

REQUALIFICAÇÃO DE ÁREA URBANA CENTRAL: O CASO DE PELOTAS, RS.

Palavras Chave: Requalificação urbana. Centro. Pelotas. Urbanismo comercial. Área central.

Sidney Gonçalves Vieira
Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais
Universidade Federal de Pelotas
Rua Alberto Rosa, 154 Pelotas 96010-770 RS Brasil
sid_geo@hotmail.com

1 Introdução

Abandonado à ação das forças de mercado o centro experimentou sua destruição nos últimos anos do século passado, graças à fuga das atividades de comércio, serviços, habitação e lazer para a periferia. Fuga esta motivada pelo aumento do valor da terra, do trânsito e dos custos com transportes na área central aliados a uma oferta de terrenos mais baratos e adequados nas áreas periféricas. Além disto, o aumento na mobilidade individual e mudanças na economia interna das cidades contribuíram para o movimento em direção às periferias. O resultado foi que os centros nas periferias passaram a atrair consumidores com maior possibilidade de mobilidade em função de seus rendimentos superiores. O centro tradicional ficou assim dependente de um tipo de consumidor local e mais pobre e as periferias viram surgir novos centros. Na esteira destes acontecimentos se verifica uma diminuição considerável da atividade comercial nos centros tradicionais com uma conseqüente diminuição das atividades da atração no centro.

Entretanto, no processo de desenvolvimento urbano, é nítida a importância de uma fase atual que pode ser caracterizada pelas tentativas de promoção do regresso da população ao centro das cidades. Este processo que tem sido chamado de “recentralização”, “reurbanização” ou “requalificação urbana” reflete a preocupação com a área central das cidades em função das mudanças observadas, provocadas por pelo menos três motivos. O primeiro deles reflete as mudanças no aspecto físico, onde se verifica a obsolescência dos edifícios e a diminuição dos fluxos que transforma o ambiente urbano em uma área de precariedades. Depois as alterações sociais, com a perda de interesse pelo centro tradicional em face da dificuldade de circulação e estacionamento, levando a um nítido abandono do centro e à procura por áreas centrais nas periferias. Finalmente, as alterações econômicas induzem a uma dinâmica locacional em que os comerciantes disputam as áreas mais visíveis e investem em localizações mais acessíveis.

Tornou-se imperioso encontrar uma solução para as grandes áreas dos centros tradicionais que passaram a ser abandonadas e ocupadas por uma população segregada socialmente. Essas tentativas que se confundem, invariavelmente, com uma revitalização do e para o comércio instalado no centro, às vezes assumem um caráter que reforça a segregação, seja pela expulsão dos “indesejáveis” habitantes do centro

(camelôs, mendigos e gente de rua), ou pela proposta elitizada das mudanças preconizadas.

O centro de uma cidade deve ser entendido a partir de uma lógica dialética: o centro não é centro, ele se torna centro. O centro não é apenas mais um ponto no mapa, mas sim “um conjunto vivo de instituições sociais e de cruzamento de fluxos de uma cidade real” (VILAÇA, 1998, p. 238). A lógica da formação do centro está em que o “*processo contraditório entre a necessidade de aglomerar e ao mesmo tempo de se afastar de um ponto no qual todos gostariam de se localizar faz surgir o centro da aglomeração neste ponto*” (Idem, p. 239). A origem deste processo está na possibilidade de se minimizar o tempo gasto e os desgastes e custos relacionados com os deslocamentos das pessoas. Assim a sociedade constitui o centro.

O centro e o comércio estão indissociavelmente unidos. Apesar de todos os usos existentes concomitantemente é a existência do comércio que melhor representa a imagem do centro. É evidente que o centro é mais do que um centro comercial, não se qualifica apenas pelo comércio varejista, no entanto se perder a sua capacidade de atração enquanto lugar do comércio dificilmente consegue sobreviver. Além do mais, entre nós brasileiros, falar do centro é sempre trazer à tona um embate presente em nossas cidades entre o comércio dito tradicional e o comércio informal. Enfim, o comércio é uma imagem recorrente no centro. De outra forma, esta consideração nos remete necessariamente à consideração do consumo como um elemento importante para a compreensão do espaço central. Neste sentido, é importante analisar a contribuição apresentada por Cachinho (2001) sobre os caminhos que tem seguido a Geografia do Consumo a fim de contextualizar este enfoque neste trabalho. Esta retomada teórica está diretamente relacionada com a intenção de caracterizar a produção do espaço urbano enquanto mercadoria colocada à disposição do consumo. É evidente que a Geografia do Consumo tem se ocupado, prioritariamente, do estudo do consumo enquanto relacionado com mercadorias tradicionais, vale dizer, aquelas que habitualmente se voltam para a satisfação de necessidades ou desejos. O espaço, visto como produto, não guarda as mesmas características deste tipo de mercadoria, no entanto a análise teórica que se pretende fazer permite utilizar os conhecimentos de pelo menos uma parte dos estudos nesta área a fim de avançar para uma discussão nova: a mercantilização do espaço.

Em seu artigo Cachinho (2001) procura traçar uma narrativa da Geografia do Consumo. Tarefa bastante difícil considerando a variedade de perspectivas teóricas e metodológicas que envolvem as investigações deste temário, bem como também é difícil estabelecer um campo disciplinar específico para a análise das abordagens existentes sobre o consumo. Atento a estes fatos, o autor resolve

restringir o itinerário apenas às áreas de investigação mais directamente ligadas à discussão do papel econômico e cultural do consumo. Isto é, com as perspectivas preocupadas com a forma como os produtos, os serviços e os lugares comerciais, uma vez criados, se transformam em mercadorias e através do valor de uso e do valor simbólico se tornam objectos de consumo. (CACHINHO, 2001, p. 2)

Esta perspectiva adotada pelo autor é justamente o que aproxima sua análise deste trabalho, posto que aqui se está tratando efetivamente desta transformação que se dá com a imagem do centro da cidade, tratada como mercadoria. Ao se adotar uma postura de resgatar valores para a área central pautados nos ícones do passado histórico cuja representação pode ser obtida pela reverência à arquitetura preservada, o que se está fazendo é exatamente a utilização da imagem histórica do centro, de seu passado envolto

em um *glamour* próprio de outra época e acessível, como bem se sabe, sempre a uma parcela da sociedade apenas, a chamada burguesia. O espetáculo no qual é convertido o imóvel, como se pudesse realmente resgatar a aura mística que envolve o passado no qual foi criado, comprova a intenção de transformar o próprio lugar em uma mercadoria e, seguindo além, são utilizados recursos metafóricos (da escrita) e metonímicos (do discurso) que buscam fazer da imagem associada àquela estrutura também uma mercadoria. Resgatam-se aqui as idéias apresentadas por Lefêbvre (1991, p. 100) que nos fala da linguagem como veículo do imaginário e explicitamente do modo como age e atua a publicidade:

A publicidade não fornece apenas uma ideologia do consumo; uma representação do 'eu' consumidor, que se satisfaz como consumidor, que se realiza em ato e coincide com sua imagem (ou seu ideal). Ela se baseia também na existência imaginária das coisas, da qual ela é a instância. Ela implica a retórica, a poesia, sobrepostas ao ato de consumir, inerentes às representações.

A publicidade como um fenômeno de linguagem assume uma parte do papel da ideologia, qual seja o de encobrir, dissimular, ultrapassar a realidade e as relações de produção. E não se trata de uma ação presente apenas no discurso elaborado explicitamente com este objetivo, se trata também de uma retórica que não é apenas verbal, mas também material. A arquitetura de reconversão, que transforma espaços de usos distintos para o comércio, é um discurso objetivo, uma espécie de retórica das coisas, uma vez que utiliza os simbolismos coletivos e a imaginação individual (imaginário social) como linguagem.

Retomando Cachinho (2001), verificamos que o Autor adota justamente a perspectiva de considerar o imaginário social como um conceito-chave a ser investigado para ancorar o estudo. Concebe o imaginário social como sendo "um sistema de símbolos necessários à vida em sociedade. (Cachinho, Idem, p. 3)" Segundo o Autor "é através destes e mais concretamente da representação dos seus significados, que os seres humanos se ligam ao mundo em que vivem e lhe conferem um sentido." (Cachinho, Ibidem) Considerando o consumo como "um sistema dinâmico plenamente moldado por um conjunto de agentes (os consumidores, os comerciantes, os produtores ...), objectos (mercadorias, estabelecimentos), lugares e relações" (Cachinho, Ibidem) analisa ainda mais dois elementos para a interpretação desse sistema: os indivíduos-consumidores e o espaço. Assim é que estabelece um roteiro para interpretação das variações ao longo do tempo referentes aos estudos do consumo na geografia.

Expondo resumidamente o pensamento do Autor se pode dizer que ele propõe um esquema para a representação da evolução da explicação geográfica do consumo. Constrói um sistema de eixos cartesianos que cruza e opõe a ênfase ao indivíduo às estruturas sociais de um lado (eixo das abscissas), e de outro lado a objetividade à subjetividade (eixo das ordenadas). Deste modo em cada quadrante se coloca uma perspectiva geográfica com uma forma específica de considerar os três elementos propostos para a análise: os indivíduos-consumidores, o espaço e o consumo (Cachinho, Ibidem, passim).

A combinação que enfatiza a busca da objetividade com o enfoque no indivíduo é representada pela Nova Geografia, onde o consumo é entendido como um processo econômico, o espaço é abstrato e geométrico e os indivíduos orientam sua conduta por mecanismos econômicos. Em outra perspectiva pautada ainda no indivíduo mas com ênfase para a subjetividade encontramos a Geografia Humanista, quando o consumo é

visto como um processo psico-social e simbólico, o espaço é entendido como um mundo vivido, um sistema de lugares com conteúdo, e o consumidor tem seu comportamento referido ao consumo entendido dentro de um processo global intersubjetivo, onde são levados em conta os sentimentos, valores e outras manifestações da existência humana. Na consideração que combina a subjetividade com os grupos sociais se identifica a presença da Etnogeografia - para usar a expressão cunhada por Claval (1992, p. 13) -, de forte embasamento cultural, nos valores sociais e nas identidades territoriais, onde o consumo é um processo sócio-cultural, o espaço é o território e o consumidor é um verdadeiro ator onde o consumo é uma manifestação simbólica e "comunicacional". O interesse pela objetividade e o enfoque nas coletividades humanas é a característica da Geografia Marxista, onde o consumo é um processo sócio-econômico, o espaço uma produção social e o consumidor considerado de forma isolada deixa de ter importância para se dar mais importância à classe social.

A análise que faz Cachinho é profusamente rica e aprofundada em cada uma das variantes apresentadas com uma listagem bastante exaustiva de estudos filiados a uma ou outra das perspectivas. No entanto, nos interessa reter com maior atenção as transposições das dicotomias apresentadas, para seguir o caminho proposto que aponta mesmo para a direção a ser seguida pela geografia no estudo do consumo. A partir das considerações próprias da pós-modernidade, da afirmação da produção flexível e do esfacelamento do capitalismo organizado, Cachinho procura superar os itinerários apontados pelas abordagens tradicionais. Mesmo sem poder identificar uma teoria pós-moderna aponta o fato de terem estas novas perspectivas em comum o fato de "serem profundamente críticas em relação ao projeto da modernidade e à capacidade libertadora da ciência moderna, a qual baseando-se em exclusivo na racionalidade, procura alcançar a grande verdade no mundo das evidências e na análise dos factos". Deve-se destacar ainda a propriedade de deslocar "o centro da sua atenção da produção para o consumo, desenvolvendo em torno desta categoria conceptual, da identidade dos consumidores, do espaço e do lugar uma profunda reconceptualização" (CLAVAL, Idem, p. 17).

2 O Programa de Requalificação da Área Central de Pelotas

Na cidade de Pelotas a área entendida como centro pode ser delimitada de várias maneiras. No entanto, é inequívoca a idéia de que um determinado perímetro, maior ou menor dependendo da complexidade considerada, constitui o centro da cidade. É a área onde hoje estão instalados o comércio varejista, os principais serviços públicos, atividades de lazer, educação, saúde entre outros setores. Caracteriza-se, portanto, por um uso multifuncional, onde o comércio exerce uma primazia importante.

Contudo, para além desta área identificada facilmente por sua vitalidade e pela proliferação de usos, é preciso considerar também o seu entorno imediato, que constitui um *continuum* presidido pela mesma lógica: a da localização central. Chamaremos a esta área de **Área Central**, que extrapola a idéia de centro limitada ao que se convencionou chamar 'centro de negócios', reconhecendo a complementaridade existente entre este e as áreas situadas em seu território adjacente. Neste sentido, define-se como Área Central uma parcela do território de Pelotas que constitui um conjunto com precisa identidade, que se expressa através de aspectos morfológicos do tecido urbano e aspectos sócio-econômicos e funcionais. Trata-se de considerar uma área com potencial para ser a indutora de qualidade de vida urbana para toda a cidade.

É nesta Área Central que deverá ser aplicada uma política capaz de garantir a produção de um espaço que não seja fruto de um único modelo possível de cidade, formal e formatado, mas que permita, sobretudo, a expressão da humanidade do homem e a apropriação do espaço para a vida.

Preconiza-se para esta área central a observação de algumas recomendações que buscam, fundamentalmente, reconhecer o caráter diferenciador da área e sua potencialidade como geradora de uma urbanização desejável.

Na Área Central, algumas áreas individualizadas preconizam um tratamento específico, em face de suas especificidades e peculiaridades. São áreas menores onde é justificável uma atuação direcionada, capaz de intervir em uma temática ou proposição específica. Chamaremos a estas áreas de “Áreas de Especial Interesse”, cuja identificação se justifica essencialmente pela necessidade de uma intervenção direcionada: Zona de Comércio Central; Interface entre o centro e o Bairro Simões Lopes; Projeto Monumenta; Sítio de Preservação do Porto; e, Zona Norte do Centro.

3 Metodologia

A viabilidade do centro das cidades passa a ser considerada a partir da sua viabilidade como centro comercial, ou, dito de outro modo, o comércio no centro passa a ser utilizado como um instrumento de planejamento urbano capaz de assegurar a vitalidade das áreas centrais. Ainda que não esteja completamente esclarecida a relação existente entre as novas formas comerciais e a degradação do centro das cidades a possibilidade de que o contrário, ou seja, sua revitalização esteja intimamente ligada a sua viabilidade comercial, parece ser amplamente aceita. Assim, as políticas de planejamento urbano colocam o urbanismo comercial como uma peça importante na capacidade de intervenção sobre as áreas centrais degradadas ou em processo de degradação.

O *Programa de Requalificação da Área Central* de Pelotas surge do comprometimento da administração municipal e da expectativa da comunidade em dotar de qualidade os espaços públicos como forma de melhoria da qualidade de vida. A região reconhecida como centro é, sem dúvida, a de maior atratividade e por vez também geradora do maior número de conflitos em função da diversidade de atividades desenvolvidas. Nesse sentido, o programa tem como meta criar estratégias que contemplem ações que reforcem as características potenciais da área como a diversidade comercial, oferta de ensino de qualidade e turismo atrelado à riqueza patrimonial. Na construção de políticas para o destino da cidade é imprescindível agregar a participação dos diversos agentes do setor público, privado e institucional, como forma de canalizar positivamente as diversas contribuições em forma de planos e incentivos para essa importante área de Pelotas.

Este espaço de constante transformação requer um planejamento direcionado à *sustentabilidade* ambiental, econômica e social. Essa abordagem criará subsídios inerentes ao processo de reforço e encaminhamento de potencialidades da cidade: pólo regional de comércio, serviço e turismo. A inter-relação dos temas faz com que seja evidenciado o caráter de conjunto propiciado pelas intervenções apontadas pelo programa.

Frente à compreensão da necessidade de ampliação da discussão, onde todos os agentes possam contribuir, é mister que se tenha a *participação* como condicionante para uma melhor apropriação das transformações sociais, espaciais e econômicas almejadas. Dessa forma é necessário concretizar um consórcio de ações, através da relação público-

privado, que será responsável pelo encaminhamento bem como pela prática gestora da proposta.

4 Principais resultados obtidos e conclusões

A seguir, estão listadas algumas das proposições para a requalificação da área central da cidade de Pelotas, que deverão ser encaminhadas para apreciação popular e deverão nortear a busca de padrões de solução por intermédio de planos e projetos específicos:

Acessibilidade - Sistema de Circulação Urbana

Realizar estudo de acessibilidade e centralidade na área do Projeto, para subsidiar as recomendações gerais para o sistema de circulação da referida área;

a. Sinalização

Implantar o novo modelo de placa indicativa de rua; desenvolver projeto para sinalização turística;

b. Acessibilidade - Sistema de Circulação Urbana

Tratar os pontos negros do trânsito; cruzamentos com maior travessia de pedestres; corredor de ônibus da Rua General Osório; estacionamento controlado (zona azul); terminal de ônibus rural; sistema de circulação junto ao Mercado Público; definir trecho onde será permitida a localização de garagens;

c. Calçamento

Demarcar percurso de acesso aos veículos no interior do calçamento; criar sistema de fiação subterrânea para: TV, telefonia e iluminação; definir locais de estar; definir os locais para as bancas de revista e ambulantes que comercializam alimentos rápidos; arborização e canteiros; tratamento das fachadas; estudo para o aparato publicitário; mobiliário urbano: bancos, luminárias, lixeiras, comunicação visual; caminho coberto das galerias (definição do percurso; definição da proposta de cobertura); mobiliário urbano (criar identidade para o mobiliário a ser instalado; parada de ônibus, ponto de táxi e mototáxi; bancos, luminárias, lixeiras; comércio de alimentos, docerias);

d. Cênica Urbana

Definir diretrizes para novas inserções que intervenham na estética do espaço urbano (uso, ocupação, cor, tratamento das empenas cegas); definir tipo de pavimentos recomendáveis; proposta de comunicação visual: sinalização turística.

e. Docerias

Manter o caráter de mobilidade; qualificar as bancas existentes, preservando a identidade; zoneamento; estabelecer regimento de ocupação.

f. Artesanato na rua Sete de Setembro

Alargamento do passeio, ampliando a área de circulação de pedestres; ampliação da área para exposição de artesanato.

Com um plano geral de diretrizes e projetos pontuais, legitimado através dos conselhos, pretende-se ao longo dos anos requalificar a área central de Pelotas, para manter a vitalidade do centro. Para isso, é preciso que continue a ser um local com atividades diversificadas, que se complementem e que sejam atrativas por estarem alocadas em uma área reduzida. Também é necessário que o espaço físico tenha qualidade visual e ofereça conforto, legibilidade e segurança aos transeuntes. Somente assim o centro irá manter sua

importância como identidade coletiva, como espaço que agrega e permite o convívio e a tolerância social.

A implementação do Plano, desde sua fase inicial, já possibilita mostrar transformações na qualidade da área sob intervenção. Iniciado pelo projeto “Calçadão”, o Plano tem se mostrado capaz de requalificar o ambiente urbano pela transformação de equipamentos, mudança de mobiliário urbano, regulamentação publicitária e outras ações pontuais que foram iniciadas. A alteração no uso, na acessibilidade e, sobretudo, na qualidade da paisagem tem sido observada em todas as fases do processo de implantação do Plano como algo positivo.

Desde a década de 60 os centros das cidades brasileiras vêm sofrendo profundas transformações. Essas transformações são oriundas tanto do crescimento rápido e intenso do tecido urbano e da população urbana, quanto das alterações do papel das cidades num mundo cada vez mais globalizado. As conseqüências podem ser vistas nas modificações da dinâmica, funcionamento e, por conseguinte, das características espaciais dos centros urbanos. Essas alterações muitas vezes resultam na perda de qualidade desses espaços, com degradação e/ou subutilização do patrimônio construído, alterações significativas no perfil social dos moradores e usuários, desqualificação dos serviços e infra-estrutura ali alocados e perda de qualidade ambiental e cênica.

Em Pelotas, a falta de uma política adequada e a inadequação da legislação existente que não acompanhou as mudanças da realidade urbana fez surgir lacunas, havendo hoje a necessidade de qualificar os espaços públicos do centro do ponto de vista estético e funcional, incentivar o comércio instalado, regular o aparato publicitário, preservar e recuperar o patrimônio histórico e cultural e pensar em alternativas que compatibilizem o acesso tanto de pedestres quanto de veículos na área central.

Nesse contexto surge a necessidade de se elaborar um plano que possa criar estratégias para contemplar o centro com uma ambiência de qualidade, infra-estrutura adequada e melhor apropriação dos espaços por parte da população.

5. A Implantação do Plano

Na maioria das cidades de grande e médio porte está sendo observada uma gradativa migração de atividades para outras áreas, gerando novos pólos de atração e valorização urbana. Nesse sentido, o caso de Pelotas é diferenciado por estar atrasado no tempo: o processo de abandono na área central ainda não se consolidou. Seu centro ainda abriga forte identidade como centro comercial, de serviços e de negócios, agregada ao uso residencial. No entanto, já podem ser observadas mudanças qualitativas nos serviços e comércio oferecidos no centro e o surgimento de outras áreas de interesse na malha urbana para serviços mais qualificados.

A falta de uma política de incentivo para investimentos na qualidade dos ambientes públicos, aliado ao desestímulo a novas residências unifamiliares, fez com que ocorresse um empobrecimento estético e funcional dos espaços públicos, que não acompanharam as necessidades de seus usuários. Assim, problemas como deterioração do patrimônio construído, abandono das áreas verdes, degradação da qualidade ambiental, poluição visual, dificuldades de circulação de pedestres e veículos e transtorno gerado por ambulantes, são algumas das dificuldades que serão enfrentadas pelo plano proposto.

É evidente que no centro de Pelotas há a possibilidade de melhora acentuada. E o poder público, como representante da sociedade que o elegeu, propõe a realização do

“Plano de Requalificação Urbana da Área Central”, com o objetivo de planejar ações que venham melhorar a qualidade dos espaços públicos existentes e revitalizar funções hoje tolhidas por diversas razões.

A presente administração vem promovendo ações na área central como a isenção de IPTU aos imóveis inventariados, a retirada da circulação de veículos de grande porte em perímetro central, a regulamentação de moto-táxis e a qualificação da principal área de comércio e serviços através do projeto ‘Calçada: shopping a céu aberto’, entre outros. Apesar dessas ações estarem ocorrendo lentamente já foi verificada enorme receptividade por parte da população.

6 A Retomada do Planejamento Municipal em Pelotas

A retomada do processo de planejamento, a partir de janeiro de 2001, tem envolvido a participação popular, tendo seu momento maior com a realização do Congresso da Cidade em 2002, onde foram consensuadas as diretrizes gerais, denominadas “13 Idéias Força” para o desenvolvimento sustentável do município, com ações em escala municipal e regional.

Para encaminhamento destas ações estão sendo estruturados sistemas gerenciadores conforme a abrangência da escala espacial: **SIGEM**, Sistema Integrado de Gestão Municipal com a perspectiva de um planejamento integral do espaço municipal e seus requisitos de sustentabilidade regional; e **SIPEM**, Sistema de Planejamento do Espaço Municipal, instituído pela Lei Orgânica Municipal em 1990, onde são previstos os seguintes instrumentos: 1-Plano Diretor, como instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana; 2-Conselho Municipal de Planejamento como garantia da participação das entidades comunitárias e representativas da sociedade civil organizada e legalmente constituída; 3- FUSEM –Fundo de Sustentabilidade do Espaço Municipal e 4- PROJETOS ESPECIAIS como forma de estabelecer relações do setor público com o privado para a condução de projetos de interesse comunitário.

O **Plano de Requalificação da Área Central** surge como um importante PROJETO ESPECIAL para uma região detentora de muita complexidade, onde diversos órgãos públicos atuam de forma setORIZADA e precisa-se de uma pauta única.

7 Objetivos

O objetivo geral do “Plano de Requalificação Urbana da Área Central” é criar um conjunto articulado e integrado de diretrizes gerais e intervenções pontuais para a área central de Pelotas de forma a fomentar a revitalização e requalificação dessa área, através de um instrumento que sirva como referencial de decisões municipais.

O plano define como objetivos específicos:

2. Detectar, definir e desenvolver estratégias específicas para as diferentes **áreas de especial interesse** inseridas dentro da área central;
3. **Requalificar a cênica urbana** com ênfase no tratamento estético do espaço público;
4. Estudo e proposição de diretrizes para o ordenamento **da infra-estrutura e equipamentos;**
5. Ordenamento, regulamentação e incentivos ao adequado **uso e ocupação da área central;**

6. Melhoria no sistema de **circulação interna e de acesso** à área central;
7. **Redesenho do sistema de controle e gestão** do espaço público buscando a participação popular.

Cada objetivo específico acima estipulado pode ser considerado um subprojeto dentro do “Plano de Requalificação da Área Central” compostos, por sua vez, de várias temáticas correlacionadas.

8 Subprojetos

Os subprojetos são aspectos específicos da realidade urbana que devem ser observados, e sob os quais devem incidir intervenções, para que a requalificação da área central seja efetivamente alcançada. Cada subprojeto engloba um conjunto específico de preocupações que podem ser desenvolvidos em paralelo, mas com interfaces comuns que implicam num trabalho integrado e indissociado.

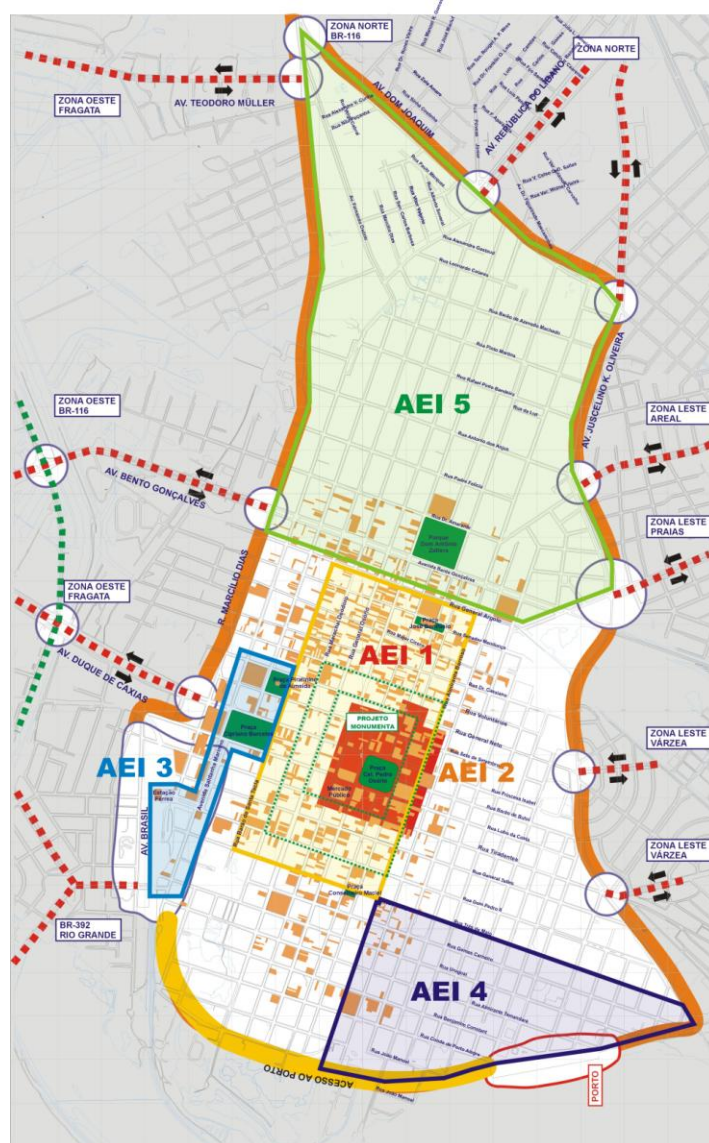
Os subprojetos podem ser sucintamente descritos como:

8.1 Subprojeto de definição das áreas de especial interesse

No interior da área central podem ser identificadas algumas temáticas que, individualizadas, preconizam um tratamento específico em face de suas especificidades e peculiaridades, a partir das quais se podem definir áreas de especial interesse (AEIs). Estas AEIs seriam uma definição espacializada dessas temáticas onde é justificável uma atuação direcionada, podendo haver sobreposições geográficas entre áreas, decorrentes de co-ocorrências. A definição preliminar dessas áreas já foi feita, faltando uma delimitação geográfica mais precisa e a verificação de algumas temáticas; a ser feita com base nos critérios:

- **áreas que possuem determinada identidade perceptiva ou de significado** – localidades mais ou menos abrangentes que possuem forte identidade ou imageabilidade por características perceptivas ou de significado socialmente compartilhado. Criam ambiências urbanas únicas que servem de referência para a população e em geral fazem parte da memória coletiva;
- **áreas verdes públicas de lazer**– compreende um conjunto de praças e avenidas com amplos canteiros centrais responsáveis pelos únicos espaços públicos de lazer nesta área e onde ocorrem feiras livres de diversos tipos;
- **vias de pedestres** – conjunto de vias destinadas exclusivamente a pedestres localizadas no centro da área mais marcadamente comercial;
- **área de comércio intensivo** – área com maior concentração de atividades comerciais e de prestação de serviços de distintas naturezas, onde as problemáticas de poluição visual, preservação do patrimônio e cênica urbana estão mais concentradas;
- **percursos e roteiros especiais de caráter cultural e de resgate da memória coletiva**– percursos privilegiados que aglutinam uma quantidade significativa de pontos de interesse cultural ou histórica reunidos segundo algum tema específico.

Estes percursos podem ser organizados visando o pedestre, o ciclista ou veículos motores.



8.2 Subprojeto de requalificação da cênica urbana

Com o enfoque direcionado para o tratamento estético do espaço público e a criação de ambientações urbanas de alta legibilidade e imageabilidade. Tem como temas específicos:

- **ordenamento e normatização do aparato publicitário** – visando a sua adequação às tipologias arquitetônicas, a remoção de impedimentos visuais na observação do patrimônio histórico, a diminuição da poluição visual e liberação do espaço público de circulação;
- **ordenamento do sistema de sinalização urbana** – otimização do sistema existente visando a redução de obstáculos físicos nos passeios públicos e interferências visuais na paisagem. Elaboração de projeto de sinalização turística e cultural;
- **diretrizes para o tratamento de fachadas dos prédios inventariados** – busca a valorização e destaque urbano para o importante patrimônio arquitetônico existente nesta área da cidade. Define normas de intervenção em prédios históricos;
- **guias de desenho e critérios para inserção de prédios novos** – define a forma de integração entre novo e velho através de critérios e instrumentos de avaliação de impacto visual. Determina, ainda, outras questões referentes aos planos de fachada de forma a qualificar a cênica urbana tais como tratamento de empenas cegas, uso da cor, etc. Neste momento serão definidas áreas restritivas à livre intervenção, que deverão ser objeto de estudo mais detalhado a ser realizado posteriormente;
- **arborização urbana** – usado como auxílio na legibilidade urbana e requalificação ambiental da área central, abrange o planejamento do sistema de arborização, as diretrizes para intervenções privadas e o projeto de intervenção por parte do poder público local.

8.3 Subprojeto de ordenamento da infra-estrutura e equipamentos urbanos

Centrado na adequação e melhoria da infra-estrutura existente e na definição de design, localização e distribuição dos equipamentos urbanos. Aborda como temas específicos:

- **organização das redes aéreas** – cria as regras de implantação e de adequação das atuais redes de telefonia, TVs a cabo e energia elétrica;
- **sistema de coleta de lixo** – ordenamento da coleta seletiva. Definições sobre os containeres em áreas públicas, compatibilização com áreas históricas e cênica urbana;
- **pisos e pavimentações** – normas e diretrizes para a pavimentação de passeios públicos, praças e áreas verdes. Normas e diretrizes de pavimentação das vias públicas e canteiros de avenidas;
- **mobiliário e equipamentos urbanos** – definição dos guias de design a serem utilizados. Mapeamento do existente e projeto de localização de mobiliário e equipamentos em áreas públicas.

8.4 Subprojeto de ordenamento do uso do solo e ocupação do território

Voltado para a revitalização social e econômica da área além do ordenamento de uso do solo e ocupação de áreas públicas e privadas:

- **estudo de uso do solo** – análise da situação atual e definição de usos e atividades compatíveis com a revitalização da área central;
- **identificação de conflitos da legislação atual com atividades existentes** – delineamento do tipo de conflito e proposição de soluções;
- **regulamentação do comércio informal e da exposição de produtos em locais públicos** – definição de locais propícios para ambulantes de diferentes naturezas e formas de instalação no espaço público;
- **incentivo ao comércio e serviços atualmente instalado e à instalação de novas unidades econômicas** – proposição de incentivos e facilidades para a manutenção e instalação de usos considerados compatíveis com a área;
- **atratividade para o uso residencial** – busca formas de manter e incrementar a atratividade da área central para uso residencial. Tem como preocupação garantir a heterogeneidade/diversidade social;
- **incentivos fiscais e urbanísticos** - para imóveis inventariados e para a instalação de atividades que tragam animação local.

8.5 Subprojeto sistema de circulação interna e acessos

Repensa o sistema de circulação hoje em vigor, onde se observa o predomínio quase total do automóvel enquanto prioridade urbana. Está dividido em:

- **organização do transporte coletivo** – linhas de transporte e sua integração com a área central, localização dos terminais de transporte e paradas de ônibus;
- **estacionamentos, pontos de táxi e moto-táxi** – definição dos locais e regulamentação de estacionamentos para veículos particulares, definição de roteiro para implantação da zona azul, estacionamentos para carga e descarga, pontos de táxi e moto-táxi;
- **conectividade com a área central** – definição da hierarquia do sistema viário, identificação dos pontos de estrangulamento, proposição de possíveis soluções;
- **ciclistas** – definição das conexões da área central com os bairros para os usuários de bicicletas, o uso da área central como passagem pelos ciclistas em seus percursos interbairros, definição de percursos internos;
- **acessibilidade para portadores de necessidades especiais** – adequação de passeios e demais espaços públicos para deficientes visuais e com dificuldades locomotoras;
- **pedestres** – melhoria das possibilidades de circulação para pedestres na área central, travessia de vias movimentadas, conexões entre sistemas de transporte, gabaritos de passeios públicos, eliminação de obstáculos nas áreas de passeio. Estímulo à reversão do quadro atual, resultando no predomínio de pedestres e ciclistas através do desestímulo da circulação de automóveis no centro.

8.6 Subprojeto sistema de controle e gestão do espaço público

O fórum permanente, instituído legalmente para contemplar a participação popular em todas as ações de planejamento sobre a cidade é o Conselho do Plano Diretor,

reformulado após 23 anos de funcionamento, com um novo formato inovador na composição, dando equidade à participação comunitária com os demais setores, garantindo a pluralidade de interesses. Ele é um elemento fundamental no Sistema de Planejamento do Espaço Municipal.

Além dele, no segundo semestre de 2003 foi criado o Conselho Gestor do Calçadão, com o objetivo de envolver todos os agentes nas decisões de implantação do Projeto ‘Calçadão, Shopping a Céu Aberto’, citado anteriormente, de forma participativa e democrática, sendo coordenado pela Secretaria de Planejamento Urbano e composta por órgãos do Município de Pelotas, da sociedade organizada, de empresas públicas e concessionárias de serviços públicos.

Da mesma forma, as áreas de interesse especial bem como outros projetos relevantes deverão ter seus próprios fóruns de discussão, para que possam contar com a leitura da comunidade na elaboração das propostas e o acompanhamento nas ações a serem implantadas ao longo dos anos.

9 Método de Trabalho

O método de trabalho proposto está alicerçado em cinco etapas distintas a serem desenvolvidas:

9.1 Levantamento e Análise: O levantamento da área em estudo será realizado através de visitas *in loco*, fotografias, mapeamentos existentes, levantamento de dados *in loco* e de trabalhos ou levantamentos já realizados. O objetivo deste levantamento é delinear um quadro real da situação atual. A análise estará voltada para subsidiar os diferentes subprojetos.

9.2 Diagnóstico: Será elaborado a partir dos levantamentos e análises realizados na etapa anterior. Tem como objetivo delinear as principais qualidades e carências dos espaços em estudo, para que se possa intervir de maneira a sanar o maior número possível dos problemas existentes.

9.3 Desenvolvimento propositivo de diretrizes e projetos de desenho urbano: baseado no diagnóstico serão elaboradas: diretrizes para a requalificação física e funcional da área central; adaptados os projetos de desenho urbano já existentes; lançados e/ou desenvolvidos os projetos prioritários e; indicados os principais projetos ainda a serem desenvolvidos.

9.4 Definição de estratégias: estudo da viabilização e das formas de implantação das diretrizes e projetos de desenho urbano.

9.5 Divulgação: com o objetivo de sensibilizar a população, será elaborado material gráfico para a divulgação das propostas.

Salienta-se que em todas as etapas haverá o envolvimento da comunidade, através dos fóruns estabelecidos.

10 Considerações Finais

Como está proposto neste Termo de Referência, o plano de trabalho se estrutura a partir do prévio zoneamento das Áreas de Especial Interesse, propondo através de um trabalho mais detalhado, a revisão de sua delimitação.

O método de trabalho adotado é composto de cinco etapas: levantamento e análises, diagnóstico, estratégias e divulgação. Cada Área de Especial Interesse será analisada sob os enfoques de cênica urbana, infra-estrutura, uso e ocupação do solo e sistema de circulação urbana, gerando um programa geral, contemplando aspectos específicos em função da identidade e necessidades de cada uma das cinco áreas. Com a implementação dos conselhos, as propostas poderão ser discutidas e votadas para a sua posterior implantação, estabelecendo-se assim o controle e a gestão desses espaços públicos.

Com um plano geral de diretrizes e projetos pontuais, legitimado através dos conselhos, pretende-se ao longo dos anos requalificar a área central de Pelotas, para manter a vitalidade do centro. Para isso, é preciso que continue a ser um local com atividades diversificadas, que se complementem e que sejam atrativas por estarem alocadas em uma área reduzida. Também é necessário que o espaço físico tenha qualidade visual e ofereça conforto, legibilidade e segurança aos transeuntes. Somente assim o centro irá manter sua importância como identidade coletiva, como espaço que agrega e permite o convívio e a tolerância social.

REFERÊNCIAS

BALSAS, Carlos José Lopes. Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização dos centros das cidades. Lisboa: Ministério da economia / Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica, 1999.

BARATA SALGUEIRO, Teresa. "Novas formas urbanas de comércio." In: Finisterra, XXIV: 151 – 217, 1989.

BARATA SALGUEIRO, Teresa. Do comércio à distribuição. Roteiro de uma mudança. Oeiras: Celta, 1996.

CACHINHO, Herculano. *Geografia do consumo. Rotas exploratórias e novas linhas de rumo*. Lisboa: (mimeo), 2001.

CHAMPION, A. G. and DAVIES, R. L. The future for the City Centre. Londres: Academic Press, 1983.

CLAVAL, Pierre. "Champ et perspectives de la Géographie Culturelle", In: Géographie et cultures. No. 1, p29, s/l, 1992.

HARVEY, David. Condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

LEFÈBVRE, Henri. A vida cotidiana no mundo moderno. São Paulo: Ática, 1991.

PAGE, S.; HARDYMAN, R. "Place marketing and town center management, a new tool for urban revitalization". In Cities, 13 (3), 153 – 164, s/l: s/e, 1996.

VIEIRA, Sidney Gonçalves. O centro vive. O espetáculo re valorização do centro de São Paulo: Sobrevivência do capitalismo e apropriação do espaço. Rio Claro: Programa de Pós-Graduação em Geografia/UNESP, 2002.

VILLAÇA, Flávio. Espaço intra-urbano no Brasil. São Paulo: Nobel/Fapesp/Lincoln, 1998.