
BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICT E SUAS RELAÇÕES COM CIDADE DIGITAL ESTRATÉGICA

Robert Chéde Neto¹
Denis Alcides Rezende²

1. INTRODUÇÃO

Na segunda metade do século XX, o crescimento do número de habitantes nas cidades, causado em grande parte pelo êxodo rural, transformou o Brasil em um país majoritariamente urbano (SANTOS, 1993; PARENTE *et al.*, 2007). A urbanização rápida e desordenada acompanhada de planejamentos deficientes em relação às gestões de políticas públicas, ocasionou a perda de vitalidade em zonas urbanas, principalmente, as zonas centrais.

Em decorrência de o centro da cidade apresentar problemas de mobilidade e infraestrutura, inviabilizando a circulação de pedestres e automóveis, houve perda de atratividade varejo em polos de rua para os cidadãos (SYMES; STEEL, 2003). Tais problemas estimularam a implementação de shoppings centers nos subúrbios, principalmente, aqueles próximos a modais rodoviários (GUIMARÃES, 2019), levando consigo comércios e clientela.

O espaço público, principalmente, aquele de áreas centrais e que inclui o varejo em polos de rua, tem uma função estratégica. A falta de estímulos, manutenção e investimentos da iniciativa privada e dos governos municipais tem gerado prejuízos, principalmente, aos comerciantes e proprietários que residem e trabalham em áreas centrais (DUARTE, 2012; PARENTE *et al.*, 2020).

Países com economias mais desenvolvidas adotaram uma perspectiva liberal, como Alemanha e Holanda, para enfrentar essa situação, propondo outros instrumentos para a gestão compartilhada de espaços públicos, principalmente, aqueles localizados nos centros das cidades (PEYROUX;

¹ Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Gestão Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, robertchede@gmail.com.

² Pós-doutor e professor titular do Programa de Pós-graduação em Gestão Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, denis.rezende@pucpr.br.

PÜTZ; GLASZE, 2012), tais como: *Business Improvement District* (BID), *Town Centre Management* (TCM) e o *Great Places in America* (prêmio concedido pela Associação Americana de Planejamento).

Neste sentido, o BID, modelo de parceria público-privada que se utiliza da estratégia para revitalizar o varejo em polos de rua, tornou-se uma opção para as cidades. Esses foram alguns dos contextos em que o BID apareceu como alternativa moderna para a revitalização dos centros comerciais das cidades mundo afora (BALSAS, 2000; ELMEDNI; CHRISTIAN; STONE, 2018).

2. OBJETIVO

O objetivo da pesquisa é analisar o *business improvement district* e suas relações com os subprojetos de cidade digital estratégica. Os objetivos específicos são:

- a) Descrever os tipos de segmentos encontrados no modelo *business improvement district*;
- b) Apontar as estratégias utilizadas no *business improvement district* de Nova Iorque;
- c) Especificar as temáticas das estratégias da cidade de Nova Iorque associadas à implementação do *business improvement district*;
- d) Descrever as estratégias das temáticas municipais encontradas em Nova Iorque.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa se vale do estudo de caso único, ressaltando o fenômeno do *business improvement district* e suas relações com os subprojetos de cidade digital estratégica (YIN, 2015). A busca por respostas leva à discussão da revitalização urbana de varejo em polos de rua na cidade de Nova Iorque que se destaca pelo número de BIDs implementados. Com relação às técnicas de pesquisa adotadas na coleta de dados, foram utilizadas:

- a) Pesquisa bibliográfica para a fundamentação do estudo ancorada no marco teórico de *business improvement district* (MITCHELL, 2008; PARENTE *et al.*, 2020; WARD, 2005; 2006) e cidade digital estratégica (REZENDE, 2012; 2018). A abordagem quantitativa foi empregada na bibliometria do estudo realizada na base de dados do Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES, 2021);

b) Pesquisa documental em dois sites oficiais: prefeitura de Nova Iorque (www1.nyc.gov/site/sbs/neighborhoods/bids.page) e associação de BIDs em Nova Iorque (nycbids.org);

c) Pesquisa documental nos documentos anexos encontrados nos dois sites oficiais mencionados no item b.

A pesquisa foi realizada em Nova Iorque, Estados Unidos da América. Em 2021, a cidade contava com 76 BIDs, sendo a cidade com maior número de programas no país. Justifica-se também a abrangência do estudo porque os Estados Unidos da América são o país com o maior número de BIDs implementados no mundo, observando somente as estratégias da cidade para os BIDs implementados em Nova Iorque. Estimou-se a existência de mais de 1.000 BIDs no país até o ano de 2021 (NYC, s.d.). Teve-se como recorte temporal para coleta de dados o período de 2016 a 2021. Salienta-se ainda que para fins deste estudo não foram considerados quatro BIDs atuantes na região industrial de Nova Iorque, visto que o estudo se concentra na investigação de BIDs implementados em zonas centrais da cidade.

Daí, fez-se as seguintes perguntas de pesquisa: 1) Quais os tipos de segmentos que podem ser encontrados nos BIDs da cidade de Nova Iorque? 2) Quais são estratégias do BID disponíveis no site NYC? 3) Qual o investimento financeiro anual nos BIDs na cidade de Nova Iorque? 4) Quantos BIDs existem na cidade de Nova Iorque? 5) Quais os nomes das estratégias adotadas pela cidade de Nova Iorque? 6) Quais os nomes das temáticas municipais das estratégias encontradas no site NYC? 7) Quais os nomes das fontes das estratégias municipais encontradas no site NYC?

4. RESULTADOS

Com relação aos resultados auferidos, foi possível compreender a existência, tanto nos sites (NYC e BID1) quanto nos documentos anexados, da temática estratégia. Ressalta-se que o site BID1 apesar de ser um portal de referência da associação de BIDs da cidade de Nova Iorque em que fazem parte todos os líderes, pouco acrescenta de informação, ao menos na parte em que não seja necessário fazer login, funcionando apenas como um site institucional que encaminha todas as solicitações diretamente para o site NYC. Dentro do contexto do BID, os serviços realizados no espaço público atendem ao menos seis segmentos no site NYC - turístico, social, transporte, segurança, urbanístico e econômico - e buscam revitalizar os centros urbanos das cidades e transformá-los em um local mais

seguro, limpo e agradável. Assim, percebe-se que a comunidade pode se organizar e se unir com vistas a modificar o local em que vive e trabalha por meio da estratégia do BID.

Por trás dos serviços ofertados pelo BID, e que são complementares àqueles realizados pelos órgãos municipais, está a estratégia de cuidar do espaço público, tornando-o mais atraente para o maior número de pessoas possível, melhorando o fluxo de residentes, consumidores e visitantes naquele perímetro. Cada BID se utiliza de uma estratégia própria, pois cada BID e cada região em que atua é única. Esse ciclo, ao final, torna-se virtuoso, pois permite que os comerciantes aumentem seu faturamento, os proprietários tenham valorização em seus bens imobiliários, os clientes fiquem satisfeitos, visitantes retornem com maior frequência, o espaço público seja revitalizado e as cidades recolham mais impostos. Destaca-se que este cenário está em consonância com a vertente econômica do modelo do BID.

Em Nova Iorque, o BID está presente nas cinco divisões administrativas - Bronx, Brooklyn, Manhattan, Queens e Staten Island – sendo Manhattan o distrito que mais realiza investimentos, cerca de U\$ 140 milhões de dólares por ano, enquanto em Staten Island é o distrito com menos recursos financeiros, em que o valor é de U\$ 645 mil de dólares por ano. Ao final, percebe-se que a cidade de Nova Iorque se beneficia como um todo, sendo o BID um instrumento que auxilia a gestão pública a manter 129 espaços públicos e impulsionar a geração de receitas.

Quanto ao contexto da cidade digital estratégica, percebe-se que a presença do subprojeto estratégia em cidades está também presente no BID que atua de forma macro e micro em favor do desenvolvimento socioeconômico das atividades comerciais do varejo em polos de rua, abrangendo várias temáticas e funções municipais. Contudo, algumas das fontes das estratégias municipais não estão dispostas com tanta clareza no site municipal, sendo necessário solicitar informações à gestão municipal via e-mail, no que tange a categoria de “BIDs recém-formados”.

As análises realizadas demonstraram que o *business improvement district* e a cidade digital estratégica são instrumentos úteis para a cidade, permitindo ao cidadão participar de forma efetiva da gestão urbana. Ambos os constructos atuam e compartilham de estratégias comuns, como, por exemplo, fomentar a coparticipação do cidadão na gestão urbana. O BID pode ser entendido como uma estratégia da cidade para revitalizar os centros comerciais e a cidade digital estratégica objetiva influenciar de forma positiva a vida dos cidadãos.

REFERÊNCIAS

BALSAS, Carlos J. L. City center revitalization in Portugal. **Cities**, vol. 17, n. 1, p. 19–31, 2000.

BALSAS, Carlos J. L. Comércio, revitalização urbana e sustentabilidade: ensinamentos da experiência japonesa. **Finisterra**, L., 99, p. 81-100, 2015.

CAPES. Site do Portal de Periódicos Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Disponível em: periodicos-capes.gov.br.ezl.periodicos.capes.gov.br/. Acesso em: 6 fev. 2021.

ELMEDNI, Bakry; CHRISTIAN, Nicole; STONE, Crystal. Business improvement districts (BIDs): An economic development policy or a tool for gentrification. **Cogent Business & Management**, vol. 5, n. 1, p. 1-19, 2018.

DUARTE, Fábio. **Planejamento Urbano**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

GROSS, Jill Simone. Business Improvement Districts in New York City's Low-Income and High-Income Neighborhoods. **Economic Development Quarterly**, vol. 19, n. 2, p. 174-189, 2005.

GUIMARÃES, Pedro Porfírio Coutinho. Shopping centres in decline: analysis of demalling in Lisbon. **Cities**, vol. 87, p. 21-29, 2019.

GUIMARÃES, Pedro Porfírio Coutinho. Business Improvement Districts: A Systematic Review of an Urban Governance Model towards City Center Revitalization. **Land**, vol. 10, n. 922, p. 1-24, 2021.

MITCHELL, Jerry. **Business Improvement District and the Shape of American Cities**, 2008.

NYCBIDS. BID History: Site New York City's BID Program: Past to Present. 2021. Disponível em: <http://nycbids.org/history/>. Acesso em: 27 abr. 2021.

PARENTE, Juracy *et al.* **Varejo em polos de rua: dinamizando o comércio e revitalizando as cidades**. São Paulo: Actual, 2020.

PEYROUX, Elisabeth; PÜTZ, Robert; GLASZE, Georg. Business Improvement Districts (BIDs): The internationalization and contextualization of a 'travelling concept'. **European Urban and Regional Studies**, vol. 19, n. 2, p. 111-120, 2012.

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento de estratégias e informações municipais para cidade digital: guia para projetos em prefeituras e organizações públicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

REZENDE, Denis Alcides. Cidade digital estratégica: conceito e modelo - strategic digital city: concept and model. CONTECSI - International Conference on Information Systems and Technology Management, 15, 2018, São Paulo. **Anais...** São Paulo: CONTECSI USP Editora, vol. 1. p. 1-18, 2018.

SANTOS, Milton. **A urbanização a brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1993.

STOKES, Robert J. Business Improvement Districts and Inner-City Revitalization: The Case of Philadelphia's Frankford Special Services District. **International Journal of Public Administration**, vol. 29, n. 1-3, p. 173-186, 2006.

WARD, Kevin. Entrepreneurial urbanism and the management of the Contemporary City: The Examples of Business Improvement Districts. **Anais...** Conference Paper Title VI National Resource Center Grant, 2005.

WARD, Kevin. Policies in motion, urban management and state restructuring: The trans-local expansion of Business Improvement Districts. **International Journal of Urban and Regional Research**, vol. 30, n. 1, p. 54-75, 2006.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5a ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.