

# **CENTROS URBANOS: POR QUÊ INTERVIR?**

Heliana Comin Vargas

Palestra apresentada no Seminário Internacional de  
Reabilitação de Edifícios em áreas centrais. São Paulo:  
EPUSP. 2006

## **RESUMO**

O presente artigo, preparado para uma conferência, traz uma reflexão sobre os estudos realizados para a elaboração do livro "Intervenção em Centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados". Enfatiza a importância de clareza dos conceitos utilizados e dos objetivos presentes no processo de intervenção urbana. Apresenta um resumo das principais características e diferenças de abordagem de cada período do processo de intervenção urbana, definidos como: Renovação urbana (1950-70); Preservação Urbana (1970-1990); Reinvenção Urbana (1980-2006). A partir daí sugere uma revisão de paradigma no que se refere ao planejamento e gestão urbana para enfrentar os desafios urbanos da atualidade.

**Palavras chaves:** Centros urbanos; Intervenções urbanas; Requalificação urbana; Renovação urbana; Deterioração urbana.

## **ABSTRACT**

This article was written for a conference and it brings some thoughts and ideas which are included in the book "Interventions in City Center: objectives, strategies and results". It reinforces that the objectives and concepts should be clear to take ahead efficiently the urban intervention process. It also presents a summary of the main characteristics and different approaches of each period of the urban intervention process: urban Renewal (1950-70); urban preservation (1970-90); urban reinvention (1980-2006). Finally, the article suggests the need of reviewing the urban planning and management paradigm to face, today, the urban challenge.

**Key words:** city centers; urban intervention; urban revitalization; urban renewal; urban deterioration.

## **CENTROS URBANOS: POR QUÊ INTERVIR?**

### **Heliana Comin Vargas**

À pergunta: Por quê a construção de Tecla prolonga-se por tanto tempo?, Os habitantes, sem deixar de içar baldes, de baixar cabos de ferro, de mover longos pincéis para cima e para baixo, respondem: - Para que não comece a destruição. - Qual é o sentido de tanta construção?pergunta - Qual o objetivo de uma cidade em construção senão uma cidade....(Ítalo Calvino, Cidades Invisíveis p. 117)

Uma primeira curiosidade que deve nos conduzir, enquanto arquitetos e urbanistas, e mesmo como outros profissionais envolvidos com as questões urbanas, é a de perguntar por quê intervir?

Na verdade, foi esta a questão que nos animou a escrever o livro *Intervenções em Centros Urbanos* (VARGAS&CASTILHO, 2006). Ou seja, descobrir as razões, os motivos que têm culminado em um crescente número de intervenções urbanas e avaliar os seus propósitos.

Vale, no entanto, fazer um recorte sobre o tipo de intervenções que nos interessa discutir no momento, aqui representadas por intervenções em áreas urbanas, supostamente, degradadas. O que retira de cena, algumas intervenções urbanas do início do século no Brasil, e mesmo no mundo, voltadas à mudança da malha urbana incapaz de absorver o crescimento da cidade, como aconteceu em São Paulo e Rio de Janeiro.

Estamos falando de intervenções em áreas centrais consideradas deterioradas, como é o caso de alguns centros urbanos tradicionais. Faz-se necessário, então, discutir, inicialmente, o conceito de “deterioração urbana” o que, na verdade, aparece nas diversas justificativas de propostas de intervenção.

### **CONCEITO DE DETERIORAÇÃO**

Incluídos neste conceito de deterioração, causas e efeitos, muitas vezes, se confundem. Podemos dizer que algumas destas causas/efeitos têm origens internas à área e outras externas, bem de acordo com o processo de produção do espaço urbano, onde as

“localizações” são criadas a partir de investimentos de trabalho ou capital, realizados dentro ou fora do seu próprio lote. (VILLAÇA, s.d; VARGAS 1992 )

Assim, o congestionamento de atividades que está na base dos atributos de um centro, responderia, por causas de origem interna:

- Congestionamento de atividades leva ao: congestionamento de trânsito, poluição do ar, poluição visual, aumento do preço do solo, escassez de áreas, falta de estacionamentos, intervenções inadequadas; (pedestrianização)
- O passar do tempo leva: ao anacronismo e inércia das edificações e da infraestrutura; problemas com a estrutura fundiária.

Como causas de origem externa destacam-se:

- A concorrência de outras áreas da cidade em decorrência: da expansão urbana; da oferta imobiliária considerada mais promissora, em termos de qualidade de vida urbana, (ainda que de forma induzida); dos avanços tecnológicos que exigem áreas e edificações de diferentes características, não encontradas nos centros mais antigos.

Embora mais na condição de efeito do processo de deterioração do que de causa, o êxodo de atividades também aparece no conceito de deterioração, caracterizado por:

- Abandono/desocupação das edificações, pelo uso residencial, pelas Instituições públicas, pelo comércio e serviços mais qualificados,
- apropriação indevida dos espaços públicos
- ocupação considerada inadequada das edificações. (atividades ilegais, encortiçamento, dentre outras)

Portanto, o que se pode concluir deste processo é que houve uma ALTERAÇÃO NO FLUXO que se dirigia ao centro urbano. Alteração essa em termos de intensidade, natureza, receita e renda.

Assim, apresentado o conceito de deterioração, a segunda questão a ser discutida é: Por quê intervir nesta alteração do fluxo? Em quê esta situação nos incomoda e por quê? Enfim, qual é o objetivo da intervenção?

### **OBJETIVOS DA INTERVENÇÃO**

Ao pensarmos nos objetivos de uma determinada intervenção, dever-se-ia ter em mente: Qual a importância de se recuperar determinada área ? Para quem ela se destina?

Entre alguns dos objetivos encontrados em diversas propostas destacamos:

- Reforço da referência/identidade/diversidade
- Otimização da infra-estrutura
- Recuperação do capital investido nas edificações
- Valorização imobiliária
- Adequação aos padrões atuais: sócio-econômicos e tecnológicos
- Valorização da gestão urbana (fins eleitorais)
- Geração de emprego e renda? (construção civil)
- Aumento da arrecadação?
- Dinamização da economia urbana através do turismo, cultura e lazer.

A clareza de objetivos é fundamental para a definição das estratégias para alcançá-los. E esta clareza, nem sempre está explicitada nas propostas. Ou seja, se não sabemos aonde queremos ir, qualquer caminho pode nos conduzir!

Vale ressaltar que existe uma diferença muito grande entre os objetivos expressos no discurso e os efetivamente perseguidos. Além disso, os objetivos devem refletir as reais demandas sociais, mediadas pela possibilidade técnica e viabilidade de alcançá-los. Não podem ser estabelecidos a partir dos desejos dos administradores públicos em acordo com os empreendedores imobiliários ou a partir de alguns devaneios dos que propõe e projetam estas intervenções. Só aqui já teríamos uma bela discussão sobre o distanciamento entre o projeto e a realidade do problema a resolver.

Mesmo porque, será, ainda, o alcance dos objetivos claramente expressos, que deverá ser objeto de verificação, quando da avaliação dos resultados! Através do tão mencionado e pouco realizado monitoramento. Este é outro ponto fundamental: a verificação dos resultados.

## **VERIFICAÇÃO DOS RESULTADOS**

A verificação dos resultados é fundamental na medida em que sirva para alimentar outras propostas de intervenção e corrigir rumos. Porém, raramente isto acontece no processo de planejamento e gestão urbana.

Por quê os objetivos não foram atingidos? Como podem ser monitorados? Qual o tempo estimado para atingí-los? O que deu certo? O que deu errado? E por quê?

A intervenção ser considerada um sucesso significa que alcançou os objetivos estabelecidos! Portanto, voltamos sempre a questão inicial da necessidade de clareza na formulação dos objetivos.

Neste sentido, vale uma outra ressalva. A reabilitação de edifícios, embora possa se constituir em uma área específica, mais técnica, não pode esquecer da sua inserção no contexto urbano: Qual o uso mais promissor, do ponto de vista da dinâmica urbana esperada? Como o edifício pode responder adequadamente a este uso, do ponto de vista de sua arquitetura e condições de preservação do patrimônio? O caso do Shopping Light é paradigmático neste sentido.

Fundamentalmente, têm sido as estratégias adotadas para atingir os objetivos que respondem pelas diferenças na formas de intervenção ocorridas através do tempo.

### **ESTRATÉGIAS DE INTERVENÇÃO**

Quanto às estratégias adotadas, vale ainda ressaltar, de acordo com Edgar Morin,(2000:25), que o paradigma efetua a seleção e a determinação da conceituação e das operações lógicas. Assim, os indivíduos conhecem, pensam e agem segundo paradigmas em que se inserem culturalmente. Desta forma podem-se explicar, em parte, as formas de intervenção adotadas em cada momento da história. Estivessem estas intervenções baseadas nos ideais do movimento moderno onde o espaço projetado responderia fortemente pela mudança nas relações sociais (fase da renovação urbana); seja através do ideais preservacionistas e da contra-cultura de um lado pela negação do consumo ainda que se utilizando do lema“ vender a história num ambiente de compras”, (na fase de preservação urbana); ou seja, atualmente, pelo reforço da imagem da cidade, pensada como produto de consumo , onde a arquitetura tem prestado “brilhantemente” o seu serviço, (fase da reinvenção urbana).

Nos quadros a seguir estão resumidamente apresentados as idéias, as causas da deterioração urbana, os objetivos, estratégias e resultados, que consideramos presentes em três momentos diferenciados do processo de intervenção em áreas urbanas centrais. (VARGAS & CASTILHO, 2006). Os resultados destes processos refletidos na construção da imagem urbana por meio das intervenções físicas também são significativos como elementos para a sua compreensão, a partir de algumas imagens dos projetos selecionados.

## A RENOVAÇÃO URBANA- 1950-1970 ( figura 1)

### **As idéias**

ideologia do movimento moderno- o novo;  
valorização do espaço público- pedestres;

### **As causas**

congestionamento das áreas centrais;  
o sucesso da suburbanização e o abandono do centro;

### **Os objetivos**

arrecadação de impostos, valorização imobiliária, incentivo ao setor de construção civil:  
habitação e rodovias;

### **As estratégias**

desapropriações em larga escala aliado a práticas de saneamento social;  
construção de conjuntos arquitetônicos cívicos e corporativos mono funcionais (fig 1);  
construção de conjuntos residenciais de alta renda, isolados do entorno urbano;  
Pedestrianização para estímulo ao comércio;

### **Os resultados**

excesso de oferta de imóveis; falta de visão empresarial imobiliária; grandes áreas vazias;  
gentrification;

**FIGURA 1 – Lincon Center- Nova york**



## A PRESERVAÇÃO URBANA- 1970-1990 (figura 2,3 E 4)

### As idéias

história e a tradição- símbolo de status e distinção;  
crítica ao lugar comum, à padronização e valorização do diferente;  
a contracultura como crítica à sociedade de consumo; a preservação ambiental e do patrimônio histórico;

### As causas

Excesso de ofertas semelhantes;

### Os objetivos

viabilidade empresarial dos empreendimentos; ênfase na economia urbana;  
preservação do patrimônio histórico e arquitetônico;  
valorização imobiliária;  
gestão com apelo popular;

### As estratégias

Mudança da imagem do centro, pelo resgate da identidade por meio da comunicação social;  
Reciclagem de edifícios históricos; a nova arquitetura incorporando o antigo; (fig 2,3,4)  
Consumo pelo comércio e pela cultura; ; (fig 2,3,4)  
Oferta de estacionamentos e transportes  
Oferta de Habitação e de emprego para a geração de renda  
Desenvolvimento de Programas de Gestão Urbana, com destaque para o *Main Street Program* e o *Business Improvement District*;

### Os resultados

Privatização dos espaços públicos;  
Reconhecimento da importância do comércio como dinamizador das áreas urbanas e do papel dos polos geradores e atratores de fluxo; ; (fig 2,3,4)  
Criação de cenários e parques temáticos; (fig 2,3,4)  
Preservação da arquitetura, da cultura e da diversidade;  
Reconhecimento da importância da Gestão e da busca de recursos (parcerias)

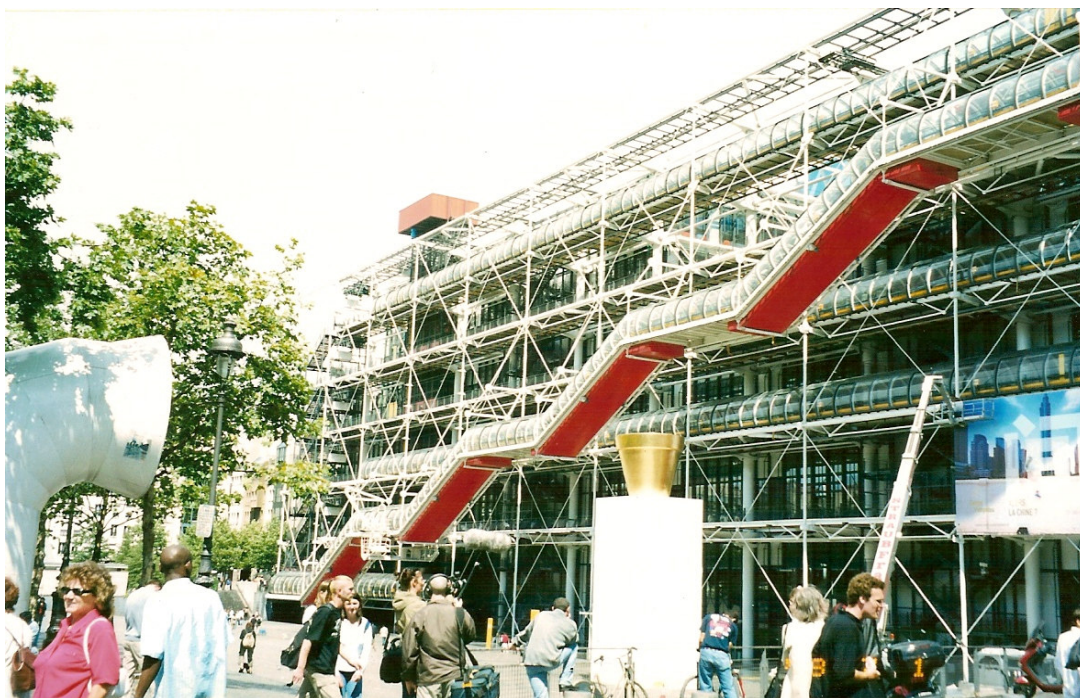
FIGURA 2 QUINCY MARKET- BOSTON



**FIGURA 3- QUINCY MARKET- BOSTON**



**FIGURA 4 – CENTRO GEORGE POMPIDOU- PARIS**





## **A REINVENÇÃO URBANA- 1980- 2006 (figura 5,6, 7 e8)**

### **As idéias**

Segmentação/do mercado; a busca do diferente; o poder da publicidade na valorização do lugar; a visibilidade do território; mudanças na relação espaço-tempo; consumo do lugar

### **As causas**

Competição entre cidades na atração de investimentos e turistas

Mudança do Locus da produção para o locus do consumo

### **Os objetivos**

Recuperação da base econômica das cidades e geração de emprego e renda

Desenvolvimento do Turismo Urbano e da expansão imobiliária

Promoção político-partidária

### **As estratégias**

Planejamento de mercado e estratégias de city marketing

Projetos Urbanísticos de grande monta e escala

Consumo da cultura pelo viés do Turismo (fig 5,6,7,)

A busca pelo novo, pelo diferente, pelo único;

Intervenções para a além do centro principal; áreas portuárias, orlas da praia (fig 5)

Ênfase na gestão urbana: TCM- *Town Center Management*; MSP- *Main Street Program*; BID- *Business Improvement District*;

Melhoria do ambiente construído;

Conscientização, informação e comunicação;

Valorização da imagem;

Melhoria na sinalização, acessibilidade e segurança;

Incentivo ao uso residencial;

Monitoramento da propriedade fundiária;

Controle das atividades noturnas;

Apoio aos visitantes;

Promoção do comércio local;

Apoio técnico e financeiro às empresas locais;

### **Os resultados**

Valorização da área objeto de intervenção;

Surgimento de novos fluxos e novos usos;

*Gentrification*

Atratividade para o turismo e expansão imobiliária; (fig 5,6,7)

Promoção político-partidária alcançada por alguns políticos;

Construção de uma nova imagem localizada, como ícones.(fig 5,6,7,8)

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Novos tempos, novos temas, novas demandas, novas tecnologias, novas relações territoriais pedem novos métodos, exigem novas idéias, novas teorias.

Na verdade, o que se pode observar é uma situação de complexidade cada vez maior da compreensão e intervenção no espaço urbano, em decorrência da intensidade de suas atividades e do adensamento populacional, com disputas cada vez mais acirradas pelo uso deste espaço. Esta situação que explicita os conflitos sociais, aliada à presença de novas formas de comunicação e dos avanços tecnológicos, da presença constante de incertezas e da velocidade da mudança, evidenciam alguns paradoxos com os quais não estamos

**FIGURA 5- BARCELONA- (OLIMPÍADAS 1992)**



**FIGURA 6- DRAGÃO DO MAR- FORTALEZA- CE**



**FIGURA 7- MERCADO ALBANO FRANCO- ARACAJÚ - SE**



**FIGURA 8 - PRAÇA DO PATRIARCA – SÃO PAULO**



preparados para trabalhar. Mesmo porque, fomos formados, no que se refere à nossa atuação profissional, dentro de outros paradigmas.

Só para citar alguns destes paradoxos: transporte público de massa, ou automóvel? A importância dos estacionamentos e os vazios urbanos? O conceito de praças, “convívio ou verdismo”? (SUN ALEX, 2004). Pedestrianização e a mudança de fluxos e sua importância para o comércio? (VARGAS 2001b) Portanto, tudo depende de cada situação e de como será implantado, o que demanda uma revisão de conceitos urgentes e quebra de alguns aforismos, ou mitos, como por exemplo: (BALSAS, 1999; VARGAS, 2000, 2001a; Mendes, 2007)

- Há intervenção urbana sem gentrification.
- Os modelos de intervenção de sucesso devem ser seguidos.
- A competição varejista é ruim para os negócios.
- Calçada é a solução.
- Se o ambiente construído for recuperado trará os consumidores/usuários de volta.
- Congestionamento é sinal de deterioração.

Finalmente, é necessário compreender os fluxos de toda a ordem (mercadorias, pessoas, veículos informações), conhecer suas origens, destinos, percursos, intensidade, características. Ou seja, entender esta nova dinâmica do urbano e suas interações que pedem uma nova abordagem e um novo pensamento sobre seus processos para, então, podermos melhor nos aparelhar para enfrentar o planejamento, a gestão e intervenção do espaço urbano neste novo contexto, onde a única certeza que fica é a velocidade da mudança.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BALSAS, Carlos José Lopes. Urbanismo Comercial em Portugal: e a Revitalização do centro das cidades. Lisboa: GEPE, 1999

CALVINO, Ítalo Cidade Invisíveis. Trad. Diogo Mainardi. São Paulo: Companhia das Letras. 1997.

MENDES, Camila, Faccioni. Paisagem urbana: Uma mídia redescoberta. São Paulo : SENAC. 2007

SUN Alex. Convívio e exclusão no espaço público: questões de projeto de praça. São Paulo: FAUUSP.2004

VARGAS, Heliana C. Comércio; localização estratégia ou estratégia na localização? Tese de doutorado. São Paulo: FAUUSP.1992

VARGAS, Heliana Comin. Comércio Varejista, Centros Urbanos e City Marketing. Simpósio Internacional Comércio e Consumo na Cidade. São Paulo : NECC /UNESP/ IGU, 2000.

VARGAS, Heliana Comin. Comércio Varejista e as políticas urbanas: uma difícil conversa. SINOPSES .São Paulo: FAUUSP. n 34, abril de 2001a.

VARGAS, Heliana C. Espaço terciário. O lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio. São Paulo: SENAC. 2001b.

VARGAS, Heliana C. & CASTINHO, Ana Luis H. Intervenções em Centros Urbanos: objetivos Estratégias e Resultados. São Pauo: Manole. 2006.

VILLAÇA, Flávio. A localização como mercadoria. Apostila. São Paulo: FAUUSP. s.d.

Créditos das figuras;

Figura 1 – Ana Luiza Howard Castilho

Figuras 2,3,4,5,6,7,8,- Heliana Comin Vargas