

Design como ferramenta de ressignificação dos espaços públicos abertos por meio de práticas colaborativas utilizando os princípios da cultura *Slow*

Isabel Cristina Moreira Victoria;
Eliete Auxiliadora Assunção Ourives;
Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo.

resumo:

A sociedade atual vive em um ritmo extremamente acelerado. As pessoas dormem pouco, vivem preocupadas com suas obrigações profissionais, se alimentam com pressa, estão sempre atentas aos mais variados meios tecnológicos e diminuíram consideravelmente o contato físico com as outras pessoas. Todas essas características são nocivas à saúde mental e física das pessoas, prejudicando o próprio corpo e os relacionamentos pessoais da população. Essa rotina da população associado a pouca importância dada aos espaços públicos por parte do governo fez com que alguns espaços urbanos públicos caíssem em desuso, sendo bastante comum ver espaços públicos que passam a ser degradados e marginalizados, perdendo a característica de serem espaços para convivência e integração. Alguns movimentos incentivam as pessoas a desacelerar o ritmo, propondo uma reavaliação de prioridades e do uso do tempo, como o movimento da cultura *slow*. Existem grupos sociais espalhados pelo mundo que possuem enraizados em suas culturas um equilíbrio no uso do tempo, priorizando atividades relaxantes e que trazem bem-estar. A partir desses exemplos outros movimentos foram criados, organizações e pequenos grupos que buscam levar uma vida mais leve, tentando encontrar o equilíbrio entre o estresse ao qual as pessoas já estão habituadas e a tranquilidade a qual as pessoas buscam. Este cenário apresenta a oportunidade do design influenciar na ressignificação e revitalização de espaços públicos, devolvendo estes espaços para a população, sendo esses espaços uma forma de as pessoas se sentirem convidadas a aproveitar o tempo de forma saudável, socializar e poder cooperar com a manutenção destes espaços, sentindo-se parte do espaço, criando pertencimento e apego ao local. Pensando nesse contexto, o design pode contribuir na busca para auxiliar na ressignificação dos espaços públicos atualmente em desuso, contribuindo por meio de suas diversas ferramentas e metodologias a criação de artefatos que possibilitem a ação colaborativa entre as pessoas, em que um indivíduo possa cooperar com o outro, resgatando o convívio e socialização. Esse objetivo entra em comunhão com os princípios da cultura *Slow*, que preza pela valorização do tempo, priorizando o bem-estar e desenvolvimento pessoal, social, comunitário e ambiental. Desta forma, essa pesquisa teórica traz a reflexão de uma oportunidade para o design revitalizar, por meio das habilidades desenvolvidas por designers, espaços públicos em conjunto com as comunidades, pensando nas necessidades e no bem-estar das pessoas.

palavras-chave:

Design; ressignificação; bem-estar; cultura *slow*; espaços públicos.

1. Introdução

A sociedade atual vive em um ritmo extremamente acelerado. As pessoas dormem pouco, vivem preocupadas com suas obrigações profissionais, se alimentam com pressa, estão sempre atentas aos mais variados meios tecnológicos (tablets, celulares, computadores...) e diminuíram consideravelmente o contato físico com as outras pessoas, procurando envolver-se apenas com seus próprios problemas e dispensando ajuda de outros indivíduos. Todas essas características são nocivas à saúde mental e física das pessoas, prejudicando o próprio bem-estar e os relacionamentos pessoais dos indivíduos em sociedade.

Alguns movimentos incentivam as pessoas a desacelerar o ritmo, propondo uma reavaliação de prioridades e do uso do tempo. Um desses movimentos é o *Slow Food*, que surgiu para contrapor o já disseminado *Fast food*, se opondo a padronização do alimento. O movimento propõe uma melhor qualidade na alimentação das pessoas incentivando o consumo de alimentos que não levem tantos produtos químicos em seus componentes, além de incentivar o contato com o preparo dos alimentos e a calma para realizar a refeição, observando texturas, cheiros e sabores. A partir desse movimento surgiu a cultura *slow*, que preza pelo equilíbrio do uso do tempo.

A individualidade e falta de habilidade em utilizar o tempo a seu favor, utilizando-o apenas para obrigações, causam danos à saúde e prejudicam a socialização entre pessoas. Algumas sociedades dispersas pelo mundo possuem enraizados em suas culturas um equilíbrio no uso do tempo, para o povo de Kelantese, na Malásia “a pressa é considerada uma falta de ética por reduzir o tempo disponível para visitar e socializar com amigos, parentes e vizinhos” (THACKARA, 2008). A partir do já mencionado *Slow Food* e de comunidades como a de Kelantese, outros movimentos foram criados. Organizações de pequenos grupos que buscam levar uma vida mais leve, tentando encontrar o equilíbrio entre o estresse ao qual as pessoas já estão habituadas e a tranquilidade a qual as pessoas buscam.

Quando se analisa as formas de socialização de algumas décadas atrás, é bastante evidente que os locais para encontros para socialização eram as praças públicas. Devido ao aumento dos índices de violência, vandalismo, aumento das tecnologias e novas construções urbanas, houve uma canalização do público para os shoppings ou pequenos centros comerciais. Com isso, as pessoas acabaram distanciando-se da natureza e das preocupações com os impactos causados nela. Assim como também houve um desinteresse da população na prática da socialização, em que um estudo realizado em 2016 pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento de Mercado (IPDM) mostra que homens já preferem ir à shoppings sozinhos, já que as tecnologias e o grande número de lojas nos shoppings ocupam grande parte do tempo das pessoas. Esse cenário revela um problema que os espaços públicos voltados ao lazer estão passando: desinteresse da população, gerando desuso desses ambientes que são essencialmente importantes para vida em comunidade.

Apesar dos preocupantes dados da população atualmente, é existente também grupos de pessoas que já não se comportam como a maioria. Uma pesquisa de tendências feita em 2015 pela Fundação Telefônica Vivo, intitulada “Tendências e Visões +15” revelou que a população estará mais disposta ao compartilhamento de bens e espaços, assim como estará mais ativa nos problemas sociais. As cidades, que já são territórios caracterizados pela capacidade de aprendizado e inovação, serão fonte de inspiração a projetos participativos nas comunidades. Na saúde e bem-estar, haverá maior conscientização com mudanças de hábitos. As pessoas perceberão que os recursos físicos do planeta não são abundantes mas limitados para demandas crescentes da economia e da sociedade e consequente tomada de consciência com ações preventivas e corretivas para reduzir ou reverter o padrão de consumo e o impacto que o ser humano e suas escolhas causam no meio ambiente. Essa pesquisa condiz com outras, realizadas por diferentes instituições, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Euromonitor Internacional, empresa especializada em estudar estratégias e tendências de mercado.

Sendo assim, é necessário o design voltar os olhares para os espaços urbanos das cidades, como praças, terrenos e parques, contribuindo por meio de suas diversas ferramentas e métodos a criação de artefatos que possibilitem a ação colaborativa entre as pessoas, em que um indivíduo possa cooperar com o outro, resgatando o convívio, socialização e contribuindo para uma comunidade participativa. Atualmente muitos destes espaços encontram-se abandonados, desvalorizados ou marginalizados, daí a necessidade de ressignificar esses locais, buscando sistemas entre o design de produto e design

gráfico, trazendo artefatos potencializadores do conjunto destas tendências, atendendo as necessidades atuais e do futuro com responsabilidade social e ambiental. Esse objetivo entra em comunhão com os princípios da cultura Slow, que preza pela valorização do tempo, priorizando o bem-estar e desenvolvimento pessoal, social, comunitário e ambiental.

Essas ações proporcionarão inovação social às comunidades, fazendo as comunidades se tornarem parte da solução de design, tornando-se ativas na manutenção e utilização do espaço até então marginalizado. Essa nova fase que o design levará para a sociedade gera diversas pequenas comunidades criativas, que buscam resolver seus problemas em sociedade, compartilhando ideias e conhecimentos e praticando a criatividade diariamente dentro de seu contexto.

A atuação do design nesses espaços deve priorizar a valorização da cultura e costumes locais, para que a comunidade a qual o espaço urbano em desuso está inserida tenha sentimento de apropriação pelo local, bem como ter como prioridade a integração entre indivíduos e qualidade de vida das pessoas por meio da cultura *slow*. O design deve facilitar a ação das práticas colaborativas, transformando o espaço público em um ambiente acolhedor para os indivíduos, com o intuito de trazer as pessoas para o local revitalizado, promovendo fluxo de pessoas, despertando a curiosidade da comunidade e trazendo bem-estar aos envolvidos nas tarefas colaborativas. Sendo assim, essa pesquisa de cunho teórico se assume como exploratória e bibliográfica, pois tem o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o tema e, assim, aprimorar as ideias sobre o assunto proposto (GIL, 1946). Essa pesquisa busca como objetivo incentivar designers a interagir com comunidades, trabalhando para ajudarem a revitalizar espaços públicos, causando bem-estar para as pessoas, assim como causar desenvolvimento comunitário, social e pessoal e evidenciando a cultura colaborativa, propondo projetos que designers e comunidade trabalhem juntos.

2. Design para inovação social

Em sua essência o design busca promover o bem-estar das pessoas, por meio de suas variadas vertentes. No entanto, segundo Manzini (2008), desde o desabrochar da sociedade industrial - que possibilitou o desenvolvimento de ciência e tecnologia mutuamente - vivemos em um bem-estar baseado no consumo de produtos, em que bem-estar significa a obtenção de mais produtos. Entretanto “mais produtos” significa um maior consumo de recursos naturais, logo o aumento de bem-estar está diretamente ligado ao consumo de recursos naturais. Esses recursos naturais não são recolocados na natureza, não gerando nem renovação nem preservação.

A crise econômica exigiu dos países mais maduros industrialmente uma reconsideração sobre esse modelo de bem-estar, buscando formas de viver melhor por meio da diminuição de consumo. Os países em situação econômica oposta, que estão em plena ascensão, as pessoas também estão sofrendo uma mudança socioeconômica e mudando o conceito de bem-estar (MANZINI, 2015).

“Dê um peixe a um homem e o alimentará por um dia. Ensine-o a pescar e o alimentará por toda sua vida” (Lao Tzu, 400 a.C.). Esse antigo ditado mostra duas diferentes alternativas para o mesmo objetivo, no caso a alimentação. Entretanto o ditado mostra como a sociedade se acostumou ao bem-estar baseado no consumo: se está com fome busque um *fast food* ou algum alimento enlatado. Essa ideia teve início a partir da produção em massa dos bens de consumo, a sociedade passou a ter um complexo sistema de produção de produtos e serviços para atendê-la, afim de minimizar o envolvimento pessoal em qualquer serviço. Entretanto, segundo Manzini (2008), os seres humanos podem tender ao prazer em serem servidos, mas podem também comportar-se de modo completamente oposto, sendo possível na natureza humana tanto o caráter passivo como ser ativo e participativo. Os seres humanos são contraditórios, e a partir deste ponto que nasce a proposta de um novo tipo de bem-estar, o bem-estar ativo. Esse tipo de bem-estar traz “a condição na qual somos ativos e cuidamos de nós mesmos, da nossa família, da vizinhança e do ambiente, pois gostamos deles” (MANZINI, 2008 p.55).

A inovação social busca justamente que a sociedade não seja apenas parte do problema, mas seja também parte da solução, ajudando a criar seu próprio bem-estar. A inovação social pode ser conceituada como “mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades.” (MANZINI, 2008 p.62). Para o autor, a união desses indivíduos gera as chamadas “comunidades criativas”, sendo pessoas que trabalham de forma colaborativa e voluntária para resolução de problemas do dia-a-dia da comunidade, gerando hábitos

que podem beneficiar a comunidade de forma econômica e social, além do benefício ambiental que essas comunidades podem gerar, contribuindo para a sustentabilidade.

Para Manzini (2015), tratando-se de inovação social não existe um estereótipo dos participantes, então a solução final entre o designer e o usuário torna-se mais nebulosa. Dado este fato, para favorecer a inovação social os designers devem, por meio de ferramentas e métodos projetuais, auxiliar essas comunidades incentivando suas iniciativas. “Uma visão cultural alternativa é vital para moldar as nossas expectativas e impulsionar a mudança transformadora” (THACKARA, 2008 p.51). O autor complementa afirmando que visões compartilhadas são essenciais para dar impulso à inovação. Então o designer deve auxiliar “conversações sociais sobre o que fazer e como fazer” (MANZINI, 2014 p.63), criando um processo de co-design com as pessoas em prol de uma mudança social. Então, para promover a inovação social, designers devem usar suas competências em design para reconhecer casos promissores quando e onde eles surgem e reforçá-los. Isto é, ajudar estes casos a serem mais acessíveis, duradouros e replicáveis.

É necessário então que designers criem condições favoráveis ao diálogo para que as pessoas possam expressar sua criatividade, organizando as informações por meio do seu conhecimento para que as comunidades possam se desenvolver de forma colaborativa e participativa, em que todos se sintam responsáveis pelo seu próprio bem-estar, assim como o da comunidade e do meio ambiente.

2.1 Comunidades criativas

As comunidades criativas, gerando inovação social, tendem a acontecer em duas circunstâncias: quando novas tecnologias surgem na sociedade ou quando problemas urgentes devem ser enfrentados (MANZINI, 2008). Nas últimas décadas muitas novas tecnologias foram criadas e ainda podem ser muito mais exploradas. Quanto aos problemas urgentes, a gravidade dos problemas ambientais e sociais se tornaram óbvios. Em visto disso, temos a combinação dos dois fatores para promoção e crescimento das comunidades criativas.

A criatividade está no âmago da inovação. Fala-se em economias criativas e em comunidades criativas, modelos que se baseiam no fato de que a criatividade é central para o desenvolvimento da sociedade. Dessa forma, cabe ao design criar objetos, mas também situações nas quais a criatividade possa ser exercida não somente pelo designer, mas por todos (CASTRO; CARRARO, 2008, p.796-797).

Comunidades Criativas são inspiradas em iniciativas espontâneas, de pequenos ou grandes grupos de pessoas que desenvolvem trabalhos cooperativos, de uma maneira não convencional, para resolver problemas do dia a dia. Trata-se de uma proposta de um caminho sustentável para o século XXI (MONTENEGRO, 2011). Para Manzini (2008) a sociedade contemporânea e toda sua complexidade pode ser vista como um laboratório de ideias para a vida cotidiana, onde o modo de viver e de resolver problemas são desdobrados e recriados, criando novas oportunidades. Para o autor “Existem muitos casos em que essa criatividade socialmente difusa se expressa no *design* de atividades que podemos denominar “colaborativas”.” (MANZINI, 2008, p.62). Como forma geral, as Comunidades Criativas sempre representam mudanças no seu contexto, pois desafiam a maneira tradicional de fazer, introduzindo novos modos de desempenho, diferente e intrinsecamente mais sustentáveis.

A ideia de que as pessoas resolvam os problemas sociais e ambientais de forma colaborativa, criando novas oportunidades e gerando respostas inéditas pode ser um forte passo rumo a sustentabilidade. Em que a sociedade, de forma conjunta, repara impactos sociais e ambientais, criando melhores cenários futuros.

Manzini (2008), destaca três características em comum em qualquer comunidade criativa:

- a. Pessoas que, de forma colaborativa, gerenciam e criam soluções inovadoras, usando a criatividade para quebrar modelos dominantes de pensar e agir, criando novos modos de vida.
- b. As comunidades criativas nascem a partir de problemas da vida cotidiana contemporânea.
- c. Resultam de uma combinação de demandas e oportunidades. Em que demandas são os problemas da vida cotidiana e oportunidades são combinações de três elementos: a existência

ou memória de tradições; a possibilidade de usar produtos, serviços e infra-estruturas; condições sociais e políticas capazes de aceitar o desenvolvimento de uma criatividade difusa.

Em síntese, pode-se dizer que as Comunidades Criativas são grupos de pessoas dispostas a agir colaborativamente, buscando soluções revolucionárias sem esperar que essas mudanças partam de um novo sistema econômico ou social. Essas pessoas dão um novo significado ao que já existe, aprimorando elementos para que eles se adaptem e resolvam questões da sociedade, criando elas mesmas, novos modos de resolução de problemas da vida cotidiana.

3. Cultura Slow

A cultura slow faz parte de um movimento que preconiza o bem-estar e desenvolvimento pessoal, social, comunitário e ambiental. O Movimento *Slow* é um movimento internacional criado a partir do *Slow Food* e tem se espalhado pelo mundo, com cada vez mais adeptos. Esses adeptos não se encaixam em um perfil único, mas identificam-se com a ideia geral do movimento, que possui princípios como valorizar a qualidade e não quantidade (em relações pessoais, profissionais ou hábitos de consumo), dar mais valor ao essencial, apreciar cada momento e buscar equilíbrio. Ao passo de que os benefícios não são apenas pessoais, mas também para a comunidade e para o meio ambiente. O *Slow Movement* é uma corrente mundial e contemporânea que consiste em uma filosofia de vida que desafia a cultura da velocidade, do excesso e da quantidade sobre a qualidade. No mundo atual, em que as pessoas estão sempre com pressa e sobrecarregadas, o movimento, segundo o site *Slow Movement* (2016), defende que devemos tentar desacelerar, privilegiando a qualidade, o equilíbrio e o bem-estar nas diferentes áreas da vida.

O ideal do movimento é vivermos com desenvolvimento sustentável e solidário dinamizado pelas comunidades locais, e em articulação com o movimento de globalização que hoje vivemos (como complemento). Não é objetivo do *Slow Movement* ir contra o que tem sido conquistado até ao momento presente e existe um reconhecimento das importantes virtudes do mundo ocidental nas conquistas em batalhas pelos direitos humanos e na qualidade de vida, porém, o Movimento *Slow* surge como a expressão de um modelo alternativo perante as dificuldades do mundo atual e do atual modelo de desenvolvimento.

O Movimento *Slow* possui várias vertentes, como a *Slow Travel* (mais importante que a chegada é apreciar o caminho, ir sem pressa ou planos definidos), *Slow parenting* (dar às crianças uma infância com menos obrigações e mais valores que realmente fazem a diferença para crianças, como a interação com a família, ter amigos e contato com a natureza), *Slow city* (aumentar a qualidade de vida das pessoas, em que possam admirar e explorar o local onde vivem), *Slow fashion* (optam-se por produtos de vendedores locais ou provenientes de comércio justo, utilizam-se tecidos antigos reciclados e opta-se pela qualidade em detrimento da quantidade) e *Slow schools* (incluem aspectos pedagógicos, éticos e culturais, que visam formação integral do ser humano).

De forma mais ampla existe um modo de viver chamado *Slow living*, segundo o site do movimento esse modo de viver preza por valorizar o presente e prestar atenção nele, precisamos estar atentos.

Nós podemos desenvolver um relacionamento sensato com a nossa experiência sensorial por meio da meditação consciente. Vivendo conscientemente somos incentivados a encontrar a calma. Quando praticamos a atenção plena na nossa vida cotidiana, estamos menos à mercê das nossas emoções destrutivas, e ficamos predispostos a maior inteligência emocional e equilíbrio. Portanto, ficamos mais dispostos a uma maior felicidade, pois viver conscientemente nos dá mais satisfação em nosso trabalho, em nossa família e em nossa vida em geral (SLOW MOVIMENT, 2016).

4. Valorização de espaços públicos com práticas colaborativas

Já existem na sociedade atual algumas ações que necessitam das práticas colaborativas para existência e manutenção. A criação e demanda crescente destas ações ilustram como a sociedade tende a se comportar no futuro, sendo interativa, prestativa e prezando pelo bem-estar tanto próprio quanto dos

outros. Parklets e hortas urbanas são exemplos que demonstram como essa tendência já está muito próxima da sociedade. Esses exemplos também mostram o quanto o design ainda pode explorar as práticas colaborativas visando a um melhor aproveitamento e valorização do tempo dos indivíduos e o bem-estar dos mesmos.

Parklets (Imagem 1) são mini praças que ocupam o lugar de uma ou duas vagas de estacionamento em vias públicas. Funcionam como um espaço público de lazer e convivência para qualquer um que passar por ali e contam com as pessoas para manutenção e preservação do local. Podem possuir bancos, mesas, palcos, floreiras, lixeiras, paraciclos, entre outros elementos de conforto e lazer. Os parklets foram criados nos Estados Unidos em 2005 e no Brasil o primeiro foi instalado em 2013. Qualquer pessoa, grupo ou empresa pode ter a iniciativa de implementar um parklet nas cidades, contando que o projeto seja aprovado pela prefeitura da cidade que pretende-se fazer a instalação.



Imagem 1 – Parklet. Fonte: <http://pavementtoparks.org/parklets/featured-parklet-projects/22nd-street-parklet/>

Outro movimento feito por grupos de pessoas que conta com a práticas colaborativas utilizando a cultura *slow* são as hortas urbanas (Imagem 2), que estão presentes em diferentes cidades do Brasil. Elas são uma forma de se conhecer melhor a vizinhança, possibilitando a colaboração e troca de conhecimento entre as pessoas. Além de dar um ressignificado ao uso do espaço urbano. “A ideia é facilitar o acesso a alimentos frescos e saudáveis, aumentar as áreas verdes nas metrópoles e diminuir o impacto do transporte de hortaliças, que hoje se baseia em um complexo mecanismo de produção, transporte e distribuição” (FRÓIS, 2015).



Imagem 2 – Hortas urbanas. Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/maragama/2016/10/1824946-novo-parque-de-floripa-tem-horta-comunitaria-e-vai-ensinar-a-compostar.shtml>

A combinação de ideias e estratégias podem trazer grandes benefícios para as comunidades, causando impacto positivo na vida das pessoas. O chamado urbanismo tático traz iniciativas que podem partir dos próprios moradores das comunidades, grupos de pessoas ou associações para um aproveitamento de áreas em desuso das cidades. Os projetos podem ser simples ou complexos, mas com o intuito de devolver o espaço público às pessoas. “Ao conferir novos sentidos para os lugares a partir de mudanças simples, o urbanismo tático cria cidades mais amigáveis aos moradores e, muitas vezes, motiva as pessoas a repensarem seus hábitos por meio dos diferentes encontros e trocas que esses espaços possibilitam” (PACHECO, 2015).

O projeto Cidade Ativa (Imagem 3) revitalizou a Escadaria da Alves Guimarães, em São Paulo, proporcionando uma experiência diferenciada aos indivíduos que circulam na área, dando a oportunidade de as pessoas redescobrir esse espaço da cidade. Nessa revitalização o design projeta serviços para o bem-estar da comunidade, trazendo novas possibilidades ao local e fazendo a inserção de mobiliários urbanos nas áreas que ficam entorno da escada, transformando o espaço em um lugar em que as pessoas podem passar o tempo, conversar, descansar, desestressar e aproveitar.



Imagem 3 - Escadaria da Alves Guimarães. Fonte: <http://via.ufsc.br/entrevista-com-cidade-ativa-hoje-ha-uma-tomada-de-consciencia-sobre-o-papel-dos-cidadaos/>

5. Considerações finais

O design deve projetar para a ressignificação dos espaços públicos que estão em desuso ou em situação de marginalização, revitalizando a importância que eles têm para as comunidades em que estão inseridos, transmitindo os princípios da cultura *slow*, pois existe a necessidade de as pessoas fazerem uma reavaliação da forma como usam seu tempo e também de quais as prioridades que estão colocando em suas vidas. Essas questões não são pensadas pelas pessoas sem algum tipo de incentivo e, o design tem meios de fazer seu público repensar seu tempo, suas prioridades e seus costumes, criando hábitos mais saudáveis tanto para o corpo quanto para a mente. Por meio do *design* pode-se voltar a uma época em que o bem-estar próprio e social é a prioridade, em que a opção do contato humano, da colaboração e da relação em comunidade é essencial para cada membro dela.

Partindo das tendências de comportamento da sociedade, em que as pessoas serão mais participativas, solidárias e colaborativas dentro das comunidades faz-se urgente o design agir como facilitador destas tendências, ativando o interesse da sociedade por atuar em espaços que atualmente estão em desuso, fazendo com que a própria comunidade seja ativa na ressignificação desses espaços. Com a participação efetiva da comunidade, de forma colaborativa, monta-se um espaço que valoriza os costumes da comunidade e gera socialização e integração no local.

Tratar as comunidades como foco na inovação social é essencial para um bem-estar social e ambiental, já que o social faz com que o ambiental seja corretamente preservado e transmitido a gerações futuras, além de que se as comunidades se sentem parte da inovação elas tendem a ter mais autonomia e iniciativa para resolver as questões sociais colocadas na sociedade, como o mal ou nenhum uso dos espaços públicos. Os parques, terrenos e praças das comunidades e outros espaços públicos em desuso são os locais que podem iniciar essas comunidades criativas que geram inovação social, pois são espaços públicos e abertos para todos que sentirem vontade de participar ativamente da comunidade. Essa pode ser a grande oportunidade para o design nestes locais: possibilitar, por meio de artefatos, a cooperação entre indivíduos, bem como trazer prazer a eles ao utilizarem estes locais, resgatando as raízes da verdadeira função destes espaços. Além disso também é possível para o design fazer com que as pessoas das comunidades se unam para resolver problemas de forma colaborativa e gerar soluções práticas e inovadoras, pensando no melhor para a comunidade no geral e gerando inovação social.

O Brasil caracteriza-se por ser um país com uma grande diversidade de culturas. Esse fato implica necessidades específicas para determinadas comunidades dentro do país. Essa característica também deve ser pensada ao revitalizar um determinado espaço urbano e, para isso, a forma que os designers trabalham influenciam muito na solução final, então é essencial buscar uma metodologia facilitadora desse trabalho. Para trabalhar com comunidades específicas pode-se sugerir como ferramenta de trabalho para os designers entenderem os costumes e necessidades da comunidade com que trabalham o kit de ferramentas HCD (*Human Centered Design – Design Centrado no Ser Humano*). Essa sugestão se dá pois por meio do kit desenvolvem-se soluções para os problemas em conjunto com a comunidade a qual se destina a solução final (como a revitalização de espaços públicos) e tendo a própria comunidade como protagonista dos meios que geram resultados, participando como atores de inovação e de continuação do processo proposto. Por fim destacam-se os valores da comunidade e uma maior adesão das pessoas, já que elas participam de todo o processo de design. O kit de ferramentas HCD começa com um desafio estratégico específico e continua em três fases: Ouvir, Criar e Implementar. O processo do HCD começa por examinar as necessidades, desejos e comportamentos das pessoas cujas vidas devem ser influenciadas com as soluções finais. As ferramentas do HCD permitem ouvir e entender o que as pessoas querem e o que precisam, e isso é a base durante todo o processo de design.

Design as a tool to re-signify open public spaces through collaborative practices using the principles of Slow culture

Abstract:

Today's society lives at an extremely fast pace. People sleep little, live worried about their professional obligations, feed themselves in a hurry, are always attentive to the most varied technological means and have considerably diminished their physical contact with other people. All these characteristics are harmful to the mental and physical health of people, damaging the body itself and the personal relationships of the population. This routine of the population associated with the lack of importance given to public spaces by the government has caused some public urban spaces to fall into disuse, being quite common to see public spaces that become degraded and marginalized, losing the characteristic of being spaces for coexistence and integration. Some movements encourage people to slow down, suggesting a reassessment of priorities and the use of time, such as the slow culture movement. There are social groups around the world that have a roots in their cultures, a balance in the use of time, giving priority to relaxing and well-being activities. From these examples other movements have been created, organizations and small groups that seek to lead a lighter life, trying to find the balance between the stress that people are already used to and the tranquility that people seek. This scenario presents the opportunity for design to influence the re-signification and revitalization of public spaces, returning these spaces to the population, these spaces being a way for people to feel invited to enjoy time in a healthy way, socialize and be able to cooperate with the maintenance of these spaces. Spaces, feeling part of the space, creating belonging and attachment to the place. Thinking in this context, the design can contribute to the search to help in the re-signification of public spaces currently in disuse, contributing through its various tools and methodologies to create artifacts that enable collaborative action among people, in which an individual can cooperate with The other, rescuing the social and socialization. This goal comes into communion with the principles of Slow culture, which values the valuation of time, prioritizing personal, social, community and environmental well-being and development. In this way, this theoretical research brings the reflection of an opportunity for design to revitalize, through the skills developed by designers, public spaces together with the communities, thinking about the needs and well-being of the people.

Keywords:

Design; Reassignment; welfare; Slow culture; public spaces.

Referências bibliográficas

AROS, Kammiri Corinaldesi. **Elicitação do processo projetual do Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design da Universidade Federal de Santa Catarina**. Orientador: Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo – Florianópolis, SC, 2016.

CAPELLO, Giuliana. **Slow Life: vida mais calma, lenta e confortável**. Planeta Sustentável: 16 set 2008. Disponível em: <<http://planetasustentavel.abril.com.br/blog/gaiatos-e-gaianos/109647/>>. Acesso em: 30 mai. 2017.

CASTRO, M.; CARRARO, C. **O Resgate da Ética no Design: na evolução da visão Sustentável**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8., 2008, São Paulo. Anais... São Paulo: AEND Brasil, 2008.

COGO, Rodrigo. **Tendências Globais de Consumo**. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/blogs/post/tendencias-globais-de-consumo-para-2016/>>. Acesso em: 28 mai. 2017.

DEHEINZELIN, Lala. **Desejável Mundo novo: vida sustentável, diversa e criativa em 2042**. 1ª edição. São Paulo, SP (2012)

FRÓIS, Camila. **Hortas urbanas: uma revolução gentil e orgânica**. 2013. Disponível em: <http://www.oeco.org.br/reportagens/27417-hortas-urbanas-uma-revolucao-gentil-e-organica/>. Acesso em: 1 jun. 2017.

IDEO. **HCD: Human Centered Design - kit de ferramentas**. 2. ed. 2010.

KRUCKEN, L.; TRUSEN, C. **A comunicação da sustentabilidade em produtos e serviços**. In: DE MORAES, D., KRUCKEN, L. Design e Sustentabilidade. Coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design, Belo Horizonte: EdUEMG, 2009.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. 104 p. (Caderno do Grupo de Altos Estudos do PEP/UFRJ; v.1).

MANZINI, Ezio. **Making Things Happen: Social Innovation and Design**. Design Issues: v.30 n.1, 2014.

MANZINI, Ezio. **Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation**. Cambridge: MIT Press Book, 2015. 241p.

PACHECO, Priscila. **Nossa Cidade: A transformação a partir dos espaços públicos**: 2015 Disponível em: <http://thecityfixbrasil.com/2015/05/13/nossa-cidade-a-transformacao-a-partir-dos-espacos-publicos/> Acesso em: 5 de jun. 2017

Slow Moviment, 2016. Disponível em <http://www.slowmovement.com/slow_living.php> Acesso em: 4 de out. 2016

THACKARA, John. **Plano B: o design e as alternativas viáveis em um mundo complexo** - tradução Cristina Yamagami - São Paulo : Saraiva : Versar, 2008. 299 p.