

A HISTÓRIA INTERMINÁVEL DA GESTÃO DE RUAS

uma conversa com Nel de Jager, gestora de ruas

No centro histórico de Amsterdã, a Haarlemmerstraat e Haarlemmerdijk são conhecidas como “a melhor rua comercial da Holanda”, segundo eleição nacional em 2012. As lojas diversas e originais e o *plinth* agradável com vitrinas definem a sua atratividade. A rua tem também uma escala humana, pelo parcelamento de edificações em pequena escala e pelo perfil da rua. E a maioria dos prédios é original, com plinths, detalhes composição autênticos.

Moradores, turistas e visitantes por um dia e os moradores locais do restante da cidade frequentam a rua. Ela não é superlotada com turistas, como é o caso de outros lugares em Amsterdã. Há vários hotéis e B&B's, porém eles são de uma escala pequena, bem como os bares e restaurantes que atraem um tipo específico de turistas e visitantes. Essa mistura de visitantes procura as lojas especializadas, mas também os cinemas e os restaurantes. O sucesso e a atratividade estão na mistura da oferta, aparência e qualidade da rua. Isso não aconteceu ao natural, o que retrata a história da transformação da rua. Nel de Jager esteve envolvida com as mudanças da rua e conta sobre a abordagem.

A NECESSIDADE DE MUDAR

A Haarlemmerstraat e -dijk foram construídas no início do século 17 como parte do Distrito dos Canais e do Jordaan. A rua era tradicionalmente uma rua comercial, porém decaiu a um baixo nível da sua existência nos anos 1980. Quando Nel de Jager ia para seu trabalho no distrito Haarlemmerbuurt, em 1987, a rua era completamente diferente de hoje.

“Comecei lá durante a renovação urbana como voluntária do grupo de trabalho Gestão-de-loja, porque sentia que o bairro tinha um bom astral e potencial. Mas esses eram os anos fracos da área: havia casas e lojas fechadas, coffee shops, drogados, etc. Havia também muitos prédios ocupados, todos eles contendo um bar ou uma loja. Por isso, a área tinha um ambiente muito único”.



Foi a época em que o êxodo da cidade era alto. Muitas pessoas saíram do centro para novas áreas residenciais fora da cidade, muitos bairros urbanos tiveram edificações esvaziadas naquele tempo. Durante esse período, a via férrea passando pelo distrito Haarlemmerbuurt foi ampliada, e por essa razão, muitas casas na área foram demolidas. É por isso que não havia mais poder de compra no bairro, o que provocou efeitos nas lojas.



“Fui para trabalho com os empresários, porque eles também viram a degradação e tiveram medo de que a sua propriedade fosse logo desvalorizar muito. Para esses varejistas, o valor da loja era a sua pensão de velhice. Começamos a trabalhar para continuar atraindo clientes, o que nos permitia manter as funções comerciais. Porém, naquele momento havia pouca convicção em preservar a função comercial – principalmente nos departamentos municipais. Segundo a pesquisa econômica naquela época, as lojas não tinham direito de existência, à exceção talvez de um supermercado.”



Alguns dos prédios já foram comprados pela prefeitura – que tinha planos indefinidos para renovação ou demolição: “Em razão de os prédios fechados com tapumes causarem uma sensação de desconforto, trabalhamos com a gestão temporária dessas propriedades: negócios e vitrinas temporárias. E os artistas locais pintaram os piores prédios nas ruas, para que as aparências se tornassem mais atrativas.”





“Para o espaço de varejo existente, mas também para novos estabelecimentos nos andares térreos dos prédios, procuramos novos empreendedores: no Instituto de Negócios de Pequeno e Médio Porte em Amsterdã, eu estive envolvida no movimento de empreendedores nas áreas de renovação urbana na cidade. Cruzava com empresas e lojas interessantes, e chegava até elas com a pergunta sobre se elas se mudariam para o distrito Haarlemmerbuurt. Convencendo-as do futuro do bairro e da rua, mas também através de financiamento e alugueis baratos, atraímos essas lojas para a nossa rua.”

A VIRADA: A REDESCOBERTA DE QUALIDADE URBANA

“Quando a renovação urbana estava em progresso há alguns anos, e novas residências grandes foram construídas na área, notava-se que cada vez mais pessoas queriam ficar na cidade e não queriam ir embora. As pessoas tiveram a oportunidade de ter uma moradia maior na cidade. O resultado disso foi o retorno do poder de compra e, com isso, o dos varejistas, que por sua vez atraíram novas pessoas para a rua.”

“Além disso, muitos prédios históricos foram preservados, parcialmente pelos ocupantes, que mostraram que moradias e serviços poderiam ser mantidos sem maior demolição. Mas também devido à perda da fé na sobrevivência das lojas: muitos prédios existentes não tinham mudado; como resultado, detalhes e parcelamento originais foram preservados. A Haarlemmerstraat tem uma variação grande no *plinth* (alto, baixo, largo, estreito), o que dá à rua uma sensação agradável. Quando lojas são demasiadamente grandes, por exemplo no caso de supermercados e grandes cadeias varejistas, o resultado são janelas fechadas. Lojas pequenas oferecem uma vitrina ativa, mas a apreciação dessa qualidade só veio com o tempo. No final, pode se concluir que foi justamente a falta de fé na rua como rua comercial, que permitiu o espaço e o tempo para essa abordagem e, com isso, o sucesso da rua hoje em dia.”

ESPAÇO PÚBLICO

“Devido aos novos desenvolvimentos no Westerpark (Parque Oeste), e no Westergasfabriek (Fábrica de Gás do Oeste), a Haarlemmerstraat e –dijk agora faz parte de uma rede de rotas da cidade: pessoas passam andando e pedalando da e para a estação. A rua foi renovada na segunda metade dos anos 1990, com pavimento novo. Inicialmente, todas as vagas de estacionamento iam desaparecer da rua, porém conseguimos evitar isso, porque é importante ter algumas facilidades de estacionamento ao longo da rua. Espaço público não se trata tanto de carros *versus* os outros usuários, mas da acessibilidade geral da rua: para entregas, para moradores e para aqueles visitantes que querem vir de carro. O carro é o hóspede na rua, e o problema maior são os ciclistas e ciclomotores que dificultam atravessar a rua. Precisamos encontrar um bom equilíbrio entre todos esses tipos de transporte. O espaço público é importante também como espaço residencial, de dia e à noite. À noite, as ruas se mantêm atrativas, não há escotilhas fechadas, pessoas vivem lá, há restaurantes – então a rua é viva e agradável.”



A RUA E A ABORDAGEM HOJE

“O meu papel como gestora de rua comercial tornou-se muito mais difícil com o tempo, porque a rua virou popular e as propriedades agora rendem dinheiro para os donos. Os espaços comerciais enriquecem e isso faz os preços subirem. Ao mesmo tempo, é preciso continuar com o posicionamento e a imagem da rua, e com a busca por negócios únicos e indústrias especiais. Nunca focamos num segmento específico, como alimentação ou vestuário, mas queríamos pelo menos manter a função comercial no bairro.”



“A visão principal para a rua é artesanato e diversidade. O que você tem e o que não, e quais empreendedores quer para gerar uma variedade maior de lojas para os clientes. Mudanças no varejo sempre aconteceram ao longo do tempo, não temos mais um ferreiro – porém a arte é seguir as dinâmicas e preservar a aparência da rua. Não existe uma fórmula de como fazer isso, mas a minha experiência como socióloga urbana me ensina olhar para a escala pequena e as dinâmicas, e respondê-las, de modo parcialmente intuitivo, pode-se dizer.”

LIÇÕES PARA UMA RUA AUTÊNTICA

Toda rua no centro histórico tem a sua própria identidade, é preciso encontrar o DNA e trabalhar em cima disso. Cada rua deve ter o seu caráter distinto, muitas vezes escuto pessoas dizer que querem uma rua como a Haarlemmerstraat, mas não se pode copiar isso, deve-se procurar estar conectado com o DNA da sua própria rua e cidade. Uma rua ou loja não é um museu, mantém-se dinâmica e você tem que responder a isso. E corresponder primeiramente às necessidades do bairro. Se não conseguir atrair visitantes do seu próprio bairro, não vai funcionar. Precisa-se juntar o poder de compra dos entornos da área. E a diversidade do bairro é importante também.”

“Autenticidade, parcelamento e prédios históricos são um dado, porém, é preciso trabalhar para o processo dar certo. Organizar uma rua boa é um processo que pede tempo e esforço – especialmente para conectar pessoas e empreendedores. Não pense numa imagem final ou planta, mas em passos do processo e nas dinâmicas das lojas. Precisa-se enxergar o movimento de baixo para cima e facilitá-lo, ao invés da abordagem de cima para baixo, como muitas vezes é a prática da prefeitura. Nunca encaro uma rua como um projeto com um começo e um fim, mas sempre como um organismo que cresce com o tempo e que precisa a sua atenção constante.”