

A “CULTURALIZAÇÃO” DO PLANEJAMENTO E DA CIDADE novos modelos?

O termo “culturalização” vem sendo difundido, referindo-se tanto aos espaços revitalizados, quanto à prática do planejamento que os engendra. Procuramos neste *paper* esboçar um histórico desta modalidade de planejamento, localizando no tempo e no espaço algumas das suas manifestações iniciais, caracterizando as suas especificidades e o contexto em que se manifestaram. A ênfase recai sobre algumas características urbanísticas e culturais, que serão analisadas enquanto manifestações da pós-modernidade, e confrontadas com características do planejamento no contexto da modernidade.

Introdução

Nas últimas décadas vêm se difundindo diversos planos, projetos e políticas urbanas e culturais que se utilizam da cultura como estratégia principal. Seja tratando de preservação de sítios históricos, de ocupação de áreas degradadas ou vazias, de revitalização de áreas centrais ou periféricas, ou mesmo da expansão urbana, a tônica das intervenções recai na reabilitação ou na recriação de ambientes históricos, na construção de equipamentos culturais marcantes, no cuidadoso desenho dos espaços públicos, no uso da arte pública e da animação cultural, entre outros recursos. Os resultados desta “regeneração cultural” vêm sendo criticados e discutidos nos campos da arquitetura e do urbanismo, do planejamento e das ciências sociais. Criticam-se os conhecidos processos de gentrificação, mas também novos processos para os quais vêm se cunhando novos termos: a estetização, a patrimonialização, a museificação, a midiaticização, a espetacularização, entre outras. O termo “culturalização” vem sendo difundido referindo-se tanto aos espaços revitalizados quanto à prática do planejamento que os engendra.

Procuramos neste *paper* esboçar um histórico desta modalidade de planejamento, localizando no tempo e no espaço algumas das suas manifestações iniciais, caracterizando as suas especificidades e o contexto em que se manifestaram. A ênfase recai sobre algumas características urbanísticas e culturais, que serão analisadas enquanto manifestações da pós-modernidade, e confrontadas com características do planejamento no contexto da modernidade. Para concluir, discutimos as tendências observadas, questionando se estamos diante de uma tendência passageira ou se é possível se referir a um novo modelo de planejamento – um planejamento urbano e cultural.

As intervenções urbanas e a cultura

A história urbana mostra que às transformações de ordem econômica e social se seguem a adequação das estruturas, das formas e das imagens das cidades. Depois da industrialização/urbanização a cidade transformou-se radicalmente, adequando-se à nova condição de centro de produção material. Atualmente, na economia pós-industrial, novas transformações estão em curso: a produção não-material obriga, mais uma vez, as cidades a se renovarem.

Com a cidade industrial, a necessidade de enfrentar os novos desafios, buscando prever, direcionar e controlar as mudanças fez surgir e desenvolver o urbanismo e o planejamento urbano. Com a cidade pós-industrial, vem se difundindo novas formas de intervenção, através dos planos estratégicos e dos projetos urbanos. No primeiro caso, visava-se a adequação da cidade à produção material. No segundo, visa-se a produção imaterial, ou seja, de bens não materiais correntes: serviços, informações, símbolos, valores, estética, além de conhecimento e tecnologia. Para a economia na cidade industrial, importava a proximidade de fontes de matérias primas e de energia, a disponibilidade de capital, de força de trabalho e de um mercado local. Para a nova economia que, segundo Peter Hall (2001, p.8) deixou de ser a “economia informacional” e se tornou a “economia cultural”, e que, segundo Arantes (1998, p. 152), tem na cultura “a sua nova mola propulsora”, as exigências são radicalmente diferentes. A utilização da cultura como instrumento de revitalização urbana, faz parte de um processo bem mais vasto de utilização da cultura como instrumento de desenvolvimento econômico.

Para a sociedade de consumo consideram-se adequadas as áreas urbanas que disponham de meios de transporte e de comunicação avançados, que apresentem qualidade em termos residenciais e ambientais, alto nível de ofertas culturais e educacionais, atendendo aos condicionamentos locais mas também aos globais. Esta soma de qualidades decorre da disputa entre as cidades que buscam apresentar as melhores condições para atrair moradores, capitais, investimentos, empresas e turistas. Algumas zonas são privilegiadas nestes processos de renovação urbana, como centros históricos, áreas centrais degradadas e vazios urbanos resultantes do processo de desindustrialização - antigas zonas portuárias, ferroviárias e industriais¹.

As transformações urbanas buscam, portanto, reverter os efeitos danosos das mudanças econômicas pós-fordistas e adequar o ambiente construído à nova economia. As novas zonas de intervenção devem oferecer condições para a produção e o consumo da cultura e para o turismo de uma maneira geral. Devem ainda atender às condições de desenvolvimento da economia simbólica, no sentido apontado por Zukin (1995), da produção de espaços e de significados culturais na cidade.

As transformações espaciais não são consideradas somente na sua dimensão físico-territorial, mas envolvem, em grau crescente, ponderações de ordem simbólica. O lugar, a imagem e a identidade, elementos profundamente ancorados na cultura local se tornaram fundamentais. No mundo global, onde a modernização gerou a estandardização e a homogeneidade, e em que muitas cidades industriais viram diluir-se a sua identidade, a diferenciação através da pujança da identidade local se torna um trunfo essencial. E a identidade está fortemente ancorada na imagem e na cultura local. Neste sentido considera-se que é principalmente através da cultura que as cidades poderão se individualizar, acentuando suas identidades, marcando seu lugar no panorama mundial. A importância da economia cultural na cidade envolve, portanto, aspectos diferentes e entrelaçados, em que se destacam a indústria cultural, a indústria do turismo e a economia simbólica.

Nas últimas décadas foram inúmeros os planos, projetos e intervenções urbanas nos quais a cultura² se destacou como fator principal. No campo do planejamento urbano e do urbanismo emergiram novos termos e expressões que retratam esta importância: “lugares” e “territórios culturais”, “pólos” e “distritos culturais”, “engenharia cultural” (Haumont, 1996), “*cultural planning*” (Evans, 2001), “*planificación cultural*” (Wervijnen, 2000), “regeneração cultural” (Wansborough & Mageean, 2000), “culturalização da cidade” (Meyer, 1999 e Hausserman, 2000), entre outros.

A seguir, procuramos localizar, através de uma perspectiva histórica, alguns momentos e características do planejamento e do projeto urbano, assinalando suas características e o contexto da sua emergência na chamada “Era da Cultura”. Cabe enfatizar que não se trata aqui de uma discussão teórica acerca dos diferentes termos e conceitos surgidos, mas de uma tentativa de compreender os diferentes contextos e condições que favoreceram o seu surgimento no final do século XX. Alguns termos e conceitos serão explicitados no desenvolvimento do texto.

Planejamento e projeto de intervenções urbanas

Embora o recurso ao fator cultural no planejamento e no projeto urbanos possa ser observado em diferentes áreas da cidade, privilegiaremos aqui aquelas que visam as áreas consolidadas das cidades. Não se trata, portanto, do planejamento cultural enquanto provisão e distribuição de equipamentos e atividades culturais no território da cidade, no sentido do *aménagement culturel* ou do *arts planning*. Nem tampouco do *cultural planning* enquanto abordagem cultural do planejamento urbano. Trata-se aqui das intervenções urbanísticas, conforme conceituado por Portas (1998): “... o conjunto de programas e projetos (...) que incidem sobre os tecidos urbanizados dos aglomerados, sejam antigos ou relativamente recentes,

tendo em vista: a sua reestruturação ou revitalização funcional (...); a sua recuperação ou reabilitação arquitetônica (...); finalmente a sua reapropriação social e cultural (...). Mais especificamente, trata-se de projetos para intervenções urbanísticas nas quais se faz uso estratégico de recursos culturais tendo por objetivo o desenvolvimento local, e que podem ou não estar associadas a planos e políticas culturais.

As intervenções que vêm buscando readaptar os tecidos urbanos existentes a novas situações vêm recebendo, a cada novo contexto, novas denominações, em geral com o prefixo re: renovação, reestruturação, revitalização, reabilitação, requalificação, regeneração, entre outras. Uma rápida revisão destes momentos e denominações permite situar numa perspectiva histórica a emergência da dimensão cultural no quadro das intervenções urbanísticas³.

Desde meados do século XIX buscava-se o embelezamento e o saneamento da cidade industrial, atuando sobre áreas centrais densamente ocupadas e encortçadas; as “reformas urbanas” de Paris e de Viena tornaram-se formas clássicas de intervenção. Em meados do século XX, a “renovação urbana” sob os ideais do modernismo, do racionalismo e do funcionalismo, permitiu a emergência e/ou o desenvolvimento de centros modernizados, adensados e verticalizados. Por oposição a essa forma de intervenção, muitas vezes realizada depois de reduzir o tecido urbano existente à *tabula rasa*, e a partir das críticas à destruição do patrimônio edificado, ao rompimento de elos sociais existentes, à especulação imobiliária sempre presente, surgiu nos anos 60/70 a “revitalização” ou “reabilitação urbana”. Nesta nova prática urbanística, rejeita-se a rua como espaço apenas de circulação e os tecidos urbanos monótonos e homogêneos, definidos em função do zoneamento e de índices urbanísticos; e retoma-se a composição urbana, recuperando-se os espaços públicos, a tipologia das edificações e a morfologia urbana (Choay & Merlin, 1988, p. 579). As propostas passaram a se pautar por projetos urbanos, ancorados na cultura arquitetônica e valorizando o desenho urbano. Desde os anos 70/80 a ênfase nos espaços públicos, no regionalismo, na preocupação com o patrimônio construído e a história incorporaram à política urbana uma dimensão cultural. A difusão da prática de revitalização de centros ou outros ambientes históricos, e não apenas de monumentos isolados ampliaram esta dimensão cultural.

Nos anos 80/90 surge o “projeto urbano”, paralelamente ao “planejamento estratégico”, ao “marketing urbano”, e a atuação ativa e agressiva dos governos locais em parcerias com agentes privados. Nos projetos urbanos de intervenção pontual concentrada, vultuosos recursos são investidos em algumas estruturas ou edificações, dotados de visibilidade midiática, que se considera capazes de disseminar “conta-

minações positivas” sobre o entorno e de contribuir para a constituição de uma nova imagem urbana.

Portas (1998) retoma Campos Venuti, para quem as intervenções através de projetos urbanos podem ser divididas em três tipos, que denomina de gerações urbanísticas. A primeira remete aos anos 60, ao fim dos CIAMs, às propostas inovadoras como as do Team X; a segunda, dos anos 70/80, enfatizava os espaços públicos, a diversidade e as diferenças, a história e a memória, valorizando a arquitetura local e usando como modelos de programa o IBA de Berlim e o SAAL de Portugal; a terceira, dos anos 80/90, se insere num planejamento estratégico e se utiliza de projetos arquitetônicos de *griffe*, que contribuem para a formação de uma nova imagem urbana, tendo por paradigma Barcelona. Nos anos 90, os projetos da terceira geração foram também chamados de projetos de “requalificação urbana” e “regeneração urbana”.

Nesta associação do planejamento empresarial, do projeto urbano e da estratégia cultural com o *marketing* verifica-se uma importante inflexão: a abordagem culturalista dos anos 60 se torna um “culturalismo de mercado” (Arantes 2000, p. 48), em que tudo o que se refere à cultura se torna mercadoria. Nesta metamorfose, a cultura se torna o grande negócio da cidade-mercadoria, e esta se torna cada vez mais espetacular. Há que se considerar, portanto, dois pontos de inflexão no que se refere ao cultural: o primeiro, que remete à revitalização associada à memória, ao patrimônio e a demandas locais e o segundo, que remete à mercantilização, à globalização e à espetacularização da cidade e da cultura.

Os contextos sócio-econômicos e políticos destas inflexões se evidenciam também na observação das mudanças ocorridas no âmbito das políticas culturais, como nos mostra Bianchini (1993). O tema sem importância, neutro, não-politizado dos anos 50/60 transformou-se, após 68, quando houve uma associação da ação cultural com a ação política. As políticas culturais dos anos 70, marcadas pela ênfase no desenvolvimento comunitário, na participação, na democratização do espaço público, na revitalização da vida social através da animação cultural e do redesenho urbano, foram, nos anos 80, substituídas. No clima do neo-conservadorismo e neo-liberalismo, as políticas culturais deixaram de dar respostas a objetivos dos movimentos sociais para dar respostas a objetivos de desenvolvimento econômico. Mas não apenas como instrumentos para diversificar a base econômica local ou para alcançar coesão social. Os subsídios deram lugar a incentivos e isenções para investimentos, os movimentos sociais a parcerias, o planejamento ao projeto urbano, a renovação à regeneração urbana. E esta, para maximizar as potencialidades econômicas locais deu ênfase à imagem urbana e a projetos culturais emblemáticos

(festivais, exposições, promoção anual das cidades capital europeia da cultura, edificações culturais marcantes, etc.).

No estudo destes processos, Bianchini (1993) identificou influências precursoras norte-americanas de intervenções em áreas históricas e *waterfronts* de Baltimore, de Boston e de Nova Iorque. No entanto, os casos europeus de inserção de equipamentos culturais de grande destaque tornaram-se paradigmáticos: o Centro Georges Pompidou, de Paris, o Museu de Arte Contemporânea e o Centro de Cultura Contemporânea de Barcelona e o Museu Guggenheim de Bilbao. Muitas vezes, mesclam-se os dois princípios de revitalização: a recuperação do ambiente histórico existente e a criação de equipamentos culturais como âncoras de projeto. No caso de ambientes históricos preservados, as próprias edificações aludem à cultura local; no caso de novas arquiteturas, é seu uso que atribui a chancela cultural. Estas âncoras são cercadas por espaços públicos primorosamente desenhados, nos quais se instalam obras de arte pública e se realizam ações de animação cultural.

Um novo “renascimento urbano” emergiu a partir de planos e projetos nos quais a cultura se destaca como estratégia principal, e a ênfase das políticas urbanas recai sobre as políticas culturais. “Regeneração cultural”⁴ foi o termo que se originou no meio anglo-saxônico referindo-se às intervenções em áreas consolidadas através desta modalidade de planejamento e de projeto urbano.

Nas áreas renovadas, a criação de atividades culturais, turísticas e recreacionais, de equipamentos como museus, galerias, teatros, etc., de festivais e de um ambiente comercial do tipo *fun shopping* resulta num ambiente de consumo denominado por Meyer (1999, p. 44) “urbanismo culturalizado”. Para Häusserman (2000, p. 258), atualmente a cultura usada como um produto mágico utilizado pelo *marketing* urbano resulta numa “culturalização” da cidade.

Transformações no pensar e no fazer cidade

Observando as diversas transformações ocorridas na concepção e na prática urbanística nas últimas décadas, nos parece como uma mirada a um objeto através de um caleidoscópio, que fragmenta e multiplica a imagem daquele objeto inúmeras vezes. O objeto uno se deixa observar através de múltiplos aspectos parciais, sempre diferentes, cada um deles revelando o seu sentido quando percebido como um detalhe da passagem da cidade da produção à cidade do consumo, dos tempos modernos aos pós-modernos, da era industrial à era da cultura. Deixando de lado a dimensão filosófica, econômica, política e social, procuraremos abordar rapidamente alguns aspectos, principalmente os pertinentes às dimensões urbanísticas e culturais⁵.

Segundo Meyer (1999: 18), esta nova maneira de pensar o urbano e o planejamento se iniciou com dois livros marcantes. *Soft City* de Jonathan Raban (já apontado por Harvey), em que o autor mostra que a *soft city* é mais importante que a *hard city*. E *Cidades Invisíveis* de Italo Calvino, que mostra que a realidade da vida urbana é constituída não somente pelo seu visível, mas muito mais pelo invisível domínio dos seus sentidos, pelo simbólico, pelo cultural. Por oposição ao planejamento funcionalista ou moderno, este novo modo de planejamento, em que identidade cultural e valor cultural se tornam conceitos centrais e o significado cultural da forma, estrutura e função urbanas se tornam referências, este novo modo pode ser chamado de pós-moderno.

O domínio do racionalismo e do funcionalismo no pensamento urbanístico modernista foi engendrado e mostrou-se adequado aos objetivos do planejamento da cidade-produção, mas revelou-se pouco propício aos objetivos da cidade-consumo.

Novos modos de pensar se associam, por vezes, a crises. E crises são períodos de transformações, em que cânones consagrados são postos em cheque, e em seus lugares emergem outras modalidades de pensamento e de ação. Nos anos 70/80, em meio à crise urbana, a crise dos paradigmas e a do planejamento, e às críticas aos resultados e às conseqüências deste planejamento, despontaram novas alternativas que substituíram os antigos modelos e as práticas consagradas. Sem se deter no conteúdo das críticas e no pensamento dos autores precursores, apontaremos aqui rapidamente as mudanças nas abordagens das questões urbanas.

Um dos princípios do modo de pensar moderno, a premissa da *tabula rasa*, do recomençar do zero, impondo a ruptura da cidade com o seu passado, é abandonado diante da recorrente destruição do patrimônio construído. Em seu lugar, emerge a preocupação com a história e com a preservação do parque imobiliário existente.

A referência moderna ao homem universal, que induzia o pensamento à homogeneização e à generalização, é substituído pela preocupação com o outro, com as minorias, com as diferenças. A intenção de lidar com o todo, ampliando as escalas e homogeneizando as proposições para grandes áreas indiferenciadamente, é substituído pela atenção à diversidade, à especificidade dos fragmentos, à busca do sentido de lugar.

Dentre os fragmentos urbanos atualmente convertidos em problemas estão os recortes monofuncionais degradados: os vazios fabris, portuários e ferroviários. Para a revitalização dos vazios da cidade pós-industrial, o predomínio da funcionalidade, e a função como princípio ordenador do pensamento urbanístico já não cabem mais. Nos anos 80, a funcionalidade como lógica do planejamento sofre novo revés, pois até os centros foram perdendo sua função específica enquanto

centralidade maior. Referindo-se aos centros urbanos norte americanos na década de 80, dizia Friederichs, citado por Meyer (1999: 44): “*Central Business Districts activities, in short, are no longer Central or Business*”. Para evitar a degradação dos centros urbanos tradicionais, procura-se promover um mix de usos e desenvolvê-los como centros culturalizados.

Os fragmentos em questão não têm mais funções específicas; e a funcionalidade já não pode mais ser considerada como antes. Assim, a forma, que no modernismo seguia a função, procurou novas funções e se tornou independente delas, dando ensejo ao re-desenho da cidade. Efetivamente, uma nova abordagem impôs-se como reação aos excessos do movimento modernista, em termos de desprezo pela forma, pela cidade histórica e pela arquitetura tradicional. Desta maneira, emergiu uma abordagem valorizando a arquitetura, a tipologia e a morfologia.

Neste quadro urbanístico-cultural, uma referência especial cabe aos espaços livres públicos. Augustin (1998:12) mostra que os espaços públicos se transformaram na passagem da cidade-produção (fundada sobre o zoneamento de territorialidades estabelecidas) para a cidade-consumo (formada de territorialidades mais fluidas e maleáveis). Na sociedade fordista, o espaço é essencialmente para a produção, e a rua é para a circulação; na sociedade pós-industrial, os espaços se tornam lugares de consumo, de espetáculos e de festas. E ainda de turismo e de sociabilidade. De acordo com Zukin (1995: 259), “*Public spaces are the primary site of public culture; they are a window into the city’s soul*”. Esta frase é sintomática dos novos sentidos dos espaços livres públicos, e radicalmente diferentes daqueles adotados no modernismo – espaços de circulação e espaços livres.

Estes pontos sumariamente anotados são apenas alguns dos diversos aspectos aos quais é preciso fazer referência ao tratar da emergência do planejamento e do projeto urbano para a regeneração cultural. Mas são pontos como o desenho urbano e a arquitetura que estão na base das representações da cidade e sintetizam a imagem da cidade que o *marketing* urbano potencializa. São imagens das áreas regeneradas, com seu antigo patrimônio histórico e cultural reabilitado, seus novos equipamentos culturais, seus espaços públicos cuidadosamente planejados e projetados, para terem o máximo de visibilidade, para que as imagens tenham o máximo de divulgação.

Huyssen (2000: 91) identifica neste ponto uma inversão no enfoque da cidade como texto para a cidade como imagem: O “discurso da cidade como um texto, nos anos 1970, era, sobretudo um discurso que envolvia arquitetos, críticos literários, teóricos e filósofos determinados a explorar e criar novos vocabulários para o espaço urbano”. Mas o discurso atual da cidade como imagem é o dos empreendedores

e políticos que buscam aumentar a receita da cidade com turismo e convenções, para o que se recorre ao *marketing* e a práticas urbanísticas tidas como bem sucedidas.

Inverteu-se também a relação entre a dinâmica urbana e a presença da cultura, principalmente a visibilidade de equipamentos culturais e do patrimônio histórico e cultural. No passado, apenas cidades ricas apresentavam equipamentos e patrimônio cultural como demonstração do seu alto nível de desenvolvimento cultural; hoje, o recurso à exibição desta cultura é apenas um meio, uma tentativa de alcançar um suposto desenvolvimento (Cortinovois et al., 1993 e Evans, 2001).

Regeneração cultural⁶ – um modelo?

Sendo ou não considerada como um modelo de intervenção, o planejamento culturalizado, através da regeneração cultural vem se difundindo por grande número de cidades, apresentando diferentes resultados e avaliações. Aparentemente, os projetos menos ambiciosos e menos midiáticos têm sido menos divulgados e criticados; já os mais espetaculares deram origem a muitas publicações tanto de cunho publicitário quanto de caráter crítico, a ponto de se observar, em diferentes discursos, novos termos específicos.

Autores de diferentes origens têm analisado os resultados destas intervenções, captando, nomeando e criticando novas tendências sócio-culturais e espaciais. Apesar dos diferentes enfoques, e de algumas diferenças de concepção, podem-se citar, esboçando minimamente, as que consideramos como as principais tendências. Cabe, inicialmente acentuar as tendências observadas nos centros históricos, de excessos de: patrimonialização⁷ - atribuição excessiva do *status* de patrimônio, conduzindo ao engessamento das dinâmicas espaciais e sócio-culturais; musealização - multiplicação de museus em prédios históricos e/ou museificação⁸ - tombamento excessivo de prédios históricos, tornando a cidade inteira, um museu; e disneyficação⁹ - em que a imagem resultante remete à Disneylândia.

Abrangendo não apenas os casos estritos de revitalização de centros históricos, mas também os de criação de novas arquiteturas vanguardistas, podem-se listar, apesar do risco da simplificação e da descontextualização excessivas, mais algumas tendências. Dentre as de natureza sócio-espacial, assinalamos a já referida culturalização¹⁰, uma profusão de equipamentos e atividades culturais, turísticas e de lazer num ambiente de consumo semelhante a um grande *shopping mall* a céu aberto. Nestes ambientes verifica-se geralmente uma estandarização dos espaços, decorrente da adoção dos mesmos modelos, muitas vezes financiados pelos mesmos investidores, visando os mesmos usuários e buscando os mesmos efei-

tos. Ironicamente, esta homogeneização faz com que as imagens urbanas, que deveriam revelar a especificidade de cada cidade, se tornem cada vez mais semelhantes. Para se contrapor à esta homogeneização, recorre-se muitas vezes à adoção de efeitos estéticos nos espaços urbanos através da arquitetura, do *design*, do paisagismo, da iluminação, do mobiliário urbano e da arte pública, resultando numa estetização¹¹ dos espaços. Da mesma maneira, busca-se a diferenciação através do recurso à escala monumental, incorrendo na monumentalização¹² excessiva. A prática de *marketing*, anunciando a imagem e a identidade local, e ainda a crença de que visibilidade seja igual a sucesso, e a decorrente amplificação desta visibilidade através da mídia, vem sendo denominada de midiatização.

Duas tendências, no entanto, parecem recorrentes: a gentrificação¹³- expulsão da população moradora, devido à valorização dos imóveis da área e a espetacularização da cidade (no sentido atribuído por Debord¹⁴), a que todos assistem, estupefatos, numa passividade consumista, alienante e sem participação. A proliferação de imagens, eventos, festivais, ícones arquitetônicos, espaços públicos renovados e primorosamente desenhados, cuja dimensão simbólica é potencializada e enobrecida pela cultura, se torna matéria prima para o *marketing* urbano. Anuncia-se a cultura e a cidade revitalizada – um espetáculo a ser consumido.

As abordagens críticas visam casos particulares, mas também os casos bem sucedidos que se tornaram modelos: *waterfronts*, Paris, Barcelona, Bilbao, entre outros. E sabemos que a crítica tem o poder de desconstruir os modelos.

Afinal, o que são modelos de planejamento urbano? “Reforma urbana *hausmanniana*”, “renovação urbana modernista”, “planejamento participativo”, “planejamento estratégico”, entre outros termos, têm sido considerados desta maneira. Talvez também as “*garden cities*”, o movimento “*city beautiful*”, a “renovação urbana cuidadosa” berlinense, os “*grands travaux*” parisienses, as IBAs alemães, os “*waterfront developments*” norte americanos, práticas que certamente tiveram muitos seguidores. Da mesma maneira podem ser consideradas outras práticas contemporâneas como a revitalização, a reabilitação, a requalificação, a regeneração urbanas, surgidas em diferentes situações, assim como as diversas cidades-modelo de planejamento, de empreendimento e de intervenção.

Tratam-se de experiências urbanas que em algum momento se destacaram, tiveram boa aceitação e foram praticadas em outras cidades, recebendo muitas vezes, novas denominações. Algumas certamente não passaram de modismos, outras se tornaram paradigmáticas. Talvez possa se dizer que haja um ou outro modelo (padrão ideal a ser copiado) de planejamento, talvez se deva apenas dizer que haja tipos (padrões que habitualmente se repetem em uma época) de planejamento¹⁵.

Algumas práticas podem ser erigidas como fórmulas. Em algumas situações é possível identificar a cidade (ou o plano ou o projeto ou a intervenção) de que se tenha originado uma prática, ou seja, identificar o modelo original. Em outras não, pois as práticas de planejamento, projeto e intervenção urbanas costumam ser complexas, compostas de diferentes componentes, adquirindo feições próprias e adequando-se às condições locais.

O que nos importa assinalar é que cada uma destas práticas surgiu em certo contexto, como resposta a certos desafios, tirando partido de certas condições, viabilizando certas possibilidades, concretizando determinações específicas de diversas ordens – social, econômica, política, espacial, técnica, institucional, cultural. Seja adotando modelos, seja desenvolvendo experiências próprias.

Foi o que aconteceu nos tempos modernos, na cidade-produção da economia industrial; e é o que pode ser percebido atualmente, na cidade dos tempos pós-modernos, da sociedade do consumo, da economia da cultura. Como esboçado neste *paper*, o planejamento passou por inúmeras adequações ao longo deste percurso, que serão certamente ainda muito estudadas em suas dimensões teóricas e empíricas, enriquecendo o debate apenas iniciado sobre a questão.

Lilian Fessler Vaz é professora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e do Programa de Pós-graduação em Urbanismo da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Notas

- ¹ No presente *paper* trataremos apenas de casos de intervenções em tecidos urbanos existentes, e não de áreas de expansão.
- ² Não cabe nos limites do paper uma discussão sobre conceitos de cultura. Ver a respeito: Vaz e Jacques, 2001. No caso, trata-se geralmente de uma cultura mercantilizada, globalizada e espetacular.
- ³ Ver a respeito: Vaz e Jacques, 2001.
- ⁴ Observe-se que no contexto anglo-saxônico a expressão “regeneração urbana” é largamente utilizada, além de regeneração social e regeneração cultural.
- ⁵ A discussão sobre a passagem do planejamento moderno ao planejamento estratégico não será abordada aqui. Ver a respeito: Meyer 1999, Portas 1998, Vainer 2000 e Monclús 2003.
- ⁶ Para alguns autores, o termo regeneração cultural aplica-se apenas no caso de revitalização urbana com a criação de “distritos culturais”. Wansborough e Mageean (2000) compreendem os “distritos culturais” como áreas espacialmente distintas e limitadas com alta concentração de ofertas culturais, tanto em termos de consumo quanto de produção.
- ⁷ Jeudy, 1990.
- ⁸ Huyssen, 2000 e Jeudy 1990.
- ⁹ Zukin, Sharon. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional nº. 24, 1996, P. 205/219, e Huyssen, 2000.
- ¹⁰ Meyer, 1994 e Häussermann, 2000.
- ¹¹ Jeudy 2003.
- ¹² Jeudy, 1999.
- ¹³ Arantes, 2000, Miles, 2001 e Zukin 1995.

¹⁴ Debord, 1967.

¹⁵ Devilliers (1974) refere-se a modelos e tipos arquitetônicos. Modelo é um padrão que deve ser copiado, no qual estão definidos valores intrínsecos; com a repetição que busca copiar o modelo, difunde-se o tipo. O tipo é uma abstração em que se identificam as propriedades espaciais comuns a uma classe de edificações. Não se trata de um tipo ideal, mas de um padrão habitualmente produzido numa época.

Bibliografia

ARANTES, O. *Urbanismo em fim de linha*. São Paulo: EDUSP, 1998.

_____. *Uma estratégia fatal. A cultura nas novas gestões urbanas*. In: ARANTES, O., VAINER, C. e MARICATO, E. *A cidade do pensamento único. Desmanchando consensos*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.

BIANCHINI, F. e PARKINSON, M. *Cultural policy and urban regeneration – the West European experience*. Manchester: Manchester University Press, 1993.

CHOAY, F. e MERLIN, P. *Dictionnaire d'urbanisme et de l'aménagement*. Paris: Presses Universitaires de France, 1998.

CORTINOVOIS et al. *Culture et requalification urbaine*. Paris: ANFIAC, 1993

DEBORD, G. (1967). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1993.

DEVILLIERS, C. (1874) *Typologie de l'Habitat & Morphologie Urbaine*". In: *Architecture d'Aujourd'Hui* 174.

EVANS, G. *Cultural planning, an urban renaissance?* London and New York: Routledge, 2001.

HALL, Sir P. *Cities in civilization*. New York: Fromm International, 2001

HAUMONT, A. *L'équipement culturel des villes*. In: *Les Annales de la recherche urbaine*, n. 70, mars 1996, p 148-153.

HÄUSSERMANN, H. *Grossstadt. Soziologische Stichworte*. Opladen: Leske + Budrich, 2000.

HUYSEN, A. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano Ed./ Universidade Candido Mendes/ Museu de Arte Moderna, 2000.

JEUDY, H.P. *Memórias do social*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

_____. *Les usages sociaux de l'art*. Paris: Editions Circé, 1999.

_____. *La critique de l'esthétique urbaine*. Paris: Sens&Tonka, 2003.

MEYER, H. *City and Port. Urban planning as a cultural venture in London, Barcelona, New York and Rotterdam: changing relations between public urban space and large-scale infrastructure*. Rotterdam: International Books, 1999, p. 44.

MILES, M. *Para além do espaço público*. Lisboa: Associação Extra-muros e Centro Português de Design, 2001.

MONCLÚS F. J. *The Barcelona model: an original formula? From 'reconstruction' to strategic urban projects (1979-2004)*. In: *Planning perspectives*, vol. 18, n. 4, october 2003, p. 399/422.

PORTAS, N. *L'emergenza del progetto urbano*. In: revista *Urbanistica* 110. Roma, giugno 1998.

VAZ, L. F. e JACQUES, P. B. *"Reflexões sobre o uso da cultura nos processos de revitalização urbana"*. Anais do IX ENANPUR. Rio de Janeiro, 2001, p. 664-674.

WERWIJNEN, J. *Sobre o Planeamento Cultural e Estratégico. Fazer cidade: Planos, Estratégias e Desígnios*. In : BRANDÃO, P. e REMESAR, A. (coord.), *O Espaço Público e a Interdisciplinaridade*. Lisboa : Centro Português de Design, 2000, p. 90/98.

WANSBOROUGH, M. & MAGEEAN, A. *The Role of Urban Design in Cultural Regeneration*. In: *Journal of Urban Design*, vol. 5, n. 2, 2000, p. 181/197.

ZUKIN, S. *The culture of cities*. Oxford: Blackwell, 1995.