

O MUNDO EM QUE VIVEMOS

REGENERAÇÃO URBANA E (IN)SUCESSO DA ARTE (PÚBLICA)

Susana Piteira

Escultora. Doutoranda da Faculdade de Belas Artes da Universidade de Barcelona. Bolseira da Fundação para a Ciência e Tecnologia.

Com o objectivo de abordar a temática em torno do estudo do *fenómeno urbano* desde o ponto de vista da *sustentabilidade* e da *intervenção ambiental* sobre o território, com especial incidência dos processos de *globalização estética* no contexto da *escultura pública* e *regeneração urbana*, foi desenvolvido um texto em duas partes.

Sendo um tema extremamente complexo e que abrange áreas disciplinares tradicionalmente muito distintas e distantes, tornava-se um artigo muito extenso para ser publicado na sua totalidade, de uma só vez na *Alentejo*.

Por esta razão, dividiu-se o texto em duas partes a primeira, que agora se apresenta, consiste numa introdução genérica ao contexto no qual se desenvolvem os processos de globalização estética que pretendem ser o motivo principal desta exposição. A segunda parte do texto será publicada no próximo número da revista (Janeiro de 2007) e incidirá na análise dos referidos processos através da cidade de Évora considerados como “estudo de caso”.

A implicação das produções artísticas no espaço público e nos processos de regeneração urbana bem como nas metodologias de trabalho no contexto da integração interdisciplinar da arte, arquitectura e desenho serão abordadas a partir de exemplos relativamente recentes, carismáticos e simbólicos desta cidade.

Mesmo sem desejarmos, de uma forma ou de outra, todos somos surpreendidos cada dia com novas intervenções urbanas, novas construções, arranjos ou *rearranjos* de espaços públicos já existentes, esculturas chamadas *públicas* e rotundas espampanantes.

Qualquer cidade portuguesa, por mais pequena que seja, pretende hoje apresentar-se como contemporânea e estar incluída e bem situada no *ranking* das cidades de forma a tornar-se visível. Por isso, tanto esforço por parte de autarquias e mesmo por parte do governo central, sobretudo na última década, para *apresentar trabalho feito*.

Mas como é que se apresenta esse esforço de actualização da forma do nosso território por parte das referidas instituições?

O que se nos apresenta é sem dúvida um trabalho titânico, monumental. Entre as

características das aparatosas intervenções de *regeneração urbana* e consequentes intervenções artísticas e o seu elevado número, somos confrontados com outros dois factores: a afirmação da *autoria* e o gosto *pimba*, infelizmente possibilitados pela conviência de profissionais de renome (os autores *star*)¹ por um lado e, por outro, pelos conhecidos jogos de tráfico de influências que permitem também que profissionais de baixa formação intervenham no espaço público e contribuam para a modelação do nosso território.



Esta realidade demonstra a fragilidade de formação dos responsáveis políticos e técnicos numa área fundamental de intervenção que se traduz com frequência na falta de ética, tendo como resultado as actuais paisagens com as quais somos obrigados a (con) viver.

Para tentarmos entender melhor o problema, cabe ainda perguntar como e porquê chegámos ao fenómeno de *marketing das cidades*!

Este fenómeno desenvolve-se no momento em que as cidades são obrigadas a competir entre si com regras de mercado como se de produtos vendáveis se tratassem, e em que

¹ Para aprofundar este tema podem consultar-se os artigos de Pedro Brandão “Andamento de um show (o show bis) da arquitectura” publicado na revista AV nº 74, Setembro 2006, “O circo em Lisboa: Ou a ilusão mediática no espectáculo do urbano” publicado na revista AV nº 71, Setembro de 2006 e de forma mais aprofundada no livro do mesmo autor “A cidade entre desenhos”, editado pela Livros Horizonte, também em 2006.

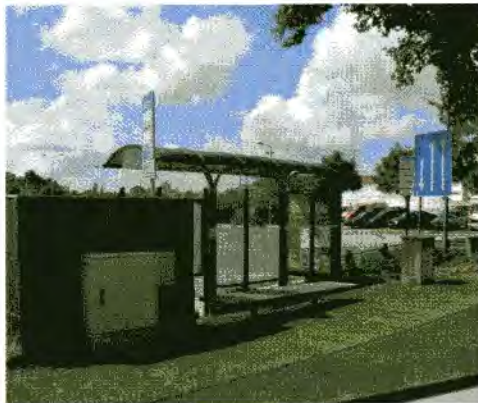
o Polis⁶ aparecia como *uma ambiciosa política de qualificação ambiental e urbanística das cidades portuguesas* (Ferreira, 2005: 184). Desta forma, ambicionava-se encontrar meios que permitissem *realizar transformações qualificantes, de grande visibilidade e impacto, nas nossas principais urbes* (Ferreira, 2005: 184), consumando assim o negócio das imagens, ou seja a representação da cidade e simultaneamente a sua própria interpretação⁷.

Mas este tipo de programas, assumidos como parte do planeamento das cidades, para além de favorecerem o desenvolvimento(?) das mesmas como mero *produto* intervêm essencialmente ao nível de pequenos fragmentos territoriais, contribuindo mais para o seu desordenamento, no sentido em que acentuam

Não menos significativo é o excesso de objectos de equipamento ou artísticos, ou decorativos, entre muitos outros, preenchendo de tal forma os espaços que se tornam acima de tudo um **ruído**¹⁰, tornando cada um destes elementos por si irrelevante e por isso ignorados pelo público massivamente. Neste pacote incluem-se ainda a desadequada localização dos mesmos, quer pela sua escala em relação ao sítio, quer pelo seu carácter acessório, quando não estabelecem nenhuma relação com a estrutura que define o espaço no qual estão colocados¹¹.

Neste contexto e para clarificar a exposição que venho desenvolvendo, considereei Évora como **“estudo de caso”** abordando algumas das suas mais recentes intervenções de reordenamento

Para maior aprofundamento dos procedimentos, instrumentos e técnicas de entre outros factores, nos processos de planeamento estratégico territorial bem como proposta de melhoramento e alternativas de conduta profissional e instrumentos legais neste âmbito consultar o *excelente trabalho de Ferreira, António Fonseca (2005). Gestão Estratégica de Cidades e regiões*. Lisboa. FCG.



⁸ Como bancos, papelarias, fontes.

⁹ Especialmente os pavimentos e revestimentos de muros ou outros elementos de construção dos espaços públicos, são em quase todos os projectos de norte a sul do país iguais – em granito cinzento de grão muito fino.

Pecando muitas vezes por falta de espessura, no caso dos revestimentos de paramentos e remate dos mesmos bem, como por falta de espessura e incorrecto assentamento.

A aplicação sistemática e indiferenciada desta pedra, nos últimos anos, deixa ainda transparecer o desconhecimento por parte dos projectistas da variedade de rochas ornamentais nacionais e das suas excelentes qualidades físicas e plástico-estéticas.



¹⁰ Por vezes este ruído não é apenas visual mas também sonoro, lembro o caso das fontes luminosas com sons ou música.

¹¹ Este tipo e trabalhos artísticos que são meros acessórios decorativos no espaço público designam-se no meio dos *connaisseurs* por *Plop Art*.



descontinuidades territoriais, do que para a sua organização. Resultado que tem como principal causa a falta ou mesmo ausência de desenho urbano e a desarticulação entre os espaços de habitar privados na sua relação estruturante com o espaço público.

Outro aspecto significativo da acção dos referidos programas de **regeneração urbana** é a uniformização de estilos através da utilização de objectos de equipamento urbano de design internacional⁸, pavimentos e outros materiais⁹ que tornaram os centros das nossas cidades iguais, anulando assim as suas características específicas que antes as identificavam. Por vezes, até mesmo a da lógica do desenho se associa a esta moda de **pastiche** adoptada por um número significativo de profissionais (?).

urbano e sobretudo intervenções circunscritas ao âmbito das artes plásticas, que têm constituído algumas das intervenções mais recentes na cidade. A continuação deste texto desenvolver-se-á no próximo número desta revista. ■

FONTES

- Arantes, O. (2000). *A cidade do pensamento único. Desmanchando consensos*. Petrópolis, RJ. Editora Vozes.
- Brandão, P. (2006). *A cidade entre desenhos*. Lisboa. Livros Horizonte.
- Brandão, P. (2006) “Andamento de um show (o show bis) da arquitectura”. *AV*, 74, p. 31-34.
- Ferreira, A. (2005). *Gestão Estratégica de Cidades e regiões*. Lisboa. FCG.
- Foster, H. (2005). “Mestre Construtor” *Intervalo*, 1. Vendaval.

o discurso do local foi adoptado pela lógica neo-liberal como tópico central das novas metanarrativas utilizadas na oposição ao global. Pois é no território concreto que se sobrevive e, em alguns casos, se resiste. O fluxo da globalização (considerado genericamente e até metaforicamente em abstracto) necessita do território para existir.

Assim, as cidades ancoradas no território exibem maior capacidade de agentes activos na expansão do modo de desenvolvimento globalizante e, ao mesmo tempo, apresentam-se como o cenário mais apropriado para dar início às políticas de desenvolvimento urbano, para implantar a qualidade de vida dos seus habitantes.



A Idade da Informação obriga as cidades a pensarem que só se tornarão protagonistas privilegiadas se forem dotadas de um Plano Estratégico de renovação urbana que lhes permita responderem competitivamente aos desafios da globalização. Mas a renovação urbana, no sentido em que esta se torna uma vantagem comparativa a ser criada (Arantes, 2000: 14), na cidade contemporânea (pós-moderna), através dos seus planos estratégicos, tornou-se uma mercadoria. Uma mercadoria vendida pelo seu lado simbólico, pelas *imagens* mais características que dela se fabricam ou fabricaram.

Num momento em que a verdade do nosso tempo é dominada por uma integração social através do valor da troca, tudo se negocia, de *imagens* a outros itens menos *simbólicos*. Este

contexto origina-se no movimento de volta à cidade e, sobretudo, teve como resultado os conhecidos processos de *gentrification*², em “grande parte desencadeados pelo reencontro glamouroso entre *Cultura* (urbana ou não) e Capital” (op. cit. pág.15).

Quando hoje se fala em produzir cidade, já pouco nos referimos a racionalidade, funcionalidade, zoneamento, plano director, etc. mas sim em *requalificação*, tendo-se tornado a *Cultura*, o seu *passe-partout* (op. cit. pág 15).

A estetização da *city* é conseguida através da produção de imagens fundamentadas normalmente na sua história, por um lado e, por outro, na importação de modelos aculturadores, sejam eles de carácter físico ou virtual. Exemplo



² Palavra com carácter de classe oriunda do inglês *gentry* que define a classe média ou alta sociedade inglesa (mas não a nobreza). Daí este termo denunciar à partida uma diferenciação de classes e como consequência a *gentrification da city* implicar segregação social.

³ Em artigo “Mestre Construtor” publicado na revista *Intervalo*, nº1 (dedicado ao tema o “Valor”), Vendaval, 2005 e extraído de *Design and Crime (and Other Diatribes)*, Londres, Verso, 2002.

⁴ Neste interessante artigo Hal Foster, desenvolve as ideias em torno da *centralidade da arquitectura no discurso da cultura* utilizando o emblemático caso de autoria levada aos limites de Frank Gehry e analisando a dimensão artística na pretensão que este arquitecto parece incorporar.

⁵ Termo utilizado por Arantes. (2000: 16).

⁶ Este programa foi inspirado na Expo 98 apoiando-se no seu *know-how* de concepção e gestão de projectos urbanos Ferreira, (2005: 184).

deste facto é a instalação de obras de arte no espaço urbano, produzidas por artistas vinculados aos *lobbies* dos circuitos mundializados, ou o mobiliário urbano do chamado estilo internacional, estranho à especificidade dos *lugares* e, nestes implantados, sem que muitas vezes com eles mantenha qualquer interacção. Atitude elucidativa da utilização actual das imagens e dos objectos – a colagem desarticulada e arbitrária, que define a imagem das paisagens urbanas que se nos apresentam como espaços fragmentados e desarticulados.

No cerne desta problemática, como denúncia Hal Foster³, está a *nova centralidade da arquitectura no discurso da cultura*, que deriva dos debates iniciais do pós-modernismo nos anos setenta, focados na *arquitectura*, e que é reforçada pela *inflação contemporânea do Design e da ostentação em todas as esferas – arte moda, negócios e por aí em diante*⁴.

Neste contexto universal, Portugal, marcado pela presença ora conservadora ora inovadora (com presenças fortemente modernistas) no desenho dos planos urbanísticos durante o longo período da ditadura, acompanha actualmente este forte fenómeno das *estratégias culturais da cidade-emprego de última geração* (op. cit. pág. 16).

Temos assistido à aplicação da fórmula de *culturalismo de mercado*⁵ no chamado desenvolvimento das nossas cidades através de vários programas de *regeneração urbana* de entre os quais podemos destacar o programa Polis.

Criado em 2000, pelo então governo socialista (pelo seu Ministro do Ambiente José Socrates),