

MAPA DAQUI

↑ SISTEMA COLABORATIVO DE

← SINALIZAÇÃO PARA PEDESTRES

EM ESPAÇOS PÚBLICOS



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
LUCAS NEUMANN DE ANTONIO
ORIENTADOR: PROF. DR. ANDRÉ LEME FLEURY

FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
DEZEMBRO DE 2015

MAPA DAQUI

**Sistema colaborativo
de sinalização
para pedestres
em espaços públicos**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
LUCAS NEUMANN DE ANTONIO**

DEZEMBRO DE 2015
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ORIENTADOR: PROF. DR. ANDRÉ LEME FLEURY

Agradecimentos

Agradeço a todos que direta ou indiretamente tocaram este projeto, o qual tentei construir da forma mais colaborativa e aberta quanto possível. Em especial, ao professor André Leme Fleury, pela atenção, confiança, e pela coragem com que tem conduzido os estudos da inovação em nossa Universidade. À professora Daniela Hanns, por todo o apoio, carinho e orientação nesses 6 anos de tantos projetos que me trouxeram, finalmente, a este. Ao professor Jorge Bassani, pela sua contribuição ao curso com reflexões críticas que me influenciaram de forma profunda.

A Fernanda Basile, pelo companheirismo neste empolgante, porém exaustivo ano, em que mais precisamos do suporte um do outro. Lucas Pirola, pela generosa parceria técnica sem a qual este projeto não teria atingido nem uma fração do caminho que percorreu. Rafael Monteiro pelas fotos, e todos os que ajudaram com produção de material e favores aqui e ali.

Também sou muito grato a todos os que conheci durante o processo, através dos seus movimentos e iniciativas transformadoras de inovação social, economia colaborativa, e direito à cidade: obrigado pela inspiração, apoio e energia.

Agradeço também à minha família, pela liberdade que sempre deram à minha vontade de explorar e entender o mundo. À todos envolvidos com o curso de Design da FAU, que me ajudaram a expandir e lapidar essa vontade, dando-lhe forma crítica, estruturada, e propositiva. E aos colegas que dia-a-dia me acompanham nessa jornada de, pouco a pouco, deixar o mundo mais parecido com aquilo que consideramos um lugar melhor para se estar.

Resumo

Partindo de uma pesquisa sobre a recente retomada das pautas da qualidade do espaço público urbano, sua ocupação, uso e resignificação, através da ótica de iniciativas e processos colaborativos, ativistas e empreendedores, foi desenvolvido um sistema colaborativo de sinalização para pedestres.

Para tal, foi utilizado um método misto, composto de uma primeira fase de pesquisa (teórica, qualitativa, e quantitativa) baseada nos métodos clássicos de design, e uma segunda fase de desenvolvimento, baseada em modelos contemporâneos de construção ágil de startups. Através desse método, 4 ciclos de construção, aferição, e aprendizado foram realizados, permitindo que a complexidade e efetividade do modelo proposto fossem gradualmente certificadas e ampliadas.

O resultado é um website funcional que permite a qualquer cidadão fazer o download de peças de sinalização de baixo custo, específicas para o espaço público do seu bairro. Ao serem instaladas, essas peças informam os pedestres sobre os arredores, assim como abrem espaço para intervenções diretas que ajudam a mapear pontos de interesse daquela comunidade naquele espaço, sejam eles comerciais, culturais, de serviço ou de importância subjetiva.

Até o momento de finalização deste documento, mais de 500 downloads de peças de sinalização foram registradas, em 14 Estados do país.

**“Nós moldamos nossas
ferramentas e, em seguida,
somos moldados por elas.”**

Marshall McLuhan

1	Fase de Pesquisa	11
	Apresentação	13
	Revisão Teórica	23
	Pesquisa de Referências	35
	Identificação de Necessidades	49
	Requisitos de Projeto	58
2	Fase de Desenvolvimento	61
	Geração das primeiras hipóteses	63
	Ciclo 01	75
	Ciclo 02	99
	Ciclo 03	125
	Ciclo 04	151
	Conclusões	183

1 FASE DE PESQUISA

Apresentação →



Motivações

Nos quatro primeiros anos do curso de Design, morei com meus pais em São Bernardo do Campo, em um grande edifício de apartamentos. Eu me deslocava usando o carro que ganhei de presente deles, e apesar das mais de 4 horas passadas no trânsito diariamente, algo me dava a impressão de que aquilo era uma vantagem em relação aos meus colegas que utilizavam o transporte público. Para mim, nessa época, o transporte público em São Paulo era uma coisa nebulosa, difícil de desvendar, e que me intimidou de forma até violenta das poucas vezes que tentei experimentá-lo. Eu simplesmente não conhecia nem entendia (e portanto não me sentia atraído) a possibilidade de uma vida urbana mais local, com deslocamentos curtos, e uma maior conexão com a comunidade ao meu redor. Por muito tempo, nem um mapa mental da cidade eu tinha formado. Meu carro era minha bolha, e a cidade se manifestava em pontos desconexos (apartamento, trabalho, faculdade, bares) que eu acessava através dele com a ajuda do GPS.

Tudo mudou quando fui morar em Londres para um ano de intercâmbio, e tive experiências que transformaram completamente minha visão de vida urbana. Lá eu passei a ter, nos mais diversos níveis, uma experiência de cidade compartilhada e conectada. Primeiramente, experimentar a cidade utilizando somente os pés, ou o transporte público, desfez a bolha que o automóvel criava, e me possibilitou uma verdadeira apreensão dos detalhes, caminhos, e características de cada lugar. Me impressionou muito como a usabilidade planejada da cidade, que facilita esse tipo de uso, dá força para a criação de identidades locais, e comunidades que se reconhecem tanto geograficamente quanto por interesses e objetivos em comum.

Na volta, muitos de nós intercambistas (assim como amigos e familiares) temiam ter que nos adequar novamente à uma cidade que não fosse tão gentil

quanto a capital inglesa. Decidi, então, trazer essas vivências e adaptá-las à minha vida em São Paulo, tentando encontrar aqui um modelo que se aproximasse do que tivemos por lá. Vendi meu carro, me mudei para um apartamento em São Paulo, e consegui um emprego para onde caminho menos de 500 metros todos os dias.

Fiz isso, aparentemente, em um momento de sorte: imediatamente conheci pessoas, iniciativas, e comunidades que estão tentando fazer de São Paulo, e outras cidades brasileiras, lugares mais equilibrados, compartilhados e humanos através da resignificação dos espaços públicos. É um movimento crescente, e participar dele aplicando aquilo que aprendi nesses últimos 6 anos tornou-se um objetivo que me traz uma enorme satisfação.

Sinalização para pedestres em Londres, parte do projeto chamado "Legible London", que objetiva melhorar a legibilidade da cidade

Aproximação ao problema

TCC 1

Este trabalho foi iniciado no primeiro semestre de 2015 tendo em mente o seguinte desafio estratégico: **Como podemos incentivar comportamentos de comunidade e colaboração que levem à transformação dos centros urbanos em locais mais amigáveis e sustentáveis?**

Esse questionamento nos levou a uma pesquisa sobre as diversas facetas da colaboração e das práticas comunitárias, e mais especificamente, sobre a ressurgência destes valores dentro do movimento contemporâneo que está sendo chamado de Economia Colaborativa. Foram levantadas e analisadas as definições, origens, mecanismos, e exemplos de projetos e processos colaborativos, tentando encontrar novos canais para que as pessoas pudessem trocar, emprestar, e alugar recursos entre si como modo de tornar suas vizinhanças mais amigáveis e sustentáveis. Também foram feitas entrevistas qualitativas, quantitativas, lista de requisitos e geração de ideias para o produto a ser desenvolvido: um sistema de empréstimos, aluguéis e trocas entre pessoas de uma mesma vizinhança.

A conclusão da pesquisa, no entanto, assim como as reflexões trazidas pelos professores orientadores durante a banca, trouxe uma série de questionamentos que colocaram em cheque conceitos fundamentais dos sistemas de Economia Colaborativa, assim como o enfoque do projeto que estava surgindo. Alguns exemplos: Como criar comunidades verdadeiramente mais amigáveis no contexto de um ambiente urbano que é já hostil à gentileza, diversidade e convivência? Como evitar que plataformas de troca de objetos ou favores acelerem o processo de isolamento das comunidades em grupos menores, que já tem interesses e perfis similares, e que são cada vez mais auto-suficientes e indiferentes ao contato possibilitado apenas pela abertura do espaço público? Como evitar, também, que os usuários do sistema não participem dele somente pelas conveniências individuais, como vêm

se observando em diversos exemplos de plataformas estrangeiras que perderam sua essência colaborativa? Esse tipo de reflexão deixou claro que era necessário visitar a definição original do problema.

TCC2

Ao invés, portanto, de continuar o projeto no eixo temático dos empréstimos e troca de favores entre vizinhos, resolvemos realizar uma sutil, porém importante alteração de tema. Para guiar essa transição, buscamos auxílio em alguns autores como Gehl, Harvey, Lynch, e Cauduro. Através dessas leituras, pudemos encontrar o novo enfoque: ao invés de projetar para comunidades no ambiente privado, projetar para o ambiente público. O espaço público e seus equipamentos, afinal, são fatores fundamentais que geram ou inibem, entre outros comportamentos, as gentilezas e processos colaborativos entre os cidadãos, que tínhamos como objetivo inicialmente. Gehl diz:

“Primeiro nós moldamos as cidades - e então elas nos moldam. Assim, quanto mais humano for o espaço urbano que produzirmos, mais valorizada nossa dimensão humana estará” (Gehl, 2013).

Se quisermos então trazer à tona qualquer tipo de comportamento como a colaboração e a coesão comunitária, devemos começar pelo desenho de uma cidade que permita encontros, trocas, diversidade e gentileza. Com isso, optou-se por deixar de lado o âmbito da colaboração dentro de edifícios, e adotar as ruas, o ambiente público, como pano de fundo projetual.

Qual seria, então, o novo problema a ser definido? Qual seria um desafio, no campo do design, capaz de alterar o ambiente urbano a ponto de gerar as mudanças objetivadas? Nos autores citados anteriormente, principalmente em Lynch, encontramos o caminho do

planejamento visual urbano, ou mais especificamente, do planejamento de sistemas de orientação espacial:

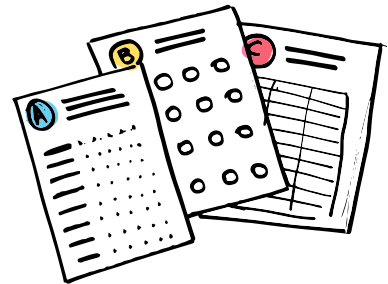
“A necessidade de reconhecer e padronizar nosso ambiente é tão crucial e tem raízes tão profundamente arraigadas no passado, que essa imagem é de enorme importância prática e emocional para o indivíduo. [...] As esperanças, os prazeres e o senso comunitário podem concretizar-se. Acima de tudo, se o ambiente for visivelmente organizado e nitidamente identificado, o cidadão poderá impregná-lo de seus próprios significados e relações. Então se tornará um verdadeiro lugar, notável e inconfundível” (Lynch, 2011, p.102).

Cauduro, em sua tese de doutorado que documenta o processo de projeto do sistema visual do Metrô de São Paulo, concorda:

“Entre as diversas formas de intervenção do planejador urbano, vem ganhando merecido destaque o planejamento dos aspectos visuais da cidade [...] Devolver a identidade e a legibilidade das cidades é condição indispensável na revisão dos agrupamentos urbanos” (Cauduro, 1979, p.3).

Entendendo, portanto, o papel fundamental da orientação espacial na cidade para a formação de um modelo mental que permita às pessoas navegá-la com conforto e segurança, tornando então os espaços mais comunitários, pudemos então revisitar e redefinir o problema a ser abordado pelo projeto:

“Desenvolver um sistema interativo que auxilie a orientação espacial de pedestres em espaços públicos externos a partir da coleta e disponibilização colaborativa de informações”.



[↑]
Ilustrações do TCC1, quando ainda era objetivo a criação de um sistema de empréstimos interno a edifícios

DESAFIO ESTRATÉGICO

Desenvolver um sistema interativo que auxilie a orientação espacial de pedestres em espaços públicos externos a partir da coleta e disponibilização colaborativa de informações.

Metodologia

O trabalho foi desenvolvido através da combinação aspectos de dois métodos de projeto: o design e desenvolvimento ágil. Isto nos possibilitou, na primeira fase, uma sólida e ampla compreensão do contexto do desafio a ser abordado, e na segunda, uma velocidade de desenvolvimento, experimentação e validação mais adequada ao tipo de solução proposta.

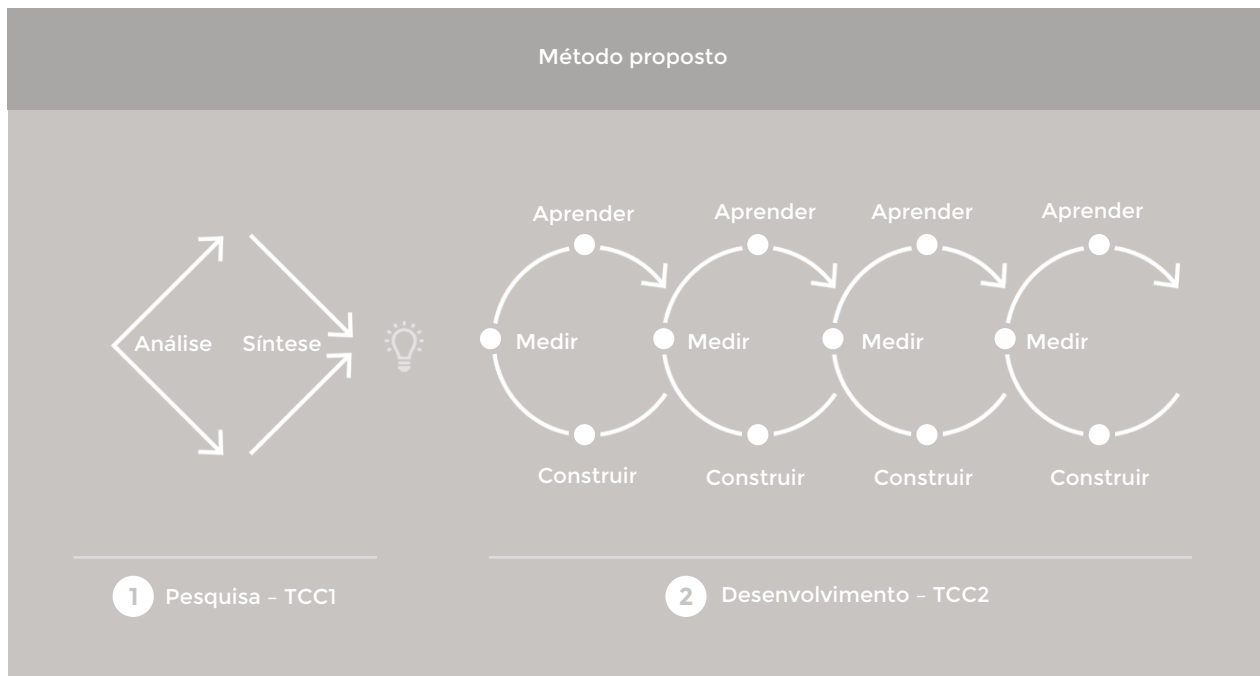
Método de Design

É definido por Buchanan como um modelo mental acompanhado por um conjunto de ferramentas que possibilitam ao designer posicionar e reposicionar um problema de escopo amplo (advindo de qualquer área da experiência humana), de modo a encontrar hipóteses úteis para sua exploração, entendimento, e solução (Buchanan, 1992). O método nasce, segundo Rittel, da uma necessidade de tentar solucionar problemas de alto nível de indeterminância, complexos (que ele chama de "wicked problems") que não seriam passíveis de entendimento pelo método científico clássico (Buchanan, 1992; Rittel, 1972). Este método, documentado por autores como Bruce Archer (1965), Bruno Munari (1981), e mais recentemente reinterpretado por Brown (2009) é entendido como um processo linear composto por duas fases principais: Pesquisa e Desenvolvimento, cada uma composta por uma subfase de análise (quando se decompõe um problema, ou ideia em diferentes partes) e síntese (quando essas diferentes partes são unidas em um todo como forma de encontrar coesão).

Desenvolvimento Ágil

O desenvolvimento ágil é definido por Ries como um método de inovação para startups, ou "qualquer instituição humana que desenvolva produtos e serviços sob condições de extrema incerteza" (Ries, 2011, p. 8). O método é baseado em ciclos rápidos de desenvolvimento, aferição, e aprendizado que, através de contínuos testes de hipóteses sobre um produto, objetivam encontrar o modelo que melhor atenda às necessidades dos seus usuários. Cada rodada de desenvolvimento é iniciada com uma lista de hipóteses que deseja-se testar, as métricas necessárias para comprová-las, e um experimento que possibilite testá-las. Este processo permite validar o direcionamento da ideia em etapas, ao invés de construir o produto inteiro, como forma de minimizar o risco.





Método proposto

Os métodos descritos acima tem características em comum, assim como diferenças fundamentais. Ambos são utilizados para solucionar problemas que, no início, não estão completamente definidos, e acabam em soluções que não poderiam ser previstas nas primeiras fases. Ambos trabalham sob a ótica do usuário final como forma de desenvolver o melhor produto final possível, e ambos se utilizam de fases de prototipação que permitem avaliar as soluções propostas nos estágios iniciais, como forma de diminuir o risco de execução de algo que ninguém quer. (Mueller e Thoring, 2012)

No desenvolvimento ágil, no entanto, o processo é iniciado já com uma ideia ou modelo que deseja-se validar, enquanto no design, inicialmente, há apenas um desafio a ser compreendido. As ideias, no processo de design, só são geradas após toda a fase inicial de pesquisa (Mueller e Thoring, 2012).

Mueller e Thoring identificaram que os processos podem aprender e complementar um ao outro. O design pode ser aperfeiçoado com o uso de protótipos logo nos primeiros estágios do desenvolvimento, pela implementação de estratégias de aferição de resultados via métricas, e pela consideração do modelo de negócios como parte intrínseca do projeto. O desenvolvimento ágil, por outro lado, poderia se beneficiar de uma pesquisa

mais profunda no início do processo, tomando a análise do contexto e do comportamento humano como parte fundamental para a geração posterior de uma solução. (Mueller e Thoring, 2012)

Para este projeto, foi identificada a possibilidade de trabalhar com os dois métodos em conjunto. No TCC1, foram utilizadas as primeiras fases do método de design (Levantamento de dados e tratamento de dados), para realizar uma aproximação ao problema. No TCC2, após a geração de ideias e a definição daquela que desejávamos desenvolver, passamos para o desenvolvimento ágil, pois assim poderia ser possível construir e validar a escolha o mais rápido possível.

Esta decisão também teve como base o que gostaríamos de ter como produto final. Através do método de design, geralmente acaba-se com um projeto que é comunicado através de desenhos, imagens, diagramas, e modelos que representam a visão ideal daquilo que poderia ser executado pela indústria. A metodologia ágil nos dá a chance de, logo nas primeiras fases de desenvolvimento, ter em mãos protótipos funcionais, mesmo que de baixa complexidade, e observar sua interação com as pessoas no mundo real. Para mim sempre foi muito desejável acabar a graduação com algo que existisse em funcionamento no mundo real, e portanto optei por essa combinação, que se mostrou muito interessante e satisfatória.

Revisão Teórica →

A Metrópole: um labirinto

Nas últimas décadas passamos por duas viradas muito importantes: A população humana cresceu para além das 7 bilhões de pessoas, e mais de 50% dessas pessoas passaram a viver em centros urbanos.

Desde a Revolução Industrial, viemos construindo para esta população um ambiente urbano caracterizado pelo seu imenso tamanho, densidade, e pela implementação de meios de transporte que possibilitam o deslocamento por este território tão vasto. Esse desenvolvimento, apesar dos seus grandes méritos, veio acompanhado de muitos pontos negativos quando comparado às cidades pré-industriais (Lynch apud Cauduro, 1972, p.2). David Lynch aponta os principais defeitos dos nossos centros urbanos:

“A cidade tornou-se uma terrível fonte de stress perceptual: ruídos, instabilidade climática, poluição, desordem, etc. perturbam os sentidos e o equilíbrio emocional dos seus habitantes; Desaparecem as referências, a metrópole carece de uma identidade visível. Impera a monotonia. A cidade fechou-se, falta-lhe aberturas. A fundamental interação homem-meio ambiente tornou-se impossível, o espaço físico agride e oprime. Por fim, talvez o mais importante problema: a metrópole é ilegível. De quase impossível compreensão, o meio ambiente urbano não mais pode ser percebido como um sistema de signos, organizado e informativo. A incoerência e a entropia transformaram-na em um labirinto” (Lynch apud Cauduro, 1972, p.2).

A construção dessa metrópole, nas últimas décadas, negligenciou o desenvolvimento do espaço público, tão presente nas cidades pré-industriais, em favor de uma infraestrutura viária para automóveis e verticalização de condomínios. Esse tipo de desenvolvimento contribuiu para a criação de um espaço urbano no qual as pessoas não se sentem mais bem-vindas, precisam manter-se encapsuladas. Nesse labirinto que se tornou a metrópole,

como já apontava Jane Jacobs nos anos 1960, "a vida nas ruas deixa de existir (Jacobs, 1961). Esse tipo de planejamento, muito baseado nos ideais rodoviaristas do modernismo, e do qual a cidade de São Paulo e tantas outras são vítimas, tem como resultado espaços livres públicos separados, vazios, e pouco convidativos para a vida comum.

“Além das características espaciais trazidas pelo desenvolvimento da metrópole, há fatores da lógicos e tecnológicos da era industrial que acabam por manter as pessoas distantes umas das outras, mesmo estando fisicamente mais próximas. Uma delas é a busca inesgotável pela otimização de atividades e serviços, substituindo funções que antes eram da comunidade local por objetos ou serviços terceirizados” (Gualart, 2014).

Muitas tarefas que antes eram realizadas na comunidade e vizinhança, por exemplo, agora foram substituídas por equipamentos que possibilitam a sua realização dentro do habitáculo individual. A máquina de lavar acabou com os momentos em que essa atividade era realizada em espaços públicos. A máquina de secar acabou com o contato existente quando secávamos as roupas no jardim ou nos terraços, e a esteira elétrica com as corridas ao redor do quarteirão (Gualart, 2014). O segundo eixo dessa transformação é a da terceirização das atividades, que as levaram para escalas maiores do que da vizinhança e até da cidade. É o exemplo de grandes shoppings centers e hipermercados, onde passeios, compras e afazeres podem ser efetuados de forma menos humana e mais anônima, reduzindo as chances de troca de crenças, ideias, e pensamentos que ocorre naturalmente nos espaços públicos de escalas menores.

Essas mudanças geram um efeito cíclico: a sensação de independência entre as pessoas, que se veem capazes de realizar suas atividades de forma automatizada ou



terceirizada, causa o afastamento entre os indivíduos de um local, o consequente não desenvolvimento de redes de confiança, e o esvaziamento do espaço público, que é dominado pelo medo.

[↑] Terminal Bandeira, São Paulo

“O urbanismo parece ter esquecido do seu papel como um gerador de habitabilidade e interação, e se transformou em um mero mecanismo de gerenciamento dos incentivos e custos da transformação da ocupação urbana. Um urbanismo informacional, focado em melhorar a qualidade da habitação humana deveria promover mais interação entre os habitantes, e as atividades que os tornam uma comunidade” (Guallart, 2014).

Direito à cidade e Cidades para Pessoas

Percebe-se, nos últimos anos, um retorno da pauta sobre os processos de decisão, construção, qualificação e uso do espaço público às discussões cotidianas, que têm como referência os conceitos de Direito à Cidade, introduzido por Henri Lefebvre e Robert Park, e revisitado por David Harvey, e o Cidades para Pessoas, popularizado pelo urbanista Jan Gehl.

Para Harvey, Lefebvre e Park, ter direito à cidade significa muito mais do que ter acesso às estruturas, serviços, e espaços urbanos, sendo também o direito de transformar, modificar a cidade de acordo com os desejos daqueles que a utilizam. Para os autores, o modelo de cidade que escolhemos construir acaba por nos construir de volta como sociedade, e portanto temos todo o direito de escolher que tipo de pessoas queremos ser através do tipo de cidade que queremos construir. Este direito, no entanto, nos é furtado a partir do momento que o mercado financeiro e a especulação imobiliária passam a comandar os processos decisórios. No modelo de cidade construído com base no capital não há espaço para as massas, para a convivência, e para a criação de espaços de tolerância. Muito pelo contrário, a cidade capitalista contemporânea segrega, isola, e fragmenta, deixando as massas à margem de uma cidade imposta pelos desejos das classes mais altas (Harvey 2013).

Londres, Copenhague, Amsterdã, Berlim, são exemplos de cidades que têm servido de referência para outras que criam cada vez mais projetos para recuperar a vida dos seus espaços comuns. Para Gehl, o mais importante ponto dessa transformação é dar de volta às cidades a dimensão humana, ou criar "cidades para pessoas" (Gehl, 2013). Isso significa abandonar o paradigma do automóvel, e criar espaços urbanos que sejam seguros e convidativos ao caminhar, à permanência, à convivência entre diferentes grupos e à locomoção através de transporte

público ou não poluente. A ativação do comércio e equipamentos culturais, melhores calçadas, ciclovias, melhor iluminação, ruas exclusivas para pedestres, praças, e parques são apenas alguns exemplos de mudanças que auxiliam essa transformação.

Estas tem sido as bases das discussões que vemos sendo retomadas atualmente. No Brasil, as manifestações de Junho de 2013 colocaram nas ruas todo um grupo de pessoas que, pela primeira vez, pode sentir o poder da resignificação do espaço da cidade através do seu uso. Esse novo sentimento parece ter potencializado o debate, dando força a iniciativas já existentes e abrindo espaço para novos movimentos (Wisnick, 2015). Uma delas é o festival Baixo Centro, em São Paulo, que desde 2012 ocupa as ruas do centro com atividades culturais diversas, e se define como:

“Um movimento colaborativo, horizontal, independente e autogestionado, organizado por uma rede aberta de produtor@s interessad@s em ressignificar esta região da capital de São Paulo em torno do Minhocão, que compreende os bairros de Santa Cecília, Vila Buarque, Campos Elísios, Barra Funda e Luz. É um movimento de ocupação civil que pretende fissurar, hackear e disputar as ruas.” (baixocentro.org)

Movimentos como a Batata Precisa de você e o Parque Minhocão, também em São Paulo, e a Praia da Estação, em Belo Horizonte, dialogam com esse tipo de ocupação do espaço público através de atividades lúdicas, esportivas, e culturais. Além desse tipo de ocupação através de atividades lúdicas, há também exemplos onde o conflito, debate e dissenso são sinais de que o espaço público está servido o seu propósito (Wisnick, 2015). Lugares como a Praça Roosevelt, o Parque Augusta, e o Cais Estelita, no Recife, são os mais recentes palcos onde é possível observar o encontro de forças e desejos conflitantes dessa natureza.



[↑] Movimento Ocupa Estelita, Recife, 2015



[↑] Festival Baixo Centro, São Paulo, 2015



[↑] Praia da Estação, Belo Horizonte, 2015

Um passo importante, que demonstra a absorção de algumas dessas demandas pelo poder público, foi a aprovação do Plano Diretor Estratégico em 2014. A lei, que foi escrita e revisada através de metodologias colaborativas e abertas à população, traz diversas diretrizes que pretendem transformar a relação do paulistano com o espaço da cidade.

“Para promover a melhoria da qualidade de vida, o Plano Diretor [...] prevê a ampliação das áreas verdes e espaços livres da cidade, além de definir

instrumentos de planejamento e projeto urbano de escala local, a serem formulados em conjunto com a sociedade. [...] Qualifica a vida urbana com ampliação das calçadas e estímulo ao comércio, serviços e equipamentos urbanos e sociais voltados para a rua” (Plano Diretor Estratégico da Cidade de São Paulo - Lei 16.050/14).

Tudo isso, portanto, sinaliza a necessidade e desejo de discutir e requalificar o espaço urbano, processo para o qual este projeto pretende contribuir.

Legibilidade, segurança e bem-estar na cidade

Um dos fatores cruciais para o bem-estar no espaço da metrópole, e portanto para o convite à sua ocupação, é a orientação. Essa necessidade humana é, na verdade, anterior à existência das cidades, e advém da vantagem evolutiva de observar, identificar, e situar-se no ambiente ao seu redor. Segundo Lynch:

“A necessidade de reconhecer e padronizar nosso ambiente é tão crucial e tem raízes tão profundamente arraigadas no passado, que essa imagem é de enorme importância prática e emocional para o indivíduo (Lynch, 2011).

A importância da orientação para o bem-estar pode também ser observada através da conhecida pirâmide de Maslow: Segurança (física e emocional) é a segunda maior necessidade humana, sem a qual as outras (pertencimento, autoestima, e realização pessoal) não podem acontecer. Em cidades onde o espaço público não oferece essa segurança, os condomínios fechados, shopping centers, e escolas muradas nada mais são do que artifícios para que dentro de um ambiente controlado, seguro e navegável, possa-se atingir essas necessidades. Dunker diz:

“Ao entrarmos em um desses modernos condomínios, projetados com a mais tenra engenharia urbanística, temos o sentimento pacificador de que enfim encontramos alguma ordem e segurança.[...] Uma região isolada do resto, na qual se poderia livremente exercer a convivência e partilhar o sentido de uma comunidade de destino. Além de tudo estamos entre iguais. Protegidos pelos muros que anunciam: aqui vigora um estado especial da lei. (Dunker, 2009)

Mas por quê nos sentimos agredidos pelas grandes cidades, a ponto de querermos nos isolar delas em sistemas fechados? Os motivos são diversos, mas aqui podemos focar na difícil legibilidade e apreensão desse ambiente. Nos condomínios, os muros agem como

limites claros, mapeáveis, que como na cidade pré-industrial oferecem uma estrutura linear, organizada, onde a própria arquitetura e sua hierarquia visual já é suficiente para a formação de um modelo mental navegável. A metrópole, por outro lado, apresenta características labirínticas, caóticas, e complexas que desafiam esse mapeamento.

“A cidade se transforma em mídia a céu aberto, onde não há mais lugar para a percepção coerente e global. [...] A coerência linear geradora de uma pretendida legibilidade está definitivamente comprometida, em prol da simultaneidade de pontos de vista e de estímulos contraditórios (Homem de Melo, 1985).

Essa dificuldade de mapeamento pode trazer, como vimos, extremo desconforto, e apesar das diversas ferramentas existentes para nos auxiliar (mapas, placas, pontos de ônibus, monumentos, etc), perder-se na metrópole continua sendo uma situação indesejada.

“Se alguém sofrer o contratempo da desorientação, o sentimento de angústia - e mesmo de terror - que o acompanha irá mostrar com que intensidade a orientação é importante para a nossa sensação de equilíbrio e bem-estar. A propósito, a palavra "perdido" remete a muito mais do que à simples incerteza geográfica, trazendo consigo implicações do completo desastre” (Lynch, 2011, p.4).

Como podemos, então, ajudar na melhoria da legibilidade desse espaço público, a fim de torná-lo mais convidativo? Segundo Lynch, já que se trata de um processo bilateral (entre observador e o espaço), podemos fazê-lo de duas formas: Melhorando o próprio espaço, através de projetos de arquitetura e urbanismo, ou utilizando artifícios simbólicos para auxiliar leitura da cidade (Lynch, 2011, p.12). Um desses artifícios simbólicos são os sistemas de sinalização urbana.

A Linguagem da metrópole

O objetivo é, portanto, auxiliar o processo de formação de uma imagem para que as pessoas possam melhor orientar-se pela cidade. Mas como dar legibilidade à Metrópole, que, por sua natureza labiríntica, recusa-se a ser mapeada? Como criar uma imagem nítida de algo com identidades múltiplas, cujos limites não conseguimos enxergar, muito menos definir?

Não há, como vimos, maneiras de estabelecer na Metrópole uma imagem única, global, estática, como poderíamos talvez ter feito nas cidades pré-industriais. Ao mesmo tempo que é isso é um desafio, pode também ser visto como uma oportunidade: a sinalização metrópole pode encontrar novo significado se utilizar das características que a tornam sua própria imagem tão desafiadora.

Através de trechos da bibliografia, podemos traçar algumas características dessa linguagem, que acabaram por inspirar o projeto, mesmo que de uma forma poética, nos próximos passos do desenvolvimento:

Fragmentada

“Nossa percepção não anda mais em linha reta. As paisagens se constroem a partir de fragmentos de visões que se montam num todo significativo” (Homem de Melo, 1985)

Transitória

“O imperativo da transitoriedade da informação contrasta com a perenidade da arquitetura. Os elementos semi-fixos estruturam as regras do jogo e levam a vantagem. Palavra-chave: rapidez: montagem e desmontagem de novos

cenários a cada instante” (Homem de Melo, 1985).

Subjetiva

“As imagens ambientais são o resultado de um processo bilateral entre o observador e o ambiente, este último sugere especificidades e relações, e o observador – com grande capacidade de adaptação e à luz de seus próprios objetivos – seleciona, organiza, e confere significado àquilo que vê. [...] A imagem de uma determinada realidade pode variar significativamente entre observadores diferentes” (Lynch, 2011, p.7).

“[...] Identificar e compreender o meio ambiente[...] só poderá decorrer de uma relação do tipo semiótica, isto é, entre os sistemas de signos do ambiente urbano e seus habitantes” (Cauduro, 1972, p.4).

Coletiva

“Cada indivíduo cria e assume sua própria imagem, mas parece existir um consenso substancial entre membros do mesmo grupo” (Lynch, 2011, p.8).

“Não há uma mimese entre a materialidade espacial dos mapas e a percepção imaginária sobre o território, porque esta é uma construção coletiva, moldada a partir das formas subjetivas do habitar, do transitar, do perceber, do criar e do transformar” (Risler e Ares, 2013).

A inovação social e a economia colaborativa

É crescente o cenário de empreendedores e comunidades que, empoderados pelas novas tecnologias e acesso à informação, questionam o status quo da vida nas cidades e procuram oportunidades de transformação.

“As pessoas estão procurando por um melhor balanço entre a prosperidade material e atividades incessantes de um lado, e bem-estar pessoal do outro. Estas novas atitudes têm movido parte da sociedade em direção a um futuro mais conectado e baseado em pessoas, onde há menos preocupação com o consumo de bens materiais e mais com o acesso a serviços e experiências únicas, valores e significados” (Green J. in Jégou e Manzini, 2008, p.145).

Estes indivíduos preferem criar as próprias soluções para os problemas que enxergam, ao invés de confiar, como no passado, que as mudanças virão de grandes empresas e governos. Essa parte da população tem se mobilizado para a criação de um novo universo de iniciativas e modelos de negócio que apontam para uma direção mais coerente de futuro. Enzo Manzini, professor do Politecnico di Milano, da New School em Nova Iorque, e University of the Arts em Londres, nomeia essas iniciativas de transição de uma sociedade de escassez para uma de sustentabilidade como Inovação Social. Ele a define como:

“O processo de mudança que emerge da recombinação criativa de recursos já existentes (de capital social à herança histórica, de técnicas tradicionais à tecnologias avançadas), e que busca novas maneiras de alcançar objetivos socialmente reconhecidos e compartilhados.” (Ezio Manzini, 2011, p.8)

Inovadores sociais, segundo Manzini, são parte de comunidades criativas que utilizam do capital social, recurso abundante no contexto urbano,

para criar novas dinâmicas de utilização dos outros recursos, que são escassos. Ela é capaz de alinhar interesses individuais com os sociais e ambientais, e trabalha para gerar ideais mais sustentáveis de bem-estar, nas quais grande valor é dado à qualidade do contexto social e físico, à atitudes gentis, a um ritmo desacelerado de vida, ações colaborativas, e novos conceitos de comunidade e localidade.

Esse tipo de iniciativa não é dependente da exploração de tecnologias de ponta, mas geralmente fazem uso daquelas que já são utilizadas pela comunidade como um todo. De fato, é historicamente notável a intensificação de atividades de inovação social quando dois fatores são contemporâneos: a ampla adoção de uma certa tecnologia, e épocas de crise com problemas de difícil resolução.

Essas comunidades sentem-se insatisfeitas com a oferta de soluções do mercado e do governo, e partem para criar suas próprias soluções alternativas para problemas do dia-a-dia. Elas partem de problemas como:

“Como podemos superar o isolamento que o individualismo exacerbado tem trazido? Como podemos organizar as necessidades do dia-a-dia se a família e o bairro não mais oferecem o suporte que tradicionalmente estava lá? Como podemos auxiliar a produção local sem ser engolidos pelo aparato poderoso do comércio mundial?” (Jégou e Manzini, 2008, p.30).

Exemplos desse movimento são projetos que mudam a atitude das pessoas em relação ao compartilhamento de recursos e espaços, que aumenta a preferência pelo consumo orgânicos e regionais, que possibilitam a aproximação das pessoas de um determinado local e a criação de novos laços sociais, e reduzem a demanda por recursos físicos ou logísticos. Estas novas práticas muitas

vezes remetem à maneira na qual as coisas eram feitas no passado: o mercado de rua, a horta dos avós, e o compartilhamento de ferramentas com vizinhos, práticas comuns antes do advento da sociedade de consumo. Estes tipos de serviço, apesar de baseados em modelos antigos, estão sendo cuidadosamente reposicionados para a realidade atual, e colocados em funcionamento conjunto, de forma a apontar na direção de um modelo econômico que faz mais sentido no contexto do planeta em que vivemos (Manzini, 2011, p.11).

Manzini categoriza as iniciativas de inovação social de acordo com diversos eixos, mas vamos nos ater aqui àquela categoria que ele considera a mais eficaz. Segundo ele, a iniciativa terá maior potencial de gerar impacto sistêmico e a longo prazo quando é: [1] disruptiva, [2] comunitária, e [3] sustentável. É disruptiva quando utiliza novos modelos, tecnologias ou pensamentos para encontrar soluções inéditas. Comunitária quando inclui em seu processo a participação de membros diretamente influenciados pelo contexto problemático, e não somente experts, pesquisadores ou órgãos governamentais. E sustentável, quando não foca em resolver emergências imediatas, mas sugere soluções compartilhadas a serem trabalhadas no longo prazo, para um problema comum a todos.

A Economia Colaborativa

Uma das manifestações da inovação social é a intensa retomada das práticas colaborativas - compartilhamento tradicional, escambo, empréstimo, negociação, locação, doação e troca - que estão sendo ressignificadas, em formato de produtos e serviços, em uma escala nunca antes vista. Trata-se de um novo mecanismo econômico e social promissor que começa a equilibrar as necessidades individuais com as das nossas comunidades e as do nosso planeta. (Botsman, 2011, p.53). Segundo Rachel Botsman, eles permitem que:

“[...] As pessoas, além de perceberem os benefícios enormes do acesso em detrimento da propriedade, economizem dinheiro, espaço e tempo, façam novos amigos e se tornem cidadãos ativos novamente” (Botsman. 2011, p.XIV).

A Economia Colaborativa é formada por serviços que criam valor a partir do uso e acesso dos recursos físicos e humanos, ao invés da aquisição de sua propriedade. Elas utilizam de novas estratégias logísticas, sociais e tecnológicas para ativar um valor antes não percebido, que antes seria descartado ou permaneceria inerte, possibilitando que a produção, distribuição, uso e reuso de objetos e serviços sejam feitos de modo compartilhado. Diferentemente da lógica de mercado tradicional, onde uma empresa age como intermediário, vendendo produtos de um produtor para o consumidor final (Business to Consumer, ou B2C), na Economia Colaborativa os usuários utilizam ferramentas para realizar transações entre si (Peer to Peer, ou P2P). Essas muitas vezes mostram-se mais eficientes e vantajosas quando comparadas à tradicional econômica tradicional.

Camila Haddad, pesquisadora da FGV e mestre em Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável pela University College London, chama atenção para a distinção da Economia Colaborativa da Economia Solidária. Para ela, a primeira pode ser definida como "uma economia construída sobre redes distribuídas de pessoas e comunidades conectadas, em oposição a instituições centralizadas", enquanto a segunda é composta de "Negócios baseados na distribuição justa e equitativa de renda pela cadeia de valor". Na Economia Colaborativa, que é de fato o objeto de estudo deste trabalho, há ainda três categorias de projetos: [1] Consumo colaborativo, formada por "práticas de consumo baseadas no compartilhamento, troca, venda ou aluguel de produtos e serviços de forma a privilegiar o acesso em detrimento da posse.". [2] Economia do compartilhamento:

Modelo Econômico baseado no compartilhamento de ativos subutilizados, por benefícios monetários ou não monetários. E [3], a Peer Economy, formada por mercados de pessoa-a-pessoa que facilitam a troca e compartilhamento direto de produtos ou serviços, baseados na confiança entre os membros da rede." (Haddad, 2014)

Apesar da grande atenção que esse tipo de serviço tem atraído, e o crescimento aparentemente benéfico do uso da palavra "colaboração", Ann Light e Clodagh Miskelly, pesquisadoras da Universidade de Northumbria, fazem um contraponto que merece atenção. Segundo as autoras, é importante que haja uma definição mais clara de categorias para estes serviços, já que, por exemplo, empresas que oferecem venda de objetos usados P2P através da internet não necessariamente criam o mesmo capital social que uma feira de objetos usados em uma rua de uma comunidade. Para elas, há uma distinção entre as organizações que criam seu projeto a partir da necessidade identificada de uma comunidade, e as que partem de uma pura oportunidade de negócios ou possibilidades tecnológicas. Elas afirmam que:

“Nos primeiros, é visível a ênfase na organização do grupo com o objetivo de incentivar o uso coletivos de recursos, projetos, e locais. Já na economia colaborativa, notamos que o foco é geralmente a atividade individualizada de usuário para usuário, e a propriedade privada de um deles, com o objetivo de monetização dos recursos ao invés do encorajamento da colaboração como um mecanismo de troca e interação social” (Light e Miskelly, 2014, p.4).

Segundo elas, algumas empresas tem usado do termo economia colaborativa de forma oportunista, para atrair popularidade a serviços que na realidade são somente novas formas de monetizar capacidade em excesso,

mas que nada tem de sociais ou colaborativos. Elas "Utilizam a atratividade do destino final ao qual queremos chegar, mas pouco contribuem para alcançá-lo" (Light e Miskelly, 2014, p.4.).

A Zipcar, por exemplo, que se considera um serviço de compartilhamento de veículos, não passaria de uma empresa de aluguel de veículos convencional. A diferença é que, graças às tecnologias de geolocalização, sua frota de carros não precisa ficar em um estacionamento único fixo, mas pode distribuir-se pela cidade e ser acessada em pontos distribuídos. O serviço pode ser mais conveniente e prático para o usuário, aumentando o número de pessoas interessadas em questionar a posse individual de veículos, mas não é necessariamente mais colaborativo que o aluguel tradicional. Encontrar um mercado distribuído para recursos que estão sobrando não é necessariamente os compartilhar (Light e Miskelly, 2014, p. 10).

As autoras afirmam que as trocas sociais "verdadeiras" são cheias de riqueza e nuances que são podadas em relações pré estabelecidas por plataformas que funcionam em uma lógica estritamente de mercado. O compartilhamento verdadeiro promove o sentimento de compromisso, e exige interpretação e conhecimento tácito que alguns serviços da economia colaborativa evitam. Seus objetivos incluem, mas vão além, de aumentar a eficiência das comunidades e residências, reduzindo a demanda por recursos e os distribuindo de forma mais homogênea. O compartilhamento gera conexão social e cultural, troca de conhecimento, amizade, e redes resilientes. Nessas redes, nas quais os membros se sentem conectados, oportunidades para compartilhar recursos aparecem naturalmente. Em uma conversa, um encontro, ou mesmo em grupos nas redes sociais, é comum nos depararmos com, por exemplo, pessoas que precisam de objetos emprestados. Uma plataforma online na qual um usuário tem que cadastrar

os itens que tem intenção de emprestar, para então encontrar pessoas que os desejam, considera que essas interações naturais não mais acontecem, e propõem na verdade uma solução mais complexa para substituí-las (Light e Miskelly, 2014, p.43).

Carla Cipolla (2007), pesquisadora do Politecnico di Milano, ajuda a ilustrar essa comparação. Segundo ela, no modelo mercadológico de prestação de serviços existem dois tipos de ator: um agente e um cliente, que exercitam papéis pré-definidos, sendo o cliente sempre servido pelo agente. Nos modelos realmente colaborativos de serviços, por outro lado, os papéis de cada ator não são definidos tão claramente. Neles, o cliente e o prestador podem se ajudar para que a atividade aconteça da forma mais fluida, e os benefícios do resultado sejam compartilhados. Essa diferença também ocorre pois os serviços convencionais muitas vezes funcionam para atingir um fim da forma mais eficiente possível, sem que no entanto seja considerada, qualitativamente, o valor da experiência gerada. Suas métricas são quantitativas. Já nos novos modelos de serviço, o foco está no "porquê" da atividade, no diálogo, e nas qualidades sociais da atividade gerada. Muitas das empresas que se dizem encaixar no universo da economia colaborativa (como ZipCar, Airbnb, TaskRabbit, etc) pertencem, claramente, à categoria de prestação serviços convencionais.

Light e Miskelly criticam em ainda mais um ponto os serviços mais populares que se consideram colaborativos: A premissa do uso de tecnologias avançadas como base para sua criação. As iniciativas podem sim ser auxiliadas pelas tecnologias, mas a existência de serviços colaborativos não é dependente delas. Uma biblioteca, por exemplo, é um serviço comunitário que pode ter ferramentas digitais para aumentar a eficiência do seu funcionamento, mas não depende delas para funcionar. Uma reunião de

condomínio pode obter maior alcance através das redes sociais, mas a reunião em si não depende da ferramenta escolhida para organizá-la. Um dos grandes erros das plataformas digitais de compartilhamento, segundo as autoras, é que muitas vezes ignoram ferramentas mais simples, mas que muitas pessoas já utilizam, enquanto impõem a participação em uma outra à qual os usuários devem se afiliar e se dedicar. Afinal, muitas das pessoas interessadas pelo desenvolvimento social e bem-estar de suas comunidades (principalmente os mais velhos) não necessariamente se mantêm a par das ferramentas digitais que aparecem a cada dia, pois costumam confiar naquelas que já utilizam no dia-a-dia (Light e Miskelly, 2014, p.55). Ao tentar incentivar a colaboração em uma comunidade local exclusivamente através dessas plataformas tecnológicas, acabamos por torná-la menos inclusiva, pois não levamos em conta aquelas pessoas que não podem ou preferem não acessá-la. Devemos, portanto, deixar que o contexto social informe a escolha das tecnologias, e não o contrário. Se não o fizermos, e continuarmos partindo da tecnologia pra a criação dos serviços, cometeremos um erro muito comum: criar soluções para problemas não identificados, inexistentes (Light e Miskelly, 2014, p.63).

**Pesquisa
de referências →**



Wayfinding na cidade do Rio de Janeiro



Mapa iluminado instalado no bairro do Soho, em Londres



Totem de sinalização da cidade de Bath, na Inglaterra



Totem do projeto Legible London



Totem do projeto Walk NYC

Wayfinding em espaços públicos

Segundo Berger, wayfinding é, em uma definição curta, o ato de encontrar o caminho para um destino. Wayfinding design, por extensão, é a prática de ajudar pessoas a encontrar seus caminhos, através de suportes com a fala, toque, materiais impressos, placas, arquitetura e paisagem (Berger, 2009, p.7).

A disciplina, como tal, começa a se estruturar após a virada do século XX, quando as cidades começaram a ganhar características que, como vimos anteriormente, dificultaram sua legibilidade. Além do puro aumento da escala e complexidade das cidades e seus espaços (mercados cresceram para hipermercados, estádios se tornam complexos esportivos, hospitais se tornaram centros médicos, etc.), Berger argumenta que, mais recentemente (a partir da década de 1960) a padronização dos espaços proposta pela arquitetura moderna enfraqueceu a memória coletiva que ajudava as pessoas a identificar e navegar os espaços com os quais já estavam acostumadas. Essa perda de identidade é refletida, por exemplo, na capacidade de um edifício de adotar diversas funções em um curto período de tempo (uma igreja que se torna uma escola, e em seguida uma compartilhado pública), por consequência deixando de servir como referência simbólica para a navegação do espaço da cidade. (Berger, 2009, p.21)

Dessa padronização, segundo Gibson, nasceu a urgência em profissionais de design, críticos e acadêmicos de encontrar maneiras de humanizar os espaços urbanos, sejam eles públicos ou privados, através de uma sinalização que facilitasse sua compreensão (Gibson, 2009, p.13). Wayfinding é aplicável a um grande universo de espaços, que vão de hospitais, a escolas, mercados e até websites. Vamos, no entanto, nos ater aos casos do ambiente público urbano, com foco no pedestre. Cada vez mais cidades do mundo vêm implementando competentes sistemas de orientação para pedestres, compreendendo que este tipo de intervenção pode

resultar em uma infinidade de benefícios para a cidade, como o incentivo ao exercício físico, diminuição do tráfego de carros e pressão no transporte público, poluição atmosférica e sonora, segurança nas ruas, e o aumento do consumo em lojas de rua (Transport for London, 2007).

Londres, uma dessas cidades, criou em 2006 o programa chamado Legible London, que desde então pesquisou, prototipou, e implementou um sistema de wayfinding padronizado composto por mais de 1900 totens informativos de diferentes formatos, e 6 milhões de unidades de mapas de papel. Pessoas entrevistadas após a instalação do sistema indicaram aumento na pré-disposição para caminhar, e demonstraram capacidade de gerar um mapa mental mais preciso da cidade comparado com entrevistas realizadas antes da instalação (Transport for London, 2014). Mesmo Nova Iorque, uma cidade conhecida por seu grid regular de quarteirões, considerada de fácil navegabilidade e onde 60% das pessoas tem smartphones e os utiliza para navegar o espaço, aprovou em 2013 um plano de instalação de um sistema de wayfinding físico. O estudo pré-instalação revelou que em qualquer dado momento, 10% dos pedestres na cidade encontram-se perdidos (Miller, 2012). Na cidade, 30% dos deslocamentos já são realizados a pé, e um dos objetivos do programa é que outros 22%, hoje referentes à deslocamentos de automóvel com menos de 1km, (distância que se pode caminhar em média, em 15 minutos), convertam-se também à caminhada (Miller, 2012).

Durante a redação deste trabalho, a cidade do Rio de Janeiro também começou a implementar seu sistema de wayfinding, preparando-se para as olimpíadas. O projeto, orçado em R\$ 13,7 milhões, contempla a instalação de 500 unidades de sinalização até o fim de 2015, com algumas unidades piloto já instaladas.

Abordagem ativista

Como vimos nos exemplos de wayfinding nas páginas anteriores, o problema de legibilidade da cidade poderia ser resolvida com um projeto de sinalização pública "oficial", desenvolvida por um escritório de design e implementado pelo poder público, como é verdade em diversas cidades pelo mundo. Este é, inclusive, um programa frequente de projetos no curso de design desta Faculdade. Neste projeto, no entanto, um dos objetivos é flertar com os processos colaborativos de significação do espaço, que não seriam compatíveis com um sistema tão rígido. Além disso, a ausência de um sistema de sinalização pública satisfatório na maioria das cidades brasileiras nos faz questionar o interesse ou a eficiência deste processo na nossa realidade, e indagar se, através de maneiras alternativas, poderíamos solucionar o problema, mesmo que parcialmente sem ter que passar pela vontade do poder público.

Manzini, em seu estudo "Design in a Changing, connected world", identifica mudanças de paradigma no papel do design para com a sociedade que podem nos ajudar a encontrar essas novas maneiras de atuação.

Primeiramente, o autor identifica que o método, ou seja, a maneira utilizada por designers para desenvolver uma solução têm passado por alterações. Se antes, para desenvolver um produto industrial o designer tinha o papel de "expert", que considera o olhar do usuário no seu processo, mas na prática define ele mesmo todos os detalhes do projeto, hoje é cada vez mais comum que este desenvolvimento seja feito colaborativamente durante toda sua extensão, sendo o designer responsável por administrar e traduzir os diversos pontos de vista das partes envolvidas para encontrar a coesão da solução final.

Manzini também identifica mudanças na natureza das soluções encontradas por estes processos. Ele conclui que os objetos resultantes do processo do

design têm se tornado cada vez mais sistêmicos, ou seja, não são mais como os produtos industriais do passado, singulares e auto-suficientes, mas cada vez mais conectados a um sistema sem o qual não possuem valor ou não resolvem o problema a que se propõem.

Além disso, Manzini também identifica novas áreas de interesse ou frentes de atuação nas quais anteriormente o design não possuía um papel tão forte:

Design em "Placemaking"

É o designer que se une a planejadores urbanos, instituições locais, ou comunidades para criar novas dinâmicas espaciais, buscando equilibrar a cultura, serviços e produção locais com a escala da conexão global, além de encontrar soluções para os problemas locais através do uso dos próprios recursos (tangíveis e intangíveis) ali presentes.

Design como ativismo

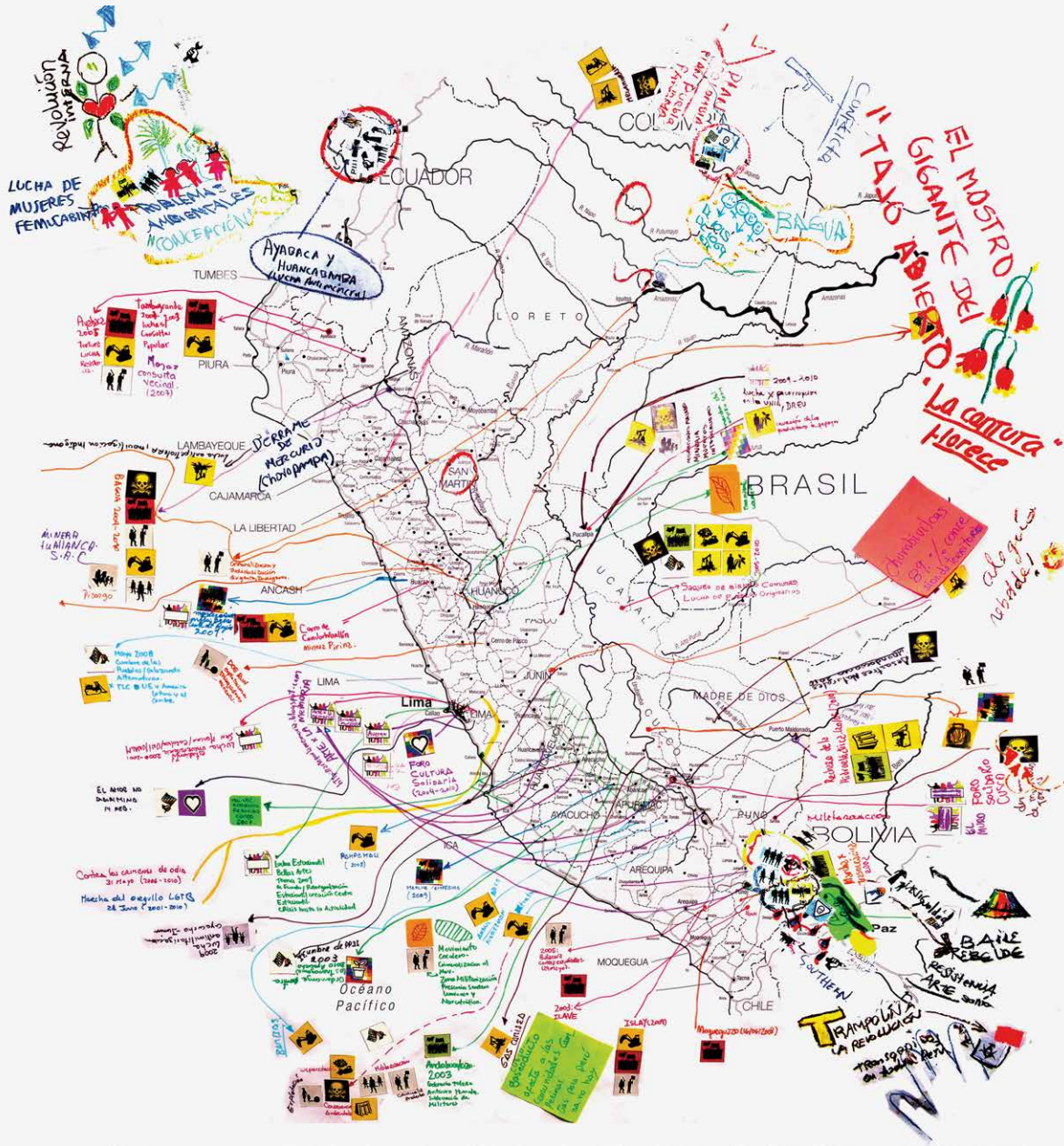
É o design que participa de iniciativas que não têm como propósito oferecer uma solução imediata para um problema, mas oferecer novos olhares sobre uma questão e aumentar o interesse na busca por soluções inovadoras para os problemas do cotidiano.

Com esse novo paradigma em vista, iremos investigar maneiras de projetar uma sinalização pública que não passe pelo processo tradicional de implementação, que utiliza suportes, recursos, e dinâmicas já existentes no ambiente urbano, e que emergja de maneira colaborativa, experimental, empreendedora, e ativista.

Um exemplo muito interessante deste tipo de abordagem, que dialoga com o tema deste projeto, é o Walk Your City (ilustrado à direita). É um projeto americano que visa promover a caminhada como



forma de deslocamento de curtas distâncias nas cidades, através de uma plataforma que permite a criação personalizada de placas direcionais, a serem instaladas pelos próprios cidadãos. Ele nasceu de uma iniciativa popular, que no primeiro momento, foi inclusive ilegal. O grupo espalhou algumas placas pela cidade, e estas foram rapidamente retiradas pela prefeitura. Em um segundo momento, no entanto, a prefeitura voltou atrás e decidiu adotar o projeto oficialmente. Desde então, mais de 100 comunidades encomendaram placas como esta através do website, diversas prefeituras abordaram a organização para instalar placas customizadas em suas cidades, e o projeto recebeu aporte de \$180,000 da Knight Foundation para o seu contínuo desenvolvimento.



Mapa resultante de um workshop de mapeamento coletivo realizado pelo grupo Iconoclastas no Peru.

Mapeamento coletivo

Além da abordagem, também pode ser interessante discutir a linguagem e o processo com os quais o mapeamento e a sinalização é realizada. A imagem da cidade, como vimos, é algo subjetivo, coletivo, e fragmentado. Se o objetivo é abrir caminhos para os fluxos de coletividade, colaboração e gentileza nos espaços urbanos, há espaço para que o processo de criação desse sistema seja feito de forma a envolver essa subjetividade. Segundo os iconoclastas, grupo argentino que trabalha com mapeamentos coletivos, a cartografia oficial:

“Os mapeamentos que habitualmente circulam são o resultado do olhar que o poder dominante recria sobre o território, produzindo representações hegemônicas funcionais nos termos do desenvolvimento do modelo capitalista, descodificando o território de maneira racional para enumerar e caracterizar os recursos naturais, as suas características populacionais e o tipo de produção” (Risler e Ares, 2013).

Muito mais interessante, portanto, seria uma cartografia subjetiva, lúdica, que não define ou cria um programa rígido para o espaço, mas identifica valores afetivos do espaço e convida à sua exploração, como aquelas realizadas pelos grupos situacionistas dos anos 1950 e 1960. O grupo argentino Iconoclastas responde à essa demanda realizando workshops de mapeamento coletivo em comunidades, onde todos são convidados a depositar suas percepções individuais sobre determinado território, obtendo-se no final um mapa representativo do consenso de imagem coletiva que há sobre ele (como na imagem à esquerda que representa o resultado de um “taller de mapeamento colectivo” realizado pelo grupo no Peru).

“O mapeamento coletivo é um modo de elaboração e de criação que subverte as narrativas dominantes sobre os territórios para transformar a invisibilidade

de saberes, situações e comunidades em narrativas colectivas críticas. Os mapas [...] transmitem antes uma determinada concepção colectiva sobre um território sempre dinâmico e em permanente mudança, onde as fronteiras (reais e simbólicas) adquirem um carácter relacional e fluido e são continuamente alteradas pela ativação de corpos e subjetividades. Por isso, a elaboração de mapas deve fazer parte de um processo maior[...] de organização colectiva, ser um ‘meio para’ a reflexão, a socialização de saberes e de práticas, o impulso à participação colectiva” (Risler e Ares, 2013).

Sob essa ótica, o processo de mapeamento e sinalização não é somente um fim em si como objeto informacional, mas um ponto de partida para a apreciação, crítica, e desenvolvimento do próprio território físico e das relações humanas que nele acontecem. É com este direcionamento em mente que seguimos para o desenvolvimento de um sistema colaborativo de orientação no espaço público.

Intervenções urbanas

Recentemente, têm-se notado diversas iniciativas que intervêm no espaço público de forma inovadora, como forma de resolver um problema específico, criar discussão sobre um assunto, ou evidenciar uma urgência da cidade. Elas são interessantes por seus aspectos materiais, simplicidade de execução e aplicação, além dos aspectos colaborativos e coletivos envolvidos. Escolhemos aqui algumas que relacionam-se com os temas da colaboração, coletividade, e legibilidade da cidade.



Que ônibus passa aqui

[Http://shoottheshit.com.br](http://shoottheshit.com.br)
2014 | Brasil

O projeto distribuiu adesivos que, ao serem colados pelos participantes nos pontos de ônibus próximos às suas casas, podem ser preenchidos por qualquer cidadão com as linhas de ônibus que passam naquele ponto. A iniciativa, além de gerar um senso de responsabilidade e cuidado para com a cidade em cidadãos que tradicionalmente esperam que as soluções venham do governo, melhora a experiência do uso do transporte público, atraindo mais pessoas para esse modal. O projeto foi financiado colaborativamente duas vezes através da plataforma Catarse, levantando mais de R\$4.000 de colaboradores. Como resultado, cerca de 20.000 adesivos foram espalhados em mais de 30 cidades do Brasil.



Cidade Azul

<http://cidadeazul.org>
2015 | Brasil

É um movimento, composto por diversas ferramentas e intervenções urbanas, que visa retomar a memória dos rios de São Paulo que foram enterrados, e, conseqüentemente, esquecidos pela população. Nas ruas que têm rios subterrâneos canalizados, o grupo realizou ações que vão de pinturas no chão representando o fluxo da água, até a instalação de uma sinalização que permite às pessoas realizarem caminhadas guiadas por áudio, acompanhando os rios enquanto aprendem mais sobre sua história. Além disso, no seu website o grupo disponibiliza diversas informações úteis sobre a geografia e história dos rios de São Paulo e as conseqüências da sua canalização.



I wish this was

www.candychang.com/i-wish-this-was/
2010 | Estados Unidos

O projeto disponibilizou milhares de adesivos com os dizeres "I wish this was" (Gostaria que isso fosse, na tradução livre) para que pessoas de um bairro possam intervir em locais abandonados e comunicar seus desejos em relação ao que sentem falta em sua comunidade. Ao mesmo tempo que abre um canal e facilita a comunicação com os tomadores de decisão, chamando atenção para causas locais, o projeto permite a criação de um senso de pertencimento e de objetivos em comum daquela comunidade. O projeto ficou mundialmente famoso e versões desses adesivos podem ser encontrados em cidades do mundo todo.



Porto Alegre precisa de mais

<http://shoottheshit.com.br>
2011 | Brasil

Inspirados pelo trabalho da americana Candy Chang, a equipe da agência de comunicação Shoot the shit criou gabaritos estêncil que possibilitam a aplicação de uma mensagem incompleta pelas ruas de Porto Alegre, convidando os moradores a preenchê-la com seus desejos para a cidade. Intervenções como esta já são muito populares no mundo inteiro, e podem ser encontradas em diversos formatos e técnicas de aplicação. O objetivo é, novamente, dar maior visibilidade às demandas da comunidade e criar entre seus membros um sentimento de pertencimento e objetivos em comum.

Compartilhamento e Vizinhança

Os dois projetos abaixo são exemplos da economia colaborativa: iniciativas que promovem um modelo de consumo baseado na troca, empréstimo, aluguel, onde o acesso aos objetos é mais importante que a sua posse. Para que isso aconteça, a criação de uma comunidade que se entende como tal, e que é permeada por um sentimento de identidade comum e confiança mútua é fundamental. Os dois exemplos são relevantes pois atacam o problema do compartilhamento de objetos entre vizinhos de formas diferentes: um foca nas comunidades em rede online, enquanto o segundo, offline.



TemAçucar

<http://temacucar.com.br>
Brasil, 2014

TemAçucar é uma comunidade online de empréstimos entre vizinhos. Toda vez que alguém do seu bairro precisa de alguma coisa emprestada, pode emitir um pedido que é enviado para todos do bairro, e pode ser respondido por aqueles que possuem o objeto e estiverem dispostos a emprestá-lo. O projeto foi lançado em 2014, e já conta com mais de 25 mil usuários que emitem e recebem pedidos de empréstimo diariamente. Baseado em modelos de plataformas americanas, mas sendo adaptado à realidade brasileira, o projeto ganhou boa atenção da mídia nacional, foi apresentado internacionalmente no OuiShare, o maior evento de economia colaborativa do mundo.,.



Pumpipumpe

pumpipumpe.ch
2012 | Suíça

O website disponibiliza cartelas de adesivos com ícones representando objetos e equipamentos. Esses adesivos podem ser pedidos gratuitamente (para moradores da Suíça e Alemanha, pagos para outros países) através do site, de acordo com o objetos que o usuário possui em sua casa, e colados na sua porta da frente para que vizinhos saibam quais objetos possuem e estariam dispostos a emprestar. É relevante para o projeto porque incentiva a prática de compartilhamento através de um meio offline, e que apesar de realizar sua venda em um website, abre o canal de comunicação no nível da rua, para qualquer vizinho que passe por ali, mesmo aqueles que não façam parte de uma determinada plataforma online.

Comunidades de melhoria local

Os dois exemplos abaixo são projetos que se utilizam do espaço público como plataforma para levantar o debate sobre um determinado local. Eles também utilizam de ferramentas digitais e redes sociais para articular, registrar, e organizar essas discussões e eventos, transformando as opiniões e vontades das comunidades em ações reais e propositivas de mudança.



Neighborland

<https://neighborland.com/>
2011 | Estados Unidos

Neighborland é uma plataforma híbrida online e offline para colaboração cívica e melhoria dos bairros. O projeto é composto de uma série de murais nos quais as pessoas de uma comunidade podem expressar sua opinião sobre uma pergunta feita sobre aquele espaço. Essas opiniões são refletidas em uma versão digital online do mesmo painel, onde podem ser colhidas pelos tomadores de decisão para que as mudanças mais solicitadas sejam realizadas. O projeto foi uma iniciativa popular, liderada pela artista e designer Candy Chang, porém seu grande sucesso fez com que fosse adotado por diversas prefeituras dos Estados Unidos como uma plataforma oficial de diálogo entre a população e as prefeituras.



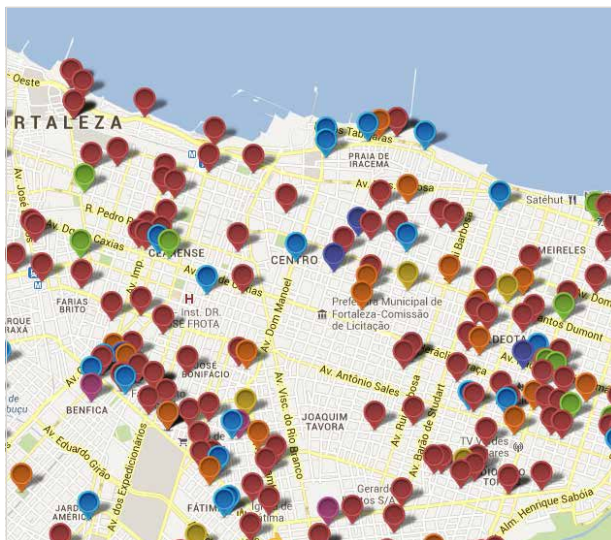
A batata precisa de você

<https://www.facebook.com/groups/largodabatata/>
Brasil, 2014

Esta iniciativa, que acontece no Largo da Batata em São Paulo, promove através das redes sociais e uma agenda digital centenas de atividades diferentes no espaço da praça como forma de ativação da comunidade local e melhoria pró-ativa do espaço público. A praça, que foi entregue após uma reforma de 11 anos sem nenhum mobiliário, árvore, ou equipamento para a permanência, tem hoje, graças ao grupo, dezenas de bancos, mesas, cadeiras, abrigos, além de uma agenda constante de atividades como festas, palestras, projeções de filmes, debates, e oficinas criativas.

Mapeamentos colaborativos

Com o avanço das tecnologias de georreferenciamento, tornou-se comum a criação de projetos de mapeamento onde um grande número de pessoas é chamado à contribuir com algum tipo informação em um mapa online. Esse acúmulo de informações cria visualizações, imagens, e bancos de dados úteis para trazer à tona demandas, problemas, e ideias sobre locais específicos.

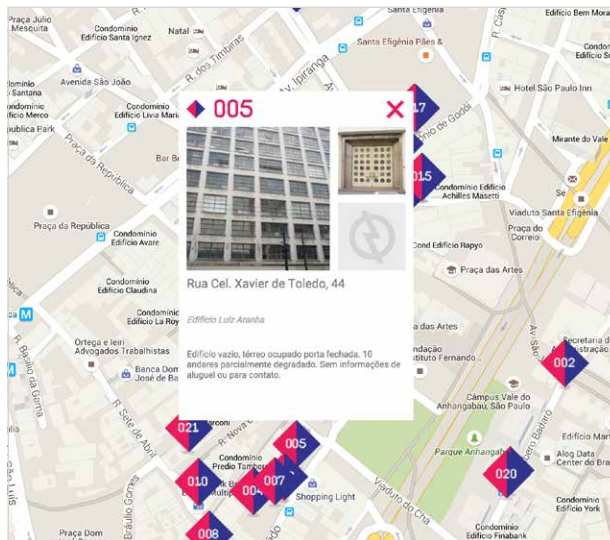


Onde Fui Roubado

<http://ondefuiroubado.com.br>

O projeto, de grande sucesso, chama as pessoas a registrarem no seu mapa online (de forma anônima) locais onde foram roubadas. Já foram registradas ocorrências em mais de 990 cidades brasileiras, cada uma composta por detalhes como o local exato, dia, hora, objetos levados e sexo da pessoa. Além disso, os roubos podem ser categorizados em grupos como assalto, furto, furto de residência, sequestro relâmpago, etc.

A grande quantidade de dados pode então ser utilizada pelo poder público para tomar providências em áreas críticas.

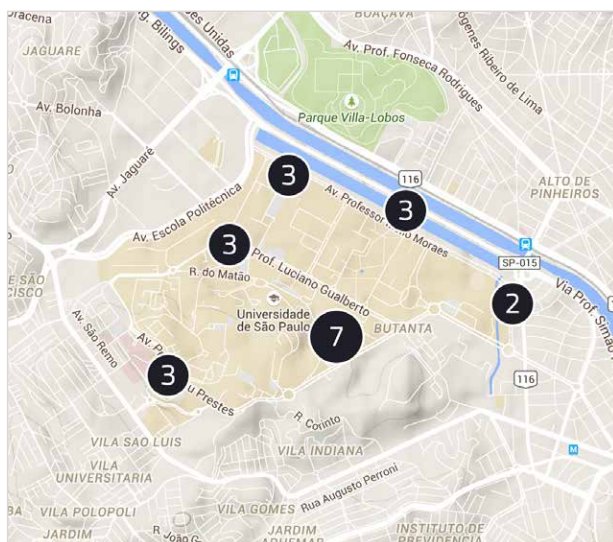


Conjunto Vazio

<http://conjuntovazio.org>

O projeto pede ajuda das pessoas para mapear edifícios desocupados no centro de São Paulo, como forma de discutir as políticas públicas e a questão da moradia na cidade. Estão registrados mais de 20 prédios, e na descrição de cada um há informações como o valor do aluguel, situação de conservação, tamanho das unidades e tipo de uso permitido.

O grupo, após o mapeamento, também faz esporadicamente intervenções com projeções luminosas para marcar os edifícios com o símbolo matemático de Conjunto Vazio, chamando atenção de quem passa pela região à causa.



Memória USP

200.144.182.66/memoria/por/sobre

O projeto reúne acervos fotográficos e documentais referentes à história e à memória institucional de cada unidade da Universidade de São Paulo, e as disponibiliza em uma interface que mistura um mapa e uma linha do tempo, que pode ser ajustada para dar o recorde desejado às informações. Estão registrados eventos dos mais variados tipos, como congressos, seminários, apresentações artísticas e acadêmicas, concursos, etc, em mais de 35 unidades da universidade.



Gestão Urbana SP

http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/

A plataforma foi lançada pela prefeitura de São Paulo durante a revisão participativa do Plano Diretor Estratégico. Ela permitia que cidadãos apontassem problemas (pontos vermelhos) ou ideias (pontos verdes) na cidade. Milhares de sugestões foram feitas, e a lista foi integrada no processo de elaboração e redação do Plano Diretor. É muito interessante, nesse processo, como o olhar e experiência particulares de cada pessoa podem ajudar a criar diretrizes que transformam a cidade como um todo. A expectativa era que as pessoas indicassem mais problemas que ideias, como forma de demonstrar rejeição à gestão. O contrário, no entanto, aconteceu.

Identificação de
necessidades →

Levantamento Qualitativo e Quantitativo

Como dito na Apresentação deste projeto, na transição do TCC1 para o TCC2 houve uma alteração no enfoque do desafio estratégico que acabou por tornar parte da pesquisa realizada irrelevante para o desenvolvimento aqui descrito, já que ela teve foco em comunidades no âmbito de condomínio, e não no espaço público. Ainda assim, vale resgatar da pesquisa anterior as informações coletadas que continuaram importantes para o embasamento do trabalho.

Em Junho de 2015, foi realizado um questionário online, distribuído através das redes sociais, respondido por 104 pessoas. Os resultados desse questionário foram validados e investigados através de uma série de 7 entrevistas em profundidade com habitantes de São Paulo, com diferentes perfis. Segundo os resultados, a maioria dos 104 respondentes tem até 35 anos (88%), e mora no mesmo apartamento (72%) com a família (65%) há mais de 5 anos (57%). Descobrimos, por exemplo, que poucos consideram lugares do bairro uma extensão da sua própria casa, sendo lugares de maior destaque os relacionados à educação (35%) e alimentação (29%). Mais da metade das pessoas (59%) afirma só ter conversado com alguns vizinhos, ou que só os conhece de vista. A maioria (55%) só lembra o nome de até 5 vizinhos, só conhecem a profissão de até 2 deles (62%), e não conhecem os horários nem percursos diários de nenhum(59%). Essa relação de afastamento é traduzida na resposta à pergunta sobre o nível percebido de comunidade, que para a maioria das pessoas é baixo, ficando entre 1 e 2 numa escala de 1 a 6.

A maior parte das pessoas acredita que as barreiras para a colaboração entre os vizinhos são a falta de comunicação (54%) e diferenças de estilo de vida (53%). A maioria também diz nunca frequentar reuniões de vizinhança ou condomínio (63%), e as poucas que foram avaliaram a experiência nessas reuniões como sendo mediana ou ruim. Os motivos mais citados para a má

experiência com estes momentos foram a diferença de idade, estilo de vida, e a falta de sentimento de comunidade, já que muitas pessoas parecem ir aos encontros com objetivos individualistas. Por fim, a maioria das pessoas diz desejar se aproximar mais das suas vizinhanças (60%).

Da combinação desses resultados e da análise das entrevistas, foi possível extrair uma lista de problemas e oportunidades, relacionadas à comunicação e colaboração das pessoas com suas vizinhanças.

Utilizamos, no primeiro semestre, estas conclusões como base para redigir os requisitos de projeto para um sistema de comunicação e colaboração em comunidades locais (edifícios, condomínios, e vilas). Com a reflexão pós-banca e a alteração no escopo do projeto, no entanto, decidimos por revisitar parte da pesquisa realizada (incluindo a revisão teórica), para que tivéssemos uma base mais focada no âmbito da sinalização de espaços públicos, e não privados.

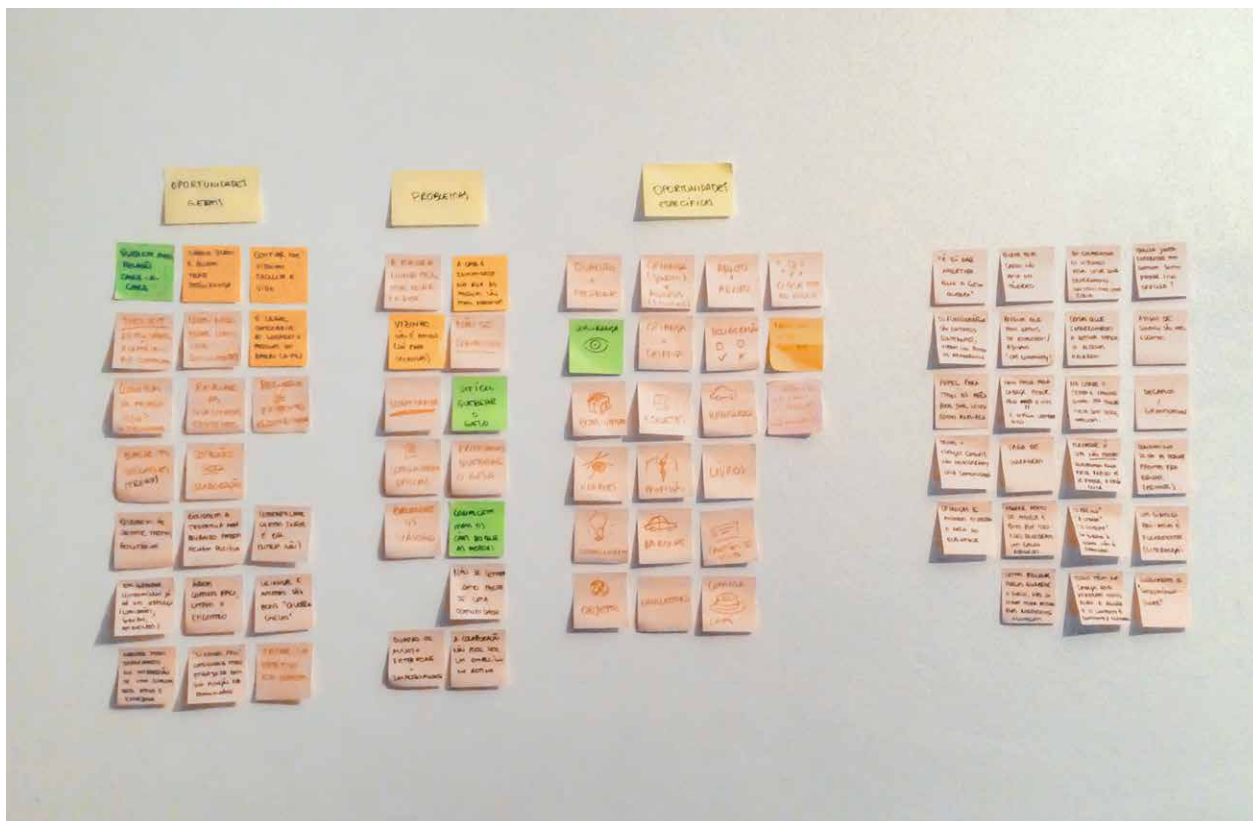
Problemas

Não-comunidades

A maioria das pessoas não se sente parte de uma comunidade local. Isso impede que uma série de relações e trocas aconteçam, mesmo que a vontade exista. Muitas pessoas, quando precisam de algo, nem se lembram da possibilidade de pedir ao vizinho, pois a ideia de colaboração não faz parte daquele contexto.

Pouca informação

Tudo o que se sabe sobre a vizinhança é aquilo que foi observado ao longo do tempo, uma imagem que se cria



[4] Registro do processo de análise e síntese das informações coletadas com a pesquisa quantitativa e qualitativa

juntando "pistas" sobre a vida do outro. Essa falta de informação dificulta o encontro de interesses em comum e assunto para interação. Muitas pessoas conhecem os animais da comunidade pelo nome, mas não os donos.

Falta de empoderamento

As pessoas falam de condomínios da mesma forma que falam da "cidade" e do "sistema", como algo dado, que tem suas regras, que "permite" ou não certas coisas e que dificilmente pode ser transformado pela ação do indivíduo

Falta de comunicação

As formas de comunicação existentes (cartas, quadro de avisos, elevador) são consideradas impessoais, tem tom "oficial", muitas vezes são mal escritas e não incentivam o diálogo entre os membros. Formas digitais raramente são utilizadas.

É difícil "quebrar o gelo"

Por mais que desejem se aproximar dos vizinhos,

conversar com eles é considerado quase um tabu, principalmente em viagens de elevador, que é um momento considerado muito desconfortável por muitos.

Privacidade

Apesar de abertas à ideia de colaboração e aproximação, fica claro que vizinhos não são necessariamente amigos. É tênue a linha entre informações que podem ajudar a aproximar as pessoas ou deixá-las se sentindo vulneráveis e expostas. No ambiente doméstico, as pessoas tendem a se proteger mais dos outros do que na rua, por exemplo, onde a aceitação por contato com o outro parece ser maior.

Falta de confiança

No ambiente doméstico, em muitos casos, parece haver um fator que deixa todos os moradores prontos para entrarem em conflito uns com os outros. Isso pode ser observado pelas reuniões de condomínio, que dificilmente são usadas para a construção de laços, mas sim para a resolução desses conflitos.

Interesses em comum

Na internet, é cada vez mais fácil encontrar pessoas que compartilham dos seus interesses. Em ambientes locais, onde a comunicação é feita de modo offline, esta descoberta e encontro são bem mais difíceis.

Rotina

Nas cidades, o tempo é visto como algo que não pode ser "perdido". As pessoas chegam em casa já pensando na próxima atividade, e o tempo no elevador, por exemplo, é visto como um "não tempo", que deve passar rápido. O momento presente, assim como o contexto ao redor muitas vezes não é percebido ou aproveitado.

Oportunidades

O "gelo" pode ser quebrado

Muitas histórias apontam coisas simples, como a presença de uma criança ou um animal no elevador, como facilitadores da interação entre as pessoas. Coisas simples, mas que alteram a lógica da rotina e quebram com expectativas parecem ter um papel fundamental na abertura à comunicação.

Aproximar é útil e desejável

Apesar de não tentarem ativamente criar laços com a vizinhança, há um entendimento que fazê-lo pode trazer diversos benefícios como economia, praticidade e segurança. Há nas pessoas a vontade da aproximação, e em muitas uma nostalgia pela maneira como as coisas eram "antigamente" ou "no interior"

Experiência positiva

A barreira de entrada para uma relação mais próxima parece ser muito grande, pois a maioria das pessoas nunca tentou. Aquelas que o fizeram, no entanto, demonstram ter sido uma experiência positiva e até mesmo transformadora.

Abundância não percebida

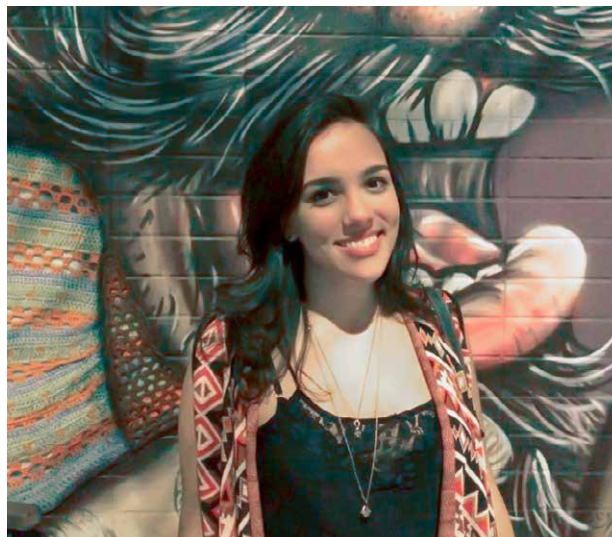
As comunidades têm, de fato, pessoas, recursos tangíveis e intangíveis que atualmente se mantêm não revelados. A simples exposição desse tipo de informação pode fazer emergir a colaboração.

Conexão gera colaboração

Um fator muito apontado como essencial nos casos em que a colaboração ocorre é a "primeira conversa", ou a "primeira abertura". Aparentemente, facilitar este momento pode desencadear, por si só, um ambiente mais aberto à interação.

Preferência pelo local

Há um perceptível interesse na adoção de práticas que utilizem de recursos locais, assim como a maior exploração e conhecimento dos serviços, recursos, pessoas, e pontos de interesse das vizinhanças



[↑] Pessoas entrevistadas no TCCI

Uma jornada em São Paulo

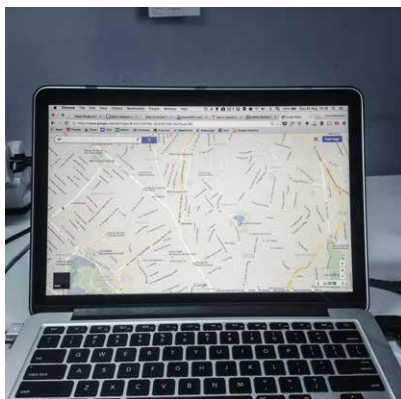
Não é objetivo deste projeto sinalizar uma cidade ou local específico, pois estamos partindo do princípio da instalação e manutenção colaborativa do sistema por qualquer pessoa em cidades brasileiras. Podemos, porém, tomar São Paulo como exemplo ao tentar identificar os pontos de contato já existentes de sinalização, e aqueles que ainda faltam.

São Paulo tem uma divisão modal onde 38,42% dos deslocamentos são coletivos (transportes públicos), 30,78% individuais (carros e motos) e 30,80% não motorizados (a pé e de bicicleta) (Pesquisa Origem e Destino, 2007). Mesmo sendo então uma minoria, é notável que o deslocamento por transporte motorizado individual recebe maior cuidado de sinalização do que os demais modais. A sinalização para pedestres e usuários do transporte público, conforme podemos observar no registro a seguir, ainda é bastante incipiente, o que torna o deslocamento dependente de referências externas e pessoais.

A sinalização existe de forma sistemática apenas em ambientes internos e controlados, como metrô e terminais de ônibus. No ambiente da rua, depara-se com pouquíssimo auxílio para orientação. Além das placas que nomeiam as ruas em si, presentes na maioria das esquinas, foram encontradas apenas dois outros tipos de suporte: placas direcionais, que indicam o sentido das rotas turísticas, e totens interpretativos da região, ambos instalados pela SPTuris. Segundo a empresa municipal, há 254 placas direcionais, 50 placas interpretativas de monumento (que contextualizam monumentos históricos), e 19 totens da região com mapas dos arredores. Este número é bastante pequeno quando leva-se em conta a dimensão da capital.

A seguir, um mapeamento dos diversos pontos de contato com algum tipo de orientação, do momento de planejamento do deslocamento até a chegada ao destino.

1. Uma prática cada vez mais comum, antes de sair de casa, é a consulta a mapas online que permitem planejar a rota a ser tomada
2. Placas direcionais na república. Bastante úteis, mas a presença na cidade ainda é baixa.
3. Identificação de monumentos históricos
4. Placas de rua, que servem tanto aos pedestres quanto motoristas e ciclistas
5. Totem de identificação da localidade, uma das 19 unidades instaladas como preparativo para a Copa.
6. Bancas de jornal, frequentemente utilizadas como ponto de informação por causa da falta de sinalização
7. As estações de empréstimo de bicicletas do Itaú contém um mapa bastante útil não só para quem quer utilizar o sistema, mas também se orientar pelos arredores
8. Mapa da proximidade dentro de uma estação de trem, tem como objetivo sinalizar a relação entre cada saída da estação e o nível da rua, porém peca na usabilidade e deixa de ser útil.
9. Totens do metrô se tornaram um meio se orientar pela cidade, pois correspondem ao mapa mental formado pelos usuários frequentes do sistema.
10. Pouquíssimos pontos de ônibus da cidade possuem um mapa, como este da foto. Muitos nem mesmo possuem uma lista com as linhas que passam por ali.
11. Prédios icônicos como o Copan acabam se tornando referências úteis, mesmo em São Paulo, onde dificilmente se é capaz de localizar prédios altos no horizonte.
12. Sem outro tipo de apoio no ambiente construído, cada vez mais pessoas recorrem ao smartphone como ferramenta de localização.



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12

Situações de uso

Um sistema de sinalização pública para pedestres deve ser capaz de atender às mais diferentes necessidades daqueles que estão nas ruas caminhando pela cidade. Cada pessoa tem uma origem, um destino, um objetivo, um horário, e uma maneira de pensar distintos. O sistema deve ser inclusivo a ponto de abarcar o máximo dessas necessidades. Deve levar em conta que pessoas não operam apenas de modo lógico, estando sujeitas à imprevistos, mudanças de planos, esquecimentos, necessidades fisiológicas, e nessas situações o ambiente ao seu redor deve prover os suportes necessários, informações esquecidas, e respostas às perguntas que o usuário possa ter. Aqui, trazemos algumas situações hipotéticas que ilustram estas necessidades, como forma de dar início ao entendimento dos requisitos para o projeto de um sistema de sinalização



Acabou a bateria

Bruno confia muito em seu celular para navegar a cidade. Marcou com amigos para estudar em uma biblioteca pública, mas no meio do percurso o celular apagou. E agora?



Novo na cidade.

Ricardo veio de longe tentar a vida em São Paulo. Ele ainda não conhece os arredores do bairro de periferia onde se instalou, nem os melhores caminhos para chegar nos lugares onde precisa ir para trabalhar.



Any interesting stuff around here?

Jeremy está no Brasil sozinho a negócios, e no seu tempo livre decidiu explorar um pouco os arredores do seu hotel. Ele está na Faria Lima, mas quer sair da rota das empresas, conhecer aquilo que os locais realmente curtem.



Banheiro Público

Cristina está na rua resolvendo problemas do dia-a-dia, fazendo compras e imprimindo alguns documentos para levar ao banco. De repente precisa usar o banheiro, mas não sabe se há algum público ao redor.



Pra onde fica a rua Mourato Coelho?

Gervásio veio de metrô até Pinheiros, pela nova linha amarela, encontrar um amigo de longa data em um bar. Saindo da estação, não sabe pra qual lado fica a rua Mourato Coelho, na qual combinaram de se encontrar.



Será que dá pra ir de bicicleta?

Ana está no Paraíso e ficou sabendo de uma apresentação gratuita no Parque do Ibirapuera. Ela não tem carro, não sabe qual ônibus vai pra lá, e não quer arriscar ir de bicicleta ao menos que o caminho seja seguro.



Onde é o Mercado Municipal de São Paulo?

Maria e Gisele saíram com seus filhos para conhecer o Mercado Municipal de São Paulo. Saíram pela estação da Luz, e apesar de terem pedido informação para um comerciante local, se perderam no caminho.



Pra onde fica o metrô?

Fernanda foi ao centro de São Paulo fazer fotografias. Ficou sozinha na volta, e como não havia prestado atenção na ida, não o caminho até o metrô. Sabe que se perdeu, mas não quer consultar o GPS pois utilizar o celular na rua a esta hora é perigoso.



Qual o melhor jeito de chegar?

Tadeu está atrasado para uma entrevista de emprego na Rua Major Sertório, e está esperando um ônibus há mais de 20 minutos. Será que caminhando ele não chega à tempo?



Consolação ou Paraíso?

Ana e Camila estão caminhando pela Avenida Paulista, tentando encontrar o Itaú Cultural, quando de repente se dão conta que não tem certeza de que lado estão da avenida. Vale a pena continuar mais um quarteirão, ou é pro outro lado?

Requisitos de projeto

A análise de toda a pesquisa anterior, a saber: revisão teórica, pesquisa de referências, e identificação de usuário e necessidades, faz possível a elaboração de uma lista de requisitos de projeto que guiarão o desenvolvimento e refinamento das propostas. Eles são como balizas, que definem o limite e características da solução final, sem, no entanto, defini-la por completo.

Requisitos gerais

Auxiliar a orientação espacial dos pedestres de um local

Auxiliar o desenvolvimento de práticas comunitárias locais

Possibilitar a troca de informações sobre um local da cidade

Auxiliar o crescimento do sentimento de pertencimento

Permitir que a informação local seja coletada colaborativamente

Sistema não deve se ater a um local específico, mas sim ser genérico e compatível com qualquer cidade brasileira

A instalação deve ser feita de forma colaborativa: por diversas pessoas

Os próprios usuários devem ter acesso aos meios de produção e instalação

Não deve restringir o tipo de informação coletada à um tema ou critério específico

Deve possibilitar a coleta de informações de caráter afetivo, além das utilitárias.

Deve balancear o uso de tecnologia de modo a envolver usuários com diferentes níveis de expertise

Deve ter aparência amigável, não institucional

Deve compor um sistema, não sendo um objeto único isolado

Deve manter-se aberto à sugestões e melhorias propostos pelas comunidades

Deve ser de código livre e licença aberta para replicação

Deve permitir a interação offline e online

Deve promover o deslocamento a pé, de transporte não poluente, ou público

Requisitos específicos

Deve ter complexidade compatível com a execução em um semestre de TCC

Deve ser compatível com diferentes materiais e métodos de instalação

Instalação deve considerar aspectos ergonômicos de leitura e escrita em pé

Deve ser compatível com os diferentes suportes urbanos já existentes

Peça de sinalização deve ser de fácil envio por correio

Deve possuir pelo menos uma versão de baixíssimo custo

Sistema deve ser reconhecível à distância

Deve resistir às intempéries

Deve possuir clara hierarquia de informação

Deve possuir 2 mapas em diferentes escalas para diferentes leituras

Legibilidade das informações do mapa deve ser clara

O contraste deve permitir a escrita diretamente sobre a peça

O contraste deve permitir boa legibilidade

Mapa deve conter posição do usuário em destaque

Mapa deve conter nome das ruas

Mapa deve conter estações de metrô

Mapa deve conter pontos de interesse de alta relevância

Mapa deve conter localização e nome de parques

Mapa deve conter localização e nome de equipamentos culturais públicos

Mapa deve distinguir ruas de calçadas para pedestres

Mapa deve estar orientado na direção da caminhada do pedestre

A escala do mapa deve possibilitar a investigação na escala do bairro

O código do software final deve estar aberto ao público para uso livre

2 **DESENVOLVIMENTO**

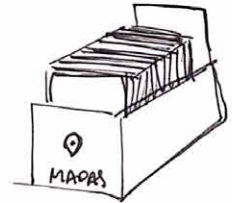
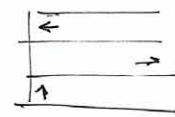
Geração das
primeiras →
hipóteses

Ideação

A ideação deste projeto consistiu em explorar maneiras nas quais as qualidades desejáveis identificadas em outros projetos, as necessidades de usuário levantadas e os requisitos gerados poderiam ser sintetizados em um só sistema.

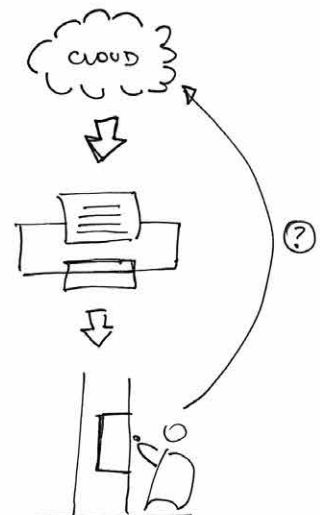
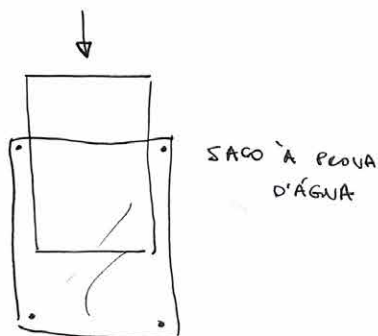
Foram geradas alternativas relativas ao formato da sinalização, materiais a serem utilizados na sua aplicação, tecnologias, fluxos e modos de interação com o usuário e partes do modelo de negócios.

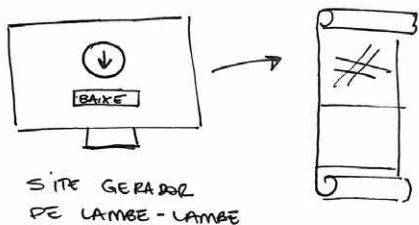
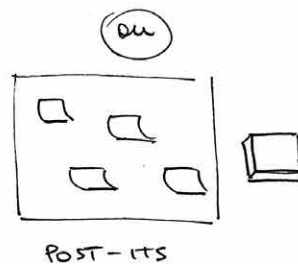
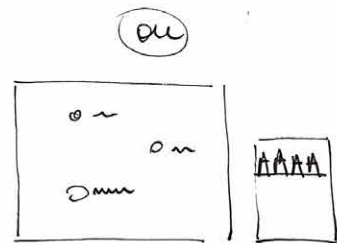
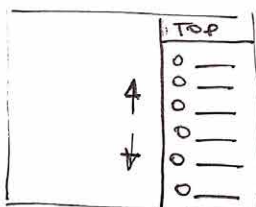
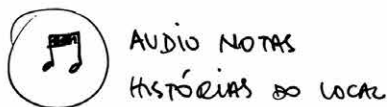
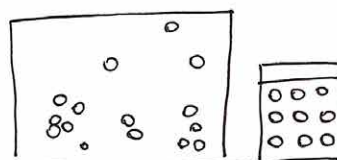
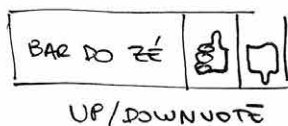
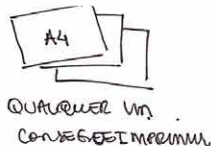
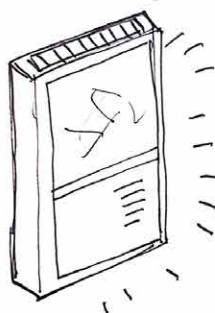
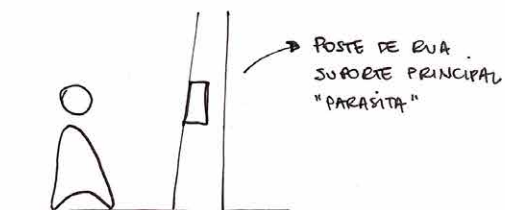
Aqui está apenas um registro de algumas das ideias colocadas em papel durante o processo, que na verdade foi composto de uma série de conversas informais com colegas, observações do cotidiano, e reflexões sobre a melhor forma de construir a primeira versão do sistema.



LEGENDA

- ✓ VEGANO
- ORGÂNICO
- ÁGUA GAIATIS
- ☒ BANHEIROS PÚBLICOS
- || COMIDA JUSTA
- ≡ ACOMODAÇÃO
- ☺ ARTES
- ★ PARCEIROS
- ♥ COMUNIDADE
- 🎵 MÚSICA





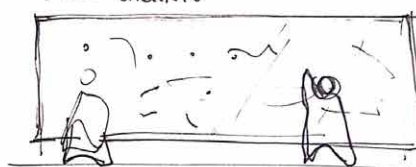
RECONHECIMENTO

- ① UOM
- ② UOM
- ③ UOM
- ④ UOM
- ⑤ UOM



1. BAR DO ZÉ
2. RESTAURANTE LA MARCHIA
3. BLÁ BLÁ
4. BLÁ BLÁ

MAPA GIGANTE



Sistematização das ideias

Ao fim do processo de ideação, tínhamos diversas maneiras com as quais os componentes desejáveis poderiam se manifestar. Através de um exercício de síntese, foram identificadas aquelas que poderiam compor uma primeira versão do sistema, para que pudéssemos entender melhor como ele seria.

As cartelas desta página representam as ideias e componentes escolhidos para o primeiro escopo do projeto. As ideias deixadas de lado não foram, de forma nenhuma, descartadas definitivamente. Como o processo de desenvolvimento será feito em etapas, as ideias despriorizadas, como aquelas de alta complexidade, poderão ser incorporadas em versões futuras.

Realidade aumentada poderia permitir que usuários explorem as informações do mapa e ao redor do bairro através do smartphone

Os mapas teriam um número único utilizado para identificá-lo no website, e então ter acesso a mais informações específicas daquele local

Um sistema de sinalização que qualquer pessoa possa imprimir em casa

Conteúdo estaria acessível via um QR code em cada mapa

Estabelecimentos privados podem adotar a sinalização em troca de destaque em forma de propaganda no mapa

O impresso poderia ficar dentro de algum tipo de moldura para protegê-lo da chuva, ao mesmo tempo que permite escrever por cima dele.

O mapa contém uma lista de estabelecimentos parceiros, assim como uma lista de indicações feitas por pessoas locais

O próprio georreferenciamento do celular pode dizer perto de qual mapa o usuário está, sem necessidade de QR code ou código único

O sistema gera um arquivo PDF com as informações específicas do local

Um sistema de sinalização modular em folhas A4

A cada impressão, a sinalização já viria atualizada com informações novas que foram colocadas no sistema

Mapas poderiam ter diferentes versões: grátis e pagas, dependendo do material e de como serão produzidos

A criação da plataforma poderia ser financiada por uma campanha de crowdfunding

Recomendações do mapa em lista, ordenadas pelo número de pessoas que votaram naquela recomendação

O mapa é impresso a partir de um sistema digital, que pode agregar todas as indicações feitas via online

Utilizar lambe-lambes como suporte dessa sinalização caseira

Testar a produção em materiais como lambe-lambe, lona, placa de , papelão, adesivo

Uma das versões do mapa poderia servir também de iluminação pública, utilizando algum tipo de backlight

As anotações feitas à mão poderiam ser registradas por fotografias para não se perderem com o tempo

Indicações poderiam ser feitas rabiscando diretamente sobre o mapa, ou no website através de comentários, gravações em áudio e vídeo

Storyboards

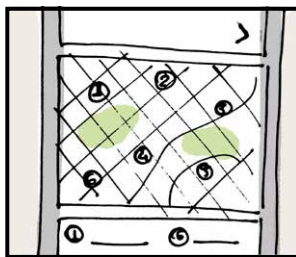
Para melhor visualizar, comunicar e compreender as ideias do sistema a ser desenvolvido, foi utilizada a ferramenta de storyboarding. Ela consiste em mais um exercício de síntese, onde a experiência do usuário é segmentada em pequenas histórias ilustradas (Stickdorn e Schneider, 2011). A partir delas, é possível identificar os personagens envolvidos na interação com o sistema, os pontos de contato para cada um deles, os fluxos de interação em cada momento da experiência, os contextos de uso, assim como as relações entre os diferentes componentes.

A seguir, estão reproduzidas as storyboards das ideias que foram selecionadas para a fase de prototipação.

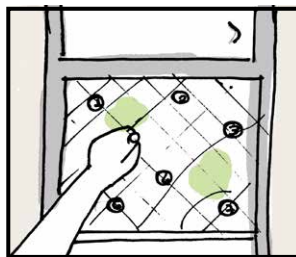
Usuário descobre mapa e interage com rabisco à mão



Vê o mapa no poste enquanto caminha pela cidade



Lê mapa e entende que pode intervir rabiscando



Deixa alguma recomendação no mapa

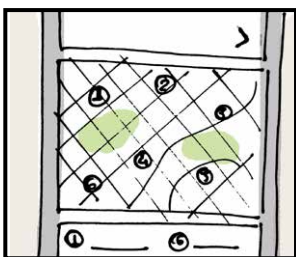


Tira foto e compartilha nas redes sociais

Usuário descobre mapa e interage com mapa online via código único



Vê o mapa no poste enquanto caminha pela cidade



Lê mapa e instruções



Entende que há informação online acessível via uma URL. Entra e digita código único.

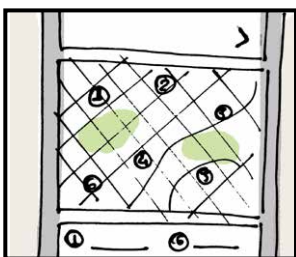


Acessa mapa online e explora as recomendações locais registradas no sistema

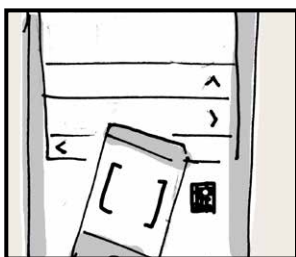
Usuário descobre mapa e interage com mapa online via QR code



Vê o mapa no poste enquanto caminha pela cidade



Lê mapa e entende que há mais informação online, acessível via QR code



Pega o celular e escaneia o código

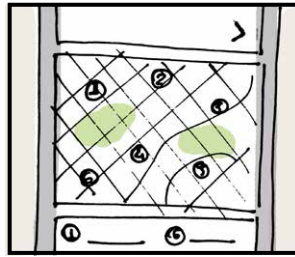


Entra no mapa online e explora as recomendações registradas no sistema

Usuário adiciona sua recomendação ao mapa online



Vê o mapa no poste enquanto caminha pela cidade



Lê mapa e entende que pode adicionar recomendações locais



Adiciona local com endereço, nome e comentário

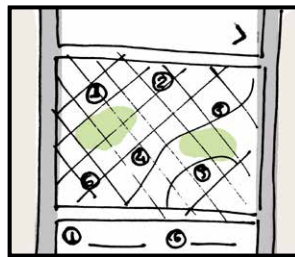


Recomendação é adicionada ao banco de dados

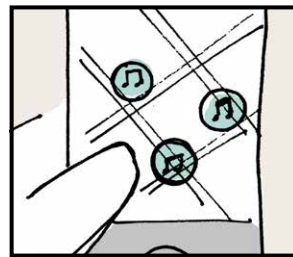
Usuário explora gravações de áudio locais pelo smartphone



Vê o mapa no poste enquanto caminha pela cidade



Lê mapa e entende que pode explorar gravações de áudio



Adiciona local com endereço, nome e comentário

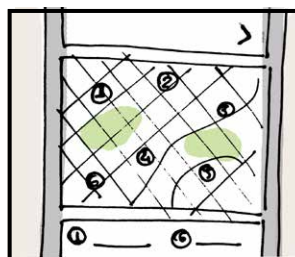


Recomendação é adicionada ao banco de dados

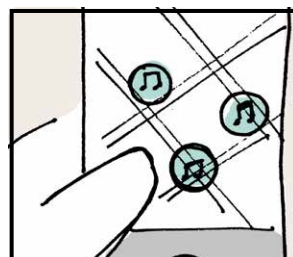
Usuário envia sua gravação de áudio pelo smartphone



Vê o mapa no poste enquanto caminha pela cidade



Lê mapa e entende que pode explorar gravações de áudio

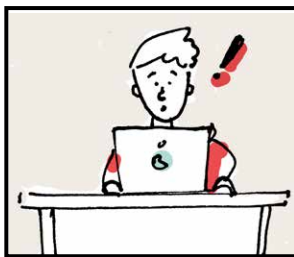


Entra no mapa online para adicionar sua gravação

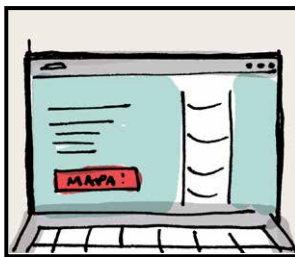


Grava seu áudio pelo celular e a adiciona ao mapa

Ativista descobre projeto e imprime mapas para seu bairro



Descobre o projeto através do Facebook



Entra no site e decide gerar mapas para seu bairro



Imprime os arquivos utilizando sua própria impressora



Sai pelo bairro colando os mapas nos postes

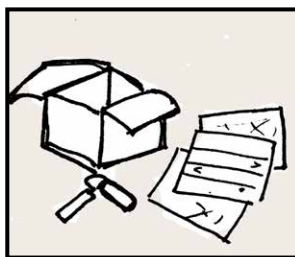
Ativista encomenda kit de instalação de mapas



Descobre o projeto através do Facebook ou mídia



Entra no site e encomenda um kit para instalar mapas no seu bairro



Recebe por correio um kit para instalar mapas com todos os materiais



Sai para a rua instalando mapas

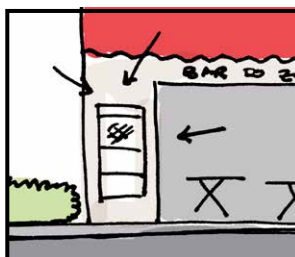
Dono de estabelecimento quer se tornar um parceiro do projeto



Descobre o projeto através do Facebook ou mídia



Entra no site e se inscreve para ser um estabelecimento parceiro



Recebe por correio um kit para instalar mapas na em postes próximos



Seu estabelecimento é colocado em todos os mapas com destaque

Modelo de Negócios

Tendo mapeadas experiências do usuário para os primeiros protótipos, foi possível rascunhar também uma primeira hipótese de modelo de negócios. Um modelo de negócios, segundo Osterwalder e Pigneur, descreve a lógica da criação, entrega, e captura de valor por parte de uma organização (Osterwalder e Pigneur, 2011).

O quadro na página ao lado é uma representação deste modelo chamada de Business Model Canvas, ferramenta criada por Osterwalder e Pigneur para descrever, analisar, e projetar modelos de negócios, através da síntese dos seus principais componentes (Osterwalder e Pigneur, 2011). O quadro é composto por nove elementos diferentes:

Segmentos de clientes

São os clientes servidos pela organização. No caso deste projeto, os dividimos em dois grandes grupos: Os usuários finais, que utilizam a sinalização gratuitamente ao caminhar pela cidade (pedestres, turistas), assim como aqueles que utilizam o website para gerar as placas e instalá-las nos seus bairros. No segundo grupo, estão os financiadores, como estabelecimentos comerciais, prefeituras, que apoiam o projeto através de parcerias, e possíveis apoiadores de campanhas de crowdfunding.

Proposta de Valor

Descreve um pacote de produtos ou serviços que criam valor para os clientes, através da resolução de um problema ou satisfação de uma necessidade. No nosso caso, oferecemos ao pedestre uma melhor experiência ao caminhar na cidade, além de informações curadas por pessoas locais; Para os estabelecimentos, oferecemos destaque nos mapas e na comunicação em geral; E para os apoiadores, oferecemos as recompensas e a chance de fazer parte da mudança da cidade.

Canais

São os meios que a organização utiliza para comunicar,

apresentar, e entregar sua proposta de valor aos clientes. Podemos fazê-lo, aqui, através das redes sociais, um site próprio, campanhas de crowdfunding, e embaixadores de bairros e cidades.

Fontes de Receita

São as maneiras de gerar dinheiro através da proposta de valor. Nossa hipótese é que, apesar do serviço estar disponível no website gratuitamente, seria possível vender kits completos de instalação com uma margem de lucro. Além disso, estabelecimentos pagariam uma taxa de adesão para tornarem-se parceiros, o website contaria com uma loja online de materiais, e haveria margem de lucro nas campanhas de financiamento coletivo realizadas.

Recursos principais

É o que a organização deve possuir para entregar a proposta de valor. No nosso caso, são ferramentas digitais e infra estrutura de tecnologia.

Atividades-chave

São as ações desempenhadas pela organização. Neste caso, são a manutenção da plataforma, comunicação através das redes sociais, venda e entrega de kits, e adaptação para projetos especiais.

Parcerias Principais

É a rede de fornecedores e parceiros da organização. Aqui, são os estabelecimentos comerciais, Prefeituras e órgãos públicos, outros projetos de ocupação da cidade, e embaixadores do projeto em bairros e comunidades.

Estrutura de Custo

São os gastos que a organização terá que pagar para sobreviver. Neste caso, está atrelada à manutenção da plataforma, e à logística de produção, entrega e instalação dos painéis.

PARCERIAS PRINCIPAIS	ATIVIDADES-CHAVE	PROPOSTA DE VALOR	RELACIONAMENTO COM CONSUMIDOR	SEGMENTOS DE CONSUMIDOR
<ul style="list-style-type: none"> • Donos de estabelecimento • Prefeituras e subprefeituras • Outros projetos de ocupação e uso da cidade • Embaixadores de cidade / bairro 	<ul style="list-style-type: none"> • Administração da plataforma • Comunicação • Venda e entrega de kits • Adaptação do produto para casos especiais como parcerias com prefeituras 	<p><u>Pedestre</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Wayfinding • Informações sobre pontos de interesse adicionados por pessoas locais. <p><u>Estabelecimento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilidade em todos os mapas • Associação da marca com o projeto <p><u>Mobilizado</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fazer "parte da mudança" • Recompensas • Crowdfunding 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidade • Co-criação • Auto-atendimento <p>CANAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociais • Email/Facebook • Crowdfunding • Plataforma • Embaixadores de cidade 	<p><u>Financiadores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilizados no crowdfunding • Donos de estabelecimentos comerciais • Embaixadores de cidades e bairros • Prefeituras e subprefeituras <p><u>Usuários Finais</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pedestres • Turistas • Ativistas
ESTRUTURA DE CUSTOS	FONTES DE RECEITA			
<ul style="list-style-type: none"> • Manufatura dos mapas produtos • Preparação das encomendas • Envio dos mapas • Infraestrutura digital • Manutenção da plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> • Margem de lucro nos painéis encomendados • Adesão dos estabelecimentos ao sistema • Programas de incentivo do governo • Crowdfunding • Lojinha de materiais cartográficos no site (mapa de bolso, cadernos, etc) 			

Ciclo 01



Mínimo Produto Viável

A partir deste momento no projeto, foi utilizado o método ágil de desenvolvimento, que como vimos sugere a implementação da ideia etapas, para que seja possível validar cada hipótese que a compõe em busca de validações e/ou correções. Esta primeira etapa de desenvolvimento resulta no que é chamado de MVP (Mínimo Produto viável), definido como a versão mais simples de um produto que pode ser lançada com uma quantidade mínima de esforço e tempo de desenvolvimento (Eric Ries, 2011).

O objetivo do MVP é ter algo, mesmo que muito simples, em mãos para mostrar aos possíveis usuários e analisar suas impressões, para entender se o valor proposto é realmente percebido. Essa abordagem é chamada de “get out of the building”, (“saia do edifício”), já que o que importa é colocar a proposta na frente de outras pessoas o mais rápido possível. Esta etapa também é chamada de “Customer Development” (Desenvolvimento de cliente), pois é o momento em que as hipóteses sobre as necessidades do cliente são validadas e corrigidas.

Para isso, escolhemos duas das storyboards (jornadas de usuário) criadas na etapa anterior, que julgamos essenciais para o funcionamento do projeto: aquelas em que o usuário descobre o projeto na rua através de um painel de sinalização, interagindo com o serviço pela primeira vez; e quando um usuário descobre o projeto através da divulgação orgânica em redes sociais.

Essas histórias foram então divididas em todos os seus sub-passos, sob o ponto de vista dos 2 personagens envolvidos: o pedestre, que encontra o projeto na rua, e um usuário que descobre o projeto via redes sociais.

Após essa esquematização, foram escolhidos os sub-passos que deveriam ser testados na primeira rodada (destacados em azul). O critério de escolha foi dar

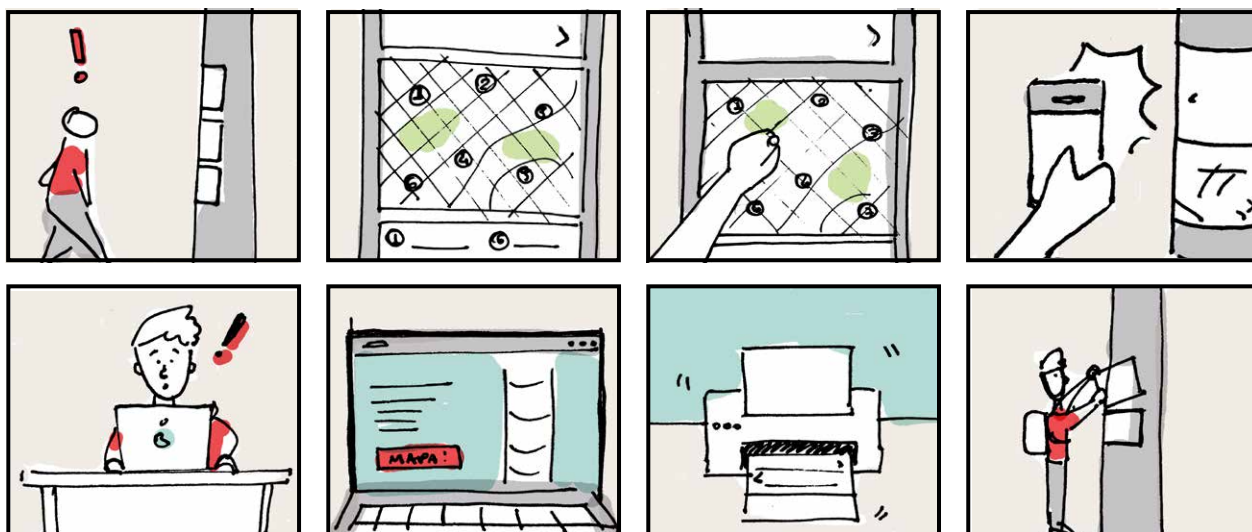
preferência àquelas hipóteses que são fundamentais ao projeto, mas que também poderiam ser testadas com o mínimo investimento de tempo e recursos.

Escolhemos, assim, testar o interesse de pedestres através da instalação de um número reduzido painéis na rua, e de usuários online através da criação de um website provisório e páginas nas redes sociais. Além disso, decidimos testar a durabilidade dos painéis, e se o tipo de interação das pessoas com eles seria participativa (ao adicionar informações) ou destrutiva (ao arrancar ou pichar os painéis, por exemplo).

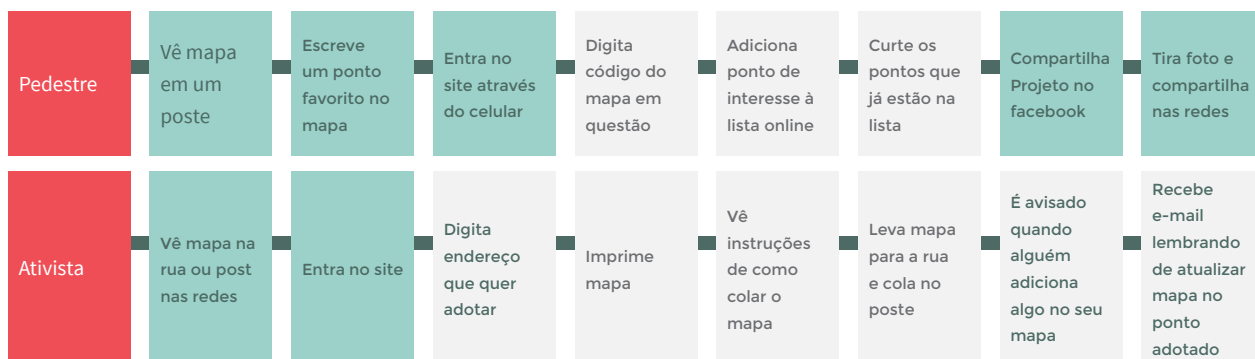
Para cada um desses testes, foram criadas métricas de sucesso para que pudéssemos analisar os resultados. Para o interesse dos pedestres, por exemplo, basta verificar se houve interações nos mapas, se houve acessos no site sem qualquer divulgação via outros meios, se esses acessos levaram os usuários a se inscreverem em uma lista de recebimento de novidades, e se houve compartilhamentos de fotos do projeto no Instagram ou Facebook, através de uma hashtag rastreável.

Por fim, a aferição de cada uma dessas métricas depende de uma lista de coisas que precisam ser executadas. É essa lista que guia o escopo de desenvolvimento do MVP.

Histórias de usuário escolhidas para teste



Detalhamento da interação



■ Usuário ■ Interação contemplada no protótipo ■ Interação fora do escopo do protótipo 1

Premissas escolhidas para teste

- As pessoas sentem necessidade de wayfinding nas ruas
- As pessoas se interessariam por um sistema colaborativo de wayfinding
- Os mapas em um poste duram tempo adequado para uso

Métricas de validação

- Ninguém vai arrancar
- Não vai estragar sozinho
- Alguém vai indicar um lugar
- Alguém vai tirar uma foto e compartilhar
- Alguém se orientou pelo mapa
- Alguém entrou no site
- Alguém quer mais informação

Ações necessárias

- Criação de nome e marca
- Criação de website provisório
- Desenvolvimento do painel
- Aplicação do painel
- Observação
- Análise de acessos do site
- Campo de inscrição no site
- Buscar fotos com # do projeto

Criação do Nome e Marca

Como seria necessário, logo de início, colocar o projeto no mundo em forma de website e painéis físicos, foi necessário desenvolver um nome e marca para o mesmo. O processo foi criterioso, porém ágil, pois a marca também pode ser encarada como um dos pontos de contato a serem testados desde o início, e que pode ser evoluído com o tempo.

Foram, então, definidos critérios básicos que o nome deveria obedecer, e em seguida foi feita uma sessão de ideação de nomes. Os resultados dessa ideação foram filtrados segundo os critérios, e o nome final escolhido foi Mapa Daqui.

O nome evoca a ideia de valores locais, coletividade, e também servirá como título da própria sinalização, que é, ela mesma, um "mapa daqui" de onde for instalada.

Critérios para a criação do nome

- Ser em português
- Ser descritivo, não abstrato
- Ser simpático, convidativo
- Ser curto, no máximo três palavras
- Servir como parte da sinalização, não só uma assinatura.

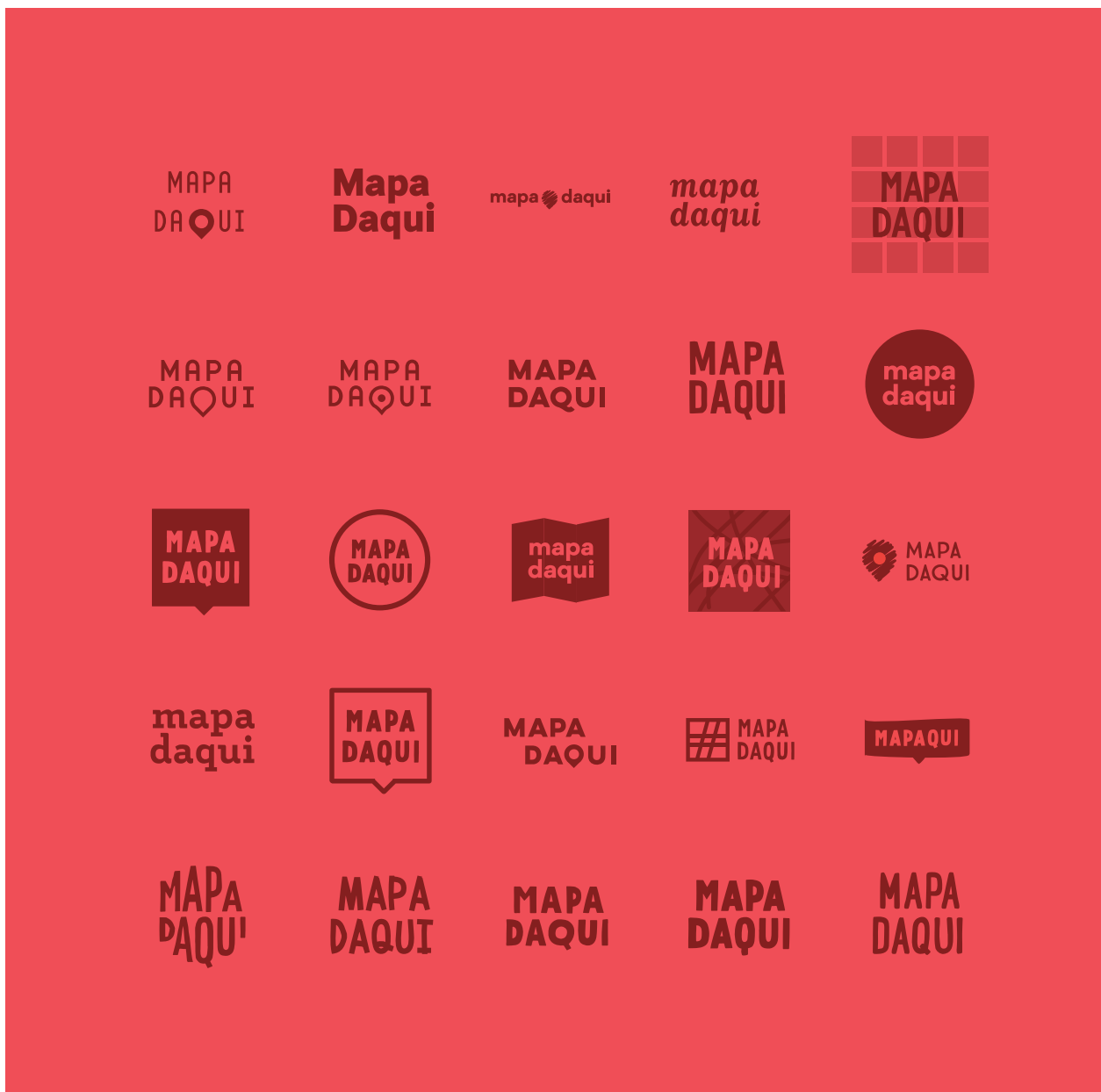
Alguns nomes selecionados

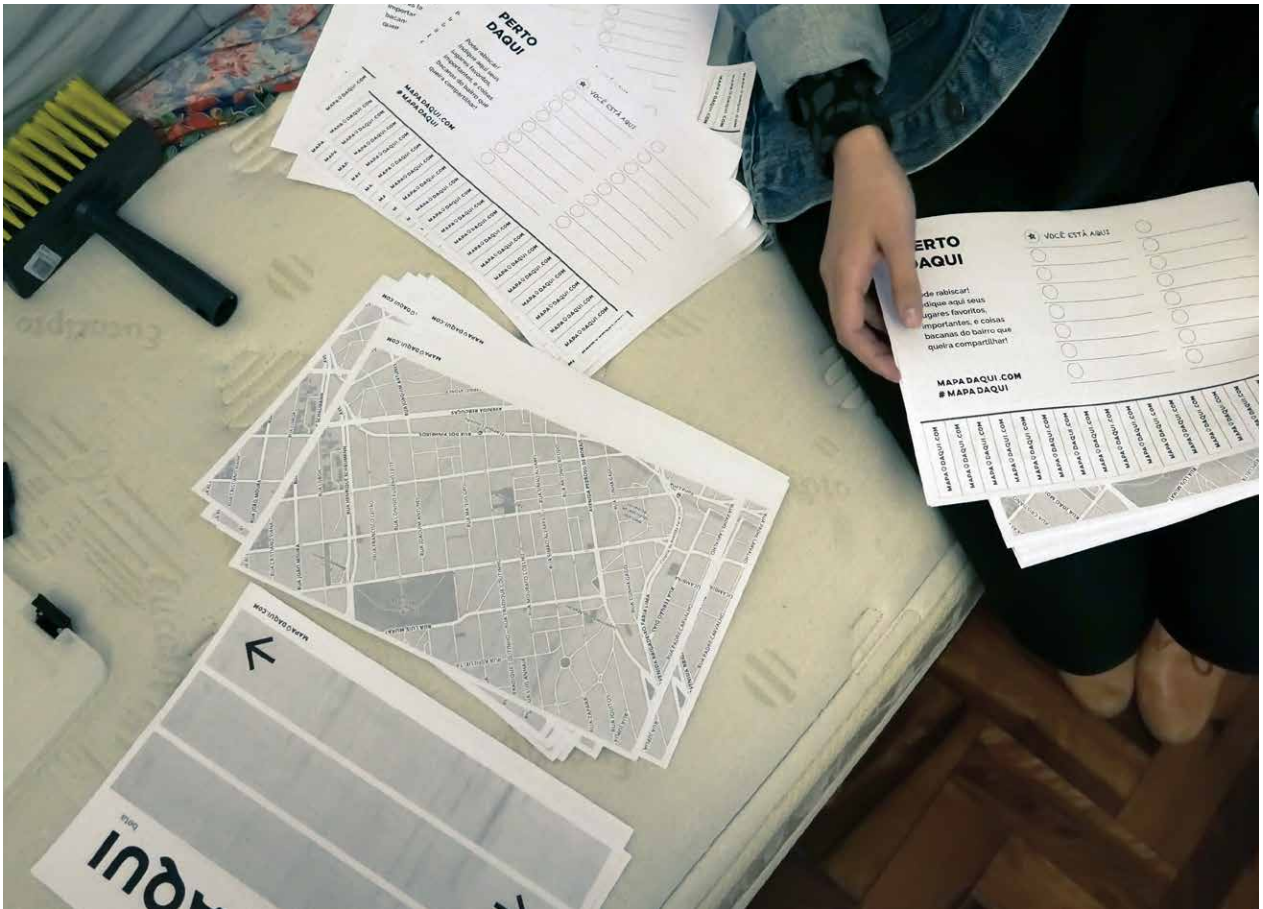
- Mapa Daqui
- Mapaqui
- Mapa da gente daqui
- Comunicidade
- Comunikit
- Colabmap
- Colaboraqui

Após a escolha do nome, foi desenvolvida uma marca inicial, a ser utilizada nos desdobramentos do primeiro protótipo. Assim como para o nome, foi definida uma lista de requisitos que a marca desenvolvida deveria cumprir para esta etapa, e após uma sessão de desenho, as propostas foram filtradas de acordo com os mesmos.

Critérios para a criação da marca

- Tipografia legível à distância na escala do pedestre (10 metros)
- Ser simples na sua forma
- Funcionar em aplicação colorida e monocromática
- Funcionar em aplicação horizontal e vertical
- Funcionar em versão positiva e negativa
- Evocar o conceito de Mapa
- Evocar o conceito de Aqui.
- Apresentar-se de forma simpática, próxima, gentil, pessoal, não institucional
- Não evocar a imagem de um projeto de órgãos oficiais como prefeituras ou grandes empresas



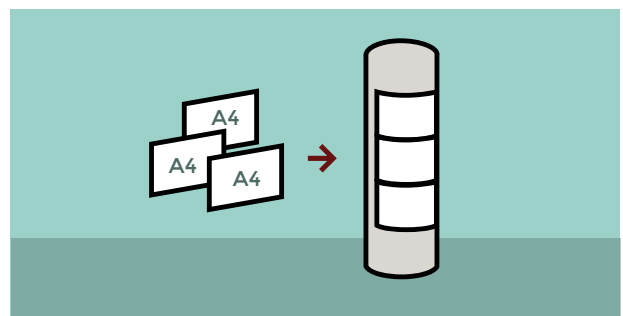


Registro da produção do MVP

Protótipo físico

Durante a geração da proposta, tentei manter os olhos abertos, ao caminhar pela cidade, para oportunidades de suportes e materiais para o MVP. Logo percebi como é rico o repertório de técnicas que as pessoas já tem para se comunicar informalmente na cidade: adesivos, lambe-lambes, banners, placas de PVC, graffiti, e muitos outros. O lambe-lambe (técnica de colagem em que o papel e o suporte são cobertos com cola branca ou cola caseira) me chamou atenção tanto pela quantidade, pois está presente em quase todas as esquinas da cidade, quanto pelo seu baixo custo de produção.

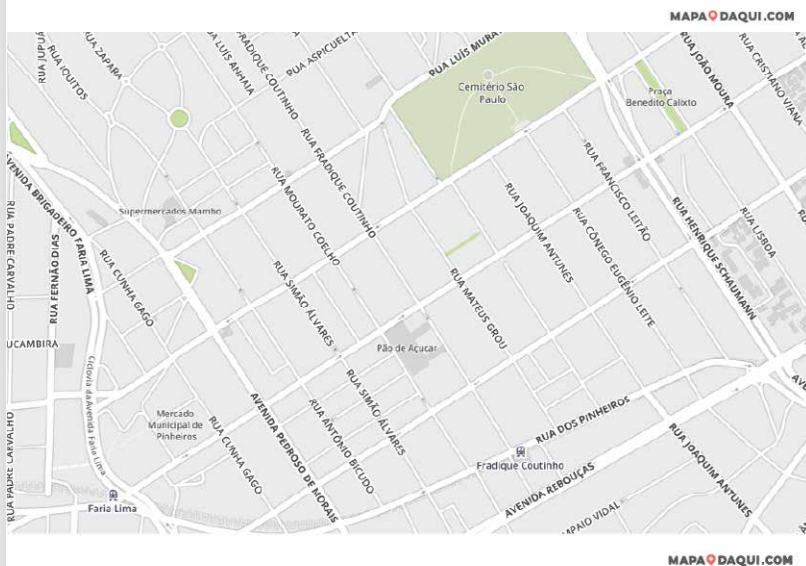
Como forma de testar o interesse das pessoas por [1] indicar nomes em um mapa coletivo, [2] tirar e compartilhar fotos do projeto, [3] entrar no website para mais informações, e também [4] a durabilidade de um mapa simples de papel no ambiente externo, foi desenvolvido um painel vertical, baseado nos totens



de wayfinding de Londres, Nova Iorque, e Rio, mas composto por 3 folhas A4. Na primeira, há um espaço para a indicação de direções de lugares próximos. Na segunda, o mapa em si, e na terceira, um texto de explicação, divulgação da marca, e espaços para a legenda de indicação de lugares favoritos.

MAPA DAQUI

beta



PERTO DAQUI

Pode rabiscar!
Indique aqui seus lugares favoritos, importantes, e coisas bacanas do bairro que queira compartilhar!

MAPADAQUI.COM
#MAPADAQUI

VOCÊ ESTÁ AQUI

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Marca horizontal pode ser vista há metros de distância

"Beta" indica que o projeto ainda está em fase de testes

Faixas direcionais para preenchimento pelos usuários

Endereço do website está presente em todas as folhas em caso de deterioração

Mapa retirado diretamente do software Mapbox, sem nenhuma alteração de estilo cartográfico

Escala do mapa 1:8000 escolhida para alcançar o espaço de uma caminhada de 2.5km (30 minutos)

Contraste baixo permite que informações sejam escritas por cima à mão

Instruções para que as pessoas sintam-se à vontade para intervir

20 espaços para legendas que indiquem um ponto marcado no mapa. O primeiro é utilizado para demarcar "Você está aqui", com uma estrela

#Mapadaqui é uma hashtag que permite localizarmos fotos e mensagens postadas nas redes sociais

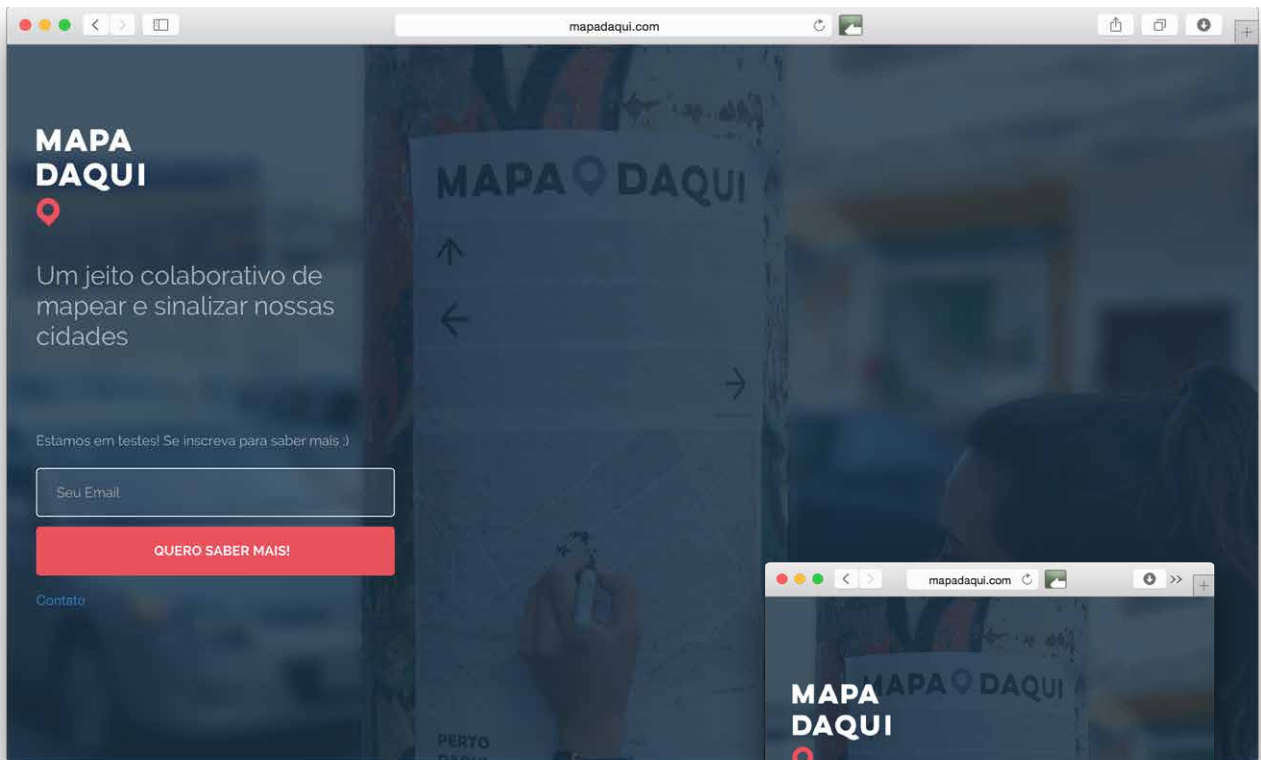
Parte inferior com picote para que pessoas possam levar o endereço do website consigo



Website

O primeiro website desenvolvido é apenas uma landing page, ou seja, uma página estática cujo único objetivo é divulgar e medir o interesse pelo projeto.

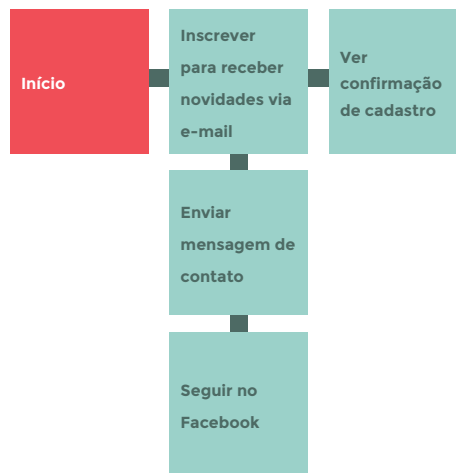
Ele é composto apenas de uma apresentação breve, um campo de inscrição para receber novidades por e-mail, um link para contato, e um botão de compartilhamento via Facebook.



Website desenvolvido de forma responsiva, para ser acessado por equipamentos de diferentes formatos



Histórias de usuário do primeiro website



Esta representação não segue a lógica de um sitemap tradicional. Os retângulos não são páginas, mas sim um modo de representar Histórias de Usuário, ou Funções que o usuário deve ser capaz de executar, e as relações de encadeamento entre elas.

- Função implementada
- Função não implementada

Estratégia de Aplicação

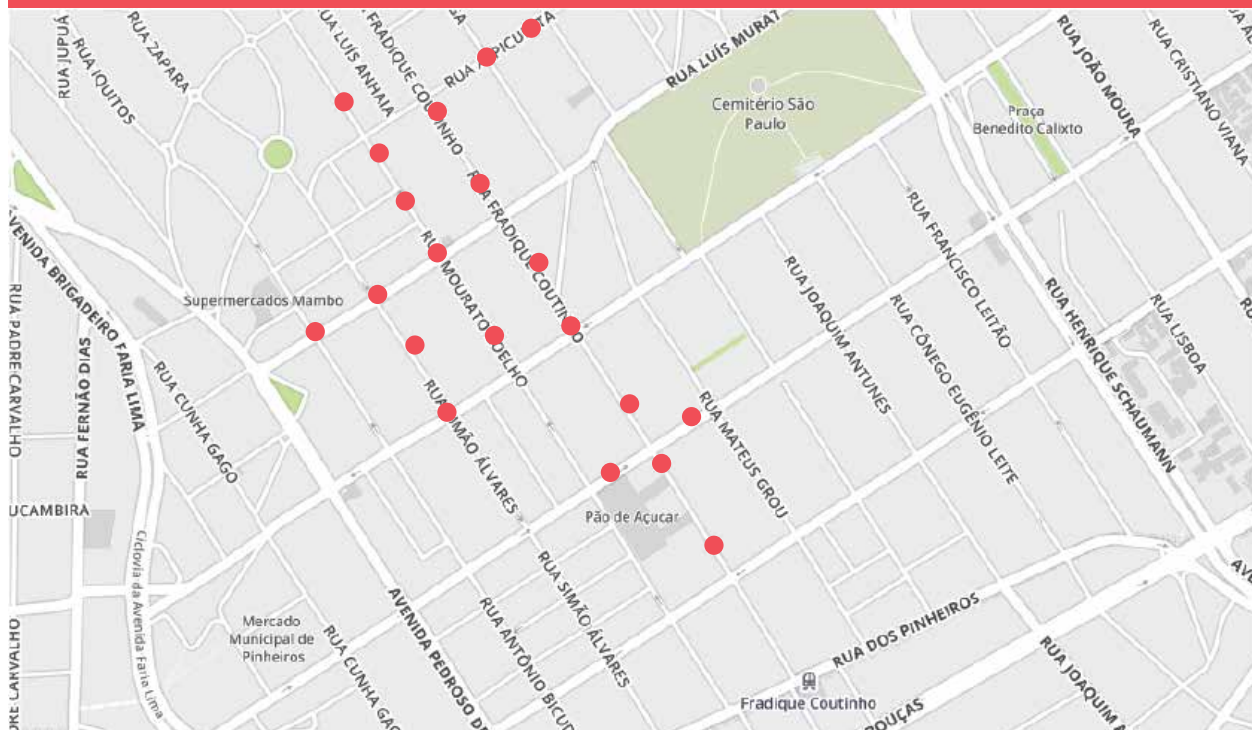
Para a aplicação do primeiro protótipo, foram escolhidos 5 áreas na cidade de São Paulo. Os locais deveriam apresentar perfis diferentes para captar a reação de diferentes públicos, e serem logisticamente acessíveis para que a aplicação e monitoramento constantes fossem possíveis. Foram escolhidos: República, Pinheiros, Cidade Universitária, Rua Augusta, e Barra Funda.

Ao sair para a primeira aplicação, no bairro de Pinheiros, o processo mostrou-se mais trabalhoso e cansativo do que esperado, e a lista original teve que ser reduzida a apenas dois lugares: Pinheiros e República. Essas duas aplicações, no entanto, foram suficientes para testar e validar as premissas estabelecidas.

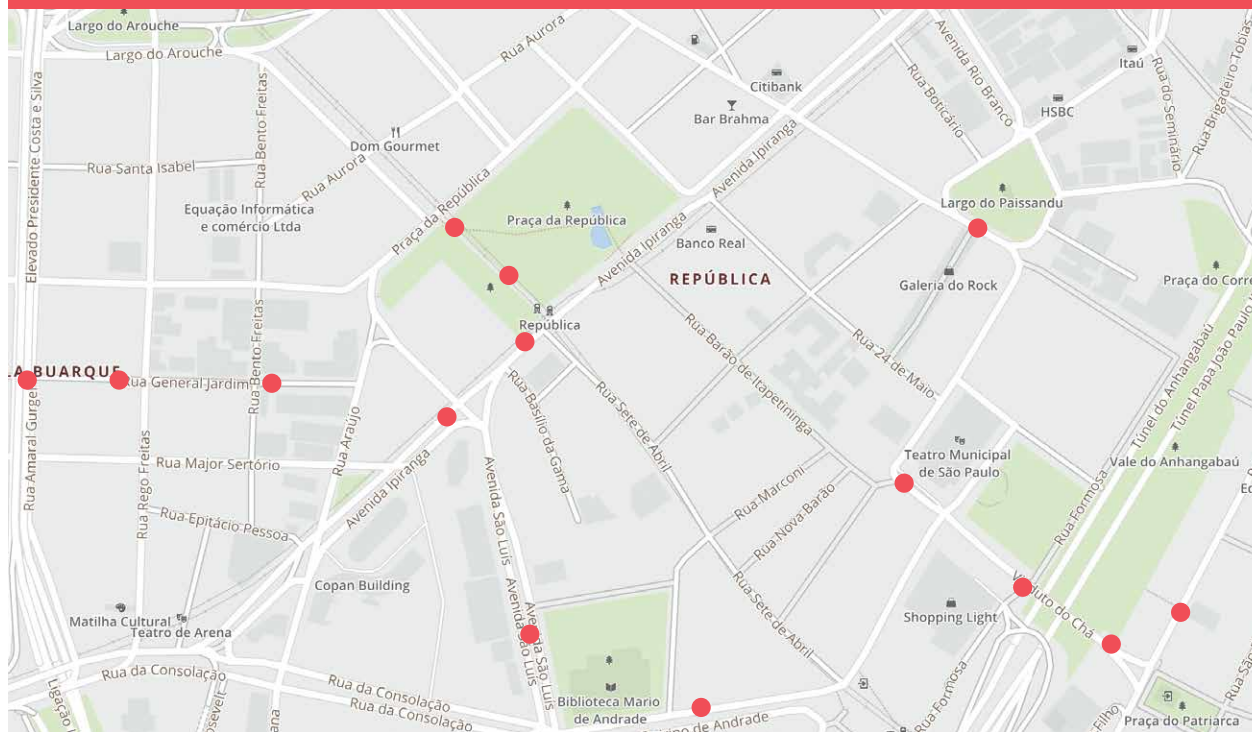
No bairro de Pinheiros, foram instalados 20 painéis, e na República, 15. Eles foram colados todos em postes de iluminação, preferencialmente em frente à um estabelecimento comercial, cultural, locais de passeio como a feira da praça da república, ou lugares de permanência como pontos de ônibus e esquinas com semáforos para pedestres. Ao colar os mapas, tentamos ao máximo não "atropelar", ou seja, cobrir o que já estava lá, já antecipando que esta ação poderia resultar na mesma reposta por parte de outras pessoas que utilizam os postes como suporte.

Ao colar os painéis, fizemos também algumas primeiras intervenções à caneta, tanto nas setas direcionais, quanto no mapa e na lista de pontos de interesse, como forma de demonstrar às pessoas como o projeto funciona. Este passo se mostrou essencial para aumentar o número de interações.

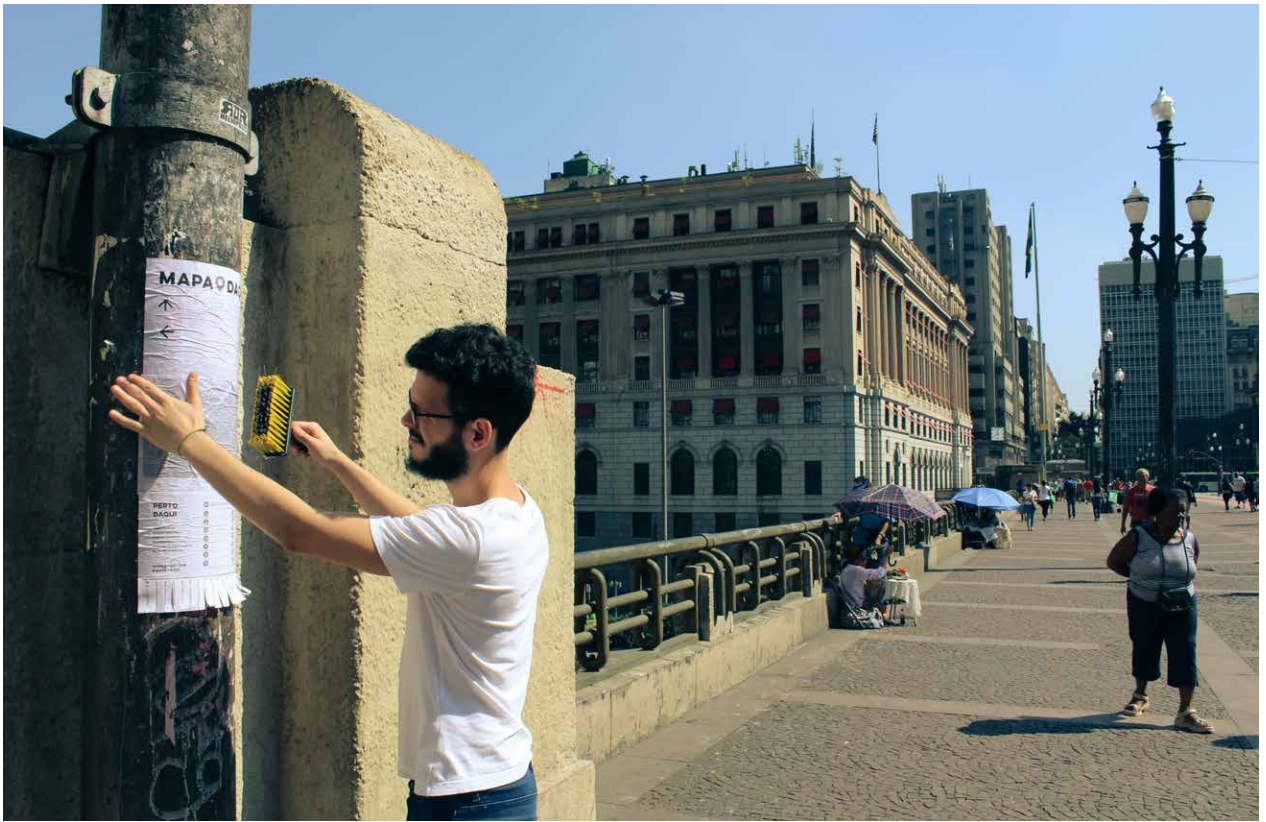
Pinheiros

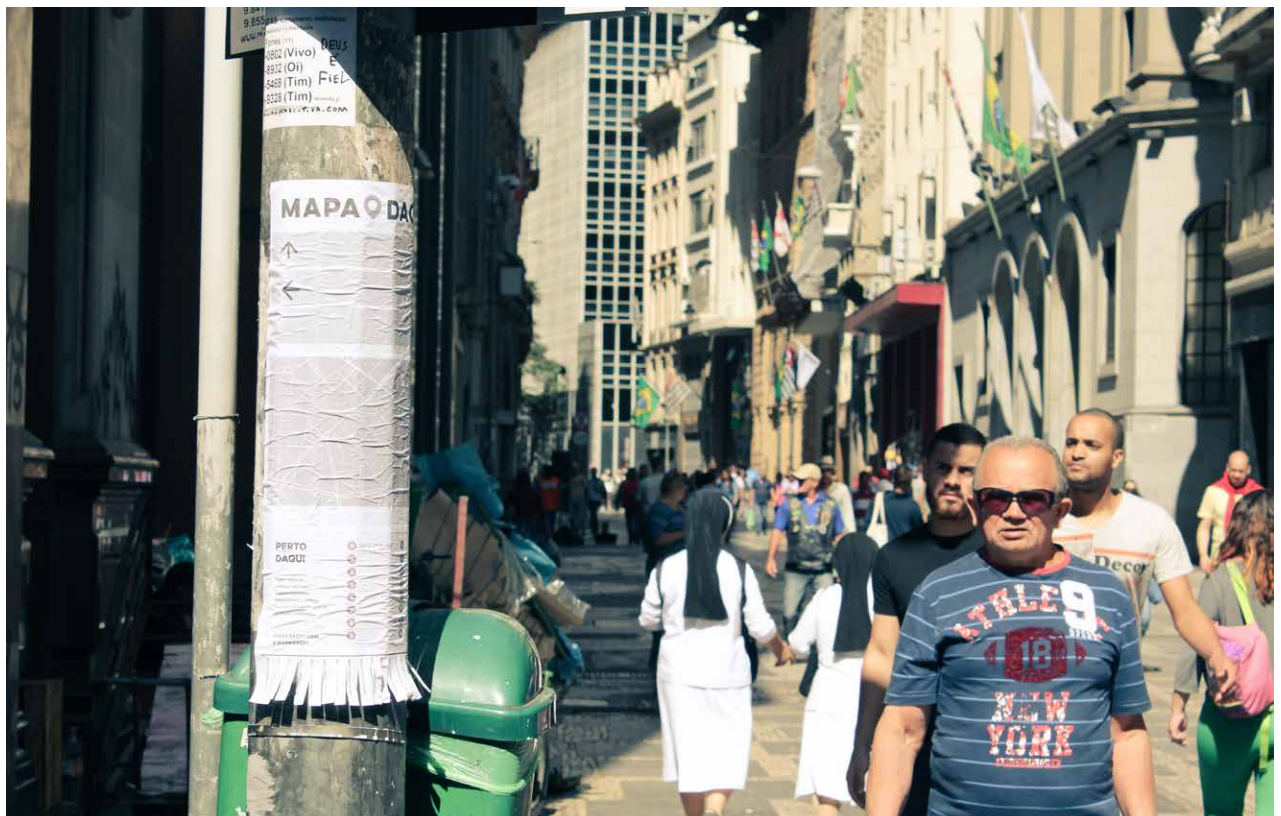
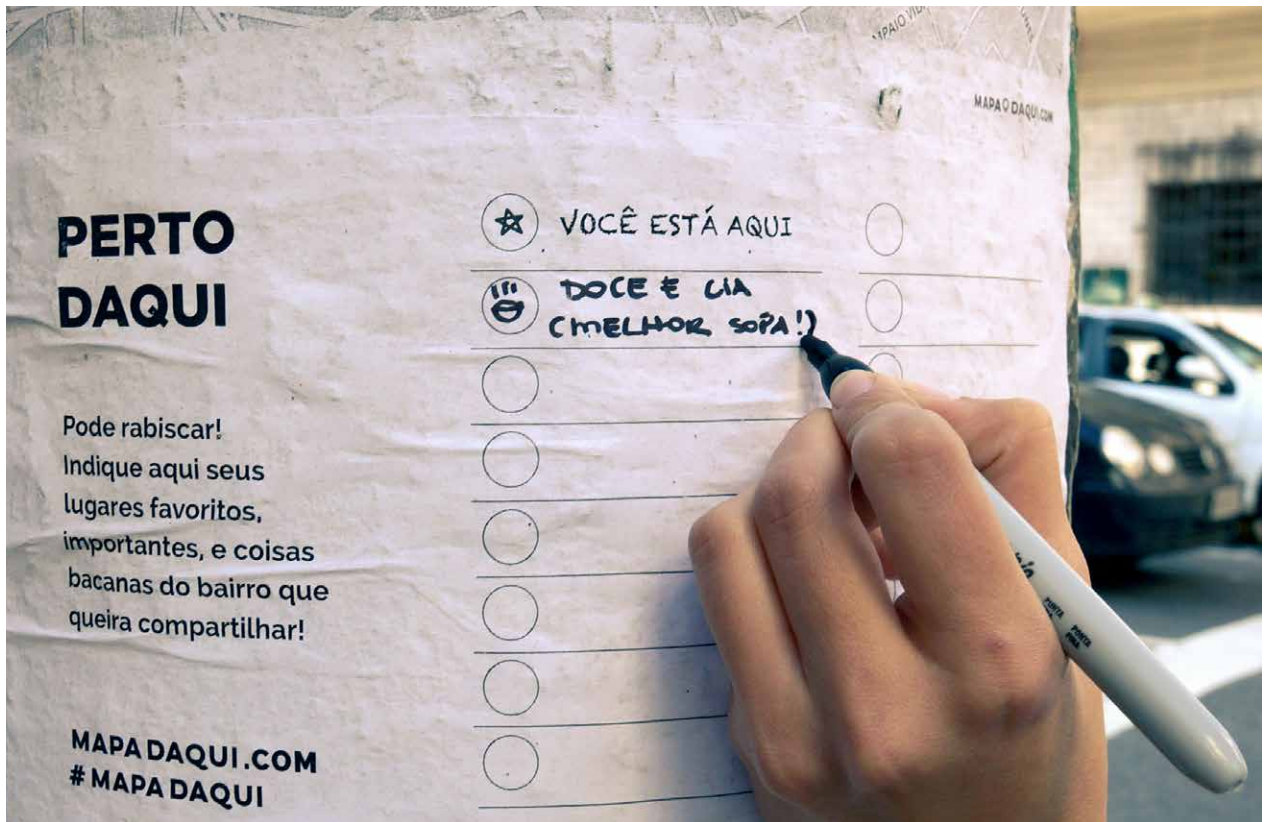


República



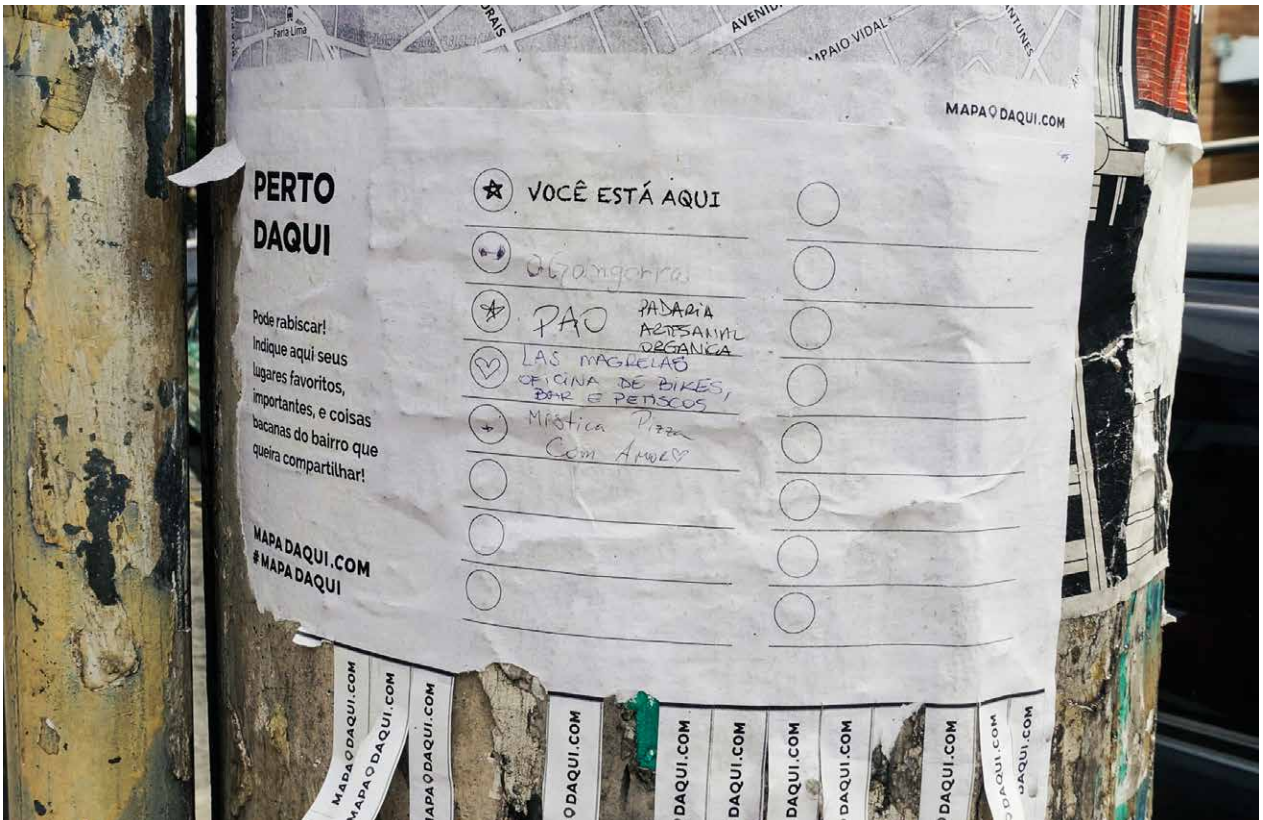
● Pontos de aplicação dos painéis

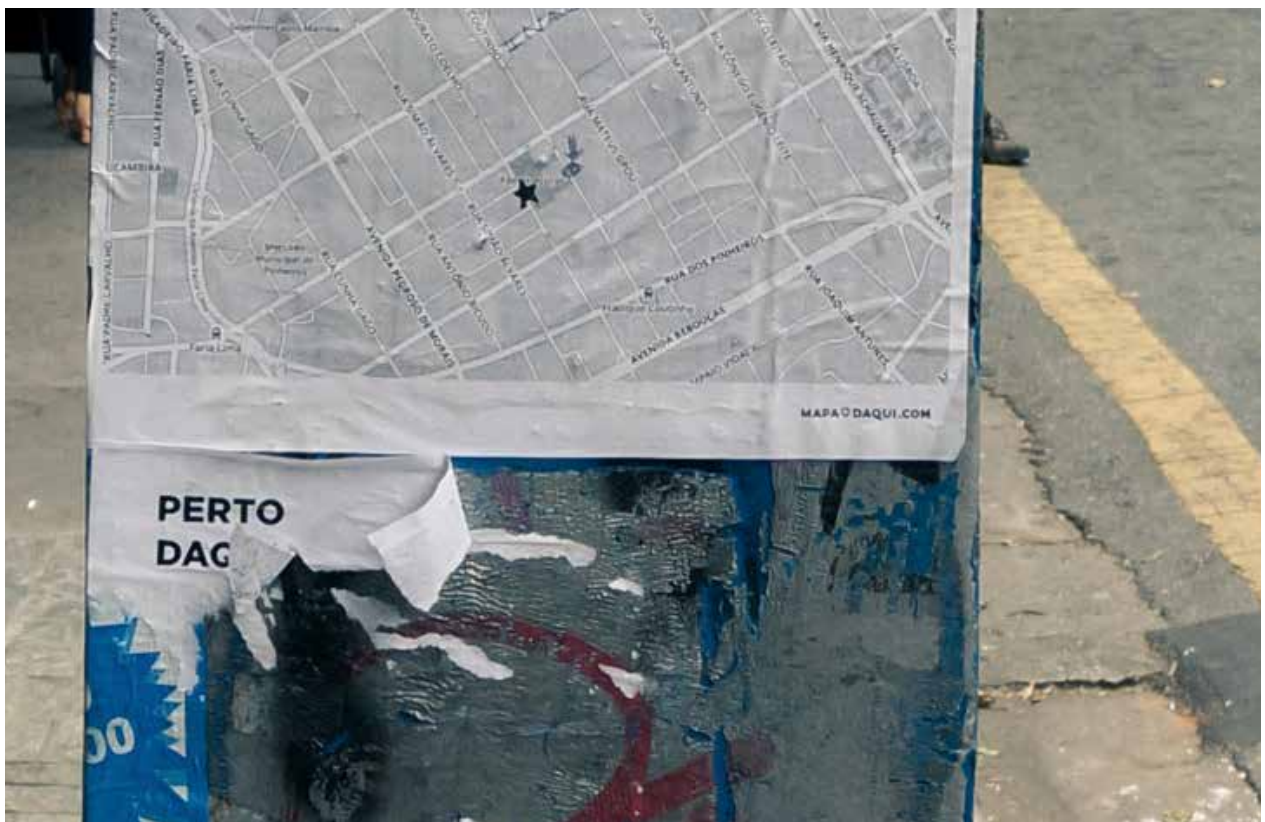
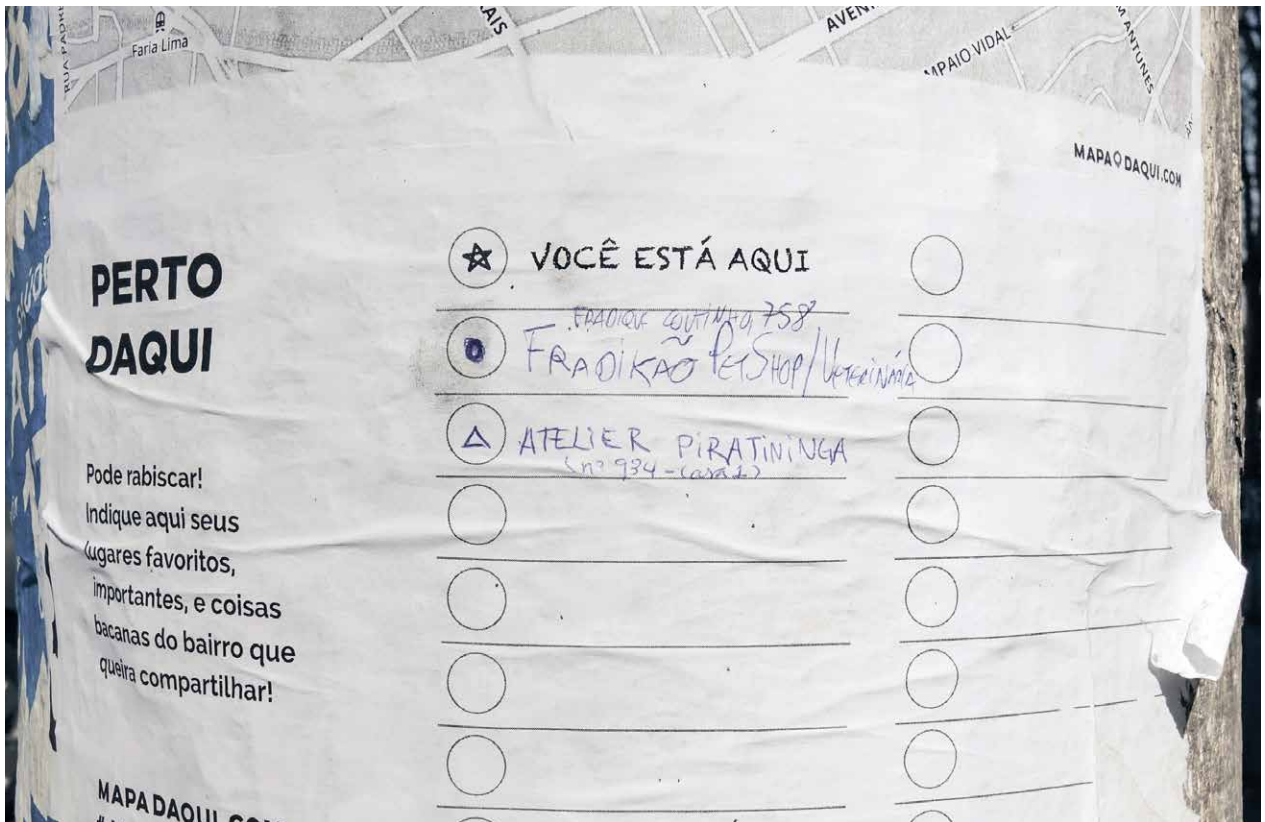














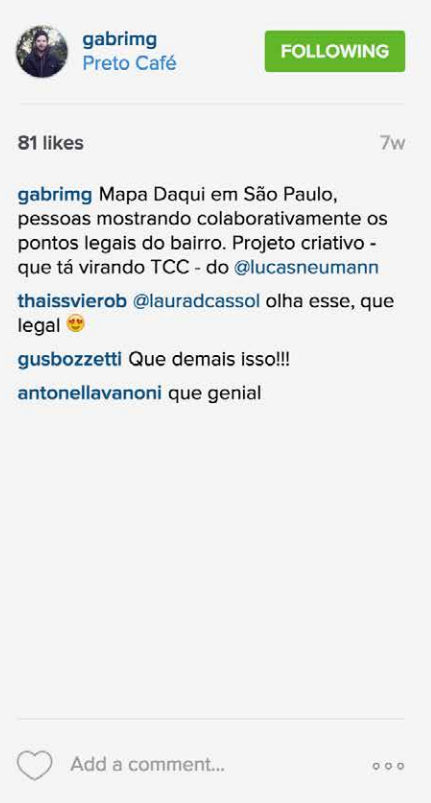


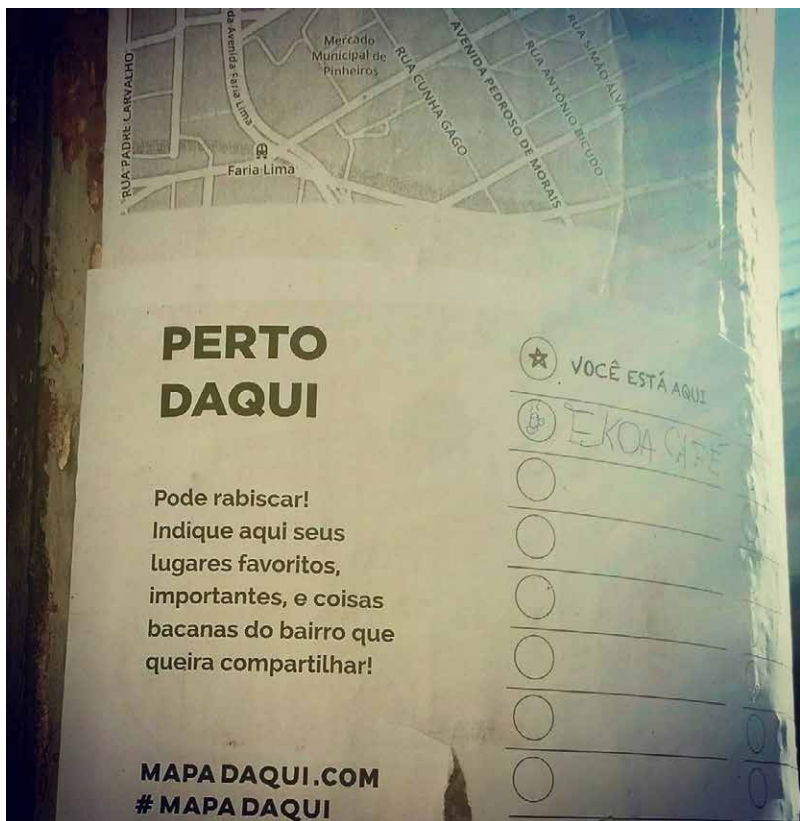
Reação no Instagram

Logo após os primeiros dias da instalação, duas pessoas fotografaram os mapas de pinheiros e compartilharam no Instagram, utilizando a hashtag #mapadaqui e comentando positivamente sobre a iniciativa.

Gabriel Gomes, o idealizador de um dos projetos que levantamos como referência (Que Ônibus Passa Aqui?) foi um dos primeiros a postar uma foto do projeto no Instagram.

O usuário marcelo_dias_s (à direita, superior) associou o projeto ao Foursquare, um aplicativo bastante popular de recomendação de estabelecimentos comerciais e culturais na cidade. Ele também fez uma relação com atos de gentileza e compartilhamento, e com sentimentos afetivos em relação à cidade.





marcelo_dias_s
Rua Fradique C...

FOLLOWING

18 likes

5w

marcelo_dias_s Foursquare de poste: você compartilha a dica de um lugar legal e indica no mapa. Iniciativa sensacional da #mapadaqui. Ser gente fina é simples. E tem que ser contagioso!
#sp4you #realcoolsampa #amopinheiros #aqueleasp #oipinheiros #splovers #coolsampa #taescritoemsampa #saopaulowalk

roparisart Nice pic :)

marcelo_dias_s @roparisart thanks! 😊

saopaulo_originals 📍



Add a comment...



gaiapassarelli
Elguaton Da Vila

FOLLOWING

170 likes

8w

gaiapassarelli #mapadaqui marque seu local favorito na área 😊 projeto em teste, cadastre-se no mapadaqui.com para saber mais.

gaiapassarelli #mapadaqui #VilaMadalena #Pinheiros #SaoPaulo #saopaulowalk



Add a comment...



Resultados

A experiência de colocar no mundo a primeira versão de uma ideia mesmo que incompleta, feita da forma mais barata e rápida possível como forma de validação foi altamente satisfatória. Após quatro semanas da aplicação inicial, foi possível coletar resultados que validaram a ideia de forma geral, porém que também identificaram diversos ajustes para a próxima iteração.

Estado de conservação

Na conferência final dos mapas, foi encontrado todo tipo de situação: havia mapas com muitas indicações escritas, outros com nenhuma, alguns mapas estão limpos e intactos, outros muito sujos, rasgados, ou escondidos por outros cartazes. Observamos diversos fatores responsáveis pelas boas interações, em especial a localização: locais de permanência como esquinas com semáforo, e em frente à restaurantes, escolas e bares tiveram maior aceitação.

Material e suporte

O lambe lambe, ao mesmo tempo que permite uma instalação de alta capilaridade, rápida e barata, apresentou alguns pontos negativos. Muitos dos mapas apresentaram sinais de depredação, como rasgos e sujeira. Outros foram cobertos por novas propagandas. A parte inferior, com picotes, parece ter incentivado grande parte da depredação, pois facilitam que ele seja arrancado. Além disso, no centro da cidade, muitos postes não são de concreto, mas de metal em estilo colonial. Nestes, a técnica de lambe-lambe não funcionou

Visitas ao website

Com apenas 35 mapas espalhados, foi possível trazer um número satisfatório (63) de visitas ao website, 10 das quais resultaram em uma inscrição para receber novidades. (15.8%). Vale lembrar que o projeto foi mantido em segredo para que as únicas impressões coletadas fossem de pessoas que conheceram o projeto através do mapa na rua. Amigos e conhecidos que acessaram o site ou escreveram em um mapa foram desconsiderados do resultado.

Interação

Cerca de 70% dos mapas apresentaram informações escritas, a maioria com caneta esferográfica. Os espaços de preenchimento foram bem compreendidos, e as pessoas utilizaram tanto números quanto ícones (desenhados por elas mesmas) para simbolizar os pontos de interesse no mapa. A parte superior (das setas) apresentou poucas interações espontâneas, e fica a dúvida se o motivo é a pouca relevância da informação, ou se ela é relevante, porém não há interesse no preenchimento colaborativo dela.

Cor

Logo na instalação, foi possível observar que o papel branco com informações monocromáticas não foi muito bem sucedido, pois ficou com pouco contraste de leitura, pouca visibilidade à distância e também se confundiu com os materiais gráficos já presentes nos suportes.

Conclusões gerais

A experiência de colocar os painéis na rua o mais rapidamente possível nos permitiu tirar diversas conclusões quanto à proposta e método de execução. A ideia parece ter sido bem compreendida, aceita, e desejada pelas pessoas, devido às diversas interações, acessos ao site, inscrições via e-mail e comentários positivos nas redes sociais

A materialidade do lambe-lambe apresentou pontos fortes e fracos, pois é barata, acessível, rápida e fácil de executar, porém sua durabilidade de apenas algumas semanas ficou abaixo do desejado.

Métricas de validação**Resultados**

Ninguém vai arrancar	⊗ 50% dos mapas foram arrancados e/ou cobertos
Não vai estragar sozinho	⊗ 80% dos mapas foram parcialmente danificados
Alguém vai indicar um lugar	✓ 70% dos mapas tiveram anotações manuais
Alguém vai tirar uma foto e compartilhar	✓ 02 fotos compartilhadas com a hashtag
Alguém se orientou pelo mapa	⊖ Difícil de monitorar
Alguém entrou no site	✓ 98 visitas diretas no site
Alguém quer mais informação	✓ 10 inscrições por e-mail

Diretrizes para a segunda versão:

- Refinamento gráfico (do painel)
- Refinamento cartográfico (do mapa)
- Remover picote da parte inferior
- Estudar composição com cores, a fim de dar mais destaque ao painel
- Estudar outros possíveis suportes na cidade
- Estudar outros materiais para impressão, visando aumentar a durabilidade do painel
- Desenvolver proposta de modelos de negócios para teste
- Expandir o escopo incluindo outros momentos da interação
- Criação de página no Facebook para diálogo e coleta de feedback direto com as pessoas
- Testar interesse por adicionar pontos no mapa via online
- Testar interesse de estabelecimentos em instalar painéis na fachada
- Testar interesse de usuários pela encomenda de kits de instalação

Ciclo 02



Segundo protótipo



Registro do estudo de novas possibilidades para o pôster

O protótipo 2 focou em responder apenas aos problemas materiais e gráficos levantados pelos primeiros testes. Deixamos, para uma outra rodada, as questões de modelos de negócios e interação com pontos de contato digitais. Primeiramente, ficou clara a necessidade de uma revisão gráfica que trouxesse mais impacto visual da peça no ambiente, para que possa ser melhor identificada à distância. O desenho do mapa em si (cartografia) também foi refinado, abandonando o mapa padrão da ferramenta Mapbox e criando do zero um estilo completamente novo, somente com as camadas de informação necessárias para o usuário e com uma hierarquia visual e paleta de cores inédita. O tamanho da peça e sua modulação equivalente a 3 folhas A4 deitadas foi mantida, pois mostrou-se uma proporção adequada para o painel.

Este novo modelo, representado ao lado, foi impresso em três novos materiais: papel sulfite colorido, lona vinílica, e placa de PVC. Todos tem propriedades diferentes, modos de instalação distintos, e principalmente custos de produção variáveis, e foram instalados simultaneamente para a coleta de um resultado comparativo

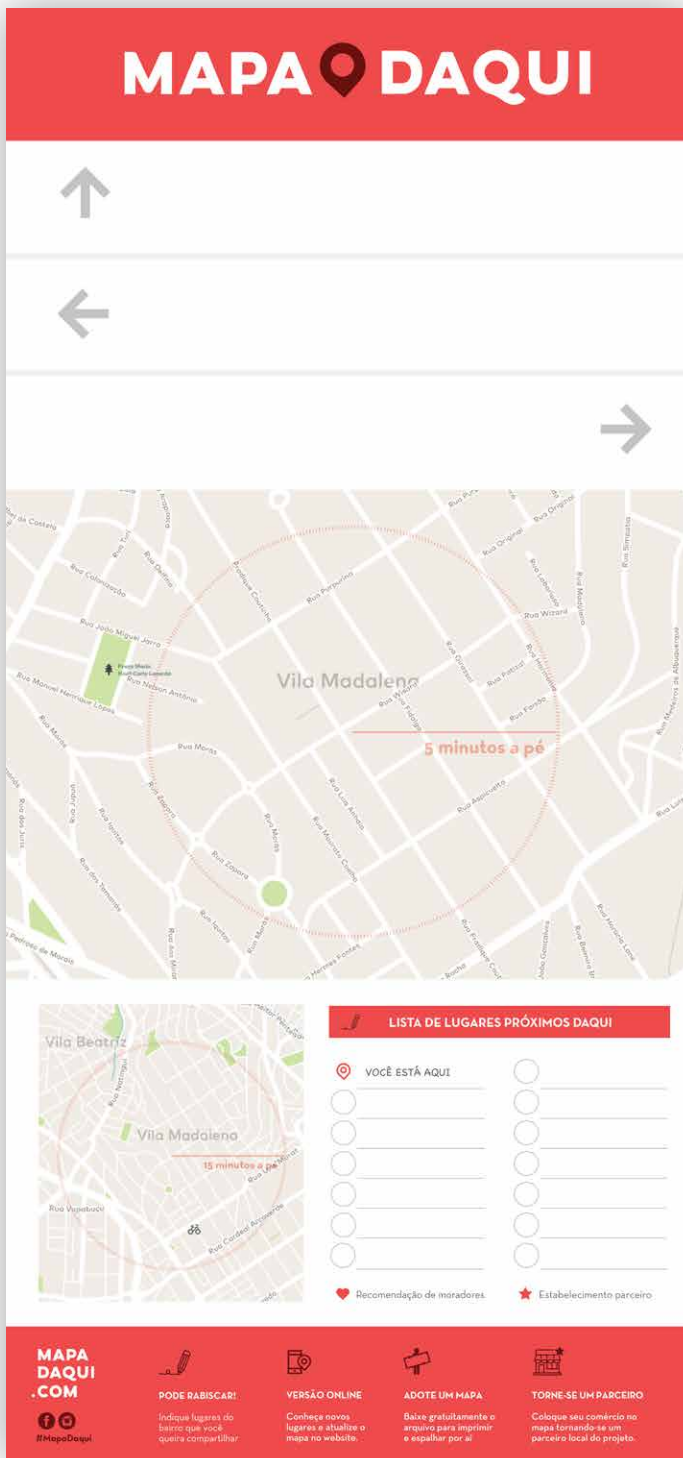
Melhorias gráficas

Dessa vez, foram utilizadas cores para trazer o contraste e visibilidade que ficaram perdidas na primeira rodada. O terço inferior foi o que sofreu o maior número de alterações, como a retirada dos picotes de divulgação (que possivelmente causaram grande parte dos danos aos primeiros mapas), a adição de um segundo mapa de escala mais abrangente, a melhoria da legenda de pontos de interesse, e a inclusão de uma faixa explicativa do sistema na parte mais inferior.

Para decidir a escala exata dos mapas em si, foram feitas diversas impressões-teste, nos níveis de zoom disponíveis, e escolhidas as duas que, em conjunto, possibilitam tanto a compreensão do entorno imediato (1km de diâmetro), e sua relação com a escala dos bairros ao redor (2,5km de raio).

Um requisito importante, mas que não foi possível atender é de orientar o mapa na mesma direção da caminhada do usuário. Para isso, seria necessário saber, a priori, onde e em que direção seria instalado o mapa, o que adiciona uma complexidade muito maior à experiência.

Cor vermelha na faixa superior dá destaque e legibilidade à distância



Círculo indica um raio de 5 minutos de caminhada, que incentiva a caminhada até os pontos de interesse

Mapa em escala mais distante permite a visualização de caminhos mais longos.

Aqui, o círculo indica uma caminhada de 15 minutos

Fundo branco nas faixas de interação dão mais contraste à informação escrita

Mapa em escala ainda mais próxima, para permitir maior detalhe e precisão tanto nas informações impressas quanto nas indicações escritas pelos usuários

Ícone de Você Está Aqui foi trocado, e outros dois adicionados à legenda: Recomendação de Moradores, e Estabelecimentos Parceiros

Barra inferior foi populada com informações de divulgação e explicação do sistema

Melhorias cartográficas

O protótipo 1 utilizou como mapa base um estilo padrão de mapa, muito utilizado em aplicativos e websites. Para o protótipo 2, julgou-se necessário o desenho de um estilo específico para o projeto, já que foram identificadas diversas necessidades para o mapa impresso que não eram condizentes com o estilo desenhado para o suporte digital.

O mapa digital, por exemplo, permite uma exploração completa em diferentes níveis de zoom e várias maneiras de realizar uma filtragem de informações. Para o impresso, foi necessário elencar aquelas que fossem pertinentes para o usuário naquele momento, e esconder as demais. Para isso, foi utilizada uma tecnologia chamada CartoCSS, que permite utilizar bancos de dados georreferenciados como base para criar visualizações gráficas com estilos completamente customizáveis.

Para este projeto, foram criados dois estilos diferentes para dois níveis de zoom distintos. O primeiro, que é mais próximo e portanto pode ser mais detalhado,

possui legenda em todas as ruas, assim como ícones e legendas para pontos de interesse relevantes. No segundo mapa, de visualização mais abrangente, os únicos pontos de interesse mostrados são estações de metrô, banheiros públicos, e aluguel de bicicletas, e somente avenidas principais possuem nome impresso.

A paleta de cores do mapa foi um dos maiores desafios desse desenho, pois ela deveria atender à dois requisitos conflitantes: ter contraste o suficiente para dar legibilidade à informação, porém possibilitar a escrita à mão e a posterior leitura dessa informação adicionada. Se tivéssemos dado prioridade ao primeiro requisito, acabaríamos com um mapa similar aos dos exemplos de Nova Iorque e Londres, que tem o fundo muito escuro e as ruas claras. Essa característica facilita a leitura principalmente à noite. Tendo como base a importância do preenchimento colaborativo do mapa, no entanto, optamos por dar prioridade à escrita à mão, mesmo sabendo que a legibilidade em momentos de pouca iluminação poderá ficar parcialmente comprometida.

Detalhes cartográficos



Viadutos e pontes



Ciclovias



Aluguel de bicicletas



Estações de metrô



Parques e praças



Bairros



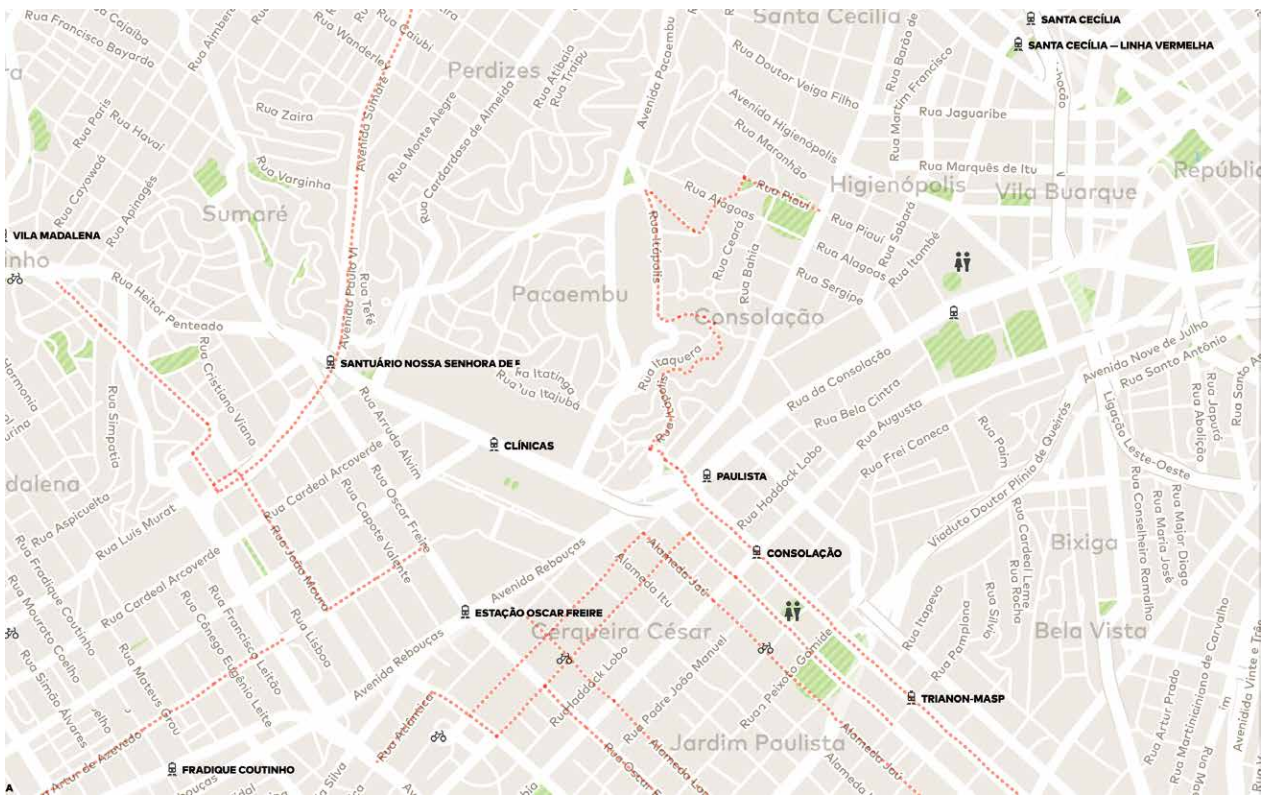
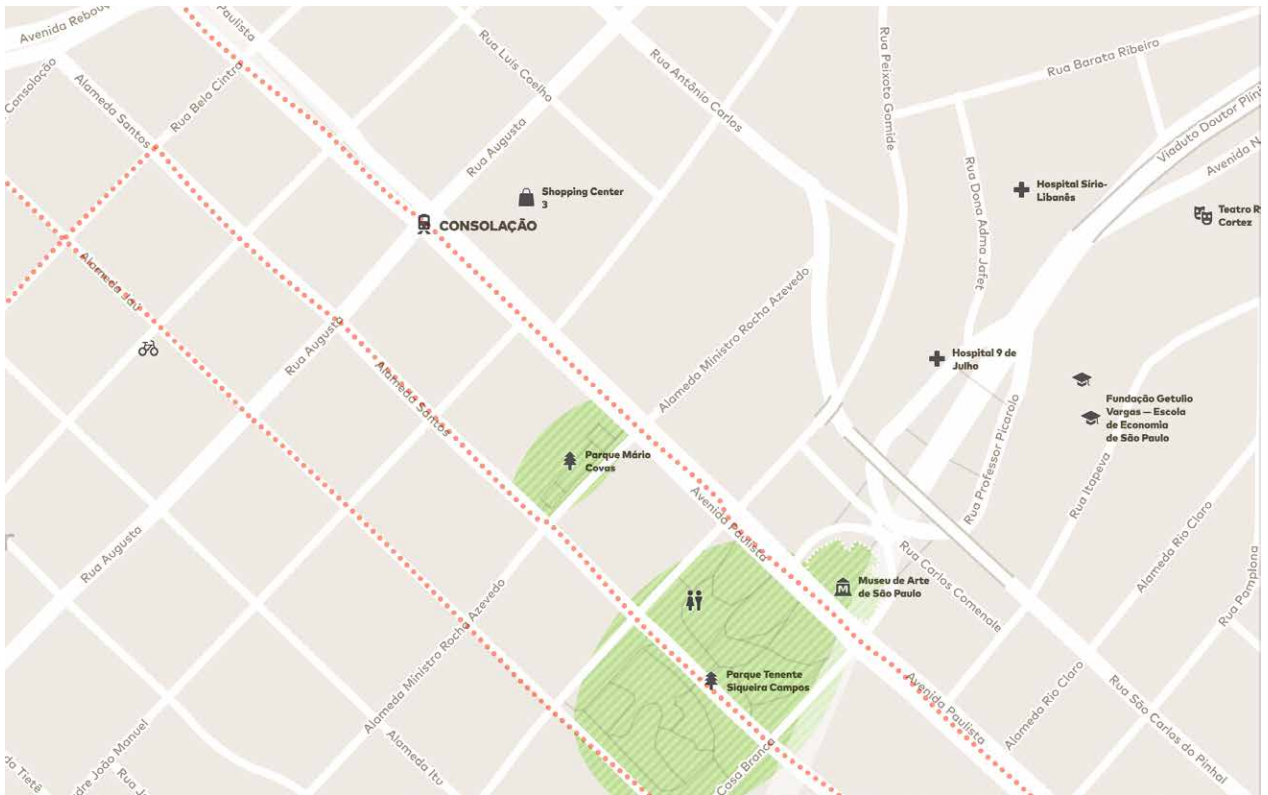
Banheiros públicos



Ruas reservadas à pedestres

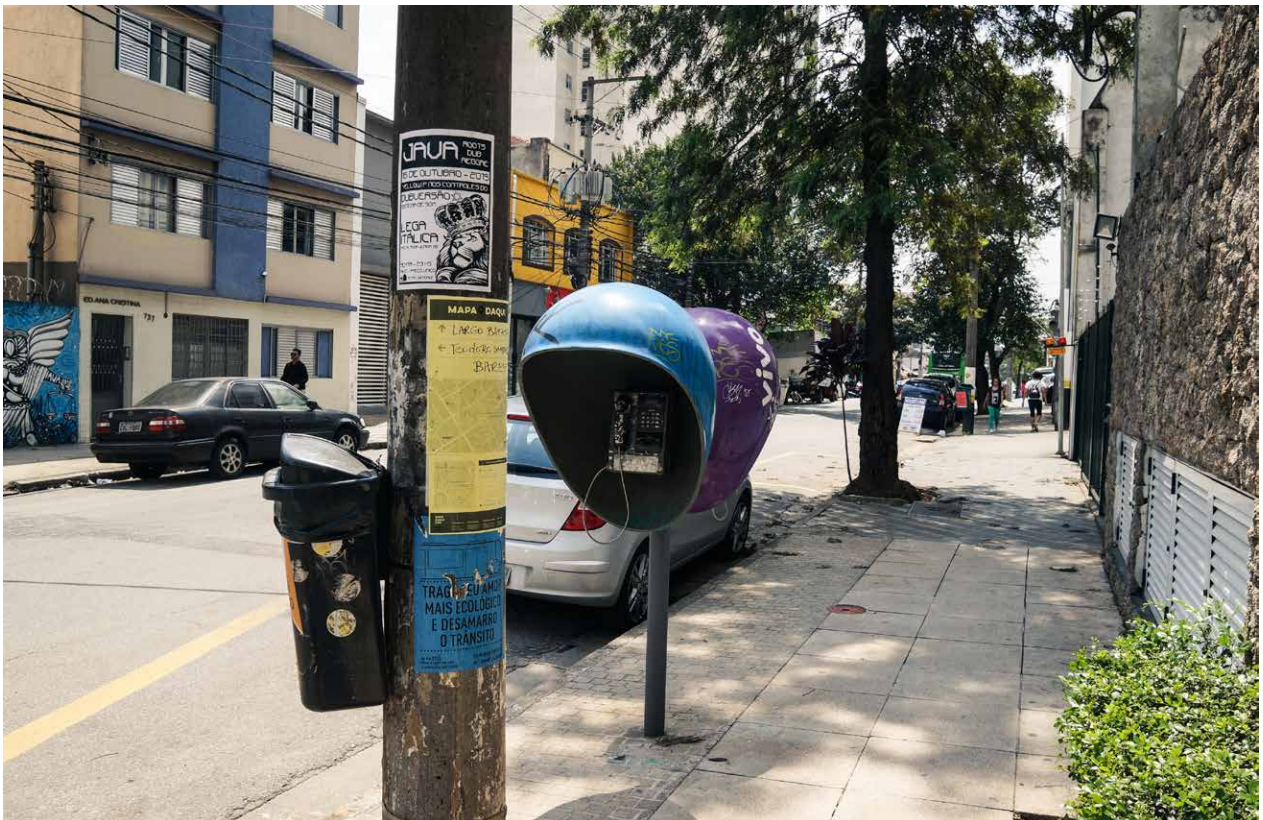
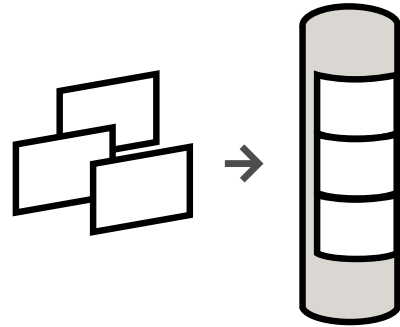


Diferença entre vias principais e secundárias



Material 01 : Papel Colorido

Como resposta à falta de contraste visual que o primeiro protótipo teve com o entorno, foram realizados testes de impressão em papel colorido. Este tipo de papel sulfite é muito comum e de custo bastante baixo, assim como o papel branco utilizado anteriormente. Essa opção é interessante pois ela democratiza o acesso à instalação das peças do sistema colaborativo, permitindo que mais pessoas possam imprimir seus painéis (que, nesse formato, são compatíveis com qualquer impressora doméstica) e instalá-los onde quiserem.

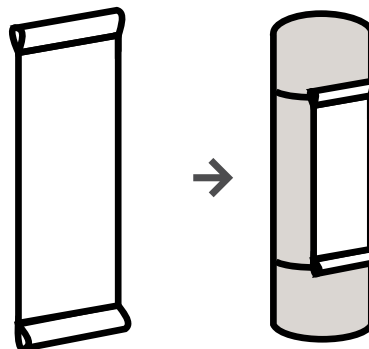


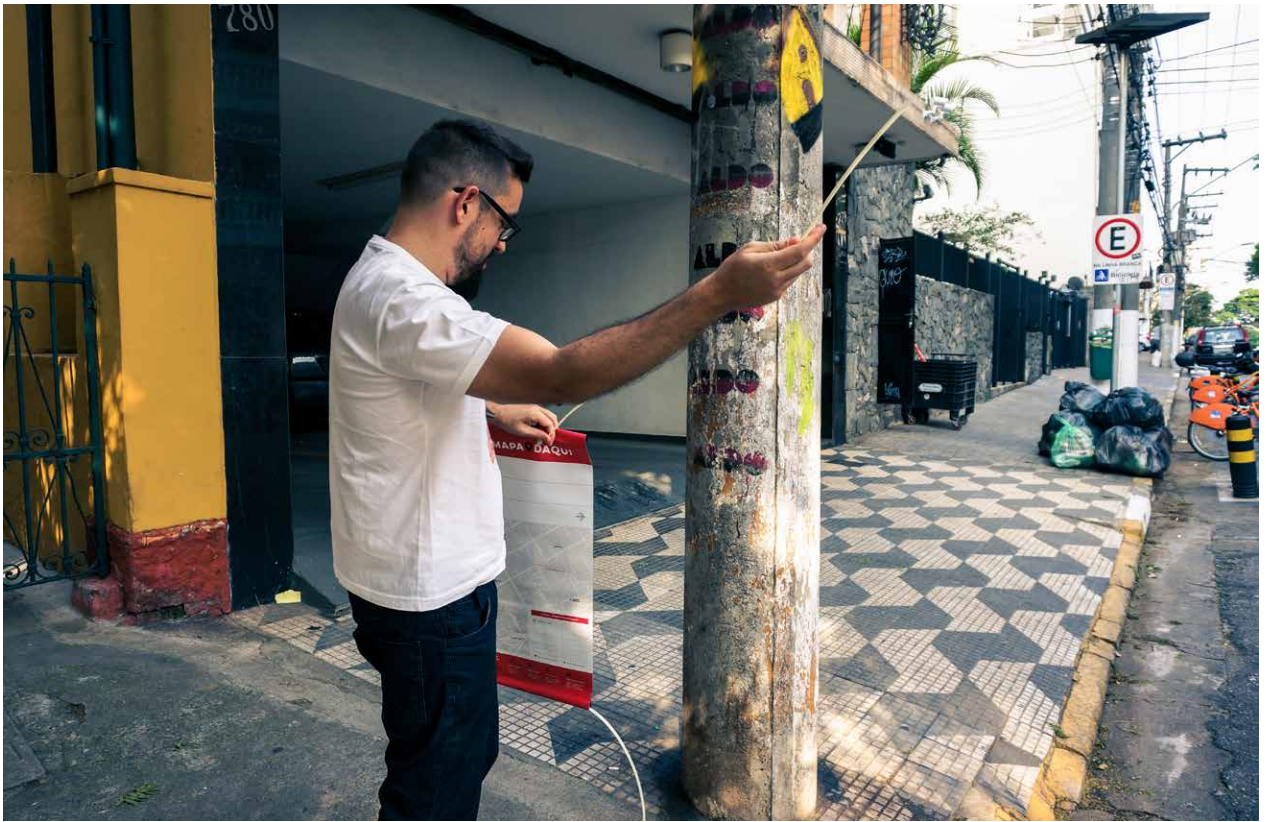


Material 02: Lona Vinílica

A lona vinílica é muito utilizada para propagandas e painéis informativos na cidade, por ter impressão relativamente barata, ser portátil, e bastante resistente às intempéries. Na impressão de poucas unidades, o custo individual ficou em torno de R\$20,00, mais as abraçadeiras de nylon que custam em média R\$0,90 cada.

Por padrão, essas lonas impressas já vêm com um acabamento que permite a colocação de um bastão utilizado para pendurá-las como banners. Aqui, removemos os bastões e utilizamos as mesmas cavidades para passar uma abraçadeira de nylon de 9x1200mm, que permite prender a peça ao poste sem danificá-lo. Foram impressos e instalados 10 painéis.



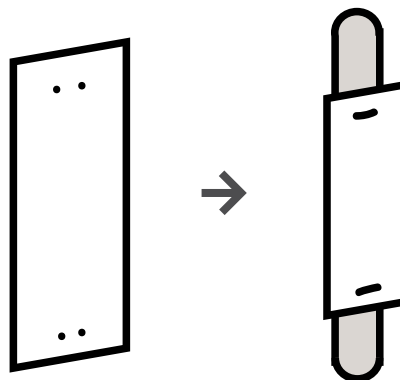






Material 03: Placa de PVC

A placa de PVC é outro material muito utilizado para peças de comunicação externa. Existem diversas espessuras, cada uma tendo flexibilidade, durabilidade, e resistência à torção diferentes. Diferentemente dos lambe-lambes e lona vinílica, que foram instaladas em postes de concreto, por necessitarem de um apoio total na superfície de contato, as placas de PVC têm uma estrutura própria (assemelhando-se às placas de trânsito), e podem ser presas em postes metálicos, muito mais finos, utilizando também abraçadeiras de nylon.



Foram impressas e instaladas 10 placas







LISTA DE LUGARES PRÓXIMOS DAQUI

RESTAURANTE ME AÍME (CARIÁBARA)

📍 VOCÊ ESTÁ AQUI

<p>⚠️ Pão de açúcar</p> <p>★ cinesala</p> <p>! DOCES e CIA ^{cozinha!}</p> <p>mi ED. JEQUITIBA ♡</p> <p>♡ CARDEAL ^{LINDA} VERDE</p> <p>⊛ NONAME BOTE CO</p> <p>♡ ATELIE LUIZ SQUEFF ^{USM}</p> <p>♡ Recomendação de moradores</p>	<p>Ⓜ️ Siquevila</p> <p>★ KING OF THE FOX</p> <p>⬠ BIKE SAMPA</p> <p>♡ Quitanda!</p> <p>1 CHINES KAR WUA</p> <p>? O'Gangorra</p> <p>★ CHA YE</p> <p>★ Estabelecimento parceiro</p>
--	---



joanabenevides

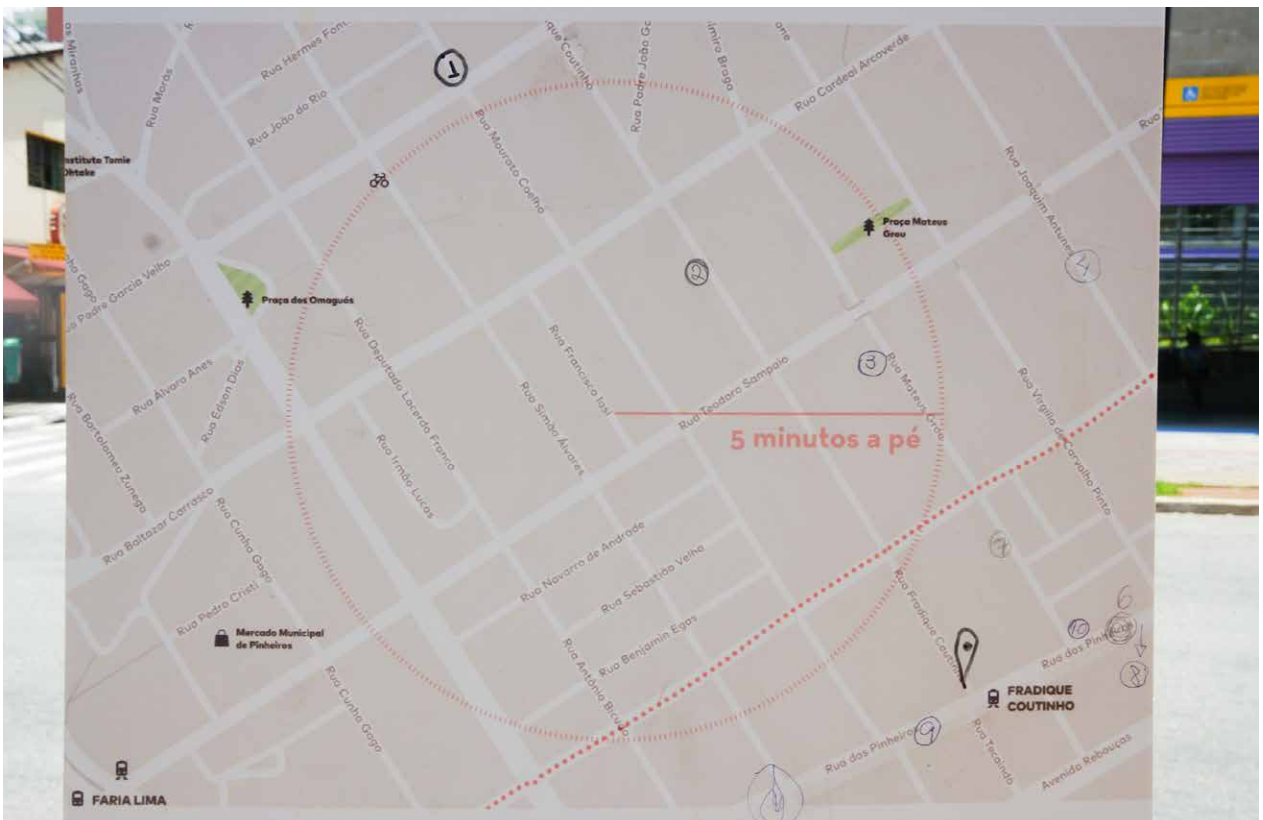
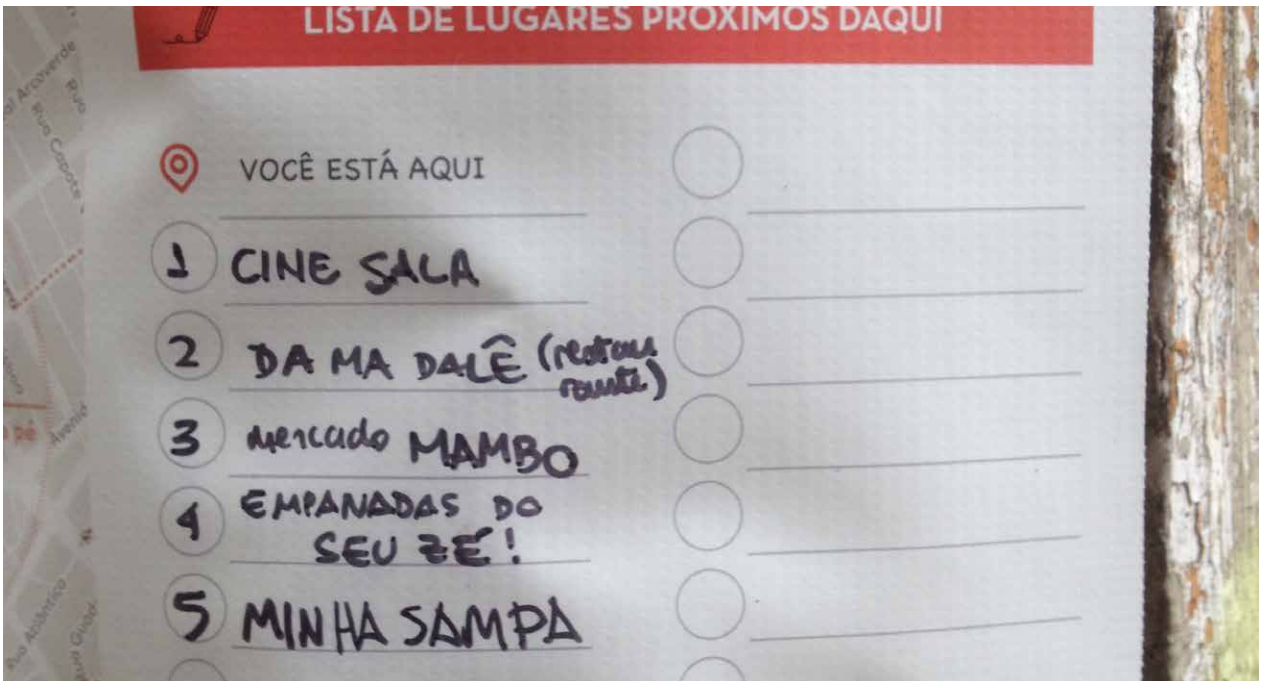
FOLLOW

11 likes

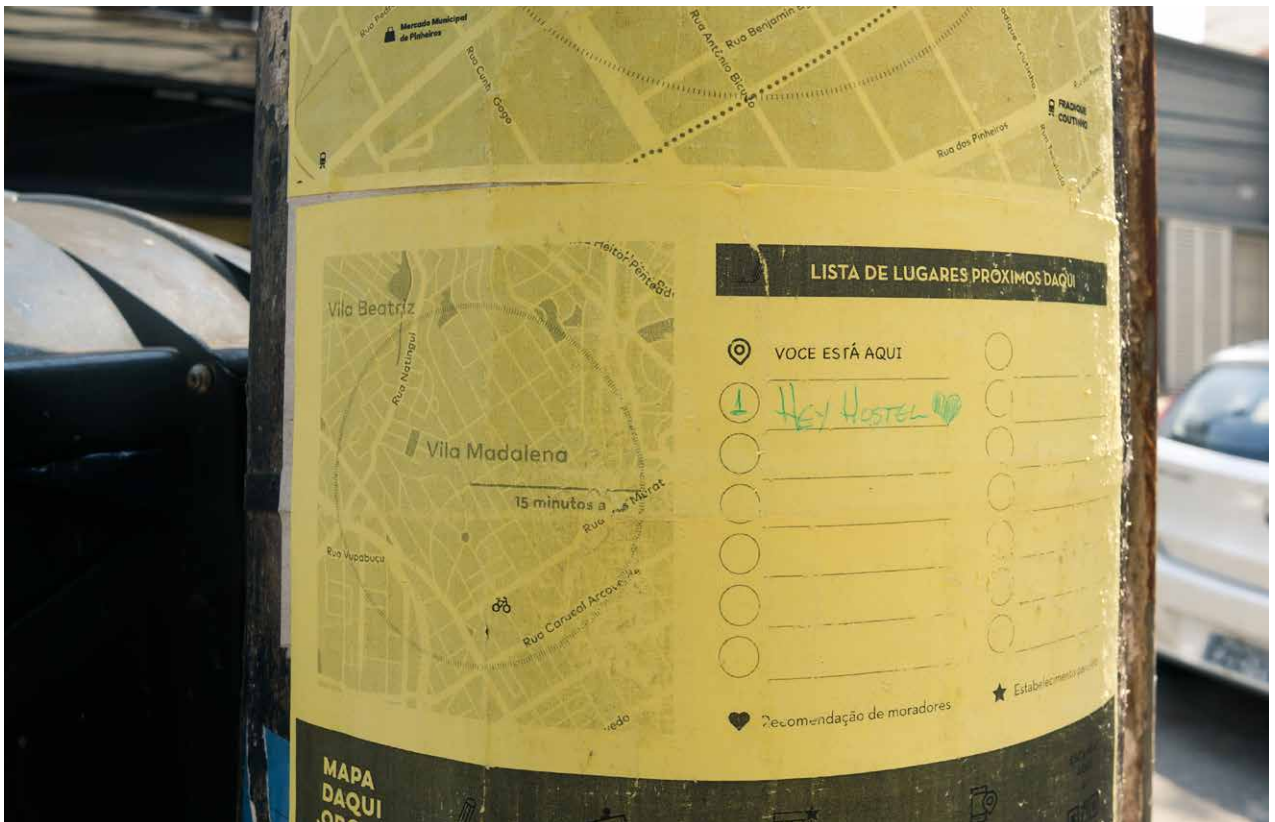
1d

joanabenevides Existe amor em SP, sim!
#sp #saopaulo #mapadaqui #pinheiros

Registro dos resultados









Resultados

Caneta

A caneta, que pareceu essencial para que as primeiras pessoas pudessem facilmente fazer suas intervenções, no entanto, não estava mais lá após duas semanas.

Novos ícones na legenda

O objetivo dos ícones de Coração e Estrela era indicar a possibilidade futura de adição de estabelecimentos através de parcerias comerciais e interação com o mapa online. As pessoas, no entanto, entenderam que eram ícones para serem utilizados na interação à mão, e portanto desenharam diversos corações e estrelas no mapa.

Impressão em papel colorido

Mostrou-se uma boa melhoria em relação ao lambe-lambe original. O papel amarelo foi o que chamou mais atenção à distância, tornando possível a identificação do painel a pelo menos um quarteirão de distância.

O nível de respeito e número de intervenções danosas ao painel, no entanto, não parece ser influenciada pela sua cor. O poste é rapidamente coberto por novas propagandas, independente do conteúdo ou qualidade daquilo que estava ali antes.

Banner

A lona se mostrou um material com diversas vantagens em relação ao lambe-lambe. O uso de abraçadeiras de nylon mostrou-se mais complicado que o esperado,

sendo então substituído por fitilho plástico, que também é muito mais acessível. Além disso, por ser enrolável, o mapa poderia facilmente ser enviadas por correio em embalagens compactas para os apoiadores do projeto.

Após semanas da instalação, o protótipo manteve-se intacto, resistindo a um período de chuvas fortes. Diversas intervenções foram feitas no protótipo, todas utilizando uma caneta permanente específica que deixamos pendurada junto ao mapa.

Placa de PVC

A placa também foi validada como um material a continuar sendo explorado. Ela tem pontos negativos em relação ao banner, como a menor portabilidade e maior custo e complexidade de produção. No entanto, ela permite a aplicação em diversos ambientes onde o banner não funcionaria. No centro da cidade, ela se torna ideal para aplicação nos postes de textura irregular, assim como em postes finos, grades, e mesmo aplicada diretamente sobre uma parede.

Ao invés de escolher um candidato vencedor, podemos admitir que cada um deles pode servir a uma necessidade específica de um usuário diferente, e portanto podemos continuar explorando as três alternativas. No futuro, quando o sistema estiver disponível para outras pessoas instalarem, métricas mais precisas de demanda de cada uma das alternativas poderão nos informar uma possível priorização.

Banner : Premissas**Resultados**

Material será mais resistente	✓ Nenhum mapa foi danificado fisicamente
Material será adequado à superfície	✓ Banner foi ideal para a aplicação no poste
Terá melhor legibilidade	✓ Impressão no banner dá mais legibilidade
Terá melhor visibilidade	✓ Cores tornam o banner muito mais atrativo
Será menos depredado que o lambe-lambe	✓ Nenhum banner foi arrancado ou rasgado
Instalação será mais prática	✓ Um simples fitilho (barbante plástico) é necessário para a aplicação. A fita Hellerman, escolha inicial, não se mostrou adequada para todos os postes testados.
Caneta disponibilizada não será roubada	⊗ Todas as 10 canetas foram roubadas
A nova legenda será compreendida	⊗ A legenda com ícones foi mal compreendida

Premissas : Placa de PVC**Resultados**

Material será mais resistente	✓ Nenhum dos 10 painéis sofreu danos físicos
Material será adequado à superfície	✓ Material adequado para postes finos, grades e paredes
Terá melhor legibilidade	✓ Idem ao Banner
Terá melhor visibilidade	✓ Idem ao Banner
Será menos depredado que o lambe-lambe	✓ Idem ao Banner
Caneta disponível não será roubada	✓ Idem ao banner
Instalação será mais prática	⊗ 01 placa foi pichada

Premissas : Lambe-Lambe Colorido**Resultados**

Papel colorido dará mais visibilidade	✓ À distância, o painel colorido chama mais atenção
Será menos depredado que o anterior	⊗ Resultados similares à versão preto-e-branco

Redbull Basement

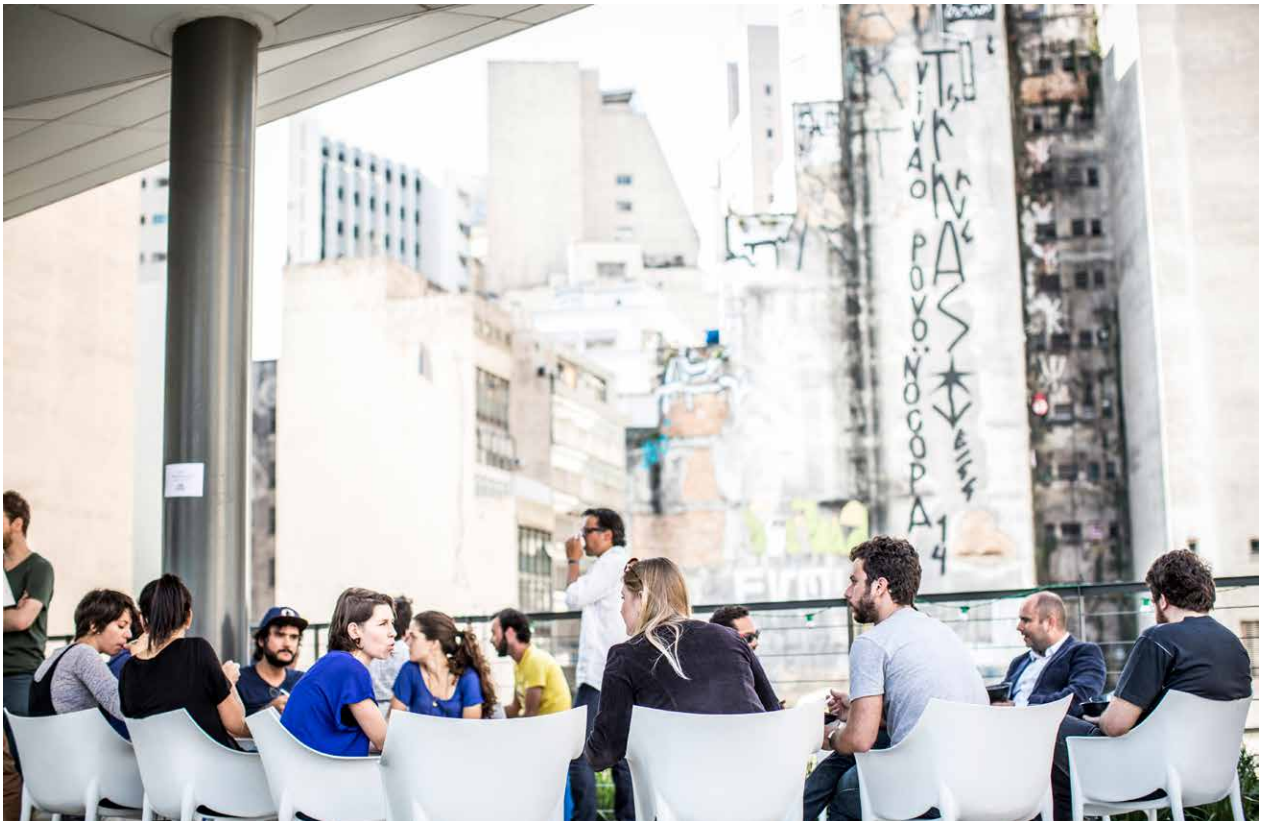
Nesta etapa do projeto, entre o segundo e terceiro ciclo de desenvolvimento, fui convidado a participar com o projeto Mapa Daqui de uma residência de três meses chamada RedBull Basement, promovida pela Redbull no centro da cidade, ao lado do Terminal Bandeira.

A residência, com curadoria de Gisela Domschke, teve edital aberto a designers, programadores, hackers e desenvolvedores de software com projetos que tenham como foco temático o centro de São Paulo. As propostas deveriam envolver o uso da tecnologia digital para a melhoria do espaço urbano em termos de experiência, funcionalidade e mobilidade, ou ainda para o empoderamento dos cidadãos no redesign do centro da cidade.

Por três meses, trabalhei junto com Paloma Oliveira, Pedro Belasco, Rodrigo Guerra, Mateus Knelsen, e VJ Pixel no mesmo espaço, onde tivemos à disposição equipamentos de fabricação digital de alta tecnologia, apoio financeiro para desenvolvimento do projeto e uma programação de palestras, mentorias, workshops, e vivências.

Considero essa experiência fundamental para a potencialização do projeto, principalmente por duas razões: primeiramente, a localização da residência. Estar diariamente no Centro da cidade possibilitou uma maior exploração do entorno e feedback constante de uma maior variedade de usuários, como por exemplo os integrantes da ocupação do prédio do Ouvidor, com os quais tive contato próximo. O segundo destaque seriam as visitas e sessões de mentoria com diversas pessoas e coletivos que estão pensando e atuando em temas relacionados, como Paulo Saldiva, do Instituto de Estudos Avançados da USP, Marcus Bastos, Vinícius Russo do Núcleo Digital, Tiago Avancini do Google, O Gangorra, Código Urbano, InfoAmazônia, Bueiros Conectados, Baixo Ribeiro, e outros.

Fotos: Marcelo Maragni
Red Bull Content Pool







Ciclo 03



Página do Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Mapa Daqui'. The page header includes the name 'Mapa Daqui' and navigation options like 'Page', 'Messages', 'Notifications', 'Insights', and 'Publishing Tools'. The main cover image features a man working on a map, with a red overlay that reads 'ADOpte UM MAPA PARA SEU BAIRRO' and 'MAPADAQUI.ORG'. Below the cover image, there are buttons for 'Create Call to Action', 'Liked', and 'Message'. The page is categorized as a 'Community' and has a 'Timeline' tab selected. On the right side, there is a 'Promote' section with statistics for 'THIS WEEK': 1,343 Post Reach, 179 Post Engagement, 11 Website Clicks, 1 of 2 Response Rate, and 3 hours Response Time. The left sidebar shows a 50% response rate, 3-hour response time, 745 likes (+53 this week), and 1,343 post reach this week. The main content area has a 'Write something...' prompt and a post from 'Mapa Daqui' shared from 'Walk [Your City]'s photo'.

Assim que o projeto já tinha uma forma mais definida, e já havíamos coletado resultados sem a interferência de pessoas conhecidas, foi iniciado o processo de comunicação e divulgação ativo via as redes sociais, com o objetivo de preparar uma base de seguidores para um eventual lançamento do site. A partir dos perfis Mapa Daqui no Facebook e Instagram, que já haviam sido criados, porém não divulgados amplamente, foram postadas continuamente imagens do processo, resultados, artigos relacionados, e outros materiais (como os exemplos ao lado).


Esse trabalho foi essencial para diversos acontecimentos futuros do projeto. A partir dessas páginas recebemos mensagens de apoio, feedback, dúvidas, pedidos de entrevista, chamados para reuniões, cafés, e diversas propostas de parceria ao longo do semestre. Em especial, o primeiro deles foi um convite feito, via Facebook, pela organização do Festival CoCidade para que o projeto integrasse a segunda "expofeira de projetos colaborativos" na Praça das Artes.

Mapa Daqui
September 25 at 9:23am · Edited [?] · 🌐

É isso mesmo! Vamos estar amanhã no Festival CoCidade para lançar e testar a primeira versão da nossa plataforma.

Com ela, qualquer pessoa vai poder criar e imprimir em casa os arquivos para fazer lambe-lambes no seu bairro.

A partir das 11h na Praça das Artes, estaremos equipados com uma impressora e pilhas de papel para que você saia de lá com os lambe-lambes em mãos! 😊... [See More](#)



1,031 people reached Boost Post

Mapa Daqui
September 22 at 9:32pm · Edited [?] · 🌐

Quem vier conferir o Festival CoCidade nesse sábado vai levar pra casa (de graça!!) um kit lambe-lambe para colar em qualquer endereço da cidade!

É o primeiro teste do nosso sistema gerador de mapas, quem estiver lá vai ter a chance de estar entre nossos primeiros usuários 😊



Mapa Daqui
September 4 · Edited [?] · 🌐

NOVIDADE!!! 😊

O Mapa Daqui estará no Festival CoCidade de Iniciativas Colaborativas! Vamos ter a felicidade de dividir o incrível espaço da Praça das Artes com outros 50 projetos de colaboração na cidade, além de discussões, arte, música, e comida boa. Venha curtir esse dia conosco!... [See More](#)



Mapa Daqui
September 13 · 🌐

Qual é a melhor parte de imprimir o mapa em lona? Além de ser a prova da água, e ele fica super compacto! Em breve você também vai poder ter o seu...aguarde! #mapadaqui



197 people reached Boost Post

Exemplos de postagens feitas no Facebook

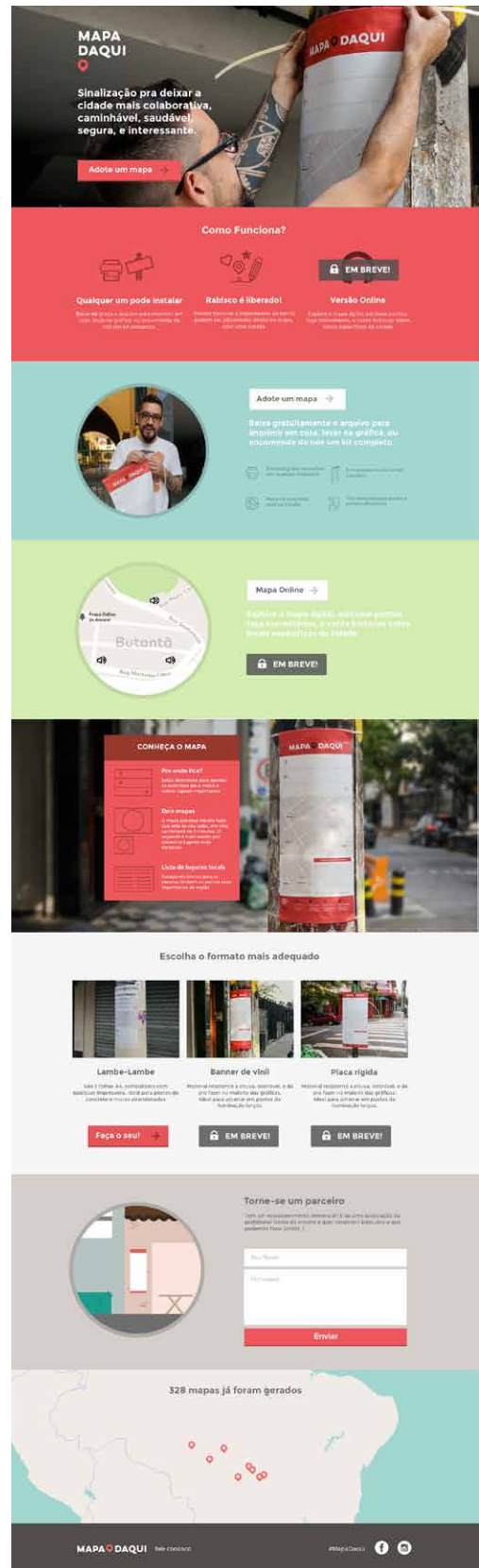
Website para lançamento durante o Festival CoCidade

O festival CoCidade é um evento que acontece anualmente na cidade de São Paulo, composto por diversas atividades relacionadas à economia colaborativa, sustentabilidade, e mobilidade. O convite feito para o projeto foi de compor a expofeira de projetos, um espaço na Praça das Artes onde mais de 100 iniciativas teriam, cada uma, um espaço para se apresentar e interagir com os visitantes do evento.

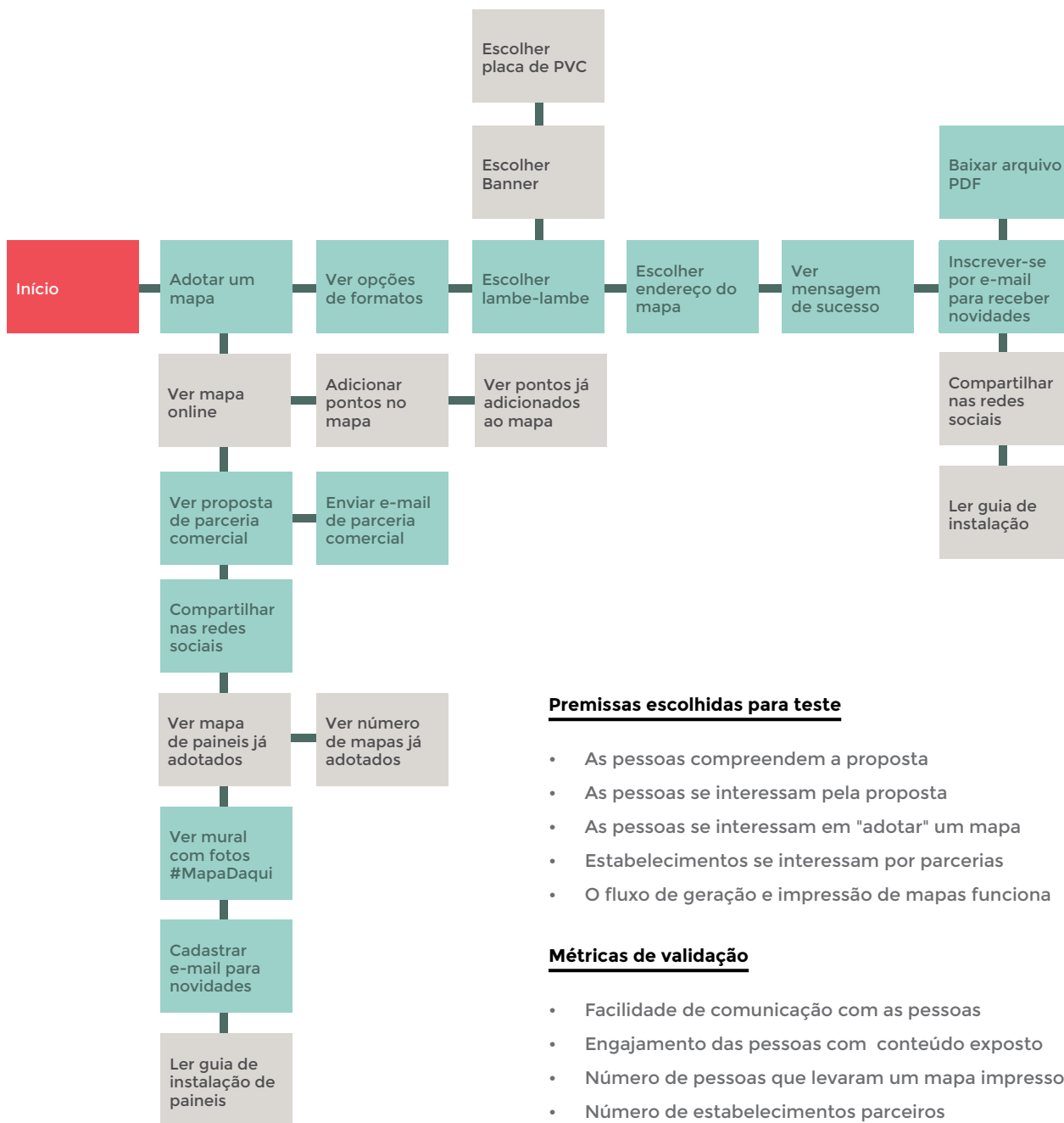
Imediatamente, ficou claro que deveríamos não apenas expor o projeto no evento, mas também aproveitar esta oportunidade para realizar mais uma rodada de testes de hipóteses. Mais especificamente, testar a hipótese fundamental que as pessoas se interessariam por baixar, imprimir e instalar painéis em seus bairros e comunidades.

Para isso, seria necessário ter até o dia do evento um protótipo funcional do software que gera os arquivos para impressão, pois seria inviável se cada painel tivesse que ser feito como aqueles até agora: gerando a imagem de um mapa por vez, e colocando-as na posição certa no layout do cartaz para impressão.

Consegui uma parceria com o desenvolvedor e amigo Lucas Pirola, que topou ajudar na programação da página. Elencamos juntos as funções que o website novo deveria cumprir, mantendo somente os fluxos de interação que permitissem a impressão dos lambe-lambes. As outras funções foram somente comunicadas, com um aviso de "em breve", para que os visitantes pudessem ter uma compreensão da proposta como um todo.



Histórias de usuário do segundo website



Premissas escolhidas para teste

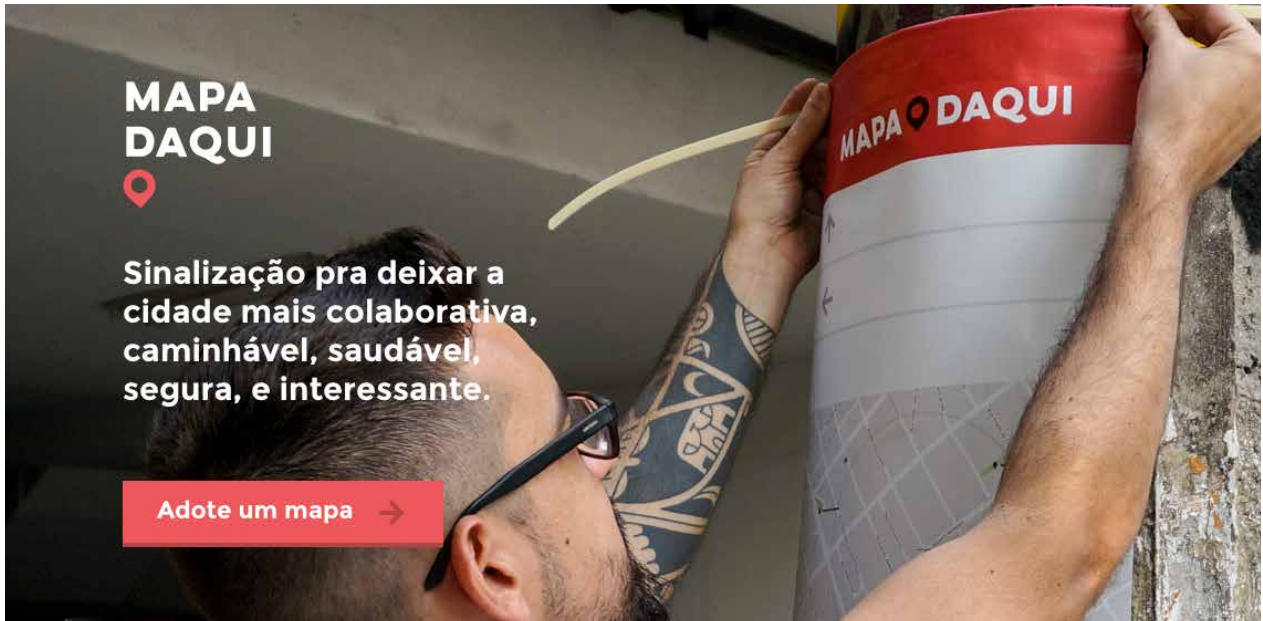
- As pessoas compreendem a proposta
- As pessoas se interessam pela proposta
- As pessoas se interessam em "adotar" um mapa
- Estabelecimentos se interessam por parcerias
- O fluxo de geração e impressão de mapas funciona

Métricas de validação

- Facilidade de comunicação com as pessoas
- Engajamento das pessoas com conteúdo exposto
- Número de pessoas que levaram um mapa impresso
- Número de estabelecimentos parceiros
- Número de erros e problemas durante o fluxo

■ Função implementada
 ■ Função não implementada

Página inicial




MAPA DAQUI

Sinalização pra deixar a cidade mais colaborativa, caminhável, saudável, segura, e interessante.


Adote um mapa →

Como Funciona?




Qualquer um pode instalar

Baixe de graça o arquivo para imprimir em casa, levar na gráfica, ou encomende de nós um kit completo.



Rabisco é liberado!

Pontos bacanas e importantes do bairro podem ser adicionados direto no mapa, com uma caneta




EM BREVE!

Versão Online

Explore o mapa digital, adicione pontos, faça comentários, e conte histórias sobre locais específicos da cidade





A página inicial é composta por diversas faixas de conteúdo. A primeira contém a marca, uma breve explicação, e um "chamado para ação", que convida as pessoas a adotarem seu mapa.


Na faixa 02, uma explicação em três passos de como funciona o projeto, sendo o terceiro a interação com o mapa online que ainda não estava implementada, portanto marcada como "em breve".



Adote um mapa →


Baixe gratuitamente o arquivo para imprimir em casa, levar na gráfica, ou encomende de nós um kit completo.

-  Download grátis compatível com qualquer impressora
-  Encomende de nós um kit completo
-  Mapa do local onde você vai instalar
-  Três materiais para postes e paredes diferentes



Mapa Online →

Explore o mapa digital, adicione pontos, faça comentários, e conte histórias sobre locais específicos da cidade

 **EM BREVE!**

A terceira faixa repete o chamado de "Adote um mapa", porém agora explicando de forma mais detalhada o que o usuário deve esperar ao clicar no botão. É uma forma de tentar fazer interagir aqueles que não o fizeram na primeira faixa.

A quarta faixa anuncia a funcionalidade do mapa online, a explica em maior detalhe, e indica que estará disponível em breve.

Página inicial



Escolha o formato mais adequado



Lambe-Lambe

São 3 folhas A4, compatíveis com qualquer impressora. Ideal para postes de concreto e muros abandonados

Faça o seu! →



Banner de vinil

Material resistente à chuva, dobrável, e dá pra fazer na maioria das gráficas. Ideal para amarrar em postes de iluminação largos.

EM BREVE!



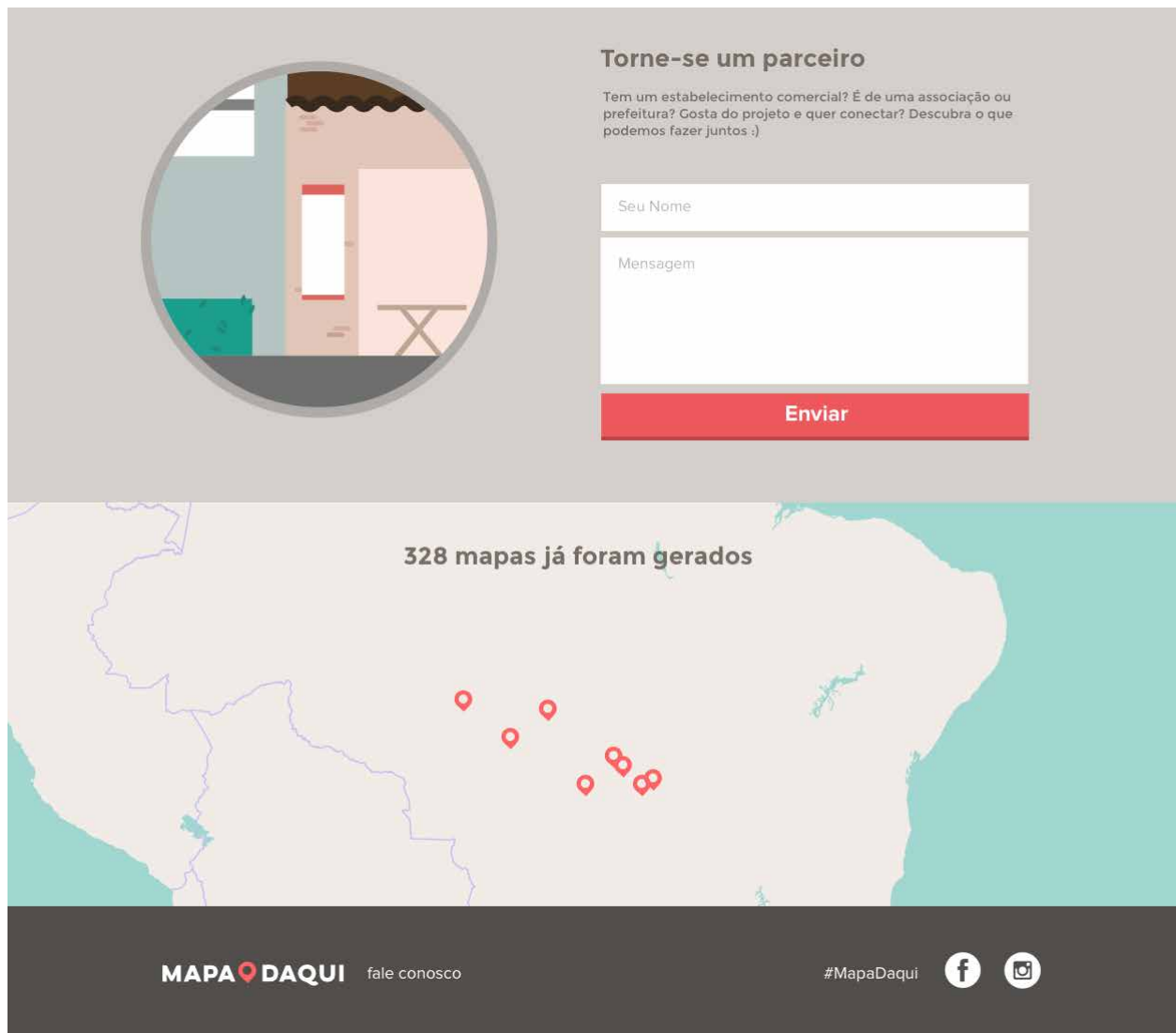
Placa rígida

Material resistente à chuva, dobrável, e dá pra fazer na maioria das gráficas. Ideal para amarrar em postes de iluminação largos.

EM BREVE!

Na quinta faixa, mostramos em maior detalhe o que é o mapa a "ser adotado", com uma foto do objeto in loco, e um diagrama das suas funcionalidades

A sexta faixa descreve os três tipos de download que existem, dando acesso à ferramenta de geração de lambe-lambes, e anunciando as outras duas como funcionalidades a serem lançadas em breve.



Torne-se um parceiro

Tem um estabelecimento comercial? É de uma associação ou prefeitura? Gosta do projeto e quer conectar? Descubra o que podemos fazer juntos :)

Seu Nome



Mensagem

Enviar

328 mapas já foram gerados

MAPA DAQUI fale conosco

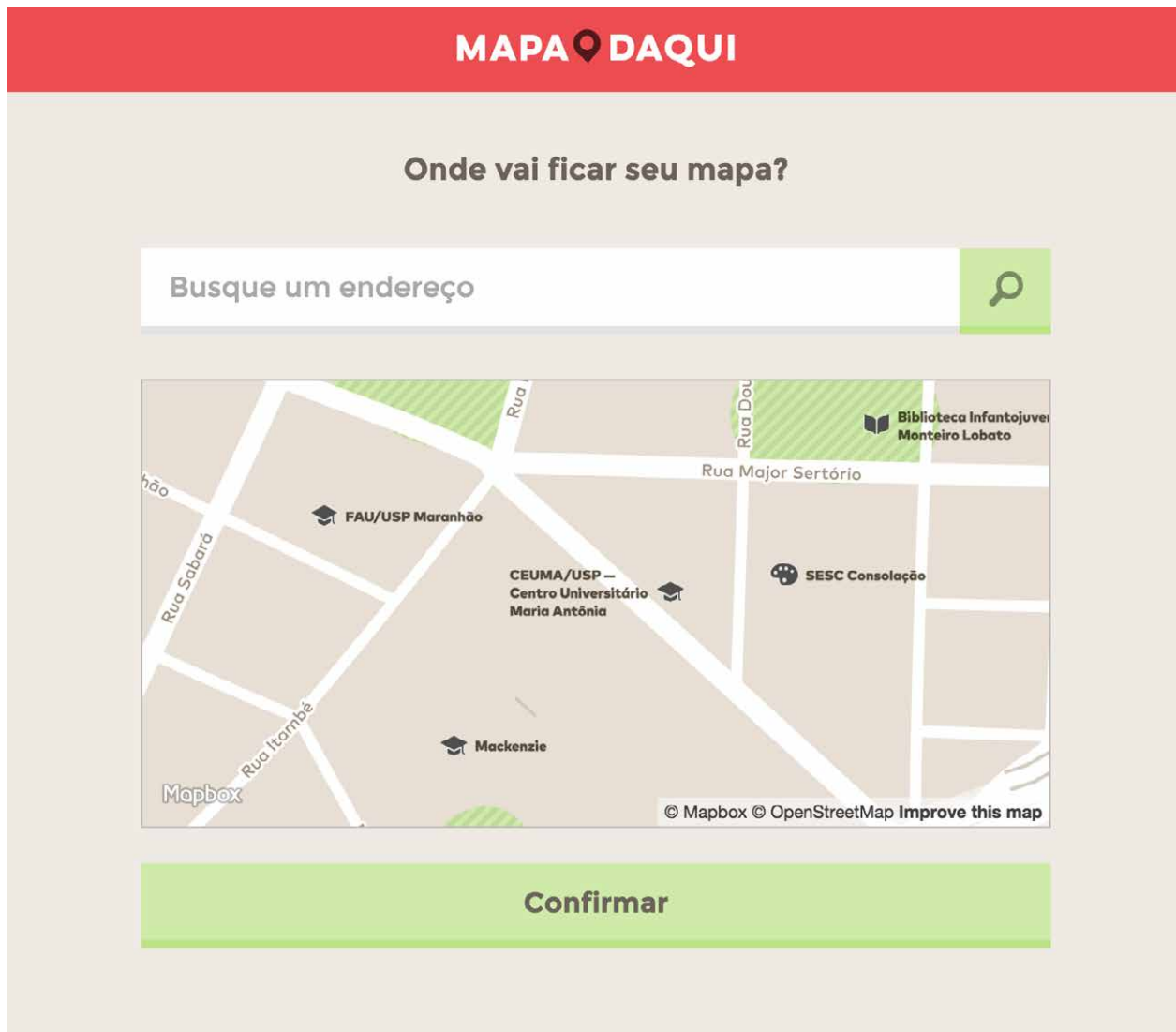
#MapaDaqui



A sétima faixa faz o convite de parceria a estabelecimentos e outras organizações, permitindo que os interessados enviem um e-mail para fazer uma consulta sobre as possibilidades.

A oitava faixa é o mapa que exibe todos os endereços para onde foram gerados painéis através do site, assim como um contador. Essa faixa não foi implementada à tempo do festival.

Página de escolha do endereço



Ao clicar em "Adote um mapa", os usuários são levados à ferramenta que gera os painéis, e são convidados a escolherem o endereço onde desejam instalar seu painel.

Assim que o endereço é encontrado, o mapa é atualizado para que o usuário possa confirmar visualmente o local, e então clicar em "Confirmar".

Página de sucesso

MAPA DAQUI



Sucesso!
Agora é só imprimir e sair pra rua com seus lambes!

Seu download deve começar em alguns segundos. Caso seu download não inicie automaticamente, [clique aqui](#) para tentar novamente.

Inscriva-se para receber novidades :)

Na última página da interação, o usuário recebe uma mensagem de sucesso, enquanto o navegador faz o download do seu painel em PDF.

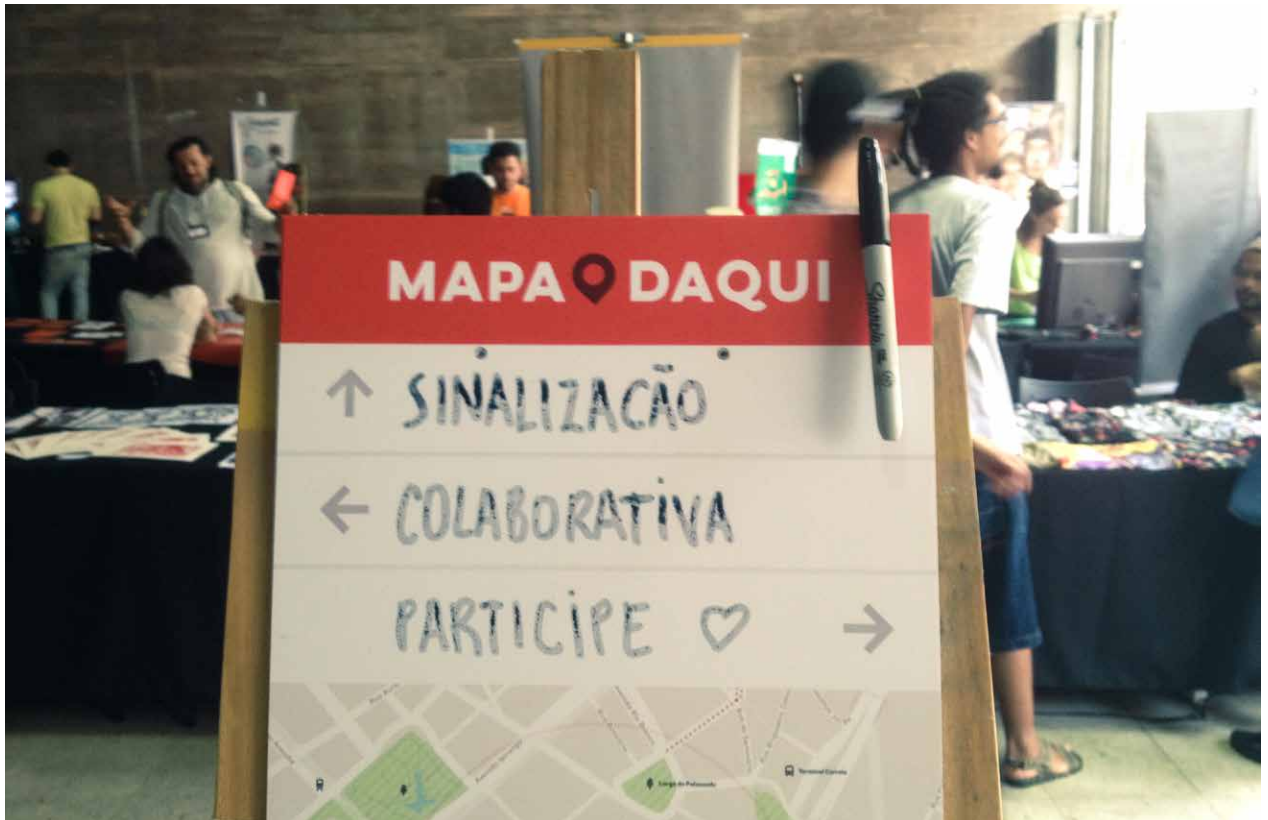
Enquanto isso, também lhe é oferecida a oportunidade de se cadastrar na lista de e-mails para receber novidades.

Festival CoCidade

Com a ferramenta pronta, pudemos seguir com o planejamento e execução do Festival. Além de levar os painéis nos três formatos desenvolvidos como exemplos, e ainda permitir que as pessoas imprimissem seus próprios lambe-lambes, fizemos também adesivos que foram distribuídos como um cartão de visita. Eles foram desenhados como uma versão em miniatura do painel, a fim de capturar a atenção de pessoas que estivessem no nível mais baixo da curva de engajamento, por sua portabilidade e facilidade de aplicação.

O festival aconteceu no dia 26 de Setembro de 2015, na Praça das Artes, no Centro de São Paulo. Por ele passaram mais de 4000 pessoas, em uma exposição de 100 projetos, cada um com um espaço expositivo de 1x1m, além de apresentações musicais, palestras, e workshops diversos.

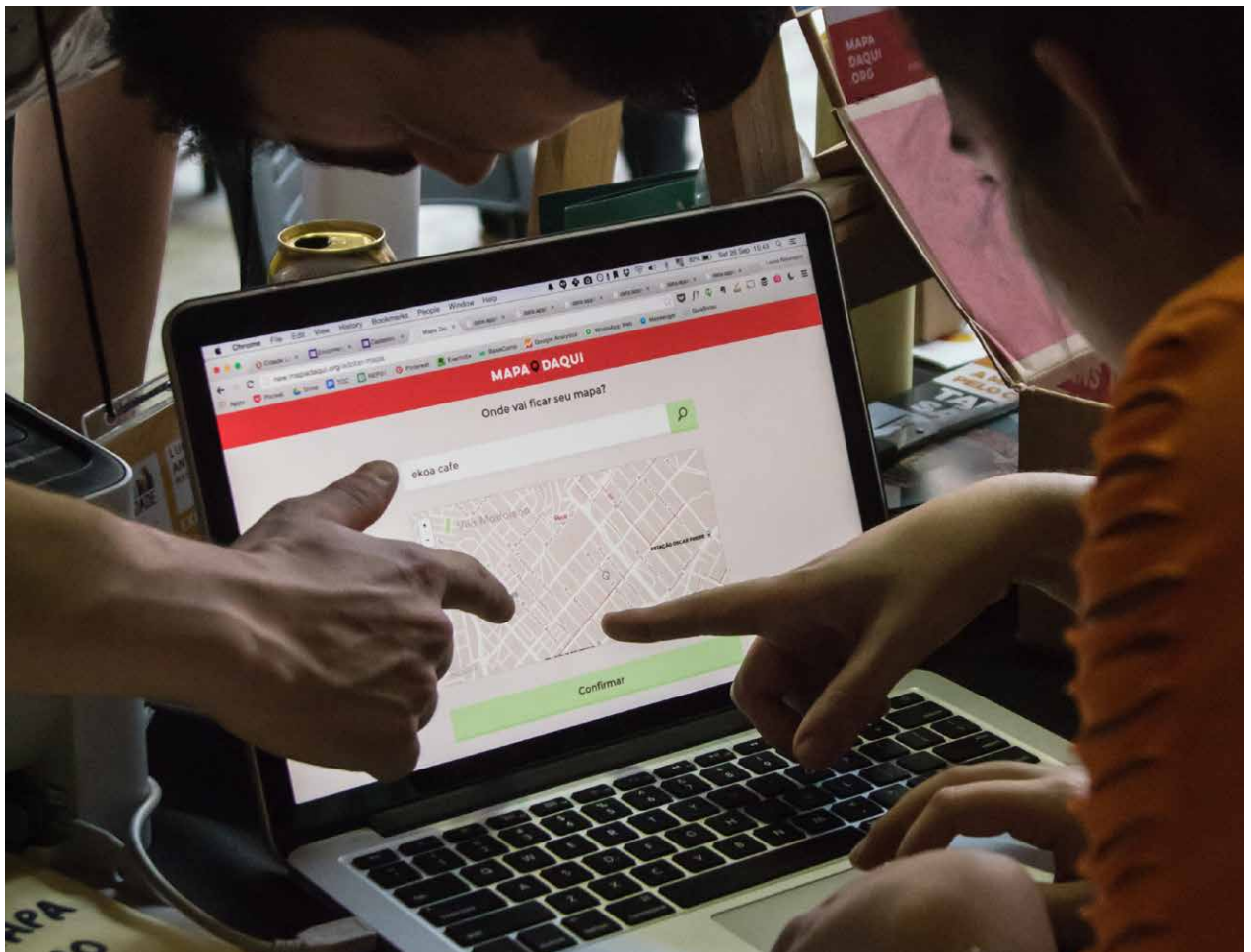
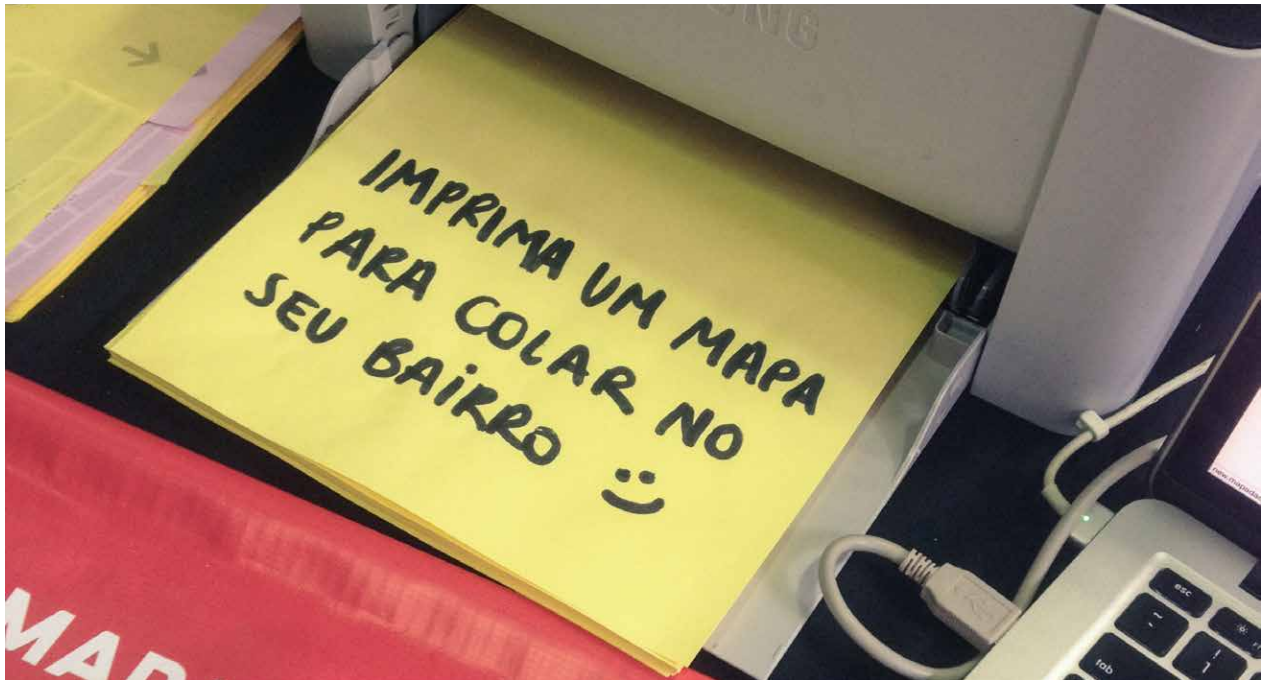












Resultados do Festival



Premissas

As pessoas compreendem a proposta
 As pessoas se interessam pela proposta
 As pessoas se interessam em "adotar" um mapa
 Estabelecimentos se interessam por parcerias
 O fluxo de geração e impressão de mapas

Resultados

✓ Foi fácil explicar o projeto para os visitantes
 ✓ A maioria dos observadores levou pelo menos, um adesivo
 ✓ Mais de 40 mapas foram impressos
 ✗ Não houve contato com representantes comerciais
 ✗ Alguns ajustes se mostraram necessários na interação

A experiência

O festival foi uma grande festa, e uma ótima oportunidade de conhecer outros projetos e pessoas. Conversamos, no total, com mais de uma centena de visitantes (dos mais de 4.000 presentes), distribuimos todos as 1.000 unidades de adesivos, e mais de 40 pessoas levaram lambes impressos para seus bairros, não só em São Paulo mas também para diversos outros lugares do Brasil.

Foi incrível ver a empolgação nos olhos dos visitantes ao compreender projeto, assim como experimentar e comprovar a importância dos testes de protótipos funcionais recomendados pelo método do desenvolvimento ágil.

Diretrizes para a próxima versão

Durante o evento, anotamos algumas observações sobre a interação dos usuários com a ferramenta. Na página de busca de endereços, muitas pessoas tentaram ajustar a escala do mapa para ter certeza se ele estava centralizado no local certo.

Na página de sucesso, ao tentar se cadastrar para receber novidades por e-mail, muitas pessoas foram interrompidas pelo sistema, que estava carregando o PDF no plano de fundo, e quando havia concluído a tarefa, trocava de janela tirando o usuário da tarefa que estava tentando executar. Assim, ficaram duas diretrizes de ajuste:

- Revisão geral da linguagem de explicação da proposta no site, que não estava clara o suficiente para todos os usuários.
- Utilizar um zoom mais próximo do mapa na tela de busca.
- Abrir o PDF gerado em uma aba “atrás” do navegador, e não na frente do usuário.
- Incluir o adesivo como material disponível para download, devido ao seu grande sucesso com as pessoas.

Contatos estabelecidos

Logo após o lançamento e participação no Festival, diversas pessoas entraram em contato para entender mais sobre o projeto e verificar que tipo de parcerias poderiam ser estabelecidas.

A Saúva, produtora de eventos, logo nos enviou um e-mail para que participássemos de uma outra expofeira de projetos colaborativos, dessa vez com enfoque em Mobilidade Urbana, a ser realizada no Shopping Villa Lobos, juntamente com o Greenpeace, Ciclocidade, e um aplicativo de caronas corporativas.

A Rede Minha Campinas, que organiza o Festival da Cidadania há 12 anos, nos convidou para fazer uma apresentação do projeto na Unicamp.

Um rapaz de Taubaté nos enviou um e-mail perguntando como poderíamos espalhar “essa ideia” nas cidades do interior.

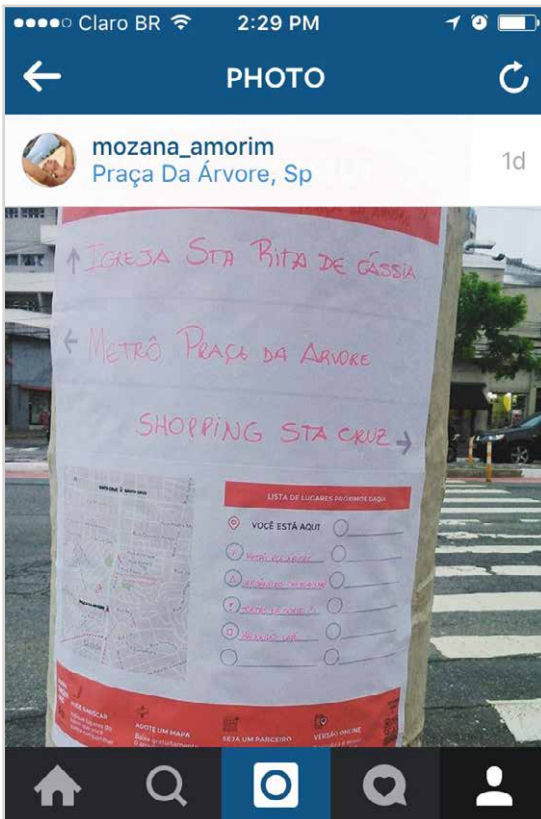
A empresa Coletividade enviou um e-mail, marcando uma reunião sobre uma possível parceria para espalhar o projeto através da instalação nos parklets que eles constroem em diversas cidades.

Duas pessoas anônimas começaram a contribuir com a programação do website, que desde o princípio esteve aberto no GitHub, sugerindo melhorias e apontando defeitos.

Gabriel Gomes, do projeto Que Ônibus Passa Aqui, sugeriu uma parceria na qual enviaríamos 130 painéis para apoiadores de um projeto de crowdfunding.

Usos curiosos

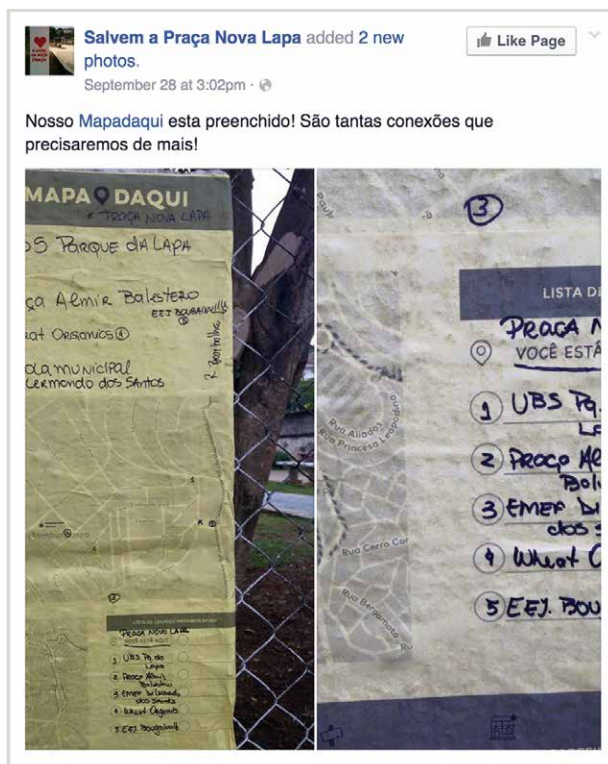
Logo após o lançamento, começamos a receber fotos de pessoas que, ou levaram os lambe-lambes gerados no evento (em papel amarelo), ou entraram no site e imprimiram em casa. Três casos, em especial, chamaram a nossa atenção:



Um outro caso bastante interessante: a usuária mozana_amorim decidiu utilizar apenas duas partes do painel, a superior e inferior, deixando de lado o mapa principal. Quando interrogada via mensagens do aplicativo, respondeu: “Não vi necessidade de colocar a folha do meio. Já tem um mapa na parte de baixo!”.



Este usuário, CoffeeShop18, de Florianópolis, baixou o PDF, mas ao invés de imprimir o arquivo no formato original, o editou para caber em uma folha A4. Além disso, Ao invés de usar a técnica de lambe-lambe para colar o painel no poste, ele foi colocado dentro de um saco plástico, e amarrado com barbantes no suporte.



Neste outro caso, foi utilizada a impressão original, feita no Festival, porém ao invés de colado em um poste, o usuário decidiu empranchá-lo em um outro material rígido, para então poder ser aplicado em uma grade da praça Nova Lapa.

Diretrizes tomadas para a próxima versão

Foi muito enriquecedora a experiência de ter os painéis aplicados no mundo por outras pessoas, sem nenhuma intervenção. A partir de observações como essa, é possível mapear mais uma série de mudanças a serem feitas no protótipo:

- Disponibilização de mais formatos para imprimir em casa, incluindo um A4 simples
- Reflexão sobre a necessidade do mapa no painel inferior. Talvez fosse melhor utilizar todo o espaço para a legenda colaborativa?
- Disponibilização imediata dos downloads dos outros formatos. No caso da Praça Nova Lapa, ficou clara a necessidade da versão em placa de PVC
- Criação de guias de instalação para todos os formatos, a serem disponibilizados na página inicial do site, assim como na página de sucesso de cada um dos downloads.

Mídia

Logo após o festival, o número de seguidores do projeto nas redes sociais começou a crescer, assim como a circulação de comentários sobre o mesmo. Logo, foram recebidos pedidos de entrevistas para alguns blogs.

As duas pautas mais significativas foram no UOL, que colocou uma foto do projeto na página inicial, na seção notícias, e uma entrevista com a Rádio Bandeirantes, que no mesmo dia causaram um pico de acessos no website, totalizando 800 visitas únicas.

Este registro não é, de forma alguma, uma maneira de vangloriar um suporte sucesso do projeto, mas sim de validar a hipótese da necessidade dessa pauta, e o interesse recíproco da sociedade por ela.

Entrevista Rádio Bandeirantes

Para ouvir a entrevista, acesse o link abaixo. A seção começa aos 1:23:00 de áudio.

<http://bit.ly/1LrH8Be>

www.uol.com.br

notícias

ibovespa - 4,00% 47.362,64 pts (17:20) dólar comercial - 0,49% R\$ 3,874 (10:29) direto da bolsa: Voos da Air Canada vão acumular milhas do programa Smiles (10:08)

Proposta pode prejudicar Campinas

Sabesp quer implantar 'poupança de água' no sistema Cantareira

↳ Empresa pode rever prazo para sigilo de dados, diz presidente

Crise da água

Secretário de SP é vaiado ao receber prêmio no DF

Representante de Alckmin recebe prêmio por gestão hídrica sob protestos

↳ Alckmin é acusado de violar direitos

Na Paraíba

Justiça condena médica a pagar R\$ 40 mil por retirar ovário errado

Governador de Minas Gerais

PF suspeita de repasse à mulher de Pimentel

Agência de Carolina Oliveira recebeu R\$ 8 mi do grupo Casino

Conflito Israel-Palestina

Soldado israelense faz selfie com armamento

Para não perguntar ao jornaleiro

Projeto espalha sinalização alternativa pelas ruas de São Paulo

Pegadinha cruel

Pen drive assassino frita qualquer computador

Opinião

GUILHERME PEREZ CABRAL

Direito penal na escola: Deveres do carrasco e os direitos do acusado

SUZANA HERCULANOU HOUZEL

O que fazer com a tal da "vista cansada" ou presbiopia?

Acesso: <http://bit.ly/1R4ICEg>

Mapa x Bootstrap x [Matriz de C x P22 Entre x (3) WhatsApp x Mapa Daqui x Sinalização x Time for a n x Mapa Daqui x Lucas Neumann

outracidade.com.br/um-mapa-na-rua-e-pedestres-dizem-pedestres-o-que-ha-de-melhor-por-ai/

Apps Pocket Drive TCC REP31 Pinterest BaseCamp Google Analytics WhatsApp Web Messenger GuiaBolso Ipirola/mapa-daqui mapadaqui

OUTRA cidade.

SOBRE O QUE FALAMOS · POR QUE SOMOS ASSIM · CONVERSE COM A GENTE

5 minutos a pé

9 DE OUTUBRO DE 2015 / 4 COMMENTS

UM MAPA NA RUA, E PEDESTRES DIZEM A PEDESTRES O QUE HÁ DE MELHOR POR AÍ

Por: Camila Montagner

O que é? O Outra Cidade gosta de mapas. Já passaram por aqui mapeamentos de

Acesso: <http://bit.ly/1MLciI5>

Mapa Daqui x Bootstrap S x [Matriz de C x P22 Entre x (3) WhatsApp x Mapa Daqui x Sinalização x Time for a n x Mapa Daqui x Lucas Neumann

www.dettona.com.br/2015/10/mapa-daqui-adote-um-mapa-para-seu-bairro/

Apps Pocket Drive TCC REP31 Pinterest BaseCamp Google Analytics WhatsApp Web Messenger GuiaBolso Ipirola/mapa-daqui mapadaqui

DETTONA

HOME SOBRE VAMOO ESPECIAIS COLUNAS CONTATO MODA MAIS

ADOTE UM MAPA PARA SEU BAIRRO

MAPADAQUI.ORG

CONHEÇAS DO PAULO

Mapa Daqui- Adote um mapa para seu bairro!

Share

TIMELINE ///

CONHEÇAS DO PAULO

Mapa Daqui- Adote um mapa para seu bairro!

MÚSICA

O baile foi tomado, VINI lança "Preferido"

Acesso: <http://bit.ly/1R4IJj8>

The screenshot shows the homepage of the website ekonomio.com.br/mapa-daqui/. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The website features the 'EKONOMIO' logo in the top left and a navigation menu with categories: COMUNIDADES, ECONOMIA, LIFESTYLE, TECH, TRABALHO, SOBRE, and PESQUISAS. The main content area includes a large photograph of a utility pole wrapped in a 'MAPA DAQUI' map. Below the photo is the title 'Mapa Daqui: sinalize a cidade de forma colaborativa' and the sub-header 'EDUCAÇÃO'. A short paragraph below reads: 'Que projeto interessante é o Mapa Daqui, uma iniciativa colaborativa de mapeamento e sinalização'. To the right of the main content is a search bar labeled 'Pesquisar por...' and a section titled 'Apoiadores' which displays logos for OSMOSE, Rent for all, anyquestion, deskcovery, and CWK|Web Gestão de Espaços Coworking.

Acesso: ekonomio.com.br/mapa-daqui/

The screenshot shows an article on the website <https://amaphiko.redbull.com/magazine/time-for-a-map>. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The website has a navigation menu with categories: PROJECTS (Find projects, Lend a hand), INSPIRATION (Magazine, Academy), and COMMUNITY (People, Articles, Discussions). There are 'Login' and 'Register' links in the top right. The main content area features a large photograph of a man in a white shirt and glasses, with a tattoo on his arm, applying a 'MAPA DAQUI' map to a utility pole. Below the photo is the title 'Time for a map' in a black box with white text. At the bottom of the article, it says 'By Gabriel Reis on October 16th, 2015' and '0 comments'.

Acesso: <http://bit.ly/i492sv>

Quinta-feira, 22 de outubro de 2015 Seleccione o idioma Powered by Google Tradutor CONTEÚDO E ESTRATÉGIA

asboasnovas.com Newsletter digite aqui seu email Busca

BRASIL MUNDO **GENTE** TECNOLOGIA

Um mapa feito para - e por - pedestres

14 HORAS ATRÁS

Projeto de sinalização colaborativa ganha as ruas de SP. Com ele, qualquer pessoa pode sugerir o que existe de melhor para visitar nos bairros da cidade



Um mapa colaborativo em que você, seu vizinho e qualquer desconhecido podem indicar os lugares imperdíveis de serem visitados em um determinado bairro da cidade. Foi isso que idealizou Lucas Neumann ao criar o **Mapa Daqui**. A ideia ele encontrou quando passou uma temporada em Londres, na Inglaterra. Lá, ele notou que sinalização para pedestres era abundante, a ponto de jamais ter se perdido ao caminhar pela cidade.

Ao regressar para a capital paulista, Neumann desenvolveu o projeto no curso de graduação em

+ LIDAS

- Brasileira ganha concurso em Harvard com diagnóstico...
- Um novo método para lidar com conflitos na escola
- Inspire-se em 22 hábitos das pessoas felizes
- Seja o mestre de você mesmo
- Artes marciais e seus benefícios para o corpo e a mente

Tweets

AsBoasNovas.com @boavoa 12h

Acesso: <http://bit.ly/1XqoPC1>

www.fecesp.org.br/NoticiaMundo/Index/14955

FC FECOMERCIÁRIOS Federação dos Comerciantes do Estado de São Paulo

NTC UST

Federação dos Empregados no Comércio do Estado de São Paulo - Sede: Rua dos Pinheiros, 20, Pinheiros, 05422-000, São Paulo/SP - Fone: (11) 3060.6600

Deu na Imprensa

Projeto espalha sinalização alternativa pelas ruas de São Paulo

Publicado em: 14/10/2015

Ao sair da estação Fradique Coutinho, linha 4-amarela do metrô, na zona oeste de São Paulo, é possível saber para que lado fica a Vila Madalena e a avenida Brigadeiro Faria Lima. As informações foram escritas à mão em uma placa pendurada em um poste, logo na saída da estação.

Outras dezenas de sinalizações como essa foram espalhadas por ruas de Pinheiros e Vila Madalena, na zona oeste, e República, no centro da capital, pelo estudante de design Lucas Neumann, 24. Ele é o idealizador do projeto "Mapa Daqui", que propõe uma forma mais acessível e colaborativa de sinalizar a cidade.

A iniciativa faz parte do projeto de conclusão de curso do universitário, que começou a fazer pesquisas sobre o tema da sinalização urbana no começo do ano.

"Percebi que a cidade precisava de sinalização para pedestre. Daí decidi propor um sistema sinalização alternativo ao sistema oficial que as prefeituras instalam; um sistema colaborativo, no qual as pessoas ajudam a sinalizar", explica Neumann.

Os primeiros mapas foram colocados por ele em agosto em Pinheiros, bairro onde mora. Não demorou muito para Neumann perceber a participação da população. "Vi as pessoas colocando [dicas de] restaurante, café,

Brasil não descarta aderir ao Tratado Transpacífico, diz ministro
O ministro Armando Monteiro Neto, de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, afirmou nesta quarta-feira (14/10) que o Brasil poderá aderir ao Tratado Transpacífico (TTP)...

Um em cada quatro brasileiros usa o ônibus como principal meio de transporte
Um em cada quatro brasileiros se desloca de ônibus para as atividades do cotidiano, como ir ao trabalho ou à escola. Os dados constam de um levantamento sobre transporte público encomendado pela...

Morre no Rio, aos 77 anos, o diretor Luiz Carlos Miele
O produtor musical, ator e diretor Luiz Carlos D'Ugo Miele, de 77 anos, foi encontrado morto em sua casa em São Conrado, Zona Sul do Rio, nesta quarta-feira (14). Bombeiros do quartel da Gávea...

Brasil coloca centenas de sírios no Bolsa Família
O programador Ali*, de 34 anos, era um homem rico na Síria. Ganhava US\$ 4 mil (cerca de R\$15

Acesso: <http://bit.ly/204X18C>

Ciclo 04



Versão em folha A4 simples



A primeira atitude tomada com base nos feedbacks do ciclo 03 foi a criação de uma versão menor, simplificada, mais fácil de imprimir e instalar, alternativa à versão original composta por 3 folhas.

Além da maior facilidade de manuseio, o novo tamanho permite sua aplicação em suportes que tenham menos área disponível que postes de iluminação, como por exemplo totens de pontos de ônibus, onde a informação aplicada oficialmente pela prefeitura (linhas de ônibus) é um adesivo exatamente deste formato.

A introdução deste novo formato fez necessária a adição de um passo no fluxo de geração do arquivo no site. Após indicar que deseja o formato "lambe-lambe", o usuário deve escolher entre o painel tradicional, com 3 folhas, ou o novo formato em uma folha A4 simples.

MAPA DAQUI

VOCÊ ESTÁ AQUI

LISTA DE LUGARES PRÓXIMOS DAQUI

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

MAPA DAQUI .ORG

PODE RABISCAR!
Indique lugares do bairro que você queira compartilhar

ADOTE UM MAPA
Baixe gratuitamente o arquivo para imprimir e espalhar por aí

#MapaDaqui

MAPA DAQUI

Qual tipo de mapa você quer adotar?



Papel caseiro
(lambe-lambe)



Banner de lona
flexível



Placa rígida
de PVC



Adesivos
mini-placa

MAPA DAQUI

Qual formato você quer imprimir?



Uma folha
A4 simples

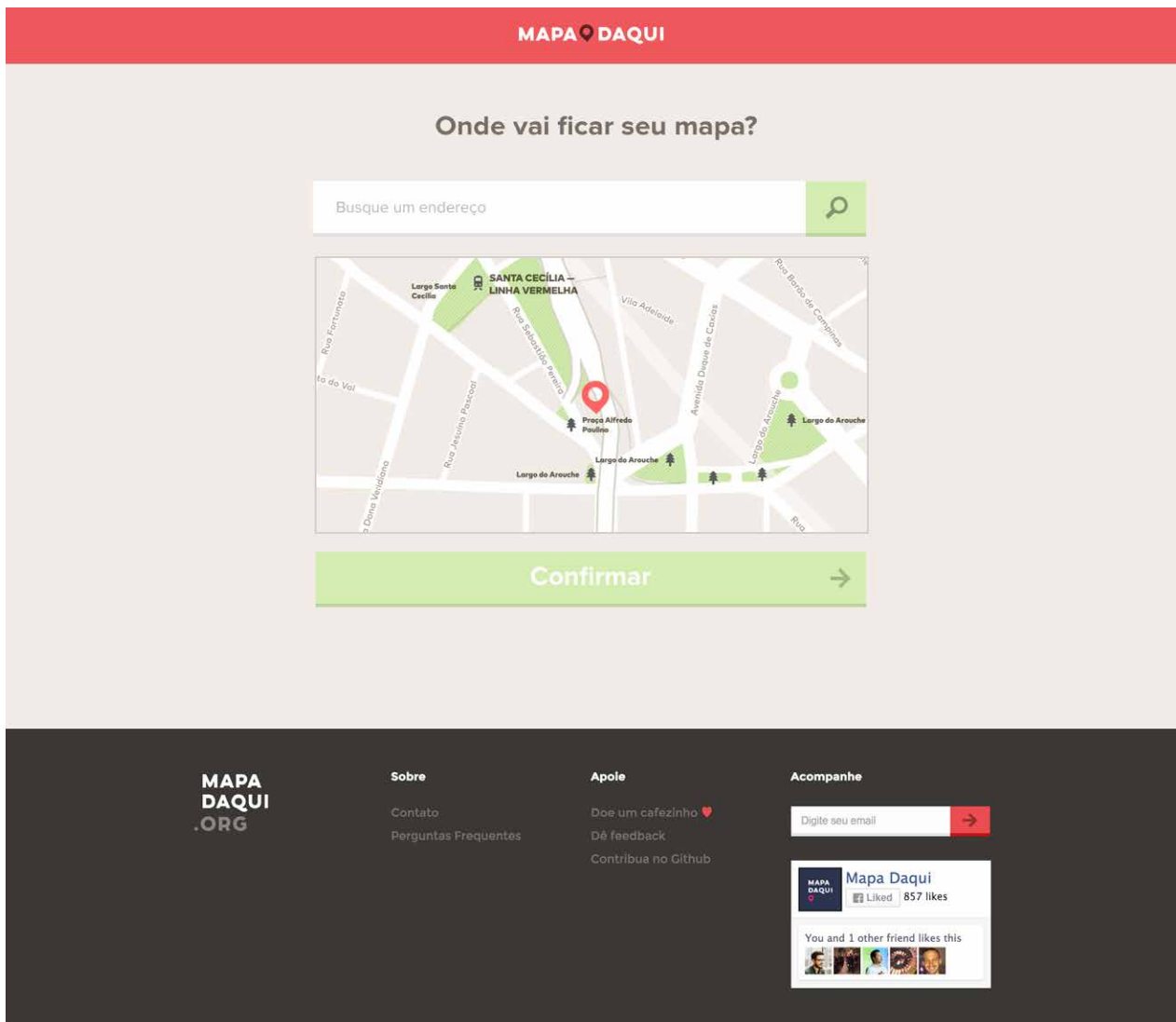
O formato mais simples pra
você colar em qualquer lugar



Painel de
3 folhas A4

O lambe-lambe original, ideal
para colar em postes

Melhorias no Website



Buscador de endereços

Ao analisar o registro de mapas baixados pelos usuários, identificamos que haviam múltiplos downloads de endereços bastante próximos. Esse padrão indicou que usuários estariam baixando o arquivo múltiplas vezes e realizando pequenos ajustes até que o mapa viesse centralizado exatamente onde eles desejavam. Para facilitar o processo, alteramos a escala do mapa mostrado no buscador e adicionamos um marcador que indica exatamente onde o mapa será centralizado.

Novo Footer

Com o aumento do número de funções e páginas do website, também foi necessário um redesenho da parte inferior que se repete em todas as páginas. Adicionamos links para outras partes do site, para páginas com informações úteis, contato, e um campo para assinatura do feed de novidades.

**Sucesso!**

Seu download deve começar em alguns segundos. Caso seu download não inicie automaticamente, clique [aqui](#) para tentar novamente.

Guia para instalar seus lambe-lambes

1. Imprima o seu lambe-lambe colorido ou preto e branco (impressoras à laser ou xerox preto e branco costumam ser mais resistentes à chuva). Faça várias cópias para espalhar em postes diferentes
2. Para colar, utilize um pincel bem grosso, ou um rolinho de pintar, e uma mistura de cola branca com água (na proporção 1 parte de cola para 2 partes de água).
3. Escolha um local com bastante fluxo e permanência de pedestres, como em frente a restaurantes, bares, esquinas movimentadas, ou pontos de ônibus.
4. Passe bastante cola no poste antes de colar o papel com um pincel largo ou um rolinho de tinta
5. Cole as folhas no poste
6. Passe bastante cola por cima de tudo, deixando bem molhado
7. Espere secar e volte para preencher algumas informações no painel!
8. Tire uma foto e compartilhe no insta com a hashtag #mapadaqui

Inscreva-se para receber novidades :)

**Instruções de aplicação**

Para cada página de sucesso, foi adicionado um guia passo-a-passo de aplicação, para auxiliar as pessoas na correta utilização de cada tipo de painel. Sua forma ainda é bastante simples e longe da ideal, porém a lista numerada foi uma forma extremamente rápida e prática de sanar esta necessidade momentaneamente.

Melhorias no Website

MAPA DAQUI

Perguntas Frequentes

O que é o Mapa Daqui?

Por quê sinalização para pedestres importa?

Continuo achando besteira...

Como funciona?

Mas opa, isso não é ilegal?

Mapa Daqui tem fins lucrativos?

O que é lambe-lambe?

Não quero fazer em casa nem em uma gráfica. Posso encomendar um mapa?

Tenho um estabelecimento comercial, como posso ajudar?

O que é o Mapa Daqui?

É uma ferramenta de criação colaborativa de peças de sinalização. Nosso sistema gera arquivos de placas, painéis e lambe-lambes de sinalização para qualquer endereço desejado. Essas placas são colocadas nas ruas por qualquer pessoa, e nelas há, além de um mapa da região, espaços em branco que a comunidade pode preencher com as informações mais importantes e interessantes sobre aquele local, como restaurantes favoritos, centros de reciclagem, memórias pessoais, espaços culturais, lojas, etc.

Por que sinalização para pedestres importa?

Nossos centros urbanos por muito tempo têm sido projetados com ênfase no deslocamento motorizado, isolamento em condomínios fechados ou shopping centers, e aos poucos deixamos de lado o hábito de caminhar, explorar e ocupar nossos bairros e espaços comuns. Aos poucos, felizmente, a pauta da retomada dos espaços públicos com está voltando a fazer parte das nossas discussões, e o Mapa Daqui nasceu para dar força a esse movimento.

Acreditamos que sinalização para pedestres de qualidade é uma das ferramentas essenciais para a criação de legibilidade e bem-estar nos espaços comuns das grandes cidades. Como esse equipamento está presente em uma minoria das cidades brasileiras, e longe de ser uma prioridade do poder público, decidimos criar uma ferramenta para que qualquer pessoa possa produzir e instalar sua própria sinalização.

Continuo achando besteira...

Tudo bem, muita gente esqueceu como é bom explorar a cidade a pé. Mas se olharmos para cidades como Londres, que nos últimos anos instalou mais de 2.500 totens de sinalização para pedestres, ou Nova Iorque, que está no momento instalando seu sistema, com custo total de US\$6 milhões, veremos que é um investimento que vale a pena.

O aumento do deslocamento a pé tem diversos benefícios comprovados: Ajuda a diminuir a pressão nos outros modais de trânsito, como automóvel, ônibus e metrô; deixa as ruas mais seguras e vivas; é altamente inclusiva pelo seu baixo custo; é o modo de deslocamento mais sustentável, pois não emite poluição alguma; maior movimento nas calçadas movimenta o comércio local e incentiva o turismo; e faz muito bem para a saúde; entre outras coisas, reduz o risco de doenças do coração, obesidade, derrames, pressão alta, colesterol alto, gordura localizada, aumenta a densidade óssea, e bem-estar mental. (Fonte <<http://content.tfl.gov.uk/ll-yellow-book.pdf>>)

Perguntas frequentes

Foi desenhada uma página para a publicação contínua de artigos explicativos com as dúvidas mais levantadas pelos usuários, como modos de aplicação e questões legais associadas ao projeto.

MAPA DAQUI



Torne-se um parceiro

Se você tem um estabelecimento comercial, e gostaria de adotar um mapa, entre em contato!

Em breve, todo o processo poderá ser feito pelo site, porém ainda estamos funcionando por encomendas. Você encomenda de nós um painel para o seu bairro, cobre os custos de produção e instalação (~R\$25), e pronto! Ao fim do processo, colocamos sua marca no mural de parceiros abaixo.

Fica a critério do parceiro fazer ou não **uma doação** a mais para ajudar a manter o projeto

Nossos Parceiros



Torne-se um parceiro

Como forma de simplificar a página principal, que começou a ficar bastante extensa, alguns conteúdos foram movidos para páginas separadas, como a chamada para parcerias comerciais.

Aspectos Legais e Mudanças no Modelo

Conforme o projeto foi crescendo e ganhando atenção, algumas pessoas começaram nos abordar perguntando sobre a Lei Cidade Limpa (Lei nº14.223), levantando o fato de ser proibido por lei, na cidade de São Paulo, colar ou fixar qualquer tipo de cartaz ou placa em postes e outros equipamentos públicos. De fato, a proibição consta nos termos da lei, que prevê sanções e a retirada dos cartazes e placas afixadas. A cartilha explicativa afirma que a Lei foi criada com o intuito de:

"Recuperar certos direitos fundamentais da cidadania que haviam se perdido com o tempo. O direito de viver em uma cidade que respeita o espaço urbano, o patrimônio histórico e a integridade da arquitetura das edificações. O direito a um relacionamento mais livre e seguro com as áreas públicas. A Lei Cidade Limpa significa a supremacia do bem comum sobre qualquer interesse corporativo. Sua aplicação permitirá a São Paulo diminuir a poluição visual que há tantos anos prejudica nosso bem-estar e promover uma melhor gestão dos espaços que, por concessão pública, poderão ter mobiliário urbano com propaganda. Mais do que um texto com proibições, a Lei é um meio para tornar São Paulo ao mesmo tempo mais estruturada e acolhedora." (Prefeitura de São Paulo, Lei nº 14.223)

Entendemos que o projeto não vai contra estes objetivos fundamentais, já que também visa "recuperar certos direitos fundamentais da cidadania que haviam se perdido com o tempo. O direito de viver em uma cidade que respeita o espaço urbano, [...] O direito a um relacionamento mais livre e seguro com as áreas públicas. A Lei Cidade Limpa significa a supremacia do bem comum sobre qualquer interesse corporativo".

Seguimos, então, com o projeto, acreditando que uma hora ou outra o contato com a Prefeitura seria inevitável, e esperando que este contato seja positivo

De qualquer modo, decidimos tomar algumas precauções, relacionadas ao modelo de negócios, para dar maior segurança ao andamento do projeto:

Impressão de marcas e nomes de parceiros

Nas nossas propostas de parceria com estabelecimentos comerciais, constava que ao se tornar um parceiro, o comércio poderia ter seu nome e marca impressos no mapa. Retiramos essa proposta, para que os painéis sejam mais dificilmente entendidos como anúncios em espaço público, mantendo apenas a lista de estabelecimentos parceiros na versão digital, no website.

Venda e encomenda de painéis online

Decidimos retirar também, por hora, os planos uma vez traçados de disponibilizar encomendas de painéis diretamente no website, para remover o aspecto "comercial". Essa função seria muito útil para conseguir atingir um número maior de pessoas e cidades com o projeto, no entanto preferimos removê-la até que as condições legais estivessem mais claras. Uma possível alternativa poderá ser criar campanhas de crowdfunding que tenha os painéis como "recompensa", qualificando assim os pagamentos como doações.

Perguntas frequentes

Escrevemos também uma página de "Perguntas frequentes", deixando claros os termos da lei em São Paulo e o posicionamento do projeto em relação ao texto, recomendando às pessoas que informem-se das suas leis locais e tentem dialogar com os órgãos públicos. Essa estratégia é a mesma utilizada pelo projeto "Walk Your City", que enfrenta os mesmos problemas legais e não se responsabiliza pelas consequências impostas aos seus usuários.

PARCERIAS PRINCIPAIS	ATIVIDADES-CHAVE	PROPOSTA DE VALOR	RELACIONAMENTO COM CONSUMIDOR	SEGMENTOS DE CONSUMIDOR
<ul style="list-style-type: none"> • Donos de estabelecimento • Prefeituras e subprefeituras • Outros projetos de ocupação e uso da cidade • Embaixadores de cidade / bairro 	<ul style="list-style-type: none"> • Administração da plataforma • Comunicação • Venda e entrega de kits • Adaptação do produto para casos especiais como parcerias com prefeituras 	<p>Pedestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wayfinding • Informações sobre pontos de interesse adicionados por pessoas locais. <p>Estabelecimento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilidade em todos os mapas • Associação da marca com o projeto <p>Mobilizado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fazer "parte da mudança" • Recompensas • Crowdfunding 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail • Facebook <p>CANAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociais • Crowdfunding • Plataforma • Embaixadores de cidade 	<p>Financiadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilizados no crowdfunding • Donos de estabelecimentos comerciais • Embaixadores de cidades e bairros • Prefeituras e subprefeituras <p>Usuários Finais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pedestres • Turistas • Ativistas
ESTRUTURA DE CUSTOS		FONTES DE RECEITA		
<ul style="list-style-type: none"> • Manufatura dos mapas produtos • Preparação das encomendas • Envio dos mapas • Infraestrutura digital • Manutenção da plataforma 		<ul style="list-style-type: none"> • Margem de lucro nos painéis encomendados • Adesão dos estabelecimentos ao sistema • Programas de incentivo do governo • Crowdfunding • Loja de materiais cartográficos no site (mapa de bolso, cadernos, etc) 		

X Itens removidos do modelo

Doe um cafezinho

MAPA DAQUI

Doe um cafezinho

♥

O Mapa Daqui é totalmente grátis para usar, e nós precisamos da sua ajuda para mantê-lo assim para sempre.

O site é feito com muito amor e carinho, com a intenção de melhorar nossas cidades. Mas ele também depende de horas de trabalho e investimento dos fundadores para continuar em pé.

Por isso, pedimos ajuda da comunidade, e também dos nossos parceiros comerciais, para cobrir nossos custos de forma colaborativa. Acreditamos que se o projeto tem valor para a comunidade, ele pode também ser sustentado por ela.

Atualmente, nossos custos mensais são:

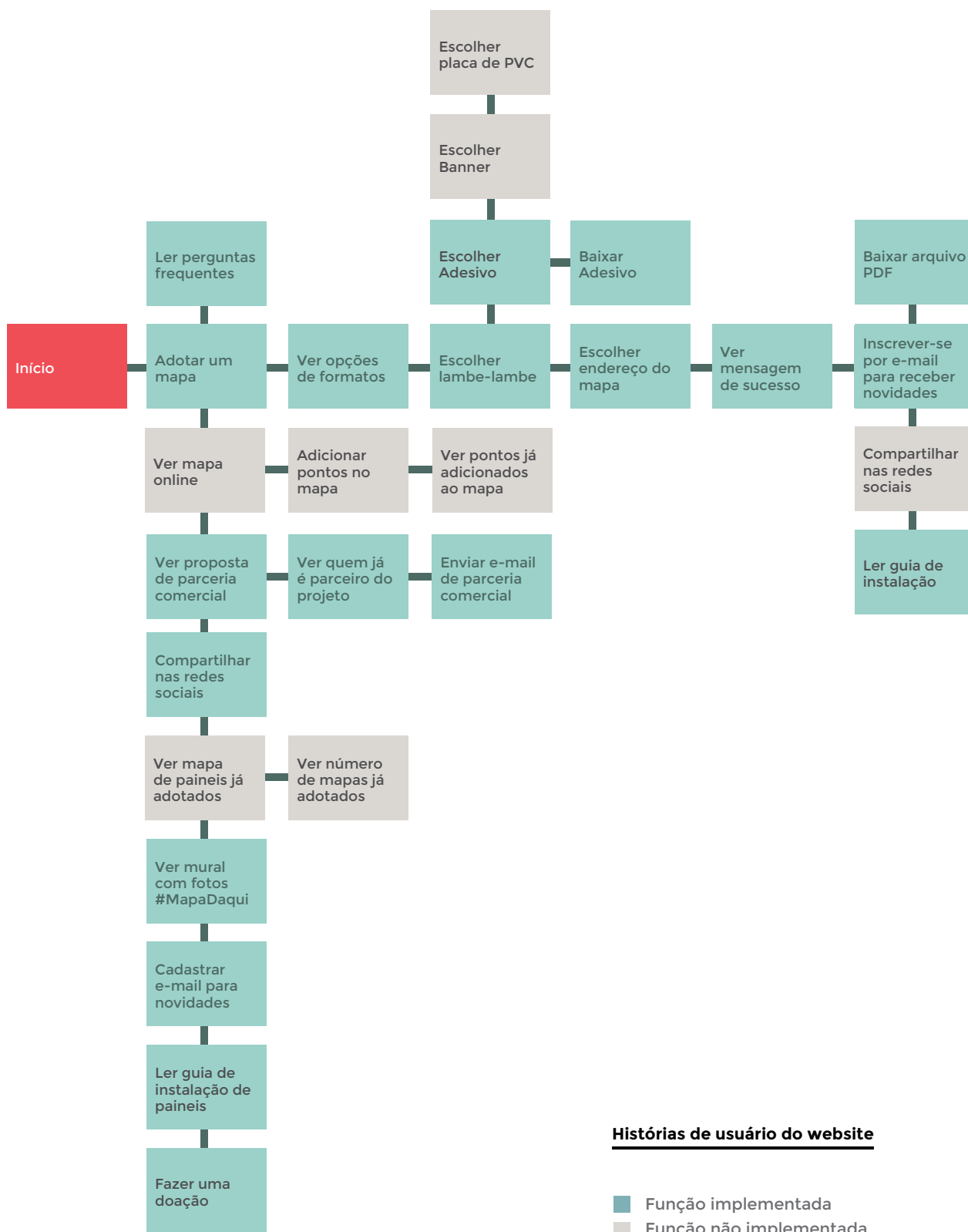
- Servidor Digital Ocean: R\$25
- Facebook : R\$100
- Design e Comunicação (20h/semana): R\$2.000
- Programação (10h/semana) : R\$2.000

Além disso, ao clicar o botão abaixo você ganha uma assinatura vitalícia de boas energias e gratidão :)

Contribuir

Uma das alternativas pensadas para que o projeto possa, ao menos, pagar seus próprios custos enquanto a questão legal não está 100% clara, foi a inclusão de uma página de doação.

Ela explica que o projeto, no modelo atual, não tem fins lucrativos, porém que depende da comunidade para sobreviver desta maneira. Há um demonstrativo de um valor aproximado de manutenção do projeto, e um botão de doação integrado com a plataforma de pagamentos Moip.



13º Encontro da Cidadania



Em Setembro, fui convidado a apresentar o projeto Mapa Daqui no Encontro da Cidadania, um evento anual organizado pela ONG Minha Campinas e sediado pela UNICAMP, que visa potencializar o comportamento cidadão nos jovens da cidade através oficinas, debates, e apresentação de ferramentas digitais.

No evento, que aconteceu no dia 7 de Setembro, tive a oportunidade de compartilhar o projeto com aproximadamente 80 jovens e adultos das zonas periféricas de Campinas.

O contato foi muito rico pois alguns deles já desenvolvem projetos de mapeamento dos seus próprios bairros como forma de dar visibilidade às suas

causas e demandas locais, como no Jardim Itatiaia, onde um grupo de jovens na faixa de 14 anos realizou, através de uma pesquisa qualitativa, o mapeamento da velocidade de conexão à internet de todo o bairro.

Lá, também conheci pesquisadores do grupo Revoada, envolvidos com o Mapa de Cultura de Campinas, projeto que visa evidenciar a riqueza dos equipamentos históricos, culturais e artísticos da cidade através de ferramentas livres de mapeamento colaborativo.

Villa Cultural



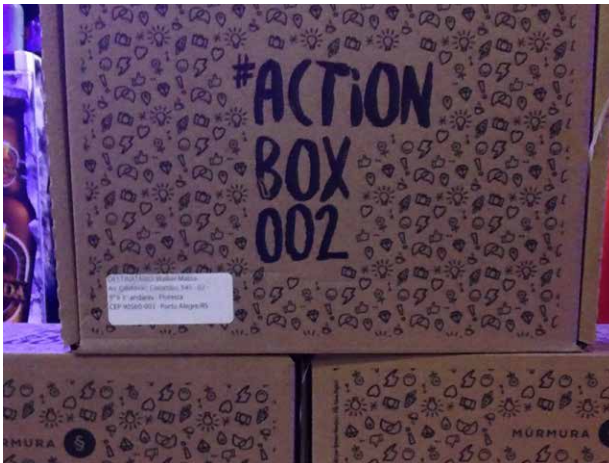
Um outro convite recebido foi para participar de uma feira de projetos chamada Villa Cultural, realizada dentro do Shopping Villa Lobos, em um dia cujo evento tinha o tema "Mobilidade".

A estrutura do evento foi parecida com o Festival CoCidade: cada projeto dispôs de uma mesa na qual poderia apresentar a proposta aos visitantes durante todo o dia. Dividindo o espaço, estavam representantes da plataforma de caronas corporativas Bynd, do Greenpeace Brasil com uma oficina lúdica chamada "Se essa rua fosse nossa", e o grupo Ciclocidade com o Manual da Bicicleta e Comércio, que visa esclarecer a donos de estabelecimentos comerciais as melhores práticas para tornar seu negócio gentil aos ciclistas.

Foi uma experiência completamente diferente do Festival CoCidade, pois aqui havia o público do próprio shopping, composto por pessoas bastante diferentes dos visitantes do primeiro evento.

Houve poucos contatos diretos com visitantes, o fluxo de pessoas no shopping já era baixo, e o interesse por investigar o espaço da feira de mobilidade, ainda menor. As poucas interações que aconteceram, no entanto, foram positivas, e o contato com os outros integrantes da exposição também mostrou-se bastante valioso para futuros projetos e parcerias.

Shoot the Shit



Shoot the Shit é o estúdio criativo autor do projeto Que Ônibus Passa Aqui, registrado na fase de Pesquisa. Durante o desenvolvimento do projeto, naturalmente nos aproximamos, e logo surgiu uma oportunidade de parceria.

O estúdio tem uma rede de 120 apoiadores, que contribuem mensalmente para que a equipe possa elaborar, executar, e enviar para todos uma caixa chamada de "Action Box", com os materiais para uma intervenção urbana específica. Em Novembro, cada Action Box enviada continha uma cópia do painel lambe-lambe com o mapa centralizado no endereço de cada apoiador, para que fossem aplicados perto das casas de cada um. As caixas foram produzidas em Porto Alegre, e enviadas para os assinantes em 11 Estados diferentes.

Preto Café



Em 15 de Novembro, o primeiro estabelecimento comercial confirmou o interesse por adotar um Mapa Daqui para colocar na fachada da sua loja: o Preto Café, em Pinheiros. O local não é uma empresa, mas uma associação sem fins lucrativos que tem um modelo de negócios baseado na colaboração: os clientes consomem os produtos, o espaço, e a internet, e na saída pagam o quanto quiserem pelo serviço.

Por este perfil inovador e altamente consoante com os objetivos do Mapa Daqui, a parceria com o café mostrou-se uma oportunidade muito interessante de levar o projeto para mais perto de pessoas que tenham interesse em participar. Temos em mente, no entanto, que o desafio permanece sendo a aproximação com estabelecimentos “convencionais” da cidade.

Ocupação Artística do Ouvidor

Uma das principais auto críticas que surgiram com o desenvolvimento do projeto foi o público que ele estava atingindo. Por ter sido iniciado a partir de experimentações no bairro de Pinheiros, o projeto naturalmente atraiu interesse dos grupos de pessoas que já tinham interesses similares, que produzem ou apoiam projetos de natureza parecida, e também de estabelecimentos comerciais que compartilham de uma visão bastante específica de cidade.

Felizmente, a vizinhança entre a residência da Redbull Station e a Ocupação Artística do Ouvidor (edifício tomado por um movimento de moradia independente e apartidário, de artistas no centro da cidade) permitiu um contato bastante próximo e trocas riquíssimas entre os frequentadores de ambos os edifícios.

Esse contato culminou em uma ação de instalação de placas e mapeamento de pontos de interesse da comunidade da Ocupação no centro da cidade, organizada com a ajuda do morador Paulo Jorge Prado.

No dia 15 de Novembro, saímos em uma grupo de 5 pessoas (4 integrantes da ocupação), para instalar 10 painéis em uma área que compreende o Terminal Bandeira, Teatro Municipal, Biblioteca Mário de Andrade, Largo Paissandu e o Largo do Arouche.

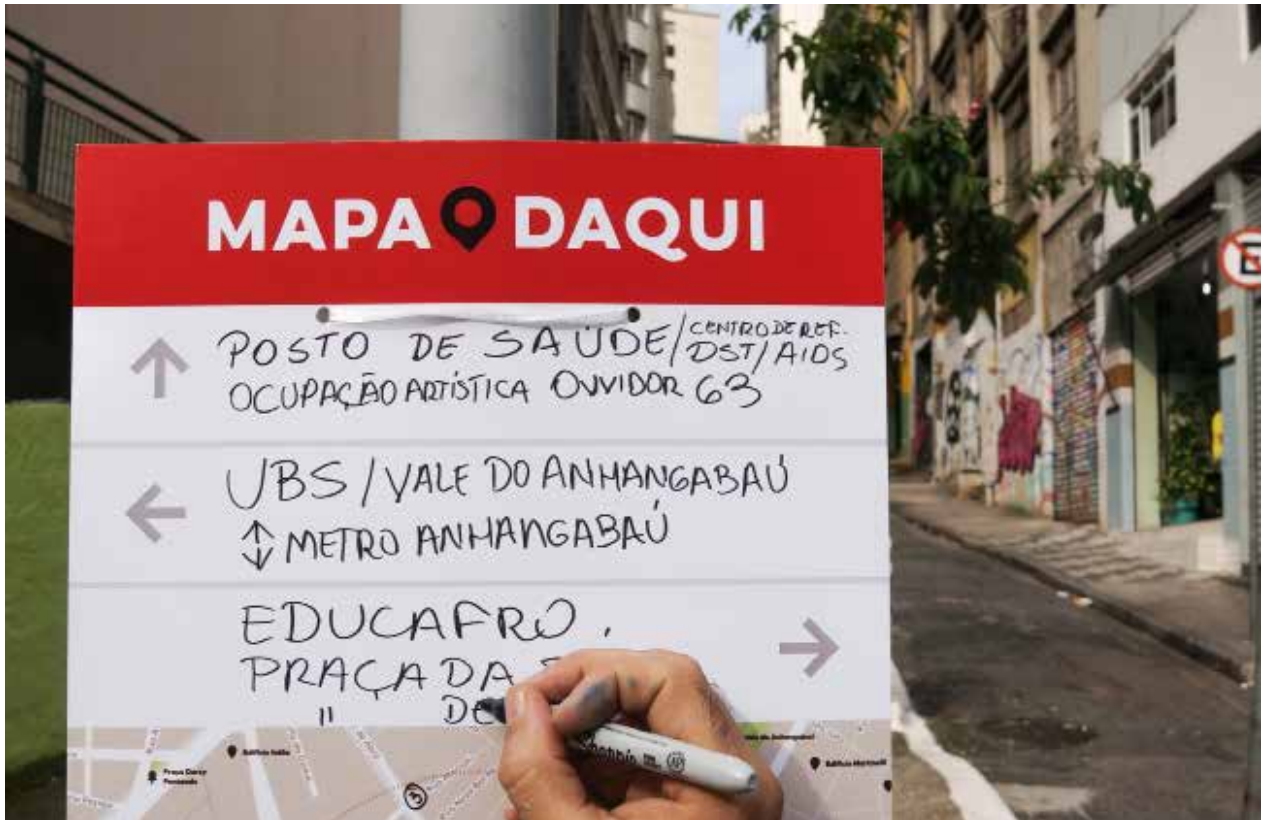
A experiência foi indescritível. Ver a cidade sob a ótica dos moradores da Ocupação foi muito revelador. Para a comunidade, que é integrada por pessoas das mais diversas origens do Brasil e do mundo, os principais pontos de interesse são, por exemplo: “Bocas de Rango”, locais onde é possível conseguir sobras de alimento gratuitamente, postos de saúde, espaços culturais, outras ocupações, postos de coleta de materiais recicláveis, e diversos outros equipamentos urbanos que não tinham sido mapeados em nenhum painel até o momento.

Além de ter sido um dia incrível de trocas e uma experiência de vida riquíssima, a atividade validou a flexibilidade e utilidade que o Mapa Daqui tem como um sistema de sinalização para os mais diversos públicos da cidade.

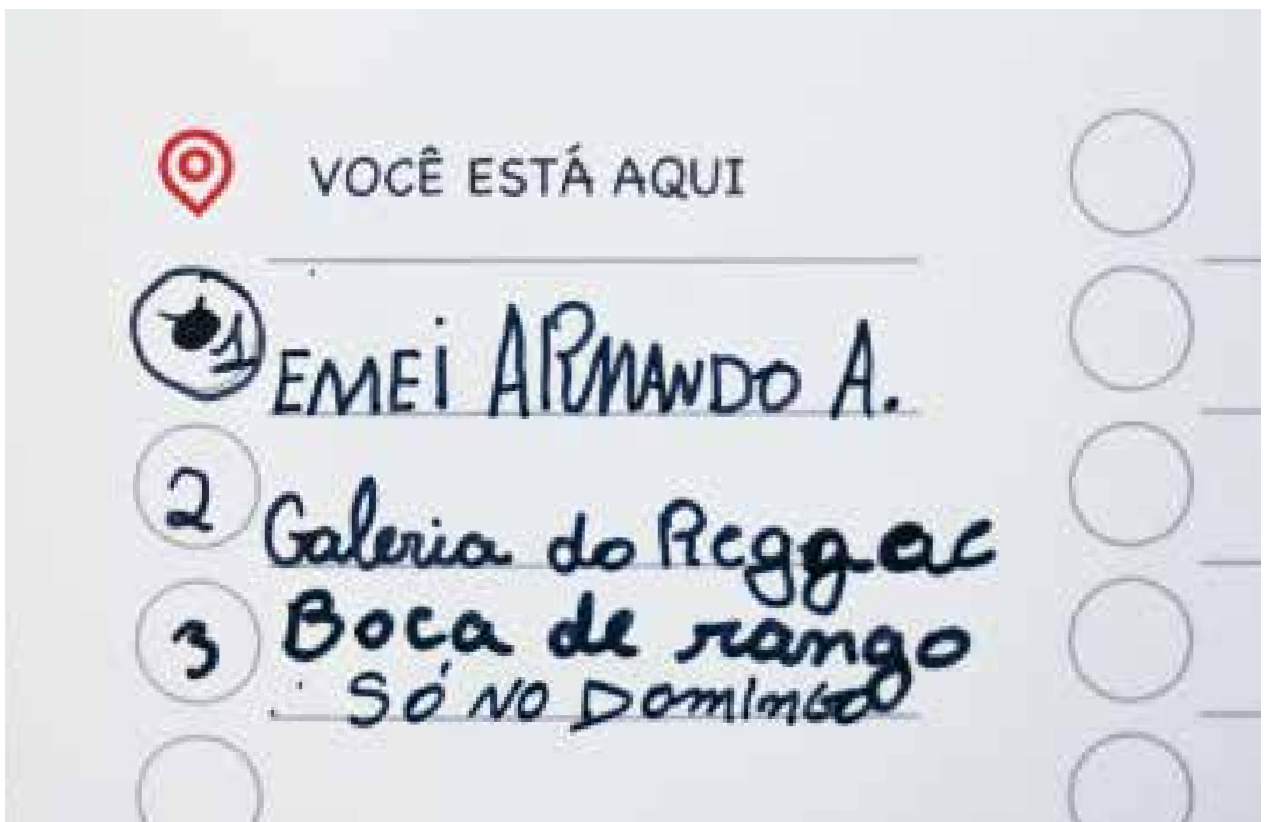




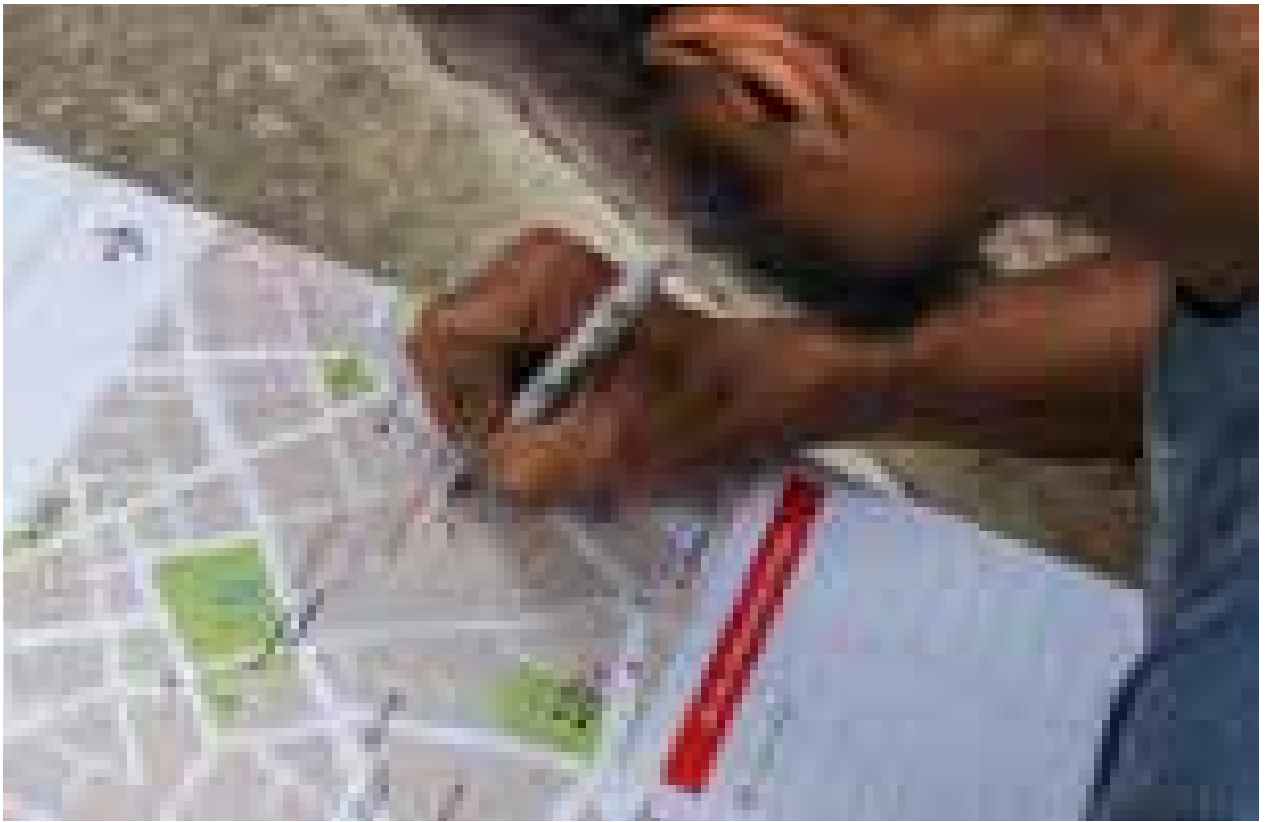












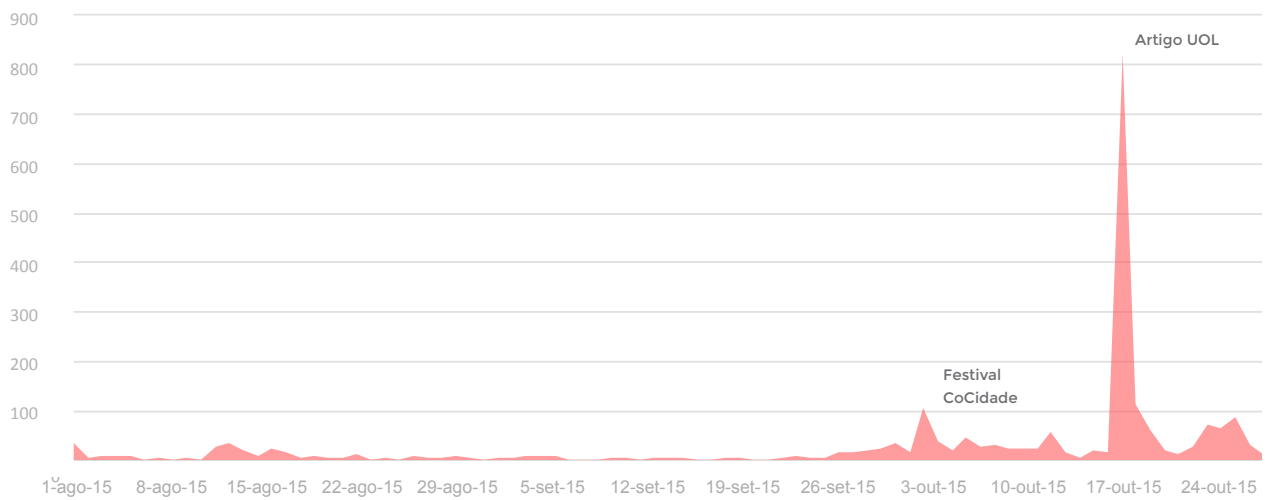


Resultados →

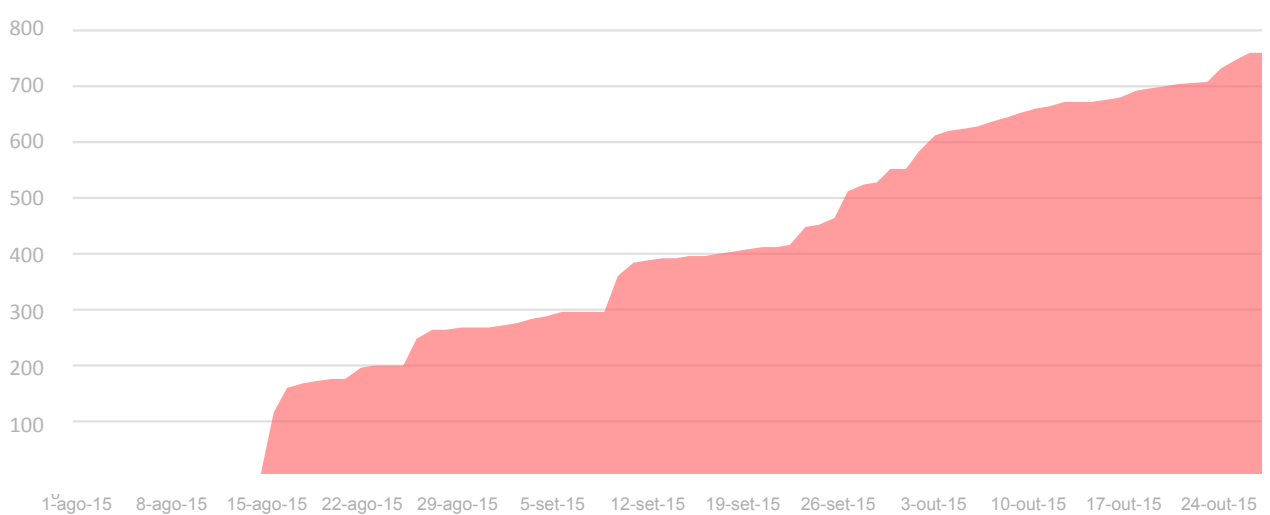
Números

Painéis baixados	Estados do País	Acessos por cidade	
770	14	São Paulo	1067
Likes no Facebook	Seguidores no Instagram	Rio de Janeiro	54
859	491	Belo Horizonte	62
		Curitiba	44
		Campinas	36

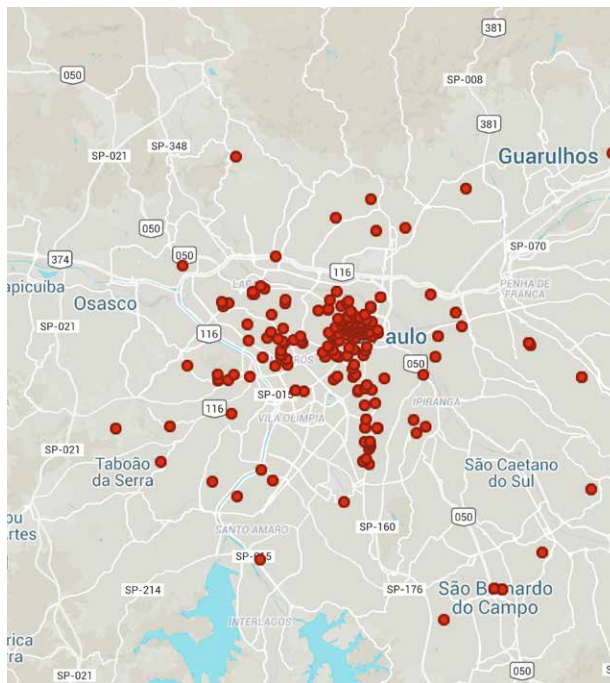
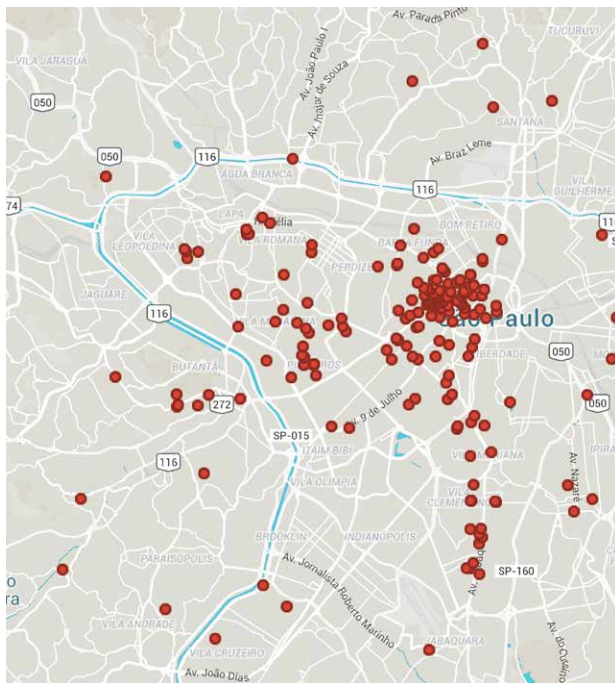
Número de acessos no website



Número de seguidores no Facebook



Localização dos painéis baixados



Contato com referências

Um momento muito gratificante do projeto foi entrar em contato com outros projetos que tínhamos como referência. Através das redes sociais (Facebook e Twitter), recebi mensagens de apoio, mesmo que singelas, das pessoas responsáveis pelo Walk Your City, Neighborland, e até os Iconoclastas.

Walk [Your City]

October 17 at 10:30am · 🌐

We love this participatory mapping project, [Mapa Daqui!](#) Based on the idea of map-centered community collaboration / communication, these banners feature a map of the immediate area around the sign: you can point the way to key destinations nearby, and others can add their favorite places to the map.

Learn more (and make your own paper version) at [http://mapadaqui.org/!](http://mapadaqui.org/)

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 📱 Buffer

Mapa Daqui and Ligia Medeiros like this.


3 shares

Hi Lucas,

Thank you for sharing your project with us -- this is awesome! We love the interactivity, and the fact that you've got a super-light version (the printable) as well as more durable options. Reaching out to local business-owners is a great idea as well.

This is very much in line with some of our experimentation here at WYC, so we look forward to seeing the public reaction to / use of your work!

Could we share this on our Facebook / Twitter?

 Maire @ WYC



iconoclasistas @iconoclasistas · 1h

@lucasnantonio @PPS_Placemaking 🍷

10:17 AM - 16 Oct 2015 · Details



[Hide conversation](#)

★ **Matt Tomasulo** favorited your Tweet

4h

8h: @MattTomasulo Doing a WYC-inspired system in Brazil, it has a collab. map and people can write on it. Any thoughts? mapadaqui.org



★ **Neighborland** favorited your Tweet

1h

9h: @candychang I'm doing a collab wayfinding system very inspired by your work. I'd love to hear your thoughts on it! mapadaqui.org



Contato com a SP Turismo

No dia 28 de Outubro, me reuni com uma representante da SP Turismo, responsável pelo projeto de sinalização para pedestres da cidade de São Paulo, no café do recém-inaugurado Mirante Nove de Julho.

Foi uma conversa informal, na qual ela mostrou interesse em explorar formas de aproximação da SP Turismo tanto com o projeto MapaDaqui, quanto com o curso de Design da USP. Segundo ela, a empresa, que funciona de forma mista entre pública e privada, vêm há anos tentando implementar um sistema de sinalização para pedestres em São Paulo, (já documentado na fase de pesquisa) mas tem enfrentado sérios desafios para colocá-lo em prática da forma desejada.

Duas tipologias de sinalização, das quatro propostas da empresa para a cidade, já estão em fase avançada de implementação : as placas turísticas para carros, e as placas direcionais para pedestres. Para outras duas tipologias propostas, no entanto, eles não tiveram tanto êxito, e me procuraram com a intenção de pedir auxílio para seu desenvolvimento.

Uma das peças é, justamente, o totem que contém um mapa da região. A empresa chegou a orçar o projeto com o mesmo fornecedor que está realizando a sinalização do Rio de Janeiro, porém o valor total seria muito mais alto que o orçamento disponibilizado pelo Ministério do Turismo. A empresa acabou por fazer 15 protótipos com uma outra empresa, de engenharia, porém o resultado ficou aquém do esperado:, além de ter sido alvo de vandalismo, alguns dos totens foram derrubados ou arrancados do chão pelas pessoas, devido à fragilidade da sua instalação.

A outra peça que está em fase de testes são as placas de informação sobre monumentos, que contextualizam os edifícios e demais lugares históricos para os turistas

e visitantes. Nesse caso, há diversas restrições de proteção aos edifícios, assim como de acessibilidade nas calçadas, que estão impedindo o projeto de continuar.

A reunião terminou de forma promissora, e o plano é seguir conversando e verificar possibilidades de auxílio voluntário ou até prestação de serviço para melhorar as peças de sinalização nas suas próximas implementações. Outra proposta feita durante a conversa foi aproximar os alunos do curso de Design da SPTurismo para futuros projetos e parcerias acadêmico-privadas.

Considero esse contato com o poder público, mesmo que de forma indireta, uma das maiores vitórias de todo o desenvolvimento. De certa forma, ele comprova a possibilidade de impacto de um projeto acadêmico na vida da comunidade fora da Universidade, e me deixa entusiasmado com os desdobramentos futuros.

Próximos passos

Até aqui, conseguimos validar o interesse pelo projeto de forma geral, o interesse em interagir com os pontos de contato propostos, tanto no universo digital quanto na rua, e o interesse de diversas pessoas em ajudar a levar o projeto adiante. Colocamos a ideia no mundo e, durante quatro ciclos de desenvolvimento, demos as primeiras lapidadas que a tornam mais factível em escala maior. Ainda há, no entanto, muito a ser feito.

Resta, primeiramente, desenvolver todas as histórias de usuário que não tivemos tempo de executar para o website, em especial os downloads de todos os formatos de mapas. Todas essas pendências já estão encaminhadas de forma aberta no Github para que qualquer pessoa possa ajudar a implementar.

Resta, também, continuar as diversas conversas que iniciamos com partes interessadas ao longo do último ciclo: com os estabelecimentos comerciais que entraram em contato, com a prefeitura, para entender de que forma o projeto pode continuar existindo sem que seja considerado uma infração, ou para que dele possa nascer algo maior; com outros projetos e empresas, como a SPTurismo, Coletividade, Shoot The Shit, Camélia Digital, e outros que se mostraram interessados em desenvolver parcerias.

Além disso, fica como meta de curto prazo realizar uma campanha de crowdfunding para que um número maior de pessoas possa ter acesso aos painéis duráveis sem ter que imprimir em uma gráfica próxima, mas sem também que tenhamos que implementar um sistema de vendas online. Dessa forma, podemos distribuir o material como recompensa aos apoios daqueles que estiverem interessados em construir o projeto colaborativamente.

Também há diversas outras hipóteses a serem testadas no âmbito do modelo de negócios. Não há a intenção de

que ele seja lucrativo, pois já se mostrou um “abridor de portas” que pode gerar valor por outros meios (como as parcerias acima citadas). No entanto, mantê-lo tem um certo custo, e o ideal seria encontrar uma forma de amortizar esse valor através da própria comunidade. Uma das opções é o crowdfunding recorrente, uma nova modalidade de financiamento coletivo onde as contribuições das pessoas interessadas é mensal.

Além disso, o projeto será apresentado em dois grandes eventos que podem gerar conexões e oportunidades interessantes: O Seminário Internacional Cidades a Pé, que será sediado no Instituto Tomie Othake, nos dias 26 e 27 de Novembro, e o Media Day, apresentação final dos residentes da RedBull Station, agendado para o dia 10 de Dezembro.

Ajude a desenvolver o código do projeto acessando o repositório público no GitHub:
www.github.com/lpirola/mapa-daqui

Acompanhe os próximos passos do projeto através da nossa página do Facebook:
www.facebook.com/projetomapadaqui

Conclusões

Lembro-me da primeira reunião com o Prof. Fleury, ainda em 2014, quando coloquei na mesa, nervoso, algumas das ideias que tinha para o TCC. Percebendo que a minha ansiedade era, na verdade, uma ambição de “me jogar” como nunca em algo que eu acreditava, ele me convidou a experimentar uma metodologia diferente que ainda não havia sido absorvida totalmente pelo curso da FAU. Após conversar também com a professora Daniela Hanns, que sempre incentivou o lado empreendedor dos estudantes, decidi abraçar a proposta. E essa escolha fez toda a diferença para o projeto.

No nosso curso de Design, ao qual sou imensamente grato, pouquíssimos dos projetos discentes, infelizmente, saem do papel dos relatórios finais para acontecer no mundo. Acabamos, em muitos projetos acadêmicos, com um modelo ou protótipo “final”, que na verdade sentimos ser apenas um primeiro modelo, aquilo que seria o ponto de partida para mais ciclos de desenvolvimento, ou então uma bela imagem que não temos certeza se de fato funcionaria ou não.

Essa maneira de fazer design pode sim ser muito valiosa em certos contextos, e a levo com muita confiança para os projetos que me esperam no futuro. Por outro lado, acredito que para alguns projetos (que ainda não sei ao certo como classificar), a combinação com outras disciplinas e ferramentas, como o desenvolvimento ágil, pode trazer resultados fantásticos. Foi muito satisfatório poder ver, desde o começo, as ideias “vivendo” no mundo real, sendo rabiscadas, arrancadas, comentadas, compartilhadas. Um projeto de wayfinding público convencional, ou de um aplicativo para incentivar a colaboração dentro de uma comunidade, mesmo que de altíssima qualidade, dificilmente teriam tido outro destino que não uma gaveta, se em nenhum momento do seu desenvolvimento protótipos reais tivessem sido colocados para rodar no mundo. Acredito que

mais alunos do curso, principalmente aqueles de perfil empreendedor, poderão usufruir bastante dessa lição.

Esse processo misto não foi, de forma nenhuma, levado com todo o controle, domínio e clareza que eu gostaria. Duvidei diversas vezes, quis começar do zero, não considero ter sido metódico o suficiente com as métricas, e a mudança de escopo do TCC1 para o TCC2 ainda me traz bastante desconforto, pois não aconteceu com a fluidez que eu queria. Também acredito que a quantidade de energia necessária para colocar o projeto no mundo, articular a comunicação e registro dos resultados acabou limitando o tempo dedicado ao cuidado gráfico com os mapas e o painel de modo geral, que ainda estão aquém daquilo que gostaria.

Mas fui ganhando confiança ao passo que percebi o quanto estava aprendendo com tudo isso, e quando comecei a ver o impacto do Mapa Daqui no mundo: pessoas de verdade foram atingidas, sorrisos foram abertos, conversas foram iniciadas, e esquinas ganharam um pouco de vida e atenção. Também me aproximei e abri canais de diálogo com uma infinidade de pessoas e projetos que antes só admirava de longe.

Não é fácil escolher um trabalho para fechar um ciclo de 6 anos que mudou completamente a minha vida. E seria injusto dizer que este projeto representa a totalidade dos ideais, experiências e conhecimento que absorvi durante todo esse tempo. Mas se pudermos dizer que consegui com este projeto utilizar o melhor daquilo que aprendi durante estes 6 anos para contribuir com os movimentos de retomada dos espaços públicos, cidades para pessoas, mobilidade, e colaboração, mesmo que só com um pequeno empurrão, abrindo portas para que uma sinalização de melhor qualidade venha a existir no futuro, ou deixando a cidade um pouco mais parecida com aquilo que desejamos, tudo terá valido a pena, e o projeto terá sido bem-sucedido.

Referências

- ARCHER, B : Systematic Method for Designers. Council of Industrial Design, 1965
- BERGER, Craig : Wayfinding. Designing and Implementing Navigational Systems. Rotovision 2009
- BOTSMAN R, ROGERS R : O que é meu é seu: Como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman; 2011.
- BLANK S, DORF B, Startup. Manual Do Empreendedor. O Guia Passo A Passo Para Construir Uma Grande Empresa. Alta Books, 2014
- BROWN, TIM : Design Thinking. HBR, 2008
- BUCHANAN, RICHARD : Wicked Problems in Design Thinking. in: Design issues, v.8, n.2, p.5-21. miT Press, 1992. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/1511637> Acesso em 13 de Junho 2015.
- CAUDURO, JOAO CARLOS : Planejamento visual urbano sistema do metro de sao paulo.
- CIPOLLA, C : Designing for interpersonal relational qualities in services. A model for Service Design theory and practice. Politecnico di milano, 2007
- GEHL, JAN : Cidades para pessoas. Perspectiva, 2014
- GIBSON, DAVID : The Wayfinding Handbook. Princeton Architectural Press, 2009
- GUALLART C : The Self-Sufficient city: internet has changed our lives but it hasn't changed our cities, yet. Editora Actar, 2014
- HADDAD C : Imersão em Economia Colaborativa. Slideshare 2014. Disponível em <http://www.slideshare.net/camilajh/imerso-em-economia-colaborativa-dial> Acessado em 23 de março de 2015
- HARVEY, DAVID : O direito à cidade. In: Revista Piauí Edição 82, 2013. Disponível em <<http://bit.ly/1aRzvlk>>
- JACOBS, JANE : Morte e Vida das grandes Cidades. 3a Ed. Martins Fontes, 2011
- JÉGOU F, MANZINI E : Collaborative Services: Social innovation and Design for sustainability. Milão. 2008)
- LIGHT A, MISKELLY C : Design for Sharing. Northumbria University; 2014.
- LYNCH, KEVIN : A imagem da cidade. Martins Fontes, 2011
- MANZINI E. Social innovation and Design. in cumulus Working Papers. Aalto university. Shanghai. 2011
- MANZINI E : Small, local, open and connected. resilient systems and sustainable qualities. Design Observer, 2013. Disponível em:<http://bit.ly/1HITmwJ>. Acessado em Abril 21, 2015.
- MELO, FRANCISCO INÁCIO HOMEM DE : Caos e ordem no ambiente urbanoexploracao visual do signo arquitetônico e do signo informacional
- MUELLER, ROLAND & THORING, KATJA (2012) : Design Thinking vs. Lean Startup Boston, International Design Management Research Conference, 2012
- MUNARI, B: Das coisas Nascem Coisas. Martins, 2008.
- OSTERWALDER E PIGNEUR, Business Model Generation. 2010.
- PREFEITURA DE SÃO PAULO: Lei n.º 14.223, de 26 de setembro de 2006
- RITTEL, HORST W. J. E WEBBER MELVIN M :Dilemmas in a General Theory of Planning. Policy Sciences 4 (1973), Amsterdam - impresso na Escócia. pp. 155-169
- STICKDORN M, SCHNEIDER J : This is Service Design Thinking. John Willey & Sons, EUA, 2011.
- TASSINARI E, BAERTEN N. Design for togetherness. in cumulus Working Papers. Aalto university. Shanghai. 2011
- TRANSPORT FOR LONDON : Yellow Book: a prototype way finding system for London. 2007
- TRANSPORT FOR LONDON : Legible London Evaluation Report. 2014.
- WISNIK, G : Espaço público e ativismo. Palestra, RedBull Station, São Paulo, SP, Brasil, 24 de Setembro de 2015



você está aqui.

Adote um mapa para seu bairro:

www.mapadaqui.org

