

TEMAS, DIMENSÕES E LIÇÕES QUE CONTRIBUEM

Jan van Teeffelen

PARA A CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS

Quando se olha as contribuições que estão neste livro, o que vem à mente é um conjunto interessante em relação aos diferentes atores na “cidade ao nível dos olhos”. Primeiro, há planejamento: pensar para o futuro em relação à maneira com que construímos e desenvolvemos hoje as nossas cidades e ruas. Segundo, há propriedade: o equilíbrio entre o que é desejável e proveitoso do ponto de vista dos investidores e empreendedores no curto e longo prazo. Temos também a ideia de um “sentido de lugar”: uma atitude e entendimento do contexto e das dinâmicas de uma rua, de todos os tipos de observadores que olham para a cidade (pesquisadores, os *insiders*). A força do projeto é de um outro nível, variando de estéticas (como as coisas parecem) e a experiência da cidade (como as coisas funcionam). O último é o desenvolvimento inteligente: a arte de gerenciar a cidade em cooperação com os *stakeholders*, para aprimorar a qualidade urbana (pesquisa, experiência e troca de conhecimento como um objetivo compartilhado). Esses aspectos são entrelaçados e não devem ser discutidos separadamente. Por fim, mas não menos importante, as pessoas vivem a cidade: elas usam a cidade ao nível dos olhos e lhe dão certos sentidos compartilhados ao longo do tempo. No final, a sua apreciação dirá *como está o pudim*.

O QUE O PLANEJAMENTO PODE FAZER

Planejamento urbano é um campo em contínua mudança, devido à maior insegurança e complexidade nas sociedades de hoje. Mais que em desenvolvimentos baseados no objeto, expressões arquitetônicas icônicas e planos estruturais que se movem

lentamente, o planejamento hoje em dia é focado nas dinâmicas, na qualidade existente e na energia da cidade para melhorias urbanas. O planejamento está tratando mais da cooperação, de trocar conhecimento e da definição de papéis nos processos. Uma razão importante para essa mudança são os recursos dos governos em declínio. A ambição e a direção da cidade de longo prazo devem encontrar novas conexões com a *nuvem* de iniciativas das pessoas e dos negócios que supervisionam bem os seus domínios de interesse. Sob a luz da crise econômica atual e exigentes preocupações ambientais e de qualidade para áreas urbanas, essa nova abordagem do planejamento é necessária.

A compreensão da cidade ao nível dos olhos nessa nova abordagem de planejamento é uma área relativamente pouco desenvolvida. Um novo corpo de conhecimento pode ser extraído dos projetos deliberados de tentativa e erro que são conectados a diferentes comunidades na cidade: vê o que acontece, vê se funciona, cria inovações e estabelece uma nova norma. Esse estilo de planejamento demanda uma troca de perspectivas de longo prazo e experiências do curto prazo. O planejamento deve, principalmente, se concentrar em transição e *reset*, ao invés de em adição e crescimento, porque o número de funções necessárias para bons *plinth*s (lojas, restaurantes, serviços etcetera) é limitado.

O QUE O DESENVOLVIMENTO PODE FAZER

Existe uma diferença entre o desenvolvimento da cidade de uma maneira espontânea e orgânica, e o desenvolvimento que siga esquemas de planejamento e empreendimento de projetos. Do ponto de vista do consumidor - as pessoas que frequentemente usam a cidade ao nível dos olhos -, as ruas urbanas devem ser desenvolvidas e gerenciadas no nível entre os interesses privados e a exibição pública. Essa abordagem trata de gestão de imóveis vazios, uso temporário e envolvimento da comunidade. Esforços do passado provam que pode ser aproveitado um valor acrescentado que não teria ocorrido no caso de uma base puramente comercial. A missão é a de convencer os participantes e preencher o vazio entre o curto horizonte dos empreendedores e o longo prazo de aproveitamentos possíveis.

O QUE A PROPRIEDADE PODE FAZER

A propriedade imobiliária única ou múltipla é uma característica essencial e qualificadora das ruas e *plinth*s. É uma mistura de negócios funcionando em vários horários ao longo do dia e da noite que as pessoas esperam de uma cidade vibrante, que elas querem usar o tempo todo. O que a propriedade pode fazer está ligado (dentro do quadro legal de contratos) ao aluguel e diferenças no volume de negócios das lojas. Propriedade imobiliária única e o poder de gestão numa rua podem realizar uma estratégia de longo prazo que pode ser ajustada a mudanças de circunstâncias. Porém, muitas vezes faltam o movimento local espontâneo e as intervenções nas “reais” ruas vitais. Por outro lado, para ruas urbanas com a propriedade em várias mãos, a tarefa é a de providenciar segurança, hospitalidade e conforto. Os dois modelos ensinam lições importantes.

O QUE UM BOM “SENTIDO DO LUGAR” PODE FAZER

Iniciativas, ideias e ambições de negócios locais e globais contribuem para a qualidade da cidade ao nível dos olhos. Por um lado, as lojas e *start-ups* únicas, muitas vezes de pequena escala, dão uma certa energia, ou *couleur locale*, à rua. Elas procuram ruas em ascensão, não muito longe do centro urbano ou do coração do bairro ainda marginal, mas, e talvez exatamente por isso, com um certo charme. De outro lado, existem as marcas globais, que exigem um certo tamanho de espaço para estabelecer uma loja *flagship* e para dar ênfase à marca e a uma experiência de estilo de vida. Essas marcas procuram localizações de alto padrão que oferecem alta densidade e impacto de consumidores. Temos que fomentar ambos os tipos de comércio, porque eles atraem novas pessoas e fazem com que as pessoas voltem para mais. Entre as lojas urbanas locais e as grandes lojas *flagship* de marcas globais, existe a pequena escala, a assim chamada “cidade calorosa” - feita para passear. É aqui que se encontra a economia criativa e de experiências, nos cafés para tomar café da manhã, galerias, bares e confeitarias, parques e ruas.

Atores locais e globais pensam e investem na perspectiva do sentido do lugar, de uma ideia sobre uma localização, da posição no padrão do trânsito, densidades das ruas e a sua atração ao público. A luta é encaixar todas as peças do quebra-cabeças em uma só cidade, e atender ao específico sentido de lugar e identidade de cada bairro. Cidades históricas com um sentido de lugar “caloroso” terão problemas para se encaixar nas modernas fórmulas comerciais e de entretenimento de grande escala, enquanto em muitos casos faltam as ruas de pequena escala, necessárias para pequenos negócios e um ambiente acolhedor, nas cidades com um sentido de lugar “moderno”.

O QUE O PROJETO PODE FAZER

Planejamento e desenho urbano foram conduzidos, por motivos muito diferentes ao longo do tempo, mudando do fornecimento de grandes números de habitação de interesse social para a providência de infraestrutura para o automóvel, devido aos grandes parques de escritórios, *shoppings* e polos de trânsito. Vemos hoje uma nova transição para cidades baseadas em redes e conhecimento – a forma ainda mais complicada.

Por décadas, o desenho urbano contribuiu com temas do desenvolvimento urbano: com o funcionalismo como modo da vida urbana, com os assuntos sociais em habitação e espaço público, com a imagem da cidade em altos edifícios e ícones urbanos e, recentemente, com as questões ambientais e a qualidade da cidade existente. A “cidade ao nível dos olhos” é um novo tema que contribui para a relação entre os prédios e as ruas, e para o impacto do desenvolvimento de prédios altos na experiência ao nível da rua. Há um novo e diferente “comissário” em desenho urbano: melhorias no nível térreo, a facilidade de achar o seu caminho, espaço público, espaço verde e uso temporário. Isso encapsula uma mudança de desenho de um olhar de cima para um olhar do nível térreo, e de uma perspectiva voltada ao impacto para uma outra baseada no usuário.