

MAPEAMENTO DE TENDÊNCIAS EM ECONOMIA CRITIVA - PLACEMAKING -

Placemaking é um processo de planejamento de “baixo-para-cima” para a criação e gestão de espaços públicos totalmente voltado para as pessoas. Ele visa transformar ‘espaços’ (pontos de encontro de uma comunidade – ruas, calçadas, parques, edifícios e outros espaços públicos) em ‘lugares’. Os ‘lugares’ aqui mencionados são espaços públicos que estimulam a interação entre as pessoas em si e entre as pessoas e a cidade contribuindo para tornar as comunidades em lugares mais vivos e saudáveis.

Os conceitos por trás do placemaking começaram a surgir em 1960, quando visionários como Jane Jacobs, William H. Whyte, Jan Gehl e outros divulgaram ideias inovadoras, onde o desenvolvimento das cidades deveria ser voltado para pessoas e não para os carros. Nesta visão, a sociedade teria a responsabilidade moral de criar espaços físicos que facilitassem o engajamento cívico e a interação comunitária fazendo com que a vida social em espaços públicos contribuísse para qualificar a vida de indivíduos e da sociedade como um todo. Desta forma, consideravam que o desenho de espaços públicos deveria ser um movimento de “baixo-para-cima” e não “de-cima-para-baixo”, normalmente, o modelo mais aplicado por Governos. O design do espaço começaria, portanto, com um profundo entendimento das maneiras como as pessoas usam o mesmo e das maneiras as quais gostariam de utilizá-lo. Há um entendimento implícito de que “as pessoas votam com seus pés”, ou seja, ocupam espaços que são fáceis e confortáveis de usar, e desertam lugares que não tem estas características.

Em termos projetivos, placemaking trata de selecionar a melhor aplicação arquitetônica das facilidades e infraestrutura (como calçadas, iluminação pública, parques, etc) tendo em vista a função desejada e/ou aplicada pela comunidade local (locais de refeições, locais de comércio, locais de prazer e cultura, até mesmo espaços conscientemente projetados como corredores de passagem de um local para o outro, etc). Sempre visando um resultado final inclusivo, totalizante e sociável. É preciso também considerar a necessidade de flexibilidade e adaptação do local para as diferentes demandas, as quais podem ser ocasionais ou sazonais (como festivais, ou atividades de final de semana, versus atividades rotineiras e ligadas às necessidades do comércio). Disto entende-se que há grande valor em projetar a multifuncionalidade dos espaços que são, necessariamente, guiados pelos contextos ali presentes, ou seja, não existe solução universal, ela sempre deve ser criada para aquelas condições de contorno específicas levando em conta a cultura ali instalada.

Estas considerações projetuais só são atingidas ao promovermos a co-criação através do diálogo aberto e sincero com os locais, e também ao utilizarmos lentes que nos permitem um olhar voltado para as comunidades e suas necessidades, tanto as presentes quanto às futuras. Trata-se de construir publicamente a visão desejada de como ocupar daquele espaço. E para garantir que haja inteligência projetual na leitura, compreensão e proposição tecno-artística de uma solução de placemaking é necessário contar com equipes multidisciplinares que, não coincidentemente, refletem a própria característica múltipla dos lugares que se pretendem conceber, adaptar ou transformar.

Como consequência positiva, vemos a retomada da vida nas ruas que traz consequências positivas ao promover a qualidade de vida como um todo, por exemplo, os índices de violência caem, o giro do comércio de rua se intensifica e a pressão pública acelera o processo de investimento governamental na requalificação urbana. Este resgate da qualidade de vida é muitas vezes acompanhado de um resgate cultural dos lugares alvos de intervenções de placemaking. Como decorrência vê-se ocorrer desde a revitalização arquitetônica até a atração de novos, e mais qualificados, estabelecimentos. A consequência final da reconfiguração do espaço urbano se dá com o estabelecimento de novos profissionais, atraídos pelo renovado vigor criativo, e que se instalam nos entornos da comunidade, contribuindo assim para criar constelações de talentos que geram inovações de alta competitividade para a vida corporativa local.

O Movimento de placemaking encontra ressonância com o movimento da Economia Criativa na medida que o fortalecimento das relações de uma dada comunidade é uma receita básica para aumentar

MAPEAMENTO DE TENDÊNCIAS EM ECONOMIA CRITIVA - PLACEMAKING -

as conexões criativas, e, conseqüentemente, o empreendedorismo criativo naquela região e seus entornos. O movimento de empoderamento cívico que acompanha o placemaking também auxilia nos processos de criação e fortalecimento de redes de pessoas e empreendimentos criativos, o que dá origem a propostas únicas e inovadoras. E é justamente pelo empoderamento cívico, pela ocupação das ruas e espaços urbanos, que o placemaking ganhou tração nos últimos anos. Projetos como ocupação de praças públicas para serenatas noturnas (Serenata no Parque), a transformação de vagas de estacionamento em parques e salas de descanso efêmeros (Vaga Viva), festivais que ocupam as ruas e fazem os vizinhos se conhecerem (Festival da Boa Vizinhança) ou então simples ações de identificação de linhas de ônibus (Que Ônibus passa aqui?) são exemplos recentes de projetos de placemaking no Rio Grande do Sul.

Placemaking pertence a todos: sua mensagem e missão são maiores que uma pessoa ou organização.

MAPEAMENTO DE TENDÊNCIAS EM ECONOMIA CRITIVA - PLACEMAKING -

A seguir, analisamos estudos de casos, sites na região metropolitana da cidade de Porto Alegre/RS, que exemplificam como estes novos negócios nascem ou se articulam a partir do movimento e da prática do *placemaking*.

Distrito Criativo (Distrito C)
http://distritocriativo.wordpress.com
O Distrito C é um Polo de Economia Criativa, Economia do Conhecimento e da Experiência, constituído no momento por 67 artistas e empreendedores, que se localiza em grande parte do lado oeste do bairro Floresta, ao lado do Centro Histórico e dos bairros Independência e Moinhos de Vento, ao sul do chamado “4o Distrito”. O Distrito Criativo não é um projeto cultural. É um projeto de inovação social. A sua motivação é o impacto econômico social e urbano de um coletivo de artistas e empreendedores sobre um território da cidade que visa criar novas formas de relacionamento entre estes, seu entorno social e urbano, melhorando as suas condições de trabalho, conseguindo maior visibilidade, ampliando a densidade desse tipo de atividade econômica no território, promovendo um ambiente de inovação e atraindo mais visitantes e novos artistas e empreendedores, trazendo, dessa forma, desenvolvimento a uma região da cidade que nas últimas décadas esteve esquecida. O Distrito C é um projeto de UrbsNova Porto Alegre - Barcelona / Agência de Inovação Social.
Porto Alegre/RS

Serenata Iluminada
A proposta de uma Serenata Iluminada é bastante simples: levar velas, lanternas e instrumentos musicais para fazer um encontro que mistura alegria, manifestações artísticas, expressão e reflexão sobre o uso dos espaços públicos da cidade, mais especificamente, o uso do Parque da Redenção, em Porto Alegre/RS, durante a noite. O evento é aberto e auto-organizado, os envolvidos geralmente usam as redes sociais para promover a comunicação e planejamento. Qualquer pessoa/grupo pode se manifestar livremente. A auto-organização e abertura do evento é expressa pelas poucas regras estipuladas no manual de convivência na Serenata: 1) Não haverá palco, cada atração se posicionará onde achar melhor. Quem levar instrumentos pode se juntar a outros músicos ou fazer sua própria serenata; 2) Mantenha o parque limpo. Ao ir embora descarte seu lixo nas lixeiras do parque e leve para casa tudo o que você levou.
Avenida João Pessoa, S/N - Cidade Baixa, Porto Alegre - RS, 90010-150

MAPEAMENTO DE TENDÊNCIAS EM ECONOMIA CRITIVA - PLACEMAKING -

Festival da Boa Vizinhança
Trata-se de um festival itinerante que objetiva celebrar a vida, a cultura e a relação das pessoas com o espaço público. A organização coloca mesas na rua e os vizinhos trazem comidas e bebidas. Simples assim. Tudo ao som de música, sombra das árvores e luzes quando a noite cair. O Festival da Boa Vizinhança é inspirado em outros exemplos de ocupação do espaço público para a integração de comunidades, e faz parte do movimento de revitalização do 4º Distrito de Porto Alegre. O Festival da Boa Vizinhança é organizado pela La Casa de Pandora com apoio do Vila Flores, Projeto Vizinhança, Distrito C - Distrito Criativo de Porto Alegre, UrbsNova Agência de Inovação Social, da arquiteta Andréia Pescador e da Multiferragem.
Porto Alegre/RS

Múrmura
http://www.shoottheshit.cc/murmura/
Transformar a cidade através de ações realizadas por quem a habita, as chamadas “micro-revoluções urbanas”. Essa é o objetivo do Múrmura, uma plataforma colaborativa que reúne pessoas e promove projetos que possam melhorar a convivência dos habitantes com sua própria cidade. O Múrmura começou dentro de uma empresa de comunicação de Porto Alegre, com foco no impacto social, a Shoot the Shit. Depois de um ano e meio de existência a plataforma já organizou cinco projetos, alguns simples como o “Lixeira Aqui”, cujo objetivo era simples: indicar os locais onde se encontravam as lixeiras em meio ao movimentado carnaval de rua do Rio de Janeiro e de Porto Alegre. Outra ação promovida pela plataforma foi o “Parklet Itinerante”: uma estrutura montada no espaço de uma vaga de carro organizava um espaço de convivência para as pessoas. A ação foi realizada em Porto Alegre e, a partir da parceria com um mercado local, ofereceu também opções de alimentação. Por ser formulado a partir de peças modulares o projeto é reproduzível em diversos lugares.