

# TAKE ACTION #3 - CIDADE: PROPRIEDADE É A CHAVE PARA TRANSFORMAÇÃO

Emiel Arends e Gábor Everraert

## A FORMA URBANA DO CENTRO URBANO DE ROTERDÃ

Os prédios pós-guerra no centro urbano não são conhecidos pelos seus elementos que definiriam bons *plinths*. O espaço público é voltado ao carro e muitas quadras urbanas são monofuncionais. Pior ainda, a maior parte dos prédios ocupam um espaço longitudinal, formando trechos de ruas ou quadras, e a maioria das fachadas estão esticadas horizontalmente. Além disso, as fachadas dos prédios pós-guerra não são expressivas como as dos prédios do século 19 (ou os mais antigos) e têm menos detalhes.

Para realizar *plinths* de alta qualidade, criamos um conjunto de critérios específicos, que ajustaram os prédios pós-guerra. Utilizamos o conhecimento de vários especialistas holandeses e internacionais e extraímos os critérios e as diretrizes básicos para um bom *plinth* em um centro urbano moderno. Combinamos esses critérios com pesquisa feita pela prefeitura sobre como as pessoas usam a cidade (através de investigações extensivas com os pedestres). O resultado foi um estudo abrangente e uma estratégia. Desde o primeiro estudo, definimos um *plinth* como sendo a combinação de espaço público, o andar térreo e os primeiros andares dos prédios adjacentes, e o programa (uso ou atividades) que há nele.

Em 2008, a prefeitura de Roterdã introduziu um novo plano para o centro urbano: “Para um *Lounge* da Cidade”. Esse plano enfatizou o papel do nível da rua e a maneira com a qual experienciamos o centro urbano. Como resultado, iniciamos muitos projetos de melhorias das ruas e dos espaços públicos e lançamos, em 2011, em toda a cidade, a estratégia de *plinths* “Roterdã ao nível dos olhos”.

## PROPRIEDADE É A CHAVE

Embora o quadro da estratégia dos *plinths* tenha providenciado toda a informação e todos os instrumentos de que precisamos para criar bons *plinths*, notamos rapidamente que propriedade é a chave para ter sucesso na transformação de *plinths*. Os proprietários (e as ações) em relação à melhoria de ruas e *plinths* podem ser divididos em três grupos distintos: espaço público, o programa e o prédio. Na nossa experiência, essa divisão permite a mistura adequada de intervenções e atores para uma revitalização do *plinth* bem-sucedida. Cada grupo tem o seu conjunto diferente de instrumentos, prazos e proprietários.

### *Espaço público*

Bons *plinths* e bom espaço público compõem os dois lados de uma mesma moeda. Juntos, eles produzem a experiência da cidade ao nível dos olhos. Tradicionalmente, o desenho e a manutenção do espaço público são um privilégio do governo. Desde 2007, a estratégia do desenho do espaço público em Roterdã está mudando na direção de um foco em pedestres e ciclistas. Os últimos oito anos foram excelentes para as melhorias do espaço público; o financiamento da prefeitura foi abundante. Porém, recentemente os recursos diminuíram dramaticamente. Métodos experimentais ou temporários para transformar as ruas agora têm prioridade na agenda. Exemplos incluem o estabelecimento de “*parklets*” (pequenos espaços públicos) sobre as vagas de estacionamento para aumentar o uso da calçada, áreas de vegetação móveis e menos restrições ao uso das ruas.

Uma nova tendência é permitir às partes privadas desenharem e (principalmente) manterem o espaço público, apenas quando possuem um grande volume de imóveis adjacentes ao espaço. Essa tática parece trazer ganhos para todas as partes: a cidade economiza dinheiro e o espaço público é melhorado. Além disso, as partes privadas estão por dentro por muito tempo; não há desenvolvimento do tipo “ataca-e-foge”; elas entendem que o valor da sua propriedade aumentará se a esfera pública estiver bem desenhada e mantida.



### *Programa*

O sucesso de uma rua, e do funcionamento dos *plinth*s, depende do programa certo. Escutar e antecipar as demandas dos seus usuários é chave. Duas tendências estão formando a maneira com qual as nossas ruas são usadas: a internet e a economia de compartilhar. Em razão da influência cada vez maior da internet na nossa vida cotidiana, fazer compras se tornou mais uma atividade de lazer ao invés de uma necessidade diária, resultando em diminuição de rendas comerciais e aumento de imóveis vazios. A economia de compartilhar também é culpada. As gerações mais novas preferem o uso à propriedade: ter um aparelho ou produto virou menos favorável, enquanto alugar passou a ser mais apreciado. A economia de compartilhar provoca novas ideias para usos e atividades nas nossas ruas, como os espaços de *co-working*.

Empreendedores ditam o tipo e a variedade do programa, porém tendem a focar nos seus próprios negócios. Gerir uma pequena empresa leva tempo e o rendimento muitas vezes é baixo, e devido à falta de tempo e fundos, os empreendedores não querem ou não podem fazer mudanças para contribuir com uma melhor rua ou *plinth*. Depois de vários encontros com associações de empreendedores, aprendemos uma lição valiosa: o sucesso está nas pequenas ações, fáceis de implementar e de baixo custo. Simplificar a informação (às vezes técnica ou espacial) e dividi-la em partes abrangentes ajuda também. Por exemplo, com o departamento municipal e um especialista de iluminação, os próprios empreendedores podiam instalar a iluminação com os certos parâmetros para a intensidade, a cor e o posicionamento das luminárias. Em alguns meses, mais de um terço dos empreendedores na rua fez, ele próprio, os ajustes.

Um exemplo mais tradicional: muitas vezes são usadas cortinas rolantes pelos comerciantes nos horários fora do expediente. As cortinas são metálicas e convidam para o grafite, e são simplesmente feias. Através de legislação, o governo local incentivou os proprietários das lojas e os empreendedores a trocarem essas cortinas por alternativas mais simpáticas. Por algum tempo, as novas cortinas foram parcialmente pagas pela prefeitura; depois, a legislação obrigou os proprietários das lojas a trocá-las, porém sem subsídios.

### *Prédios*

Para melhorias de ruas e *plinth*s em grande escala, os investidores imobiliários (e outros proprietários de prédios) são os principais atores. Obviamente, investidores se preocupam com seus próprios imóveis. Quanto mais proprietários em um quarteirão, maior é a competição pelo mesmo programa. Mais competição significa mais olhos no preço: lucro. Isso se mostra uma estratégia fatal para as ruas e resulta num programa repetitivo e genérico, e um maior número de prédios vazios. Portanto, quanto menor o número de proprietários, melhor. Com menos proprietários fica mais simples de se compreender o quanto uma rua

boa e agradável é crucial para negócios de longo prazo. Um programa diverso e único pode não gerar o preço por metro quadrado desejado de um prédio particular na rua, porém a rua como um todo se beneficiará desse programa e isso estimulará a renda dos proprietários das lojas e dos prédios, que sofrerão menos quedas e taxas de desocupação de prédios a longo prazo. Nas ruas em Roterdã nas quais há uma visão compartilhada, é evidente o sucesso.

## SE RESUME A QUEM SE PREOCUPA

Não há uma receita para uma estratégia de *plinth* bem-sucedida. Trata-se, portanto, da questão de *quem realmente se preocupa com uma rua ou lugar?*

Empreendedores? Com empreendedores, esteja preparado para um processo com um resultado inseguro. Novas iniciativas se focarão ou em mudanças cosméticas, ou num novo programa (dentro e fora). O papel da prefeitura é restrito ao (principalmente pequenas intervenções no) espaço público e a contribuir com a legislação para programas e atividades temporárias e para novas fórmulas. Mudanças são possíveis, porém levam muito mais tempo e a prefeitura precisa organizar e ajudar a estabelecer uma base comum. Para maior sucesso: simplifique a informação, divida-a em passos fáceis. Proporcione ações que são de baixo custo e fáceis de implementar. Um *marketing* comum da área ou da rua é importante e geralmente feito pela associação dos varejistas.

Os proprietários dos prédios? Se os proprietários dos prédios se preocupam, torna-se mais fácil conseguir o financiamento para investimentos, renovação e reestruturação de espaço (interior e exterior). Gestão de ruas (*street management*) pode fazer uma mudança de verdade, com um “gestor de ruas” dedicado, que faça com que a rua se torne mais atraente, fisicamente e economicamente. Dessa maneira, todos os *stakeholders* têm voz no espaço público, no programa e nos contextos dos prédios. Novos empreendedores seguirão. A gestão de ruas estabelece a confiança entre os *stakeholders* de que todos os atores ajam como foi acordado. Além disso, o *marketing* por um gestor de ruas é mais objetivo, e conseqüentemente dura mais. Interesse geral tem prioridade sobre interesse individual, e as possibilidades de curto e longo prazo são profundamente investigadas.

O governo local? Quando a prefeitura é a única responsável pela melhoria da qualidade de uma rua, acreditamos fortemente que não deve se fazer nenhum esforço (ainda). São absolutamente vitais a colaboração e o desejo





dos empreendedores e/ou proprietários dos prédios para abraçar um processo de melhoria. Se nenhuma dessas partes estiver na coalisão, torna-se provável que haverá necessidade de substanciais fundos públicos e que a realização do plano será limitada a um curto período. O declínio pode voltar facilmente depois da finalização dum projeto. Naquele momento, apenas a legislação poderá prevenir mais degradação da área ou do espaço.

Regularização permanece como uma das tarefas mais importantes da prefeitura. Além dos planos de zoneamento, políticas estéticas formam a base duma estratégia de *plinth*s. Quando as pessoas começaram a investir nos seus prédios, notamos um aumento dos pedidos por embelezamento do espaço público. Emergem mais dois elementos: pesquisa e o que chamamos de *corretagem*. A nossa pesquisa anterior sobre os fluxos de pedestres deu uma ideia vital sobre as dinâmicas dos *plinth*s e das ruas, e remodelou políticas e ações. Corretagem seria a troca rápida de informação sobre lojas vazias ou sobre atividades que estão entrando na moda. A prefeitura ainda permanece sendo um elemento que liga os proprietários, moradores e empreendedores.

Todos esses três tipos de propriedade proporcionam velocidades diferentes de desenvolvimento. Um programa pode mudar em um ano; espaços públicos mudam a cada 20 a 40 anos; e prédios têm uma taxa de mudança ainda mais lenta. Conectar uma certa propriedade com a necessidade de mudança definirá o sucesso de curto prazo, ajustes estruturais e ambições de longo prazo. A lição desses últimos anos sobre a realização da estratégia de *plinth*s se resume à necessidade de boas análises da propriedade no início de um processo de transformação, antes de tomar iniciativa para fazer mudanças. Tudo se resume a quem mais se preocupa.