



CENTROS URBANOS POR QUÊ INTERVIR

HELIANA COMIN VARGAS
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
Universidade de São Paulo

hevargas@usp.br

CENTROS URBANOS: POR QUÊ INTERVIR

1. CONCEITO DE DETERIORAÇÃO

2. OBJETIVOS

3. ESTRATÉGIAS

4. RESULTADOS

5. MITOS E PARADOXOS

DETERIORAÇÃO URBANA

CONGESTIONAMENTO

Trânsito
Poluição do ar/visual
Preço do solo
Escassez de áreas
Deterioração física

CONCORRÊNCIA

Expansão urbana
Outras áreas de centralidade
Criação de localizações

Instituições públicas
Comércio e Serviços Nobres
Pedestrianização
Área de Passagem
do uso residencial

ÊXODO DE ATIVIDADES

MUDANÇA NO FLUXO

de intensidade,
de natureza
e de renda/receita

OBJETIVOS DA INTERVENÇÃO

Qual a importância de recuperar os centros urbanos?
Para quem?

REFORÇO DA REFERÊNCIA/IDENTIDADE/DIVERSIDADE

OTIMIZAÇÃO DA INFRA-ESTRUTURA

RECUPERAÇÃO DO CAPITAL INVESTIDO NAS EDIFICAÇÕES

VALORIZAÇÃO IMOBILIÁRIA

VALORIZAÇÃO DA GESTÃO URBANA

GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA? (CONSTRUÇÃO CIVIL)

ADEQUAÇÃO AOS PADRÕES ATUAIS SÓCIO-ECONÔMICOS E TECNOLÓGICOS

DINAMIZAÇÃO DA ECONOMIA URBANA (TURISMO, CULTURA E LAZER)

AUMENTO DA ARRECADAÇÃO

A RENOVAÇÃO URBANA - 1950-1970

AS IDÉIAS

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

AS CAUSAS

Congestionamento das áreas centrais
O sucesso da suburbanização/abandono do centro

OS OBJETIVOS

arrecadação de impostos/ **valorização imobiliária**/
construção civil/rodoviarismo

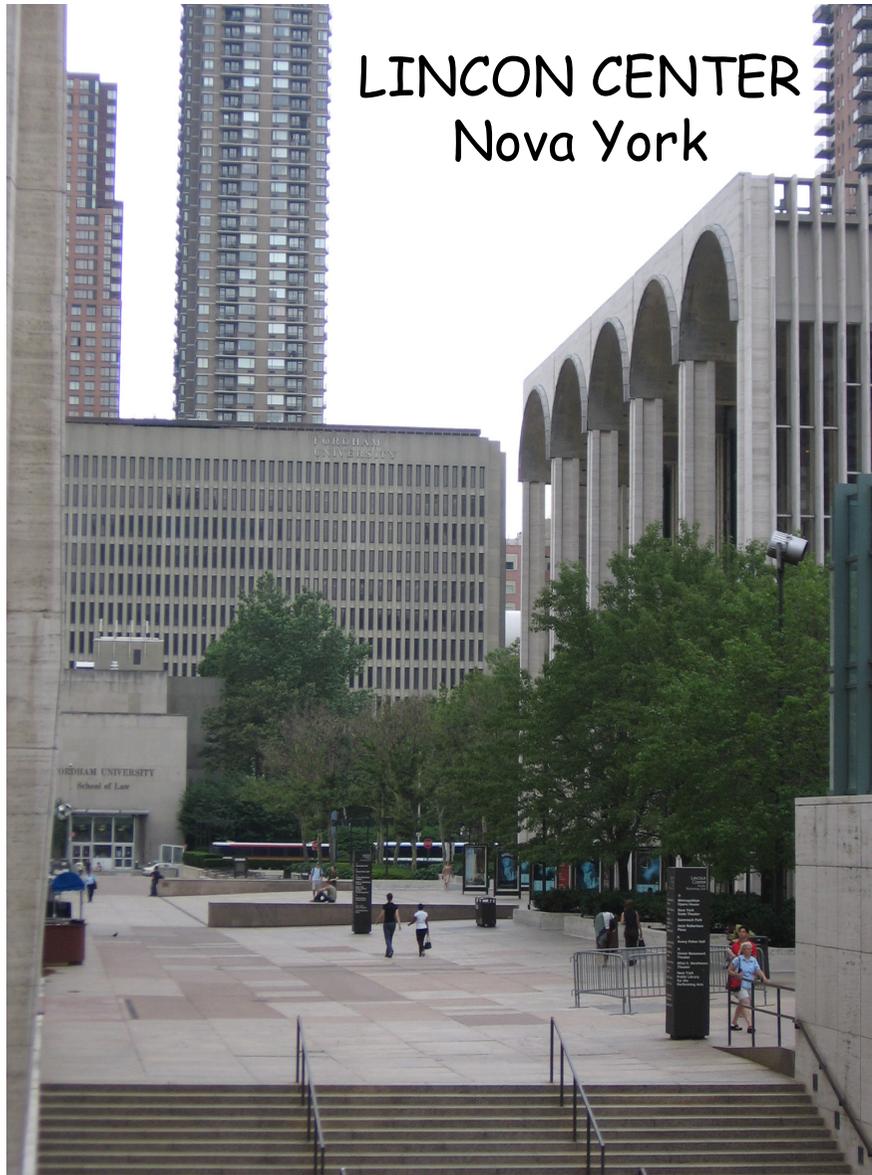
ESTRATÉGIAS

Desapropriações em larga escala/saneamento social
construção de conjuntos arquitetônicos cívicos e corporativos/
residenciais de alta renda, isolados do entorno urbano
Pedestrianização/comércio

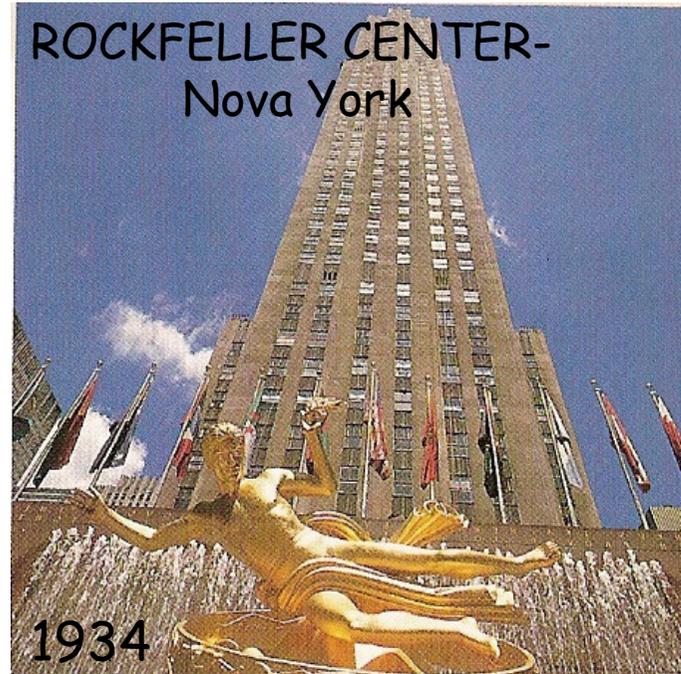
RESULTADOS

excesso de oferta/falta de visão empresarial/
gentrification/

LINCOLN CENTER
Nova York



ROCKFELLER CENTER-
Nova York



A PRESERVAÇÃO URBANA - 1970-1990

AS IDÉIAS

história e a tradição- símbolo de status e distinção-
a contracultura/ a questão ambiental/o diferente

AS CAUSAS

Excesso de concorrência/similaridades

OS OBJETIVOS

viabilidade empresarial/economia urbana/ **valorização**/
gestão com apelo popular/

ESTRATÉGIAS

Mudança da imagem do centro/identidade/comunicação social
Reciclagem de edifícios históricos/arquitetura/antigo/novo
Consumo/comércio e cultura/estacionamentos/transportes/
Habitação/emprego e renda
Programas de gestão/Main street program/BID

RESULTADOS

Privatização dos espaços públicos/competência
A importância do comércio/fluxo
Cenários/parques temáticos
Arquitetura/cultura/diversidade

Importância da Gestão e dos Recursos



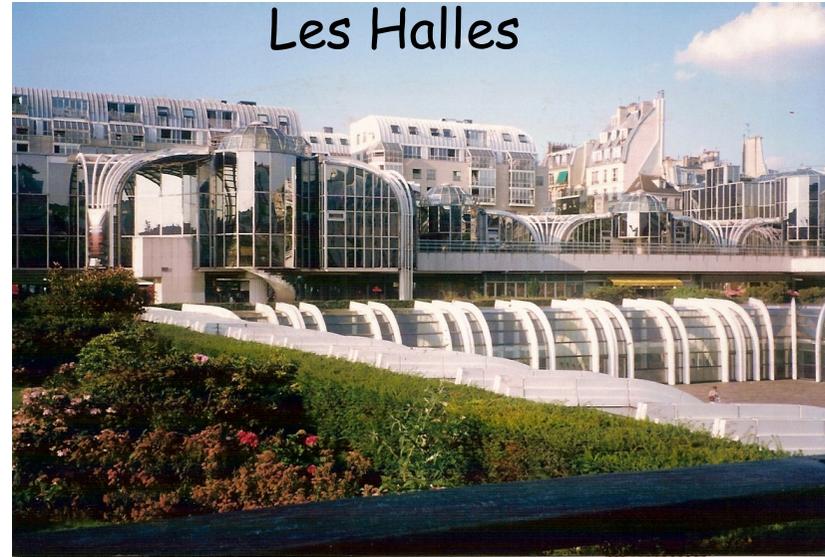
Quincy Market- Boston

1970

Centro Pompidou

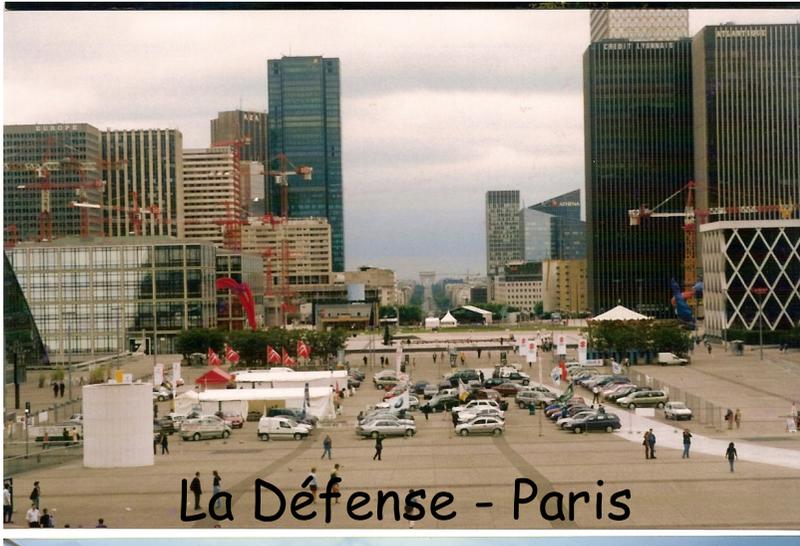


Les Halles



1980

La Défense - Paris



Museu do Louvre

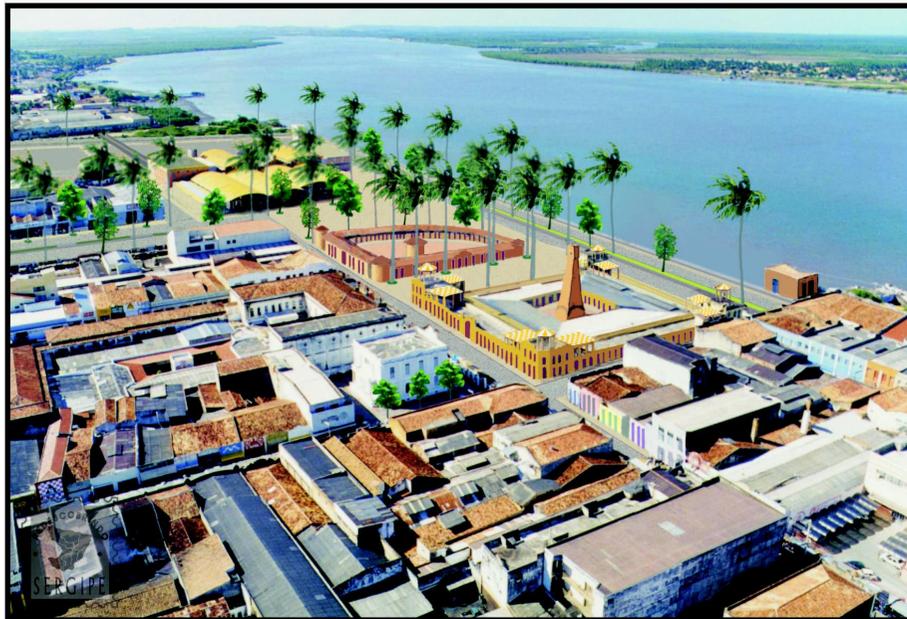




Ver o Peso- Belém



MERCADOS - ARACAJÚ



MERCADO MUNICIPAL DE ARACAJU

PROJETO DE RESGATE DA PAISAGEM URBANA E NATURAL DE ARACAJU
ANA LIBÓRIO @ARQUITETOS@ ASSOCIADOS
FOTOS: MARCEL NAUER - SIMULAÇÃO VIRTUAL: ADAUTO MACHADO



MERCADO ALBANO FRANCO - ARACAJU - SE



MERCADOS - ARACAJÚ





PIER 17 Nova York



A REINVENÇÃO URBANA - 1980-

AS IDÉIAS

Segmentação/diferente/comunicação/espço e tempo/consumo do lugar

AS CAUSAS

Competição entre cidades
Locus da produção/locus do consumo

OS OBJETIVOS

Recuperação da base econômica das cidades/
emprego e renda
Turismo/ expansão imobiliária
Promoção político-partidária

ESTRATÉGIAS

ESTRATÉGIAS

Planejamento de mercado/city marketing
Projetos Urbanísticos de grande monta/escala
Consumo Cultural/Turismo
A busca pelo novo/diferente/único
Para além do centro principal
Ênfase na gestão urbana/TCM/MSP/BID

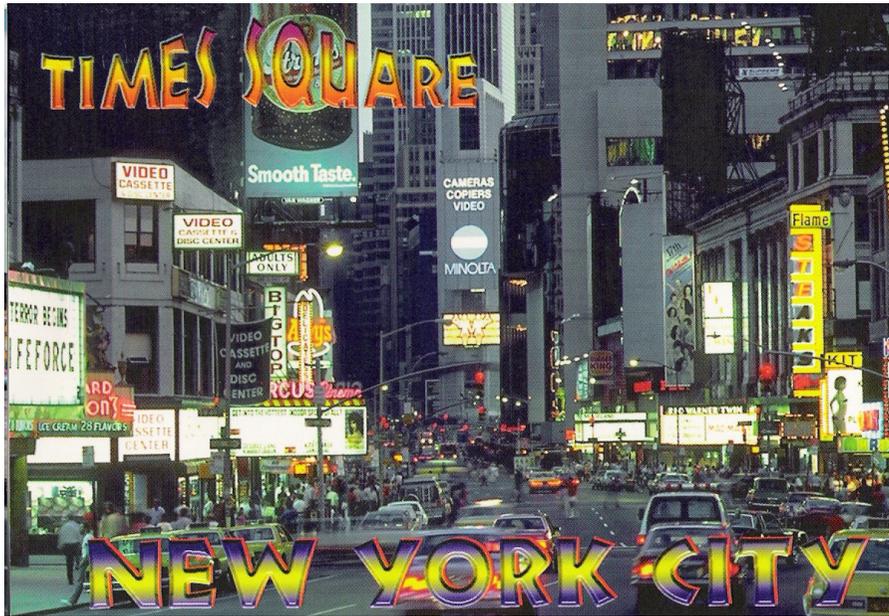
Melhoria do ambiente construído
Conscientização/informação
Valorização da imagem
Sinalização
Acessibilidade
Segurança

Incentivo ao uso residencial
Monitoramento da propriedade
Controle das atividades noturnas
Apoio aos visitantes
Promoção do comércio local
Apoio técnico/financeiro

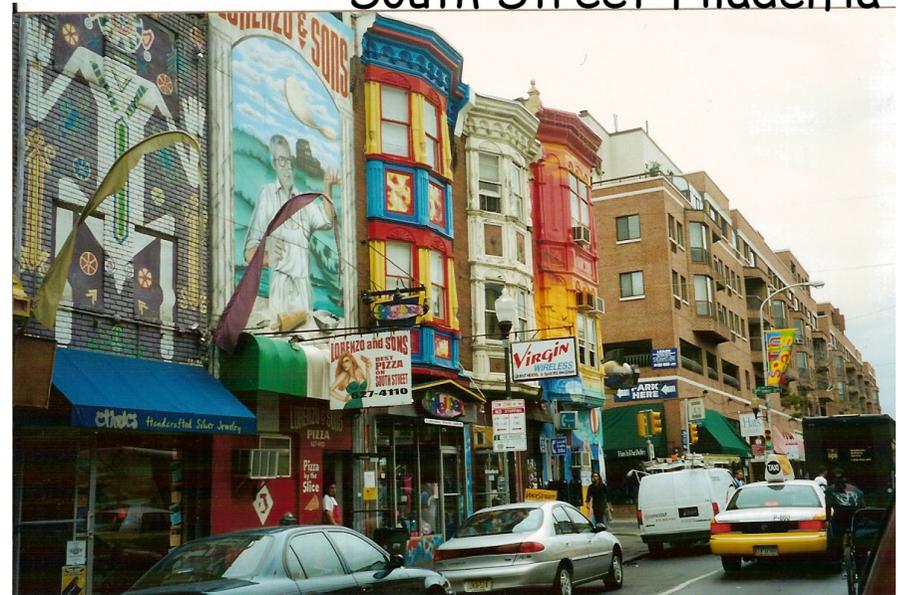
RESULTADOS

Valorização da área objeto de intervenção/
novos fluxos/novos usos
Turismo/ expansão imobiliária/
gentrification
Promoção político-partidária
Uma boa e bela imagem localizada
Retorno do investimento público não realizado





South Street-Filadélfia



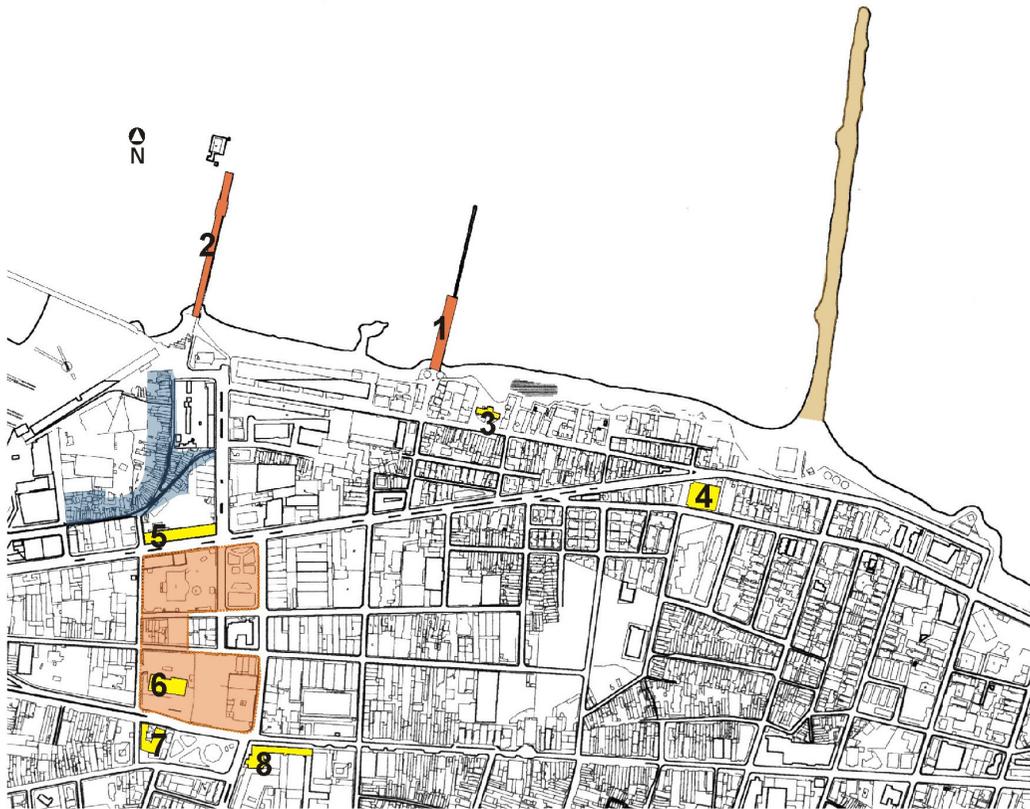


BELEM





FORTALEZA



- Quebra-mar da Praia de Iracema
- Comunidade Poço da Draga
- Terreno de implantação do CDMAC
- 1 - Ponte dos Ingleses
- 2 - Ponte Metálica
- 3 - Edifício do Estoril
- 4 - Igreja de São Pedro
- 5 - Antiga Alfândega
- 6 - Biblioteca Municipal
- 7 - Teatro São José
- 8 - Igreja da Prainha

Praia de Iracema e seus principais edifícios.

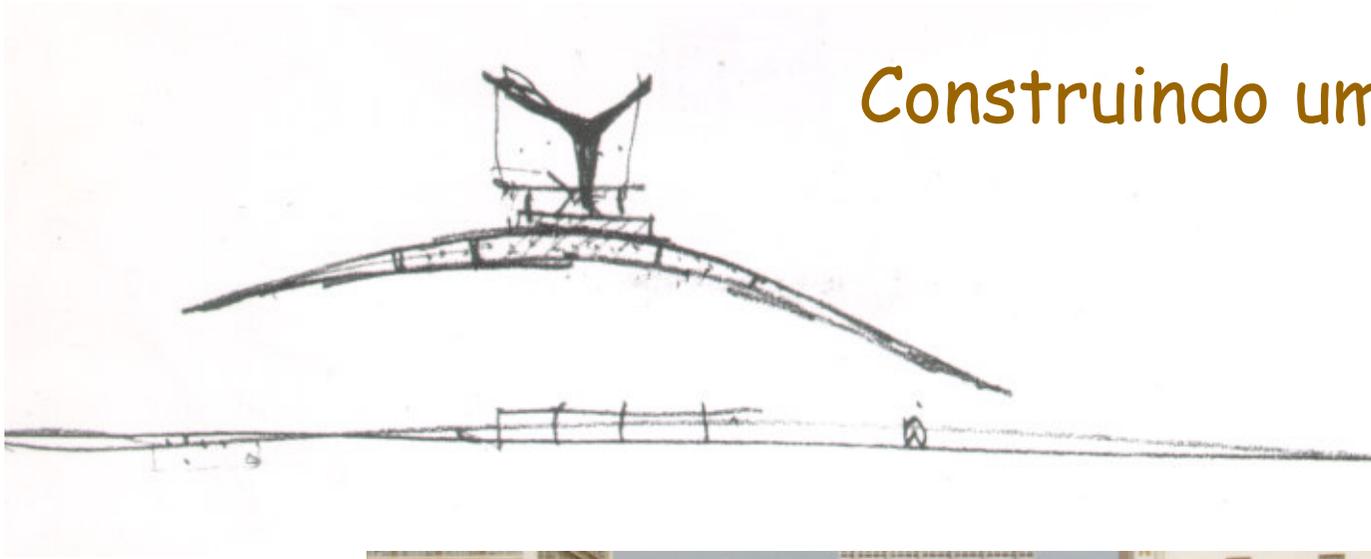
LINGUAGEM E MARCA



CURITIBA



Construindo uma Imagem



São Paulo - Praça do Patriarca



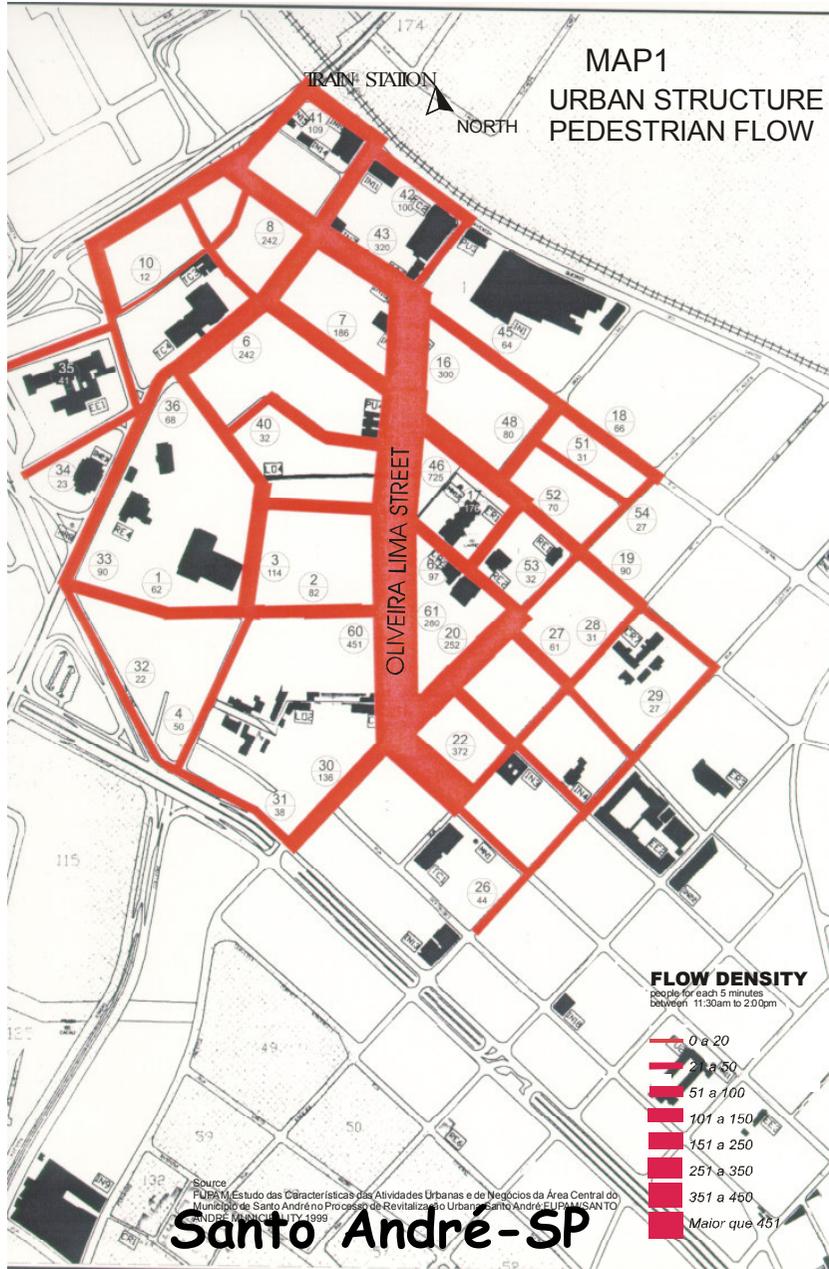
COMPETIÇÃO ENTRE CIDADES



Museu de Guggenheim- Bilbao

QUEBRANDO MITOS

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



CONGESTIONAMENTO E VITALIDADE

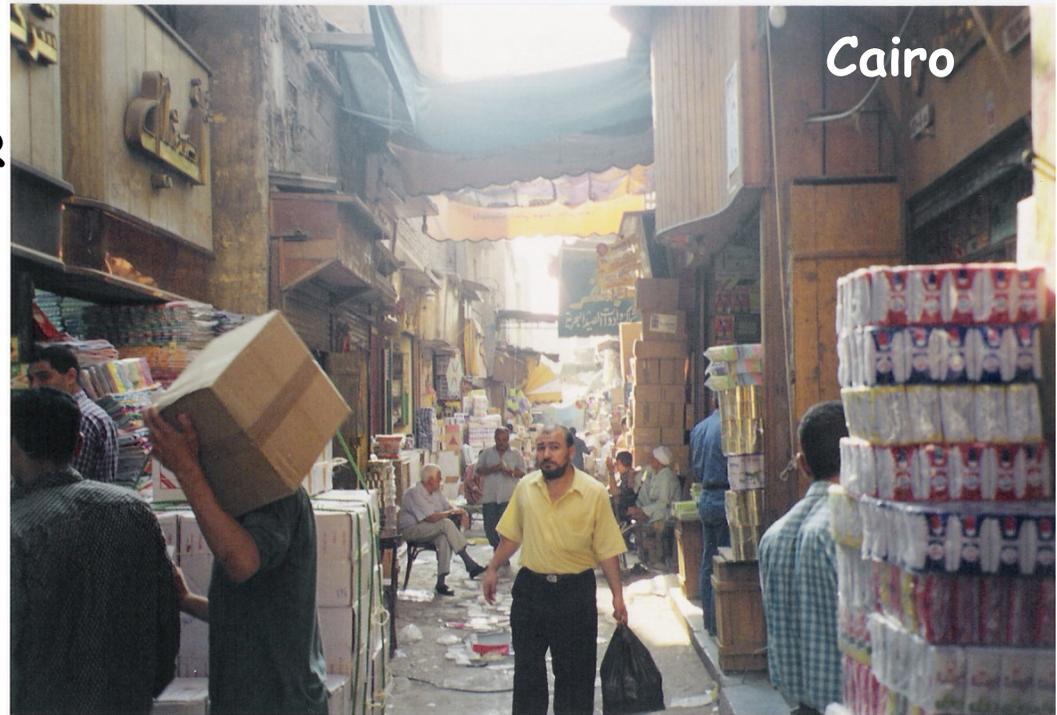
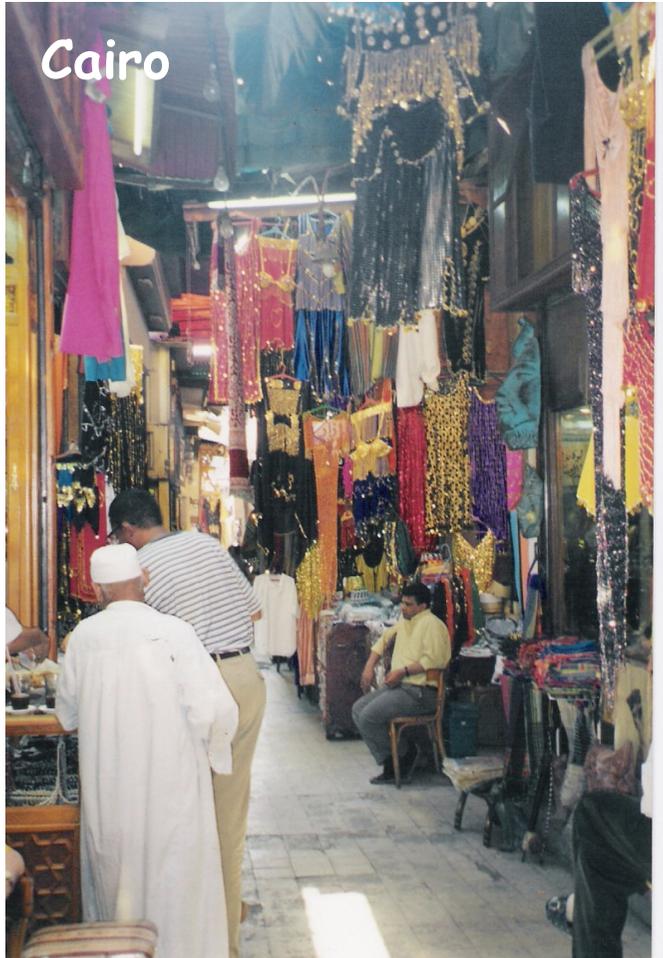


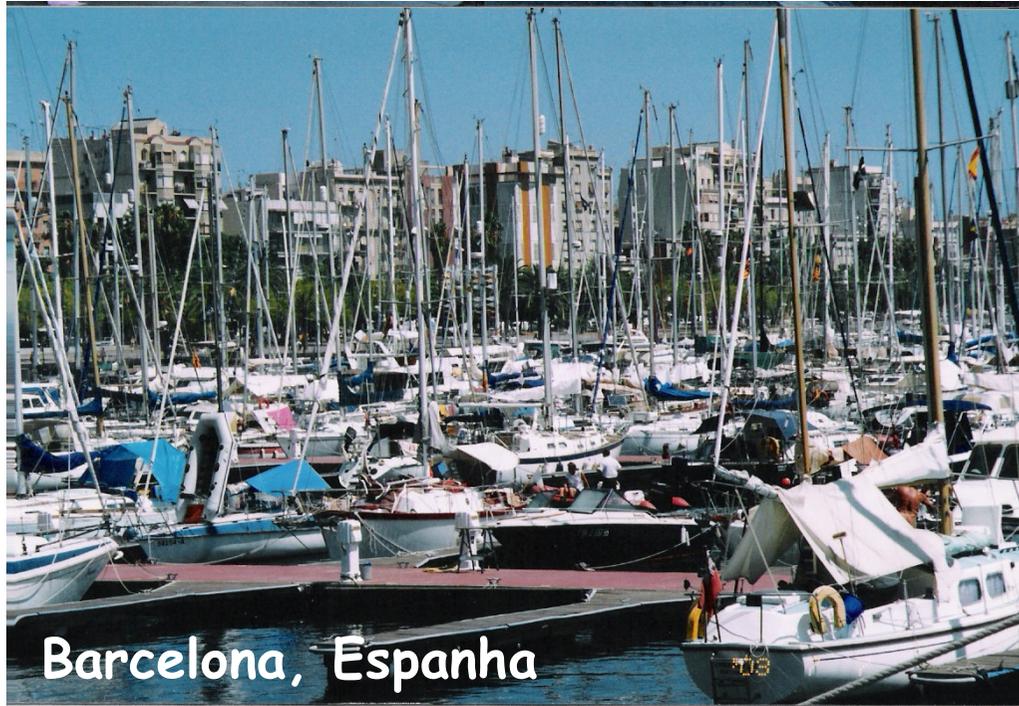
Rua 25 de Março- SP



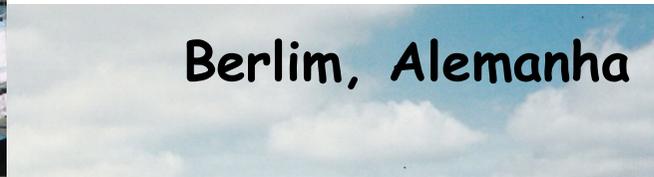
Fortaleza-CE

BAZAAR





Barcelona, Espanha



Berlim, Alemanha



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)