. (eds.), *Decoding the Landscape*. Artigos apresentados na conferência inaugural do Centre for Landscape Studies, Galway: University College Galway.
- Bord Fáilte 1996a. *Investing in Strategic Marketing for Tourism*. Dublin: Bord Fáilte.
- Brett, D. 1994. The construction of Heritage. In O'Connor, B. e Cronin, M. (eds.); *Tourism in Ireland: a Critical Analysis*. Cork: Cork University Press.
- Brett, D. 1996. *The Construction of Heritage*. Cork: Cork University Press.
- Cosgrove, M. 1995. Paul Henry and Achill Island. In Kockel, U. (ed.) *Landscape, Heritage and Identity: Case Studies in Irish Ethnography*. Liverpool: Liverpool University Press.
- Duffy, P. 1997. Writing Ireland. In Graham, B. (ed.); *In Search of Ireland*. Londres: Routledge.
- Foucault, M. 1986. Of Other Spaces. *Diacritics* 1986: 22-27.

- Gibbons, L. 1988. Coming out of Hibernation? The Myth of Modernity in Irish Culture. In Kearney, R. (ed.); *Across Frontiers. Ireland in the 1990s*. Dublin: Wolfhound Press.
- Griffon, G. 1997. Reinventing Ireland. *CARA Maio/Junho* 30 n°.3.
- Hourihane, A., M. 2000. *She Moves Through the Boom*. Dublin: The Lilliput Press.
- Johnson, N., C. 1993. Building a Nation: an examination of the Irish Gaeltacht Commission Report of 1926. *Journal of Historical Geograph* 19(2): 157-168.
- Johnson, N., C. 1997. Making Space. Gaeltach policy and the politics of identity. in Graham, B. (ed.); *In Search of Ireland*. Londres: Routledge.
- Kirby, P., Gibbons, L e Cronin, M. (eds.) 2002. *Reinventing Ireland. Culture, Society and the Global Economy*. Londres: Pluto Press.
- Kurokawa, K. 2001. *Kisho Kurokawa Architects and Associates: The Philosophy of Symbiosis from the Age of Machine to the Age of*. Londres: Edizione Press.
- Maclaren, A. 2000. On the edge of nowhere: urban placelessness. *Building Material* 5: 4-7.
- Macdonald, A., Brady, A. e Mallalieu, R. 2000. *Dublin – a Guide to Recent Architecture*. Londres: Ellipsis.
- O' Connor, B. e Cronin, M. 1993. *Tourism in Ireland: a Critical Analysis*. Cork: Cork University Press.
- O' Toole, F. 1994. *Black Hole, Green Card. The disappearance of Ireland*. Dublin: New Island Books.
- O' Toole, F. 1997. *The Ex-Isle of Erin. Images of a Global Ireland*. Dublin: New Island Books.
- Ouis, P. 2002. 'Greening the Emirates': the modern construction of nature in the United Arab Emirates. *Cultural Geographies* 9.3: 334-47.
- Rockett, K. 1987. Documentaries. In Rockett, K., Gibbons, L. e Hill, J. (eds.); *Cinema in Ireland*; Londres: Routledge.
- Sarmiento, J. 2004. *Representação, Imaginação e Espaço Virtual: Geografias de Paisagens Turísticas em West Cork e nos Açores*. Textos de Ciências Sociais e Humanas; Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Whelan, K. 1993. The basis of regionalism. In O' Drisceoil, P. (ed.); *Culture in Ireland - Regions: Identity and Power*; Actas da Cultures of Ireland Group Conferences; 27-29 Novembro 1992; Belfast: The Institute of Irish Studies and the Queens' University of Belfast.

-
- ¹ Neste domínio ver Barnes, T., J. e Duncan, J., S. 1992 (eds.) *Writing Worlds: Discourse, Text and Metaphor in the Representation of Landscape*. Londres: Routledge
- ² A Liga Gaélica foi fundada em 1893, sendo que os seus precursores incluíam a Sociedade para a Preservação da Língua Irlandesa (*Society for the Preservation of the Irish Language*), fundada em 1877 e a União Gaélica (*Gaelic Union*) de 1897.
- ³ Jack B. Yeats (1871-1957), filho do pintor John Butler Yeats e irmão do poeta William Butler Yeats, foi 'uma figura central no revivalismo cultural irlandês tendo sido profundamente afectado pela luta pela independência' (Bourke 1994: 144).
- ⁴ Paul Henry (1876-1958) nasceu em Belfast, estudou em Paris e viveu em Londres antes de se mudar para a ilha de Achill, onde começou o seu longo afecto à Irlanda.
- ⁵ Este relatório foi publicado após a edição do plano de marketing *The Marketing Plan Framework 1994-1999*, em 1993, que determinou as directrizes a serem tomadas no marketing da Irlanda como um destino turístico.
- ⁶ Discurso de Mary O' Rourke no lançamento das Iniciativas de Comércio Electrónico do Governo e na inauguração do Parque Digital, em City West, Dublin em 5 de Julho de 1999.
- ⁷ Um tom claramente optimista do que representa o Tigre Celta e os benefícios de uma economia e sociedade moderna pode ser encontrado no livro *The Making of the Celtic Tiger: the Inside Story of Ireland's Boom Economy* (Cork: Mercier Press. 2000), da autoria do ex-ministro e Comissário Europeu Ray Mac Sharry e do ex-director da IDA, Padraic White.
- ⁸ Frase do vídeo de promoção da City West.
- ⁹ Baker, S. 1999 Mary Harney. Ireland: High-Tech Hibernia. *Businessweek Online*; 8 de Novembro URL: <http://www.businessweek.com/datedtoc/1999/9945.htm> [acedido em 12 de Julho de 2000]
- ¹⁰ Ibid.
- ¹¹ *A Strategy for Long Term Development of Foreign Earnings in Asia*
- ¹² Para além disto, o modo como a paisagem, o espaço e a arquitectura são formadas num contexto mesclado, entrelaçado e híbrido, e a anti geografia de Harney, resultam numa analogia peculiar com algumas das tendências recentes da *Landscape Art* irlandesa, que procura destabilizar a narrativa do lugar.
- ¹³ Vídeo de promoção da City West – Citywest- Ireland's World Class Business Campus, <http://www.citywest.ie/> [acedido em 23 de Janeiro de 2003]
- ¹⁴ Forfás é a entidade aconselhadora das políticas nacionais empresariais, de comércio, ciência, tecnologia e inovação. É tutelada pelo Ministério das Empresas, Comércio e Emprego.
- ¹⁵ The Supreme Achievement of Symbiosis de Peter Wislocki em *Kurokawa* (2001: 23).
- ¹⁶ 1996 Xilinx Ireland Building of the Year. *Plan* 10: 19-21.
- ¹⁷ 1996 *Irish Architect*. Outubro.
- ¹⁸ 1996 Xilinx Ireland Building of the Year. *Plan* 10: 19-21.
- ¹⁹ 1999 Tuchenhagen Ireland. *Irish Architect* Março: 16.
- ²⁰ Ao formular esta crítica ao modernismo tecnocrata, há que referir que este desenho de paisagens através do qual se expressam a natureza e a comunidade não é único. No parque de Granta, no sul de Cambridgeshire, as áreas de escritórios organizam-se em torno de uma série de terraços rebaixados e de um lago, o que de acordo com os arquitectos paisagistas *Latz and Partner* e *Eric Parry Architect* 'forma um centro cultural: um campo de cricket e uma casa sede (...) estabelecem um ambiente de aldeia, em volta do qual os escritórios e laboratórios se reúnem'. A intenção é que 'se estabeleça um cultura urbana com as fachadas principais voltadas para o campo de cricket' (Eric Parry Architect [sem data] Granta Park South Cambridgeshire. 1: 144-155).
- ²¹ 2000 The Irish Pavilion: Expo 2000. *Irish Architecture Online* Hanover. <http://www.archeire.com/onsite/expo2000/>) [acedido a 12 Julho 2002]
- ²² Ibid.
- ²³ Inicialmente os equipamentos sociais eram limitados, não tendo sido dada muita atenção ao comércio e a espaços de socialização. Com a inauguração do Parque Nacional Digital, construiu-se uma creche com capacidade para 110 crianças.
- ²⁴ O parque de Stephen's Green, no centro de Dublin, é um afamado parque vitoriano que confere uma centralidade e qualidade de vida aos espaços envolventes, conhecidos como dos mais exclusivos da capital irlandesa.
- ²⁵ McMahon, S. 2000 National Digital Park to form the focus of Citywest development. *Sunday Business Post* 8 de Outubro.
- ²⁶ 'Like a day out'.

²⁷ Enright, A. 2001. 'Writing the Boom' *The Irish Times* 25 de Janeiro.