

Jeff Speck

CIDADE CAMINHÁVEL

TRADUÇÃO E NOTAS:
ANITA DI MARCO E ANITA NATIVIDADE



Apesar de nunca ter sido declarada uma guerra, muitas cidades americanas parecem ter sido feitas e refeitas com a incumbência de derrotar os pedestres. Vias alargadas, calçadas diminuídas, árvores suprimidas, guias rebaixadas para dar acesso a lanchonetes *drive-thru* e imensas áreas de estacionamento de quarenta mil metros quadrados reduziram muitas das nossas paisagens urbanas a zonas de automóveis, nas quais a vida dos pedestres é apenas uma possibilidade teórica.

Às vezes, as causas dessa transformação são surpreendentes. Em Miami, por exemplo, as pessoas se perguntam por que os cruzamentos em bairros residenciais são tão grandes: duas vias relativamente estreitas se encontram em uma imensidão de asfalto, que, aparentemente, alguém levaria horas para atravessar. A resposta é que, certa vez, o sindicato dos bombeiros fez um acordo de não liberar nenhum caminhão sem levar, no mínimo, quatro homens. Isso é ótimo para a segurança e melhor ainda para a segurança no emprego, mas o único caminhão que levava quatro homens sentados era o que tinha o cabo e a escada. Então, durante anos, bairros residenciais em Miami tiveram de ser projetados em torno de imensos raios de curva previstos para os caminhões de combate a incêndios em edifícios altos'.

Hoje, esta piada não é rara no cenário de profissões desconectadas e interesses especiais que determinam a forma de nossas comunidades. O mundo moderno está cheio de especialistas pagos para ignorar critérios além de sua área específica. Os departamentos de educação e parques irão pressionar para conseguir instalações maiores, mas em menor número,

já que exigem mais fácil manutenção – e ostentação. O departamento de obras públicas ou serviços urbanos irá insistir que novos bairros sejam projetados, sobretudo, voltando-se para as atividades de remover neve e lixo. O departamento de transportes irá construir novas vias para melhorar o tráfego gerado pela grande expansão urbana que elas mesmas criaram. Cada uma dessas abordagens pode parecer correta sozinha, mas não em uma cidade.

Se o que se espera é o funcionamento adequado das cidades, elas devem ser planejadas por generalistas, como já o foram. Generalistas compreendem que consolidar parques significa que menos pessoas irão caminhar até eles. Generalistas compreendem que a infraestrutura organizada em torno do serviço de grandes caminhões nem sempre é convidativa às pessoas. E generalistas, por fim, estão começando a entender que, em geral, mais vias de tráfego só levam a um aumento de trânsito.

E mais, generalistas – como urbanistas e, espero, prefeitos – fazem as perguntas essenciais que, tantas vezes, são esquecidas no corre-corre da atividade de governar a cidade. Perguntas como: que tipo de cidade irá impulsionar nosso desenvolvimento econômico? Que tipo de cidade manterá nossos cidadãos não só protegidos, mas também saudáveis? Que tipo de cidade será sustentável para as próximas gerações?

Estes três aspectos – prosperidade, saúde e sustentabilidade – são, não por mera coincidência, os três principais argumentos para tornar nossas cidades mais caminháveis.



Caminhar, a Vantagem da Cidade

Muitos clientes me fazem a mesma pergunta: “Como podemos atrair empresas, cidadãos e, sobretudo, jovens talentos empresariais?” Em Grand Rapids, Michigan, onde fui contratado pelos principais filantropos da cidade, perguntavam de outra forma: “Como impedir nossos filhos de deixarem a cidade? Como impedir nossos netos de saírem daqui”?

A resposta é óbvia: as cidades precisam garantir o tipo de ambiente que aquelas pessoas desejam. Levantamentos realizados – como se precisássemos disso – mostram como a classe dos cidadãos criativos, especialmente a geração Y*, prefere, em geral, comunidades com ruas vibrantes e cheias de vida, a cultura de pedestres que só pode vir da caminhabilidade.

A falta de vitalidade nas ruas foi uma das razões pelas quais a direção da Wolverine World Wide, fabricante dos calçados Merrell e Patagonia, teve dificuldades para impedir que novos trabalhadores da área de criação desistissem do trabalho na nova sede em um distante bairro residencial chique, a oeste de Michigan. O problema não era a empresa, mas a impressão das esposas recém-chegadas que não tinham como entrar no cenário social... ainda que os moradores do oeste de Michigan sejam conhecidos por sua receptividade e hospitalidade. Então, o que era? Acontece que aquele cenário social só poderia ser acessado de carro e, portanto, por meio de convite. Sem uma cultura de pedestres, não havia oportunidade para encontros casuais que se transformassem em amizades. Quando surgiu o momento de lançar uma nova divisão, eles decidiram implantá-la em Portland, Oregon.

Desde aquela época, a Wolverine tinha criado um novo centro de inovação juntamente com três outras empresas do oeste de Michigan, na área central de Grand Rapids. De acordo com Blake Krueger, presidente e diretor executivo da Wolverine, a empresa precisava de "um núcleo urbano que atraísse e conservasse a classe criativa do milênio! É preciso uma cidade vibrante para essas pessoas. Eles estão em um ambiente mais criativo para viver, morar e se divertir no centro da cidade do que presos nos bairros residenciais distantes". Aquela unidade agora inclui *designers* e profissionais de desenvolvimento de produto em dezenas de marcas diferentes.

Para muitas empresas, um satélite urbano não é suficiente. A Brandmuscle, anteriormente em Beachwood, Ohio, recentemente realocou todos os seus 150 empregados para o centro de Cleveland, em parte graças aos desejos de grande parcela de sua força de trabalho, na faixa dos vinte e poucos anos. Agora a funcionária Kristen Babjack se vangloria de seu estilo de vida urbano: "Saímos do apartamento e caminhamos poucos metros para comer algo no restaurante ou fazer compras. Temos ginásios e áreas específicas para esportes e concertos todos em uma área de acesso muito fácil a pé." Histórias similares tornaram-se notícia em Saint Louis, Buffalo e até mesmo na sofrida Detroit.

A vantagem econômica, que já começou a fluir para lugares caminháveis, pode ser atribuída a três fatores-chave. Primeiro, para certos segmentos da população, o mais importante deles o dos "jovens criativos", o fato de morar no centro é simplesmente mais atraente. Muitos garantem que, nem mortos, estariam em algum outro lugar. Segundo, as mudanças demográficas significativas que vêm ocorrendo neste momento significam que esses setores pró-urbanos da população estão se tornando os dominantes, criando um pico de demanda que deverá durar décadas. Em terceiro lugar, a escolha para vivenciar a vida caminhando gera uma considerável economia para aqueles domicílios e grande parte dela é gasta localmente. Vou tratar desses fatores, um a um.

A Geração Que Caminha

Quando trabalhei para a empresa de planejamento DPZ², em Miami na década de 1990, todos, sem exceção, dirigiam até o escritório. Usar o transporte coletivo ou ir de bicicleta não fazia sentido, já que os ônibus levavam muito tempo e ir de bicicleta era mais que perigoso. Em visitas mais recentes, descobri que uma parcela significativa dos jovens urbanistas agora pedala ou vai de ônibus, ainda que as condições para os dois modos não estejam nada melhores.

São as mesmas pessoas que haviam colocado um recipiente para compostagem de lixo na cozinha do escritório... Então, serão apenas as exceções à regra?

Acontece que, desde o final dos anos de 1990, o número de quilômetros dirigidos pelos norte-americanos, na faixa dos vinte e poucos anos, caiu de 20,8 para 13,7%. E se olharmos para os mais jovens, dos dezesseis aos dezoito anos, provavelmente as mudanças futuras serão maiores. O número de jovens de dezoito anos que optou por não tirar carteira de motorista quase triplicou desde o final dos anos de 1970, aumentou de 8 para 23%³. Este dado é particularmente significativo quando se considera a mudança da paisagem dos Estados Unidos desde os anos de 1970, quando a maior parte dos jovens americanos podia ir a pé à escola, à loja e ao campo de futebol, em um contraste gritante com as realidades da expansão urbana atual, dos bairros distantes, centrada no automóvel.

Essa tendência, vista como cultural e não econômica, começou bem antes da recessão de 2008 e os subsequentes aumentos de combustível. A empresa de pesquisa de mercado J.D. Power – dificilmente parte do *lobby* antiautomóvel – relata que “discussões *on-line* entre jovens adolescentes indicam mudanças de percepção em relação à necessidade e ao desejo de possuir carro”⁴. Richard Florida observa: “os mais jovens hoje [...] não mais veem o carro como despesa necessária ou fonte de liberdade pessoal. Na verdade, a visão que vem crescendo é justamente contrária: não possuir carro e casa é visto, por um número cada vez maior de jovens, como um caminho para maior flexibilidade, escolha e autonomia pessoal”⁵. Essas tendências são apenas a menor parte de um quadro maior que tem menos a ver com carros e mais a ver com cidades e, especificamente, com a forma como os jovens profissionais

↙ Mas, nos bairros de St. Paul, residências automobilizadas a distância não é grande. Eles só caminham

de hoje se veem em relação à cidade, sobretudo se comparados com as gerações anteriores.

Nascido quando o *baby-boom* terminou, cresci vendo três programas de tv, quase diariamente: *Gilligan's Island* (A Ilha dos Birutas), *The Brady Bunch* (A Família Sol-Lá-Si-Dó ou A Família Brady), e *The Partridge Family* (A Família Do-Ré-Mi)*. Enquanto o primeiro pode ter dito muito pouco a respeito de urbanismo, os outros dois são extremamente instrutivos. Eles idealizavam o padrão daqueles distantes bairros residenciais chiques, de meados do século xx, e suas casas térreas em lotes com muito verde, cercadas por mais do mesmo. Aquilo era normal e era bom. Como futuro arquiteto, era particularmente sensível aos charmes da casa em desnível, construída por Mike Brady. Isso não quer dizer que não havia programas urbanos na tv. Vi quatro deles: *Dragnet*, *Mannix*, *The Streets of San Francisco* e *Hawaii 5-0* (Havaí 5-0) – todos sobre um só tema: crime⁶.

Agora, contraste minha experiência de crescer nos anos de 1970 com aquela de uma criança crescendo por volta dos anos de 1990, vendo *Seinfeld*, *Friends* e, por fim, *Sex and the City*. Nesses programas, a cidade grande (Nova York, nos três casos) era carinhosamente retratada como uma força sempre interessante e afável, quase sempre como uma personagem e cúmplice, em si mesma. A mais urbana das cidades americanas era o novo “normal” e, com certeza, era “bom”.

Dessa comparação, minha primeira lição é que vi televisão demais quando criança. Mas o principal aqui é que os jovens profissionais de hoje cresceram em uma cultura de massa – da qual a tv é só uma parte – que os predispôs a ter um olhar favorável em relação às cidades; na verdade, almejar viver nelas. Cresci nos bairros residenciais distantes, vendo programas sobre esses bairros. Eles cresceram nesses mesmos bairros residenciais distantes vendo séries sobre as cidades. Minha complacência foi substituída pelo desejo deles.

Esse grupo representa a maior bolha populacional em cinquenta anos. Dos universitários desse grupo, 64% primeiro escolhem onde querem morar e só depois é que procuram trabalho⁷. No total, 77% deles planejam viver em áreas centrais das cidades americanas⁸.

Uma "Tempestade Perfeita" Demográfica*

Enquanto isso, a geração criada assistindo a *Friends* não é o único grande grupo procurando por novos lugares para viver. Há um grupo ainda maior: os pais desses jovens, os pioneiros da época do *baby-boom*. Cidadãos que toda cidade quer – com economias pessoais significativas e sem filhos em idade escolar.

E de acordo com Christopher Leinberger, economista da Brookings Institution que primeiro despertou minha atenção ao fenômeno *Brady Brunch/Friends*, aqueles pais que já estão com o ninho vazio querem caminhabilidade:

Esses cerca de 77 milhões de americanos representam quase um quarto da população. Com os pioneiros do grupo quase na faixa dos 65 anos, o grupo começa a achar que suas casas nos distantes bairros estão muito grandes. Seus dias de criar filhos já estão no fim e todos aqueles aposentos vazios têm que ser aquecidos, resfriados e limpos, o quintal, sem uso, precisa de manutenção. As casas térreas dos bairros residenciais podem ser socialmente isoladas, especialmente quando olhos envelhecidos e reflexos mais lentos tornam menos confortável ter que dirigir para ir a qualquer lugar. Para muitos dessa geração, liberdade significa morar em comunidades acessíveis, caminháveis e com convenientes integrações de transporte público e bons serviços como bibliotecas, atividades culturais e saúde.⁹

Nos anos de 1980, meus colegas urbanistas e eu começamos a ouvir dos sociólogos algo chamado NORC (*naturally occurring retirement community*), comunidade de aposentados que se forma naturalmente. Na última década, observei um crescente número de pessoas, da geração dos meus pais, abandonar suas casas em grandes lotes para se estabelecer em centros urbanos de uso misto. Meus próprios pais, finalmente, decidiram mudar-se da verdejante Belmont Hill, em Massachusetts, para Lexington Center, um bairro um pouco menos verdejante, mas muito mais caminhável. Para eles, o aumento de caminhabilidade faz toda a diferença entre uma existência essencialmente presa em casa e aquilo que, assim esperamos, se transforme em várias décadas de continuada independência. À beira de

seus oitenta anos, meus pais podem ser considerados retardatários, mas como os jovens nascidos nos anos anteriores a 1950, eles representam uma simples gota do que vai se tornar um rio. Leinberger observa como, a partir de agora, em média 1,5 milhão de americanos, por ano, deverão completar 65 anos, o quádruplo da taxa de dez anos atrás¹⁰. Essa taxa não irá se estabilizar até 2020 e não veremos a volta aos níveis de hoje até 2033.

Junto com seus filhos independentes, estes aposentados irão superar numericamente aquelas famílias que criam os filhos e, em geral, preferem os tais bairros residenciais remotos. Essa convergência já próxima representa "o maior evento demográfico desde o pós-guerra, desde o tempo do *baby-boom*"¹¹. Dos 101 milhões de novos domicílios esperados entre agora e 2025, projeta-se 88% deles sem crianças. Esta é uma tremenda mudança em relação aos anos de 1970, quando quase metade dos domicílios tinha crianças¹². Essas novas casas só-de-adultos não vão dar a mínima para a qualidade das escolas locais ou o tamanho de seus quintais. "Este fato abrirá muitas possibilidades", observa Leinberger¹³.

Em relação à estranheza desta estatística atual, como pai de crianças pequenas, sempre lutei por melhores escolas públicas e parques de vizinhança para beneficiar as famílias. Lembro que uma comunidade não pode florescer, plenamente, na ausência de qualquer grupo geracional, já que todos nos apoiamos mutuamente. Gosto de citar David Byrne: "Se pudermos construir uma cidade boa para as crianças, podemos construir uma cidade boa para todos."¹⁴ É verdade, mas sempre me lembram de que já vivi, confortavelmente e por dez anos, em uma das exceções extremas à minha regra, em South Beach, Miami, onde facilmente poderia passar um mês sem ver um carrinho de bebê. Nenhum adulto, no meu bairro, parecia ter entre 35 e 55 anos e nenhum parecia fértil (produtivamente). No entanto, South Beach era, e permanece, um grande lugar em termos físicos, sociais e econômicos. Demograficamente falando, South Beach é o futuro de muitas cidades americanas.

Esse também parece ser o caso da caminhável Washington DC que, na última década, viu um aumento de 23% no número de residentes entre vinte e 34 anos, junto com o aumento do número de adultos nos seus cinquenta anos e início dos sessenta. Enquanto isso, o número de crianças abaixo de quinze anos caiu 20%¹⁵.

Claramente, Leinberger é otimista quanto ao maior impacto dessas tendências populacionais nas cidades. Escrevendo na revista digital *Grist*, ele conclui que "atender à demanda reprimida por um ambiente urbano caminhável vai levar uma geração". Será uma vantagem para o setor imobiliário e alicerçará a economia americana por décadas, assim como a construção dos subúrbios de baixa densidade na segunda metade do século xx¹⁶. Ele argumenta que as pessoas estarão retornando para o centro das cidades, quer isso salve ou não a nossa economia.

A questão que permanece é: irão se mudar de volta para suas cidades, ou para outra cidade? A resposta pode estar na caminhabilidade.

Christopher Leinberger já foi o dono da Robert Charles Lesser & Co., maior empresa de consultoria imobiliária nos Estados Unidos; isso significa que ajudou a construir grande parte dessa expansão urbana. Agora, está convencido de que muitos daqueles novos bairros residenciais, tão longe dos centros urbanos, estão prontos para se tornarem "a próxima favela"¹⁷.

A fim de estudar o desempenho do mercado imobiliário, Leinberger divide o ambiente construído nos Estados Unidos em duas categorias: *urbanismo caminhável* e *sub-urbanismo dirigível*, naqueles bairros residenciais afastados¹⁸. Na área de Detroit, ele acredita que uma moradia em locais caminháveis consegue um aumento de 40% em relação às similares nos locais de sub-urbanismo dirigível; em Seattle, o aumento é de 51%; em Denver, 150%. A cidade de Nova York, sem nenhuma surpresa, está no topo da lista com 200% de aumento – ou seja, as pessoas pagam três vezes mais por metro quadrado por apartamentos em bairros caminháveis se comparados com as casas daqueles bairros distantes. Na maior parte dos mercados, a demanda para um urbanismo caminhável ultrapassa dramaticamente a oferta: em Atlanta, dos que responderam a uma pesquisa e querem viver em um lugar caminhável na cidade, apenas 35% são capazes de encontrar e têm condições financeiras para tal¹⁹.

Dinâmica similar pode ser encontrada no trabalho para imóveis comerciais. Em Washington DC o aluguel de escritórios em áreas caminháveis, recentemente, atingiu um valor 27% a mais sobre escritórios em áreas residenciais distantes dirigíveis; além disso, aqueles apresentavam índices de desocupação de um dígito, em vez de dois dígitos. O *Wall Street Journal* confirmou tendências similares em todo o país: enquanto o índice de desocupação dos escritórios nas comunidades residenciais distantes

pulou 2,3 pontos desde 2005, a ocupação nos centros das cidades americanas manteve-se estável²⁰. Vendo esses números, Leinberger conclui:

A área metropolitana que não oferecer um urbanismo caminhável, provavelmente está destinada a perder oportunidades de desenvolvimento econômico; a classe criativa irá gravitar para aquelas áreas que oferecem múltiplas escolhas em condições de vida [...] Como mostraram as pesquisas com consumidores, realizadas no centro de Filadélfia e Detroit em 2006, isto pode ser verdadeiro, sobretudo para os de maior nível de escolaridade, que parecem ter uma predileção por viver em ambientes urbanos caminháveis.²¹

A demanda crescente por lugares favoráveis aos pedestres reflete-se no grande sucesso do Walk Score (Índice de Caminhabilidade), um *site* que calcula esta característica dos bairros²². Tudo começou numa brincadeira, em 2007, com Matt Lerner, Mike Mathieu e Jesse Kocher, três sócios em uma empresa de *software* com o incongruente nome de *Front Seat* (Assento Dianteiro). “Eu tinha ouvido uma história na NPR – National Public Radio –, sobre a quilometragem dos alimentos na Inglaterra, ou seja, etiquetar os alimentos com a distância percorrida para chegar até você”, Lerner me disse recentemente, “e pensei, por que não medir a quilometragem das casas: saber quantos quilômetros você precisa percorrer de sua casa até as atividades cotidianas”?

Os endereços foram classificados em cinco categorias, com uma pontuação de cinquenta, necessária para cruzar o limiar da dependência do carro para algo um pouco caminhável. Setenta pontos mostram uma classificação bastante caminhável e qualquer coisa acima de noventa qualifica um paraíso do indivíduo que anda a pé. Chinatown, em São Francisco, consegue cem pontos, bem como Tribeca em Nova York, enquanto a avenida Mulholland Drive em Los Angeles fica com nove pontos. South Beach em Miami ganha 92. A sede da Nike, em Beaverton, Oregon, atinge o placar de 42 para dependência do carro, enquanto o endereço do nacionalmente famoso “guru do caminhar”, Leslie Sansone, de New Castle, Pensilvânia, tem uma pontuação de 37²³.

Sintomaticamente, o Índice de Caminhabilidade tornou-se um sucesso entre as imobiliárias. Impulsionadas por sua demanda, a equipe do *Front*

Seat recentemente desenvolveu o Walk Score Professional, um *site* de assinatura que já dispõe de *links* de mais de dez mil outros *sites*, a maioria deles pertencentes a corretores de imóveis.

Falei com uma dessas profissionais, Eva Otto, cujo rosto ilustra um depoimento na página principal do *site*. Ela está confiante que “em um lugar como Seattle, a caminhabilidade é tudo ou nada para alguns compradores! Pode aumentar em 5 ou 10% o desejo de uma pessoa pagar por uma casa”. Para cada propriedade com a qual trabalha, ela coloca o mapa de amenidades do *site* dentro da casa, em um lugar óbvio. Comenta ela ainda que os compradores estão cada vez mais conscientes de “como sua qualidade de vida pode ser surpreendente e agradável quando não há necessidade de ir a todos os lugares de carro, além da casa”.

Se o Índice de Caminhabilidade é tão útil ao ajudar as pessoas a decidirem onde morar, então também pode nos auxiliar a determinar o quanto valorizam a caminhabilidade. Agora que já existe há alguns anos, alguns economistas engenhosos tiveram a oportunidade de estudar a relação entre o Índice da Caminhabilidade e o valor dos imóveis e colocaram um preço: quinhentos a três mil dólares *por ponto* obtido no placar.

Em artigo para o *site* CEO for Cities (Executivos para as Cidades), Joe Cortright examinou os dados de noventa mil casas à venda em quinze mercados por todo o país – lugares como Chicago, Dallas e Jacksonville. Depois de controlar todos os outros fatores conhecidos por afetar o preço da casa, ele encontrou uma clara correlação positiva em todos, exceto em dois destes mercados²⁴. Em um exemplo típico, em Charlotte, Carolina do Norte, Cortright constatou que um aumento da média metropolitana no Índice de Caminhabilidade de 54 (um pouco caminhável) para 71 (muito caminhável) correspondia, em média, a um aumento do preço da casa de 280 mil para 314 mil dólares²⁵. Isso dá dois mil dólares por ponto, ou duzentos mil dólares se percorrer toda a escala. Interessante é que duzentos mil dólares é aproximadamente o mínimo que se paga por um lote para construir nas zonas mais caminháveis de Washington DC.

Claro, em geral é bastante proveitoso gravar os dados perguntando aos indivíduos reais o que querem. A empresa de pesquisa de mercado Belden Russonello & Stewart entrevistou milhares de americanos adultos para a Associação Nacional de Corretores Imobiliários e descobriu o seguinte: “Ao escolher uma comunidade, quase metade do público (47%) preferia viver

POR QUE CAMINHABILIDADE?

em uma cidade ou bairro residencial chique e distante, mas com uso misto de casas, lojas e escritórios [...] Apenas um em dez dizia preferir um desses bairros residenciais, de classe alta, só com casas."²⁶ Dado que hoje a ampla maioria dos ambientes construídos nos Estados Unidos é de elegantes bairros distantes só com casas, não é surpresa que a demanda para o urbanismo caminhável já tenha ultrapassado a oferta. Essa disparidade só vai aumentar.

O Ganho da Caminhabilidade

Em 2007, Cortright, responsável pelo estudo citado acima de valores do Índice de Caminhabilidade, publicou um artigo no qual ele fazia a seguinte questão: o que Portland ganha por ser caminhável?²⁷ Ganha muito.

Para melhor entender, devemos descrever o que torna Portland diferente. De certo, não é Manhattan. Não é nem grande, nem pequena e sua densidade residencial, pelos padrões americanos, é bem normal. Recentemente, a cidade atraiu boa quantidade de indústrias, mas não mostrou grande predisposição histórica para isso, nem é privilegiada com riqueza mineral. Chove muito na cidade e, dado interessante, os moradores se orgulham de não usar guarda-chuva. Talvez ainda mais fascinante seja o modo como os habitantes se recusam a desobedecer aos sinais de NÃO ATRAVESSE, mesmo que seja uma hora da madrugada, em uma rua pequena de duas faixas, imersa no mais absoluto silêncio... e mesmo que um sujeito jovial da costa leste dos Estados Unidos esteja andando alegremente no cruzamento (não é o caso de dar nomes).

Mas o que realmente torna Portland incomum é como a cidade escolheu crescer. Enquanto a maioria das cidades americanas abria mais vias expressas, Portland investiu no transporte coletivo e no ciclismo. Enquanto a maior parte das cidades alargava suas vias para acelerar o tráfego, Portland implantou um programa de "skinny streets" (ruas magrinhas). Enquanto a maior parte das cidades acumulava terras para expansão urbana futura, Portland instituiu um limite para o crescimento urbano. Esses esforços e outros similares, ao longo de décadas – um piscar de olhos nos tempos de um urbanista –, mudaram a forma como os seus habitantes vivem²⁸.

Esta mudança não é exagerada – não fosse pelas hordas errantes de ciclistas, seria invisível – mas é significativa. Enquanto quase todas as

idades dos Estados Unidos veem, a cada ano, seus moradores dirigirem para mais e mais longe e perderem mais e mais tempo no trânsito, em Portland, a quilometragem máxima percorrida de carro pelos moradores foi atingida em 1996. Agora, comparados às outras áreas metropolitanas, os moradores de Portland, em média, dirigem 20% menos²⁹.

Pequena mudança? Não mesmo: de acordo com Cortright, estes 20% (6,4 km/cidadão/dia) somam 1,1 bilhão de dólares de economia por ano, o que equivale a 1,5% de toda a renda pessoal obtida na região. E este número ignora o tempo não desperdiçado no trânsito: os horários de pico, de fato, caíram de 54 para 43 minutos/dia³⁰. Cortright avalia que esta melhoria resulta em outro 1,5 bilhão. Some estes dois valores e você verá que é muito dinheiro.

O que acontece com essa economia? Portland é conhecida por ter o maior número de livrarias e bagageiros *per capita*. Dizem também que a cidade tem o maior número de clubes de *striptease per capita*. Claro, estas afirmações são exageros, mas refletem um consumo no item recreação de todos os tipos, acima da média. Portland tem mais restaurantes *per capita* do que as outras grandes cidades, exceto São Francisco e Seattle. Os habitantes do Oregon também passam bastante tempo bebendo³¹, o que pode ser uma coisa boa ou não, mas de qualquer forma, o fato de dirigirem menos nos deixa felizes.

E o mais importante, não importa como sejam usadas essas economias, muito provavelmente a maior parte deve ficar na cidade, não sendo gasta dirigindo. Quase 85% do dinheiro gasto com automóveis e gasolina saem da economia local³² – grande parte, com certeza, para os bolsos dos príncipes do Oriente Médio. Uma quantidade significativa de dinheiro economizado, provavelmente, vai para as moradias, já que esta é uma tendência nacional: as famílias que gastam menos com transporte gastam mais em suas casas³³, o que, com certeza, é o mais local possível.

A conexão moradia-direção é importante e tem sido tema de inúmeros estudos recentes, especialmente depois que os custos de transporte subiram e muito. Enquanto o valor gasto em transportes costumava utilizar um décimo do orçamento de uma família-padrão (1960), agora consome mais de um dólar em cada cinco³⁴. Dito isso, a família americana média gasta hoje cerca de catorze mil dólares por ano dirigindo inúmeros carros³⁵. De acordo com o dado, a família trabalha do dia 1º de janeiro ao dia 13 de

abril só para pagar gastos de seus carros. Notavelmente, a típica família "trabalhadora", de classe média, com uma renda que varia de vinte a cinquenta mil dólares por ano, paga mais por transporte do que por moradia³⁶.

Tal situação existe porque a típica família de classe média dos Estados Unidos mora hoje em dia naqueles bairros distantes, onde reina soberana a prática do *drive-'til-you-qualify**. Famílias de recursos mais limitados moram cada vez mais longe dos centros das cidades a fim de achar moradias mais em conta e que atendam às exigências dos bancos de financiamento. Infelizmente, ao fazê-lo, eles percebem muitas vezes que os custos de dirigir ultrapassam qualquer economia na habitação³⁷. O fenômeno foi documentado em 2006, quando o preço da gasolina ficou, em média, a 2,86 dólares o galão. Na época, domicílios situados em zonas de automóveis gastavam quase um quarto de sua renda em transportes, enquanto aqueles morando em bairros caminháveis gastavam bem menos que a metade daquela quantia³⁸.

Não é de se estranhar, portanto, que o epicentro das penhoras tenha ocorrido nos arredores das cidades quando o preço da gasolina explodiu (quatro dólares/galão, pouco mais de um dólar/litro) e a bolha imobiliária estourou, "lugares que exigiam que as famílias tivessem uma frota de carros para participarem da sociedade, drenando a capacidade de pagamento de sua hipoteca", como observa Leinberger. "Os preços das casas nos bairros distantes tendem a cair duas vezes a média metropolitana enquanto as habitações em áreas caminháveis tendem a manter seu valor e estão voltando, e muito bem, em mercados selecionados hoje."³⁹ Os centros das cidades não só têm melhor preço do que os tais núcleos residenciais distantes, como também cidades caminháveis têm melhores preços que aquelas onde o andar de automóvel é a tônica. Catherine Lutz e Anne Lutz Fernandez observam: "as cidades com maiores quedas no preço das casas (como Las Vegas, queda de 37%) foram as mais dependentes de veículos particulares e as poucas cidades com ganhos no preço das casas [...] têm boas alternativas de transporte"⁴⁰.

Péssimas notícias para Orlando e Reno, mas boas notícias para Portland... e também Washington DC, que continua a se beneficiar de investimentos anteriores em transporte público. De 2005 a 2009, à medida que a população do distrito crescia – 15.862 pessoas – os licenciamentos de veículos caíram quase quinze mil unidades⁴¹. O National Building

Museum (Museu Nacional da Construção), em sua Iniciativa de Cidades Inteligentes, observa que essa redução no uso dos automóveis resulta em uma economia de 127.275 milhões de dólares, valor que fica na economia local a cada ano⁴².

São esses os benefícios econômicos de não dirigir. Mas será que existem benefícios adicionais em caminhar, andar de bicicleta e utilizar o transporte coletivo? As evidências aqui são um pouco mais raras, mas as indicações são positivas. Ignorando os benefícios para a saúde, há uma clara distinção a ser feita na categoria criação de empregos. Sabe-se que trabalhos em rodovias e vias expressas, com suas imensas máquinas e pequeno número de trabalhadores, são ruins para aumentar as estatísticas de empregos. Diferentemente, a construção para implantação de transporte coletivo, ciclovias e calçadas, alcança índices melhores na ordem de 60 a 100%. Um estudo do Plano Americano de Recuperação e Reinvestimento, do presidente Obama, registrou um índice de empregos 70% maior no transporte público do que em rodovias. Por essa medida, tal programa de criação de empregos teria criado 58 mil postos a mais se os investimentos para construção de estradas tivessem sido alocados no transporte público⁴³.

Como isso se traduz localmente? Portland gastou perto de 65 milhões de dólares em instalações e equipamentos para bicicletas nas últimas décadas. Não é muito dinheiro, considerando-se o padrão de infraestrutura – para reconstruir apenas um dos trevos das vias expressas mais de 140 milhões foram gastos⁴⁴. Todavia, além de ajudar a promover o número de ciclistas esperado para quinze vezes a média nacional⁴⁵, estima-se que o investimento tenha criado cerca de novecentos postos de trabalho, quase quatrocentos a mais do que seria criado se o dinheiro fosse gasto na construção de vias.

Mas a real história de Portland não é nem das economias de transporte nem seu emprego em ciclovias, mas de algo mais: jovens antenados estão indo em massa para Portland. Na visão de Cortright e Carol Coletta: “Na década de 1990, o número de pessoas com curso universitário entre 25 e 34 anos aumentou 50% na área metropolitana de Portland – cinco vezes mais rápido do que no país como um todo, e a maior taxa de crescimento nesse grupo de idade foi registrada nos bairros mais próximos ao centro”⁴⁶.

Além dos recursos economizados e reinvestidos, há outro tipo de ganho da caminhabilidade: são os recursos atraídos por ser um lugar onde as pessoas querem viver. Sem dúvida, é o caso de São Francisco, onde caçadores de novos talentos de grandes empresas como Yelp e Zynga (os criadores do jogo social FarmVille) utilizam, ativamente, o urbanismo como ferramenta de recrutamento. "Somos capazes de atrair talentos criativos e tecnológicos porque estamos na cidade", reconhece Colleen McCreary, chefe de recursos humanos da Zynga⁴⁷.

No entanto, em última análise, parece que a produtividade urbana tem causas mais profundas. Há evidências crescentes de que cidades mais adensadas e caminháveis geram riqueza (tão somente em virtude da proximidade que oferecem). Este conceito é tanto profundamente óbvio – as cidades existem, afinal, porque as pessoas se beneficiam de estarem juntas –, como tentadora e desafiadoramente difícil de provar. Isso não impediu que nossos principais pensadores, incluindo Stewart Brand, Edward Glaeser, David Brooks e Malcolm Gladwell falassem a respeito.

Falando no Instituto de Aspen, David Brooks destacou como a maior parte dos pedidos de patentes nos Estados Unidos, ao listar patentes similares que os influenciaram, aponta para outras pessoas inovadoras localizadas a menos de quarenta quilômetros de distância⁴⁸. Ele também mencionou um experimento recente na Universidade de Michigan, onde os "pesquisadores reuniram presencialmente grupos de pessoas e lhes pediram para participar de um difícil jogo de cooperação. Organizaram, então, outros grupos e fizeram com que se comunicassem eletronicamente. O grupo que se comunicou presencialmente desabrochou. Os grupos de comunicação eletrônica se romperam e brigaram"⁴⁹.

A comunicação direta, presencial, certamente é possível em qualquer ambiente. Mas é mais fácil em uma cidade caminhável. Susan Zeilinski, diretora executiva do SMART Center da Universidade de Michigan, explica: "Na Europa, consegue-se fazer cinco boas reuniões em um dia. Na Austrália, talvez três e, em Atlanta, talvez duas, porque a pessoa foi mais e mais longe e mais e mais rápido, mas não estava em local acessível que permitisse muitas reuniões. Perde-se muito tempo no trânsito."⁵⁰ Essa discussão levanta uma questão teórica que os cientistas começaram a admitir: existem regras subjacentes que controlam o sucesso de um lugar?

Geoffrey West e Luis Bettencourt, físicos teóricos, acreditam que sim. Não acreditam em teoria urbana – “um campo sem princípios” – e só estão interessados em matemática. West explica que “os dados mostram, com nitidez, que as pessoas tornam-se muito mais produtivas quando se reúnem”⁵¹. As mesmas leis físicas atuam ao contrário? Escrevendo sobre a pesquisa de West na *The New York Times Magazine*, Jonah Lehrer observa:

Nas últimas décadas, no entanto, muitas das cidades com o mais rápido crescimento dos Estados Unidos, como Phoenix e Riverside, na Califórnia, nos deram um modelo urbano muito diferente. Trocaram espaços públicos por habitações unifamiliares, atraindo famílias da classe média que queriam ter suas próprias cercas branquinhas. West e Bettencourt apontam, no entanto, que os confortos mais baratos dos bairros residenciais distantes têm fraco desempenho em uma série de parâmetros urbanos. Phoenix, por exemplo, foi caracterizada por níveis de renda e inovação abaixo da média (como aferido pela produção de patentes), nos últimos quarenta anos.⁵²

São constatações alinhadas com um estudo recente feito pela Environmental Protection Agency-EPA (Agência de Proteção Ambiental) que descobriu, em todos os estados, uma relação inversa entre produtividade e deslocamento veicular: quanto mais as pessoas dirigem em determinado Estado, mais fraco é o desempenho econômico daquele lugar⁵³. Aparentemente, os dados estão começando a sustentar a ousada argumentação dos urbanistas de que tempo perdido no trânsito é improdutivo.

Ao contrário, a área metropolitana de Portland abriga, atualmente, mais de 1200 empresas de tecnologia. Como Seattle e São Francisco, é um dos locais para onde os jovens criativos da geração Y estão se dirigindo em números desproporcionais. Este fenômeno é o que o demógrafo William Frey observa quando diz: “Uma nova imagem urbana dos Estados Unidos está em formação. O que costumava ser a ‘fuga dos brancos’* está se transformando em fuga dos brilhantes (*bright flight*) para cidades que se transformaram em ímãs para jovens adultos, que conseguem ver como elementos de atração o acesso a empregos na área de tecnologia, transporte público e um novo ambiente urbano.”⁵⁴

A sabedoria convencional costumava ser: primeiro se criava uma economia forte e o aumento da população e a melhor qualidade de vida se seguiriam. Parece que, agora, o inverso é mais provável: criar uma qualidade de vida melhor é o primeiro passo para atrair novos moradores e postos de trabalho. Este é o motivo pelo qual Chris Leinberger acredita que "todas as extravagantes estratégias de crescimento econômico, como incrementar um aglomerado biomédico, um aglomerado aeroespacial, ou qualquer que seja o desenvolvimento econômico ao sabor do momento, não se compara com a força de uma grande área urbana caminhável"⁵⁵.