

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA POLITÉCNICA  
PROGRAMA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA – PECE

Marcelo Rebelo de Moraes

***Lean Places: Espaços Públicos, Tecnologia e Inovação***

SÃO PAULO

2016

MARCELO REBELO DE MORAES

***Lean Places: Espaços Públicos, Tecnologia e Inovação***

Monografia apresentada à Escola  
Politécnica da Universidade de São Paulo  
para a obtenção de título de especialista em  
Planejamento e Gestão de Cidades do  
Programa USP Cidades

SÃO PAULO

2016

## TERMO DE JULGAMENTO

MARCELO REBELO DE MORAES

***Lean Places: Espaços Públicos, Tecnologia e Inovação***

Monografia apresentada à Escola Politécnica da Universidade de São Paulo para a obtenção de título de especialista em Planejamento e Gestão de Cidades do Programa USP Cidades.

Área de concentração: Planejamento e Gestão de Cidades.

Orientadora: Prof. Dra. Elisabete França

SÃO PAULO

2016

## FICHA CATALOGRÁFICA

Dedico este trabalho a todos  
que querem impactar  
positivamente nossas cidades

## AGRADECIMENTOS

Agradeço as pessoas que estão ao meu lado nesse momento de incertezas: Luiz Carlos, Isabel, Renato e Flavia. E todo apoio de Elisabete França e Keila Prado Costa.

## RESUMO

Esta monografia apresenta a experiência de criação e desenvolvimento da *startup* CrowdPlaces, fundada por Marcelo Rebelo de Moraes, autor deste trabalho, concomitantemente ao momento que ele cursava a especialização Planejamento e Gestão de Cidades, no USP Cidades.

Nos capítulos a seguir estão apresentadas as bases teóricas que orientaram a criação e o trabalho da CrowdPlaces, sobretudo, o desenvolvimento de nossas plataformas tecnológicas e atuação no projeto Praças. Além disso, discorreremos sobre a experiência de revitalização da Praça Acibe Ballan Camasmie – localizada no bairro do Brooklin, em São Paulo –, e sobre a repercussão de nossa atuação na imprensa, prêmios recebidos, palestras e congressos no Brasil e em outros países, compartilhando os bons resultados do projeto Praças.

## ABSTRACT

This monograph presents the experience of the creation and development of the startup CrowdPlaces, founded by Marcelo Rebelo de Moraes, author of this work, concurrently with the time he was studying *Planejamento e Gestão de Cidades*, at USP Cidades.

In the following chapters are presented the theoretical foundations that guided the creation and work of CrowdPlaces, especially the development of our technology platforms and operations in the *Praças* Project. Besides that we discuss the experience of the revitalization of the Acibe Ballan Camasmie Plaza – located in Brooklin neighborhood in São Paulo – and about the repercussion of our work in the press, awards received, lectures and conferences in Brazil and other countries, sharing the goos results of the *Praças* project.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 - Designação do Setor 2,5.....   | 16 |
| Figura 2 - Organização de uma <i>Startup</i> .....  | 17 |
| Figura 3 - Observação de praça realizada por Willian Whyte.....   | 20 |
| Figura 4 - Pessoas no Bryant Park.....  | 21 |
| Figura 5 - Pessoas no Bryant Park.....  | 22 |
| Figura 6 - Gramado com indicação proibitiva para uso.....   | 22 |
| Figura 7 - Gramado aberto para uso público.....   | 23 |
| Figura 8 - Crianças observam a água.....  | 23 |
| Figura 9 - Crianças brincam nos chafarizes do Dilworth Plaza.....   | 24 |
| Figura 10 - Praça Oswaldo Cruz, São Paulo.....  | 25 |
| Figura 11 - Parque Buenos Aires, São Paulo.....   | 25 |
| Figura 12 - Bancos da Praça da República. As divisórias impedem que pessoas se deitem.....  | 26 |
| Figura 13 - Artista de rua em calçadão da Av. Paulista.....   | 27 |
| Figura 14 - Artista de rua em calçadão no centro de São Paulo.....  | 28 |
| Figura 15 - Diagrama Cotidiano.....   | 29 |
| Figura 16 - Interação triangular a partir de uma intervenção temporária.....  | 29 |
| Figura 17 - Espaço pessoal no cotidiano.....  | 30 |
| Figura 18 - Espaço coletivo a partir da intervenção temporária.....   | 30 |
| Figura 19 - Condições de tráfego nas três ruas.....   | 32 |
| Figura 20 - Ruído, estresse e poluição nas três ruas.....   | 33 |
| Figura 21 - Relações entre vizinhos nas três ruas: as linhas mostram onde as pessoas dizem ter amigos e conhecidos. Os pontos mostram onde as pessoas disseram se reunir.....                           | 34 |
| Figura 22 - Território da casa nas três ruas: as linhas mostram as áreas que as pessoas indicaram como “território da casa”.....  | 35 |
| Figura 23 - Consciência ambiental: composição de mapa a partir dos desenhos que os moradores fizeram de suas ruas. As linhas representam a quantidade de vezes que cada item apareceu nos desenhos..... | 36 |
| Figura 24 - Foto aérea de Brasília, 2003.....   | 37 |
| Figura 25 - “The Brasilia Syndrome”- Planning from above.....   | 38 |
| Figura 26 - Relação entre atividades pessoais e qualidade dos espaços.....  | 40 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 27 - Percepção e altura dos edifícios.....   | 42 |
| Figura 28 - Efeito dos limites.....   | 43 |
| Figura 29 - Diagrama dos 12 critérios para a realização de um projeto urbano.....                               | 44 |
| Figura 30 - Campo de visão do motorista a partir da velocidade do carro.....                                    | 45 |
| Figura 31 - Pessoas e modais de transporte.....   | 46 |
| Figura 32 - Perspectiva do pedestre para composição dos quatro planos do projeto.....                           | 47 |
| Figura 33 - Croqui esquemático da <i>Street Plinth</i> .....  | 48 |
| Figura 34 - Diagrama das três instancias: <i>hardware</i> , <i>software</i> e <i>orgware</i> .....              | 49 |
| Figura 35 - Atributos para um espaço público de sucesso.....  | 51 |
| Figura 36 - Esquema de negócio da CrowdPlaces.....  | 53 |
| Figura 37 - Ferramentas tecnológicas empregadas pela CrowdPlaces.....   | 54 |
| Figura 38 - Espaço público degradado.....   | 55 |
| Figura 39 - Tapumes isolam a intervenção. Sem ampla divulgação, as pessoas não conhecem o projeto.....          | 55 |
| Figura 40 - Praça Roosevelt, 2012.....  | 56 |
| Figura 41 - Projeto de revitalização da Praça Roosevelt não contemplava a construção de uma pista de skate..... | 56 |
| Figura 42 - Modelo atual de processos participativos.....   | 57 |
| Figura 43 - Plataforma Praças.com.br.....   | 59 |
| Figura 44 - Exemplo de funcionalidade da plataforma – Blog.....   | 61 |
| Figura 45 - Exemplo de funcionalidade da plataforma – Fórum.....  | 61 |
| Figura 46 - Exemplo de funcionalidade da plataforma – Agenda Colaborativa.....                                  | 62 |
| Figura 47 - Willian Whyte.....  | 63 |
| Figura 48 - Estudos de Willian Whyte.....   | 63 |
| Figura 49 - Instrumentos para captação de dados no espaço público.....  | 64 |
| Figura 50 - Site de vendas antes do teste.....  | 65 |
| Figura 51 - Site de vendas depois do teste.....   | 65 |
| Figura 52 - Exemplo dos dados captados pelos sensores da Placemeter.....  | 66 |
| Figura 53 - Investimentos de tempo e dinheiro nos modelos tradicional e <i>lean</i> .....                       | 68 |
| Figura 54 - Alternativa de Projeto 1.....   | 69 |
| Figura 55 - Alternativa de Projeto 2.....   | 70 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 56 - Coleta de feedback com a população.....   | 70 |
| Figura 57 - Broadway, antes e durante as intervenções de baixo custo.....   | 71 |
| Figura 58 - Projeto definitiva após longo período de intervenção temporária...  | 72 |
| Figura 59 - Gráfico conceitual <i>Lean Places</i> : investimentos x certezas.....   | 73 |
| Figura 60 - Gráfico conceitual <i>Lean Places</i> : monitoramento constante.....  | 74 |
| Figura 61 - Mapa de localização da Praça Acibe Ballan Camasmie.....   | 75 |
| Figura 62 - Situação da praça antes das intervenções, 2015.....   | 75 |
| Figura 63 - Mais de 400 pessoas cadastradas no Praças.com.br para participar do processo de revitalização da Praça Acibe Ballan Camasmie..... | 76 |
| Figura 64 - Comparativo entre o perfil de quem frequenta a praça e de quem está cadastrado na plataforma Praças.com.br.....                   | 77 |
| Figura 65 - “Nuvem de palavras” com as demandas dos Amigos da Praça.....  | 78 |
| Figura 66 - Moradores participando do mutirão.....  | 79 |
| Figura 67 - Moradores participando do mutirão.....  | 79 |
| Figura 68 - Antes e depois do mutirão de limpeza.....   | 80 |
| Figura 69 - Reunião com representantes dos órgãos legislativo e executivo e associação de bairro.....   | 80 |
| Figura 70 - Antes e depois da Iluminação.....   | 81 |
| Figura 71 - Antes e depois das Lixeiras.....  | 81 |
| Figura 72 - Cercado para cachorro construído em 1 dia com R\$ 1500,00.....  | 82 |
| Figura 73 - Horta construída em 1 dia com estrutura não fixada ao solo.....   | 83 |
| Figura 74 - Mesa de piquenique de baixo custo instalada em frente a um banco de concreto existente.....                                       | 84 |
| Figura 75 - Antes e depois da Quadra Poliesportiva.....   | 85 |
| Figura 76 - Resumo pesquisa “Que nota” comparando a praça em 2015 e 2016.....   | 85 |
| Figura 77 - Contagem de pessoas em dias típico da praças.....   | 86 |

## SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| 1. Introdução.....   | 14 |
| 2. Abordagens sobre os espaços públicos.....   | 18 |
| 2.1 Pessoas e espaços públicos: situações e intervenções que promovem interação..... | 19 |
| 2.2 Relações entre o tráfego e o morar.....  | 30 |
| 2.3 Jan Gehl e a <i>Brasilia Syndrome</i> .....                                      | 37 |
| 2.4 Espaços públicos para seres humanos.....   | 41 |
| 3. Tecnologia e espaços públicos.....  | 53 |
| 3.1 Praças.com.br.....   | 54 |
| 3.2 Praça Analytics.....   | 63 |
| 4. <i>Lean places</i> – inovação para os espaços públicos.....                       | 67 |
| 4.1 Experiência de revitalização da Praça Acibe Ballan Camasmie.....                 | 74 |
| 5. Considerações finais.....   | 87 |
| Referências Bibliográficas.....  | 89 |

## 1. INTRODUÇÃO

A qualidade de vida nos grandes centros urbanos tem gerado desafios cada vez maiores para os urbanistas, gestores públicos, estudiosos, organizações não-governamentais, empresas e, claro, para toda a população que lida com dificuldades de mobilidade, transporte, lazer, emprego, educação, saúde, sustentabilidade, entre outros.

Ao longo de minha trajetória profissional e, a partir das reflexões propostas por este curso de Planejamento e Gestão de Cidades, apresento este estudo com o intuito de propiciar uma leitura sobre as possibilidades de atuação no espaço público por meio de novas abordagens de interação entre governo, iniciativa privada e participação popular e de compartilhar uma experiência que começa a ser desenvolvida para a revitalização de praças públicas.

Entre 2010 e 2014, tive a oportunidade de acompanhar e fazer parte da equipe que coordenava o projeto de urbanização da favela de Heliópolis, em São Paulo. O projeto era amplo e complexo, envolvendo desde a questão dos reassentamentos de famílias em áreas de risco até a proposição de um plano urbanístico para o bairro, que compreendia as relações de mobilidade da população, desenvolvimento sustentável, geração de renda e áreas de lazer e convivência.

Em uma favela, a ausência de infraestrutura urbana intensifica ainda mais a precariedade das condições sociais e de convivência das famílias, pois a ausência de espaços públicos, como ruas, vielas, praças, parques e equipamentos como escolas, postos de saúde, entre outros, impedem e dificultam as possibilidades de deslocamento e estabelecimento de vínculos dos moradores entre si e dos moradores com o lugar.

Observando os resultados dos esforços do projeto de urbanização de Heliópolis, percebia que alguns espaços públicos construídos davam certo e eram bem recebidos pela comunidade; outros, caíam numa espécie de falta de uso, o que levava ao abandono e à depredação. As praças eram o que mais chamava atenção. Algumas estavam sempre cheias de gente e eram bem cuidadas pela população; outras sequer tinham frequentadores.

Diante dessa constatação empírica, mas sem grandes embasamentos para análise dos resultados, decidi me debruçar sobre o tema e buscar referências práticas e teóricas para compreender melhor a questão e propor soluções

adequadas. Assim, uma série de possibilidades se abriu diante do tema e passei a me dedicar exclusivamente ao estudo dos espaços públicos e a focar na revitalização de praças.

O leque de referências mundiais sobre o assunto mostrou-se ainda mais promissor quando o aparato de conhecimento teórico juntou-se aos recursos tecnológicos e de inovação possíveis de serem implementados para alcançar os melhores resultados em cada espaço. Isso corroborou a necessidade de pensar cada espaço público a partir de suas particularidades, exigindo uma interação constante e transparente de todos os entes envolvidos na questão. E aí se encontra uma das maiores lacunas brasileiras na atuação sobre o espaço público: há pouco diálogo realmente eficaz – para não dizer nenhum – entre os atores desse cenário. O poder público não conversa com a universidade, a universidade não conversa com as empresas, as empresas não conversam com a população, as ONGs não conversam entre si e vice-versa. E por aí segue uma grande teia desarticulada de ações.

Assim, com o objetivo de me posicionar de forma consistente e, de fato, iniciar um trabalho eficiente na revitalização de praças, decidi criar uma empresa – a CrowdPlaces – um negócio social fundamentado a partir da designação do recém-chamado Setor 2,5<sup>1</sup>, que busca unir o que há de melhor em uma empresa com o que há de melhor em uma organização sem fins lucrativos.

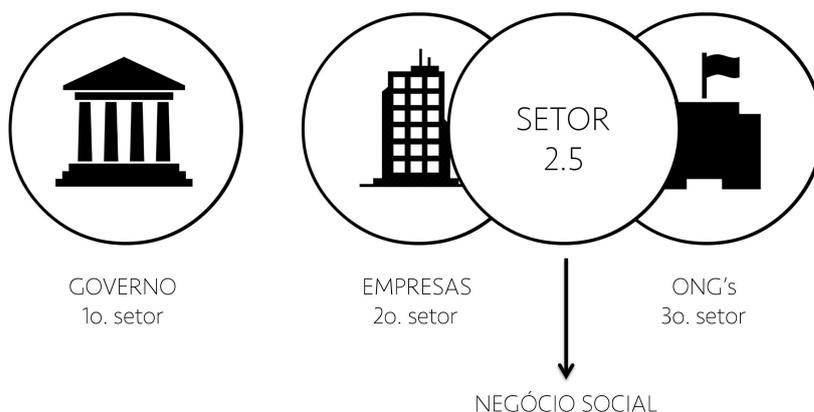
Setor 2,5 é uma referência ao que seria uma união entre características do segundo setor, de empresas privadas e mercado pelo foco em retorno financeiro, e do terceiro setor, de organizações sem fins lucrativos e marcado pelo foco em geração de impacto socioambiental.

(Guia 2,5, 2015, p. 4)

---

<sup>1</sup> Para saber mais sobre o Setor 2,5, visite o site: [www.guiadoisemeio.com.br](http://www.guiadoisemeio.com.br).

Figura 1: Designação do Setor 2,5.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Os negócios de sociais têm por princípio oferecer à sociedade soluções escaláveis para problemas sociais da população, buscando sempre a diminuição de custos de transação; a redução de condições de vulnerabilidade; o aumento de renda; o desenvolvimento de capacidades e a construção de cidadania.

É exatamente o que a CrowdPlaces deseja fazer em relação às praças. Hoje, o poder público – responsável pela conservação desses espaços – não consegue realizar a manutenção das praças e parques de forma equânime e apropriada, tampouco consegue gerir atividades que fomentem as relações sociais das comunidades que as frequentam, sejam elas esportivas ou culturais. Logo, é preciso que profissionais com boas ideias e energia suficiente para empreender possam se colocar neste cenário e organizar novos negócios que também estabeleçam uma articulação adequada entre os diferentes autores envolvidos.

Todo esse conceito de negócio ainda é muito novo do Brasil. Há, claro, exemplos bem-sucedidos de negócios sociais por aqui, mas as maiores referências estão, principalmente, nos Estados Unidos. Por esse motivo, a CrowdPlaces é também uma *startup*, isto é, uma empresa em fase inicial de desenvolvimento, que trabalha sobretudo com inovação e cujo produto é aprimorado ao longo do processo do uso pelos clientes.

De acordo com Steve Blank e Bob Dorf<sup>2</sup>, as *startups* possuem um modelo de negócio incerto e, por isso, constroem seus modelos de negócios enquanto os desenvolvem, pois trabalham com produtos inovadores, que não existem no

<sup>2</sup> BLANK, S. *The Startup Owner's Manual. The step-by-step guide for building a great company.* Canadá: K&S Ranch, 2012.

mercado e, desse modo, não podem prever inicialmente o impacto que tais produtos ou serviços terão no mercado e na sociedade. Como se organizam a partir de uma série de incertezas, as *startups* possuem um modelo de planejamento escalado, por etapas, em que as soluções devem ser rapidamente replicada e testadas com o público-alvo para que seus resultados possam ser medidos e direcionados para uma maior satisfação do cliente final e, conseqüentemente, da própria empresa.

Figura 2: Organização de uma *Startup*.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Além disso, as *startup*, em sua maioria, são de base tecnológica. No caso da CrowdPlaces, a base tecnológica está voltada a buscar soluções para espaços públicos, especialmente praças neste primeiro momento, mas com possibilidades de expansão para ciclovias, sistemas viários, ruas, planos urbanísticos, entre outros, no futuro.

Esse é o impacto que buscamos realizar: dar passos efetivos para revitalizar espaços urbanos com soluções simples, mas inovadoras, resgatando a cultura local com tecnologia e mediando a integração entre poder público, iniciativa privada e a população. Entendo que este é um caminho possível para transformar espaços públicos, melhorando a cidade e a qualidade de vida das pessoas. Esse tipo de iniciativa não deve ficar restrita aos órgãos que, na teoria, deveriam se encarregar disso. Planejar e gerir cidades é ir além do óbvio. Se ainda não foi feito, por que não tentar? Com novas formas de atuação, mais transparentes, democráticas e inteligentes, as cidades também se tornarão mais inteligentes.

## 2. ABORDAGENS SOBRE OS ESPAÇOS PÚBLICOS

Os estudos sobre os espaços públicos são relativamente recentes no tempo histórico. As publicações mais emblemáticas e relevantes, sejam livros ou artigos, se iniciam em meados do Século XX, o que é perfeitamente compreensível se observarmos que até esse período o mundo ainda possuía boa parte de sua população vivendo em áreas rurais. Os grandes centros urbanos surgiram depois da primeira e da segunda guerra mundial e, com eles, os desafios de pensar e organizar a vida de milhares e milhares de pessoas.

Uma das pesquisadoras sobre as cidades e os espaços públicos mais respeitadas do mundo é Jane Jacobs (1916 - 2006), uma americana radicada no Canadá que, em 1961, publicou *Morte e Vida de Grandes Cidades*. Nesta e em outras publicações, Jacobs aponta uma série de elementos que compõem a diversidade urbana e, conseqüentemente, espaços com mais ou menos conforto e segurança para seus moradores.

Para garantir que as pessoas tenham mais qualidade de vida em seus bairros, Jacobs afirma que os bairros devem ser constituídos a partir de quatro condições bastante relevantes: 1. O distrito (ou bairro) deve atender a mais de uma função principal; 2. A maioria das quadras devem ser curtas para que o pedestre tenha a oportunidade de virar a esquina com frequência; 3. Deve haver uma combinação de edifícios com idade e estado de conservação variados; 4. Deve haver uma alta densidade de pessoas especialmente morando nesses distritos (ou bairros).

Um dos elementos que Jacobs avalia e que vale destacar é a calçada e sua função primordial na mobilidade e nas relações entre as pessoas:

Sob a aparente desordem da cidade tradicional, existe, nos lugares onde ela funciona a contento, uma ordem surpreendente que garante a manutenção da segurança e a liberdade. É uma ordem complexa. Sua essência é a complexidade do uso das calçadas, que traz consigo uma sucessão permanente de olhos. Essa ordem compõem-se de movimento e mudança, e, embora se trate de vida, não de arte, podemos chamá-la, na fantasia, de forma artística da cidade e compará-la à dança – não a uma dança mecânica, com os figurantes erguendo a perna ao mesmo tempo, rodopiando em sincronia, curvando-se juntos, mas a um balé complexo, em que cada indivíduo e os grupos têm todos papéis distintos, que por milagre se reforçam mutuamente e compõem todo ordenado. O balé da boa calçada

urbana nunca se repete em outro lugar, e em qualquer lugar está sempre repleto de novas improvisações.  
(JACOBS, 2003, p. 52).

Esse olhar humanizado de Jacobs sobre os elementos físicos da cidade – ruas, calçadas etc. – influenciou estudiosos contemporâneos a ela e muitos outros das gerações seguintes, assim como gestores públicos de grande cidades.

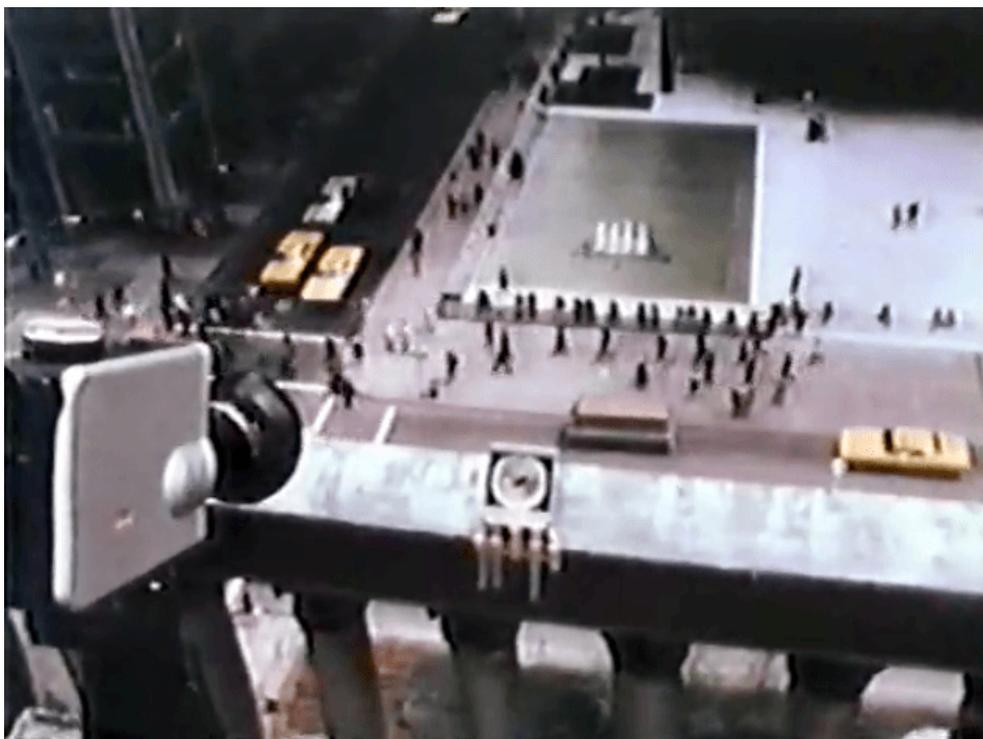
Na década de 1960, com o intuito de criar mais espaços públicos na cidade, a Prefeitura de Nova York concedeu um benefício as construtoras e incorporadoras: aquelas que construíssem um espaço público – uma praça, um parque ou mesmo deixasse o térreo aberto para a circulação – poderiam construir mais dois ou três andares no edifício e assim ter um lucro maior com a venda ou locação desses andares. Diversos espaços públicos foram construídos nesse período, muitas praças foram desenhadas por arquitetos renomados e a cidade ganhou uma nova dinâmica.

## **2.1 Pessoas e espaços públicos: situações e intervenções que promovem interação**

Com o passar do tempo, Willian H. Whyte, um sociólogo americano, notou que algumas praças construídas em Nova York durante os anos 1960 estavam sempre lotadas, enquanto outras eram completamente vazias. Com uma equipe ele realizou uma pesquisa bastante surpreendente, cujos resultados foram compilados e publicados no livro *The Social Life of Small Urban Spaces*.

Para realizar essa pesquisa, Whyte espalhou câmeras pela cidade voltadas para as praças. Em geral, localizadas no alto dos edifícios, essas câmeras filmavam um relógio em primeiro plano e a praça objeto em segundo. O relógio era fundamental para marcar os horários de pico, maior e menor concentração de pessoas, revelando os hábitos da população do bairro e dos frequentadores da praça.

Figura 3. Observação de praça realizada por Willian Whyte.



Fonte: <https://vimeo.com/111488563>. Acessado em 19/06/2016, às 10h36.

Como resultado, Whyte destacou alguns elementos físicos e espaciais que contribuíam para o maior ou menor número de frequentadores desses espaços. O primeiro deles eram os lugares para sentar. As praças que possuíam bancos ou mobiliário e estruturas que permitiam as pessoas ficarem sentadas, eram mais frequentadas do que as que não tinham: “As pessoas tendem a sentar onde há lugar para sentar”.

Whyte observou, ainda, que as pessoas tendem a gostar mais de assentos móveis, de cadeiras que podem ser movimentadas de acordo com as próprias vontades, necessidades e em virtude das situações climáticas – sol, chuva, vento, água, árvores, sombras. O poder e a liberdade de usos desses instrumentos atraem as pessoas e as levam a conviver com outras de forma mais natural.

Na Figura 4, vemos o Bryant Park repleto de pessoas sentadas em cadeiras. Podemos observar que algumas estão esticadas, utilizando duas cadeiras – uma para assento e outra para apoio das pernas – algumas lendo, outras tomando sol. Na Figura 5, observamos ainda a importância dessa liberdade diante dos eventos

climáticos, pois as pessoas estão concentradas ao sol, enquanto a sombra aparece vazia. Certamente trata-se de uma estação quente nos Estados Unidos e as pessoas estão aproveitando o dia para o banho de sol. Se os assentos fossem fixos, essa movimentação não seria possível.

Figura 4: Pessoas no Bryant Park.



Fonte: <http://www.timeout.com/newyork/blog/the-bryant-park-lawn-is-officially-opening-for-summer-this-monday-050616>. Acessado em 19/06/2016, às 10h37.

Figura 5: Pessoas no Bryant Park.



Fonte: [http://blog.bryantpark.org/2010\\_05\\_01\\_archive.html](http://blog.bryantpark.org/2010_05_01_archive.html). Acessado em 19/06/2016, às 10h38.

Nos parques e praças Whyte observa ainda que os gramados que podem ser utilizados pelas pessoas também atraem a maior permanência delas. Já quando é proibido se sentar na grama, as áreas ficam vazias.

Figura 6: Gramado com indicação proibitiva para uso.



Fonte: <http://www.stippy.com/japan-life/watching-the-grass-grow-tokyo-style/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h38.

Figura 7: Gramado aberto para uso público



Fonte: <http://www.dreamstime.com/royalty-free-stock-photography-crowded-grass-park-lawn-image11945177>. Acessado em 19/06/2016, às 10h39.

Em relação à água, Willian Whyte observa que em espaços onde há rios, córregos, fontes ou mesmo pequenos lagos e chafarizes, há maior concentração de pessoas. O ser humano é atraído pela água, as pessoas gostam de se molhar, quando possível, ou mesmo observar a água, seu curso ou seu movimento. Quando existem espaços onde é possível brincar com a água, crianças e adultos inevitavelmente desfrutam essa oportunidade.

Figura 8: Crianças observam a água.



Fonte: <http://www.thurstontalk.com/2012/08/16/east-bay-public-plaza-in-olympia/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h40.

Figura 9: Crianças brincam nos chafarizes do Dilworth Plaza.



Fonte: <http://www.knightfoundation.org/blogs/knightblog/2013/2/28/janet-echelmans-pulse-will-add-unique-dimension-to-dilworth-plaza/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h40.

Os espaços públicos que oferecem equipamentos voltados à alimentação também estão entre os mais frequentados pela população. Na Figura 10, vemos uma imagem da Praça Oswaldo Cruz, em São Paulo, que corrobora essa afirmação de Willian Whyte. Antes de a prefeitura da capital paulista autorizar a instalação de *food trucks* e carrinhos de alimentos, a praça era apenas um espaço de passagem. A partir do momento em que esses equipamentos foram instalados – mesmo que em dias específicos da semana – as pessoas começaram a parar e a passar algum tempo na praça. Ela se tornou verdadeiramente um local de encontro, de interação social e de interação das pessoas com o lugar.

Outra característica que media a relação das pessoas com os espaços públicos, sobretudo parques e praças, são a existência ou ausência de gradil entre eles e a rua. Na Figura 10, a Praça Oswaldo Cruz não possui qualquer limitação de circulação entre a rua e seu espaço em si. Já na Figura 11, o gradil estabelece um limite claro e dificulta o acesso das pessoas que estão circulando pela calçada, ao lado da Rua Alagoas, ao Parque Buenos Aires.

Figura 10: Praça Oswaldo Cruz, São Paulo.



Fonte: <https://vimeo.com/149142425>. Acessado em 19/06/2016, às 10h40.

Figura 11: Parque Buenos Aires, São Paulo.



Fonte: <https://parquebuenosaires.wordpress.com/2009/04/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h41.

A observação de William H. Whyte analisou ainda o que ele chamou de presença de “indesejáveis” no espaço público, e, nessa categoria, ele colocou mendigos, drogados e outras pessoas que não são desejadas pela maioria nos espaços. Ele notou, porém, que os espaços que tinham menos mendigos e drogados eram também os espaços menos frequentados pelas pessoas em geral. A análise de Whyte revelava que se o projeto do espaço não era bom para os mendigos, também não era bom para o restante das pessoas.

Assim, algumas medidas que buscavam evitar a presença dos mendigos – seja nos bancos, pisos ou outros mobiliários – acabavam por inibir também a presença dos demais. Nas figuras 12 e 13, notam-se algumas dessas medidas implementadas em praças localizadas em Nova York (EUA) e em São Paulo (Brasil).

Figura 12: Bancos da Praça da República. As divisórias impedem que pessoas se deem.



Fonte: <https://farias.wordpress.com/2007/02/24/banco-antimendigo/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h42.

Por fim, William Whyte discorre sobre o que chama de “triangulação” entre as pessoas. Segundo ele, quando os espaços públicos proporcionam a realização de eventos, as pessoas param, mantêm-se atentas e criam oportunidades de se relacionar. Esses eventos podem ser simples, como um músico que se coloca em uma calçada e começa a cantar e a tocar um instrumento, ou algum outro artista, mágico, percussionista ou mesmo pregadores. Ao despertar a curiosidade das outras pessoas, essas intervenções criam possibilidades de interação.

Na figura 13 é possível observar uma situação de triangulação comum na Av. Paulista, em São Paulo. Ela retrata exatamente o evento em que uma dupla de músicos desperta o interesse de alguns passantes. Os músicos representam o ponto A, o rapaz de casaco branco ao fundo, o ponto B e o casal no canto direito o ponto C. Juntando esses pontos temos o triângulo de interação. Na figura 14, são tantas pessoas atraídas pela intervenção que a triangulação se torna um círculo.

Figura 13: Artista de rua em calçada da Av. Paulista



Fonte: <https://cronicasmacaenses.com/2015/04/04/aconteceu-na-avenida-paulista-artistas-de-rua-no-programa-da-sabrina-sato/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h43.

Figura 14: Artista de rua em calçadão no centro de São Paulo



Fonte: <http://www.culturaleste.com.br/2013/06/artistas-de-rua-passando-o-chapeu-que.html>. Acessado em 19/06/2016, às 10h44.

Nessa mesma linha de observação dos eventos de triangulação nos espaços públicos, Adriana Sansão Fontes, arquiteta urbanista e professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FAU/UFRJ), publicou, em 2013, o livro *Intervenções Temporárias, Marcas Permanentes*, em que analisa a ligação entre os lugares e os eventos temporários que ocorreram neles. Para Fontes, esses eventos provocam o que ela chama de “amabilidade urbana”:

A amabilidade urbana, portanto, é uma qualidade física e social ao mesmo tempo: poderia considerá-la como resultado da soma do contexto físico (espaço potencialmente atraente) com o contexto social (pessoas), que se unem através da presença de intervenção temporária (e com isso reforço a importância do contexto físico atraente, indispensável para a intervenção ‘sob medida’). Graficamente, poderia ser representada por um triângulo em cujos vértices estão espaço/tempo (lugar/intervenção) e as pessoas. Desejo apresentar a amabilidade urbana como uma nova forma de compreender o espaço, demonstrando sua dependência do contexto urbano.

(FONTES, 2013, p. 30)

Dessa forma, Fontes afirma que ao mesmo tempo em que as intervenções urbanas interagem com as pessoas, elas também fazem com que essas mesmas pessoas “interajam entre si, aproximando-as, vitalizando os espaços e originando um novo ciclo que se autoalimenta”, e a autora propõe alguns diagramas que ilustram sua análise:

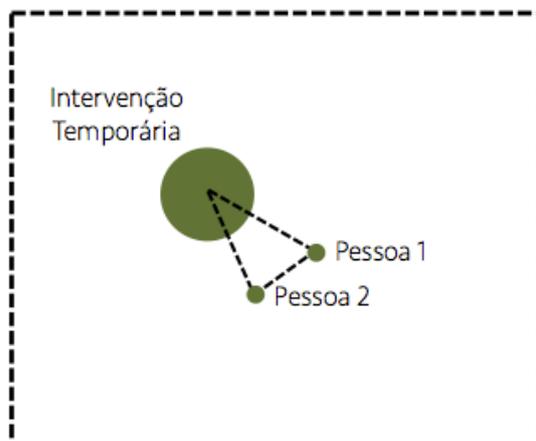
Figura 15: Diagrama Cotidiano.



Fonte: FONTES, 2013, p. 32.

Note-se que o quadrado representa o espaço urbano e as pessoas 1 e 2 se posicionam nele de forma individual, sem qualquer conexão. Já no diagrama seguinte, a partir de uma intervenção temporária, as pessoas passam a compartilhar uma experiência e a interagir com o espaço.

Figura 16: Interação triangular a partir de uma intervenção temporária.



Fonte: FONTES, 2013, p. 32.

Adriana Fontes avalia, assim, que a amabilidade urbana é a qualidade que surge da articulação entre as características físicas do lugar, as intervenções temporárias que ocorrem sobre este espaço e as pessoas que o utilizam e se conectam, pois, desta forma, surge uma articulação entre as dimensões física, temporal e social do espaço.

Figura 17: Espaço pessoal no cotidiano.

Figura 18: Espaço coletivo a partir da intervenção temporária.

Fonte: FONTES, 2013, p. 34.

Fonte: FONTES, 2013, p. 34.

Com isso, a experiência de cada pessoa deixa de ser individual e passa a ser coletiva, contribuindo para o estabelecimento de vínculos em variadas instâncias de interação – entre pessoas, entre pessoas e espaço, entre esse espaço e a cidade.

## **2.2 Relações entre o tráfego e o morar**

Para compreender os vínculos estabelecidos pelos moradores da cidade de São Francisco com as ruas em que moravam, o urbanista inglês radicado nos Estados Unidos, Donald Appleyard, realizou uma pesquisa nos início dos anos 1980, cujos resultados foram publicados no livro *Livable Streets*. Para a realização dessa empreitada, Appleyard escolheu três ruas da cidade que possuíam características físicas similares – número de quadras, tamanho dos edifícios, tipos de uso –, porém com condições de tráfego diferentes: uma com tráfego moderado, outra com tráfego mediano e a última com tráfego intenso (Figura 19).

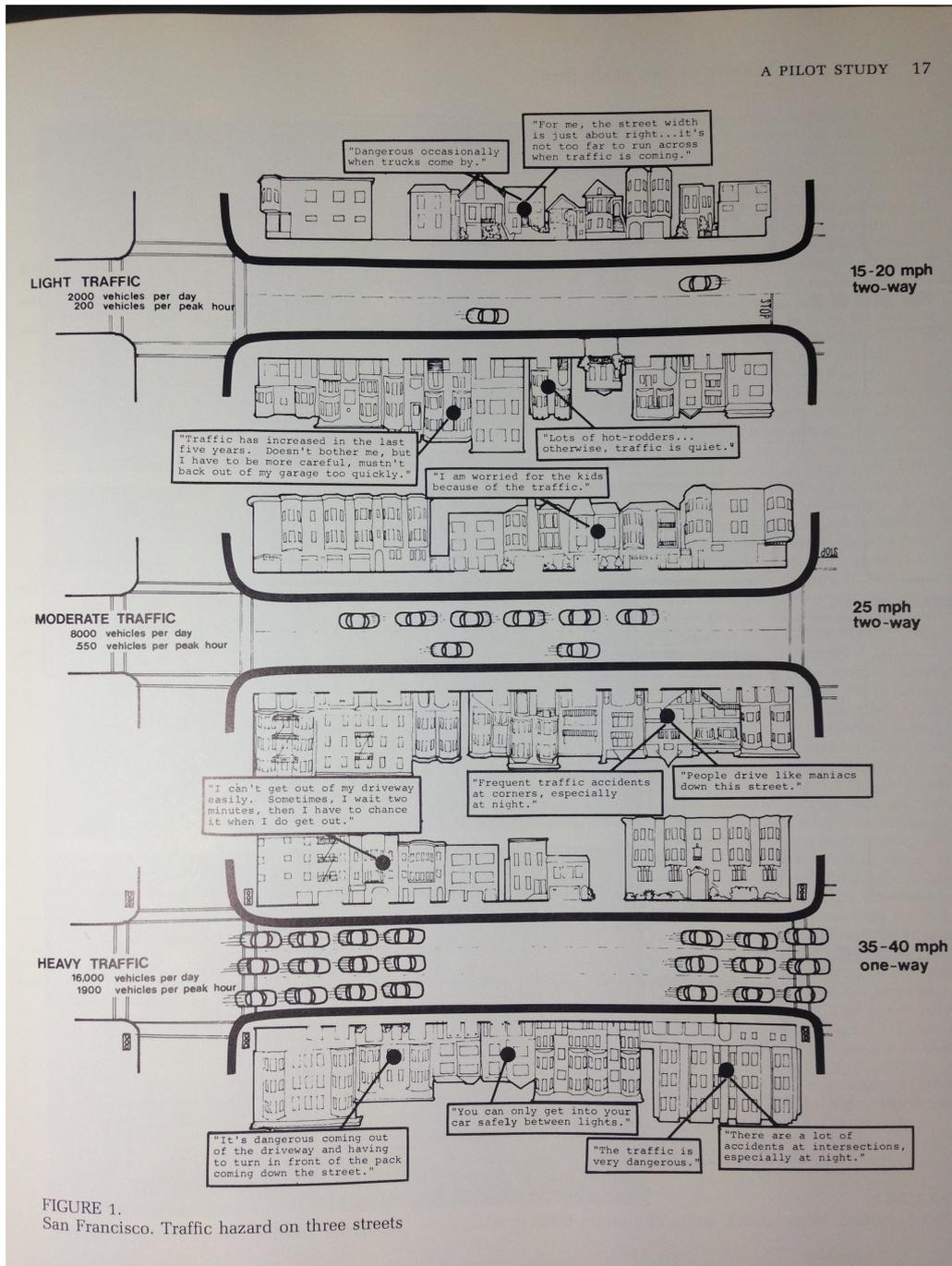
A partir daí, Appleyard pôde verificar o quanto as condições de tráfego influenciavam as pessoas, as relações entre vizinhos e a criação de vínculo dos moradores com o espaço público – fundamentalmente a rua. Ele entrevistou as famílias por meio de questionários e as respostas possibilitaram interpretações quantitativas e qualitativas acerca das diferentes condições analisadas. Entre os resultados, destacamos as disparidades apresentadas pelas ruas com tráfego moderado, mediano e intenso nas Figuras 20, 21, 22 e 23.

Grosso modo, uma simples observação desses diagramas compostos por Appleyard demonstram que as pessoas que vivem em ruas com menos movimentação de veículos possuem mais qualidade de vida e têm vínculos mais intensos e em maior número com seus vizinhos e com o espaço público, a ponto de observarem detalhes do ambiente externo.

No caso da rua com tráfego mediano, os níveis de poluição, ruído e estresse também são medianos. Os vínculos que os moradores estabelecem com a vizinhança e com o espaço permitem a construção de uma rede social sólida e é possível notar que, mesmo sem apontar tantos detalhes, as pessoas demonstram conhecer bem a rua, suas características e empreendem cuidados para conservar esse espaço.

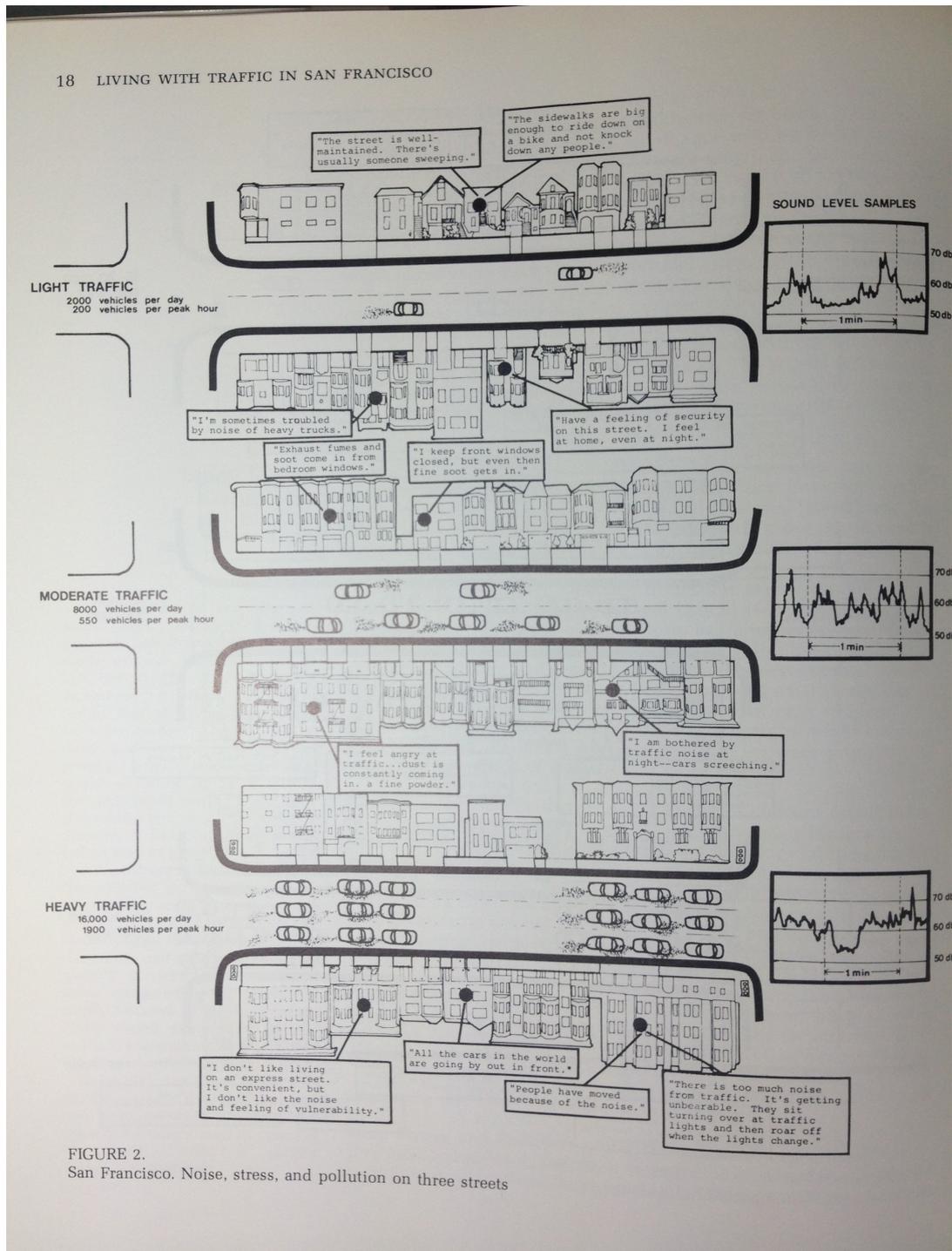
Já as pessoas que vivem em ruas com tráfego muito intenso, além de estarem expostas a altos níveis de estresse e de poluição sonora e do ar, também demonstram ser as que menos interagem com seus vizinhos e com os próprios equipamentos da rua. Esses moradores não interagem com o espaço, tendem a se isolar mais e consideram viver apenas no espaço formal de suas residências.

Figura 19: Condições de tráfego nas três ruas.



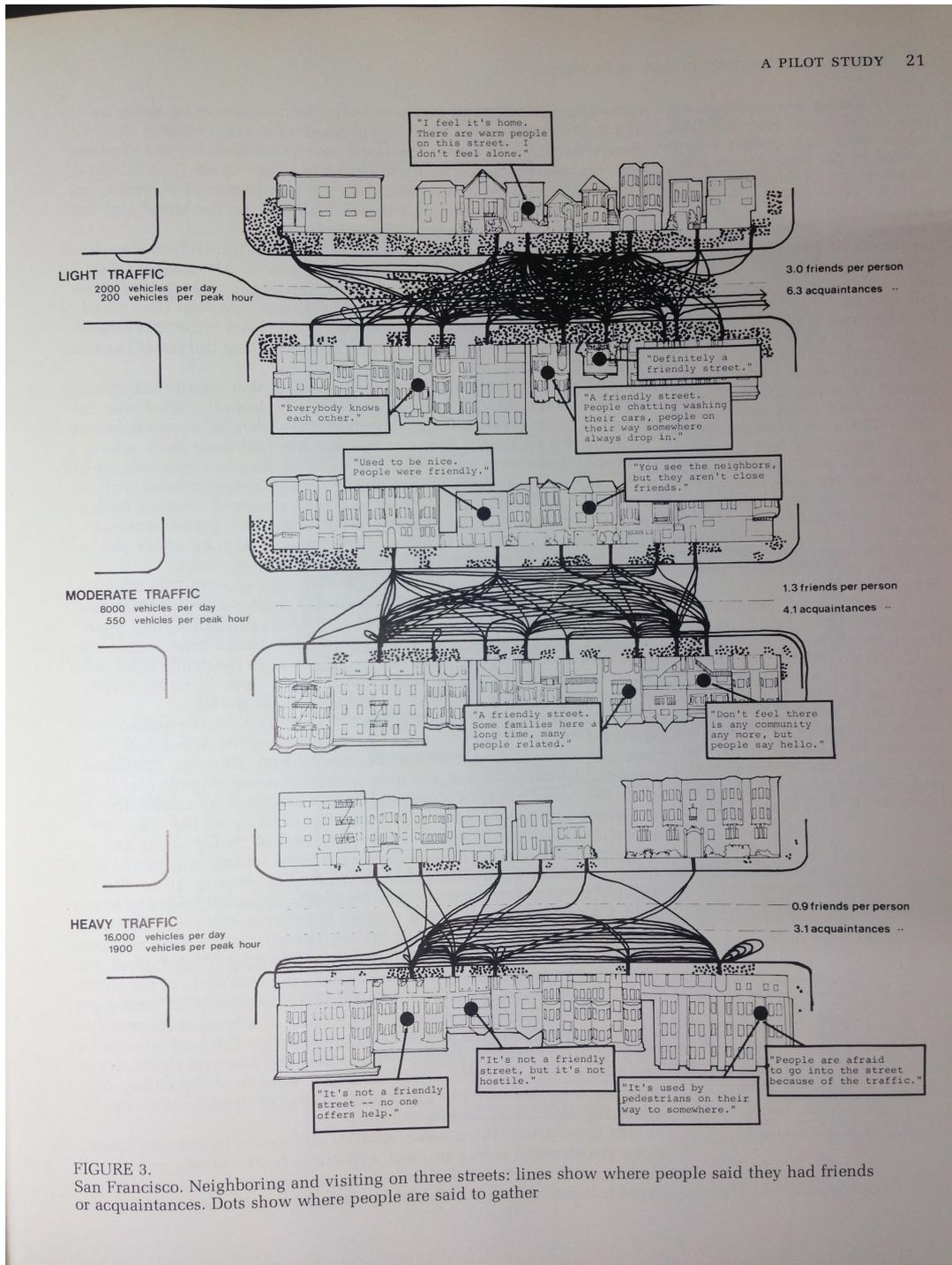
Fonte: APPLEYARD, 1981, p. 17.

Figura 20: Ruído, estresse e poluição nas três ruas.



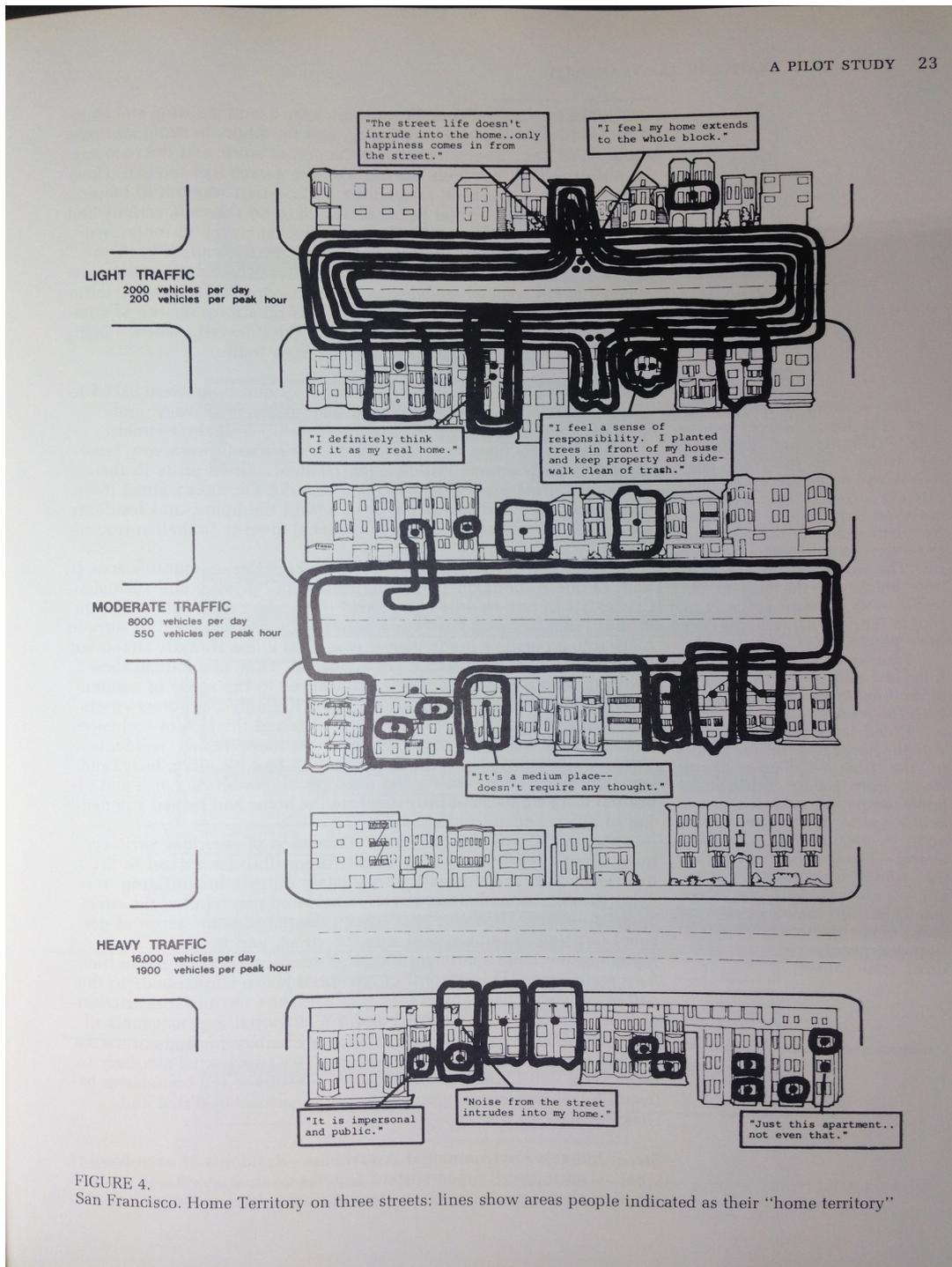
Fonte: APPLEYARD, 1981, p. 18.

Figura 21: Relações entre vizinhos nas três ruas: as linhas mostram onde as pessoas dizem ter amigos e conhecidos. Os pontos mostram onde as pessoas disseram se reunir.



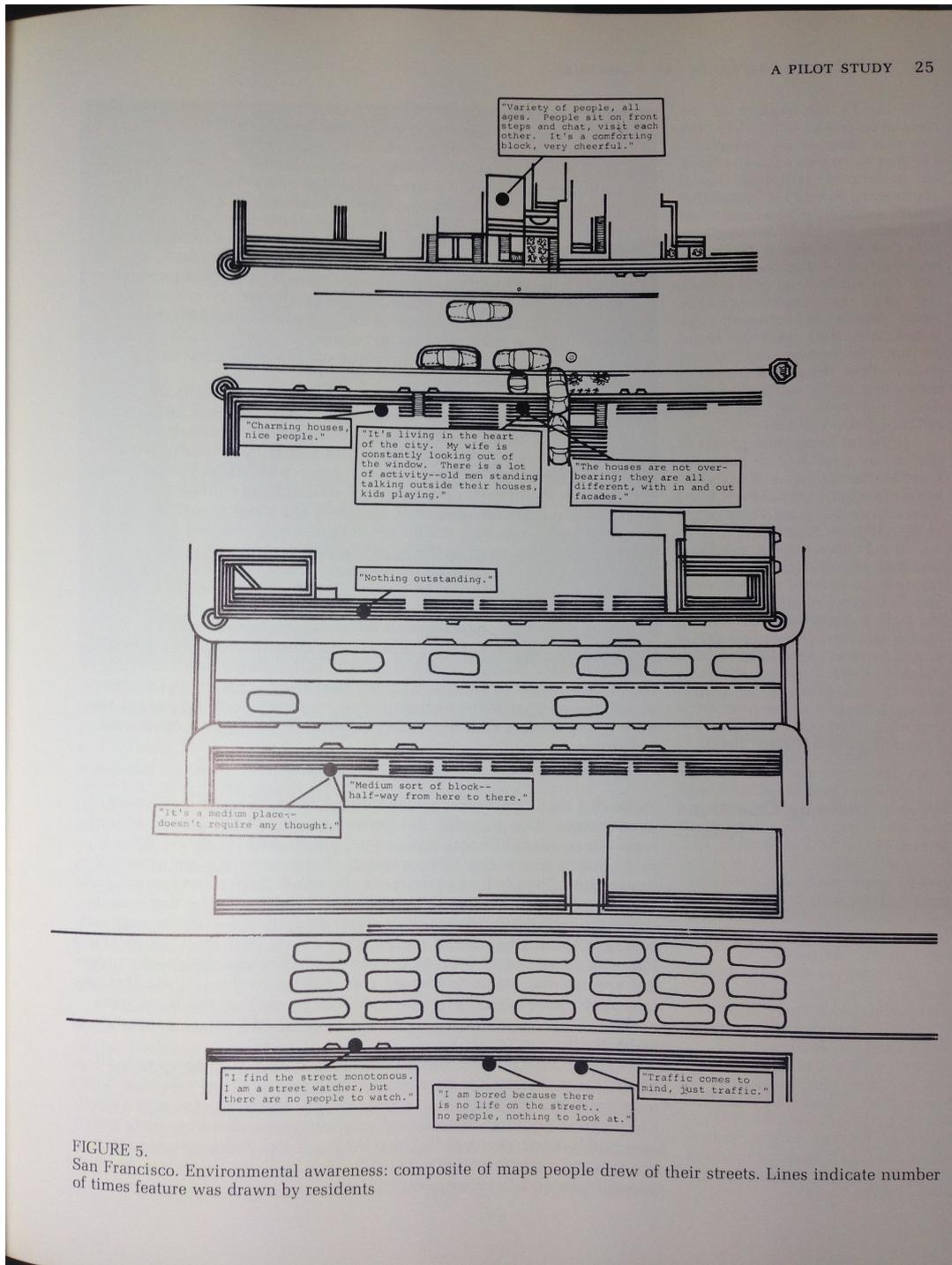
Fonte: APPLEYARD, 1981, p. 21.

Figura 22: Território da casa nas três ruas: as linhas mostram as áreas que as pessoas indicaram como “território da casa”.



Fonte: APPLEYARD, 1981, p. 23.

Figura 23: Consciência ambiental: composição de mapa a partir dos desenhos que os moradores fizeram de suas ruas. As linhas representam a quantidade de vezes que cada item apareceu nos desenhos.



Fonte: APPLEYARD, 1981, p. 25.

### 2.3 Jan Gehl e a *Brasilia Syndrome*

Jan Gehl, outro importante urbanista que estudou as relações das pessoas com os espaços públicos, diante de tantas observações acerca dos espaços que nem sempre atendem as necessidades reais daqueles que deveriam usufruí-los, propõe uma atuação conjunta entre especialistas e população. Para Gehl, as pessoas que são realmente capazes de pensar a complexidade dos espaços são os próprios moradores, por esse motivo os arquitetos não devem ser os protagonistas dos projetos de intervenção, mas sim aprender com o empirismo das pessoas para, enfim, ter a possibilidade de traduzir no projeto a cultura e os desejos de quem vive nesses espaços.

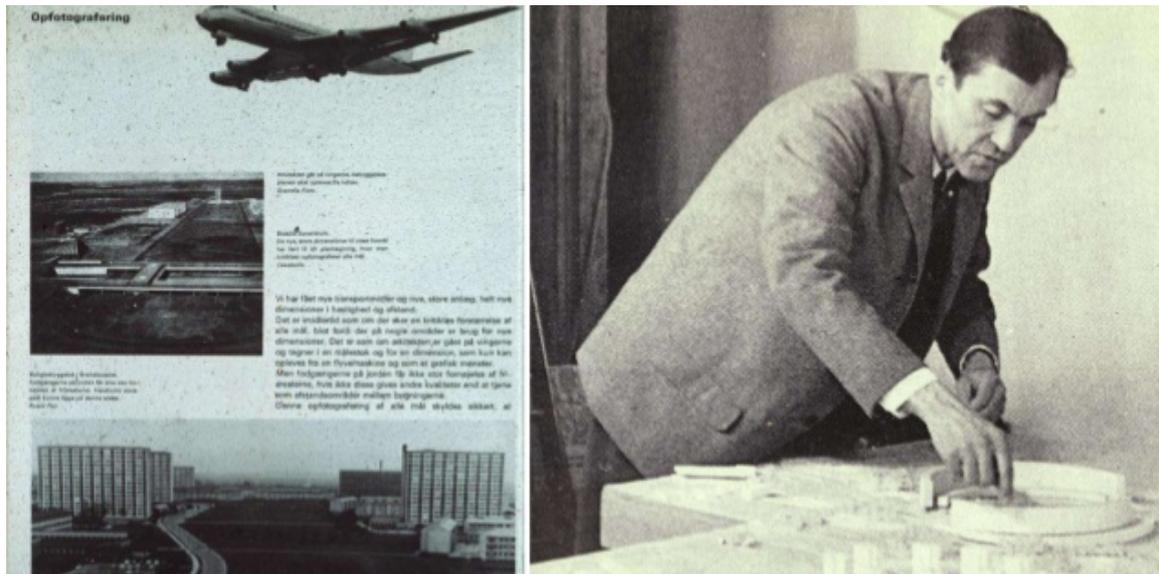
Crítico ferrenho do Modernismo, Gehl cunhou a expressão *Brasilia Syndrome* para designar o desejo recorrente dos arquitetos em planejar uma cidade, em dar forma a um conjunto de ruas, edifícios e espaços públicos pensados para existir e se articular no cotidiano das pessoas de uma forma determinada, livre de qualquer preexistência territorial. Para enfatizar essa predisposição de muitos arquitetos urbanistas ou mesmo gestores urbanos em conceber projetos para cidades, com planos grandiosos, e, muitas vezes, vistos de uma perspectiva superior, Gehl observa o comportamento de se olhar o espaço como se ele fosse uma maquete, ou seja, de cima, com cada coisa em determinado lugar, porém, sem pessoas.

Figura 24: Foto aérea de Brasília, 2003.



Fonte: <https://osmelhoresdestinos.wordpress.com/2015/04/22/brasil-brasilia/>.  
Acessado em 19/06/2016, às 10h46.

Figura 25: “The Brasilia Syndrome”- Planning from above.



Fonte: <http://www.slideshare.net/EMBARQNetwork/connecting-people-to-cities-henriette-vamberg>. Acessado em 19/06/2016, às 10h46.

Para Gehl, os arquitetos urbanistas não devem se deixar seduzir pelo objeto, tampouco pela vaidade de criar um espaços que tenha beleza inigualável, que seja reconhecido por sua excentricidade, mas que não dialogue com as pessoas. Nesse sentido, Gehl diz que os arquitetos não devem se deixar seduzir pela ideia de que podem construir um mundo tal qual os deuses, designando o que existe ou não existe, alterando situações e cursos do dia a dia de outras pessoas. Os moradores são os especialistas e, nesse sentido, os arquitetos urbanistas devem aprender a dialogar constantemente com a população, devem considerar suas ideias e sugestões, sobretudo, devem, compreender a riqueza cultural de cada espaço e comunidade onde irá intervir e atuar.

No princípio da vida nas cidades, as pessoas circulavam pelos espaços públicos por necessidade. Eram nas áreas públicas – ruas e praças – que se realizavam as atividades comerciais, as grandes festas, jogos e até mesmo algumas manifestações religiosas. Essa concentração de atividades e serviços foram sendo transferidas para espaços fechados e internos ao longo do tempo, supermercados, lojas etc. Com isso, os espaços públicos – entre fachadas – deixaram de ser prioritários e ficaram relegados a projetos administrados cidades.

A retomada do olhar sobre o espaço público se inicia já em meados do Século XX, ainda por um certo tipo de necessidade, mas também observando as novas dinâmicas de relações. No livro *Life Between Buildings*, Gehl destaca:

Greatly simplified, outdoor activities in public spaces can be divided into three categories, each of which places very different demands on the physical environment: necessary activities; optional activities, and social activities<sup>3</sup>.

(GEHL, 2011, p. 9)

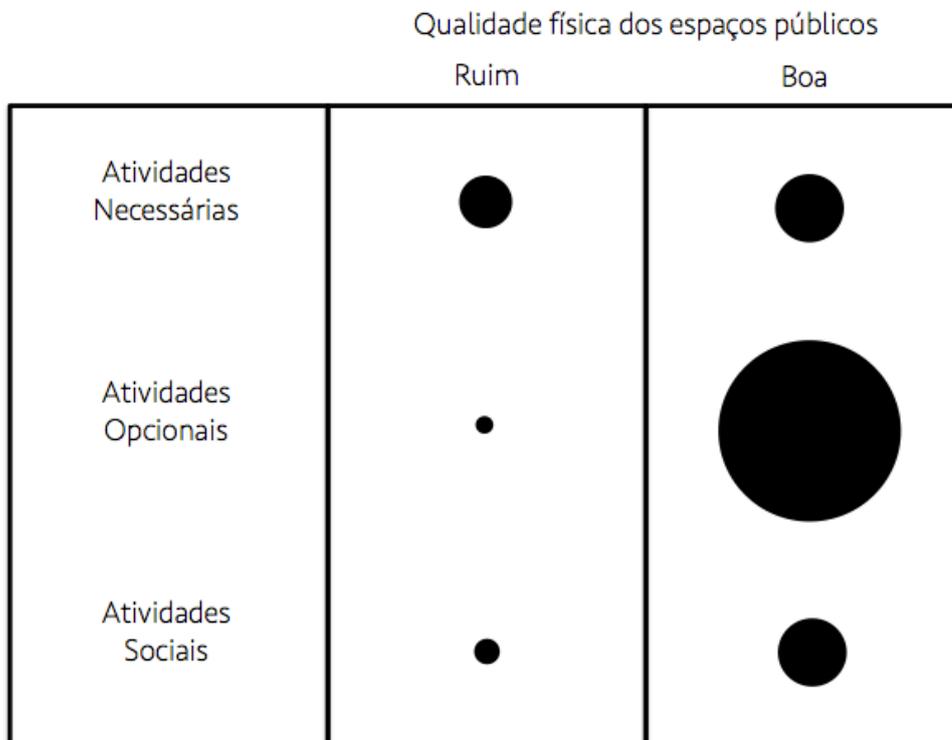
Para Gehl, as atividades necessárias são ainda aquelas ligadas a compras e ao deslocamento, como ir trabalhar, ir a escola, esperar por ônibus, entre outras. As atividades opcionais seriam aquelas que as pessoas realizam apenas quando desejam e possuem tempo para isso, como caminhar, sentar-se em banco de praça para observar a cidade, a paisagem etc. Essas atividades dependem mais das condições exteriores – como sol e chuva – e, em geral, são realizadas individualmente pelas pessoas. Por fim, as atividades sociais são as que levam as pessoas a necessariamente interagirem com outras pessoas, ou seja, só podem ser realizadas por mais de um indivíduo, como as brincadeiras entre crianças num parque, quadras ou campos de jogos, piqueniques, conversas, enfim, “atividades que ocorrem espontaneamente e têm como consequência direta a movimentação de pessoas num mesmo espaço” (GEHL, 2011, p. 12).

Analisando a relação entre essas atividades e a qualidade dos espaços públicos, Jan Gehl sintetizou os resultados no seguinte diagrama. Ele constatou que as atividades necessárias são realizadas pelas pessoas independentemente da qualidade do projeto do espaço público; as atividades opcionais ocorrem em maior volume apenas quando os espaços apresentam boa qualidade e, por fim, ele avalia que as atividades sociais também tender a ocorrer em maior frequência em bons espaços, mas não com a mesma intensidade das atividades opcionais.

---

<sup>3</sup> Muito simplificadamente, atividades ao ar livre nos espaços públicos podem ser divididas em três categorias, cada uma das quais com demandas muito diferentes sobre o ambiente físico: atividades necessárias; atividades opcionais, e atividades sociais. (Tradução livre de Marcelo Rebelo de Moraes)

Figura 26: Relação entre atividades pessoais e qualidade dos espaços.



Fonte: GEHL, 2011, p. 11.

## 2.4 Espaços públicos para seres humanos

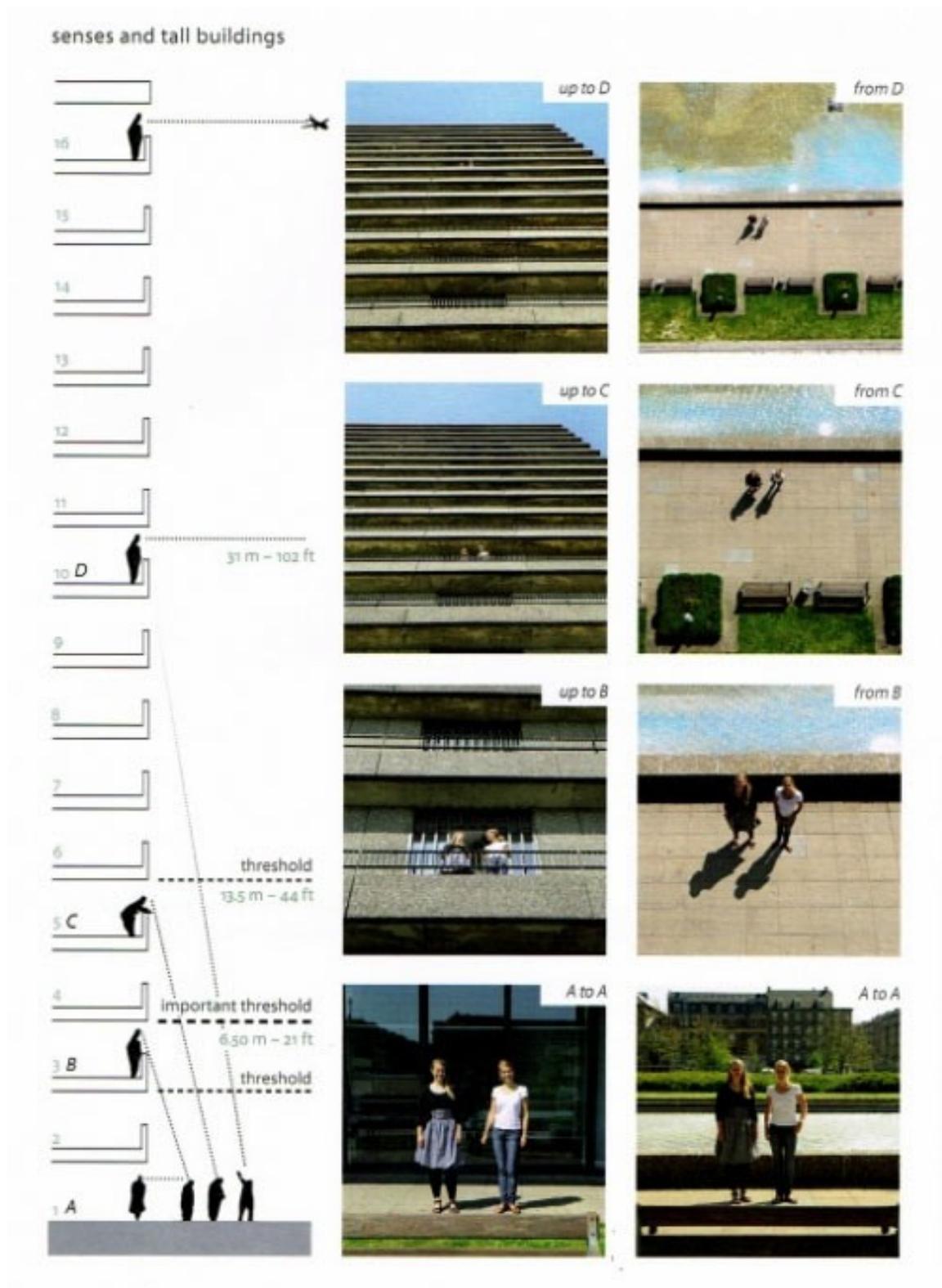
Pode parecer óbvio que os espaços públicos devem ser pensados e projetados para os seres humanos, mas a verdade é que, por muito tempo, isso não foi tão óbvio assim. Na história da arquitetura e urbanismo das cidade, tivemos projetos que privilegiaram os automóveis, os edifícios, as paisagens e as pessoas se adaptaram para usufruir desses espaços. Nas últimas décadas, porém, a ênfase no conformo do ser humano tornou-se objeto de estudo e até mesmo de ativismo de alguns profissionais.

David Sim, arquiteto e diretor de criação do escritório de Jan Gehl – Gehl Architects – constantemente afirma em suas palestras e entrevistas que hoje o ser humano conhece tudo sobre os pandas – sim, os ursos pandas –, conhece seus hábitos alimentares, hábitos de sono, comportamento, acasalamento, entre outros, mas conhece pouco sobre sua própria espécie. Sim avalia que temos pouco conhecimento sobre os seres humanos, desde questões físicas até comportamentais e, muitas vezes, os projetos de arquitetura e urbanismo não levam em conta a necessidade de se conhecer profundamente o ser humano no momento de projetar espaços.

Em alguns exemplos, Sim destaca que temos interpretações diferentes a partir da proximidade ou do distanciamento das pessoas. Quanto mais próximos, mais detalhes são percebidos. Nesse sentido, resgatando a ideia de Jan Gehl a respeito da Brasília Syndrome, Sim observa que ao olhar os projetos de arquitetura apenas da perspectiva superior, os projetistas perdem a percepção da escala humana.

Do mesmo modo, existem características humanas que estão ligadas ao instinto que deveriam ser incorporadas ao planejamento urbano e observadas nos projetos. Entre elas está o que Gehl chama de “the edge effect”, algo como “o efeito do limite”, que nada mais é do que a predisposição humana em se posicionar sempre nos cantos, nos limites das construções, em apoios que, de certo modo, trazem segurança e apoio para observar o restante do ambiente. Para ele, essa é uma característica instintiva, que vem da autodefesa humana, assim como a busca por comida, que reflete sobretudo a necessidade de alimentação por sobrevivência.

Figura 27: Percepção e altura dos edifícios.



Fonte: <http://www.placemakers.com/2011/12/30/the-next-urbanism/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h48.

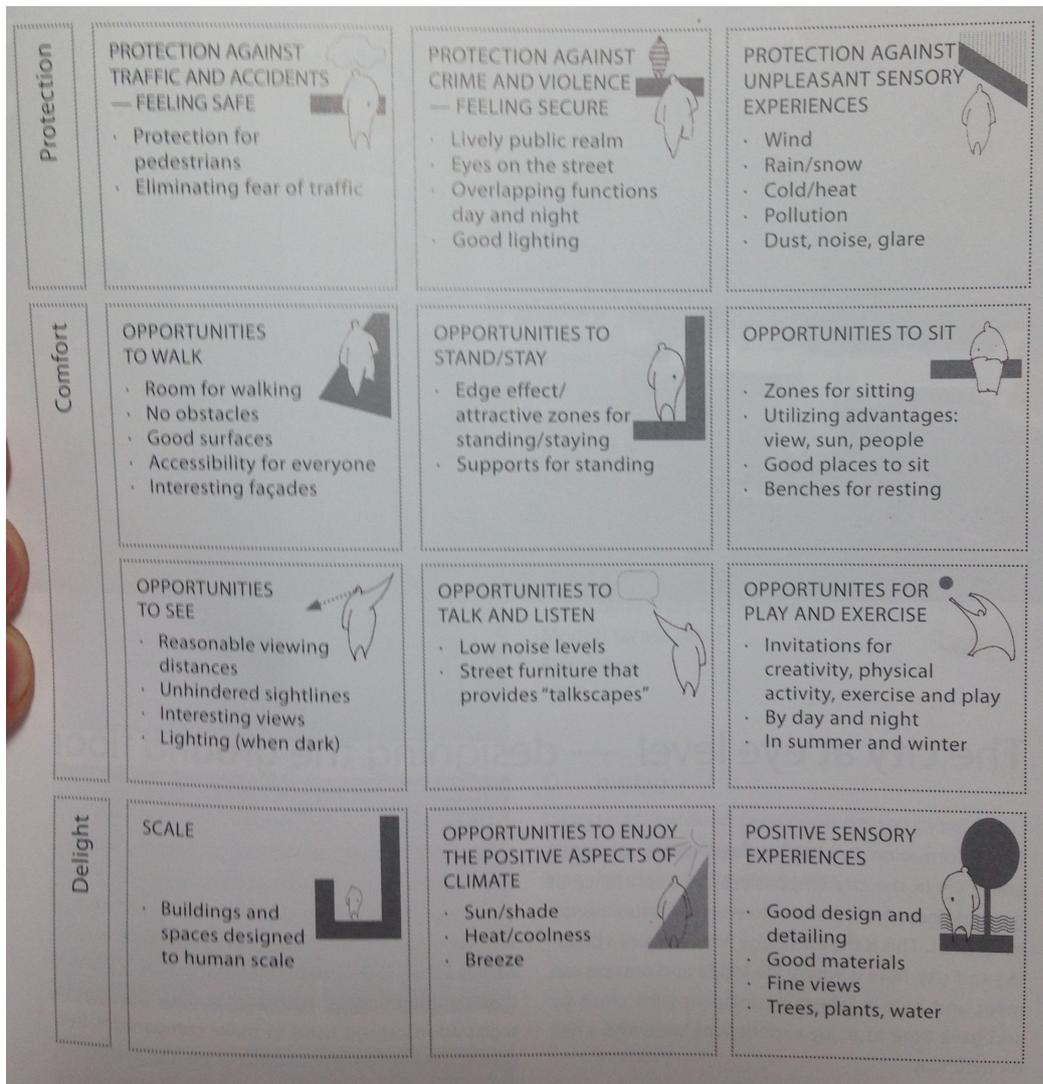
Figura 28: Efeito dos limites.



Fonte: <http://www.slideshare.net/SNEAPA2015/b4-exploring-new-paradigms-53119489>. Acessado em 19/06/2016, às 10h51.

Buscando garantir o maior nível de conforto para as pessoas, Jan Gehl e demais arquitetos do Gehl Architects estabeleceram 12 critérios básicos para os projetos urbanos, divididos em três categorias: 1.) Proteção – contra acidentes de trânsito, contra crimes e violência, contra experiências sensoriais desagradáveis, como calor, chuva, vento; 2.) Conforto – oportunidades para caminhar, para ficar parado em algum lugar, para se sentar, para observar o espaço e a paisagem, para conversar e ouvir, para jogar e se exercitar; 3.) Prazer – em relação à escala construída; a partir de oportunidades de se divertir e se expor a aspectos climáticos prazerosos, como o sol e a brisa; por proporcionar experiências sensoriais positivas, como bons materiais empregados na construção, existência de árvores, espelhos d'água etc.

Figura 29: Diagrama dos 12 critérios para a realização de um projeto urbano.



Fonte: GEHL, 2010, p. 239.

Em relação ao conforto e a segurança proporcionados a partir de algumas soluções de tráfego e trânsito, em 2013 o Departamento Nacional de Trânsito dos EUA publicaram um guia para orientar essas relações, o *Urban Street Design Guide*. Nesse guia, eles avaliam o campo de visão dos motoristas em alguns níveis de velocidade e resultados demonstram que velocidades maiores comprometem os reflexos e a amplitude de observação do espaço.

Figura 30: Campo de visão do motorista a partir da velocidade do carro.



Fonte: NACTO, 2013, p. 140.

Os guias anteriores, das décadas de 1960 e 1970, não tinham um capítulo específico sobre os pedestres, eram realmente voltados aos automóveis, logo o planejamento e os projetos das ruas não davam aos pedestres a prioridade necessária. Nessas novas versões – o Departamento publicou um guia específico para ruas e outro específico para ciclovias – há parâmetros que levam em conta todos os aspectos e usuários das ruas. E a própria semântica demonstra a mudança de paradigma adotada, pois em todas as propostas o que se designa é: pessoas nas ruas, pessoas nos ônibus, pessoas em cadeiras de rodas, pessoas em automóveis –

independentemente do meio de locomoção todos que se deslocam são pessoas. Desse modo, o que o guia propõe é desenhar ruas completas, que possam proporcionar segurança e conforto a todos.

Figura 31: Pessoas e modais de transporte.



Fonte: <http://globaldesigningcities.org/publication/global-street-design-guide/streets/street-users/>. Acessado em 19/06/2016, às 10h57.

Já a equipe do Active Design, do Department of City Planning de Nova York, propõe uma visão mais profunda sobre a experiência sensorial que os pedestres têm especialmente nas calçadas e, para eles, as calçadas vão muito além dos pisos e do espaço que dividem a edificação da rua. O olhar sobre a calçada deve ser feito por todas as perspectivas: de baixo, de cima, dos lados – direito e esquerdo. A partir desse conceito, a percepção é ampliada e as questões que envolvem a dinâmica urbana têm ganhos importantes.

Na Figura 32, observamos que essas perspectivas levam em consideração a escala humana, o conforto das pessoas e suas necessidades de segurança, lazer e prazer. Essa é a grande chave do projeto: quais são as perspectivas e os elementos nas escalas em que as pessoas estão?

Figura 32: Perspectiva do pedestre para composição dos quatro planos do projeto.

PROLOGUE

Judging from the pedestrian perspective, the sidewalk is conceptualized as a room with four planes.



-  Ground Plane
-  Roadside
-  Building Wall
-  Canopy



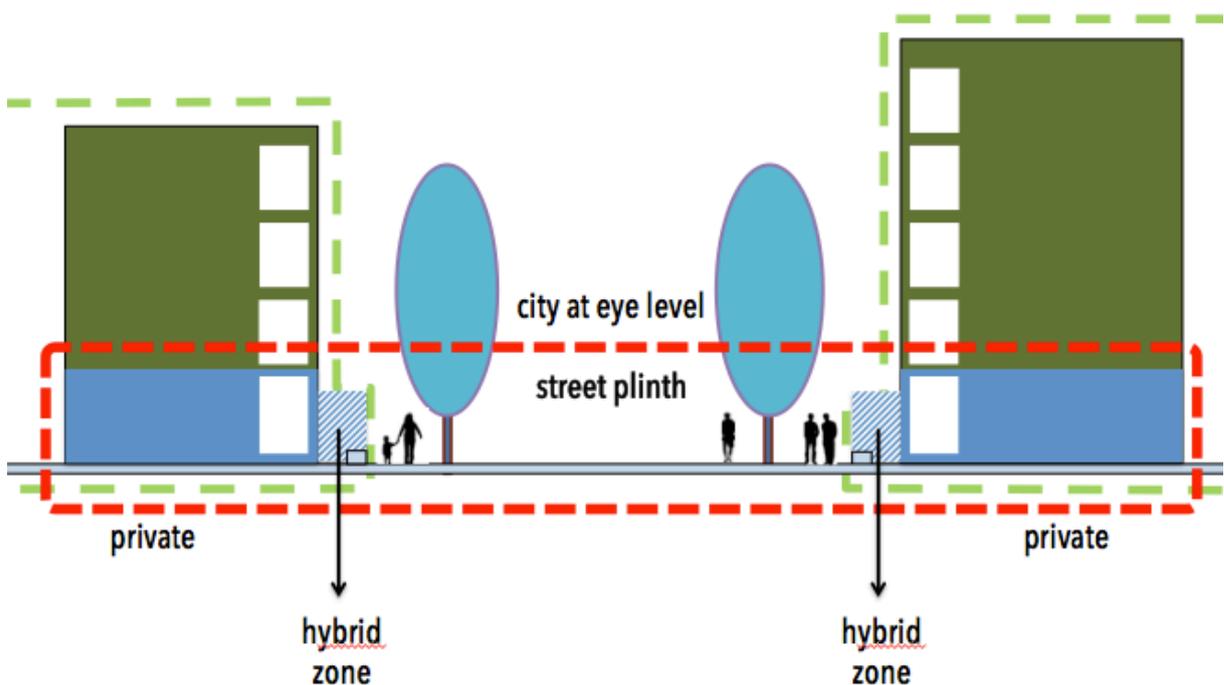
Fonte: Active Design: Shaping the sidewalk experience, 2013, p. 9.

A questão da escala humana também foi bastante estudada pelos arquitetos holandeses Meredith Glaser, Mattijs van 't Hoff, Hans Karssenbergh, Jeroen Laven e Jan van Teeffelen, e reunidas no livro *The City At Eye Level*, onde eles propõem a

realização de um trabalho diferenciado daquilo que chamam de rodapé dos edifícios (*street plinths*), ou seja, o piso térreo ou, no máximo, os primeiros andares.

Segundo esses pesquisadores, o espaço existente entre uma fachada e outra correspondem a uma zona híbrida que deveria ser planejada de forma completamente diferente do restante do edifício, pois de acordo com os levantamentos que fizeram esse nível de 10% do edifício determina 90% da experiência sensorial das pessoas.

Figura 33: Croqui esquemático da *Street Plinth*.



Fonte: Stipo, 2012, p 82.

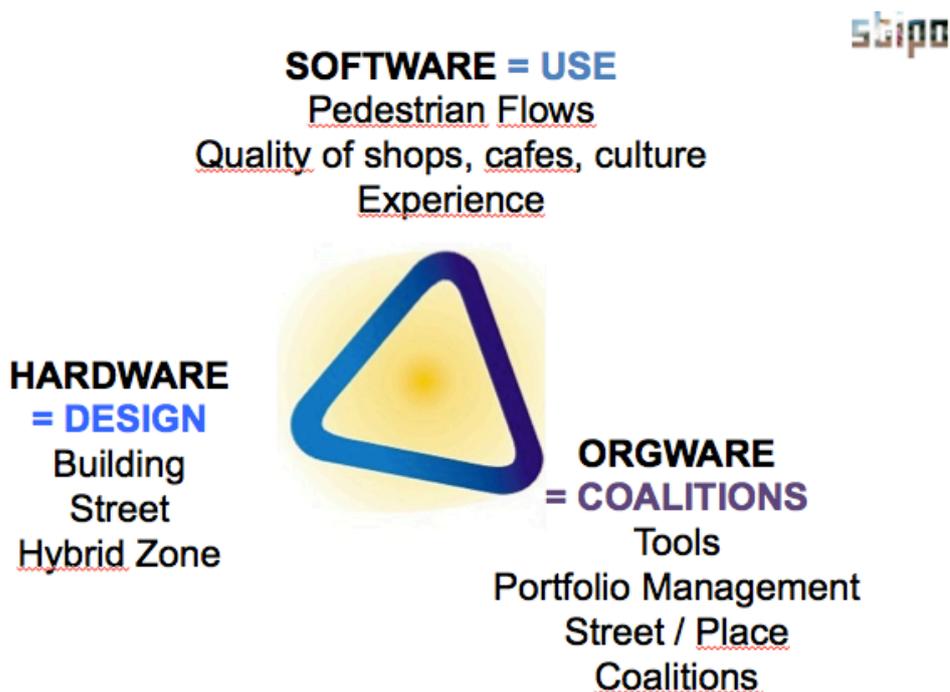
Diante de tamanha importância, podemos refletir que os térreos dos prédios não devem ser projetados apenas por arquitetos, pois a arquitetura não tem conhecimento para propor esse espaço, que é muito mais dinâmico e poderiam ser pensados como se fossem shoppings centers, a partir de uma estrutura de fachadas ativas, em que as ruas e as calçadas pudessem combinar necessidade de deslocamento, atividades comerciais, lazer, entretenimento, entre outros. Os shoppings mesclam várias atividades de uso, como café, restaurantes, cinema,

lojas. E essas lojas possuem tamanhos variados, o que também poderia ser pensado para a dinâmica do térreo das ruas.

Se tal estratégia fosse adotada, a proposta que é que ele fosse pensado em rede, isto é, por todos os donos de edifícios da rua, em alguma espécie de associação, já que a calçada é pública, mas os edifícios são privados. Logo, esse desenho exige diálogo e é importante que nessa associação os moradores também estejam representados.

Para ilustrar a complexidade dessa perspectiva entre público e privado eles compõem um diagrama que define três instâncias do projeto urbano como: *hardware*, *software* e *orgware*. O *hardware* é o que compõe a parte física; o *software*, as experiências pessoais, as triangulações humanas; e o *orgware*, é justamente a função que organiza todos esses elementos em conjunto.

Figura 34: Diagrama das três instancias: *hardware*, *software* e *orgware*.



Fonte: Stipo, 2015.

Nessa dinâmica, todo projeto urbano deve ser pautado pela interação com a população. O urbanista deve assumir esse papel de mediador do diálogo para que todas as partes se articulem de forma igualitária, considerando os desejos e necessidades das pessoas da mesma forma que são consideradas as soluções técnicas e de desenho.

Uma das organizações que mais acumula experiências bem-sucedidas na implantação de projetos urbanos por meio do desenvolvimento de um diálogo direto com a população é a Project for Public Spaces, uma ONG coordenada por Fred Kent. Duas brasileiras, Jeniffer Heemann e Paola Caiuby Santiago, estagiaram nessa ONG nos EUA e traduziram para o português o livro *Guia do Espaço Público – Para Inspirar e Transformar*.

Nesse guia, uma espécie de manual para atuar no espaço público, são elencadas uma série de premissas que devem ser levadas em consideração na elaboração do projeto e também na gestão do espaço. Essas premissas compõem o que os autores chamam de *Placemaking*, isto é, uma metodologia de intervenção no espaço público em que planejamento, implantação de projeto e participação popular se dão de forma conjunta. A ideia é estimular uma maior interação entre as pessoas e proporcionar mais qualidade aos espaços onde elas convivem – parques, praças, ruas, calçadas etc. Entre as principais premissas estão:

- O especialista é a comunidade: é preciso identificar as lideranças, as pessoas talentosas e dispostas da comunidade a trabalhar pelo projeto, assim como é importante compreender qual é a visão delas sobre o espaço.
- Vá além do design, crie um lugar: crie um lugar onde as pessoas realmente queiram ficar e se sintam à vontade; não crie algo que seja só bonito e que não tenha funcionalidade.
- Encontre parceiros: identifique as empresas, instituições e organizações presentes no bairro onde o espaço está localizado e crie parcerias.
- Simples, rápido e barato: comece o projeto fazendo melhorias que possam ser rapidamente executadas e que custem pouco, observe como as pessoas reagem a elas e efetive as melhorias ou faça adequações.

- Sempre dizem “não pode ser feito”: tudo o que nunca foi feito encontra resistência, seja ainda mais resistente, faça e use as informações coletadas sobre o espaço para defender o projeto e a implantação permanente.
- A forma deve dar suporte à função: primeiro defina a função dos espaços e seus objetivos, depois pense no design.
- Você nunca termina: não existe projeto terminado, esteja sempre aberto a mudanças, adaptações, novas funções.

Reunindo essas e outras premissas, o que os pesquisadores concluem é que um espaço bem sucedido, que atende às necessidades e desejos das pessoas, feito para as pessoas, deve ser composto de atributos chaves (sociabilidade, usos e atividades, acessos e conexões, conforto e imagem), além de atributos intangíveis e atributos mensuráveis. Todos esses atributos compõem um diagrama completo que, segundo esses pesquisadores, devem guiar o urbanista em suas intervenções nos espaços públicos.

Figura 35: Atributos para um espaço público de sucesso.



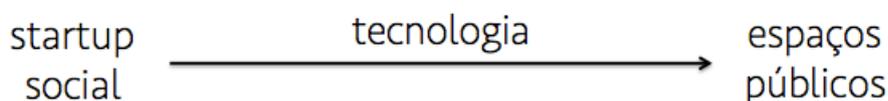
Fonte: HEEMANN, 2015, p. 20.

Todas essas referências práticas e teóricas guiaram a composição da metodologia de trabalho criada por nós para a CrowdPlaces. Nos capítulos a seguir, demonstraremos como o posicionamento deste negócio social se articula para mediar a revitalização de praças, dialogando com a população, o poder público e a iniciativa privada. A partir das boas experiências apresentadas, temos colocado em prática ideias e soluções pensadas para que tenhamos o melhor resultado com o menor custo possível. Dessa forma, planejar e construir cidades, naquilo que está sob o âmbito do nosso papel, colocar em prática e encontrar soluções, se torna algo contínuo e retroalimentado que, a longo prazo, tende a produzir mudanças na cultura do uso, gestão e conservação dos espaços públicos.

### 3. TECNOLOGIA E ESPAÇOS PÚBLICOS

Como apresentamos no capítulo 1, a CrowdPlaces é uma *startup* social que utiliza tecnologia para atuar na revitalização e conservação dos espaços públicos. Isso significa que em nossos processos de trabalho e na proposição de soluções empregamos recursos tecnológicos para minimizar o desperdício de tempo e recursos.

Figura 36: Esquema de negócio da CrowdPlaces.



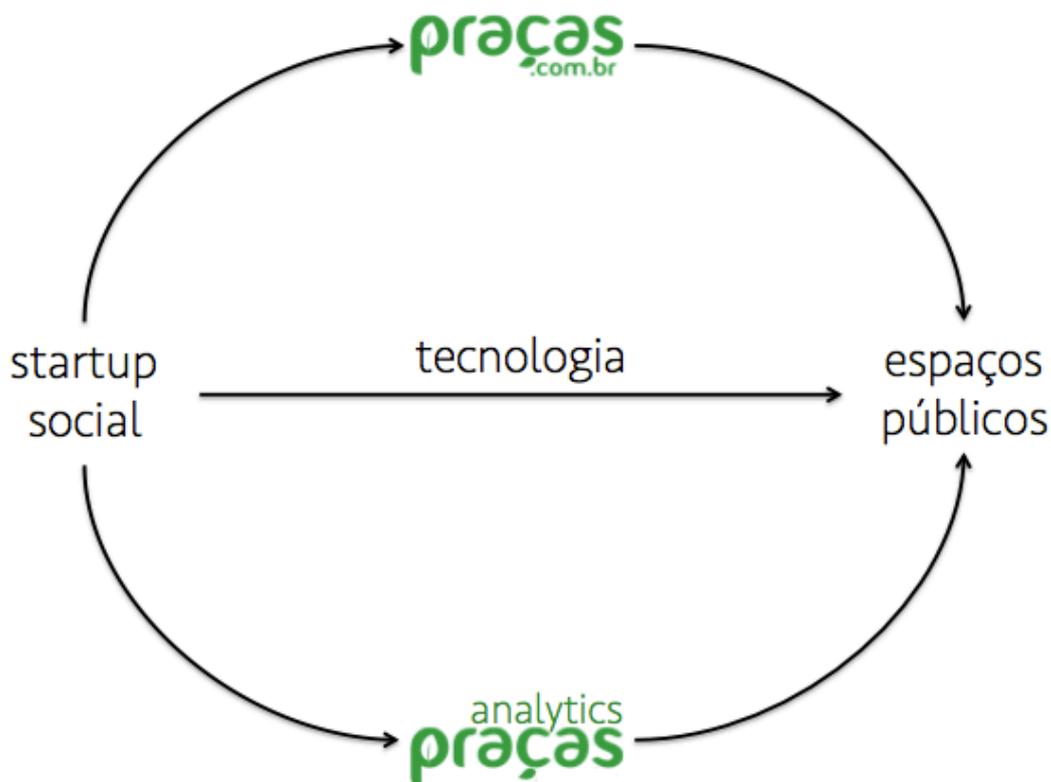
Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Nesse sentido, a CrowdPlaces desenvolve e emprega tecnologia em duas importantes vertentes: cidades inteligentes e cidadãos inteligentes. Isso significa que, para nossa atuação, é necessário não só criar espaços melhores e que proporcionem mais qualidade de vida às pessoas, mas, sobretudo, é fundamental proporcionar ferramentas que incentivem a participação do maior número possível de cidadãos, de forma contínua e crítica.

Assim, para auxiliar a implementação do projeto de revitalização das praças, foram desenvolvidas duas ferramentas tecnológicas voltadas a coletar e organizar dados e, ainda, proporcionar participação popular. São elas: **Praças.com.br** e **Praças Analytics**. Por meio dessas ferramentas, é possível planejar intervenções de forma adequada e gerenciar os espaços a partir de uma interação bem estabelecida com a população.

Ambas as ferramentas foram construídas a partir do conceito de *Placemaking*, em que o desenho do projeto, sua implantação e gestão são realizados por meio de um processo de interação que envolve a população, empresas, poder público, entre outros. Dessa forma, a CrowdPlaces atua não só no desenvolvimento e desenho do projeto, mas também na mediação das soluções, especialmente no pós-obras, quando é a boa gestão do espaço que irá garantir sua vitalidade e longevidade.

Figura 37: Ferramentas tecnológicas empregadas pela CrowdPlaces.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

### 3.1 Praças.com.br

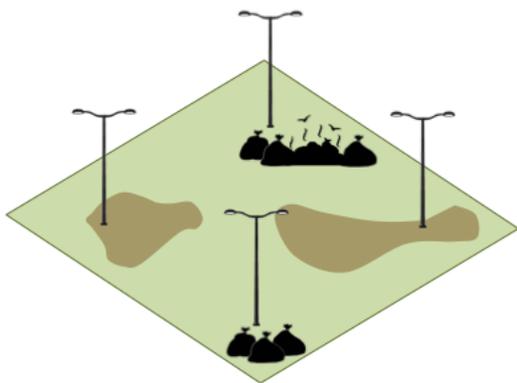
O Praças.com.br é uma ferramenta focada em participação popular, seja no momento de planejamento da intervenção no espaço, seja na gestão desse espaço. Num processo convencional, em geral o poder público elege as áreas que receberão intervenções, revitalizações a partir de um orçamento pré-determinado, durante um período organizado e a partir de um projeto aprovado. Esse projeto pode ser realizado pelo próprio poder público ou, a pedido dele, pode ser concebido por escritórios de arquitetura em contratos específicos ou por meio de concursos públicos.

Nesse contexto, a grande maioria da população não toma conhecimento do projeto durante sua elaboração e execução. A aprovação do projeto é feita exclusivamente pelo poder público e, mesmo que haja uma apresentação à população, dificilmente ela atinge um grande número de pessoas.

Tomemos como exemplo a revitalização da Praça Roosevelt, no centro da cidade de São Paulo. Seu último projeto de intervenção foi desenvolvido por meio de

um concurso público que, sem dúvida, teve repercussão, porém para um grupo restrito de pessoas e não para a grande massa de pessoas e moradores da região. O projeto em si só se tornou de amplo conhecimento depois da finalização das obras, quando os tapumes foram retirados e a praça aberta ao público.

Figura 38: Espaço público degradado.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Figura 39: Tapumes isolam a intervenção. Sem ampla divulgação, as pessoas não conhecem o projeto.

Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Nesse modelo tradicional de intervenção são investidos tempo e recursos sem que haja certeza sobre a receptividade do projeto, pois a participação da população fica restrita às grandes divulgações na imprensa – as quais não têm medição de retorno – e às audiências públicas – que podem ou não ter a presença dos moradores e do público interessado. No caso específico do projeto da Praça Roosevelt foram investidos em torno de R\$ 50 milhões e as obras duraram aproximadamente 4 anos. Assim que a praça foi disponibilizada para o público, surgiram uma série de críticas, reclamações e reivindicações da população sobre o projeto.

Para citar apenas um exemplo, dentre as reivindicações dos moradores sobre a Praça Roosevelt estava a construção de uma pista de skate para os jovens. No projeto esse equipamento não havia sido considerado e, para construí-lo, a prefeitura teve de investir mais tempo e recursos. Seis meses depois de entregue, o projeto de revitalização já passava por uma nova intervenção, que talvez pudesse ter sido evitada se o processo tivesse sido outro.

Figura 40: Praça Roosevelt, 2012.



Fonte: <http://www.motionavanhandava.com.br/images/regiao/pcroos/pcroos1.jpg>.  
Acessado em 19/06/2016, às 11h04.

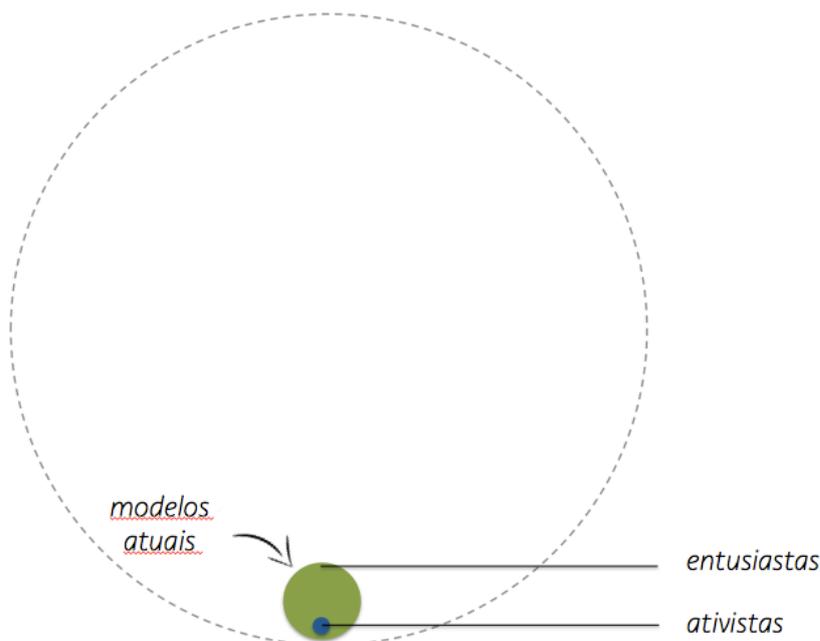
Figura 41: Projeto de revitalização da Praça Roosevelt não contemplava a construção de uma pista de skate.



Fonte: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/01/moradores-reclamam-de-skatistas-por-deterioracao-da-praca-roosevelt.html>. Acessado em 19/06/2016, às 11h04.

Hoje os processos participativos são basicamente realizados por meio de audiências públicas e temos, nesse cenário, alguns tipos de participação que podem ser resumidos em: 1. Ativistas: que compõem uma parcela pequena da população que participa constantemente dos eventos relacionado à cidade, mesmo que esses eventos ocorram em locais e horários difíceis para ele; 2. Entusiastas: um grupo um pouco maior de pessoas que se interessam pelos temas e apoiam a discussão, mas que em virtude das agendas, não comparecem aos eventos e reuniões; 3. Não participantes: esse terceiro e grande grupo reúne a população em geral que não participa dos processos de audiência pública e que, muitas vezes, sequer chega a ter conhecimento dos eventos.

Figura 42: Modelo atual de processos participativos.



Fonte: CrowdPlaces, 2016. (conceito adaptado da empresa MetroQuest).

Nesse modelo, a maior parte da população não consegue se expressar tampouco participar dos processos de decisão sobre a cidade, o que dificulta a interação e a criação de vínculos entre as pessoas e os espaços públicos construídos e requalificados, pois não há como se apropriar de algo que não se conhece. Isso compromete as relações de uso desses espaços – sejam eles parques, praças, ruas ou calçadas – e também a conservação de seus ambientes e equipamentos.

Nosso intuito aqui não é encontrar culpados para situações como a da Praça Roosevelt ou como a de tantos outros espaços em todo o país, mas chamar a atenção para a arbitrariedade desse processo dispendioso e pouco efetivo. Como alternativa, nossa proposta é transformar o modo como os projetos são desenvolvidos e articulados com a população a partir do uso de ferramentas tecnológicas. Por isso, o Praças.com.br agrega comunicação e processos participativos de forma rápida e online, propiciando um novo modelo para gerir as sugestões, críticas e reivindicações da população.

Hoje cerca de 36,8 milhões dos domicílios brasileiros têm acesso à internet<sup>4</sup>. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 80,4% dessa população acessa a internet por meio de telefones celulares<sup>5</sup>. Diante desses dados, e tendo em vista que o uso da internet no país só tende a crescer, é perfeitamente possível criar processos de participação por meio de plataformas online. Por isso, a CrowdPlaces está focada em criar um processo participativo em que seja possível atingir a massa da população por meio de um ambiente digital inteligente e confortável, de fácil acessibilidade, que permita que as pessoas interajam de qualquer lugar, da maneira como preferir, no horário em que puder, sem dispendir uma grande quantidade de tempo.

Se num evento presencial – como uma audiência pública, por exemplo – as pessoas precisam comparecer um determinado local numa determinada hora para tomar conhecimento e poder opinar sobre as propostas de intervenção, no ambiente online, ao estipular um tempo de 3 a 7 dias, por exemplo, para que a população possa se manifestar, cada pessoa tem a liberdade de acessar a plataforma como puder, no horário que puder, mais de uma vez, e manifestar sua opinião de forma rápida, eficiente e isenta, avaliando os prós e contras dos projetos. As pessoas também podem sugerir novas propostas e apresentarem as soluções e os problemas que julgarem necessários sem as limitações.

Para elaborar a plataforma do Praças.com.br, nos inspiramos na tecnologia desenvolvida por uma série de plataformas ao redor do mundo e em especial pela empresa americana MetroQuest, e adaptamos a linguagem para atender a um público irrestrito – jovens, adultos e idosos – de ambos os gêneros e de qualquer

---

<sup>4</sup> PNAD, 2014. Portal Brasil (Governo Federal). Acesso em 15/06/2016, às 11h24. <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95753.pdf>. p. 28.

<sup>5</sup> PNAD, 2014. Portal Brasil (Governo Federal). Acesso em 15/06/2016, às 11h24. <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95753.pdf>. p. 29.

classe social. Criamos também uma série de funcionalidades voltadas à análise dos espaços públicos com os quais queremos trabalhar, as praças, e testamos a participação para o conhecimento das propostas, por meio de conteúdos explicativos, votação e escolha entre alternativas de implantação e também para avaliação de obras, serviços e execuções dentro do projeto.

Para participar, cada pessoa se cadastra na plataforma Praças.com.br e diz sobre quais projetos de intervenção quer participar, pois é possível opinar e interagir com projetos de mais de uma praça. A partir daí, a plataforma se torna um ambiente de interação e comunicação com as pessoas. Para que o processo seja contínuo e rápido, as perguntas são feitas em etapas e as pessoas cadastradas podem acompanhar o processo por toda sua evolução.

Entre as informações disponibilizadas para a tomada de decisão por parte das pessoas estão desenhos dos projetos, cronograma de execução e previsão orçamentária. Esse conjunto de dados permite escolhas mais conscientes e pautadas por prioridades.

Figura 43: Plataforma Praças.com.br.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

A partir de modelo participativo de intervenção nos espaços públicos é natural que os processos de gestão ocorram também por meio de sistemas que privilegiem o diálogo e a interação com as pessoas. Na etapa seguinte, pós-revitalização, o trabalho em conjunto parte para uma outra avaliação do espaço, buscando soluções de programação esportiva e cultural que atenda aos anseios da comunidade.

Hoje, o poder público tem pouco estrutura para receber espaços revitalizados e dar continuidade à gestão por esse tipo de processo, especialmente em relação à manutenção da infraestrutura e ao gerenciamento de uma agenda positiva para o espaço. Essas atividades requerem equipes e equipamentos e, diante de tantas outras demandas, tais ocupações podem não estar entre as principais prioridades.

Por esse motivo, a proposta da CrowdPlaces é que além da revitalização a gestão do espaço também possa ser feita pela *startup*, consolidando sua vocação como negócio social e promovendo uma interação entre as pessoas e os espaços públicos na gestão de suas atividades. Assim, na plataforma Praças.com.br, quando a pessoa se cadastra é criado um perfil de usuário e ela se torna “amiga” da praça. Todos os amigos dessa praça passam a interagir na plataforma e criam uma rede social específica para este espaço público. Isso facilita o diálogo entre a vizinhança e a assertividade das ações que podem ser desenvolvidas.

O espaço das praças é cada vez mais desejado como espaço de lazer, esporte e cultura pelas pessoas. Logo, não podem ser pensados apenas como espaços de estar. É preciso congrega as pessoas com aulas de ginástica ao ar livre, atividades socioeducativas com crianças, cursos de artesanato e aulas de trabalhos manuais, shows, entre tantas outras sugestões que recorrentemente são dadas pelas comunidades.

Para congrega todas essas informações, a plataforma possui áreas específicas para cada item de interação e gestão: A Praça, O Projeto, Amigos, Agenda, Zeladoria e Parceiros. Cada item irá detalhar e reunir as sugestões, as definições e problemas que possam vir a surgir durante o andamento. Dessa forma, fica garantida a comunicação constante, ininterrupta e permanente, que permite aos moradores fiscalizar, em tempo real, o que acontece no dia a dia da praça.

Figura 44: Exemplo de funcionalidade da plataforma – Blog.



Fonte: CrowdPalces, 2016.

Figura 45: Exemplo de funcionalidade da plataforma – Fórum.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Figura 46: Exemplo de funcionalidade da plataforma – Agenda Colaborativa.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Em uma programação tão completa como essa, a questão da viabilização financeira para a implantação e gestão do espaço e dos projetos é algo extremamente importante. E, neste modelo desenhado pela CrowdPlaces, as fontes de recursos – humanos e monetários – estão ajustadas por meio de parcerias público-privadas, por meio de patrocínio diretos, parcerias de trocas de serviços e ações voluntárias. Não há apenas uma forma de fazer algo acontecer e, se queremos cidades inteligentes, precisamos ter soluções criativas.

A gestão e prospecção desses recursos está no escopo de trabalho da CrowdPlaces, que é quem media, executa e gerencia esses contratos. Os balanços, porém, devem ser públicos e transparentes para que tanto os parceiros como a própria comunidade envolvida possa fiscalizar a aplicação correta dos recursos.

Contudo, vale lembrar que, como dito na Introdução desta monografia, o sucesso deste negócio social é medido em duas vertentes – a geração de lucro que viabilize a auto-sustentação do negócio e o impacto social que ele gera na comunidade em que atua.

### 3.2 Praça Analytics

A ferramenta tecnológica Praça Analytics compõe instrumentos de leitura sobre espaço público, a partir de uma série de dados sobre o uso e situação do espaço. A metodologia desenvolvida pela CrowdPlaces foi inspirada no modelo do Google Analytics. Na experiência do Google, a ferramenta apresenta dados completos sobre a navegação dos usuários em sites da internet. No caso dos espaços públicos e especialmente das intervenções em praças, a ideia é ter instrumentos que sejam capazes de mensurar o maior número de informações sobre os espaços públicos.

Em 1970, Willian Whyte realizou uma pesquisa sobre as praças de Nova York. Na época, sem recursos tecnológicos, passava-se o dia todo observando a praça, marcando quando as pessoas chegavam, quando saíam, quanto tempo permaneciam em pé, quanto tempo sentados, onde se concentravam mais, quais eram os horários de pico e assim por diante, até compor um diagnóstico completo dos usos do espaço.

Figura 47: Willian Whyte.



Fonte: WHITE, 1980, p. 18.

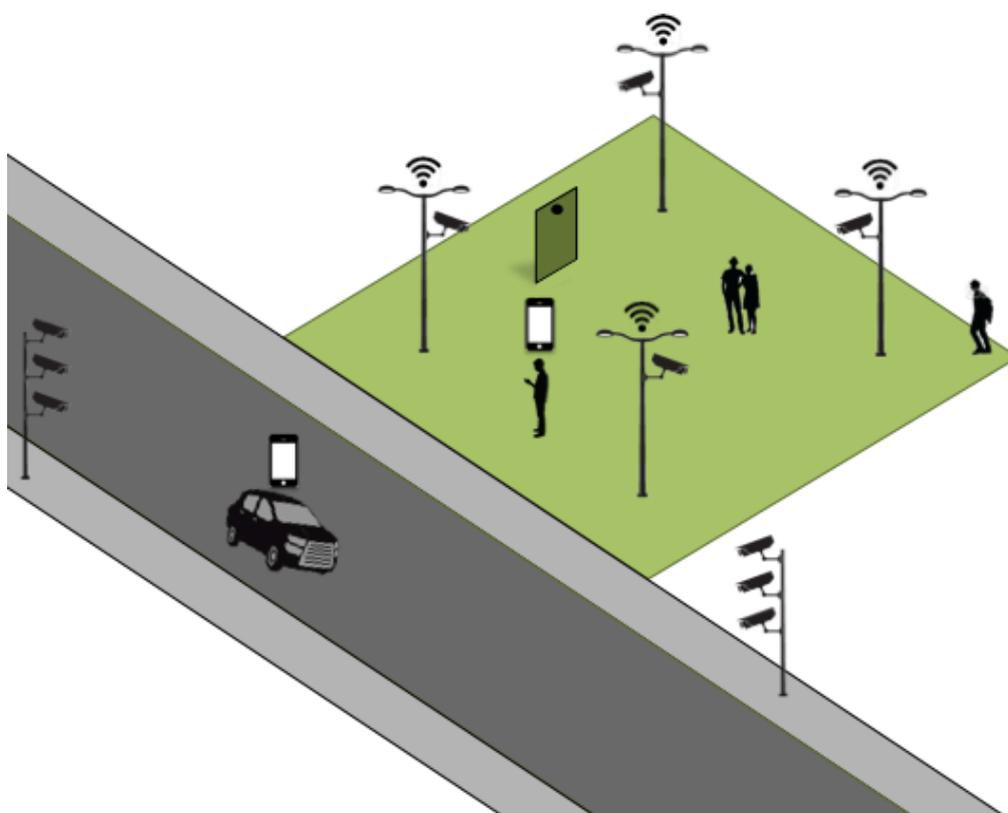
Figura 48: Estudos de Willian Whyte.

Fonte: WHITE, 1980, p. 70-71.

Esse método realmente surtia efeito, mas era demorado e extremamente trabalhoso. Hoje, para realizarmos algo semelhante e desenvolver um acompanhamento contínuo e completo de uma área pública há disponível uma série

de ferramentas tecnológicas que podem auxiliar e agilizar esse processo, como satélites, GPSs, câmeras de vídeo, wifi, sensores, entre outros. Esses equipamentos já estão instalados na cidade e, se os direcionarmos para as praças e outras públicas de intervenção, poderemos captar uma grande quantidade de informações que permitirá organizar projetos de forma mais precisa e planejada.

Figura 49: Instrumentos para captação de dados no espaço público.



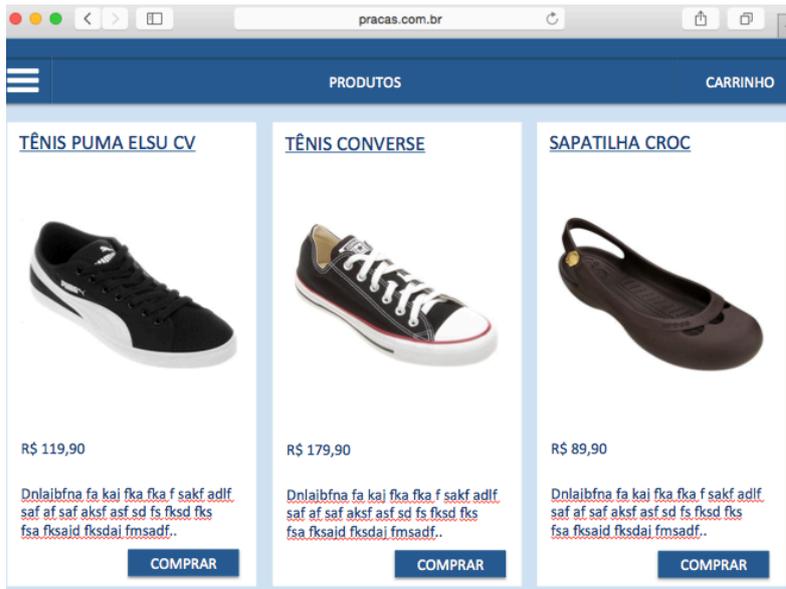
Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Existem duas empresas que desenvolvem tecnologia para mensurar informações como as que mencionamos, Placemeter (americana) e Seed Digital (brasileira).. Hoje estamos trabalhando em negociações para estabelecer parcerias com essas empresas nos projetos de intervenção realizados pela CrowdPlaces. A partir de dados como esses, será possível, inclusive, testar uma série de alternativas para esses espaços, validando suas proposições ou buscando novas soluções que possam trazer outros benefícios.

Uma experiência de um site de vendas de sapatos, a partir da análise de dados estatísticos sobre a navegação, constatou que o número de vendas crescia

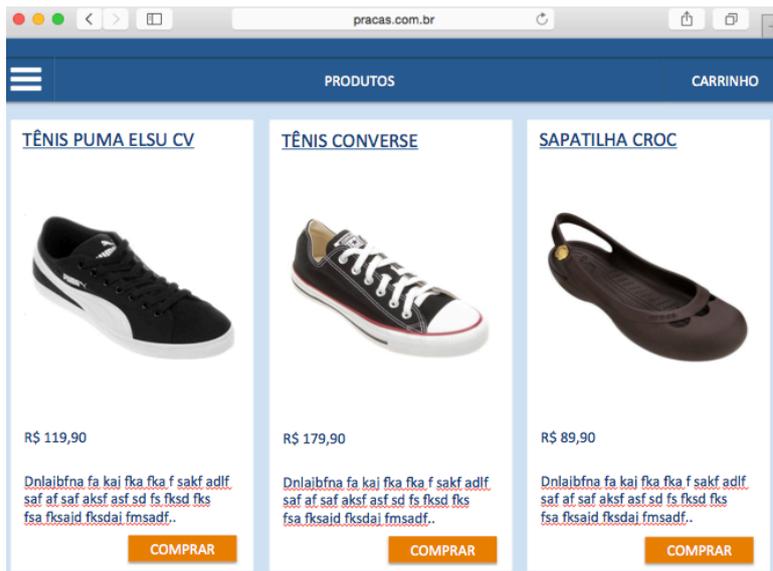
em 3% apenas a partir da troca da cor do botão de compras de azul para laranja. Nossa hipótese é de que, de forma similar, podemos avaliar e trocar os módulos e equipamentos das intervenções para melhorar os espaços públicos e trazer mais conforto às pessoas.

Figura 50: Site de vendas antes do teste.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Figura 51: Site de vendas depois do teste.

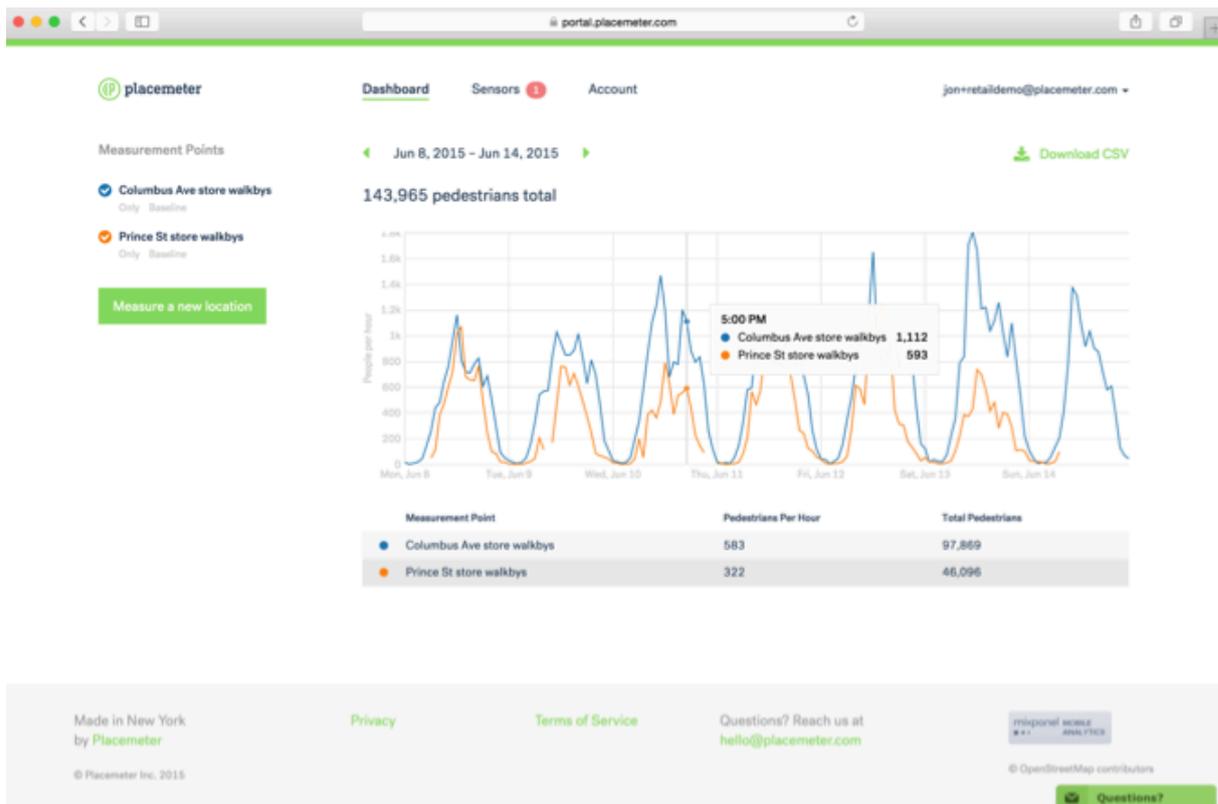


Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Nos EUA, os comerciantes de uma rua decidiram implantar sensores para mensurar os dados da região e, a partir das estatísticas, puderam verificar quantas pessoas andam de um lado para outro da rua, quantas entram nas lojas em determinadas horas do dia, como reagem a novas cores de fachadas ou pequenas intervenções, como faixas e cartazes escritos “Liquidação” e “Promoção” impactam na quantidade das pessoas que entram ou não nas lojas.

Acreditamos que as intervenções para revitalização das praças podem ser mais eficazes utilizando esses instrumentos tecnológicos. Do mesmo modo que podem ser aplicadas no comércio, essas informações se fazem necessárias para que a gestão dos espaços se torne eficiente e permita novas abordagens.

Figura 52: Exemplo dos dados captados pelos sensores da Placemeter.



Fonte: [www.placemeter.com](http://www.placemeter.com). Acessado em 19/06/2016, às 11h10.

#### 4. LEAN PLACES – INOVAÇÃO PARA OS ESPAÇOS PÚBLICOS

Com ferramentas tecnológicas para mensurar e analisar os espaços e para testar novas formas de participação popular, a CrowdPlaces quer desenvolver um processo de intervenção nos espaços públicos, em especial na revitalização das praças, que busque inovar nas soluções que apresenta. Como já mencionado sobre o caso da revitalização da Praça Roosevelt, a última revitalização levou 4 anos para ser concluída, custou R\$ 50 milhões e, assim que foi entregue, uma série de críticas e reivindicações da população exigiram novas intervenções apenas seis meses depois da entrega.

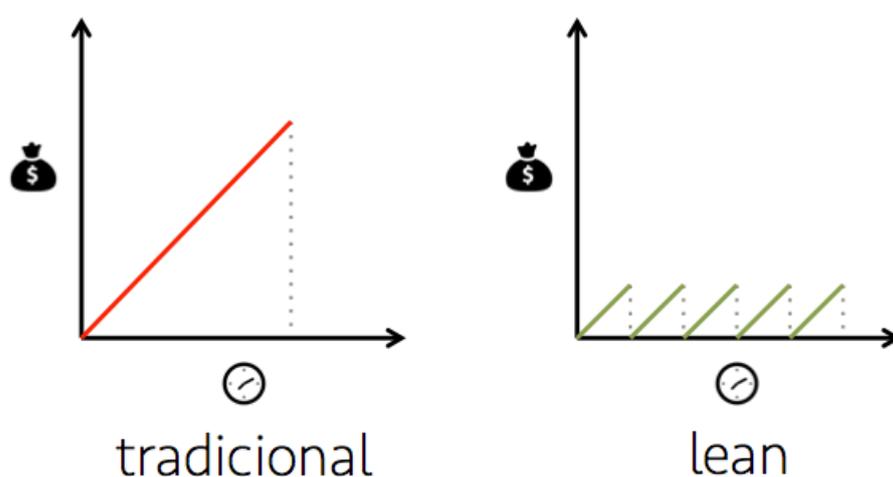
Durante minhas pesquisas para o desenvolvimento da CrowdPlaces, tomei conhecimento de um conceito sobre o planejamento das *startups* que, acredito, pode ser adaptado e aplicado no planejamento e na gestão dos espaços públicos das cidades. Desenvolvido por Eric Ries, esse conceito se chama *Lean Startup* e, basicamente, se resume em planejar pequenas metas e resultados dentro de um grande projeto e realizar entregas ao público para testá-las e validá-las. Desse modo, as empresas investem menos dinheiro no processo de desenvolvimento e, após a aprovação do cliente e a validação da demanda, efetiva a implantação de tais metas e consolida sua aplicação investindo mais tempo e recursos.

Entre os empreendedores, esse modelo *Lean* tem apresentado bons resultados. Um exemplo é o do aplicativo EasyTaxi, de um empreendedor de Santa Catarina. Ele teve a ideia de criar um aplicativo de celular para que as pessoas pudessem solicitar um taxi, mas não sabia se tal solução teria adesão dos usuários. Ao invés de contratar um desenvolvedor, criar uma plataforma online e colocá-la à disposição do público, ele resolveu fazer um teste para conhecer a demanda. Criou uma página na internet onde as pessoas preenchiam um formulário com nome, telefone, destino de partida e destino de chegada. Esse formulário enviava as informações direto para o e-mail dele, que pegava o telefone, ligava para o taxista e dava as coordenadas da corrida. No primeiro dia, ele recebeu cerca de 20 ligações e a busca pelo serviço foi crescendo nos dias seguintes. Fazendo isso por algumas semanas, esse empreendedor não só pôde constatar a aceitação do produto que ele queria desenvolver, como também foi capaz de identificar soluções para demandas que ele mesmo não havia previsto. Com isso, ao invés de gastar muito tempo e recursos para colocar um produto acabado no mercado, ele iniciou o trabalho de

forma simples e foi crescendo e desenvolvendo novas ferramentas a partir da demanda.

Esse modelo de planejamento e ação nos negócios é inverso ao modelo tradicional do mercado. Enquanto o modelo tradicional desenvolve todo o produto para entregá-lo ao cliente, o modelo *lean* desenvolve esse mesmo produto em etapas, validando a aceitação do cliente durante a própria execução.

Figura 53: Investimentos de tempo e dinheiro nos modelos tradicional e *lean*.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Acreditando que é possível aplicar a metodologia *Lean* para as intervenções nos espaços públicos, a CrowdPlaces está desenvolvendo uma metodologia de trabalho, dando a ela o nome de *Lean Places*. A ideia é que na revitalização de uma praça ou mesmo na construção de uma praça nova, sejam testadas as hipóteses de projetos de forma barata e a partir da participação da comunidade, para que se possa ter certeza de que as propostas estão de acordo com as demandas.

Assim, aposta-se em um urbanismo tático, observando o impacto das intervenções nos espaços, o que elas trazem de positivo e de negativo para a comunidade, recolhendo e analisando dados para trabalhar de forma contínua e agregada. Se a comunidade quer implantar um parquinho na praça, é possível testar o parquinho, sua localização, seus brinquedos, avaliar os dias e horários em que esse parquinho será mais utilizado e assim por diante.

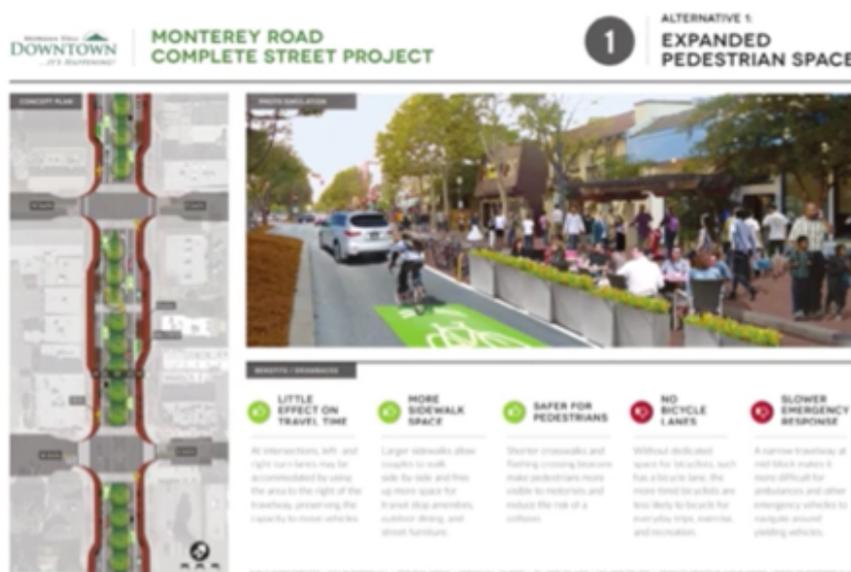
O que for bem-recebido pela população será mantido, aprimorado e, até poderá receber investimentos mais robustos para dar ao espaço equipamentos mais duráveis e confortáveis. O que não tiver aceitação da população deve ser descartado e esse descarte não terá grande impacto no orçamento do projeto.

A metodologia também permite, na fase de testes, fazer coexistir mais uma hipótese ou sugestão para que as pessoas possam experimentar e avaliar. Essa metodologia foi testada em um projeto de alargamento de calçada nos EUA e também na transformação da Broadway em uma rua para uso de pedestres.

No primeiro caso, foram testadas duas hipóteses de alargamento de calçada, uma em cada quarteirão da rua, com materiais muito simples e baratos, permitindo aos especialistas observar o impacto de cada uma delas no espaço, assim como puderam observar a reação das pessoas numa hipótese e na outra. Na sequência, a própria comunidade fez suas escolhas, apontando o que gostaram e o que não gostaram em cada uma das propostas.

Figura 54: Alternativa de Projeto 1.

## Design Alternative #1



Fonte:

<https://www.youtube.com/watch?v=CdWcUYB0usY&index=15&list=PL4PxytncNlzCu085ieIRSfK3QzdmaXMhD>. Acessado em 19/06/2016, às 11h11.

Figura 55: Alternativa de Projeto 2.

## Design Alternative #2



Fonte:

<https://www.youtube.com/watch?v=CdWcUYB0usY&index=15&list=PL4PxytncNlzCu085ieIRSfK3QzdmaXMhD>. Acessado em 19/06/2016, às 11h11.

Figura 56: Coleta de feedback com a população.

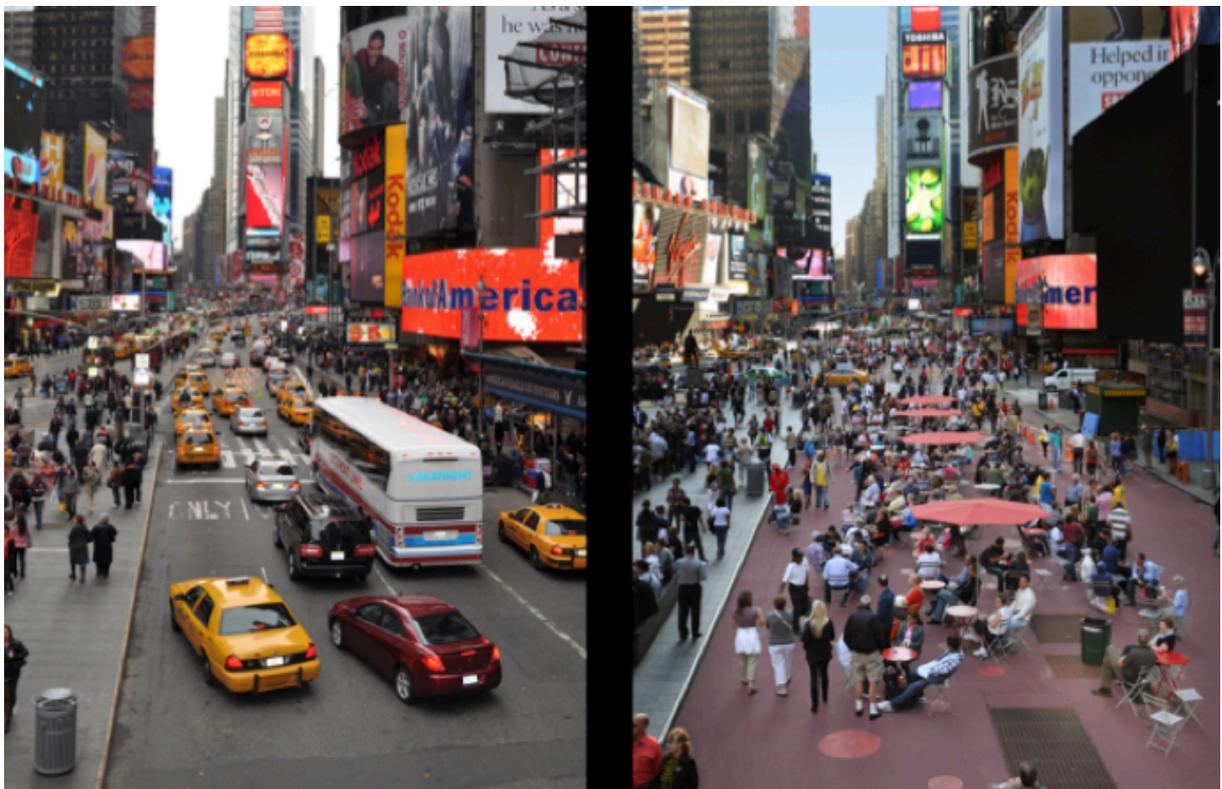


Fonte:

<https://www.youtube.com/watch?v=CdWcUYB0usY&index=15&list=PL4PxytncNlzCu085ieIRSfK3QzdmaXMhD>. Acessado em 19/06/2016, às 11h11.

Na requalificação da Broadway, a transformação urbanística se deu de forma paulatina, inicialmente empregando poucos recursos e testando a recepção das pessoas para as hipóteses levantadas. Com isso, primeiro a rua foi parcialmente fechada, com informações pintadas no chão, depois começaram a implantar mobiliários simples, móveis e baratos, e, conforme a aceitação das pessoas foi se confirmando, o desenho foi evoluindo e os investimentos aumentando. No processo de efetivação é que o projeto final foi contratado, o calçamento definitivo e o mobiliário adequado, implantados.

Figura 57: Broadway, antes e durante as intervenções de baixo custo.



Fonte: <http://kaleightironenunes.com/?p=807>. Acessado em 19/06/2016, às 11h12.

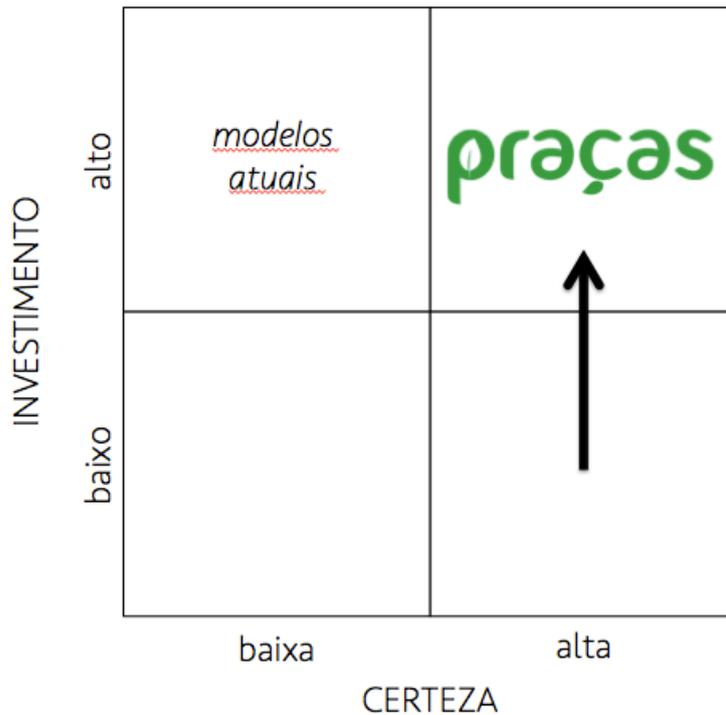
Figura 58: Projeto definitiva após longo período de intervenção temporária.



Fonte: <http://www.archdaily.com/465343/nyc-s-times-square-becomes-permanently-pedestrian>. Acessado em 19/06/2016, às 11h12.

A partir dessas boas experiências, podemos afirmar que a ideia de criar e aplicar a metodologia *Lean Places* para os espaços públicos irá agregar maior planejamento e melhor gestão das ações. Enquanto os modelos tradicionais investem muito tendo baixa certeza de aceitação, o modelo que desenvolvemos para o projeto Praças tem baixo investimento nos momentos de baixa certeza e altos investimentos apenas quando se tem alta certeza.

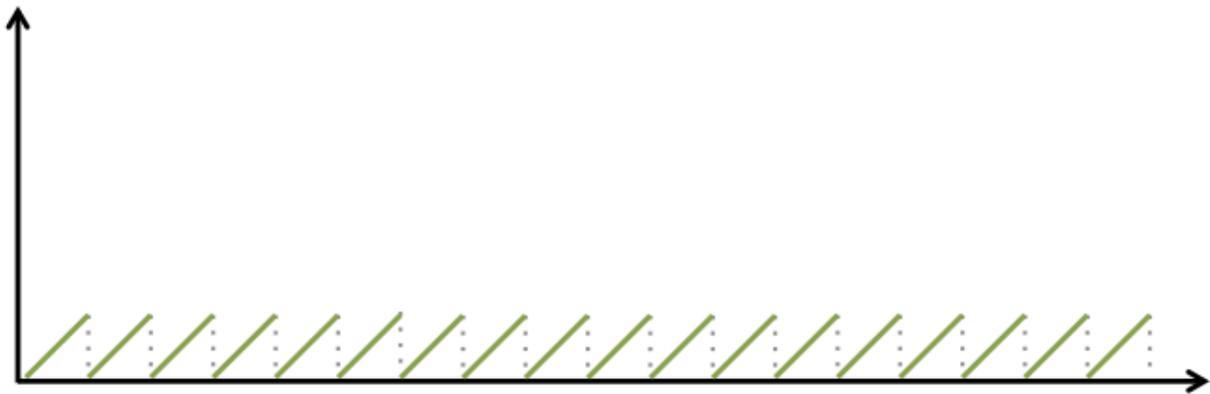
Figura 59: Gráfico conceitual Lean Places: Investimentos x Certezas.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Além disso, para que o espaço possa ser dinâmico e ter seus equipamentos e atividades constantemente avaliadas para melhor atender a população, a proposta é que a metodologia *Lean Places* tenha um percurso contínuo, e não com começo, meio e fim, como nos modelos tradicionais. Isso significa que um espaço revitalizado não está pronto, ele deve continuar sendo monitorado e melhorado. As ações e atividades vão variar de acordo com o tempo e o comportamento das pessoas, e isso poderá atualizar a programação oferecida permanentemente.

Figura 60: Gráfico conceitual Lean Places: monitoramento constante.



## Lean Places

Fonte: CrowdPlaces, 2016.

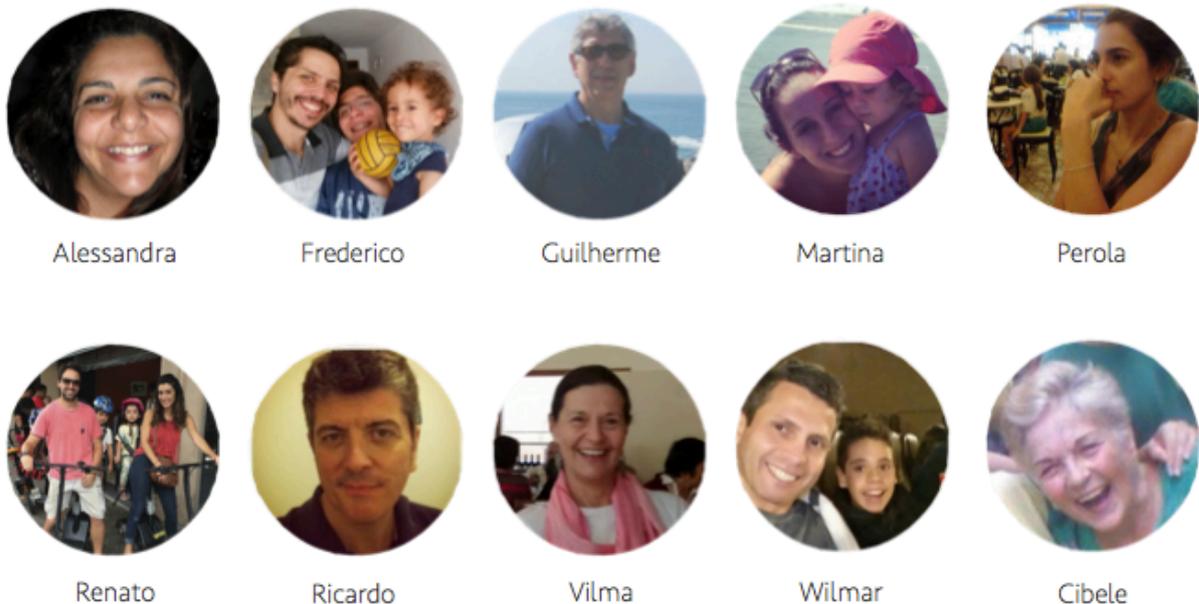
### 4.1 Experiência de revitalização da Praça Acibe Ballan Camasmie

Desde agosto de 2015, a metodologia *Lean Places*, incluindo as ferramentas tecnológicas de medição de dados e participação popular nas suas versões betas, Praças Analytics e Praças.com.br, tem sido empregada na revitalização da Praça Acibe Ballan Camasmie, na região do Brooklin, na cidade São Paulo. Essa é a primeira praça a ser revitalizada pela CrowdPlaces e o retorno de nossas ações tem apontado ótimos resultados para o trabalho.



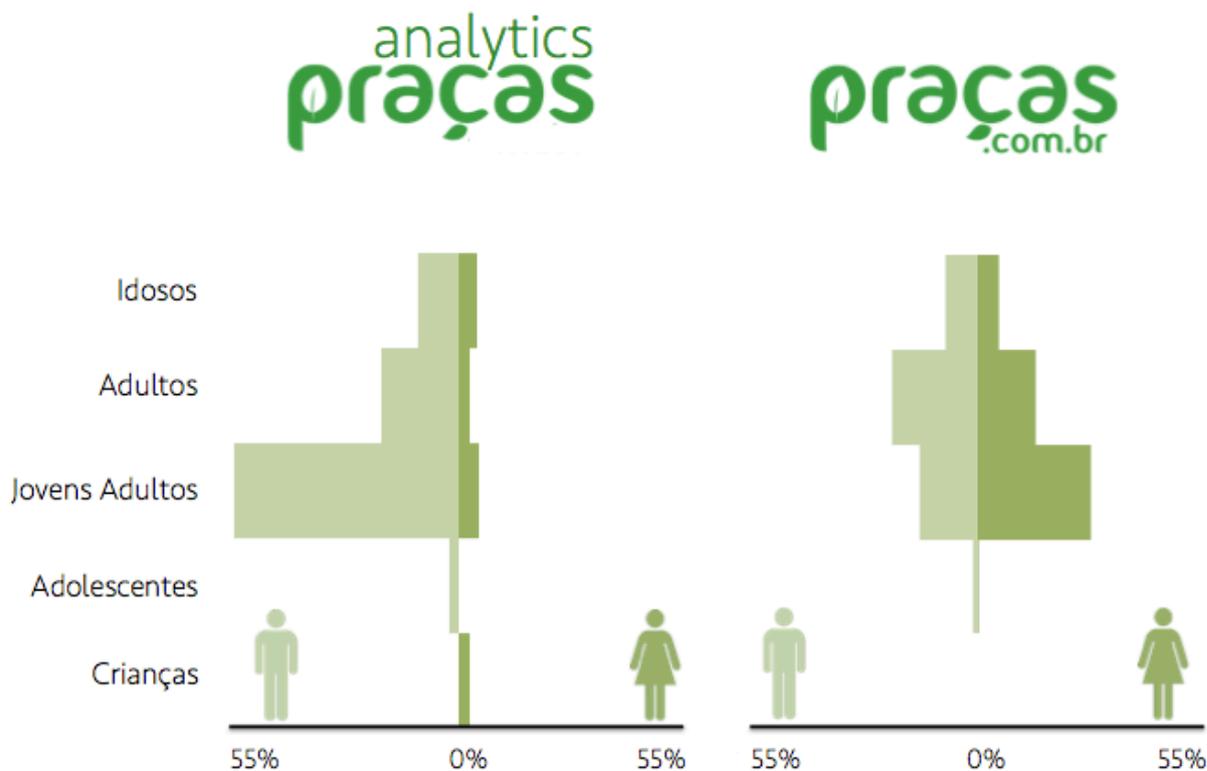
Nossa primeira ação foi mapear o entorno, os moradores, vizinhos e comerciantes da região. Mais de 400 pessoas se cadastraram na plataforma Praças.com.br e, a partir daí, por meio de perguntas específicas, começamos a mensurar a avaliação que essas pessoas tinham da praça, bem como suas sugestões e expectativas para o espaço. Concomitantemente, passamos a mensurar os dados de uso da praça por meio do Praças Analytics. Cotejando todas as informações, pudemos interpretar os problemas e situações e propor algumas intervenções.

Figura 63: Mais de 400 pessoas cadastradas no Praças.com.br para participar do processo de revitalização da Praça Acibe Ballan Camasmie.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Figura 64: Comparativo entre o perfil de quem frequenta a praça e de quem está cadastrado na plataforma Praças.com.br.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Por meio da observação da praça, tínhamos uma situação em que ela era pouco frequentada por mulheres e crianças e mais frequentada por homens. Um resultado típico de espaços degradados, especialmente quando comparamos com os desejos manifestados pela comunidade: a maior parte dos que participam do processo de intervenção eram mulheres e elas justamente buscavam ter um espaço melhor e mais seguro que elas e seus filhos frequentarem.

Na plataforma Praças.com.br lançamos uma série de perguntas às pessoas que se cadastraram. Cada um levava de 3 a 5 minutos para responder os principais questionamentos e, como resultado das primeiras manifestações da população, tivemos um quadro dos principais problemas da praça.

Figura 65: “Nuvem de palavras” com as demandas dos Amigos da Praça.



Fonte: CrowdPlaces, 2016

Diante desse diagnóstico, decidimos realizar mutirões de limpeza da praça, pois esse era um dos principais problemas apontados que poderia facilmente ser resolvido. Em relação a outros itens muito destacados, como iluminação e falta de lixeiras, a CrowdPlaces procurou a subprefeitura para discutir as questões e iniciar um diálogo sobre as alternativas de solução possíveis, já que esses equipamentos e serviços são atribuições do poder público.

Como resultado, realizamos 6 mutirões de limpeza na praça, com participação de mais de 250 pessoas ao todo e a retirada de 315 sacos cheios de lixo. E, em cerca de dois meses, a subprefeitura readequou a iluminação da praça, instalou e consertou as lixeiras que estavam alocadas no espaço.

Figura 66: Moradores participando do mutirão.



Fonte: Marcelo Rebelo de Moraes, 2016.

Figura 67: Moradores participando do mutirão.



Fonte: Marcelo Rebelo de Moraes, 2016.

Figura 68: Antes e depois do mutirão de limpeza



Antes



Depois

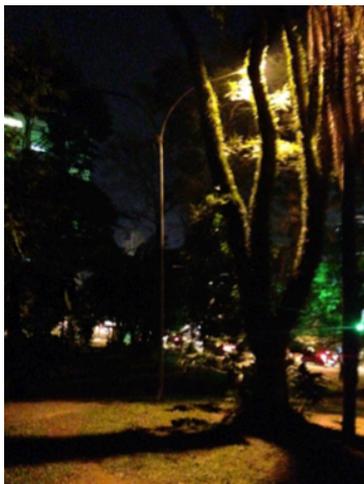
Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Figura 69: Reunião com representantes dos órgãos legislativo e executivo e associação de bairro.



Fonte: Marcelo Rebelo de Moraes, 2016.

Figura 70: Antes e depois da Iluminação



Antes



Depois

Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Figura 71: Antes e depois das Lixeiras



Antes



Depois

Fonte: CrowdPlaces, 2016

A articulação com a subprefeitura foi feita pela CrowdPlaces e a recepção e o diálogo foram muito positivos. Participaram da reunião membros do poder público, moradores, da região e de associações comunitárias. Como as propostas e soluções já tinham sido organizadas pela CrowdPlaces, a mediação das soluções foi mais rápida e eficiente, sem embates ou acusações, encontrando alternativas dentro das possibilidades, orçamentos e cronogramas de cada uma das partes.

Com isso, e empregando a metodologia *Lean Places*, a CrowdPlaces pôde desenvolver outras ações na praça atendendo às demandas dos moradores que têm tido boa repercussão na comunidade. Entre elas citamos a criação de uma horta comunitária, de um cercadinho para cachorros e a instalação e revitalização do mobiliário e da quadra poliesportiva.

A presença de cachorros na praça era um debate entre os moradores. Alguns queriam passear com os filhotes, outros diziam que a sujeira de fezes e xixi prejudicava a brincadeira das crianças e atrapalhava os demais visitantes da praça. A solução proposta foi criar um cercadinho para os cachorros, uma área da praça onde eles podem passear livremente, sem atrapalhar os demais. A ideia foi aceita pelos moradores e, como a CrowdPlaces não tinha certeza se o investimento daria certo, seria bem aceito e se tornaria permanente, criou um espaço simples, com materiais básicos. Em um dia, gastando apenas R\$ 1.500,00 o cercadinho estava pronto para ser utilizado. Depois de implantando e aprovado pela população, agora sabemos que é possível investir mais dinheiro e construir um espaço permanente.

Figura 72: Cercado para cachorro construído em 1 dia com R\$ 1500,00.



Fonte: Marcelo Rebelo de Moraes, 2016.

A questão da horta comunitária também gerava dúvidas e dividia a opinião da comunidade. Alguns achavam que a ideia poderia trazer bons resultados, outros pensam diferente. Também empregamos aqui uma solução temporária para realizar um teste e, assim, medir o impacto da horta na praça. Inicialmente, foram utilizados vasos e caixotes para o plantio de mudas e, caso a proposta fosse bem aceita, iríamos avaliar um local dentro da praça para construir efetivamente um canteiro, transferir as plantas desses vasos e caixotes para lá e plantar novas mudas.

Hoje a horta da Praça Acibe Ballan Camasmie é um dos itens mais bem avaliados pelos moradores na plataforma Praças.com.br, e já estamos trabalhando com a comunidade a ideia de construirmos uma horta fixa na praça.

Figura 73: Horta construída em 1 dia com estrutura não fixada ao solo



Fonte: Marcelo Rebelo de Moraes, 2016.

Em relação ao mobiliário e ao espaço da quadra poliesportiva, identificamos por meio das ferramentas Praças.com.br e Praças Analytics, que havia uma demanda para a implantação de mesas de piquenique na praça e que seria importante revitalizar a quadra poliesportiva.

Ao invés de comprar uma mesa formal de piquenique, como as que são instaladas geralmente em espaços públicos, fizemos um teste com uma mesa simples e barata para avaliar a utilização dela por parte das pessoas. Pintamos com cores alegres e convidativas e a colocamos próxima a um banco de alvenaria instalado pela prefeitura. Aqui também o resultado foi surpreendente. A mesa de piquenique é um dos itens mais bem avaliados pelos moradores do bairro, o que nos levará a ação futura de comprar uma mesa mais resistente e instalá-la em local apropriado.

Na quadra poliesportiva, apenas realizamos a pintura dos espaços e modalidades esportivas, o que foi uma ação de baixíssimo custo, mas com grande impacto na recepção dos moradores, que passaram a utilizar mais a quadra para jogos e momentos de recreação.

Figura 74: Mesa de piquenique de baixo custo instalada em frente a um banco de concreto existente.



Fonte: Marcelo Rebelo de Moraes, 2016.

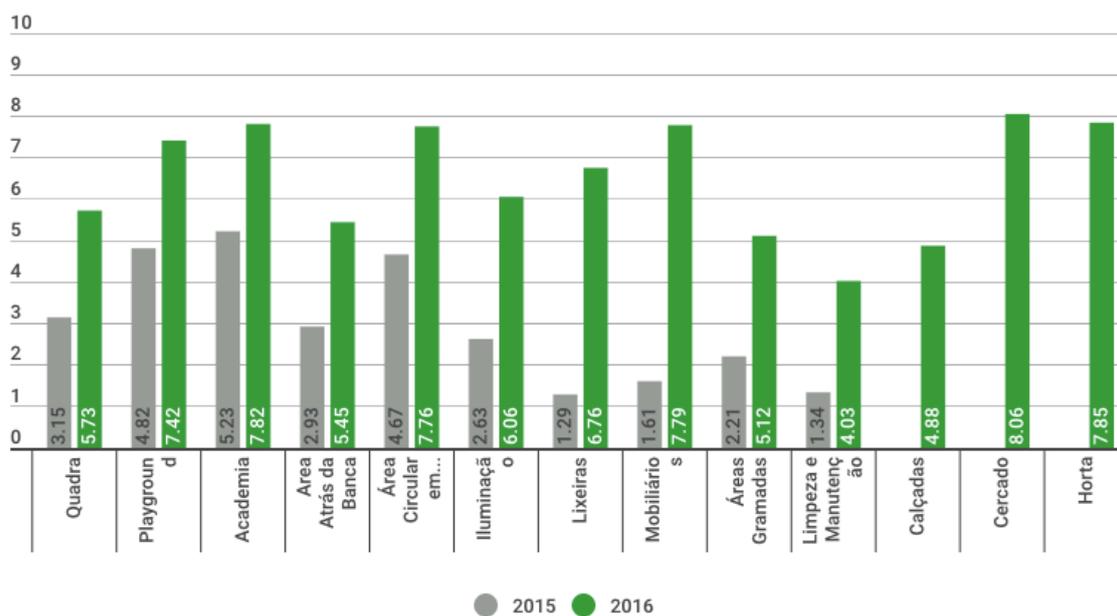
Figura 75: Antes e depois da Quadra Poliesportiva



Fonte: CrowdPlaces, 2016

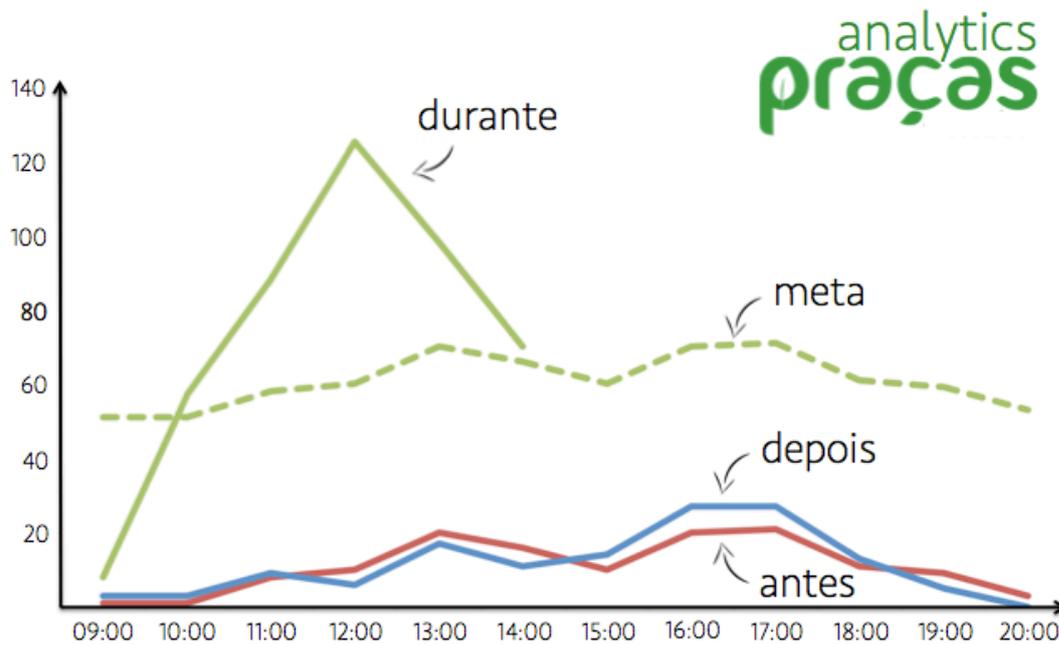
Na avaliação feita com os moradores, temos uma melhora nítida na avaliação da praça, seus espaços específicos e equipamentos. Também já é possível notar uma melhora sensível nos hábitos de uso da praça, com mais moradores frequentando o espaço e realizando atividades esportivas e de lazer com as famílias, o que, conseqüentemente, provocou uma diminuição dos moradores de rua no local.

Figura 76: Resumo pesquisa “Que nota” comparando a praça em 2015 e 2016.



Fonte: CrowdPlaces, 2016.

Figura 77: Contagem de pessoas em dias típicos da praças.



A linha vermelha mostra a frequência de pessoas durante um dia na praça antes das intervenções. A linha azul mostra a frequência de pessoas ao longo de um dia na praça depois das intervenções. A linha verde é a frequência de pessoas durante a realização dos eventos da CrowdPlaces e a linha verde pontilhada a meta que a CrowdPlaces quer atingir de uso desta praça a partir da gestão de seu espaço e de suas atividades.

Fonte: CrowdPlaces, 2016.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência que apresentamos nesta monografia é fruto de um esforço pessoal e empreendedor inspirado por estudos, vivência profissional e, sobretudo, pelas discussões propostas pelo curso de Planejamento e Gestão das Cidades. A criação da CrowdPlaces é concomitante ao período de aulas que tive no USP Cidades e todo o desenvolvimento e reconhecimento já obtidos por meio deste projeto estão diretamente ligados a um olhar atento sobre as metrópoles e sobre a relação das pessoas com os espaços públicos.

A Praça Acibe Ballan Camasmie foi a primeira experiência de intervenção que realizamos e, neste primeiro semestre de 2016, iniciamos também o processo de revitalização da Praça Alexandre de Gusmão, nos Jardins (São Paulo). A meta da CrowdPlaces é ampliar este trabalho, seja por meio de parcerias com o poder público e iniciativa privada, seja pelo trabalho voluntário e interação direta com as pessoas, moradores dos bairros e apoiadores desse tipo de intervenção de impacto.

Para isso, estamos desenvolvendo uma nova funcionalidade tecnológica, o Adote Praças. Essa plataforma tem como objetivo específico o financiamento coletivo de projetos de intervenção em praças públicas, seguindo o modelo *crowdfunding*, no qual a própria comunidade pode auto financiar a revitalização da praça que desejar em seu bairro.

Em pouco mais de um ano, o projeto Praças da CrowdPlaces tem despertado interesse do grande público e, em virtude de seu caráter inovador no setor e de seus resultados sócio-urbanos, recebeu os seguintes prêmios:

- 3º Lugar – *Social Good Brasil Lab*, 2015: o projeto foi eleito o terceiro melhor projeto social que utiliza tecnologia no Brasil. Ao todo foram mais de 400 projetos inscritos.
- 2º Lugar – *Choice Up São Paulo*, 2015: dentre diversas inscrições, nosso projeto foi selecionado para participar do programa de pré-aceleração de negócios sociais da Artemísia, Choise UP. Após duas semanas de intenso trabalho, fomos premiados com o segundo lugar na competição.
- Pré-acelerado, pela *Worth a Million*, 2016: o projeto Praças foi selecionado pela Worth a Million e durante três meses recebeu consultoria estratégica para ampliação do impacto socioambiental.

Uma série de reportagens sobre o projeto foram veiculadas pela mídia, como TV Cultura (05/06/2015), Rede Globo (30/12/2015), Globo News (02/11/2015), Guia do Estadão (09/10/2015), Revista da Folha (18/07/2015), Portal UOL (30/11/2015) e Catraca Livre (17/08/2015), entre outros.

A CrowdPlaces também foi convidada para apresentar sua experiência em importantes seminários e congressos sobre o tema no Brasil e no mundo. Listamos abaixo:

- Future of Places Summit. Estocolmo, Suécia, 2015.
- Seminário Social Good Brasil. Florianópolis, Brasil, 2015.
- 1º Congresso Online de Urbanismo Tático. Brasil/Portugal, 2015.
- Novo Marco Regulatório Para os Espaços Públicos. São Paulo, Brasil, 2016.
- Simpósio Urbanismo Sustentável – Unifeobs. São João da Boa Vista, Brasil, 2016.
- Curso Pós Graduação "Planejamento e Gestão de Cidades" - USP Cidades. São Paulo, Brasil, 2016.
- Curso Pós Graduação "Habitação e Cidade" - Escola da Cidade. São Paulo, Brasil, 2016.
- Viva a Mata 2016 – SOS Mata Atlântica. Rio de Janeiro, Brasil, 2016.

Todos esses eventos têm contribuído para o compartilhamento de ideias e para aprimorar as ferramentas de gestão deste trabalho. O intuito da CrowdPlaces é, primeiramente, ampliar sua atuação na cidade de São Paulo e, em seguida, expandir esta experiência para outras cidades do país.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APPLEYARD, D. **Livable streets**. California: UCLA, 1981.

FONTES, A. S. **Intervenções temporárias, marcas permanentes. Apropriações, arte e festa na cidade contemporânea**. Rio de Janeiro: FAPERJ, Casa da Palavra, 2013.

GEHL, J. **Cities for people**. Washington: Island Press, 2010.

GEHL, J. **Life between buildings. Using public spaces**. Washington: Island Press, 2011.

GEHL, J. SVARRE, B. **How to study public life**. Washington: Island Press, 2013.

HEEMANN, J., SANTIAGO, P. C. **Guia do espaço público – para inspirar e transformar**. Conexão Cultural e Bela Rua. E-book: 2015, 86 páginas. Disponível em [www.placemaking.com](http://www.placemaking.com).

INSTITUTO QUINTESSA. **Guia 2.5. Guia para desenvolvimento de negócios de impacto**. E-book: 2015, 89 página. Disponível em: [www.guiadoisemeio.com.br](http://www.guiadoisemeio.com.br).

JACOBS, J. **Morte e vida nas grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

NACTO. **Urban street design guide**. Washington: Island Press, 2013.

STIPO. **The city at eye level. Lessons for street plinths**. Rotterdam/Amsterdam: Eburon, 2012.

WHITE, W. H. **The social life of small urban spaces**. New York: Project for public spaces, 1980.