
XI SEUR - V Colóquio Internacional sobre Comércio e Consumo Urbano

CENTRALIDADES DE CONSUMO EM NOVO HAMBURGO (RS): CONSUMIDORES, ESTILOS DE VIDA E DISTINÇÃO SOCIAL

Fernando Benvenutti Schaab, UFRGS, fernandobenvenutti@yahoo.com.br

RESUMO

O presente ensaio discute a influência do consumo de objetos, serviços e lugares na produção da distinção social entre indivíduos de diferentes estilos de vida, através de sua manifestação espacial. Para tanto, a análise debruça-se sobre duas centralidades na cidade de Novo Hamburgo (RS), onde é possível apreender através da paisagem, das práticas e do cotidiano dos lugares as manifestações da distinção ligada ao uso e consumo no e do espaço. Sendo o consumo um atributo de distinção, o espaço de sua ação também é utilizado como forma de segmentações de estilo de vida.

Palavras-Chave: Centralidades. Distinção Social. Espaços de Consumo. Estilos de Vida.

RESUMEN

En este trabajo se analiza la influencia de los bienes de consumo, servicios y lugares en la producción de distinción social entre personas de diferentes ámbitos de la vida a través de su manifestación espacial. Por lo tanto, el análisis se centra en dos centralidades en la ciudad de Novo Hamburgo (RS), donde se puede aprender de los paisajes, las prácticas y coloca las manifestaciones cotidianas de distinción relacionados con el uso y el consumo y el espacio. A medida que el consumidor un atributo distintivo, el alcance de su acción también se utiliza como una forma de estilo de vida segmentación.

Palabras Clave: Centralidades. Distinción Social. Espacios de Consumo. Estilos de Vida.

1 INTRODUÇÃO

O presente ensaio tem por objetivo refletir sobre os processos contemporâneos de distinção entre os grupos no espaço social na cidade de Novo Hamburgo (RS) a partir do estudo comparativo entre duas espacialidades: o centro tradicional, formado nos primeiros decênios do século XX e uma nova centralidade surgida no final da década de 1990.

Partimos do pressuposto de que o *habitus* e gostos são tão influentes na distinção de classe quanto o capital econômico de cada indivíduo. Do mesmo modo, é no espaço em que a procura por experiências e sensações prometidas pelo consumo dirigido se realizam, potencializando a prática do consumir como uma manifestação da distinção entre indivíduos na sociedade, baseando-se sobretudo na aparência e no espetáculo (BORDIEU, 2001; DEBORD, 2003; LEFEBVRE, 1991). Assim, tanto as práticas socioespaciais de consumo diário como do ócio no final da tarde e nos finais de semana serão nosso ponto de partida e objeto empírico de análise nos estudos da distinção social.

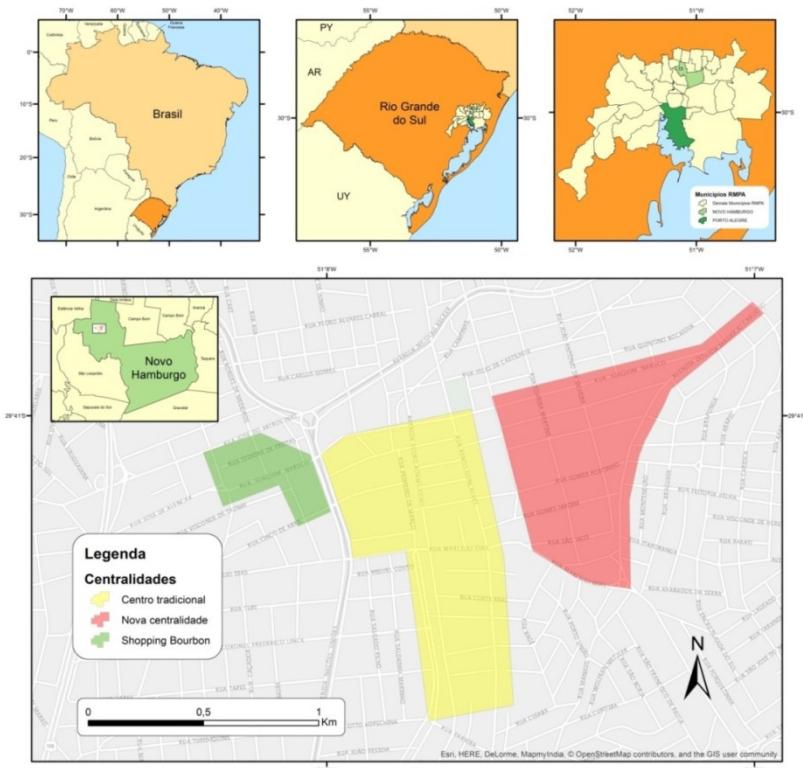
As centralidades *lócus* de nossa análise empírica se diferenciam tanto em termos de paisagem como de fluxos de pessoas e convergência de diferentes estilos de vida. No centro tradicional da cidade, podemos observar a ocorrência do comércio popular e diversificado, com ampla circulação de

pedestres e consumidores, mediados por espaços públicos e terminais de transportes coletivos que conectam os bairros periféricos e seus moradores a este centro, o que favorece a conformação de um espaço heterogêneo formado por uma grande afluência de pessoas. Já a nova centralidade, localizada alguns quarteirões do centro tradicional, possui uma paisagem tanto caracterizada por uma arquitetura padronizada de acordo com tendências globais e pós-modernas, como de grupos sociais com menor diversidade de estilos de vida e um comércio especializado, voltado para segmentos de renda mais elevados. Do mesmo modo, nesta nova centralidade observamos o uso misto entre o comércio e as habitações de luxo em expressivo processo de verticalização e segregação.

Assim sendo, observamos uma diferenciação socioespacial que se manifesta materialmente na paisagem urbana, porém que nos fornece indícios para identificarmos a formação de diferentes territorialidades resultantes das relações simbólicas estabelecidas entre os diferentes grupos sociais na manifestação cotidiana de seus estilos de vida, corroborando assim para a distinção no espaço social.

Partindo do exposto, o ensaio tem por intenção apontar os principais pressupostos que levam à formação destas diferentes territorialidades nas centralidades de Novo Hamburgo (RS) (Ver figura 1). Para tanto se faz necessário conhecer os lugares, as relações e as práticas que permeiam sua produção, tendo em consideração o estilo de vida que narram os indivíduos que ali vivem, trabalham, desfrutam do seu lazer ou simplesmente transitam.

FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DE NOVO HAMBURGO NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE (RMPA) E NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL



Fonte: Fernando Benvenutti Schaab e Éder Luís Rodrigues (2015)

Nesse sentido, acreditamos que os diferentes estilos de vida observados nestas centralidades de Novo Hamburgo (RS), estão intimamente vinculados aos lugares de consumo que possibilitam um sentimento de pertencimento e identificação entre “nós” e distinção entre os “outros” (BAUMAN, 2008), fazendo deles espaços de compartilhamento para indivíduos que possuem preferências semelhantes ou homogêneas, e de segregação entre aqueles que por motivos sociais, econômicos, culturais e simbólicos diferem das mesmas.

2. O CONSUMO E O COTIDIANO DO ESPAÇO COMO CAMPO DE DISTINÇÃO SOCIAL

Para a análise dos processos propostos neste ensaio seguiremos as contribuições de autores que tratam das transformações sociais, culturais e filosóficas que permeiam as práticas socioespaciais contemporâneas tais como Pierre Bourdieu, Zigmund Baumann, Guy Debord, Richard Sennet, entre outros. Seguiremos este referencial por entendermos que essa abordagem forneça um caminho possível para análise das relações e práticas relacionadas ao consumo no e do espaço urbano contemporâneo.

Inicialmente, é essencial que compartilhemos a idéia de Pierre Bourdieu sobre as representações sociais através dos conceitos de espaço social, *habitus*, gosto e estilo de vida. A escolha deste referencial se deve ao entendimento de que a análise econômica tradicional é insuficiente para caracterizar o espaço social representado em sua complexidade, tendo em vista que as relações entre os indivíduos são permeadas por um intrincado conjunto de atributos econômicos, sociais e culturais que se manifestam em seus *habitus*, gostos e estilos de vida distintos.

Para Bourdieu (2011), o espaço social se caracteriza como o conjunto ou sistema de posições dos indivíduos na sociedade estabelecidas em função de uma complexa trama de relações de proximidade, conflito, ordem e hierarquia. A posição que cada indivíduo assume neste espaço é mensurada pela soma dos volumes de capitais acumulados em sua trajetória de vida, o que lhe proporciona reais possibilidades de inclusão e/ou mobilidade em um determinado campo social. Assim, o espaço social pode ser entendido como “um campo de forças onde os agentes sociais se definem pelas suas posições relativas” (FERNANDES, 1992, p. 62)

Nesta perspectiva, Bourdieu assinala que no mundo social contemporâneo, as relações de distinção e hierarquização dos indivíduos não mais se configuram na démarche entre proletários e donos dos meios de produção, mas sim se complexifica ao conformar uma tessitura social heterogênea, marcada pela pluralidade de classes sociais “teóricas”, cada vez menores e diversificadas, agregadas e delimitadas em função do grau de proximidade ou afastamento entre os indivíduos através de suas práticas, gostos, estilos de vida e *habitus*. Nesta abordagem relacional, a posição de cada indivíduo dentro de uma hierarquia social é definida pelo seu *habitus*, entendido como um esquema de pensamento de percepção e apreciação gerador de práticas e obras classificadas e classificantes, o que

por sua vez leva à concepção de identidades individuais e de classes por meio de propósitos inscritos materialmente nas suas práticas e obras.

O gosto para essa teoria destoa da tradicional compreensão de que ele é gerado espontaneamente através do julgamento imediato de valores estéticos. Para o sociólogo francês, ele está associado ao capital cultural e trajetória de cada indivíduo. Sendo constantemente aliciado pelos instrumentos de legitimação da classe dominante como forma de perpetuação da mesma.

Entretanto, o gosto não se limita aos signos e símbolos da classe dominante. A preferência e o uso de artefatos e práticas de grupos com menor volume de capital cultural e econômico servem como instrumento de legitimação das diferenças sociais. Além do mais, essas exteriorizações das configurações mentais são geradoras dos estilos de vida.

Logo, indivíduos que possuem uma relativa sincronia em seus gostos e práticas, tendem a aproximar-se e legitimá-lo, constituindo o que Bourdieu denominou estilos de vida. Para o autor,

O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou héxis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à instituição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados. (Bourdieu,1983, p.2)

Nesse contexto, os estilos de vida são definidos pelo *habitus* que mesmo produzindo uma grande variedade de práticas e ações, ainda permanece dentro dos limites das condições objetivas das quais são produto. Nesse sentido, podemos compreender os estilos de vida como uma exteriorização sistemática de gostos e práticas constituídas a partir de um repertório de improvisações possíveis, que não escapam das subordinações objetiva dos seus esquemas geradores.

O conhecimento das características pertinentes à condição econômica e social (o volume e a estrutura do capital apreendidos sincrônica e diacronicamente) só permite compreender ou prever a posição de tal indivíduo ou grupo no espaço dos estilos de vida, ou, o que dá no mesmo, as práticas através das quais ele se marca e se demarca, se for concomitante ao conhecimento (prático ou erudito) da fórmula generativa do sistema de disposições generativas (*habitus*) no qual essa condição econômico-social se traduz e que a retraduz". (Bourdieu,1983, p.2)

Deste modo, a distinção nas diferentes representações sociais tem sua genealogia na propensão e aptidão dos indivíduos em se apropriar material ou simbolicamente de objetos e práticas que acabam sendo classificadas e classificantes, gerando assim uma lógica binária onde a diferenciação entre o “nós” e os “outros” tem no gosto - pensado e incentivado como próprio de cada indivíduo - um inicial distanciamento que resulta materialmente no espaço social através das práticas cotidianas. Segundo Bourdieu (2011,p.164) as “oposições mais fundamentais da estrutura das condições (alto/baixo, rico/pobre, etc.) tendem a impor-se como princípios fundamentais de estruturação em relação as práticas e as percepções de classe “.

Do mesmo modo, o consumo se tornou uma prática comum à maioria dos indivíduos na atualidade. Logo, a análise das representações sociais através do *habitus* dos diferentes grupos é uma essencial ferramenta na análise do espaço social, pois “as condições diferentes de existências produzem *habitus* diferentes” (BOURDIEU, 2011, p.164). Portanto, é em um complexo campo de relações que articulam os diferentes capitais (cultural, social e econômico), e que agenciam os indivíduos a eleger seu lócus cotidiano de consumo. Nas palavras do autor:

A dialética das condições e dos habitus é o fundamento da alquimia que transforma a distribuição do capital, balanço de uma relação de forças, em sistema de diferenças percebidas, de propriedades distintivas, ou seja, em distribuição de capital simbólico, irreconhecível em sua verdade objetiva”. (BOURDIEU, 2011, p. 164).

Ao construir seu capital simbólico mediado pelo consumo, os grupos sociais reproduzem no espaço urbano uma racionalidade funcional e morfológica própria das práticas dominantes. Assim, ao realizar-se material e simbolicamente, a prática do consumo cotidiano se realiza objetivamente nos espaços das cidades, tradicionalmente naqueles em que convergem os fluxos e fixos necessários para realização das práticas capitalistas de comércio e consumo. Portanto, os centros urbanos cada vez mais tem sua produção e funcionalidade voltada para a constituição de “*lugares especializados y orientados a la economía de los servicios o al consumo*” (MUNOZ, 2008, p.57).

A formação desses centros de consumo especializados pode tanto transformar a paisagem e o cotidiano de um centro tradicional da cidade, como também uma área historicamente vazia ou de pouco valor econômico, em pontos de repetição de *habitus* e consequentemente de estilos de vida. Na caracterização da *cidade urbanal*, Franscesco Munoz (2008) aponta para alguns elementos que também podem ser percebidos como essenciais na constituição de novas centralidades, entre eles a imagem como primeiro fator da produção da cidade e a necessidade das condições suficiente de segurança urbana.

De fato, o que mais se procura na contemporaneidade é a segurança. Logo, os indivíduos dispensam sua liberdade esperando, em contrapartida, sentirem-se mais seguros. Esse fato causa um contra-senso entre a auto-segregação e isolamento em relação ao “outro” e o de “viver em comunidade”, ou seja, aproximar-se dos “iguais”. O custo dessa prática é o de exonerar a autonomia e a identidade individual para conquistar a pretensa proteção, ou seja, a segurança e a liberdade no mundo contemporâneo ainda são dois valores antagônicos (BAUMAN, 2008)

Sobre esses lugares, é lícito pensar que os sujeitos, e não apenas os objetos, tornam-se mercadorias, pois se inserem em ambientes de consumo, tornam-se sujeitos de comodificação (separação do homem da sua política de vida) e são obrigados a seguir os mesmíssimos padrões comportamentais que gostariam de ver obedecido pelos objetos de seu consumo (BAUMAN,2008).

Desta forma, o território material propiciou na modernidade o surgimento de um individuo, que passa a ser um ator na vida pública, pois o seu interesse é subposto as conveniências sociais de um

coletivo, entretanto, na contemporaneidade a personalidade e as intimidades privadas são expostas em público com o intuito de criar a crença na personalidade, onde se anda e convive apenas com aqueles que possibilitam criar relações íntimas (SENNET, 1999).

Essa busca por intimidade, também é obtida, pelo grau de intensidade de domínio e interesse pelos gostos e símbolos globais que acabam por ser instrumentos de referencia para um determinado espaço estratégico. A elite urbana, detentora desses códigos globalizados, acaba por ser distanciar das preocupações políticas do local devido a sua essência segregacionista que cria ambientes desiguais para classes social distintas através de códigos concebidos globalmente.

Nesse sentido, Zigmunt Bauman (2007) aponta para a formação de uma elite urbana (referência para inúmeros estilos de vida) que procura inserir-se no ciberspaço e acaba por desligar-se, progressivamente das questões da cidade e do lugar em que habita. Esse fenômeno gera guetos voluntários e involuntários que acaba por segregar os grupos de diferentes capitais simbólicos.

3 A DISTINÇÃO SOCIAL ATRAVÉS DO CONSUMO NAS DIFERENTES CENTRALIDADES DE NOVO HAMBURGO

A cidade de Novo Hamburgo é um dos trinta e três municípios que compõem a região metropolitana de Porto Alegre, sendo um importante pólo do vetor norte de atração populacional dos municípios vizinhos, tanto no que tange a demanda por trabalho e emprego, como por consumo de bens e serviços.

Historicamente, sua gênese espacial, social e econômica esteve atrelada ao desenvolvimento da indústria calçadista no século XX. No entanto, nas últimas décadas sua matriz econômica transita do setor secundário (cerca de 42% do PIB) para o terciário, manifestando o crescimento do setor de serviços e comércio, como ocorre em grande parte das cidades brasileiras de economia fabril pretérita .

Neste contexto, é notável o crescimento do nível de consumo da população nas diferentes faixas de rendimento (segmentos de baixa, média e alta renda), impulsionados, sobretudo pela facilidade de aquisição de bens de consumo duráveis possibilitados pela ampliação da oferta de crédito e de serviços especializados.

Neste sentido, atenta-se para superação da idéia de consumo como ato de supressão de necessidades urgentes, para uma re-interpretação do consumo como modo de vida dirigido e reproduutor das relações sociais de produção num contexto que abarca as práticas da vida cotidiana reificadas em um espaço cada vez mais limitante e reproduutor dos símbolos hegemônicos de poder e do espetáculo. Assim, o espaço social em Novo Hamburgo manifesta as dimensões da sociedade do consumo dirigido reificadas nas territorialidades onde a distinção social entre os estilos de vida se realiza pela diferenciação de uso e consumo dos e nos lugares.

Para tanto nesta pesquisa, como foi dito anteriormente, analisaremos duas centralidades que julgamos expressivas na manifestação de uma distinção socioespacial relacionada ao consumo dos diferentes estilos de vida. Trataremos de apresentá-las, delimitá-las e caracterizá-las.

As duas centralidades estão localizadas no bairro Centro, de acordo com o plano diretor municipal. Deste modo, podemos pensá-las como sub-centralidades tendo em vista que apesar de estarem no mesmo bairro não possuem uma proximidade espacial e temporal imediata, conformando visivelmente dois núcleos centrais distintos.

O centro tradicional teve sua formação a partir da emancipação da cidade de Novo Hamburgo em 1927. Neste contexto de constituição política do município, a principal meta da administração pública consistiu na modernização da cidade através de uma expressiva reformulação arquitetônica e urbanística, o que levou a constituição desta centralidade através do provimento de ruas e calçadas refeitas ou inauguradas, e uma série de técnicas utilizadas com o intuito de uma maior higienização da cidade.

Nesta época, a cidade era claramente dividida, pois principalmente durante a primeira metade do século XX, o município era dividido em três áreas de relevante distinções étnicas, que vulgarmente carregavam consigo apelidos pejorativos: Hamburgo Velho e Centro, que eram conhecidos como lugares de residência dos chamados “puros” (de origem germânica), o Rio Branco a “mistura” (miscigenados) e o Guarani chamado de “África” (negros). (SELBACH, 1999)

O comércio e a vida social da cidade durante as primeiras décadas de emancipação se deram principalmente no centro tradicional da cidade, nas proximidades da praça do imigrante que encontra-se ao pé do “Morro do Hamburguês”, que como destaca Schütz (2001)

Aconteceu que a Estrada de ferro acabou terminando no Centro de Novo Hamburgo e não em Hamburger Berg. Num primeiro momento, a Estrada de Ferro parou ao pé do “Morro do Hamburguês”, isto é, onde hoje é a praça do imigrante. A estação terminal recebeu o nome de New Hamburger, pelos ingleses, que assumiram a construção da ferrovia”. (Schütz, 2001, p.40)

Ao longo do século XX, este centro foi passando por expressivas transformações, ampliando tanto a quantidade e a diversidade dos serviços e comércios ali instalados como a circulação de pessoas, fluxos de mercadorias e de capitais, tendo em vista que o crescimento da cidade foi acompanhado da convergência dos vetores.

FIGURA 2- GRANDE CONCENTRAÇÃO DE FIXOS E FLUXOS NO CENTRO TRADICIONAL



Fonte: Fernando Benvenutti Schaab

A nova centralidade derivou de uma área tradicionalmente residencial, que com o passar do tempo, valorizou-se através da especulação imobiliária por meio da construção de diversos prédios voltados para um segmento de alta renda preocupado com segurança e mobilidade. A verticalização do bairro deu-se de maneira desordenada, o que fez com que se tornasse um lugar de grande densidade populacional, logo, necessitando de uma infraestrutura relacionada ao consumo diário dos seus habitantes.

FIGURA 3 – TRECHO DA NOVA CENTRALIDADE, COM SEUS EDIFÍCIOS RESIDENCIAIS DE ALTO PADRÃO E ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS ESPECIALIZADOS



Fonte: Fernando Benvenutti Schaab

Com o passar do tempo, essa nova centralidade, além de destacar-se como um lugar de relevante concentração populacional e comercial, tornou-se muito atrativa para os indivíduos sedentos por consumir uma estética global, onde a arquitetura e as fachadas do comércio constituem-se em

espaços de espetáculo, carregando nas formas os símbolos e expressões de um estilo de vida distinto. Em entrevistas semi-estruturadas realizadas com freqüentadores desta nova centralidade é possível perceber os discursos que fomentam a distinção social segregadora incorporada nas práticas territoriais.

Quando interrogados sobre as percepções quanto ao uso e distinção da nova centralidade em relação com o centro tradicional, discursos como o da falta de segurança e da necessidade de exclusividade dos espaços tornam-se dominantes. Um exemplo está na fala de uma entrevistada, quando alega que “o ambiente é um lugar bonito, onde estão os melhores restaurantes, e onde tem a única sorveteria que não vende a quilo”.

Corroborando com esse discurso de distinção através da diferenciação entre as centralidades outra frequentadora comenta

“Acho que é a região mais bonita de Novo Hamburgo, que tem as melhores lojas. (...) um comércio diversificado, o comércio veio para a Rua Maurício Cardoso, até o que tinha no Shopping veio para cá. Quando a gente caminha, caminha na Maurício Cardoso, (...) Ao centro eu vou muito pouco”

Quando questionado que tipo de estabelecimento deixou o centro tradicional a mesma frequentadora comenta: “Classe A. O centro ficou mais popular. (...) As lojas elitizadas estão todas aqui em cima. As poucas que tinham embaixo já estão aqui em cima. Nem no shopping elas estão”.

Sobre a nova centralidade, outra freqüentadora comenta “(...) muita gente vem caminhar aqui porque virou a rua do status como se fosse a Padre Chagas de Porto Alegre”. Ao ser questionada se consome nas lojas dessa nova centralidade a entrevistada respondeu “Eu venho nos barzinhos aqui. Muito porque alguns acabam sendo os meus clientes, mas nas lojas não. Eu não consumo aqui em Novo Hamburgo, por aqui no Brasil eu acho muito caro (...”).

Destoando da percepção das entrevistadas na Nova Centralidade, que reiteram o abandono e esvaziamento do centro tradicional outra frequentadora comenta “Em sábados têm a feira da verdura. (...) Tem a feira do artesanato. Tem bastante atrações aqui”. Esse comentário não destoa com a opinião da maioria dos entrevistados realizada naquela espacialidade.

Nesse sentido, podemos perceber que os diferentes discursos sobre as centralidades analisadas, possuem sua genealogia nos distintos estilos de vida que se apropriaram, por escolha ou falta dela, de uma determinada espacialidade para reproduzir seu *habitus* e gosto através do consumo com a aproximação com aqueles que também os compartilham e o distanciamento dos outros estilos de vida.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreende-se neste artigo, que com o constante estímulo de se vincular a identidade social com o consumo, acarretou-se a formação de centros especializados que procuram criar símbolos e signos que gerem nos indivíduos a identificação de grupos que compartilham dos mesmos gostos e

habitus (estilos de vida), e consequentemente possuam padrões de consumo definidos. Essa coesão motivada pela espetacularização de determinados espaços da cidade, é responsável pela transformação desses espaços em mercadoria, pois existe um constante estímulo que indivíduos devam procurar espaços onde possam saciar os seus gostos, desejos e lazeres, sem a necessidade de sentir-se discriminado ou atormentado por indivíduos que não compartilham com os mesmos interesses que os seus.

Em suma, os estilos de vida reconhecidos em Novo Hamburgo possuem uma forte influencia das relações espaços-temporais com o consumo, que podem ser concomitantemente de objetos (ou serviços), de lugares e espaços. Existe, portanto, não só nessa cidade gaúcha, mas em quase todo mundo onde o capitalismo articula as relações de construção de identidade social, a formação ou a remodelação de áreas centrais que acabam por produzir centralidades (grande soma de fixos e fluxos) cada vez mais segmentadas, onde a distinção de propriedade de capitais (econômico, cultural e social) geram uma segregação que é principalmente simbólica. Portanto, é necessário o conhecimento e a compreensão das tradicionais e novas centralidades para analisarmos as configurações externas e internas que ampliam as diferenças entre classes e grupos de indivíduos.

5 REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

Fora de alcance juntos. In Tempos Líquidos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007, p. 77-98.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção:** crítica social do julgamento. 2.ed. Porto Alegre, RS: Zouk, 2011

Gosto de classe e estilo de vida. In: Pierre Bourdieu: Sociologia. 2ed. São Paulo: Ática, 1983.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** eBooks, 2003.

FERNANDES, .Antonio Teixeira. **Espaço social e suas representações.** Porto : Universidade do Porto.Faculdadede Letras, 1992. Separata da Revista da Faculdade de Letras. Sociologia, Porto, I Série, vol. 2, 1992 2009.

MUÑOZ, F. Capítulo III: **Urbanización.** In **Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales.** Barcelona: Gustavo Gili, 2008, p. 63-92.

SELBACH, Jefferson Francisco. **Novo Hamburgo 1927-1997:** Os espaços de sociabilidade na gangorra da modernidade. 1999. 416 f. Dissertação (Mestrado em planejamento urbano e Regional) Faculdade de Arquitetura. Universidade Feederal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 1999.

SENNET, Richard. **O declínio do homem público:** Tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SHUTZ, Liene M. Martins. **Os bairros de Novo Hamburgo.** S/d, Novo Hamburgo, 2001.