

**GUIA DO ESPAÇO
PÚBLICO
PARA INSPIRAR E TRANSFORMAR**

**POR JENIFFER HEEMANN
E PAOLA CAIUBY SANTIAGO**

Foto de Emilien Etienne



Conteúdo:

Conteúdo:

Project for Public Spaces

Jeniffer Heemann

Paola Caiuby Santiago

Adaptação:

Jeniffer Heemann

Paola Caiuby Santiago

Design gráfico:

Jeniffer Heemann



This work is licensed under the Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 3.0
Brasil License. To view a copy of this license, visit
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/
br/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/br/) or send a letter to Creative Commons, PO Box
1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Introdução	03
Placemaking	09
Espaços públicos bem sucedidos	13
11 princípios para criar ótimos lugares	52
Placemaking no Brasil	68
Referências	85

INTRODUÇÃO

Introdução:

Sobre este guia

Este guia foi produzido por **Paola Caiuby Santiago**, fundadora e diretora do Conexão Cultural, e **Jeniffer Heemann**, co-fundadora e diretora executiva do Bela Rua - ambas membros do Conselho Brasileiro de Lideranças em Placemaking.

Todo o conteúdo que você vê aqui é baseado nos princípios e práticas da **Project for Public Spaces**, organização sem fins lucrativos de Nova York, que ajuda pessoas a criar e manter espaços públicos com o objetivo de construir comunidades mais fortes. A PPS também é reconhecida como um hub do movimento Placemaking no mundo.

O objetivo deste material é contribuir com ideias e práticas para ajudar cidadãos, órgãos públicos, academia, empresas e todos demais interessados em construir melhores espaços públicos nas cidades brasileiras.

Para produzir este guia, Paola e Jeniffer trabalharam com a Project for Public Spaces em Nova York, em fevereiro de 2015. Este trabalho foi realizado graças ao apoio recebido pelo **Edital Conexão Cultura Brasil Intercâmbios**, da Secretaria de Economia Criativa (SEC), do Ministério da Cultura.

Realização:



Apoio:



Secretaria da
Economia Criativa

Ministério da
Cultura



Introdução:

Project for Public Spaces

Project for Public Spaces (PPS) é uma organização sem fins lucrativos de Nova York, EUA, que atua no planejamento e concepção de espaços públicos, educando e ajudando as pessoas a criar e manter seus espaços.

Fundada em 1975 para expandir o trabalho de **William (Holly) Whyte** - autor de "The Social Life of Small Urban Spaces" (A Vida Social de Pequenos Espaços Urbanos) -, a organização já realizou mais de **3.000 projetos em comunidades** de 43 países e de todos os 50 estados americanos.

A PPS foi a primeira a desenvolver um centro para as melhores práticas, informações e recursos sobre Placemaking, e também atua como uma espécie de hub do movimento, conectando pessoas, ideias e instituições que compartilham uma paixão pela criação de espaços vitais para a sociedade. Mais de 600 pessoas em todo o mundo são membros de seu **Placemaking Leadership Council** (Conselho de Lideranças em Placemaking).

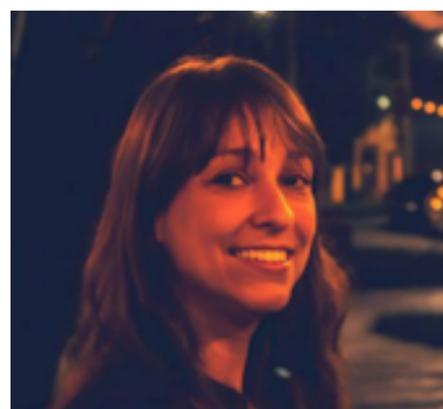


www.pps.org/
www.facebook.com/projectforpublicspaces
instagram: @pps_placemaking
twitter: @pps_placemaking

Introdução:

Sobre nós

Nos unimos nesta experiência com a Project for Public Spaces com o objetivo de aprender e disseminar as melhores práticas para tornar nossos espaços públicos mais vivos e pulsantes.



Jeniffer Selaimen Heemann

Co-fundadora e Diretora do Bela Rua, formada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela PUCRS. Participou de cursos e workshops da Project for Public Spaces e Gehl Architects. É uma das criadoras do projeto Curativos Urbanos, além de palestrar e representar nacional e internacionalmente os desafios e oportunidades das cidades brasileiras e os conceitos Placemaking e cidades para pessoas.



Paola Caiuby Santiago

Fundadora e Diretora do Conexão Cultural, formada em Marketing pela ESPM - São Paulo, pós-graduada em International Marketing na EADA Barcelona e Gerência de Produto na Universidade de Paris. Em 2011 fundou a Conexão Cultural com o objetivo de ocupar os espaços públicos e culturais de maneira criativa, atrativa e divertida, conectando pessoas + artistas + espaços públicos/culturais.



Bela Rua é uma organização que estuda a relação das pessoas com os espaços públicos e desenvolve soluções urbanas focadas no **comportamento, desejos e necessidades das pessoas**.

Usando ferramentas de **design thinking** (human-centered design) e **placemaking**, Bela Rua ajuda cidadãos, empresas e órgãos públicos a transformar espaços urbanos em lugares mais atrativos, convidativos, acessíveis, saudáveis e seguros.

A organização é conhecida pelo projeto **(RUA)³**. Em julho/agosto de 2014, durante três semanas, um cubo gigante levou à Praça Oliveira Penteado, em São Paulo, bancos coloridos, biblioteca, jogos, instrumentos musicais e atividades como shows, aulas de yoga, karaokê e oficinas criativas. Foram realizados estudos e pesquisas para entender a relação das pessoas com o espaço e as atividades, assim como descobrir seus desejos e necessidades. Com base no estudo, Bela Rua sugeriu mudanças estruturais e programação cultural para o local.

www.belarua.com.br/
www.facebook.com/belarua
instagram: @belarua



Conexão Cultural é uma organização que promove acesso e conteúdo na área cultural, por meio da integração entre as mais diversas formas de arte: artes visuais, música, gastronomia, moda, circo, literatura, fotografia, cinema e dança.

O intuito é aproximar as pessoas da cultura brasileira e mundial, dos espaços culturais e espaços públicos, oferecendo novas dinâmicas de sociabilização, criando “vida” em espaços públicos, valorizando a troca de experiências, estimulando a curiosidade e a criatividade das pessoas.

Produtos/serviços:

- 1 – Eventos criativos em museus, espaços culturais e públicos;
- 2 – Oficinas e Curadoria Criativa para empresas, agências, festivais, museus, centros culturais, entre outros;
- 3 – Projetos Especiais sob demanda: pic nics, intervenções urbanas, ocupação criativa de espaços públicos;
- 4 – Conteúdo Cultural: produção de conteúdo cultural online e conteúdo audiovisual para internet e TV;

www.conexaocultural.org/

www.facebook.com/ccconexaocultural

instagram: @conexaocult

twitter: @conexaocult



PLACEMAKING

Placemaking:

Uma filosofia e uma ferramenta

A palavra Placemaking pode ser traduzida para o português como "fazer lugares". Os "lugares" mencionados aqui são **espaços públicos que estimulam interações entre as pessoas em si e entre as pessoas e a cidade**, promovendo comunidades mais saudáveis e felizes.

Placemaking é, ao mesmo tempo, um conceito amplo e uma ferramenta prática para melhorar um bairro, uma cidade ou uma região.

Com suas raízes na **participação comunitária**, o Placemaking abrange o planejamento, o desenho, a gestão e a programação de espaços públicos. Mais do que apenas criar melhores desenhos urbanos para esses espaços, Placemaking facilita a criação de atividades e conexões (culturais, econômicas, sociais, ambientais) que definem um espaço e dão suporte para a sua evolução.



Fonte: Theholidayplace

Fonte: Streetfilms

É PRECISO DE UM LUGAR PARA CRIAR UMA COMUNIDADE. E DE UMA COMUNIDADE PARA CRIAR UM LUGAR.



Foto: Project for Public Spaces

Um processo bem sucedido de Placemaking cria valor em cima dos ativos da comunidade, das suas inspirações e de seus potenciais, desenvolvendo espaços públicos que promovam saúde, felicidade e bem-estar para as pessoas.

O processo de Placemaking da Project for Public Spaces partiu do trabalho com William "Holly" Whyte nos anos 1970 e ainda consiste em **olhar, ouvir e fazer perguntas** para as pessoas que vivem, trabalham e frequentam um espaço em particular, com o objetivo de descobrir suas **necessidades e aspirações**.

Esta informação é utilizada para criar uma visão compartilhada do espaço e pode rapidamente evoluir para uma estratégia de implementação, começando em uma escala pequena - com melhorias fáceis de implementar -, que imediatamente podem trazer benefícios para o espaço e para as pessoas que o utilizam.

A visão da comunidade é essencial para o processo de Placemaking, assim como a compreensão do espaço e das formas como ótimos lugares incentivam conexões sociais e iniciativas bem sucedidas.

Placemaking vira um movimento global.



Foto: Project for Public Spaces

Cada vez mais comunidades se engajam através do Placemaking e profissionais utilizam o termo para definir seu trabalho. Por isso, é essencial que seu conceito seja preservado. Um ótimo espaço público não pode ser medido apenas por aspectos físicos, ele deve ser um lugar vívido, onde as funções vêm antes da forma. A Project for Public Spaces encoraja todos os cidadãos e profissionais a focar nos lugares e nas pessoas que o frequentam.

Através do **Placemaking Leadership Council** (Conselho de Lideranças em Placemaking), a PPS está trabalhando na criação de uma rede com o objetivo de evoluir o conceito de Placemaking e construir um movimento.

Em outubro de 2014, o movimento chegou ao Brasil com a criação do **Conselho Brasileiro de Lideranças em Placemaking**. (www.placemaking.org.br/)



Foto: Project for Public Spaces

ESPAÇOS PÚBLICOS BEM SUCEDIDOS

São aqueles onde as celebrações são realizadas,



Conexão Cultural - Museu da Imagem e do Som, São Paulo, Brasil
Foto: Letícia Godoy

Onde as trocas sociais e econômicas ocorrem,



Pop Up Beer Garden - Louisville, Kentucky, EUA
Foto: Cortesia da ReSurfaced - Site Project for Public Spaces

São pontos de encontro entre amigos,



Willoughby Plaza - Brooklyn, Nova York, EUA
Foto: NYCDOT - Creative Commons

Onde pessoas de diferentes idades, gêneros e culturas se encontram,



Granville Island, Vancouver, Canada
Foto: La Citta Vita - Creative Commons

E servem como um palco para a vida pública.



Conexão Cultural - Museu da Imagem e do Som, São Paulo, Brasil
Foto: Ana Roman

O QUE FAZ UM ESPAÇO PÚBLICO SER BEM SUCEDIDO?



Palma de Maiorca, Espanha.
Foto: Jeniffer Heemann

Depois de avaliar milhares de espaços públicos pelo mundo, a Project For Public Spaces descobriu que os espaços públicos bem sucedidos têm quatro qualidades fundamentais:

1. Acessível

Pessoas de todas as idades e condições físicas (inclusive aquelas que têm grande dificuldade para se locomover) conseguem chegar ao espaço e se locomover nele;

2. Ativo

Oferece diferentes atividades e formas de as pessoas usarem o espaço;

3. Confortável

O espaço tem lugares para sentar, uma vista agradável e outros atributos que o tornem mais convidativo;

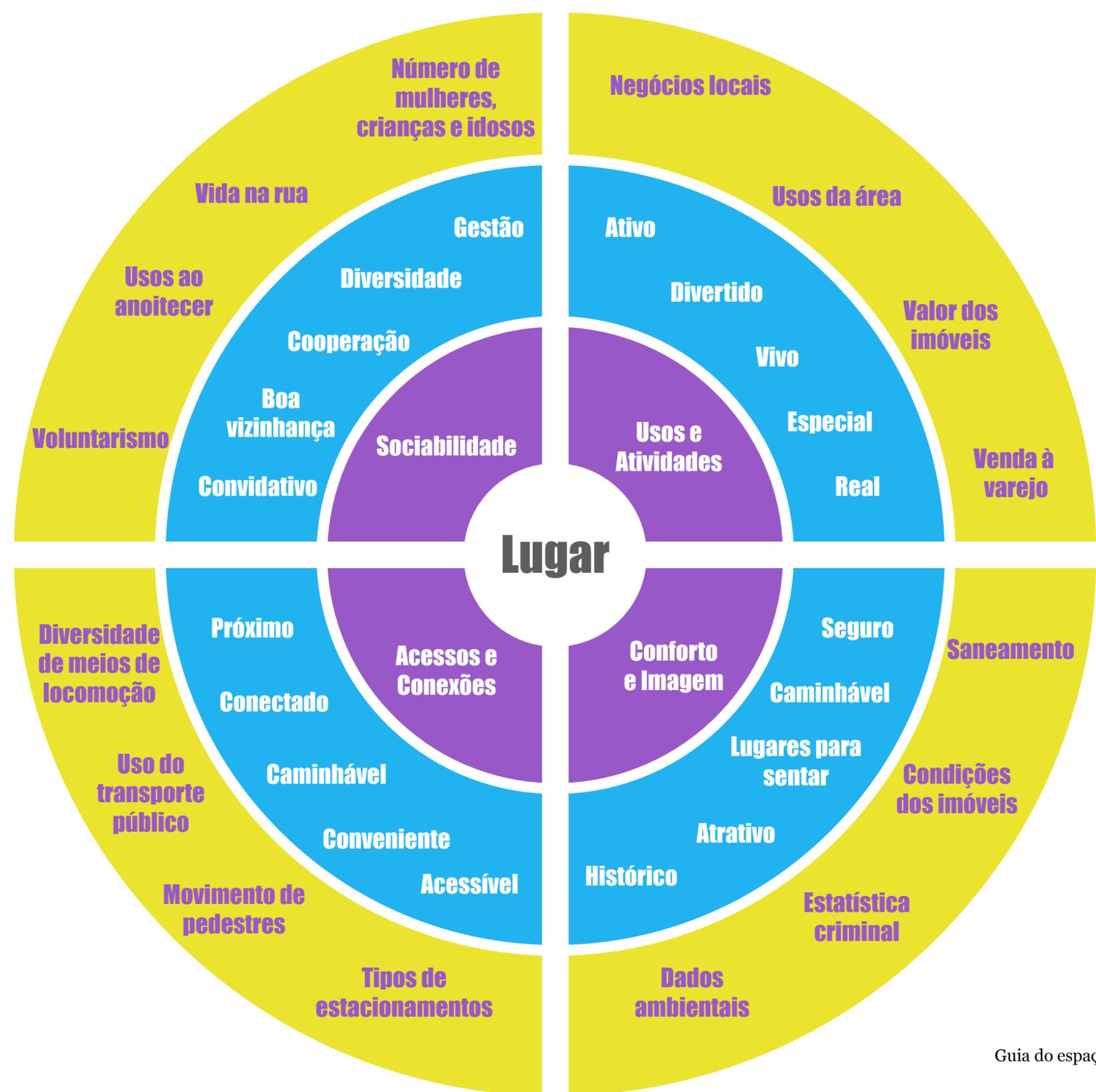
4. Sociável

Um lugar onde as pessoas encontram amigos ou até conhecem novos amigos.

A seguir, apresentamos um diagrama que serve como ferramenta para avaliar um espaço público.

O QUE FAZ UM ESPAÇO PÚBLICO SER BEM SUCEDIDO?

- **Atributos chaves**
- **Atributos intangíveis**
- **Atributos mensuráveis**



1

ACESSOS E CONEXÕES

Você pode avaliar o acesso de um lugar por suas conexões com os seus arredores, tanto visual como física.

Um espaço público bem sucedido é **fácil de chegar** e ir embora; é **visível** tanto de longe quanto de perto.

As ruas do entorno do espaço público também são importantes. Por exemplo, uma rua com diversas lojas e cafés é mais **interessante** e geralmente mais **segura** para caminhar, porque há presença de outras pessoas, em comparação a uma rua com grandes paredes em branco e lotes vazios.

Espaços acessíveis têm alta rotatividade de estacionamentos e, idealmente, contam com forte presença de **transporte público**.

Perguntas a serem consideradas:

1. Você pode ver o espaço de uma distância considerável? Você vê o que acontece dentro do espaço mesmo estando longe dele?
2. Há uma boa conexão entre o espaço e os edifícios ao redor, ou o espaço é cercado por paredes brancas? As pessoas dos edifícios ao redor usam o espaço?
3. As pessoas podem caminhar facilmente até o local? Por exemplo: elas têm que se “jogar” entre os carros em movimento para chegar ao lugar?
4. As calçadas levam para as áreas adjacentes?
5. O espaço é acessível para pessoas com necessidades especiais?
6. As ruas e os caminhos do espaço levam as pessoas onde eles realmente querem ir?
7. As pessoas podem usar uma variedade de opções de transporte – trem, ônibus, carro, bicicleta, etc. – para chegar ao local?
8. Os semáforos estão convenientemente localizados próximos a destinos como bibliotecas, correios, entrada do parque/prança, etc.?

ACESSOS E CONEXÕES



Antes e Depois: melhoria de acesso a pedestres - Union Square, Nova York, EUA
Fonte: New York City Department of Transportation

ACESSOS E CONEXÕES



Estação de metrô localizada no espaço - Union Square, Nova York, EUA
Foto: Wally Gobetz - Creative Commons



Espaço visto à distância - Prospect Park, Nova York, EUA
Foto: Raul - Creative Commons

ACESSOS E CONEXÕES



Estação de metrô localizada no espaço - Prospect Park, Nova York, EUA
Foto: Cris Kreussling - Creative Commons



Ciclofaixa - Prospect Park, Nova York, EUA
Foto: Dani Simons - Creative Commons

ACESSOS E CONEXÕES



Fachadas de edifícios interagem com o espaço - Plaza Santa Ana, Madrid, Espanha
Foto: Mallol - Creative Commons

ACESSOS E CONEXÕES



Fachadas de edifícios interagem com o espaço - Copenhagen, Dinamarca
Foto: City Clock Magazine - Creative Commons

ACESSOS E CONEXÕES



Calçadas amplas, rampas de acessibilidade, estação de metrô, boa conexão com prédios ao redor - Union Square, Nova York, EUA
Foto: David Robert Bliwas - Creative Commons

2 CONFORTO E IMAGEM

Um espaço confortável e bonito, que tenha um visual agradável, é a chave para o seu sucesso.

Conforto inclui percepções sobre **segurança** e **limpeza**, bem como a disponibilidade de **lugares para sentar**. A importância de dar às pessoas a opção de sentar-se onde eles querem é geralmente subestimada.

As mulheres em particular são boas juízas no quesito conforto e imagem, pois elas tendem a ser mais exigentes sobre os espaços públicos que utilizam.

Perguntas a serem consideradas:

1. A primeira impressão do espaço é positiva?
2. Há mais mulheres do que homens?
3. Existem lugares suficientes para sentar? São lugares convenientemente localizados? As pessoas têm uma escolha de lugares para sentar, seja no sol ou na sombra?
4. São espaços limpos e sem lixo? Quem é responsável pela manutenção? O que eles fazem? Quando?
5. A área é segura? Existe seguranças no espaço? Se assim, o que eles fazem? Quando eles estão de plantão?
6. As pessoas estão tirando fotos? Existem muitas oportunidades de fotos disponíveis?
7. Os carros dominam mais que os pedestres, impedindo esses de chegar ao local?

CONFORTO E IMAGEM



Natureza e cadeiras móveis - Jardim de Luxemburgo, Paris, França
Fotos: Jeniffer Heemann

CONFORTO E IMAGEM



Lazer contemplativo - Jardim de Luxemburgo, Paris, França
Foto: Kimdokhac - Creative Commons

CONFORTO E IMAGEM



Visualmente atraente e confortável, pessoas sentam em diversos locais - Parc Floral, Paris, França
Foto: Paola Caiuby Santiago

CONFORTO E IMAGEM



Equilíbrio no número de mulheres e homens, cadeiras e mesas móveis - Bryant Park, Nova York, EUA
Foto: Ed Yourdon - Creative Commons

CONFORTO E IMAGEM



Diversos lugares para sentar - Union Square, Nova York, EUA
Foto: Antonio Rubio - Creative Commons

3

USOS E ATIVIDADES

Atividades são pilares básicos de construção de um lugar. Ter algo para fazer dá às pessoas uma razão para vir a um lugar e voltar. Quando não há nada para fazer, o espaço ficará vazio e isso geralmente significa que algo está errado.

Pontos a avaliar:

- Atividades oferecidas. Quanto mais opções, melhor.
- Equilíbrio entre o número de homens e mulheres.
- Presença de pessoas de diferentes idades.
- Espaço é usado durante todo dia.
- Presença de pessoas sozinhas e em grupos. Significa que há lugares para as pessoas sentarem com os amigos e há mais socialização.
- O sucesso de um espaço depende do quão bem ele é gerenciado.

Perguntas a serem consideradas:

1. As pessoas estão usando o espaço ou ele está vazio?
2. É usado por pessoas de diferentes idades?
3. Há pessoas em grupos ou apenas pessoas sozinhas?
4. Quantos tipos diferentes de atividades estão ocorrendo – pessoas andando, comendo, jogando futebol, xadrez, relaxando, lendo?
5. Quais partes do espaço estão sendo utilizadas e quais não estão?
6. Há opções de coisas para fazer?
7. Existe uma presença de gestão, ou você identifica que qualquer pessoa é responsável pelo espaço?

USOS E ATIVIDADES



Atividades para a comunidade - Columbus, EUA
Foto: Allyson Fridley - Site Project for Public Spaces

USOS E ATIVIDADES



Mesa de Ping Pong - Museu da Imagem e do Som, São Paulo, Brasil
Foto: Letícia Godoy

USOS E ATIVIDADES



Tocar música, ouvir, dançar: o espaço é utilizado de diversas formas por pessoas de diferentes idades - Praça Oliveira Penteado, São Paulo, Brasil
Fotos: Bela Rua

USOS E ATIVIDADES



Atividades para crianças - Providence, EUA
Foto: Project for Public Spaces



Praça Oliveira Pentead, São Paulo, Brasil
Foto: Red OCARA

USOS E ATIVIDADES



Antes: caminhar e comprar. Depois: caminhar, comprar, descansar, encontrar pessoas. - Times Square, Nova York, EUA
Fonte: New York City Department of Transportation

USOS E ATIVIDADES



Grupos de pessoas de diferentes idades, que se encontram e relaxam - Buttes Chaumont, Paris, França
Foto: Paola Caiuby Santiago

USOS E ATIVIDADES



Água acessível e café ao fundo - Grand Park, Los Angeles, EUA
Foto: Jeniffer Heemann



Lojas e bolhas de sabão gigante - Palma de Maiorca, Espanha
Foto: Jeniffer Heemann

USOS E ATIVIDADES



Diferentes atividades em um mesmo local - Bryant Park, Nova York, EUA
Foto: Ed Yourdon - Creative Commons

USOS E ATIVIDADES



Caminhar, fazer picnic, desenhar: opções de atividades - LACMA Park, Los Angeles, EUA
Fotos: Paola Caiuby Santiago

USOS E ATIVIDADES



Presença de gestão - Grand Park, Los Angeles, EUA
Fotos: Paola Caiuby Santiago

4 SOCIABILIDADE

Esse é um quesito difícil de conseguir em um espaço público, mas quando atingido, torna-se uma característica inconfundível.

É quando as pessoas **encontram os amigos** no espaço, **conhecem** outras pessoas e cumprimentam os seus **vizinhos**.

Isso mostra que as pessoas se sentem **confortáveis** interagindo com desconhecidos. Nesses casos, elas tendem a sentir um forte senso de lugar - sentem pertencer ao espaço e ao seu entorno.

Perguntas a serem consideradas:

1. Este é um espaço que você escolheria para encontrar seus amigos? Existem outras pessoas no espaço encontrando amigos?
2. As pessoas estão em grupos? Eles estão falando um com o outro?
3. As pessoas parecem se conhecer, por nome ou de vista?
4. Será que as pessoas trazem seus amigos e parentes para ver o lugar ou mostrar alguma de suas características com orgulho?
5. As pessoas estão sorrindo? Será que as pessoas fazem contato visual com o outro?
6. Será que as pessoas usam o local regularmente e por escolha própria?
7. Existe uma mistura de idades e grupos étnicos que geralmente refletem a comunidade em geral?
8. As pessoas tendem a recolher o lixo quando o veem?

SOCIABILIDADE



Atividades culturais e brincadeiras incentivam interação entre desconhecidos - Burnside Park, Providence, EUA
Foto: Project for Public Spaces

SOCIABILIDADE



Ponto de encontro, eventos e picnic - Campo de Marte, Paris, França
Foto: Paola Caiuby Santiago



Sagrada Família, Paris, França
Foto: Paola Caiuby Santiago

SOCIABILIDADE



Pessoas em grupos usando o local por escolha própria - Perth Cultural Centre, Perth, Australia
Foto: Project for Public Spaces

SOCIABILIDADE



Espaço é local de encontro (e jogo!) entre amigos e desconhecidos - Union Square, Nova York, EUA
Foto: AJedrez

SOCIABILIDADE



Jogo de xadrez também envolve a plateia, que assiste e comenta - Melbourne, Australia. Foto: theholidayplace



Williamsburg, Nova York, EUA
Foto: Streetfilms

SOCIABILIDADE



Para assistir, comentar e interagir - Joondalup, Australia
Foto: Blueroom

11 PRINCÍPIOS

11 PRINCÍPIOS PARA CRIAR ESPAÇOS PÚBLICOS.

Já vimos como são os espaços públicos que mais atraem as pessoas e seus benefícios para todos que o frequentam. Mas agora a pergunta é outra: como transformar espaços públicos sem vida em lugares vibrantes?

A Project for Public Spaces identificou **11 princípios** fundamentais para a transformação de qualquer espaço, seja ele uma praça, um parque, uma rua, uma calçada ou qualquer outro local de uso público.

Cada um dos princípios são explicados a seguir.



Foto: Dylan Passmore - Creative Commons

1. O ESPECIALISTA É A COMUNIDADE

O ponto de partida para desenvolver um espaço público é **identificar os talentos e ativos** presentes na comunidade.

Em qualquer comunidade há pessoas que podem fornecer uma perspectiva histórica do local, dar insights valiosos sobre os usos do espaço e até levantar os principais problemas ou a importância do local para quem é da região.

Resgatar essas informações no começo do processo ajuda a criar um **senso de propriedade comunitária**, que é positivo tanto para quem está desenvolvendo o projeto quanto para a comunidade em si.

Sugestões:

- Identifique os talentos e as pessoas da comunidade que se interessam pelo espaço.
- Pergunte a eles qual é a sua visão sobre o espaço.

Painel com adesivos: forma prática para entender necessidades e desejos da comunidade.

Foto: Bela Rua



1. O ESPECIALISTA É A COMUNIDADE | DICAS

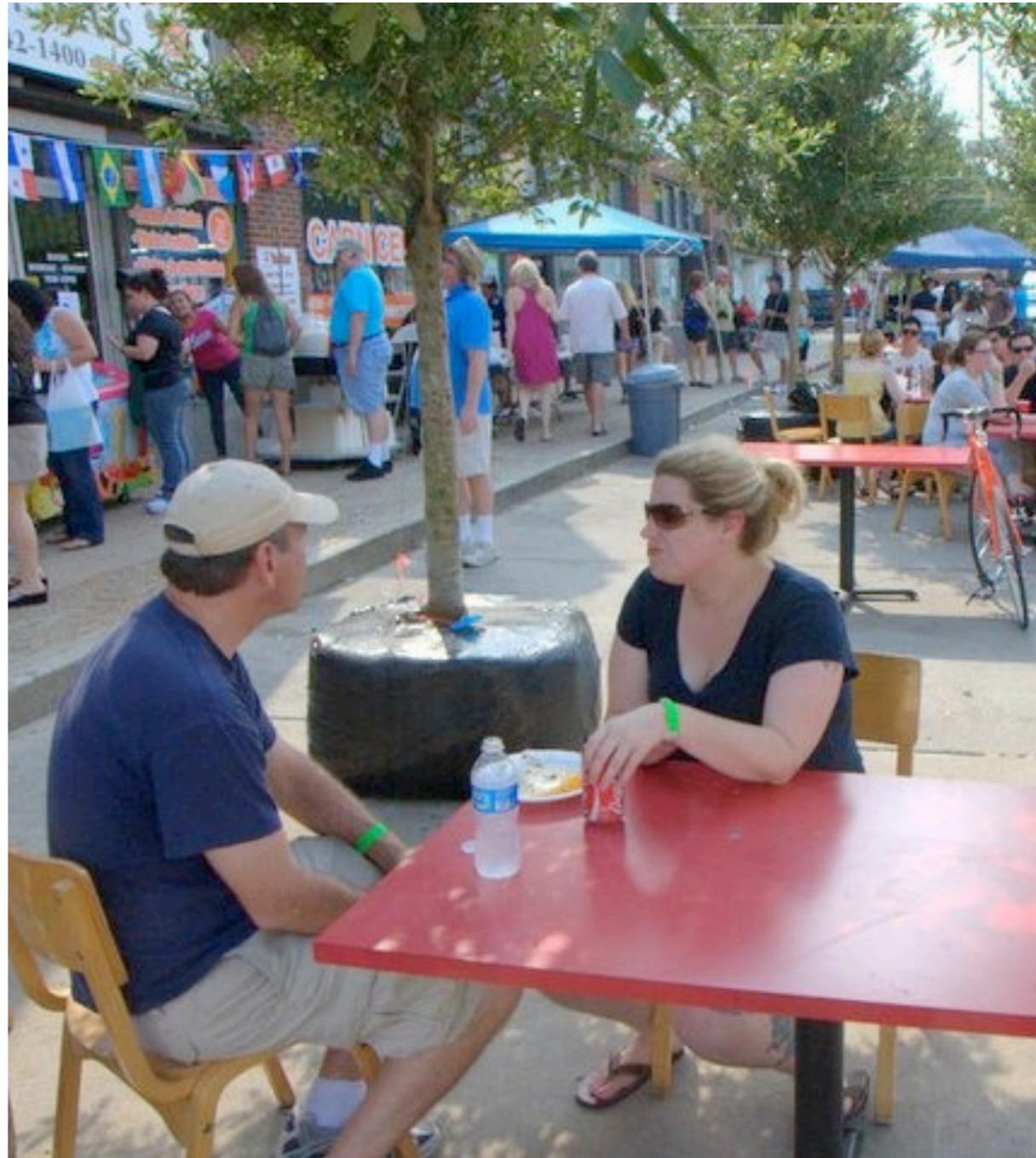
People Make Parks: Confira o site da ONG (em inglês) para conhecer mais ferramentas que você pode utilizar.

<http://peplemakeparks.org/tools/>

	EVENT PLANNING TOOL + TIMELINE + CHECKLIST Prepare to use any tool with these helpful checklists.		STORY MAP Discover people's connection to the park with words, drawings, and stickers placed on a map.
	DESIGN HOOPS Use a basketball-style game to discover what kids and teens want to change in the park.		MODEL MAKING Envision what the park could look like with an architecture-themed activity.
	QUESTIONNAIRE Learn what people want for the park through brief, one-on-one interviews.		VOTING BOARDS Rank people's top priorities for the park's redesign.
	LISTENING SESSION Meet with Parks to discuss and debate the community's vision.		SCAVENGER HUNT Show kids the park's hidden treasures to encourage park appreciation and feedback.

Mesas e cadeiras + plantas + fachadas ativas: ações realizadas por The Better Block em Dallas, EUA.

Foto: The Better Block



2. VÁ ALÉM DO DESIGN: CRIE UM LUGAR

Para fazer com que um espaço pouco utilizado se torne um lugar vital de uma comunidade, os elementos físicos implementados devem se preocupar em fazer com que as **pessoas se sintam bem-vindas e confortáveis** no local.

O objetivo é criar um lugar que tenha um forte senso de comunidade, um visual confortável e também que garanta atividades durante todos os dias da semana, em todos os horários – como fazer compras, comer, tomar um café, ler um livro, encontrar amigos, assistir a um show, etc.

Sugestões:

- Implemente mudanças físicas que deixem o espaço mais convidativo e acessível - bancos, mesas, plantas, melhorias que facilitem a circulação de pedestres.
- Incentive que os prédios ao redor do espaço tenham fachadas mais ativas e interessantes, colocando letreiros, detalhes, mesas.
- Liste o que pode ser feito no espaço por dia da semana e horário. Se houver horários com poucos usos, pense em formas de torná-los mais atrativos (shows, aulas de yoga, feiras?).

2. VÁ ALÉM DO DESIGN: CRIE UM LUGAR | DICAS

Criador do The Better Block:
a palestra de Jason Roberts (em inglês) é uma inspiração para todos que querem transformar seus espaços públicos. Em 18 minutos, ele conta como realizou a primeira ação em Dallas, e como ele não parou mais de transformar a sua cidade.

<https://www.youtube.com/watch?v=ntwqVDzdqAU>



Faça você mesmo:

o site da ONG Basurama conta com diversos manuais que ensinam você a criar mobiliários, jardins e até brinquedos reutilizando materiais.

<http://basurama.org/pt-br/barra-lateral-pt/manuais/#more-7431>



3. ENCONTRE PARCEIROS

Ter parceiros é fundamental para garantir o futuro sucesso das melhorias a serem realizadas em um espaço público.

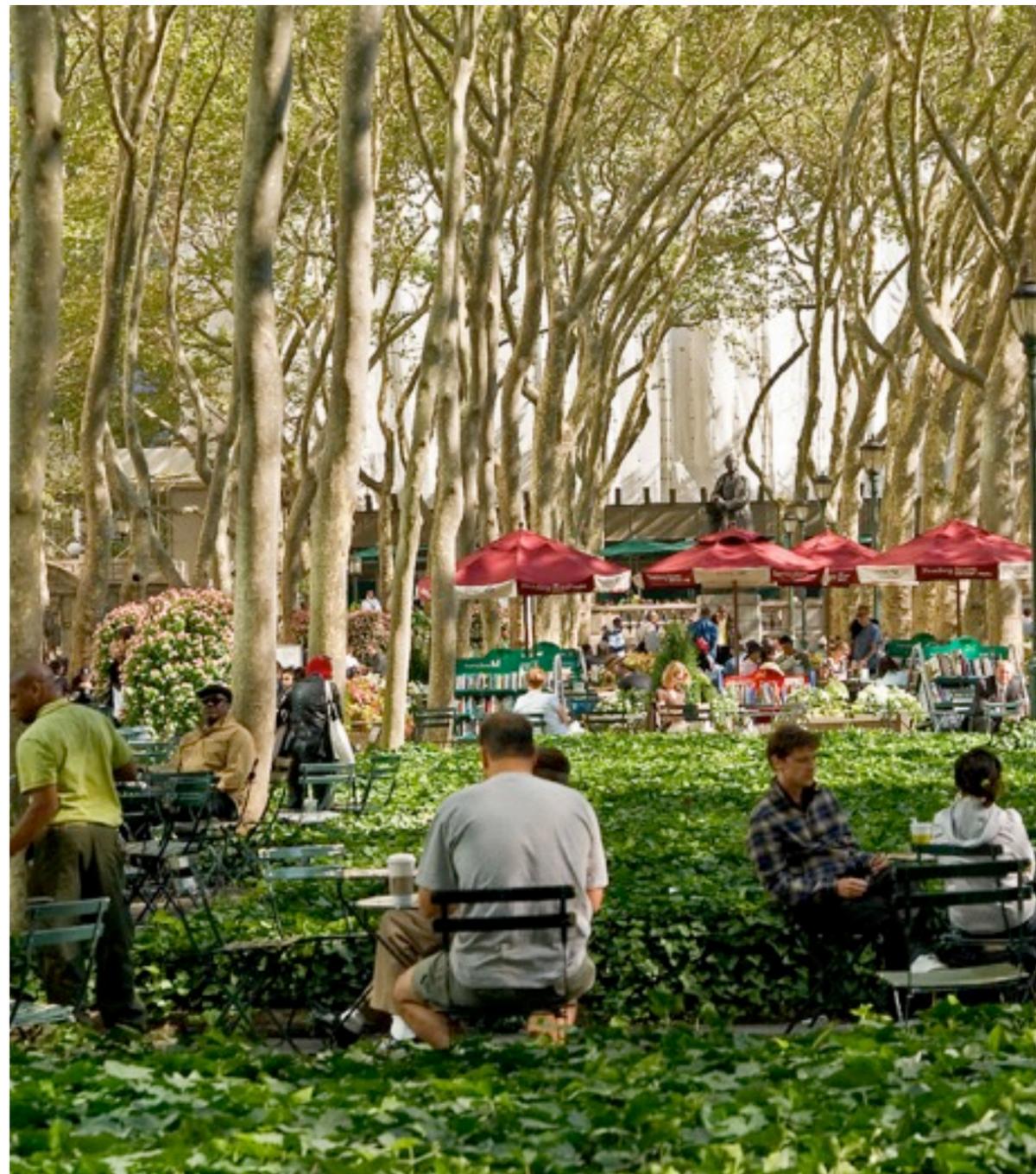
Você pode ir atrás de parceiros bem **no começo do projeto**, para que eles também contribuam com ideias e cenários que eles mesmos poderão ajudar a implementar no futuro.

Eles são importantes para **dar suporte** e tirar o projeto do papel. Os parceiros podem ser instituições locais, museus, escolas, entre outros.

Sugestões:

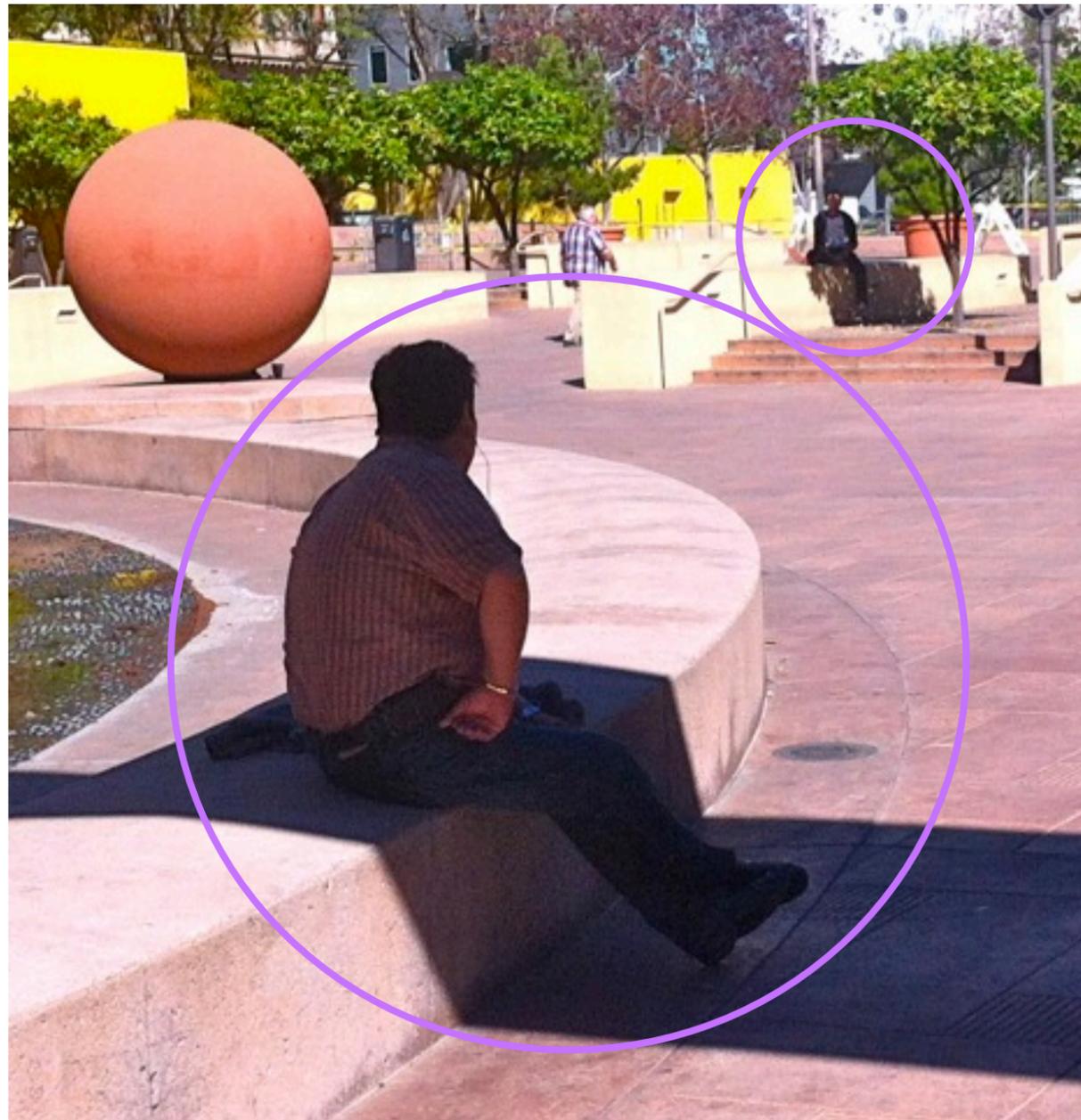
- Identifique empresas, instituições e organizações presentes no bairro onde o espaço está localizado.
- Entre em contato com eles, explique sua intenção de realizar melhorias no espaço e faça encontros para estimular ideias e ações.

O Bryant Park, em NYC, é um exemplo de espaço que foi revitalizado através da união de cidadãos, órgãos e empresas do bairro. Foto: Dan DeLuca - Creative Commons



Observação da Pershing Square, em Los Angeles, com a PPS. Notamos que as pessoas buscam pela sombra em espaços estreitos, revelando a necessidade de a praça oferecer maior proteção ao sol.

Foto: Jeniffer Heemann



4. VOCÊ PODE VER MUITO AO OBSERVAR

Nós podemos aprender muito com os sucessos e falhas de outros espaços. Ao observar como as **pessoas estão usando** (ou não usando) um espaço público, você poderá descobrir o que elas gostam e não gostam – o que funciona e o que não funciona.

Através das observações, ficará claro que tipo de **atividades** estão faltando e o que poderia ser incorporado.

Depois de realizar as mudanças, **continue observando** o espaço para entender como melhorá-lo e mantê-lo ao longo do tempo.

Sugestões:

- Observe como as pessoas usam o espaço em diversos horários e dias (se elas sentam, se ficam em pé falando ao telefone, se comem ou conversam). Os usos podem ser diferentes entre um dia e outro, pela manhã e à noite...
- Repare se as pessoas que permanecem no espaço estão sozinhas ou em grupo, se são mais homens do que mulheres, qual a sua idade. Quanto mais diversidade de pessoas um espaço tiver, melhor.

4. VOCÊ PODE VER MUITO AO OBSERVAR | DICAS

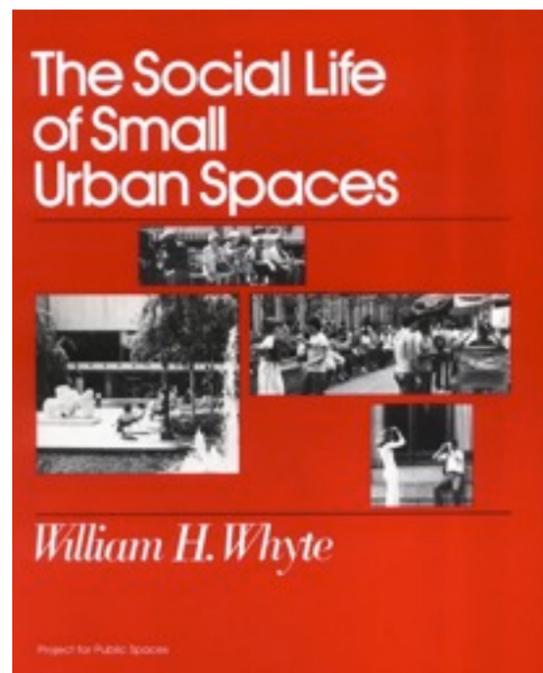
The Social Life of Small Urban Spaces

(A Vida Social de Pequenos Espaços Públicos):

neste livro (em inglês), William H. Whyte explica suas técnicas de observação de espaços públicos. Este foi o trabalho que inspirou a criação da Project for Public Spaces.

Vídeo sobre o projeto:

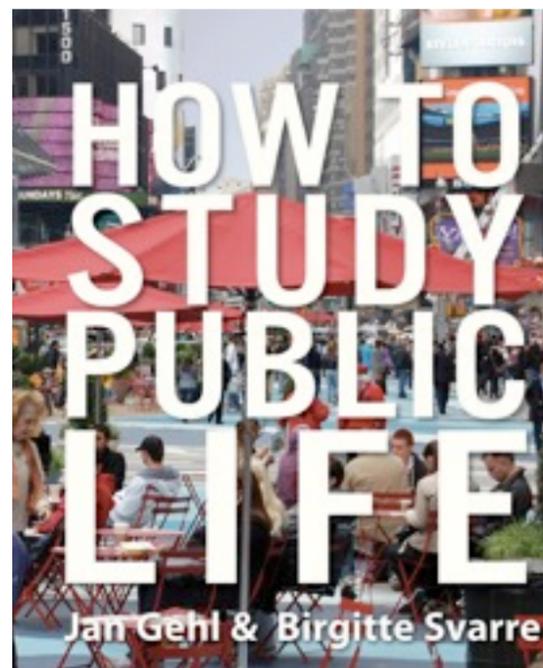
<https://vimeo.com/111488563>



How to Study Public Life

(Como Estudar a Vida Pública):

o livro (em inglês) de Jan Gehl e Birgitte Svarre mostra as ferramentas utilizadas por Gehl Architects para analisar espaços públicos (incluindo métodos de observação).



5. TENHA UM VISÃO PARA O ESPAÇO

A visão deve vir de cada comunidade e ela contempla três pontos essenciais:

- 1) saber quais atividades podem ser oferecidas no espaço,
- 2) definir as intervenções que vão tornar o espaço mais confortável e atrativo,
- 3) garantir que tudo seja feito para que o espaço seja um lugar importante para as pessoas, um lugar onde elas queiram estar.

A visão deve se preocupar em fazer com que as pessoas que vivem e trabalham no bairro sintam **orgulho** daquele espaço e se **identifiquem** com ele.

Sugestões:

- Envolver as pessoas da comunidade na criação da visão para o espaço, através de brainstorms, oficinas e encontros. A visão deve servir para criar ou desenvolver a identidade do local.
- Depois de conversar com as pessoas do bairro e com os parceiros, você vai entender a história da região, seus valores e sua cultura. A visão virá dessas informações.

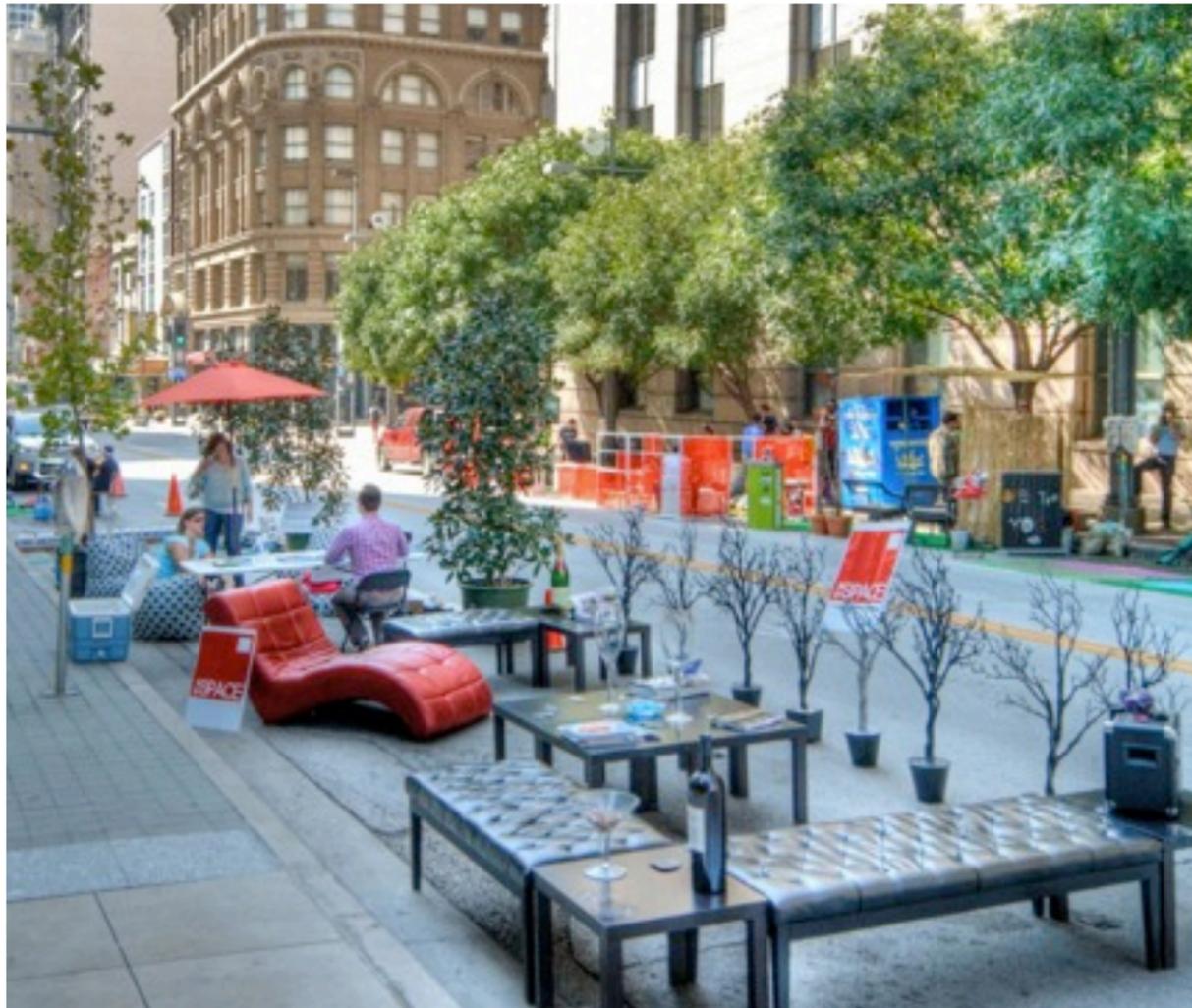
Intervenção em Santa Inês, São Paulo, busca entender o que as crianças desejam em um espaço público.

Foto: Bela Rua



PARK(ing) Day: anualmente, na terceira sexta-feira do mês de setembro, a cidade de Dallas se une a outras cidades ao redor do mundo para transformar temporariamente vagas de rua em parques.

Foto: Parking Day Dallas



6. SIMPLES, RÁPIDO E BARATO

A complexidade dos espaços públicos é tão grande que é praticamente impossível fazer tudo certo de uma só vez. Os melhores espaços **experimentam possibilidades** fazendo melhorias de curto prazo, que são testadas e refinadas durante muitos anos.

Instalações como bancos, café na rua, arte, faixas de pedestres e hortas comunitárias são exemplos de melhorias que podem ser realizadas em um **curto espaço de tempo**.

Sugestões:

- Comece o projeto fazendo melhorias que possam ser implementadas em pouco tempo e com pouco dinheiro.
- Observe como as pessoas reagem a essas mudanças. Continue o que dá certo e modifique o que não dá.

7. TRIANGULAÇÃO

“Triangulação é o processo pelo qual alguns estímulos externos incentivam interações entre as pessoas e fazem desconhecidos conversarem como se eles se conhecessem”.

William H. Whyte

Em um espaço público, a escolha e a **disposição** de diferentes elementos pode colocar o processo de triangulação em ação – ou não.

Por exemplo, se um banco, uma lata de lixo e um playground estão posicionados sem nenhuma conexão um com o outro, cada um pode receber um uso bem limitado. Mas quando eles são **colocados juntos**, com outros equipamentos como um carrinho de café, eles naturalmente vão fazer com que **pessoas se aproximem e se relacionem**.

Sugestões:

- Posicione equipamentos de diferentes usos e públicos próximos uns aos outros.
- Observe a interação das pessoas e mude o posicionamento se necessário.

Melbourne, Australia: jogos + lojas + locais para sentar. Diferentes atividades atraem diferentes públicos, e incentivam interações. Apesar de ser para só dois jogadores, o jogo atrai mais pessoas e vira um motivo para conversar.

Fonte: theholidayplace



Times Square, NYC: pintura e mobiliário móvel para fechar uma parte da avenida. A medida reduziu o número de acidentes de trânsito e aumentou o de frequentadores.
Foto: NYC Department of Transportation



8. SEMPRE DIZEM “NÃO PODE SER FEITO”

É inevitável: no processo de criar bons espaços públicos, você vai encontrar obstáculos. Criar “lugares”, na grande maioria das vezes, não é uma meta nem do setor público, nem do privado.

Um engenheiro de tráfego, por exemplo, pode dizer que é impossível fechar uma rua apenas para o trânsito de pedestres – porque o seu trabalho é facilitar o trânsito de carros e não criar lugares de convivência social. Fazer **implementações de pequena escala** com a comunidade pode demonstrar a importância desses “lugares” e ajudar a superar os obstáculos.

Sugestões:

- Antes de implementar uma mudança de forma permanente, faça um teste com a ajuda da comunidade. Por exemplo: em vez de fechar toda a rua para carros, feche apenas uma quadra durante um dia da semana.
- Converse com as pessoas e faça pesquisas para saber sua opinião sobre a mudança feita. Observe o uso e a interação das pessoas – entenda o que funcionou e o que não funcionou durante o teste, e faça ajustes.
- Use as informações coletadas (opiniões, observações de usos) para defender uma implementação permanente.

9. A FORMA DEVE DAR SUPORTE À FUNÇÃO

As ideias da comunidade e de potenciais parceiros, a compreensão de como outros espaços funcionam, a experimentação, e a superação de obstáculos e opositores vão servir para construir o conceito do espaço.

Embora o design seja importante, esses outros elementos vão lhe dizer qual é a “forma” que você precisa para **realizar a visão** de futuro do espaço.

Sugestões:

- Defina primeiro a função do espaço: seus objetivos e as atividades que vão ajudar a alcançar esses objetivos.
- Com base na função, pense no design do espaço: ele deve servir para realizar os objetivos e atividades propostas.

Praia em Campus Martius, Detroit, EUA. A ideia era trazer usos para a praça que estava sempre vazia. A areia e as cadeiras realizaram uma vontade dos cidadãos: ter praia no verão.
Foto: Project for Public Spaces



Em Los Angeles, EUA, os bares desta rua acharam uma solução simples e barata para deixar suas fachadas mais amigáveis: simular janelas e sacadas com pintura e pequenas intervenções. Foto: Paola Caiuby Santiago



10. DINHEIRO NÃO É O PROBLEMA

Esta frase pode ser aplicada para uma série de situações. Por exemplo, assim que você implementa a infra-estrutura básica do espaço, os elementos adicionados para fazer o espaço funcionar (como cafés, flores e bancos) não são caros.

Além disso, se a **comunidade** e outros **parceiros** estão envolvidos na programação e em outras atividades, esse envolvimento também pode reduzir os custos do projeto.

O mais importante é que, seguindo todos estes passos até aqui, as pessoas ficarão tão entusiasmadas com o projeto que o custo não será considerado significativo quando comparado com aos benefícios.

11. VOCÊ NUNCA TERMINOU

Por natureza, bons espaços públicos atendem necessidades, opiniões e mudanças da comunidade.

O que um dia foi positivo para o espaço público pode acabar se desgastando, as necessidades da comunidade podem mudar e diversos eventos não previstos podem acontecer em um ambiente urbano.

É importante estar **aberto à mudança** e que o espaço tenha uma gestão flexível, que entenda que a mudança é o que constrói ótimos espaços públicos e cidades.

Place de la Republique, Paris, após reforma.
Foto: Brian33 (Dyxi) - Creative Commons



PLACEMAKING NO BRASIL

SESC NO PARQUE



A BATATA PRECISA DE VOCÊ



Largo da Batata, São Paulo, SP
Foto: Facebook A Batata Precisa de Você

A BATATA PRECISA DE VOCÊ



Largo da Batata, São Paulo, SP
Foto: Facebook A Batata Precisa de Você



QUE ÔNIBUS PASSA AQUI?



Porto Alegre, RS
Fonte: Shoot the Shit

PIQUENIQUE ILUMINADO



Porto Alegre, RS

Fonte: Piquenique Noturno com os Chefs | Foto: Jova Fotos

DESEJOS URBANOS



São Paulo, SP
Fonte: Priscila Ballarin

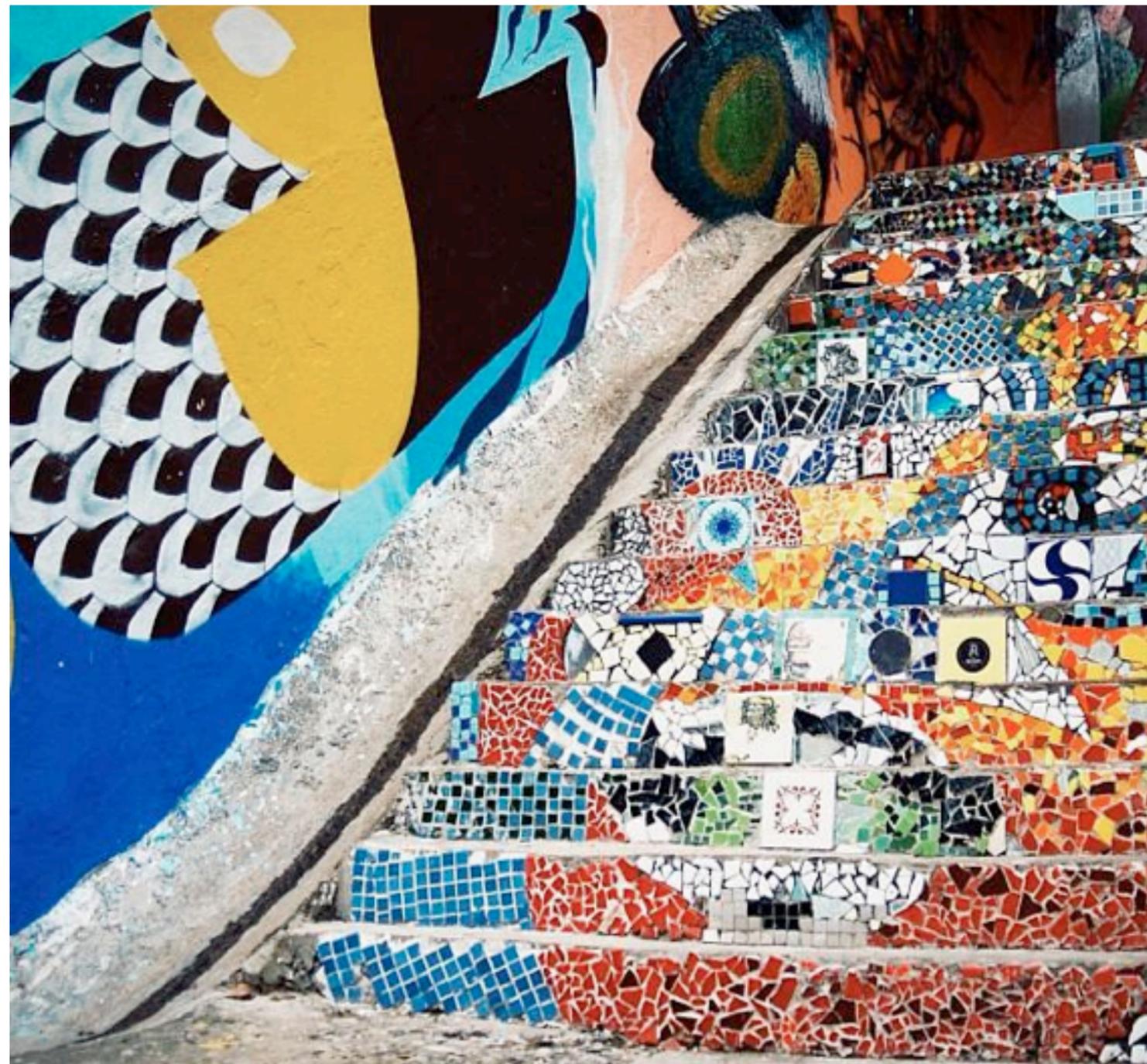


PINTURA DE BANCOS



Rio de Janeiro, RJ
Fonte: Rio Eu Te Amo

REVITARTE



São Paulo, SP
Fonte: Facebook Revitarte

BASURAMA



Vale do Anhangabaú, São Paulo, SP
Fonte: Basurama



CENTRO ABERTO



Centro, São Paulo, SP
Fonte: SMDU

CENTRO ABERTO



Centro, São Paulo, SP
Fonte: SMDU



CURATIVOS URBANOS

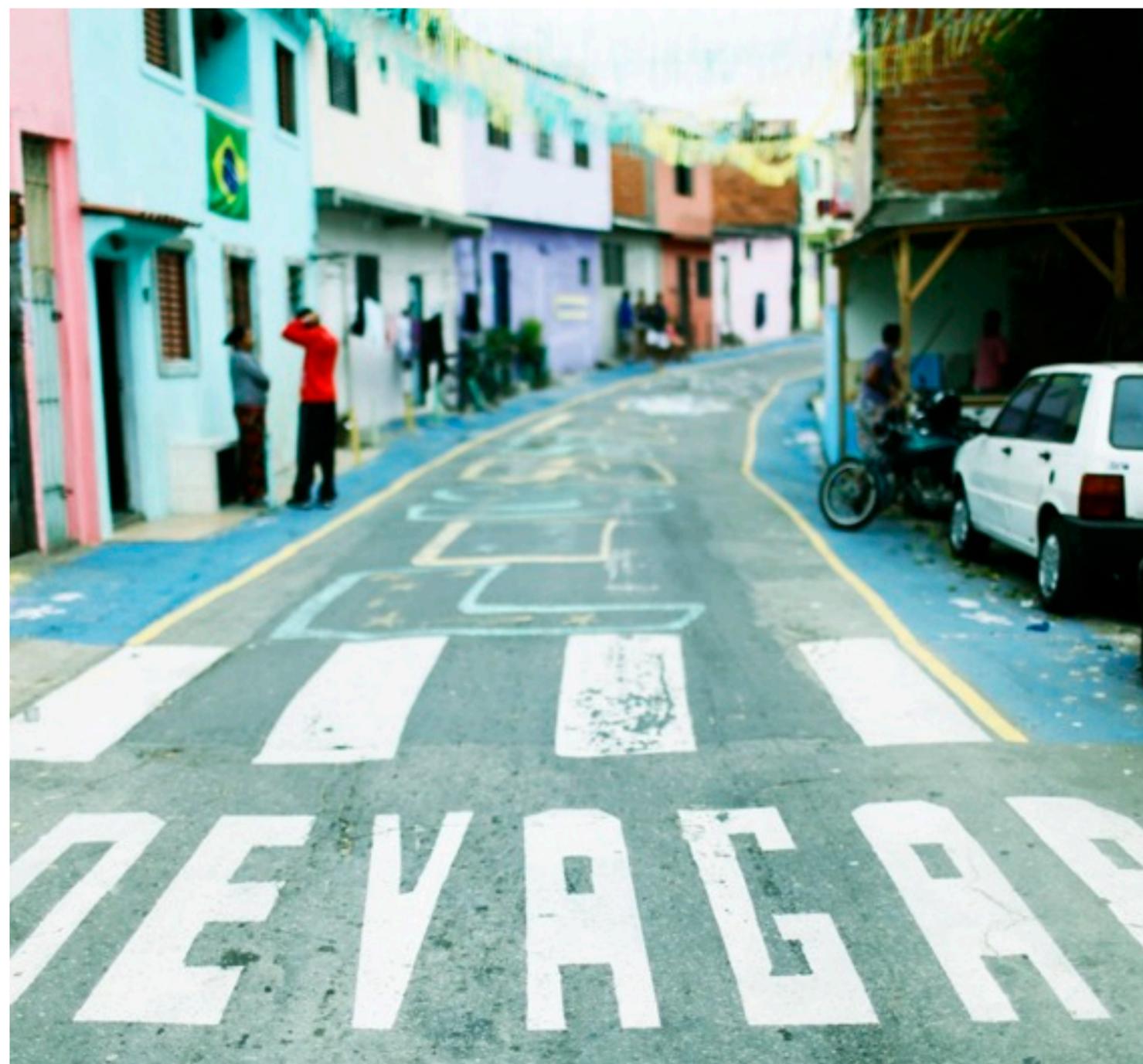


São Paulo, SP
Fonte: Curativos Urbanos



Praça Oliveira Pentead, São Paulo, SP
Fonte: Bela Rua

QUADRAMIGA



Vila Mascote, São Paulo, SP
Fonte: Conexão Cultural

CONEXÃO CULTURAL NO MIS



São Paulo, SP
Fonte: Conexão Cultural

PARKLETS



Por: Instituto Mobilidade Verde | São Paulo, SP
Foto: Wagner Tamanaha - Creative Commons

Referências:

Project For Public Spaces: <http://www.pps.org/>

Whyte, William H. (2001), *The Social Life of Small Urban Spaces*, Project for Public Spaces Inc.

Gehl, Jan & Svarre, Birgitte (2013), *How to Study Public Life*, Island Press; 2 edition.

People Make Parks: <http://peoplemakeparks.org/>

The Better Block: <http://betterblock.org/>

Basurama: <http://basurama.org/pt-br/>

Para saber mais sobre o nosso trabalho:



www.conexaocultural.org



www.belarua.com.br

O Guia do Espaço Público está disponível online: www.placemaking.org.br