

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN – NÍVEL MESTRADO

MALVINA DE CASTRO ROSA

**DESIGN ESTRATÉGICO APLICADO AO TERRITÓRIO: PROJETO
MONUMENTA EM FOCO**

PORTO ALEGRE

2011

MALVINA DE CASTRO ROSA
DESIGN ESTRATÉGICO APLICADO AO TERRITÓRIO: PROJETO
MONUMENTA EM FOCO

Dissertação apresentada no Programa de em Design na Universidade do Vale do Rio dos Sinos com requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Design Estratégico.

Orientador: Dr. Paulo Reyes

Porto Alegre

2011

R788d Rosa, Malvina de Castro
Design estratégico aplicado ao território: Projeto Monumenta
em foco / Malvina de Castro Rosa. -- 2011.
92 f. : il. ; 30cm.

Dissertação (mestrado) -- Universidade do Vale do Rio dos
Sinos. Programa de Pós-Graduação em Design, São Leopoldo, RS,
2011.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Reyes.

1. Design estratégico. 2. Cultura híbrida. 3. Cidade - Identidade
- Cenário. I. Título. II. Reyes, Paulo.

CDU 7.05

MALVINA DE CASTRO ROSA

**DESIGN ESTRATÉGICO APLICADO AO TERRITÓRIO: PROJETO
MONUMENTA EM FOCO**

Dissertação apresentada no Programa de em Design na
Universidade do Vale do Rio dos Sinos com requisito
parcial para obtenção do Título de Mestre em Design
Estratégico.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Dr. Paulo Reyes Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Dr. Carlo Franzato – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Dra. Raquel Rodrigues Lima – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Ao meu pai Professor Sérgio Rosa e à Violeta Rosa Souza

AGRADECIMENTOS

Meu muitíssimo obrigada,

À minha mãe, Iara Gay de Castro, por todo apoio sentimental e principalmente financeiro.

Ao Rodrigo Souza por me incentivar e sempre me apoiar em tudo.

À minha tia Moema Debiagi pelos incentivos de todas as formas.

À minha tia Rita Abrevaier pela ajuda na finalização do trabalho.

Às queridas Fernanda e Maríndia Quadros pelo apoio na pesquisa de campo.

Aos meus colegas João Carapeto, Gabriel Schuler, Fabiane Fialho, Margaria Graúdo e Bruna Remus por todo apoio.

À minha prima Clarice Debiagi que me incentivou a fazer o mestrado.

Ao Pablo Aguiar pelo trabalho com os cenários.

A Briane Bicca por ser tão disponível e acessível durante toda a pesquisa.

À Dra. Adriana Kowarick.

Ao meu incansável orientador Dr. Paulo Reyes por todos os ensinamentos.

RESUMO

No atual contexto de globalização, a sociedade vem transformando sua relação espaço – tempo. Dentro dessa ótica, as cidades vêm fazendo uma busca pela retomada de uma identidade local. Por outro lado, os espaços públicos das cidades vêm apresentando um esvaziamento progressivo. Dessa forma, surgem alternativas para retomar esses espaços buscando estabelecer ou retomar antigas identidades. Uma alternativa que surge é via patrimônio na qual é realizada uma retomada do passado através do restauro desses espaços esvaziados. Esse trabalho irá realizar uma pesquisa sobre essa tendência mundial, através do estudo de caso da atuação do Projeto Monumenta no centro histórico de Porto Alegre/RS sob a ótica do Design Estratégico.

Palavras-chave: design estratégico, culturas híbridas, cidade, identidade, cenários.

ABSTRACT

In the current context of globalization, the society has transformed the relationship space - time. Considering this view cities do a search for a resumption of local identity. On the other hand the public space of cities have shown a progressive emptying, so there are alternatives to seeking recovery of these spaces be new or resume old identities. An alternative that comes up is through equity is held in which a resumption of the past through the restoration of these spaces emptied. This paper will conduct a search on this global trend, through a case study of the performance of the Monumenta Project in the historic center of Porto Alegre from the perspective of Strategic Design.

Keywords: strategic design, hybrid cultures, city identity, scenarios.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: modelo dinâmico e sistêmico do método de planejamento e/ou projeto por cenários.....	33
Figura 2: modelo dinâmico e sistêmico do método de planejamento e/ou projeto por cenários.....	49
Figura 3: Centro Histórico de Porto Alegre.....	53
Figura 4: área inicial de atuação do Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS.....	56
Figura 5: área final de atuação do Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS.....	57
Figura 6: gráfico análise swot.....	64
Figura 7: análise swot realizada para a construção de cenários para o Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS.....	65
Figura 8: gráfico de polaridades construído para a construção de cenários para o Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS.....	66
Figura 9: Cenários desenvolvido para o Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS.....	66

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: tabela fixa de bens públicos a serem restaurados.....	58
---	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	OBJETIVOS.....	15
2.1	OBJETIVO GERAL.....	15
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
3.1	O DESIGN COMO SISTEMA.....	16
3.2	O TERRITÓRIO COMO UM SISTEMA HÍBRIDO.....	23
3.3	CENÁRIOS PELO DESIGN COMO OPERADORES SOBRE O TERRITÓRIO.....	28
3.4	PATRIMÔNIO COMO CENÁRIO POSSÍVEL.....	34
3.5	IDENTIDADE.....	39
4	MÉTODO.....	45
5	ESTUDO DE CASO.....	51
5.1	PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO NO BRASIL.....	51
5.2	O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SUA ESTRATÉGIA.....	52
5.3	O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SEUS PRODUTOS.....	60
5.4	O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SEUS SERVIÇOS	61
5.5	O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SUA COMUNICAÇÃO	62
6	CENÁRIOS.....	63
6.1	CONSTRUÇÃO DO PROBLEMA	63
6.2	LEVANTAMENTO DE DADOS.....	63
6.2.1	SWOT.....	64
6.2.2	GRÁFICO DE POLARIDADES	65
6.2.3	CENÁRIOS	66

6.2.3.1	OPORTUNISTA	67
6.2.3.2	INDIVIDUALISTA	68
6.2.3.3	COMUNIDADES.....	68
6.2.3.4	PLANO ESTRATÉGICO	69
6.3	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS.....	69
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	71
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
	ANEXOS.....	78

1 INTRODUÇÃO

A sociedade vem gradativamente se transformando, estabelecendo uma nova relação com o tempo e com o espaço. A sociedade que se instala é a sociedade de consumo, na qual as relações são mediadas pelo consumo - desde as relações de trabalho até as relações de afeto.

Com a revolução industrial, esta relação mediada pelo consumo é intensificada. Há produção em larga escala porque há público consumidor para tal. Os produtos que antes eram vendidos nas pequenas feiras de vilas (centros de comércio) a granel e através de relação de troca, não necessariamente monetária, passam a ser embalados, rotulados e vendidos em lojas das grandes cidades e a troca passa a ser exclusivamente monetária.

Essas relações mediadas pelo consumo vêm evoluindo até a atualidade onde assumem papel predominante na sociedade. Para Lipovetsky (2004:60), a sociedade contemporânea se baseia em um sistema de moda. Moda não no sentido de roupa, mas no sentido de efemeridade. Onde o que é bom e bonito hoje, já pode não ser mais amanhã. Com a globalização e o fenômeno da internet essa característica se intensificou nas últimas décadas.

Segundo Lipovetsky (2004:63), as pessoas hoje em dia têm a necessidade de presenteísmo, onde tudo acontece ao mesmo tempo. No final dos anos 1960, a sociedade passou por um momento em que a modernidade e seus princípios estavam entrando em falência. Movimentos como o movimento hippie e o feminismo surgiram contestando a forma como a sociedade se constituía. Dessa forma as pessoas passaram a viver o presente sem a preocupação com o futuro. Contudo, nas últimas décadas as características e angústias da modernidade reaparecem elevadas a um grau superlativo. A preocupação com o futuro e com a memória do passado parece ser epidêmica na sociedade contemporânea.

Para Canclini (2008) essa nova dinâmica que a sociedade assume tem reflexos no território. As cidades hoje são bastante heterogêneas, tanto na população que habita, quanto na construção visual. Canclini (2008:284) ressalta que hoje vivemos a época das culturas híbridas, onde gêneros, etnias coabitam uma mesma cidade. O intercâmbio de informações, de pessoas e de empresas faz com que o espaço urbano se reorganize.

Nesse contexto, há um crescente esvaziamento dos espaços públicos. Antigamente a cidade era o ponto central da relação entre os indivíduos. Onde as pessoas se encontravam,

onde mantinham suas relações interpessoais, servia como referência necessária a qualquer cidadão.

Com a evolução dos meios de comunicação as pessoas passam a não mais precisar de um espaço físico para se relacionar e, com isso, a relação com o tempo e o espaço se transforma. Os indivíduos tentam buscar relações com aqueles com os quais se identificam e não precisam mais do espaço da cidade necessariamente para manter tais relações. A cidade vai se fragmentando. Esse progressivo esvaziamento dos espaços públicos os leva à perda de sentido (Reyes, 2005:23). Um espaço público sem quem o frequente, perde sua dinâmica e conseqüentemente sua funcionalidade.

Contudo, Reyes (2005:24) salienta que a vida pública tem a capacidade de acostumar o cidadão a correr riscos. E que apesar das pessoas procurarem aqueles com os quais se identificam, a essência do espaço da cidade é justamente conjugar as diferenças, fazer com que nos sintamos à vontade com a diversidade.

Segundo Canclini (2008) outra característica que surge nesse contexto é a de que as grandes cidades do mundo estão se tornando cada vez mais semelhantes, atravessadas por marcas transnacionais, grandes rodovias e edificações que poderiam estar em qualquer cidade. Indo na contramão desta tendência, muitas cidades buscam alternativas para se diferenciar, tentando resgatar ou até mesmo desenvolver características próprias, numa busca por retomar as características locais e também passar a integrar o comércio mundial de turismo. Isto unido à questão do esvaziamento dos espaços públicos, leva ao nascimento de uma tendência, como é observado por Lipovetsky (2004:85) como uma característica da sociedade contemporânea: a tentativa de reabilitar o passado através do restauro dos centros históricos. Esses centros antigamente abrigavam as funções de circulação e abastecimento, hoje a função de abastecimento foi transferida para os bairros e shoppings centers, enquanto a circulação em algumas cidades foi suprimida pela criação de perimetrais e grandes rodovias que levam os cidadãos de um lado ao outro da cidade sem a necessidade de passagem pelo centro.

A questão que motiva o desenvolvimento da presente dissertação, é como se dá essa tentativa de reapropriação do espaço público através do restauro de centros históricos, através da análise das ações do Programa Monumenta em Porto Alegre/RS.

Em meados da década de 1990 no Brasil, o Ministério da Cultura do Governo Federal,

em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e a UNESCO começaram a desenvolver um programa de restauro e preservação das áreas históricas do país. Foram fixadas cidades consideradas locais de intervenção prioritária, coincidentemente ou não as cidades que recebem grandes montantes de turistas por ano, foram elas: Olinda, Recife, Salvador, Ouro Preto, Rio de Janeiro e São Paulo.

Em 2000, foi o início efetivo do programa que passou a se chamar Programa Monumenta. Em 2001, foi ampliado o número de cidades beneficiadas pelo programa. Em 2004 o Ministério da Cultura e a Caixa Econômica Federal assinaram um contrato de financiamento para a recuperação também de imóveis privados. Hoje o programa abrange 26 cidades: Alcântara (MA), Belém (PA), Cachoeira (BA), Congonhas (MG), Corumbá (MS), Diamantina (MG), Goiás (GO), Icó (CE), Laranjeiras (SE), Lençóis (BA), Manaus (AM), Mariana (MG), Natividade (TO), Oeiras (PI), Olinda (PE), Ouro Preto (MG), Pelotas (RS), Penedo (AL), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), São Cristóvão (SE), São Francisco do Sul (SC), São Paulo (SP) e Serro (MG).

O Programa Monumenta visa preservar e restaurar áreas do país consideradas de importância histórica e estimular ações para a conscientização da população sobre a importância da preservação do patrimônio histórico. O programa também objetiva o desenvolvimento econômico e social das áreas envolvidas, e para isto desenvolve atividades de capacitação de mão-de-obra especializada em restauro, formação de agentes locais de cultura, promoção de atividades econômicas e programas educativos. O objetivo do desenvolvimento econômico das regiões é que estas áreas atinjam equilíbrio financeiro e não necessitem de grandes aportes monetários do governo para a preservação e manutenção das áreas restauradas. Uma das estratégias utilizadas para a busca de equilíbrio econômico é a criação de novos usos para os imóveis que são restaurados e a incrementação do comércio de turismo nas áreas. (Ministério da Cultura, 2011)

A análise da atuação do Programa Monumenta em Porto Alegre/RS será feita sob a ótica do design estratégico aplicado ao território. Considerando a capacidade de projetar e pensar possibilidades futuras que a disciplina nos oferece. Essas possibilidades serão trabalhadas através do projeto/planejamento de cenários. O objetivo da pesquisa consiste em analisar e discutir como o resgate do espaço público esvaziado, em especial o centro histórico

de Porto Alegre/RS, se dá através do patrimônio e quais são suas possibilidades futuras, sob a ótica do design estratégico utilizando a ferramenta planejamento e/ou projeto de cenários. Trabalhar com a ferramenta planejamento e/ou projeto de cenários, nos possibilita trabalhar com as incertezas e especular sobre o futuro.

Segundo Reyes (2010:3), essa ferramenta é bastante interessante de ser usada em situações complexas, de difícil previsão, pois nos abre possibilidades futuras. Segundo Moutinho (2006:176), a construção de cenários não busca uma previsão do futuro, mas sim nos permite imaginar futuros em situações complexas, objetivando pensar e projetar no presente para alcançar o futuro que buscamos. Sendo o território e as relações sociais e econômicas nele estabelecidas objetos complexos, é interessante pensar seus problemas sob essa ótica.

O que buscamos com essa dissertação é verificar as possibilidades de crescimento para Porto Alegre/RS, através do restauro de seu centro histórico. Buscando analisar as possibilidades futuras para a revitalização dessa região da cidade. Durante a pesquisa realizada foi possível observar que o projeto Monumenta em sua atuação não fixou uma marca na cidade, mas por outro lado abriu portas para que projetos com esse perfil venham a trabalhar essa região da cidade. Observamos que os frequentadores do centro histórico da cidade acreditam em projetos que busquem a revitalização do bairro através do restauro, mas ao mesmo tempo não foram suficientemente envolvidos pelo projeto durante sua atuação.

Para realizarmos a análise da atuação do projeto Monumenta em Porto Alegre/RS sob a ótica do design estratégico aplicando a ferramenta de planejamento e/ou projeto por cenários, primeiro desenvolvemos uma plataforma teórica que tem como principais referências Zurlo (2010), Celaschi e Deserti (2007), Flusser (2007), Canclini (2008), Reyes (2005), Morin (2008), Moutinho (2006), Reyes (2010), Jeudy (2005) e Lipovetsky (2004). Em seguida realizamos um estudo de caso sobre a atuação do projeto Monumenta em Porto Alegre/RS. A partir dos dados levantados neste estudo de caso foram desenvolvidos cenários para a cidade com base no modelo de Reyes (2011). Por fim, os dados levantados no estudo de caso e os cenários desenvolvidos foram relacionados com a teoria trabalhada.

OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GERAL

Analisar e discutir a revitalização do centro histórico de Porto Alegre via patrimônio pelo Programa Monumenta, através do planejamento e/ou projeto de cenários sob a ótica do design estratégico aplicado ao território.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analisar as ações desenvolvidas pelo Programa Monumenta no centro histórico de Porto Alegre/RS
2. Aplicar a ferramenta de projeto por cenários, para verificar as possibilidades e oportunidades futuras para o Centro Histórico de Porto Alegre.
3. Apontar possibilidades de valorização do Centro Histórico de Porto Alegre/RS através do resgate do patrimônio cultural.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O DESIGN COMO SISTEMA

A sociedade nas últimas décadas vem gradativamente se transformando. As relações entre as pessoas tem se modificado devido a mudanças socioculturais e econômicas, as relações de consumo também assumiram novo posicionamento na sociedade contemporânea. Hoje os bens de consumo não são mais apenas objetos ou produtos, eles assumem um papel mais preponderante na forma de relacionamento entre as pessoas e assumem também uma carga de significados e não apenas respondem a uma demanda funcional.

Nesse contexto, o papel do design também se transformou assumindo uma posição mais estratégica e não tão pontual. O mercado passa a exigir ações mais complexas e estudadas, estratégicas, por parte do designer. Outra característica que o design passa a assumir como sendo fundamental em sua nova configuração é sua aplicabilidade em bens tangíveis e intangíveis. Assim, o design assume papel importante na projeção, planejamento e execução também de serviços e experiência.

Flusser (2007:181) analisa como a palavra design assumiu seu caráter atual. O autor observa que etimologicamente a palavra significa algo como re-significar, surgindo num contexto de astúcias e fraude. Então, o design que está na base de toda a cultura é a capacidade de enganar a natureza por meio da técnica, substituindo o que é natural pelo artificial. Assim, o autor observa que graças à palavra design, nos tornamos conscientes de que toda a cultura é uma trapaça e de que todo o envolvimento com a cultura é uma espécie de auto-engano, pois o que buscamos é transformar o natural em artificial, seja rompendo a gravidade seja plantando flores em um vaso.

Vamos a um exemplo: a alavanca é uma máquina simples. Seu design imita o braço humano, trata-se de um braço artificial. Sua técnica provavelmente é tão antiga quanto à espécie homo sapiens, talvez até mais. E o objetivo dessa máquina, desse design, dessa arte, dessa técnica, é enganar a gravidade, trapacear as leis da natureza e, arditosamente, liberar-nos de nossas condições naturais por meio da exploração da estratégia de uma lei natural. (Flusser, 2007: 184)

Para o autor a cultura moderna, burguesa, criou uma separação entre o mundo das artes e o mundo da técnica e das máquinas, dividindo a cultura em dois ramos distintos. Um ramo científico, quantificável e outro ramo estético, qualificador. (Flusser 2007: 183)

Entretanto essa divisão começou a ser questionada no final do século XIX. E nesta brecha entre o mundo científico e o mundo estético é que o design procurou se encaixar, tentando criar uma união entre esses dois mundos. Segundo Flusser (2007:184) isso foi possível porque o design faz a ligação interna entre técnica e arte. Dessa forma, o autor observa que design significa o espaço onde arte e técnicas andam juntas, criando uma nova forma de cultura.

O autor acredita que a palavra design tomou a dimensão e significado que tem hoje no discurso cotidiano, porque estamos desacreditando na arte e na técnica como fontes de valores, pois passamos a ser capazes de ver o design que existe por trás delas.

Contudo, o design do início do século XX até os dias de hoje passou por transformações em sua área de atuação. Isso devido a significativas mudanças que vêm ocorrendo na sociedade contemporânea, que estabelecem uma nova relação com o tempo e o espaço.

Dentro dessa nova ótica o foco do design sai do objeto e vai em direção à ideia de sistema, onde busca proporcionar para o consumidor ou usuário uma experiência por inteiro e não mais uma simples venda de um determinado produto. Com a concorrência cada vez mais acirrada, o produto por si só não é sinônimo de sucesso, é preciso planejar desde sua concepção até sua venda e sua pós venda, considerando os mínimos detalhes que farão o consumidor optar por determinado produto. Dessa forma, o design sai do objeto e vai rumo ao sistema, assumindo o papel de design estratégico, sendo aplicável não só a bens de consumo tangíveis, mas também a bens de consumo intangíveis como serviços e a objetos complexos como o território, por exemplo.

Para Zurlo (2010:1) o design estratégico é uma palavra problema, sendo um sistema aberto que opera diversos pontos de vista, buscando articular vários modelos de interpretação e diferentes perspectivas disciplinares. Ou seja, o design estratégico opera com equipes multidisciplinares.

O autor destaca algumas características essenciais que nutrem a especificidade da estratégia atribuída ao design estratégico, como por exemplo: sua dimensão ampla de aplicação, a capacidade de trabalhar um processo dialógico em equipes multidisciplinares, a capacidade de satisfazer diferentes necessidades em busca de resultados. Essas são características componentes do fazer estratégico, permitindo assim reconstituir os fragmentos, do que o autor considera uma disciplina fragmentada, o design.

Dessa forma o design estratégico trabalha de forma coletiva, objetivando a geração de um efeito de sentido. Sendo essa geração de um efeito de sentido a dimensão de valor buscada para atingir o consumidor, trabalhando em um sistema de oferta, que não mais envolve apenas o produto ou objeto, mas toda sua contextualização. Essa é a representação mais clara de estratégia, que envolve os atributos táteis e subjetivos de determinado produto ou serviço.

A estratégia está diretamente ligada ao posicionamento, sendo o posicionamento uma vantagem competitiva para produtos e marcas. O posicionamento está vinculado à capacidade de desenvolver produtos originais, marcas reconhecíveis, e produtos que atingem seus objetivos de forma precisa. Assim, o posicionamento é como uma identidade clara no mercado, que se faz notar, que se faz diferente dos demais e atrai e afeta o usuário.

Para Zurlo (2010:4) a relação entre modelo, projeto e posicionamento é uma condição necessária para o sucesso de empresas no mercado. A identidade da organização reflete e se projeta no consumidor, em sua mente e sua capacidade de adoração ou repúdio. A história da marca e sua linha ideológica são capazes de expressar valores direta e indiretamente. Contudo, isso se faz mais eficaz quando os valores são incorporados através de um sistema que engloba produtos, comunicações, serviços, escolha de ponto de venda, aspectos físicos, aspectos intangíveis e etc., onde tudo é pensado objetivando a experiência do consumidor. Para o autor, a marca representa a essência ou a alma do produto e se torna compreensível através da lógica sistema-produto que ela representa. Desta forma, a ideia de dar efeito de sentido é a ideia de ter uma identidade eficaz. Segundo Zurlo (2010:4) a busca por sentido e identidade eficaz, desenvolvida de forma coerente são objetivos do design estratégico.

O autor destaca algumas capacidades essenciais à ideia de design operando de forma estratégica: capacidade de ver, capacidade de prever e capacidade de fazer ver.

A capacidade de ver está ligada a observar os fenômenos além de sua superfície visível, sendo uma atividade criativa que busca captar a essência das coisas, colocando de lado pré-conceitos. Observando o fenômeno social complexo que envolve qualquer produto ou serviço englobando técnica, materiais, processos de produção, comportamento, experiência, requisitos comerciais, armazenamento, entrega, vida útil, manutenção e serviços que preservam e ampliam os benefícios de determinado produto. Assim, para Zurlo (2010:6), a capacidade de ver envolve a capacidade de captar necessidades tácitas e veladas das pessoas e transformá-las em oportunidade de inovação. Saber ver envolve compreender os quadros culturais em que se está inserido para posteriormente estar apto a fazer escolhas.

A capacidade de prever é diretamente ligada à capacidade de ver. A ideia da capacidade de prever é observar o que foi levantado pela capacidade de ver e desenvolver com esses elementos observados, cenários futuros.

A capacidade de fazer ver é demonstrar que a maioria das pessoas apoia a ação estratégica a ser desenvolvida, tornando visível o campo do possível, ou os cenários futuros. Sendo essa capacidade essencial para acelerar o processo de tomada de decisão.

O design estratégico pode trabalhar com uma organização, mas também com uma comunidade. No entanto, para ambas é preciso se libertar das antigas rotinas, buscando soluções inovadoras e criativas. Zurlo (2010:10) destaca que o ambiente de operação do design estratégico está diretamente ligado à capacidade de absorção de novas tendências, novas estéticas e novas formas de utilização da organização ou comunidade. Dessa forma, cada organização ou comunidade com suas especificidades culturais reagirá de determinada forma ao design estratégico e assim se re-significará ou significará de formas distintas também.

Design Estratégico se manifesta, embora de formas diferentes, como atividade do projeto e tem como objetivo ativar a ação estratégica dentro das estruturas organizadas. Se, como visto, a estratégia é o processo de criação de significado, esta capacidade é essencialmente ligada à capacidade do projeto de criar efeitos de sentido (s. Zingale, 2008), que os resultados sejam capazes de envolver e motivar os atores. Estes resultados dependem das circunstâncias da ação, onde o design opera, de como opera, e das razões pelas quais o faz. Os efeitos de sentido diferem dependendo dos atores envolvidos: para os líderes, para os membros do grupo, para os acionistas, para stakeholders, para o mercado, para o usuário final, são efeitos diferentes, mesmo que às vezes se sobrepostos ou convergentes.(Zurlo, 2010: 11)

Para o autor, o design estratégico objetiva o efeito de significar, de dar sentido aos produtos, serviços e objetos da ação estratégica, agindo de forma emocional sobre o usuário. O design sempre é para o usuário, e de uns tempos pra cá vem tendo grande preocupação com as condições de vida da população e com a sustentabilidade, pois o usuário fica cada vez mais atento a essas questões. Esses fatores são grandes geradores de significado na sociedade contemporânea.

Zurlo (2010:13) observa que a capacidade de análise dos múltiplos aspectos de geração de significado e sentido, apoia a tomada de decisão, podendo definir com maior precisão aspectos de autonomia e de limites do design estratégico. Esses aspectos assumem sentido dentro da amplitude teórica, instrumental e operacional do design estratégico.

Para Celaschi (2007:1) a sociedade contemporânea é caracterizada pela hiperproliferação dos bens de consumo, tanto tangíveis como intangíveis (serviços e experiência), e pela superioridade da oferta em relação à demanda. Para o autor, a mercadoria contemporânea se refere a uma quantidade de bens que caracterizam a estrutura econômica, tecnológica e sociocultural da atualidade. O autor destaca que tratar de mercadoria contemporânea se refere a um sistema-produto que envolve atenta avaliação, idealização, programação, projeção, realização, comunicação e distribuição. Desta forma, as mercadorias contemporâneas são uma forma não acidental, algo que exige intenso trabalho de planejamento de um processo coletivo e transdisciplinar, na busca por gerar uma cadeia de valor que enriqueça o bem a ser oferecido ao consumidor.

O autor também observa que dentro desse processo, nós somos parte produtores e parte consumidores, sendo sempre inevitavelmente protagonistas do processo de consumo que rege a sociedade contemporânea. Dentro dessa ótica, os produtos ou mercadorias constituem a representação da cultura contemporânea - não mais vivemos sem consumir.

Segundo Celaschi (2007:4), o design abrange a dimensão que a mercadoria tomou na atualidade. Para o autor, nesse contexto o design torna-se “cultura de projeto” e não apenas articulador de ações programadas na busca de soluções técnicas para determinados produtos, assumindo a necessidade de concretizar aspirações por bens tangíveis, serviços e experiência se utilizando do sistema produtivo industrial globalizado.

Celaschi (2007:7), assim como Deserti (2007:27), destacam que a mercadologia contemporânea emprega conhecimentos e práticas científicas para melhor conhecer as mercadorias, qualificando e quantificando suas dimensões de valor. O design acrescenta a essas questões e saberes o estudo dos problemas que surgem na dimensão metaprojetual do processo de inovação. Essa dimensão é a responsável pela preparação e consolidação do saber projetista, permitindo maior desenvoltura frente aos mecanismos reguladores dos fluxos de valores, dinâmicas de negócios, dimensionamento e caracterização dos desempenhos das mercadorias.

Um primeiro esquema processual da atividade metaprojetual nos diz que ela pode ser organizada em uma fase de pesquisa; uma etapa de interpretação dos dados coletados, finalizada na geração de algumas metatendências, de um lado, e na formação dos dados de base para a construção de trajetórias de inovação, de outro; uma fase de construção de cenários, que é sem dúvida aquela na qual se define uma série de trajetórias de inovação intercalando os dados da pesquisa com algumas constantes do comportamento das escolhas com cenários e com seus potenciais contraditórios, se constrói algumas visões, para empregar como instrumentos de estímulo e orientação das escolhas na meta final ao *concept design*, que introduz a passagem ao projeto.(Deserti 2007: 1)

Para o autor, a mercadologia contemporânea é a disciplina que se preocupa em conhecer a mercadoria enquanto fenômeno solo, e o design é uma prática que sem o conhecimento mercadológico tende a se confundir com arte ou técnica, e não com a ponte entre essas duas áreas como salientado por Flusser (2007:184).

O design através da cultura de projeto busca não se restringir apenas a solucionar problemas (*problem solving*), mas sim tenta com o suporte da mercadologia agir de forma estratégica. Observando questões relacionadas ao *problem finding*, *problem setting* e *problem solving*.

Celaschi (2007:11) destaca que ao tratar de cultura de projeto em design o que se visa, é poder oferecer às mercadorias uma infinidade de possibilidades, que envolvem a produção de significado e a capacidade de fazer com que esses valores/significados entrem no mercado em forma tangível e intangível. O autor destaca que para isso é preciso que sentido, valor, forma e função estejam próximos uns dos outros no estudo de design.

Segundo o autor, os conhecimentos e metodologias de design para resolver problemas de formas concretas, também são aplicáveis aos serviços, aos processos de comunicação e

distribuição, sendo este conjunto de processos e características o que qualificam o valor desses bens, para que se tornem mercadorias contemporâneas. Para o autor, o problema do design é o problema da razão entre forma de troca e consumidor. Sob esta nova ótica o vocabulário de design passa a fazer uso e tomar conhecimento dos termos valores, desejos, motivação de aquisição e inovação, buscando geração de valor. Dentro da sociedade contemporânea onde as relações entre as pessoas se dão através do consumo, se faz necessária dar a devida atenção a esses termos, para que se possa fazer com que determinado bem represente aquilo que o usuário busca, que se encaixe as suas necessidades socioculturais. O design opera de modo interdependente no produto, no processo e no sistema.

O processo de inovação em design envolve três atores principais: o produtor, o mediador e o consumidor.

Os produtores são aqueles que se dispõem a oferecer determinado bem comercializável ao mercado. O consumidor é aquele para o qual esses bens estão direcionados. E os mediadores, geralmente são os grandes responsáveis pelo sucesso da inovação, eles são os pesquisadores pré projetual, os projetistas, os comunicadores e os distribuidores. Somente através desta cadeia de indivíduos funcionando de forma coesa é que a inovação obterá êxito. Para Celaschi (2007:22), neste contexto o consumidor é o ator mais passível e os mediadores, por outro lado, são os ativadores do processo de inovação.

Celaschi (2007:34) observa que na atualidade o bem passou a ser mais complexo e articulado. Pode-se dizer que há uma espécie de desmaterialização do bem de consumo, assumindo uma característica muito mais etérea. Hoje se projeta tanto a forma do produto como todo o seu processo de comunicação com o mercado. E o design passa a se ocupar não mais só do produto, mas do sistema-produto. O autor destaca que a mercadoria evoluiu ganhando tamanha importância que hoje é muitas vezes dotada de personalidade própria, ao que ele denomina marca.

Para Deserti (2007:6) o designer está frente a frente com um sistema com exigências e vínculos, ocasionalmente contraditórios, no qual é preciso fazer papel de mediador. O designer irá trabalhar sempre tendo em vista os recursos dos quais a organização dispõe, tendo em mente que estes recursos nem sempre abarcam o melhor absoluto, mas o melhor mais conveniente de acordo com as possibilidades. O design não mais se resume ao produto, e sim

a uma série de inovações desenvolvidas no interior da organização, para assim se ter o resultado que se busca junto ao público consumidor.

Para o autor, atualmente a funcionalidade não é mais um fator de sucesso no produto, o que é decisório na hora da compra pelo consumidor é a capacidade de prazer, de estimular o imaginário, de satisfazer os gostos, de antever necessidades, de distinguir-se e de agregar serviços coerentes.

Sob essa ótica, talvez uma das mudanças mais significativa no design contemporâneo é não mais atuar apenas sobre o objeto em si, mas sobre o sistema-produto, pois é a partir desse conceito que envolve estratégia, produto, serviço e comunicação que o design passa a se ocupar da experiência do usuário como um todo e não ser mais aplicável apenas a objetos físicos, mas também a objetos intangíveis e a objetos complexos. A partir do sistema-produto o design passa a objetivar a experiência do usuário.

2.2 O TERRITÓRIO COMO UM SISTEMA HÍBRIDO

A relação tempo- espaço modificou-se na sociedade contemporânea. Hoje as pessoas se organizam nas cidades de forma mais dispersa, sem um necessário contato entre elas em um determinado espaço físico. Consequentemente, os espaços públicos que anteriormente exerciam o papel de ponto de encontro, começam a se formatar apenas como espaço de circulação para os cidadãos. Dessa forma, esses espaços vêm sofrendo um esvaziamento, e as formas tradicionais de planejamento urbano não são mais suficientemente eficientes para acompanhar a nova dinâmica que as cidades assumem.

Segundo Reyes (2010:3), o fato do design hoje operar apoiado na ideia de estratégia significa que pode e deve operar sobre objetos que passam por contínuas transformações em contextos complexos como o território, por exemplo. Através do design, os territórios urbanos ganham a possibilidade de ser revisitados como sistema projetável. Para o autor, a perspectiva dinâmica exigida pelos territórios se alinha à perspectiva fluída estabelecida nos processos sociais contemporâneos. As formas tradicionais de planejamento urbano, hoje não mais se sustentam, pois não acompanham a complexidade e a velocidade das transformações sociais que se dão nesses espaços.

Hoje vivemos em uma sociedade muito mais urbana do que antigamente, onde culturas populares e cultas, diferentes etnias e classes sociais se misturam e formam o que Canclini (2008:284) chama de culturas híbridas. As grandes cidades do mundo estão cada vez mais semelhantes atravessadas por marcas transnacionais de lojas, farmácias, *fast food*, etc. Antigamente as cidades eram organizadas a partir de um determinado centro. Hoje esses centros que, na sua maioria, tinham a função de circulação e abastecimento, tiveram sua funcionalidade transferida para os bairros e shoppings centers. Com o avanço da urbanização, muitas cidades têm seus centros econômicos deslocados da área histórica para novas centralidades. Dessa forma, os centros perdem parte de sua característica funcional e assumem uma característica simbólica.

Contudo, como observado por Canclini (2008:300), a interação das edificações históricas com elementos contemporâneos como sinais de trânsito, grafites, cartazes, *out doors*, fazem parte da nova leitura que os cidadãos passam a dar às cidades. Ou seja, apesar da linguagem um pouco mais fragmentada que os territórios assumem, ainda assim, de alguma forma, os cidadãos dão a ele certa unidade, uma coesão nessa fragmentação. Por outro lado, o autor observa que reinvestir de significados novos esses monumentos e edificações antigos é uma forma de abarcar estas culturas distintas que surgem nas cidades contemporâneas.

Dessa forma, a cidade passa a assumir uma nova forma de leitura. Talvez, um pouco mais confusa em um primeiro momento, onde estilos distintos existem em um mesmo espaço, onde há uma perda da relação face a face dos indivíduos. No entanto, a cidade perde parte de sua essência, sua capacidade de agrupar pessoas diferentes em um mesmo espaço. Para Canclini (2008:285), a expansão urbana foi um dos fatores que intensificaram essa hibridação.

O espaço público tem uma gradativa perda de sentido. Parece que as coisas todas acontecem pela televisão, ou podem ser acessadas pela Internet sem a necessidade de contato físico direto. Ao mesmo tempo, parece que o indivíduo hoje pode mais facilmente interagir com outras pessoas, tendo a possibilidade de experimentar diversas visões de mundo, um mundo de livre escolha. No entanto, parece que ele vive fechado em grupos - grupos que se identificam, mas que ao mesmo tempo tem medo da dimensão que a cidade tomou.

As culturas urbanas têm uma característica muito própria, se formam em uma nova dimensão de tempo e espaço. A mobilidade e o intercâmbio de informação e até mesmo de cultura que as novas tecnologias propiciaram, são elementos bastante significativos na

formação e para entendimento da sociedade contemporânea. Com a globalização e a evolução dos meios de comunicação, as pessoas não precisam mais necessariamente de um espaço físico para se relacionarem e, com isso, a relação com o tempo e o espaço se transforma. Segundo Cesnik e Beltrame (2005: 6) as novas tecnologias de comunicação imprimem novo ritmo à sociedade, sendo que estes novos meios não são causas das mudanças sociais, mas sim potencializadores. Em consequência a essas mudanças a cidade vai se fragmentando. Esse progressivo esvaziamento dos espaços públicos leva a perda do sentido dos mesmos. (Reyes, 2005:23)

Durante muito tempo a cidade foi palco de protestos, reivindicações, passeatas, etc. Hoje isso já não mais acontece. Esses movimentos populares, foram de certa maneira se perdendo em um mundo onde a maior dominância é dos meios de comunicação massivos.

Canclini (2008:286) destaca que a urbanização das cidades cresce junto com o anonimato de produção e com o crescimento dos meios massivos de comunicação, e isso de certa forma modifica o vínculo privado e público. Para ele a perda de sentido da cidade e o progressivo esvaziamento dos espaços públicos, estão ligados à dificuldade de convocar e realizar trabalhos coletivos não rentáveis ou de retorno econômico duvidoso. Com a evolução da sociedade de consumo, o Estado vem perdendo espaço e atribuições, bem como as estruturas macrossociais. Consequentemente, os cidadãos se tornam cada vez mais individualistas e há uma perda do senso de coletividade, onde não há movimentos de união que visam a um objetivo comum. Isso se reflete no descaso com o espaço público, no crescente individualismo e na falta de respeito e aceitação do diferente. Segundo Barbero (2004:7), hoje as cidades são planejadas para que os cidadãos circulem, passem rápido, e não mais para que se encontrem.

Para Canclini (2008:288) a esfera pública da atualidade é uma representação clara da sociedade de consumo, onde as decisões são tomadas visando a maior rentabilidade, eficiência e movimentação do mercado. Assim, de certa forma, é o próprio mercado que gere o mundo público e faz dele um espaço de representação de status. Segundo o autor, dessa forma as identidades coletivas têm dificuldade de se constituir através da cidade. Segundo Reyes (2005:31), hoje vivemos a cultura das mídias, que se caracteriza pela fragmentação da informação.

No entanto, a mídia ao mesmo tempo em que fragmenta, que permite o não convívio direto entre as pessoas, por outro lado religa a sociedade ao tornar público questões de interesse comum. Os meios massivos de comunicação também são capazes de convocar os cidadãos para algumas causas e unificá-los em determinados momentos (Canclini, 2008:289). Assim a mídia dá um sentido de unidade entre os cidadãos. As mídias, em especial as digitais, pautam maneiras espaciais e temporais distintas. A limitação territorial é superada e passamos a viver em uma sociedade com uma gama de possibilidades, uma sociedade sem limites (Reyes, 2005:31), onde a uma ampliação de contato com outras culturas e sociedades. Canclini (2008:302) destaca que vivemos um mundo fragmentado.

As informações recebidas através das mídias frequentemente são debatidas em âmbitos restritos, como na família, por exemplo, e quase toda a sociabilidade se dá em âmbitos mais íntimos e não mais publicamente. Assim, permitem a não convivência física entre os indivíduos e promovem a convivência em núcleos mais fechados. As pessoas se utilizam das redes para conviver com a diversidade, com o diferente e ao mesmo tempo ter contato com aqueles a que se assemelham. Dessa forma, as mídias contemporâneas convertem o espaço doméstico em virtual. Não são raros os casos de famílias que se comunicam através de bate papos *on line* dentro de uma cidade, ou dentro de uma residência. Segundo Barbero (2004), hoje as pessoas estão sempre em casa, sem estar. Ou seja, sem estar ligado ao espaço físico e sim ligado a uma dimensão virtual.

Dessa forma, hoje vivemos uma nova dinâmica urbana. As pessoas que antes dividiam um espaço em comum o qual conheciam bem, passam a manter uma relação um pouco mais dispersa nos grandes centros urbanos. A violência, a insegurança e até mesmo a incapacidade de abranger e se apropriar da cidade como um todo, faz com que as pessoas mantenham relações mais íntimas. Os indivíduos que vivem nos centros urbanos raramente conhecem a cidade por inteiro. As pessoas, cada vez mais, interagem com pequenos setores da cidade, como por exemplo, o bairro onde moram, o bairro onde trabalham e as pessoas com as quais se identificam mais em uma espécie de sociabilidade seletiva, modificando as relações entre as pessoas e dessas com o espaço público e privado. (Canclini, 2008:286)

Contudo, Reyes (2005:24) salienta que a vida pública tem a capacidade de acostumar o cidadão a correr riscos. E que apesar das pessoas procurarem aqueles com os quais se reconhecem, a essência do espaço da cidade é conjugar as diferenças, fazer com que nos

sintamos à vontade com a diversidade. Contudo, a sociedade atual parece correr no sentido contrário a esse conceito.

Segundo Barbero (2004:3), a cidade com sua nova dinâmica urbana, nada mais é do que a representação da sociedade da informação. Como é observado por Reyes (2005:30) houve uma mudança da relação de tempo e espaço, e a sociedade se reorganiza de forma diferente. Hoje, além de não haver mais a necessidade de um espaço físico para que as pessoas possam manter contato entre elas, também é muito mais fácil manter contato com outras culturas.

O espaço público está perdendo campo para o espaço privado. Hoje o espaço privado também permite a convivência com a diversidade, mas não com a dinâmica proporcionada pelos espaços públicos das cidades. O espaço privado nos permite conviver com o igual, a comodidade e o conforto, mas o espaço público, por outro lado, nos acostuma a conviver com o diferente, e também nos ensina a correr riscos e conviver no meio da multidão.

A diversidade no âmbito privado pode ser mediada, controlada, organizada, as pessoas vão em busca do que procuram objetivamente. Por outro lado, conviver com a diversidade no espaço público é conviver com o inesperado, de forma que não pode ser controlada ou organizada, é conviver com aquele que passa pela rua, com a heterogeneidade da multidão, e também com a sua própria dissolução no todo. Enquanto no meio da multidão nas ruas e cidades podemos ser apenas mais um, no conforto do nosso lar somos nós, não necessariamente nós mesmos, mas nós como elemento central das relações estabelecidas, reforçando o individualismo.

Em síntese, os espaços dos centros históricos se esvaziam ao longo do tempo, perdendo dinâmica para novos centros de lazer, comércio, serviços e novas práticas sociais. No entanto, a estruturação física fica em quase toda a sua totalidade, com a presença de monumentos e edificações históricas e com alguns acréscimos contemporâneos. Haja vista que muitas das edificações de valor histórico permanecem, mas não conseguem retomar sua atividade de origem. Esse é o caso de diversas edificações em Porto Alegre/RS, destacando-se a situação do Cinema Capitólio, em que a estrutura física é totalmente mantida, mas não se estrutura mais como cinema devido à alteração da lógica social contemporânea – os cinemas estão dentro de shopping centers e não mais nas ruas da cidade.

A questão que se coloca é como reanimar ou revitalizar esses espaços que outrora foram o cerne da dinâmica urbana? Em que condições? A partir de quais referenciais?

Essa é uma situação complexa e de difícil definição objetiva. Nessa perspectiva, propõe-se uma reflexão dessa problemática a partir da lógica de planejamento e/ou projeto de cenários.

2.3 CENÁRIOS PELO DESIGN COMO OPERADORES SOBRE O TERRITÓRIO

A lógica de planejamento e/ou projeto de cenários, opera sob a ótica da complexidade. Trabalha com a ideia de sistema aberto. Segundo Morin (2008:32), a maneira de entender o sistema não está apenas nele próprio, mas também na sua relação com o meio, sendo esta relação constitutiva e não apenas de dependência entre os elementos. Dessa forma, sob a ótica da complexidade são sempre levados em conta os acasos. Não há nada que seja isolado, todos os elementos correspondem a uma determinada instância, mas há uma pluralidade de instâncias e cada uma delas é decisiva e ao mesmo tempo insuficiente, que está sujeita à outra, abrangendo um determinado grau de incerteza.

Assim a complexidade lida com a incerteza, relacionando sistemas semialeatórios que são até determinado ponto inseparáveis dos acasos que podem vir a existir. Para Morin (2008:139), a ideia de complexidade contempla a impossibilidade de unificar, a impossibilidade de conclusão e também certa medida de incerteza e de indecibilidade. Dessa forma, o autor observa que sistemas de alta complexidade podem não se desintegrar através de sua capacidade de gerar soluções para os problemas que se apresentam nele mesmo.

Morin (2000:38) destaca que a complexidade opera em todos os sistemas inclusive nas ciências físicas, pois para desenvolvê-las são elaborados sistemas de ideias e esses são sistemas abertos. Dessa forma, para o autor, todo o conhecimento funciona como uma espiral sem fim e se faz necessário reconhecer o singular, ou o local, mas não isolá-lo de uma ótica universal. Em outras palavras, os elementos não são simplesmente colocados lado a lado, eles interagem entre si.

Sob essa ótica Morin (2000:69) destaca que os elementos na verdade operam e devem ser estudados através da transdisciplinaridade, o que não quer dizer que cada disciplina irá perder sua competência ou sua área de abrangência, mas desenvolverá sua competência o suficiente para articulá-la com as outras de forma que operem em uma cadeia.

O autor observa que toda e qualquer ação, ao entrar no mundo e interagir com os outros elementos já existentes, rapidamente sofre influência desses e conseqüentemente escapa do domínio de seu autor. Assim suas conseqüências são de difícil previsão, podendo desencadear processos imprevistos.

Morin (2000:136) destaca que o desafio da complexidade é permanente e extremamente atual. Pois hoje em dia os problemas são cada vez mais interdependentes e cada vez mais globais, talvez até porque tenhamos tratado os elementos compartimentados até então, hoje vemos que eles se correlacionam e interagem e se faz necessário vê-los e analisá-los assim.

Para o autor um dos maiores erros de nossos tempos é o pensamento redutor, pois ele representa apenas a realidade do que pode ser isolado para ser analisado e estudado, dissolvendo a complexidade. Assim, o pensamento simplificador/redutor não relaciona os elementos e para Morin (2000:175) não trabalham duas noções essenciais da atualidade, o indivíduo e a sociedade.

Portanto, a complexidade é em sua essência uma forma de pensar que trabalha e revela as incertezas, e é capaz de gerar uma organização entre os elementos. Sendo capaz de reunir, contextualizar, globalizar, mas ao mesmo tempo tem a habilidade de reconhecer o singular, o local, o individual. Morin (2000:207) observa que o conhecimento e a ciência devem se utilizar da abstração, mas também devem se utilizar do contexto, permitindo que as relações entre os elementos sejam considerados. Para o autor, a complexidade trabalha com a incerteza e é capaz de gerar organização entre os diversos elementos.

O planejamento/projeto de cenários compreende a realidade como um prisma multifacetado e não como uma linha determinista de causa-efeito. Sendo assim, a construção de cenários nos permite trabalhar com as incertezas e com múltiplos elementos externos que venham a interferir em determinado objeto, permitindo uma maneira de abarcar inúmeras possibilidades.

A ideia de construção de cenários é originária da área de planejamento estratégico e vem sendo incorporada pelo design estratégico, desenvolvendo a capacidade de prever possibilidades futuras e operando sobre objetos em transformação em contextos complexos.

Os cenários podem ser utilizados nas mais diversas situações, no entanto, geralmente sua aplicação é utilizada em situações de difícil previsão. Para Reyes (2010:3) o que pode de forma clara ser previsto não precisa de cenários, pois de certa forma seu futuro já está explícito. Os cenários trabalham com as incertezas futuras e não com as certezas. A construção de cenários nos dá a possibilidade de construir estratégias criativas e consistentes para o que possa vir a acontecer.

Moutinho (2006: 176) considera que o futuro não é previsível, mas que existem elementos e estruturas que permitem desenvolver teorias de porque as coisas acontecem e como acontecem. O autor destaca que nesse contexto não existe uma única resposta, mas elementos predeterminados que podem ser articulados de diferentes formas. No entanto, o autor destaca que esta articulação não se dá de forma linear e sim de forma complexa. Como é observado por Reyes (2011:11), trabalha-se através de um sistema aberto em constante transformação.

Para Moutinho (2006:176), o futuro é incerto e desconhecido, mas não totalmente. Segundo o autor com base na realidade e em algumas tendências, visualizamos futuros improváveis e futuros possíveis e, a partir disso, somos capazes de tomar decisões e planejar ações, sendo esta uma condição inerente aos seres humanos.

O autor destaca que a ferramenta de construção de cenários não busca adivinhar qual será o futuro, mas construir inúmeros cenários que sejam plausíveis, segundo ele é preciso distinguir o que é plausível do que é possível. Em uma construção de cenários surgirão cenários plausíveis, mas não necessariamente realísticos e nem tão óbvios, um tanto improváveis, mas plausíveis. Isso seria um dos principais objetivos da construção de cenários: desafiar os modelos mentais pré-existentes, pois essa é uma abordagem subjetiva do futuro que considera crenças, percepções e ações no processo de construção.

Van Der Hijden (2009:102) observa que a ideia de construção de cenários é como construir “memórias do futuro” de determinada instituição ou objeto de estudo, buscando

perceber seu ambiente presente e possibilidades futuras. Dessa forma, os cenários estruturam e articulam dados relacionados ao futuro em várias histórias.

Moutinho (2006:178) observa que para construir cenários é preciso antes de tudo definir a decisão a ser tomada, o problema ou situação a ser avaliada, ou seja, o objeto do cenário.

O modelo de construção de cenários proposto por Reyes (2010:6), é caracterizado por um modelo mais flexível e aberto que utiliza o erro como dado de projeto, o que nomeia de linhas de fuga. Assim, ele propõe um modelo baseado em um sistema aberto, podendo ser revisado em qualquer momento, ou seja, um modelo capaz de garantir a dinâmica dos objetos complexos como o território, por exemplo.

O método utilizado pelo autor parte de um *briefing* proposto. A partir disso, parte-se para uma pesquisa de imagem sobre os contextos relevantes (como por exemplo, pesquisa de mercado, pesquisa de público e pesquisa físico - espacial) do objeto em questão.

Em um segundo momento, esses dados são observados e acrescidos de eventuais informações relevantes que não surgiram nas pesquisas. Posteriormente, é proposto um *brainstorming*, onde imagens são identificadas sem restrição. Em seguida, essas imagens são organizadas por campo semântico por similaridade, buscando organizar um “conceito-síntese”.

Esses conceitos são reorganizados e lhe são atribuídos valores através de uma análise SWOT. SWOT é um instrumento que tenta identificar forças e fraquezas internas, e oportunidades e ameaças externas que influenciam direta ou indiretamente o objeto em questão.

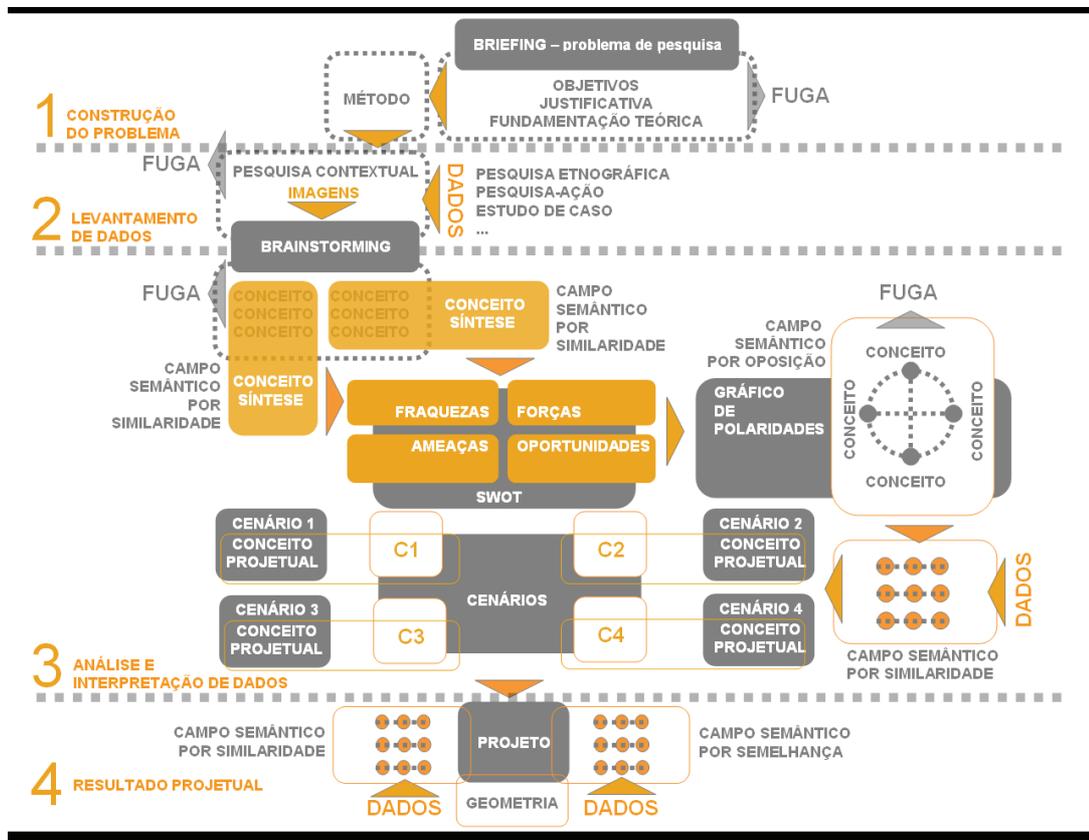
Moutinho (2006:178) salienta que nesse momento, são levantadas as principais forças motrizes que atuam estruturalmente na realidade e que são importantes para as decisões e desdobramentos futuros. Forças motrizes são aquelas que atuam de forma estrutural na realidade e impactam sobre o futuro. Elas podem ser elementos pré-determinados (os quais dão uma visão muito clara de que impacto podem gerar no futuro) e incertezas críticas (que são aquelas que não nos dão uma pista clara de como se relacionarão com o futuro).

No entanto, as incertezas críticas têm uma relevância maior na construção de cenários, pois os elementos pré-determinados nos dão uma visão mais clara de que forma interferirão no futuro, enquanto as incertezas críticas nos permitem operar com elementos que não nos dão muitas pistas de como se articularão com a realidade futura.

A partir dos dados gerados por essa análise, foca-se nas forças e oportunidades que serão organizados em um gráfico de polaridades, levando em consideração as oposições semânticas. Esses dados serão utilizados como estímulo para a etapa “campo semântico por similaridade e parentesco”, que busca ampliar as imagens associadas ao objeto. Essa etapa é aprofundada através de uma pesquisa desk.

Depois dessas etapas, parte-se para a construção de cenários em si. Os cenários são construídos a partir do desenvolvimento de conceitos – chave que surgirão nas etapas anteriores, cruzando os conceitos que surgirão no gráfico de polaridades com uma história que simula a situação futura.

Figura 1: modelo dinâmico e sistêmico do método de planejamento e/ou projeto por cenários.



Fonte: REYES, Paulo (2011:12).

A descrição dos cenários é feita geralmente em linguagem jornalística no tempo presente como algo que está ocorrendo, buscando facilitar sua comunicação e entendimento, e também lhe atribuir veracidade. Os cenários são descritos por meio de histórias, como se fossem enredos. Os enredos permitem com mais facilidade identificar lacunas de entendimento e dão mais credibilidade ao que está descrito (Moutinho, 2006:180).

Para Moutinho (2006:180), a construção de cenários centra-se no processo de imaginarmos e analisarmos o mundo em nossa volta em torno do objeto em cada uma das possibilidades, ou quadrantes que surgem a partir das pesquisas, gráficos e análises. O autor destaca que quanto mais a frente é o que buscamos visualizar e criar cenários, mais nos desprendemos do mundo de hoje. Sendo assim, a construção de cenários é um exercício de imaginação e criatividade. Reyes (2010:12) observa, que precisamos sempre ter em mente que os cenários são projeções e trabalham com a incerteza do ambiente futuro e não com a

previsibilidade clara e objetiva. Assim, é preciso levar em consideração as mais diversas situações e ocorrências futuras.

2.4 PATRIMÔNIO COMO CENÁRIO POSSÍVEL

Um cenário possível que surge na busca pela reapropriação e dinamização dos territórios, em especial dos espaços públicos hoje esvaziados, é via patrimônio histórico/cultural. Isso se dá através de projetos que visam restaurar os bens culturais das cidades, e assim lhe destacar o caráter de valorização histórica, objetivando a geração de cultura de regiões essenciais para a formação das cidades. Segundo Funari (2001:23) e Pelegrini (2006:1) a noção de patrimônio advém do latim, como o que é herdado do pai ou dos antepassados. Ou seja, patrimônio histórico/cultural está ligado à ideia de herança cultural.

Assim surge uma tendência mundial, muito explorada no Brasil, de reabilitar o passado através do patrimônio, em especial através do restauro dos centros históricos. No entanto, convém ressaltar que restaurar determinada edificação ou espaço público não necessariamente irá revitalizar e dar nova dinâmica a determinada localidade. Também há uma busca por diferenciar os grandes centros urbanos, que com a globalização, como já foi mencionado anteriormente, foram se fragmentando e também se tornando palco do internacionalismo. Dessa forma, há uma busca pela retomada do local em uma espécie de busca pela diferenciação. Segundo Canclini (2008:326), ao mesmo tempo em que os indivíduos enaltecem a cidade cosmopolita, também buscam fixar signos que identifiquem o espaço como único. A troca de simbologias locais e internacionais, através das indústrias culturais e da expansão urbana é inevitável, mas há um questionamento pela identidade local.

Jeudy (2005:16) observa que atualizar o passado é uma forma de não perdê-lo, mas que reabilitando há uma diferença temporal que não é respeitada. Hoje, o passado, o presente e o futuro se misturam e se reproduzem constantemente. Para o autor, um dos princípios fundamentais da preservação do patrimônio é a busca de uma identidade local, uma imagem própria dentro do mundo globalizado. Segundo Jeudy (2005:26), a ideia de patrimonializar na busca de uma identidade local tornou-se uma retórica, onde o patrimonializar não é uma opção e sim uma necessidade. Segundo Sarlo (2005:97), a relação com a história das cidades e regiões se dá através do público e da memória coletiva institucionalizada. Contudo, parece

que esse fenômeno é como uma oposição à globalização, funcionando como uma defesa contra a perda de identidade local ou regional.

Segundo Lipovetsky (2004:87), hoje a consciência do patrimônio histórico é intensificada e a nostalgia e a antiguidade se transformaram em elementos comerciais e ferramentas mercadológicas. Para o autor, as áreas históricas das cidades são enfeitadas, arrumadas e transformadas em produto de consumo cultural e turístico, e se tornam representação do avanço do capitalismo cultural e da mercantilização da cultura. Contudo, o restauro dessas áreas pode levar as cidades ao processo de museificação, tornando uma instituição dinâmica (a cidade), estática.

Para Lipovetsky (2004:86) o processo de museificação se dá dentro de um frenesi histórico – patrimonial e comemorativo, típico da sociedade contemporânea, na busca de identidades locais, nacionais, étnicas e religiosas. Hoje, todos os objetos e signos são dignos de serem transformados em museus ou peças de museu.

O autor destaca que a valorização do antigo, essa museificação, está diretamente ligada à economia, aos critérios de rentabilidade, e não a um verdadeiro espírito cívico ou nacional. As comemorações e a patrimonialização são exploradas por indústrias que visam à rentabilidade. O fato de restaurar determinado monumento ou prédio envolve o mercado, não só na busca por integrar o mercado internacional de turismo, mas também através de encargos que são pagos para que isso possa acontecer. Para Lipovetsky (2004:87) o antigo foi transformado em produto de consumo cultural e turístico.

Entretanto, a característica da efemeridade, tão presente na sociedade contemporânea, não se apaga nem mesmo quando se trata de resgate histórico, se reafirma em comemorações pontuais, em exposições, desfiles, etc. O autor destaca que o turismo com fins de conhecer pontos históricos de determinadas regiões tem tido sucesso. No entanto, se em determinada época ir a um museu era sinônimo de contemplação e silêncio hoje não é mais. As antiguidades hoje são, segundo o autor, “devoradas” rapidamente. São apreciadas de forma espetacular, em uma sociedade onde tudo vira espetáculo. São formas de consumo de lazer. Na sociedade contemporânea a antiguidade e a nostalgia são ferramentas mercadológicas.

Lipovetsky (2004:89) observa que esse retorno do passado faz parte das relações de hiperconsumo. Hoje não se busca consumir apenas bens materiais, os indivíduos passam a ter

necessidade de consumir bens imateriais também, comprando reminiscências do passado, emoções, lembranças dos tempos passados. Quando lembramos alguma coisa, lembramos de forma romantizada. O passado geralmente parece ter sido melhor, talvez porque consigamos esquecer as coisas ruins da época, e por isso, há essa crescente busca de compra do passado, de ter um pedacinho dos tempos gloriosos. Isso também pode ser observado na tendência de produtos *retrô* e *vintage*.

O autor destaca que as edificações são restauradas, mas também aparatadas com o conforto moderno, sem o qual não imaginamos mais a vida. A consciência e a busca pela revalorização do passado são intensificadas, mas o que produzimos tem menor duração, pois a tecnologia aplicada logo será superada por uma mais moderna. O passado é reabilitado, reciclado, renovado. Assim, o passado também, faz parte de um sistema de moda, como produto de consumo.

Na contemporaneidade, o passado surge como mais alguma coisa para ser um adorno, um enfeite que atrai consumidores. Nessa ótica, o patrimônio histórico, ou como chama Lipovetsky (2004:90), o efeito patrimônio histórico, assume o caráter individualista da sociedade contemporânea. Buscamos o restauro de edificações antigas para que possamos de certa forma “fazer as pazes” com o passado, em busca de nosso próprio bem estar. As cidades cheias de edificações altas, como um mar de concreto e aquelas edificações pequeninhas antigas de poucos andares, merecem um pouco de nossa atenção.

Para Jeudy (2005:10) essa tendência quase obsessiva pelo restauro, tende a petrificar a cidade e assim transformá-la em museu de si mesma. Não permitindo que a cidade se reorganize. O autor destaca que nas últimas décadas a tendência de “culturalização” ou “museificação” vem se acentuando nas cidades contemporâneas. Geralmente, este processo tem início com a patrimonialização de determinados espaços das cidades, buscando a inserção na rede global competitiva de turismo. Convém ressaltar que ao restaurar determinada edificação ou espaço público, não garantimos a revitalização desse espaço, pois a revitalização está diretamente ligada à capacidade dos cidadãos de dar vitalidade à determinada região.

Assim, para que a iniciativa seja válida, é preciso que seja uma iniciativa da sociedade como um todo, de forma que os cidadãos se reconheçam naquele espaço, como o reflexo em um espelho (Jeudy, 2005:147). Os monumentos e edificações antigas precisam estar ligados à

sua história e sua cultura para que aconteça esse reconhecimento. Desta forma o sucesso desses projetos de revitalização tem que estar ligado a uma vontade coletiva (Jeudy, 2005:141). Do contrário, a cidade se tornaria “única” para os estrangeiros, servindo apenas para fazer com que ela entre no circuito global do comércio do turismo.

Contudo, levando em consideração que as cidades são compostas por indivíduos cada vez mais heterogêneos, com culturas distintas, isso sem dúvida dificulta esse processo de reconhecimento de identificação com o patrimônio. No entanto, a maioria dos projetos de restauro não tem uma preocupação com a identificação dos seus cidadãos e sim como uma forma de destacar a cidade para o comércio e turismo mundiais. “O mundo deve se tornar um grande museu para que a identidade, a etnicidade, a alteridade não sejam mais do que rótulos, e que a inovação destas últimas sirva sobretudo para o comércio turístico mundial.” (Jeudy, 2005: 42)

Para Jeudy (2005:21) a museificação do patrimônio cultural urbano se tornou algo naturalizado. Algo que não mais é pensado, mas sim automatizado. Como se fosse obrigatoriedade a conservação. Criando um dito consenso entre teóricos, práticos, instituições e políticos sobre a preservação do patrimônio. Para o autor, assim como para Lipovetsky (2004:89), a revitalização urbana é realizada sob uma mesma estratégia de marketing ou *branding*. Assim, essa estratégia homogênea, torna genérica a busca pela especificidade, e torna a conservação um espetáculo. Contudo, o autor observa que se o patrimônio é tratado como mercadoria, ele perde seu valor simbólico e se torna uma mercadoria como qualquer outra. Assim a ideia de restauro tem uma contradição, tratamos o patrimônio como mercadoria, mas por outro lado, precisamos resguardá-lo da condição de produto para que seja preservado seu poder simbólico.

Jeudy (2005:87), também destaca que o restauro ao pintar, arrumar, na verdade, apaga a história, pois os musgos, rachaduras dos prédios antigos de certa forma contam a história de cada um. O restauro é uma forma de destruição ao criar uma unidade cênica da cidade, uma unidade que não mais existe e tem seu fim substituído. Para o autor, revisitar o passado através do restauro é uma forma de tornar presente o que não existe mais, uma época já perdida, algo como tentar ressuscitar os mortos. “A delicadeza do patrimônio tem a ver com a eternidade de suas cores e de suas rachaduras” (Jeudy, 2005:150). Assim, o restauro seria como criar um cenário, que direciona a história para um único ponto de vista, colocando os

símbolos de diferentes épocas históricas em um mesmo nível, sem distinção de estilo e época de criação.

Para o autor, a tendência à museificação do patrimônio surge na década de 1980, quando houve uma mudança na produção industrial e as antigas áreas industriais foram esvaziadas. Dessa forma, essa tendência surge como artefato político, pois o patrimônio dava consistência aos programas políticos que buscavam preservar a história de determinadas localidades industriais, agora inativas. A partir da preservação do patrimônio industrial a ideia de patrimonialização e museificação se difundiu.

A ideia de patrimonializar é uma forma de preservar a alteridade, a identidade local, as diferentes etnias, ou seja, a heterogeneidade cultural que com a globalização, passa a existir. Contudo, quando isso é utilizado como ferramenta de mercado para o comércio mundial de turismo, acaba gerando uma homogeneidade de turismo cultural não trazendo nenhum tipo de inovação que faça com que a cidade se diferencie das propostas das outras cidades. Segundo Jeudy (2005:41), para muitos lugares que viajamos somos guiados por museus e formatamos uma visão museográfica dos lugares que visitamos.

Jeudy (2005:81) observa que, além dessa obsessão que surge pelo restauro, surge também certa desorganização visual das cidades e que os cidadãos criam seus próprios modos de leitura das cidades. Assim como foi observado por Canclini (2008:304), a hibridação das culturas nas cidades contemporâneas leva a cidade a uma nova gramática. Para Jeudy (2005:82), os projetos arquitetônicos que surgem nas cidades em um primeiro momento, podem até parecer isolados do contexto, mas as cidades têm a capacidade de assimilação destes novos elementos. A relação que os cidadãos mantêm com a cidade é dinâmica e esta é a experiência cotidiana da cidade.

Segundo o autor, na verdade não há necessidade de uma proteção institucional para a geração de cultura, pois as cidades em sua essência, já são capazes de gerar um trabalho artístico cultural. As cidades e os grupos em sua dinâmica são capazes de oferecer e rejeitar materiais que a componham, que a organizem e assim façam sua estética. “São os grupos e o território que permitem a um processo estético elaborar-se como tal.” (Jeudy, 2005: 143). Para Sarlo (2005:10) em condições normais o passado sempre chega ao presente.

O autor acredita que ao criar unidades fictícias das cidades, essas perdem a capacidade de reflexividade. Ou seja, perdem a capacidade de fazer com que os cidadãos se reconheçam naquele território. Essas unidades restauradas, museificadas e idealizadas das cidades, tohem a capacidade de absorção das cidades e as distancia de suas origens individuais e distintas, criando algo como um modelo representativo, de como as cidades devem se organizar, não preservando as individualidades próprias de cada território e impossibilitando a capacidade de se fazer obra de arte de si mesma.

O problema que essas iniciativas de restauro e revitalização dos espaços públicos apresentam, é não dinamizar realmente os espaços restaurados. Geralmente são iniciativas que se preocupam apenas com o patrimônio e não como isso será absorvido pela cidade e por seus cidadãos. Como assumimos anteriormente, o território opera como um objeto complexo e se faz necessário que seja pensado dessa forma. As iniciativas a serem aplicadas nele, não devem ser isoladas de todo contexto econômico e social no qual ele está envolto. Talvez seja interessante, pensá-lo sob a ótica do design estratégico e de um sistema produto, observando que uma proposta para resgate dos espaços públicos nunca estará isolada de todos os contextos que envolvem a cidade.

Operando apenas com a ideia de restauro, sem uma análise aprofundada das relações sociais, corremos o risco de desenvolvermos um processo de museificação como é salientado por Jeudy (2005) e Lipovetsky (2004). A museificação acaba por não revitalizar o espaço, pois a revitalização, que é dar nova vida ou dar novo grau de eficiência a alguma coisa, em outras palavras reabilitar (Oliveira, 2008), requer o reconhecimento dos cidadãos naquele espaço, requer que eles passem a reutilizar de alguma forma aquela parte da cidade hoje esvaziada.

2.5 IDENTIDADE

Dentro desse contexto de globalização, onde muitas cidades começam a ficar semelhantes, há também uma busca pela retomada ou construção de uma identidade, na qual os cidadãos se reconheçam e se identifiquem. Segundo Hall (2001: 76), há uma tensão nas transformações de identidades globais e locais. Para Castells (2000:44), a era da globalização é também a era do renascimento dos nacionalismos e regionalismos.

Hall (2001:68) conceitua globalização a partir de McGreew (1992), sendo esse termo referente aos processos que atuam em um escala global, rompendo fronteiras e conectando comunidades, originando uma nova relação de espaço-tempo. A certa medida a globalização torna o mundo “menor” e diminui distancias culturais, afetando assim também as identidades culturais. Para o autor, a globalização acaba de certa forma homogeneizando as identidades nacionais. No entanto, precisamos levar em conta que a globalização tem sua medida de desigualdade, afetando de certa maneira algumas regiões mais que outras, devido ao seu desenvolvimento sócio econômico.

Para Hall (2001:76), o impacto da globalização gera um novo interesse pelo local, trabalhando numa espécie de retomada do local. Contudo, o autor destaca que o local não deve ser confundido com as velhas identidades que eram firmemente ligadas a determinadas regiões, pelo contrário deve ser visto como elemento que faz parte da lógica da globalização. Por outro lado, o autor destaca que desacredita que a globalização venha a dizimar as identidades nacionais, acreditando ser mais provável que ela venha a criar novas identificações globais e também novas identificações locais. Para ele a globalização se constrói paralelamente ao reforço das identidades locais.

Segundo Reyes (2010:91), a cidade passa por uma transformação de espaço – mercadoria para cidade- mercadoria. Dentro desse contexto as cidades buscam fixar uma identidade, não só para fazer uma retomada do local em relação ao global, mas também buscando atrair investimentos externos e integrar o comércio mundial de turismo. Assim, algumas cidades optam por sediar megaeventos (como foi o caso de Barcelona em 1992), outras investem em arquitetura e cultura (como Bilbao sediando o Museu Guggenheim), outras tentam construir marcas sólidas como é o caso de Nova York, e algumas também buscam recuperação e valorização do Patrimônio Histórico, como é o caso de Porto Alegre, através do restauro de seu centro histórico.

No entanto, Reyes (2010:91) observa que o conceito de identidade traz uma noção de totalidade, não englobando assim a diferença. Considerando isso, o autor observa que os projetos de resgate das cidades, buscando criar uma identidade não seriam eficientes, justamente por não conjugar a diferença. Para Castells (1999:44) as comunidades locais se constroem através de uma ação coletiva e são preservadas pela memória coletiva, contudo essas identidades são elementos que se opõem à nova dinâmica de espaço e tempo.

O autor ainda observa que sob essa ótica a identidade resgataria valores originários da formação das cidades. No entanto, isso não seria possível depois de inúmeras transformações pelas quais a sociedade passou ao longo do século XX.

Segundo Hall (2001:16) em acordo com Canclini (1998:283), as sociedades atuais se caracterizam pela diferença. Dessa forma para o autor, considerando esse fato, é mais plausível falar em identidades, caracterizando essa pluralidade, e não mais em identidade no singular. Assim, Hall (2001:24) destaca que a identidade hoje é aberta, contraditória, inacabada e fragmentada. Segundo o autor, durante muito tempo as velhas identidades mantiveram o mundo social estável, mas hoje elas se encontram em declínio e assim surgem essas novas identidades fragmentadas e relativas ao indivíduo moderno, até então conceituado como sujeito unificado.

Castells (2000: 22), assim como Hall (2001:39) considera a identidade como um processo em construção e contraditório, pois garante várias identidades em um eterno tensionamento. Segundo o autor, se tem a ideia de que identidade é a fonte de significado e experiência de um povo. No entanto, em sua concepção, identidade é um processo de construção de significados com base em um atributo cultural, ou atributos culturais inter relacionados que se destacam sobre outras fontes de significado. Ainda segundo o autor, identidades são fontes de significados criadas pelos indivíduos e construídas através de um processo de individualização. Hall (2001: 47) destaca que na atualidade, as culturas nacionais dos lugares onde nascemos são uma das principais fontes de identidade cultural, mas não a única. O autor ainda destaca que a identidade não está em nossa genética.

Há uma passagem no romance histórico “Nos confins do mundo” de Harry Thompson que ilustra isso. O livro trata das expedições de exploração da Patagônia realizadas pelo Capitão inglês Fritz Roy no lendário Beagle. Em uma primeira expedição Fritz Roy leva para a Inglaterra quatro indígenas que nunca haviam tido contato com a dita civilização. Um deles, apelidado pelos marinheiros como Jemmy Button, é o que mais se integra e se deslumbra com os ingleses, no entanto não se torna um inglês de fato. Após três anos em nova expedição Fritz Roy leva de volta à Patagônia os indígenas. Em seu primeiro contato com um conterrâneo Jemmy Button, vestido como um inglês entra em pânico, pois não entende a língua que eles estão falando quando questionado por Fritz Roy ele diz que esqueceu sua língua, pois foi para a Inglaterra muito jovem e não precisou dela por muito tempo e agora o Inglês é sua língua e diz estar com medo de ficar naquele lugar. Um ano depois Fritz Roy

encontra novamente com Jemmy Button já casado, sua esposa fala inglês, pois essa é a língua que Jemmy Button considera sua, e ele se identifica como um “cavalheiro inglês” e solicita aos ingleses roupas, pois têm vergonha de ficar desnudo. Ao ser convidado por Fritz Roy para voltar à Inglaterra Jemmy responde: “O lar de Jemmy é aqui. Sou cava’eiro inglês, Cap’tam Fritz’oy, mas o lar de Jemmy é aqui. O senhor entende?” (Thompson, 2005:386)

Para Castells (2000:84) as culturas nacionais/locais algumas vezes tentam retomar o passado, buscando uma espécie de regresso para o tempo que já passou e ao mesmo tempo tentando resgatar as antigas identidades. No entanto, é preciso observar que isso não é mais possível considerando a composição social contemporânea. O autor destaca que não importa a diferença entre os cidadãos, a tentativa de retomar e institucionalizar uma identidade nacional/local é uma maneira de homogeneizar a heterogeneidade existente nas cidades hoje. De certa forma a busca por uma identidade que unifica a cidade ou país, acaba não respeitando a constituição de culturas híbridas.

Como pudemos observar, as cidades vêm se transformando e refletindo as características do mundo globalizado. Tornando-se cada vez mais ecléticas e heterogêneas, mas por outro lado cada vez mais homogeneizadas em sua configuração visual, sendo atravessadas por marcas transnacionais, shoppings centers e grandes edificações. Hoje a troca cultural no mundo é mais intensa, não só através dos meios de comunicação, mas também através da mobilidade física que os novos tempos nos permitem. É cada vez mais comum encontrar nas cidades pessoas que não nasceram lá, mas que por motivo de trabalho, estudo ou vontade vivem nela.

Outra característica que surge é o esvaziamento dos espaços públicos. Com a criação dos novos meios de comunicação, em especial a Internet, as pessoas hoje necessitam cada vez menos do espaço físico para se comunicar e conseqüentemente os espaços públicos sofrem um progressivo esvaziamento. Nesse contexto as áreas centrais das cidades, áreas geralmente de formação inicial das cidades, que abrigavam o centro econômico têm sua função deslocada para os bairros e shoppings centers.

Em contrapartida, a essa “internacionalização” surge um movimento pela busca da retomada do local, ou a busca por uma identidade local. A busca pelo local surge quase como uma defesa à globalização, mas também como uma forma de ter um atrativo que viabilize o turismo e movimente a economia.

Uma tendência mundial que se manifesta nessa busca é a retomada pelo passado. Muitas cidades tentam encontrar e criar uma identidade promovendo o restauro do seu patrimônio histórico, como é o caso de Porto Alegre/RS. Em uma tentativa de revitalizar os espaços públicos esvaziados, principalmente os centros históricos.

No entanto, essa retomada do passado pode levar as cidades à museificação como é defendido por Jeudy (2005), ao não criar uma dinâmica nesses espaços restaurados e conseqüentemente não os revitalizando, ou seja, trazendo nova vida. Para que essas iniciativas obtenham êxito, os espaços sejam dinamizados, e não sirvam apenas para atrair turistas é necessário que haja uma vontade coletiva e uma identificação dos cidadãos com as iniciativas. No entanto, como já observamos as cidades são cada vez mais heterogêneas, com cidadãos de diferentes culturas convivendo em um mesmo espaço e isso dificulta esse processo de identificação com o patrimônio histórico.

Por outro lado, muitos projetos de revitalização do patrimônio não têm uma real preocupação com a identificação dos cidadãos em relação a ele. A maior preocupação é geralmente pensar uma forma de destacar a cidade para que seja reconhecida mundialmente o que gera uma contradição, pois isso só se dará de fato com o reconhecimento de seus cidadãos. Assim, as cidades acabam por criar unidades cênicas e segundo Jeudy (2005:87) inviabilizam a capacidade de absorção das cidades, de novos elementos e conseqüentemente sua capacidade de reflexividade.

Outra problemática que surge dentro desse contexto, é a busca por uma identidade local. Como foi possível observar através de Hall (2001), Castells (2000) e Reyes (2010), trabalhar nos dias de hoje com a ideia de identidade é um tanto confuso, considerando que as cidades hoje são heterogêneas em seus cidadãos, o conceito traz em si uma noção de totalidade. Como foi observado pelos autores, melhor seria trabalhar com a ideia de identidades que caracterizaria a pluralidade. A identidade de uma cidade não deve ser pensada como algo fechado e sim como um conceito aberto e em constante transformação.

Dentro dessa ótica também é complicado tentar resgatar velhas identidades. Antigamente as identidades eram firmemente ligadas a determinadas regiões e aos cidadãos que ali haviam nascido e vivido. Contudo, considerando as inúmeras transformações pelas quais a sociedade passou ao longo do século XX, hoje essa antiga identidade não funciona mais, pois não abarca

as características da sociedade contemporânea. Hall (2001:47) destaca que a identidade não está armazenada em nosso código genético.

Assim a busca pela retomada do local ou pela construção de identidades locais, talvez possa ser pensada através da lógica de planejamento e/ou projeto de cenários, considerando que o território é um objeto complexo. Como salientamos anteriormente, o planejamento e/ou projeto de cenários, opera sob a ótica da complexidade com a ideia de um sistema aberto em constante transformação, considerando a relação constitutiva do objeto com o meio e não apenas uma relação de dependência, trabalhando com a influência dos acasos e incertezas. Dessa forma é possível trabalhar com inúmeras possibilidades.

Através desse prisma a busca pela construção de identidades locais através do patrimônio, surge como uma situação complexa e um tanto subjetiva. Não basta simplesmente restaurar o patrimônio das cidades, se faz necessário que esses espaços esvaziados adquiram nova dinâmica e para isso é preciso que se crie um envolvimento coletivo de seus cidadãos.

3 MÉTODO

Conforme visto anteriormente, os espaços públicos vêm sofrendo um progressivo esvaziamento, devido a mudanças sociais e econômicas. Existem várias possibilidades para a retomada desses espaços, uma delas é via patrimônio histórico, através do restauro de edificações antigas relevantes para o contexto de determinada cidade. Porto Alegre/RS se insere nesse contexto, fazendo o restauro de seu centro histórico através da atuação do Programa Monumenta. Assim, essa pesquisa objetiva avaliar as possibilidades de crescimento e geração de dinâmica no território da cidade, através do restauro de seu centro histórico.

Para realizar esta pesquisa de cunho qualitativo, planejamos realizar um Estudo de Caso Exploratório sobre o objeto: Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS. Para o desenvolvimento do estudo de caso serão abordadas as seguintes instituições ligadas ao programa Monumenta: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Secretaria Municipal de Cultura (SMC); Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Estadual (IPHAE) e o próprio Projeto Monumenta em Porto Alegre; buscando entender como o projeto funciona, quais suas ações e quais são seus objetivos ao trabalhar o restauro do centro histórico da cidade.

Também será abordado o público frequentador do centro histórico da cidade. O objetivo de trabalhar com o público frequentador, é verificar como esse projeto é recebido pela população, e se é de fato compreendido e percebido da mesma forma, como é visto pelas instituições que são ligadas a ele.

Para a realização da pesquisa, será desenvolvida uma moldura interpretativa para a execução do Estudo de Caso. Essa moldura interpretativa é definida por dimensões ou categorias resultantes da teoria de Design Estratégico. Os conceitos que constituem essa moldura são: estratégia, produto, serviço e comunicação. Sendo assim, todas as questões estão organizadas a partir desses conceitos, como segue.

1. ESTRATÉGIA:

1.1. **Questões a serem levantadas com as instituições:**

- 1.1.1. O projeto Monumenta restaura as edificações públicas e incentiva o restauro das edificações privadas. Quais os critérios para a determinação do que deve ser restaurado?
- 1.1.2. Entre os objetivos do Projeto Monumenta está incluída a ideia de dinamizar as regiões restauradas? De que forma?
- 1.1.3. O projeto Monumenta tem uma lógica abstrata e global, mas que atua localmente. Como ele garante as diferenças regionais?
- 1.1.4. O que é global no projeto?
- 1.1.5. O que é local no projeto?
- 1.1.6. Como é determinado o uso a ser dado as edificações públicas depois de restauradas?
- 1.1.7. A ideia de resgate de uma identidade histórica está presente no projeto?
- 1.2. **Questões a serem levantadas como público Frequentador?**
 - 1.2.1. Você conhece o projeto monumenta?
 - 1.2.2. Você sabe o que o projeto monumenta faz?
 - 1.2.3. Quais prédios e espaços públicos você sabe que foi restaurado pelo projeto monumenta?

2. PRODUTO

- 2.1. **Questões a serem levantadas com as instituições:**
 - 2.1.1. Como é feita a manutenção das edificações restauradas?
 - 2.1.2. O projeto Monumenta tem uma duração de intervenção de 10 anos. Após esse período as edificações passam aos cuidados da prefeitura ou governo estadual novamente. Há algum tipo de acordo prévio para manutenção dos objetivos do projeto em relação à preservação de edificações e monumentos públicos?

2.2. **Questões a serem levantadas como público Frequentador?**

2.2.1. Você sabe qual é o centro histórico de Porto Alegre?

2.2.2. Você acredita que o Projeto colabora para a revitalização do centro histórico de Porto Alegre?

3. SERVIÇO

3.1. **Questões a serem levantadas com as instituições:**

3.1.1. Como o projeto envolve a população local em suas ações?

3.1.2. As populações das cidades são cada vez mais heterogêneas, como o projeto tenta acolher esse público tão diverso?

3.1.3. O resgate de uma identidade histórica visa à inserção da cidade no mercado de turismo?

3.2. **Questões a serem levantadas como público Frequentador?**

3.2.1. Você já participou de alguma atividade promovida pelo projeto Monumenta?

4. COMUNICAÇÃO

4.1. **Questões a serem levantadas com as instituições:**

4.1.1. Como é feita a integração/ relação dos diversos sub projetos que o projeto Monumenta abriga?

4.1.2. Como o patrimônio, as edificações antigas, convive com o atual?

4.1.3. Como é feita divulgação do projeto junto à população de Porto Alegre?

4.2. **Questões a serem levantadas como público Frequentador?**

4.2.1. Você conhece os projetos que fazem parte do Projeto Monumenta?

4.2.2. Como você conheceu o projeto Monumenta?

A coleta de informações com as instituições para o estudo de caso ocorre através de entrevistas, pesquisa documental e com o público será utilizada a pesquisa *survey*.

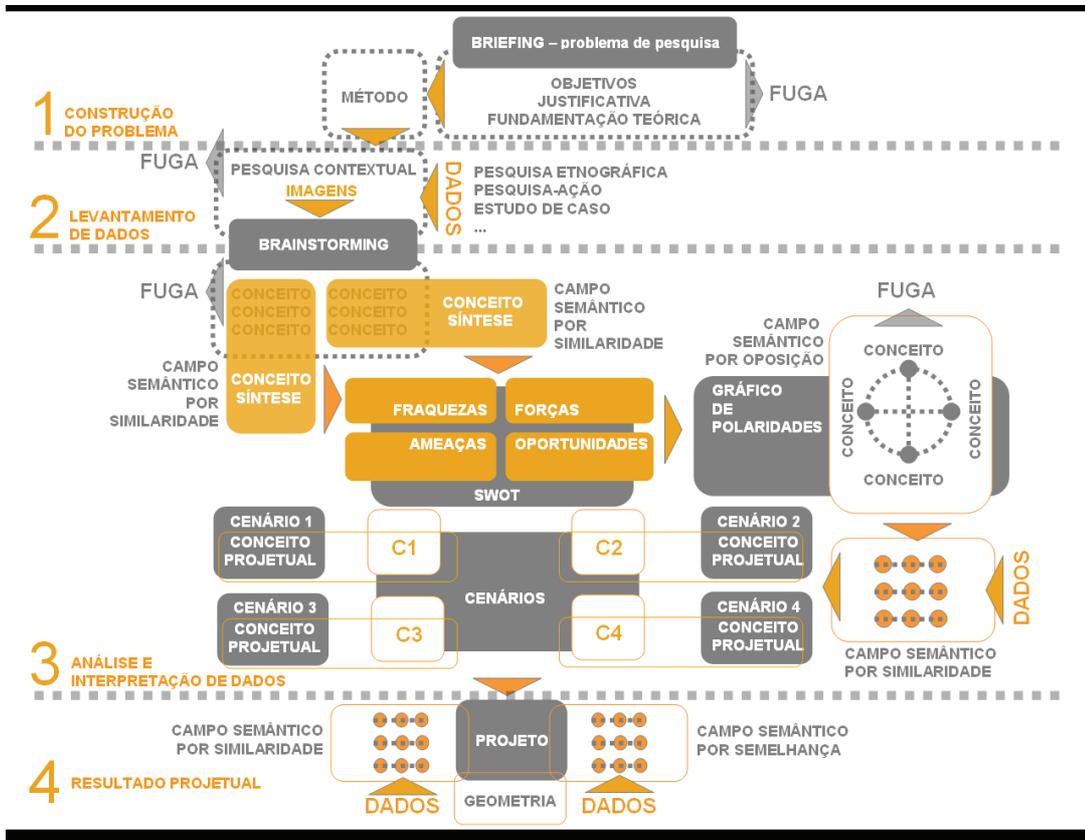
As entrevistas com as instituições são semiestruturadas. Além do roteiro prévio de perguntas, poderão ser acrescentadas novas questões durante o encontro conforme se verificar a necessidade. A pesquisa documental se estrutura através do levantamento de informações de documentos como site, revistas, jornais, material de divulgação, etc.

A *survey* a ser realizada com o público frequentador do centro histórico de Porto Alegre/RS, será estruturada como um questionário fechado de múltipla escolha, que irá medir a satisfação e as escolhas dos entrevistados em relação ao tema. A pesquisa pretende verificar como esse público vê o centro histórico da cidade; se percebe a política exercida pelo Programa Monumenta; e como se utiliza do centro histórico. Para isso será feita uma amostragem com 100 pessoas.

A partir das informações coletadas, trabalharemos com o planejamento e/ou projeto de cenários, buscando visualizar quais são as possibilidades de crescimento futuro de Porto Alegre, através do restauro de seu centro histórico.

Para o planejamento e/ou projeto cenários nos basearemos no modelo, que segue abaixo, desenvolvido por Reyes (2011:12).

Figura 2: modelo dinâmico e sistêmico do método de planejamento e/ou projeto por cenários.



Fonte: REYES, Paulo (2011:12).

O modelo de construção de cenários proposto por Reyes (2010:6), é caracterizado por um modelo mais flexível e aberto que utiliza o erro como dado de projeto. Assim, ele propõe um modelo baseado em um sistema aberto, podendo ser revisado em qualquer momento, ou seja, um modelo capaz de garantir a dinâmica dos objetos complexos como o território, por exemplo.

O método utilizado pelo autor parte de um *briefing* proposto ou da contextualização do problema de pesquisa. A partir disso, parte-se para uma pesquisa contextual que consiste na busca de imagens sobre os contextos relevantes (como por exemplo, pesquisa de mercado, pesquisa de público e pesquisa físico - espacial) do objeto em questão.

Posteriormente, esses dados são observados e acrescidos de eventuais informações relevantes que não surgiram nas pesquisas. A terceira etapa é a etapa de análise e interpretação de dados. Ela é composta por:

- *Brainstorming* - onde imagens são identificadas sem restrição.
- Divisão das palavras por campo semântico- onde essas imagens/palavras/conceitos são organizados por campo semântico por similaridade, buscando organizar um “conceito-síntese”.
- SWOT – é um instrumento que tenta identificar forças e fraquezas internas, e oportunidades e ameaças externas que influenciam direta ou indiretamente o objeto em questão.
- Gráfico de polaridades – A partir dos dados gerados pela SWOT foca-se nas forças e oportunidades que serão organizados em um gráfico de polaridades, levando em consideração as oposições semânticas.
- Construção de cenários –Os cenários são construídos a partir do desenvolvimento de conceitos – chave, que surgirão nas etapas anteriores, cruzando os conceitos que surgirão no gráfico de polaridades com uma história que simula a situação futura.

Os resultados do estudo de caso juntamente com o planejamento e /ou projeto de cenários serão comentados e correlacionados com os conceitos desenvolvidos na teoria.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO NO BRASIL

A preservação do patrimônio histórico no Brasil tem seus primórdios na década de 1930 quando foi criada a Inspetoria de Monumentos Nacionais (IPM) vinculada ao Museu Histórico Nacional. Este órgão visava fazer com que objetos antigos ligados à história e formação da cultura brasileira não fossem levados para fora do país.

Por volta de 1937, no governo Getúlio Vargas, foi criado o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), sendo este ligado à Secretaria da Educação e Saúde. O SPHAN foi criado com a colaboração de modernistas da época como: Lúcio Costa, Carlos Drummond de Andrade, Oscar Niemeyer, Sérgio Buarque de Holanda, Carlos Leão e Manuel Bandeira. (Meira, 2004:4)

Na década de 1940 o SPHAN passou a ser DPHAN (departamento de Patrimônio Histórico e Nacional). Nos anos de 1970 durante a ditadura militar o DPHAN teve papel importante com o objetivo de reforçar as identidades nacionais. Nessa época o órgão foi transformado no que conhecemos como IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Hoje o IPHAN está ligado ao Ministério da Cultura do governo federal.

O primeiro grande programa de preservação e restauro do Patrimônio histórico Brasileiro nasceu em meados da década de 1990 no Brasil, através de uma parceria entre o Ministério da Cultura do Governo Federal, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e a UNESCO que começou a desenvolver um programa de restauro e preservação das áreas históricas do país. Foram fixadas cidades consideradas locais de intervenção prioritária, sendo elas: Olinda (PE), Recife (PE), Salvador (BA), Ouro Preto (MG), Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP).

Em 2000, foi o início efetivo do programa que passou a se chamar Programa Monumenta. Em 2001 foi ampliado o número de cidades beneficiadas pelo programa. Em 2004 o Ministério da Cultura e a Caixa Econômica Federal assinaram um contrato de financiamento para a recuperação também de imóveis privados. Hoje o programa abrange 26 projetos em 26 cidades: Alcântara (MA), Belém (PA), Cachoeira (BA), Congonhas (MG), Corumbá (MS), Diamantina (MG), Goiás (GO), Icó (CE), Laranjeiras (SE), Lençóis (BA), Manaus (AM), Mariana (MG), Natividade (TO), Oeiras (PI), Olinda (PE), Ouro Preto (MG),

Pelotas (RS), Penedo (AL), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), São Cristóvão (SE), São Francisco do Sul (SC), São Paulo (SP) e Serro (MG).

O Programa Monumenta atua nessas cidades durante 10 anos, e visa preservar e restaurar áreas do país consideradas de importância histórica, e estimular ações para a conscientização da população sobre a importância da preservação do patrimônio histórico. O programa também objetiva o desenvolvimento econômico e social das áreas envolvidas, para isto desenvolve atividades de capacitação de mão-de-obra especializada em restauro, formação de agentes locais de cultura, promoção de atividades econômicas e programas educativos. O objetivo do desenvolvimento econômico das regiões é que estas áreas atinjam equilíbrio financeiro, e não necessitem de grandes aportes monetários do governo para a preservação e manutenção das áreas restauradas. Uma das estratégias utilizadas para a busca de equilíbrio econômico, é a criação de novos usos para os imóveis que são restaurados e a incrementação do comércio de turismo nas áreas. (Ministério da Cultura, 2011)

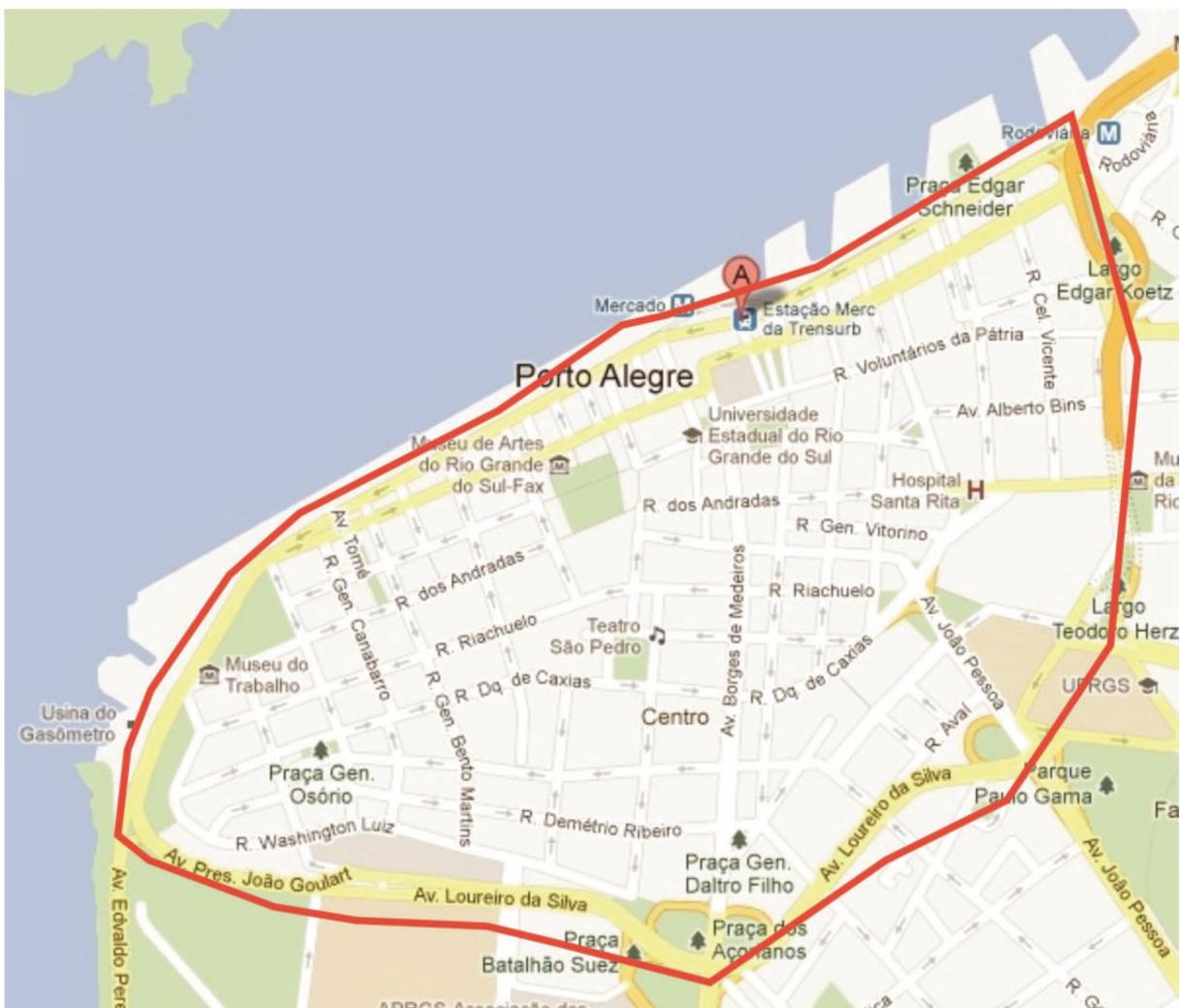
Buscando atingir esses objetivos o Programa Monumenta se Estrutura em cinco pilares principais, sendo eles: “Investimentos Integrados em Áreas de Projetos”, “Fortalecimento Institucional”, “Promoção de Atividades Econômicas”, “Capacitação de Artífices e de Agentes Locais de Cultura e Turismo” e “Programas Educativos sobre o Patrimônio Histórico” (Ministério da Cultura, 2011).

4.2 O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SUA ESTRATÉGIA

Porto Alegre nasceu em 1772, como Freguesia de São Francisco do Porto dos Casais. Nasceu justamente, onde hoje é seu centro histórico, tendo como primeiros espaços públicos de convívio para a população a Praça da matriz, a Praça XV e a Praça da alfândega. Em 1821 deixou de ser freguesia e passou a ser cidade, tendo seu centro bastante desenvolvido e explorado para lazer, comércio e habitação. Com o passar dos anos e o desenvolvimento da cidade, o centro passou aos poucos a ter suas principais atribuições (lazer, comércio e habitação) transferidas para os bairros que se formaram. Dessa forma o centro da cidade foi perdendo um pouco de sua funcionalidade e se destacando mais como espaço de circulação de pessoas e hoje a cidade tenta resgatar seu valor simbólico, tanto que em meados do ano 2008 a prefeitura atribuiu ao bairro o nome de Centro histórico, até então era apenas Centro. O qual tem seu perímetro delimitado nas seguintes ruas e avenidas: Av. José Loureiro da Silva, Av.

João Goulart até seu encontro com a Av. Mauá; desta até a sua convergência com a Av. Presidente Castelo Branco; desta até seu encontro com o Largo Vespasiano Júlio Veppo; deste até o Complexo Viário Conceição (túnel, elevadas, acessos e Rua da Conceição) em seu prolongamento até a Rua Sarmiento Leite; desta até a Rua Engenheiro Luiz Englert; desta até seu encontro com a Avenida Perimetral e desta até a confluência da Avenida Loureiro da Silva. (Prefeitura de Porto Alegre, 2011)

Figura 3: Centro Histórico de Porto Alegre



Fonte: elaborada pelo autor

O Projeto Monumenta veio à Porto Alegre a partir de uma iniciativa da Prefeitura da cidade através do Patrimônio Artístico, Histórico e Cultural (Ephac). A Ephac estruturou o projeto que foi apresentado ao Monumenta na seleção das cidades que iriam fazer parte do

Programa. Em Porto Alegre o Projeto desenvolve o restauro de imóveis públicos, o restauro de imóveis privados e projetos voltados para educação Patrimonial e desenvolvimento sócio econômico. Até hoje já foram feitas 10 obra de restauro em imóveis e espaços públicos, 12 obras em espaços privados, e como projetos voltados para educação patrimonial e desenvolvimento sócio econômico foram desenvolvidos cinco projetos, sendo eles (Ministério da Cultura, 2011):

- O Museu do percurso do negro: esse projeto visa criar marcos em monumentos e pontos históricos essenciais na formação da cidade que tiveram grande influência da cultura afro brasileira. (Furtado, 2007: 81)
- Divulgação do potencial turístico e serviço da igreja das dores: esse projeto visa divulgar, estimular a visitação e mostrar ao público a importância histórica da Igreja das Dores (que já foi restaurada pelo projeto). Para isso foram desenvolvidos folders e um CD para distribuição ao público. (Furtado, 2007: 27)
- Qualificação dos artesãos da praça da alfandega: Através de oficinas e palestras esse projeto foi realizado em 2003, e objetivou a aumentar a integração dos artesãos que fazem parte da feira de artesanato da praça da alfândega com o meio ambiente onde estão situados, aprimorar suas qualificações técnicas e conseqüentemente seu desempenho econômico. (Furtado, 2007: 35)
- Oficinas de arqueologia: em parceria com as Faculdades Porto Alegrenses (FAPA), foram desenvolvidas oficinas de arqueologia que visavam capacitar universitários. (Furtado, 2007: 52)
- Qualificação profissional de auxiliar de restauro: visa qualificar mão de obra para o trabalho com restauro de monumentos e edificações. (Ministério da Cultura, 2011)

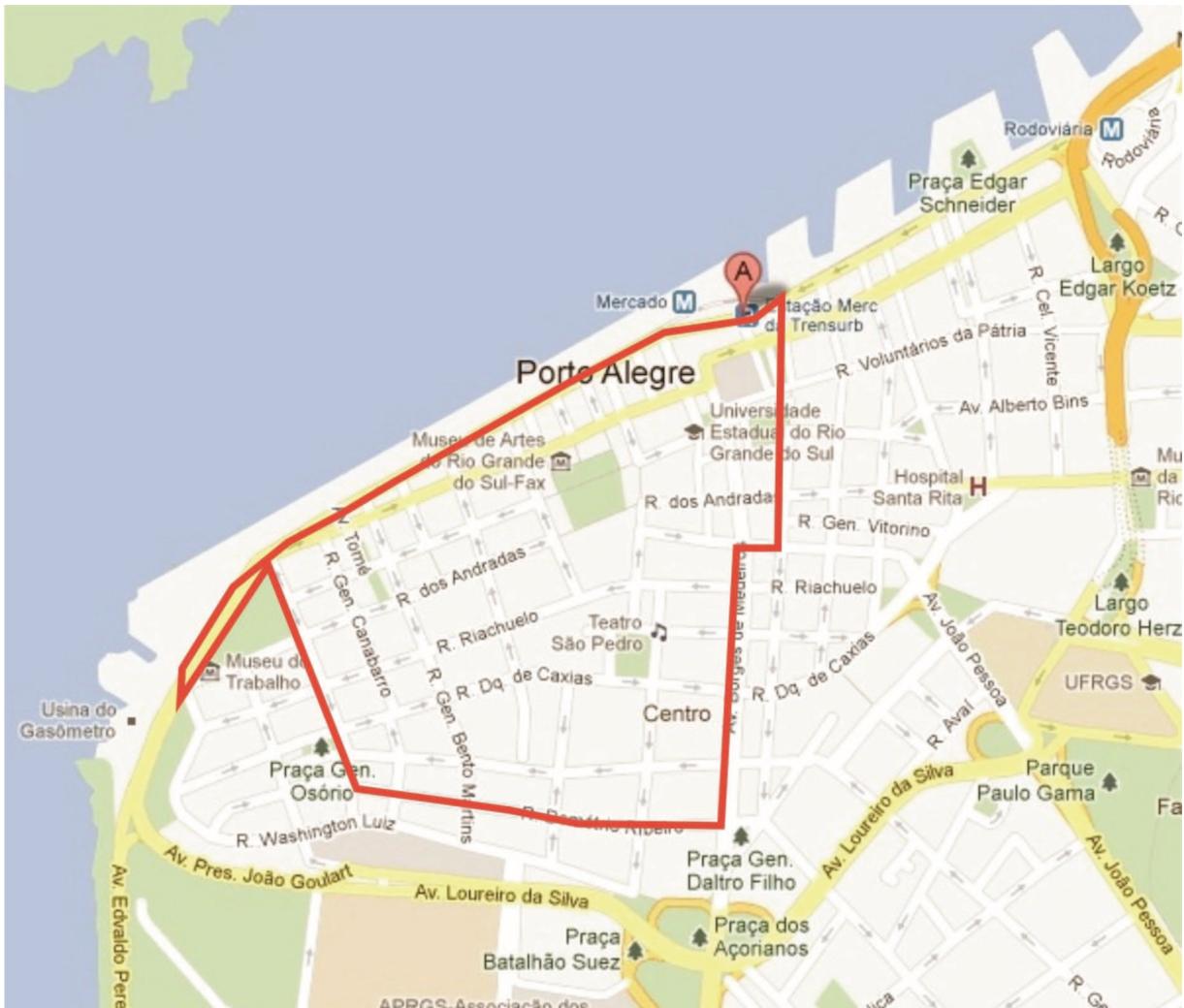
O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) também teve papel importante nos primórdios do desenvolvimento e estruturação do Projeto na cidade, pois além de ser um dos órgãos federais estruturadores do Programa no Brasil, o Iphan contribuiu com os tombamentos nacionais, tendo em vista que as edificações e espaços públicos que iriam fazer parte do projeto precisavam ser necessariamente tombadas nacionalmente, independente

de serem de jurisdição municipal, estadual ou federal, e isso depende inteiramente do Iphan. Tanto que Porto Alegre, teve o sítio histórico onde o Monumenta atua tombado na época em que se candidatou ao Monumenta, até então a cidade tinha apenas edificações avulsas tombadas. Para a arquiteta Ana Luísa Oliveira do escritório do Iphan em Porto Alegre, este órgão hoje em dia funciona como um articulador desses projetos, através da articulação das diferentes entidades envolvidas, da população e do próprio projeto.

Já a participação do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado (IPHAE), se deu de forma mais técnica e burocrática, do que a relação de estruturação e planejamento mantida com Secretaria Municipal de Cultura e com Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, pois o IPHAE não participa diretamente da operação, estruturação de estratégia junto ao projeto. Mantendo uma relação apenas através das edificações tombadas pelo estado ou que não são tombadas estadualmente, mas pertencem ao estado, sendo elas: O palácio Piratini, o Museu de Comunicação Hipólito da Costa, o Museu de Arte do Rio Grande do Sul, o Memorial do Rio Grande do Sul e a Biblioteca Pública do Estado.

Segundo entrevista realizada com a coordenadora do Projeto em Porto Alegre Briane Bicca, no início de 2001 quando o projeto começou a ser implementado na cidade foi realizada uma reunião de planejamento, que envolvia a Epahc, o IPHAN, e IPHAE onde foi apresentado um inventário realizado pela prefeitura, que demonstrava as edificações públicas que tinham algum tipo de problema, considerando o maior estado de deterioração ou precisavam de reparos para funcionar adequadamente no centro histórico de Porto Alegre. Essa área inicial correspondia a 55 hectares do centro histórico.

Figura 4: área inicial de atuação do Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS



Fonte: elaborada pelo autor a partir de informações cedidas pelo Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS

No entanto, em 2003 a coordenação geral/nacional do programa achou que a área era muito grande e precisava ser reduzida, então foi feita uma nova avaliação e a área de intervenção caiu para 24 hectares, sendo que dessa forma algumas edificações de valor histórico significativo também passaram a não fazer mais parte do projeto.

Tabela 1: tabela fixa de bens públicos a serem restaurados.

1.	Palácio Piratini
2.	Pinacoteca de Porto Alegre Berta Locatelli
3.	Biblioteca Pública do Estado
4.	Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa
5.	Museu de Arte do Rio Grande do Sul
6.	Memorial do Rio Grande do Sul
7.	Pórtico Central do Cais do Porto
8.	Igreja Nossa Senhora das Dores
9.	Praça da Matriz e Avenida General Câmara
10.	Praça da Alfândega (incluindo arqueologia e módulo de serviços da praça)
11.	Vias aéreas do projeto

Fonte: tabela cedida pelo Projeto Monumenta de Porto Alegre

Para a seleção das edificações privadas, o projeto também se baseou em um inventário da prefeitura municipal de Porto Alegre realizado em 1998, e a partir desse inventário o projeto tomou conhecimento das edificações privadas de valor cultural e histórico na cidade. Contudo, como o projeto em parceria com a Caixa Econômica Federal, oferece financiamento para o restauro de fachadas e coberturas para essas edificações, foram abertos editais públicos, citando o endereço dos imóveis e comunicando aos proprietários que eles poderiam concorrer ao financiamento com condições facilitadas, e solicitando que eles apresentassem seus projetos na sede do Monumenta.

No total eram 140 que estavam na lista do inventário realizado pela prefeitura. Foram lançados três editais e 16 imóveis tiveram os projetos aprovados, sendo que 12 já passaram pelo restauro e quatro estão em processo.

Também em entrevista realizada com a coordenadora do Projeto em Porto Alegre e com a Arquiteta Rosilene Pssamai da Epahc foi ressaltado que um dos principais objetivos do

Projeto é dinamizar as áreas restauradas, tentando através da recuperação dos imóveis públicos e privados e espaços público e através da qualificação urbanística que o bairro tenha bastante vitalidade, que seja atrativo, que as pessoas gostem de visitar e o valorizem. Ainda segundo a coordenadora do Projeto, a qualificação do espaço público é uma forma de costurar todas as edificações que foram restauradas individualmente.

Uma das questões que surgem em relação à atuação do Programa Monumenta é como ele sendo um programa global, que opera em um país onde a diversidade cultural é muito grande, preserva as diferenças regionais. Durante entrevista com a coordenadora do Projeto em Porto Alegre, foi esclarecido que cada cidade escolhe como o projeto irá atuar localmente, não tendo nada pré direcionado, apenas as cinco linhas de atuação do projeto: Investimentos Integrados em Áreas de Projetos, Fortalecimento Institucional, Promoção de Atividades Econômicas, Capacitação de Artífices e de Agentes Locais de Cultura e Turismo, Programas Educativos sobre o Patrimônio Histórico. Dentro dessas cinco linhas cada cidade determina o que será feito. Também se observa como global no projeto a forma de operação e a forma de financiamento dos imóveis privados em parceria com a Caixa Econômica Federal. A arquiteta Rosilene Passamai da Epahc e a arquiteta Ana Luísa Oliveira do Iphan também destacaram que desde o início quando o projeto foi estruturado para candidatar a cidade à ser uma integrante do Programa Monumenta, foi observada as necessidades próprias da cidade e que essas características locais são mantidas, justamente por que a candidatura da cidade é uma iniciativa da mesma e não uma intervenção federal.

Na entrevista realizada com a coordenadora do Projeto em Porto Alegre, foi levantada também a questão de dar novos usos às edificações restauradas, ela destacou que na cidade apenas uma das edificações públicas mudou de função (Pinacoteca Pública) e as outras todas mantiveram a função que já tinham anteriormente à intervenção do Projeto. No entanto ela destaca que a nova função é considerada uma demanda já existente na cidade.

Outra questão abordada durante as entrevistas com as instituições é se há uma ideia de resgate de uma identidade histórica na atuação do projeto. A coordenadora do Monumenta em Porto Alegre, disse que há essa ideia, sim e por isso o trabalho do monumenta é sempre em conjunto com historiadores e arqueólogos que têm a missão de resgatar dados, levantar pesquisas históricas e fotografias de como as edificações e espaços públicos eram originalmente. Já o IPHAN destaca que há uma ideia de resgate histórico, mas que se tenta

valorizar o que já se têm como identidade histórica na cidade. Já arquiteta Rosilena Passamai da Epach destaca que há, dentro da ideia de resgate de identidade histórica, uma busca por se ampliar a visão de patrimônio, através da educação patrimonial e promoção do patrimônio, e a partir disso tenta-se criar uma relação entre a intervenção física e cultural.

Buscando entender como o Projeto Monumenta em Porto Alegre é recebido pela população realizamos uma *survey* com 100 pessoas que são frequentadoras deste bairro. Em relação a sua estratégia foi possível observar que muitas pessoas conhecem o projeto Monumenta, mas não por seu nome. Dos entrevistados 15% afirmaram conhecer o Projeto, 48% conheciam, mas não sabia o nome dele e 37% desconheciam totalmente a atuação do Projeto em Porto Alegre. Dessa forma 63% afirmaram saber o que o Projeto faz na cidade e 37% não.

Também perguntamos quais as edificações e espaços públicos que as pessoas acreditavam ser obra do Monumenta. Entre elas os mais reconhecidos foram a praça da Alfândega (talvez porque ela estivesse em obras quando as entrevistas foram realizadas) e a Biblioteca Pública do Estado. No entanto, durante a pesquisa foi possível observar que as pessoas confundem o Projeto Monumenta frequentemente com o projeto de restauro dos prédios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), que é executado pela própria Universidade.

4.3 O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SEUS PRODUTOS

Os principais produtos gerados pelo Projeto do Monumenta são justamente as edificações e espaços públicos restaurados, por isso durante as entrevistas realizadas com o Projeto Monumenta, com a Epahc, com o IPHAN e com o IPHAE, buscamos compreender como é feita a manutenção do que é restaurado. Foi-nos esclarecido que durante a atuação do Monumenta, a equipe preenche anualmente um relatório de conservação, onde é feita uma vistoria em cada imóvel restaurado e verificada a conservação deles, quando há algum problema, este é relatado ao Iphan que aciona o órgão responsável (no caso de edificações públicas) ou proprietário (no caso de edificações privadas) exigindo que seja consertado. Quando acaba a duração do projeto, há um acordo prévio de manutenção com os órgãos responsáveis e os imóveis públicos passam a ser responsabilidade do Patrimônio Histórico do Município (no caso de edificações Municipais), do Instituto do Patrimônio Histórico e

Artístico do Estado (no caso de edificações Estaduais) e do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (no caso de edificações federais). Os imóveis privados ficam ligados ao Iphan.

Buscando ver como a população reconhecia os produtos gerados pelo Projeto Monumenta, questionamos se os entrevistados sabiam qual era o perímetro do centro histórico de Porto Alegre, 36% afirmaram saber e 64% disseram desconhecer qual seria essa região do centro. Por outro lado, ao questionarmos se as pessoas acreditavam que projetos de restauro do centro colaboravam para que este fosse revitalizado, a grande maioria (93%) afirmou que sim.

4.4 O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SEUS SERVIÇOS

Como o Projeto Monumenta se caracteriza como um serviço prestado à cidade e sua população, buscamos compreender durante o estudo de caso como o Projeto envolve a população local em suas ações. A coordenadora do Projeto destacou que a população é envolvida principalmente através dos meios de comunicação, pois há muita divulgação do Projeto na imprensa. Ela também ressaltou que o Monumenta em Porto Alegre tem sua origem aprovada pelo Orçamento Participativo em 2000, o que indicaria que ele veio a atuar na cidade a pedido da população. Outra forma de envolver a população é através de palestras, principalmente em instituições ligada à educação. No entanto a arquiteta, Ana Luísa Oliveira do Iphan destacou acreditar que o projeto não envolve a população suficientemente em suas ações.

Outra questão que surgiu foi em relação às populações heterogêneas que ocupam as cidades hoje em dia. Tentamos compreender de que forma o projeto acolhe essa população. A coordenadora do Projeto em Porto Alegre, diz acreditar que ao restaurar e qualificar o centro histórico, o projeto permite que as pessoas entendam e apreciem mais o bairro e também facilita a leitura do centro histórico.

Durante a pesquisa, também pudemos observar que há uma clara ideia de restaurar o centro histórico de Porto Alegre, visando tornar a cidade mais atrativa para os turistas, ou seja buscando inserir a cidade de forma cultural no mercado internacional de turismo. Segundo a arquiteta Rosilene Passamai da Epahc, isto está previsto desde os primórdios do projeto estando presente em seu plano de ação.

Visando compreender como a população recebe os serviços prestados pelo Projeto Monumenta, questionamos se as pessoas já tinham participado de alguma atividade promovida pelo Monumenta e 99% afirmou que não. Podendo ser possível constatar que não foram desenvolvidas atividades suficientes para que a população que vive na cidade sintasse envolvida e ativa do projeto.

4.5 O PROJETO MONUMENTA SUA ATUAÇÃO EM PORTO ALEGRE E SUA COMUNICAÇÃO

Em relação a comunicação, o Projeto Monumenta parece apresentar algumas falhas tanto em relação a comunicação com a população, como em relação a comunicação e inter relação de suas próprias ações. Uma questão que ficou evidente durante a pesquisa, é que o Projeto não tem uma forma muito clara de integrar e relacionar os diversos subprojetos que o compõem. Foi-nos relatado que isso acontece porque eles não ocorrem concomitantemente e sim em períodos distintos durante a atuação do Projeto.

Sobre divulgação junto a população, a coordenadora do projeto destacou que ela foi feita basicamente através da imprensa e de palestras, principalmente em entidades ligadas à educação. Já a arquiteta Ana Luísa Oliveira do Iphan avaliou que a divulgação no Monumenta foi muito falha e que teria que ser mais bem estruturada. Já a arquiteta Rosilene Passamai destacou que a divulgação foi pouco trabalhada, mas que isto é uma questão de experiência. Ela ainda destaca que no Pac Cidades históricas (Programa federal que tenderá a substituir o Programa Monumenta) que Porto Alegre irá participar, isso já virá bem melhor formatado e com verba específica para divulgação, o que não acontecia no Monumenta.

Em relação à divulgação do projeto junto à população, pudemos observar a partir da survey realizada, que 25% das pessoas entrevistadas afirmaram ter conhecido o projeto ao andar pelo próprio centro, em segundo lugar destaca-se a divulgação em televisão com 24% das respostas. No entanto, ao questionarmos se as pessoas conheciam os projetos (o museu do percurso do negro, divulgação do potencial turístico e serviço da igreja das Dores, Qualificação dos Artesãos da Praça da Alfândega, Oficinas de arqueologia e Qualificação Profissional de auxiliar de restauro) que compõem o Monumenta 94% afirmaram que não.

5 CENÁRIOS

A partir do modelo desenvolvido por Reyes (2011), desenvolvemos a construção de cenários para o centro histórico de Porto Alegre/RS daqui a 30 anos tendo em vista a atuação do Projeto Monumenta na cidade. Os dados utilizados no desenvolvimento dos cenários são originários tanto da pesquisa realizadas com o público frequentador do centro de Porto Alegre, assim como das entrevistas realizadas com as instituições ligadas ao Projeto.

5.1 CONSTRUÇÃO DO PROBLEMA

A partir de uma pesquisa teórica desenvolvida ao longo de 2010, foi possível observar que com a globalização e o crescimento das cidades há um progressivo esvaziamento dos espaços públicos urbanos. Paralelamente, também há uma constante busca por criar identidades locais, que foram se perdendo nos territórios, com a globalização e maior intercâmbio cultural, parte dessa busca se dá visando integrar as cidades no comércio mundial de turismo.

Algumas cidades optam por sediar grandes eventos esportivos como foi o caso de Barcelona em 1992, outras optam por construir atrativos culturais como é o caso de Bilbao através do Guggenheim. Existem ainda as que optam por remodelar por completo um bairro esvaziado, como é o caso do Puerto Madeiro em Buenos Aires e de alguns bairros da antiga Alemanha oriental. Há ainda as cidades, como é caso de Porto Alegre (objeto de estudo deste trabalho) que buscam reabilitar seus centros históricos através do restauro de seus monumentos, espaços públicos e edificações históricas.

Considerando que o território é um objeto complexo, que está em constante transformação e sujeito a inúmeras interferências, buscamos compreender através da construção de cenários qual a possibilidade de valorização do Centro Histórico de Porto Alegre via Patrimônio Histórico/ Cultural a partir do Projeto Monumenta?

5.2 LEVANTAMENTO DE DADOS

A partir das entrevistas realizadas com as instituições e a survey realizada com a população frequentadora do centro histórico de Porto Alegre, chegamos a alguns dados e conceitos, que consideramos mais relevante na caracterização da atuação do Projeto Monumenta na cidade atualmente. Esses dados foram organizados por similaridade, buscando organizar os principais conceitos/dados por campo semântico. Com essa organização

esquematisada chegamos aos seguintes dados/ conceitos: ações pontuais, ações paliativas, ausência de visão de conjunto, ação conjunta com a população, valorização das comunidades, auto-estima coletiva, prazer pela cidade, bem-estar, Ideia de sistema, articulação com as comunidades, Prefeitura Municipal e Governo do Estado.

5.2.1 SWOT

A Análise Swot é uma ferramenta oriunda da área de gestão e planejamento estratégico e é utilizada na análise de cenários. Ela se caracteriza por ser um sistema simples para verificar a posição estratégica do objeto em questão em seu ambiente, fazendo um levantamento de suas principais forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. O termo Swot é um sigla em inglês que significa Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). As forças e fraquezas estão ligadas ao ambiente interno do objeto em questão e as oportunidades e ameaças estão ligadas ao seu ambiente externo.

Figura 6: gráfico análise swot



Fonte: Pensando Grande, 2011

A partir dos conceitos que foram organizados durante o levantamento de dados, nos utilizamos da análise swot para de alguma forma atribuir à eles valores, buscando encontrar suas principais forças, fraquezas, ameaças e oportunidades que surgem nesses conceitos e que tem influência direta ou indireta no objeto de pesquisa. Nesse momento são consideradas as principais forças motrizes que atuarão estruturalmente na realidade e que serão importantes para a realidade futura.

Figura 7: análise swot realizada para a construção de cenários para o Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS



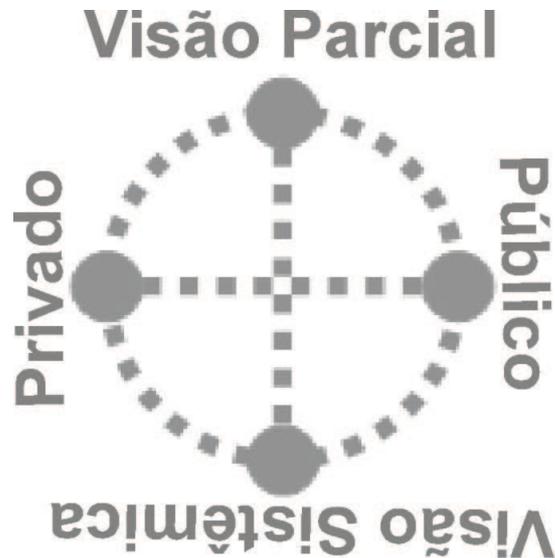
Fonte: Elaborada pelo autor, a partir do modelo desenvolvido por Reyes (2011).

5.2.2 GRÁFICO DE POLARIDADES

A partir dos dados gerados na análise swot, chegamos a alguns conceitos síntese que são reorganizados em um gráfico de polaridades, no qual consideramos as oposições semânticas entre eles. Esta ferramenta permite que possamos visualizar os principais conceitos, que de certa forma norteiam o objeto e que, no entanto, se opõe uns aos outros. Ou seja, os conceitos são organizados em pólos por oposição.

O gráfico de polaridades que construímos é o elemento central para a construção dos eixos que irão reger os cenários.

Figura 8: gráfico de polaridades construído para a construção de cenários para o Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS

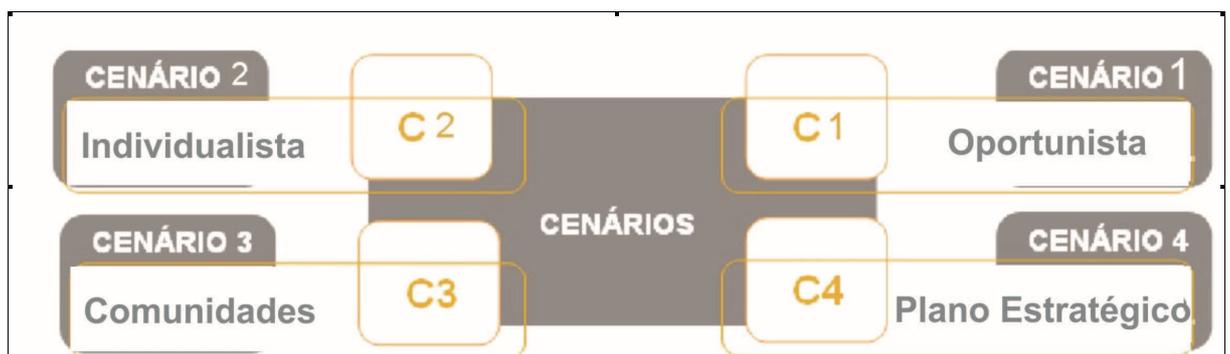


Fonte: Elaborada pelo autor, a partir do modelo desenvolvido por Reyes (2011)

5.2.3 CENÁRIOS

Considerando as etapas anteriores partimos para a construção de cenários em si. A partir dos conceitos chave que surgiram nas etapas anteriores, e conseqüentemente dos eixos desenvolvidos no gráfico de polaridades, desenvolvemos quatro cenários, sendo eles:

Figura 9: Cenários desenvolvido para o Projeto Monumenta em Porto Alegre/RS



Fonte: Elaborada pelo autor, a partir do modelo desenvolvido por Reyes (2011)

O Cenário 1 (Oportunista) situa-se no eixo visão parcial X público, o qual é caracterizado principalmente pelos conceitos de ações pontuais e ações paliativas e há um aproveitamento das edificações e espaços públicos.

O Cenário 2 (Individualista) situa-se no eixo visão parcial X privado, o qual é caracterizado por não haver uma sensibilização individual em relação aos imóveis e à uma crescente insegurança por parte dos proprietários dos imóveis privados, por medo da desvalorização dos mesmos, a partir das ações de tombamento.

O Cenário 3 (Comunidades) situa-se no eixo visão sistêmica X privado, o qual é caracterizado pela ação conjunta da comunidade, há um resgate da auto estima coletiva , há prazer no convívio com a cidade e uma sensação de bem estar.

O Cenário 4 (Plano Estratégico), situa-se no eixo visão sistêmica X público, o qual é caracterizado pela articulação do poder público com as comunidades da cidade, importante papel do governo estadual e municipal no desenvolvimento de um plano estratégico para a revitalização do centro histórico de Porto Alegre.

5.2.3.1 OPORTUNISTA

Edificações públicas tombadas fazem parte do Projeto Monumenta. O Projeto faz parte de um Programa Nacional, no qual as cidades se candidatam através da proposta desenvolvida por sua prefeitura. Desta forma, as edificações são organizadas por iniciativa do poder municipal que elege as que estão em maior estado de degradação. Essas edificações passam pelo restauro através do Monumenta. No entanto, percebe-se que a população não reconhece o Projeto por seu nome e nem compreende que as ações que vem acontecendo na cidade são desenvolvidas pelo projeto. Há poucas ou quase nenhuma atividade que envolva a comunidade porto alegreense com o projeto. As ações desenvolvidas são pontuais, voltadas para as questões arquitetônicas. Fica claro que há necessidade de serem desenvolvidas mais ações de comunicação e atividades que convoquem a comunidade a participar de forma mais ativa do projeto. Percebe-se que o projeto nesse momento possui ações mais pontuais e voltadas apenas para a questão arquitetônica e de conservação do patrimônio, faltam elementos que de fato revitalizem o centro histórico como bairro de convívio e visitação, e não só de circulação para as pessoas que vivem em Porto Alegre.

5.2.3.2 INDIVIDUALISTA

A partir de edital, o Projeto Monumenta convoca os proprietários de edificações privadas do centro histórico de Porto Alegre, que possuam valor histórico para cidade, a participarem do Projeto de restauro das fachadas e coberturas dessas edificações. O Projeto faz parte de um Programa Nacional, no qual as cidades se candidatam através da proposta desenvolvida por sua prefeitura. As Edificações privadas convocadas por edital foram selecionadas a partir de um inventário feito pelo poder público municipal anos antes. Para o restauro dessas edificações será oferecido um financiamento através da Caixa Econômica Federal a juros baixos.

No entanto, poucos proprietários respondem ao edital. Tendo isso em vista, a coordenação do projeto tenta sensibilizar os proprietários para que participem do projeto. Contudo, percebe-se que os proprietários que resolvem aderir ao projeto têm preocupação apenas com o restauro do seu imóvel, sem apresentar uma preocupação maior com o patrimônio histórico/cultural e a valorização do bairro por esse viés.

5.2.3.3 COMUNIDADES

Após implantar um projeto piloto em alguns pontos do centro histórico de Porto Alegre, o Projeto Monumenta foi reestruturado e ampliou seus trabalhos na cidade abrangendo todo o centro histórico. Hoje o Projeto desenvolve ações em conjunto com a população. Além da atividade de restauro de edificações públicas e privadas, o Projeto desenvolve eventos que tornam o bairro mais atrativo para que as pessoas o frequentem. O Projeto atualmente também tem preocupação em capacitar os comerciantes locais, para que sejam desenvolvidas ações nos estabelecimentos comerciais, para que estes tenham uma clientela maior. A gastronomia hoje é um ponto forte do centro histórico e atrai frequentadores de todos os bairros da cidade. Os bares para *happy hour* também são elementos de grande importância na revitalização do bairro. Atualmente, o centro histórico é uma excelente opção de ponto de encontro em Porto Alegre, graças às ações físicas e também de atmosfera realizada pelo Projeto. A população voltou a se interessar, valorizar e frequentar o centro histórico da cidade.

5.2.3.4 PLANO ESTRATÉGICO

Após implantar um projeto piloto em alguns pontos do centro histórico de Porto Alegre, o Projeto Monumenta foi reestruturado e ampliou seus trabalhos na cidade abrangendo todo o centro histórico. Hoje o Projeto segue um plano estratégico elaborado pela prefeitura em parceria com o Governo do Estado. Conseqüentemente, o poder público busca uma articulação maior com a comunidade e esta, por sua vez, envolve-se com o desenvolvimento do projeto na cidade.

A partir disso, a população organizou-se em pequenos grupos e busca desenvolver atividades e eventos que tornem o centro histórico de Porto Alegre um lugar agradável para ser frequentado. Opções não faltam, os comerciantes buscam oferecer opções diurnas e noturnas para os frequentadores. Há bons restaurantes que funcionam tanto de dia como de noite. Os museus e centros culturais da região têm boa programação de exposições, música e cinema. À noite, o bairro tem boas opções de bistrôs e bares. Com o centro histórico sendo frequentado em todos os horários, os moradores do bairro estão satisfeitos, pois além de terem boas opções de lazer perto de casa, percebem que o centro histórico hoje é mais seguro. Os moradores e comerciantes da região também são os maiores responsáveis pela manutenção das edificações restauradas, ao perceber qualquer tipo de danificação nas edificações eles são os primeiros a entrar em contato com os órgãos responsáveis para que seja arrumado. Ninguém quer ver o bairro se deteriorar novamente.

5.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Consideramos que esses cenários seguem uma ideia de linha evolutiva. O primeiro se refere ao que temos na realidade de hoje da cidade. Há um projeto que visa valorizar o centro histórico de Porto Alegre, mas que no entanto apresenta alguns problemas na busca por atingir o objetivo de dinamizar a região. Percebe-se que a população não reconhece o Projeto e quase não há atividades que envolvam a comunidade no desenvolvimento do Projeto. As ações são bastante pontuais e se voltam mais para as questões arquitetônicas e não tanto para a ideia de dinamização da região, ou seja faltam ações e elementos que de fato revitalizem (deem nova vida) o centro histórico de Porto Alegre e o tornam um bairro atraente para o convívio e visitação e não apenas elemento de circulação para os cidadãos.

Já o segundo cenário, o “Individualista”, seria um segundo momento do Projeto Monumenta (no qual ele também já atua). Este cenário se caracteriza pelo restauro de

imóveis privados do centro histórico de Porto Alegre, no entanto, ele também apresenta a questão de ser mais voltado à ações pontuais e agora por se tratar de imóveis privados, assume uma característica individualista, onde os proprietários desses imóveis tem dificuldade em desenvolver uma visão de conjunto. Há a preocupação do restauro do seu imóvel e não com a dinâmica que um Projeto desse porte poderia dar ao centro histórico da cidade. Não há grande envolvimento da comunidade no desenvolvimento das ações do Projeto e não também não é apresentada uma revitalização de fato.

O cenário “Comunidades”, seria um terceiro momento do Projeto (ou de outro Projeto que tem como objetivo revitalizar o Centro Histórico de Porto Alegre/RS). Nesse terceiro estágio o Projeto desenvolveria ações em conjunto com a População de Porto Alegre, seriam realizados eventos buscando atrair público para a região e haveria uma preocupação maior em capacitar os comerciantes locais para que estes fossem elementos fundamentais na caracterização do centro histórico, como um ponto de encontro para a população. Dessa forma o Projeto realizaria intervenções físicas e também na atmosfera do bairro o que o tornaria mais interessante e frequentado pela população da cidade.

Ao quarto e último cenário desenvolvido demos o nome de “Plano Estratégico”. Este seria o cenário tido como ideal e também mais utópico na revitalização do centro histórico de Porto Alegre/RS. A ideia é que o Projeto seguisse um plano estratégico elaborado pela Prefeitura em parceria com o Governo do Estado, e que o poder público buscasse a articulação com a comunidade. Dessa forma a população se envolveria cada vez mais com o desenvolvimento do Projeto. Há essa comunidade que trabalha e vive no centro histórico da cidade, seria oportunizado que se organizassem em pequenos grupos, e assim desenvolvessem atividades e eventos que tornassem o bairro um lugar agradável e frequentado tanto durante o dia quanto durante a noite. Em contrapartida, naturalmente essa comunidade teria opções de lazer dentro do próprio Centro Histórico, e conseqüentemente ao torná-lo frequentado com a ideia de que as pessoas o utilizem como ponto de encontro e não mais apenas como espaço de circulação, teriam uma maior segurança na região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante nossa análise da atuação do projeto Monumenta em Porto Alegre/RS, pudemos observar que as categorias de análise (estratégia, produto, serviço e comunicação), foram desenvolvidas no projeto de forma compartimentada, não tendo quase nenhuma inter-relação entre elas. Talvez, se o projeto fosse desenvolvido com a ideia de inter-relação constante entre esses elementos, obtivesse um maior sucesso e suas ações fossem mais efetivas e reconhecidas pelos cidadãos Porto Alegrenses. Outra questão importante que deve ser pensada nas ações de projetos com esse perfil, é que toda a ação se modifica ao interagir com os elementos que estão presentes nas cidades e é importante ter em mente que elas podem vir a desencadear processos imprevistos. Então, a ideia de projetar e considerar as inúmeras possibilidades, tanto em estratégia, como em produto, serviço e comunicação, talvez seja uma alternativa para que se busque uma maior eficiência para o projeto.

Durante as entrevistas realizadas com as instituições, foi possível observar que o Projeto trabalhou muito mais com a questão física e arquitetônica do Centro Histórico do que com suas relações sociais, não havendo planejamento de comunicação claro com a população, nem de serviços a serem oferecidas à mesma. Isso acaba refletindo quando realizamos a survey com a população, e foi possível observar que muitas pessoas não reconheciam o projeto por seu nome, e quase a totalidade da amostra nunca havia participado de atividades promovidas pelo projeto. No entanto, a maioria dos pesquisados reconheceu a importância de projetos com este perfil. Ou seja, as pessoas acreditam que projetos como o Monumenta devam acontecer, mas por outro lado não sabem que ele existe na cidade. Isso demonstra como foi falho o processo de envolvimento da população no desenvolvimento e execução do projeto na cidade.

Dessa forma, constatamos que o projeto ao não trabalhar os elementos de forma coletiva acaba por não gerar um efeito de sentido e não tendo uma real dimensão de valor para atingir o usuário e torna-lo parte do projeto. Ao não trabalhar e projetar a estratégia, o produto, o serviço e a comunicação, o projeto acaba por não fixar uma marca reconhecível como foi possível observar, e passa a não ter uma identidade clara, o que também pudemos observar na realização da survey, ao constatar que as pessoas confundem o projeto Monumenta com outros projetos que realizam restauro de edificações públicas, como o projeto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Seria interessante que projetos como o Monumenta, tivessem em sua concepção uma perspectiva dinâmica e fluída, que dessa forma se adequasse melhor aos processos sociais contemporâneos, e assim não trabalhassem com a ideia de algo estático e sim dinâmico e em constante transformação. Pois, ao se manter com uma estrutura rígida, o projeto se alinha as formas tradicionais de planejamento urbano, que hoje não se sustentam mais ao não acompanhar a complexidade e velocidade das transformações sociais que se dão nos territórios nos dias de hoje.

Para isso, é preciso ter em mente que as cidades e as culturas urbanas têm uma característica muito própria e são pautadas em uma nova dimensão de tempo e espaço. Onde a mobilidade e o intercâmbio de informações e cultura que as novas tecnologias propiciam, são elementos que não podem ser isolados e anulados, e são essenciais na compreensão da constituição da cidade contemporânea e de seus cidadãos. Para que se possa projetar a experiência na cidade é preciso considerar e trabalhar com esses elementos.

Também é preciso que estes projetos que visam restaurar e revitalizar determinadas áreas das cidades considerem que as mudanças que ocorreram a partir do século XX fizeram com que as cidades e os espaços públicos se configurassem mais como espaço de circulação de pessoas e automóveis e não tanto como ponto de encontro dos cidadãos. Assim, há de se pensar e traçar estratégias para que esses espaços esvaziados se tornem atrativos para os cidadãos, como foi imaginado no cenário “Plano estratégico”.

No entanto, é preciso considerar que com o maior intercâmbio cultural que vêm ocorrendo, é difícil tentar criar um identidade coletiva, onde todos os cidadãos cada vez mais heterogêneos se reconheçam. Seria interessante se pensar em alternativas que de alguma forma abrigassem as culturas híbridas que habitam as cidades nos dias de hoje. Como foi possível observar na plataforma teórica desenvolvida a ideia de trabalhar com a construção de uma identidade é um tanto ultrapassada, pois esse conceito traz uma noção de totalidade que não engloba a diferença, elemento característico das cidades contemporâneas. Outra questão importante, é que também não é possível tentar resgatar velhas identidades, considerando as transformações sociais pelas quais a sociedade passou ao longo dos anos. Uma alternativa mais adequada, seria que esses projetos tentassem trabalhar com a ideia de identidades com os diferentes públicos e não tentando fixar apenas uma única.

Uma questão que pudemos observar na teoria estudada é que a mídia tem a capacidade de religar os cidadãos e atualiza-los sobre o que acontece na cidade. Pudemos observar durante as entrevistas com as instituições ligadas ao projeto Monumenta que isto de fato ocorreu. Na entrevista com a coordenadora do projeto em Porto Alegre, Briane Bicca, ela destacou que a comunicação do projeto com os cidadãos Porto Alegrenses se deu principalmente através de jornais impressos e televisivos. Isso se confirmou na survey realizada com a população, na qual a televisão e os jornais foram apontados como alguns dos principais elementos para que as pessoas tomassem conhecimento do projeto.

No entanto, como vimos a evolução dos meios de comunicação é um dos elementos que afastam os cidadãos dos espaços públicos centrais. Então, teria que se pensar em formas de melhor comunicar e atrair esses cidadãos cada vez mais heterogêneos, novamente para estes espaços, pois apenas a informação de que o projeto existe não é suficiente para que estes voltem a frequentar os espaços públicos. Pois, como vimos, outra característica da sociedade contemporânea é que as pessoas não abrangem mais a cidade por inteiro. O fato de muitas atividades comerciais terem sido transferidas para os bairros e a violência e a insegurança nas grandes cidades, faz com que os cidadãos mantenham relações mais dispersas e assim acabam não conhecendo a cidade por inteiro. Ou seja, as pessoas não abrangem mais a cidade toda, acabam convivendo em grupos mais íntimos e muitas vezes frequentam apenas o bairro em que moram e em que trabalham.

Uma questão importante que foi possível observar nessa dissertação é que o projeto Monumenta desenvolve muito o restauro das edificações, mas pouco a relação social dos cidadãos com o centro histórico, e como vimos na teoria estudada assim corremos o risco do restauro dessa área se transformar em um processo de museificação, no qual uma instituição dinâmica, a cidade, se torna estática. Ao apenas restaurar as edificações falta a constituição de elementos e um sistema que revitalize o bairro, ou seja, que dê nova vida ao centro histórico de Porto Alegre e esta nova vida tem que estar ligada a capacidade dos cidadãos de retomar e dar vitalidade à cidade.

Projetos que visam revitalizar determinadas áreas históricas das cidades precisam ser uma iniciativa da cidade como um todo. Nas entrevistas realizadas com as instituições ligadas ao projeto Monumenta, foi destacado que o projeto foi uma demanda da própria cidade ao ser votada pelo Orçamento Participativo, no entanto durante sua execução na cidade, a população

teve pouca participação e envolvimento nas ações executadas, e conseqüentemente não o reconhecem e não se sentem fazendo parte do Projeto.

Para uma melhor eficiência desse tipo de projeto é necessário que a população seja convocada e envolvida em todo o processo, pois só assim os cidadãos se reconhecerão e se tornarão parte ativa no projeto. Dessa forma as ações são incorporadas a cidade e a rotina de seus cidadãos. Em outras palavras, estes projetos tem que estar ligados a uma vontade e execução coletiva. Quando isso não ocorre, a cidade é restaurada muito mais para o turismo e não para os cidadãos que ali vivem, no entanto como vimos o restauro não significa revitalizar e só com o envolvimento dos cidadãos é que esses projetos obterão êxito e farão com que eles cuidem, se apeguem e tenham prazer no convívio com a cidade e seus espaços públicos, e conseqüentemente darão continuidade ao trabalho.

O que muitas vezes acontece com os projetos que apenas restauram o patrimônio histórico das cidades, é que estes acabam por criar unidades cênicas e tendem a convergir toda a história de uma cidade para um único ponto de vista. Assim, essas unidades cênicas acabam só servindo para o turismo e tendem a não atrair os cidadãos que vivem na cidade.

Podemos concluir que o projeto Monumenta, incorre em um equívoco comum aos projetos de restauro e revitalização que é não desenvolver ações com a população que de fato dinamize o território. Têm grande preocupação com o patrimônio histórico/cultural, mas não com um planejamento de como isso será absorvido pela sociedade e com um plano estratégico para seu desenvolvimento. Assim, acaba apenas restaurando e não revitalizando o centro histórico de Porto Alegre.

Por outro lado precisamos levar em conta que o programa Monumenta e os seus projetos em 26 cidades brasileiras é a primeira experiência projetual de preservação do patrimônio no Brasil. Assim, pode ser um projeto que apresente falhas, mas que de certa forma movimentou a área no país. Os projetos estão acabando entre 2011 e 2012 e terão como Programa sucessor o PAC Cidade Históricas (Programa de aceleração de crescimento de Cidade Históricas), sendo este também um programa federal que irá desenvolver projetos em diversas cidades brasileiras, e como pudemos observar na entrevista com a arquiteta Rosilene Passamai do Epahc (Equipe do Patrimônio Histórico e Cultural da Prefeitura Municipal de Porto Alegre) este é um programa que vem com melhoramentos, inclusive verbas para que se trabalhe melhor o relacionamento e envolvimento dos cidadãos e a comunicação com os

mesmos. Então, podemos concluir que o Programa Monumenta foi um primeiro passo no solo brasileiro para a preservação do patrimônio histórico, mas que este caminho ainda está sendo traçado no país e adequado a novas tendências que surgem.

Através dos cenários desenvolvidos nessa dissertação, pudemos ter uma ideia do que pode vir a acontecer a revitalização do Centro Histórico de Porto Alegre. O Cenário “Oportunista” nos deixa com algo muito semelhante ao que temos hoje, com ações pontuais e sem grande envolvimento da população. Onde a preocupação do projeto é muito mais com uma intervenção física e arquitetônica e quase inexistente uma preocupação com o envolvimento dos cidadãos durante o processo. Nesse contexto os frequentadores e moradores do centro histórico da cidade não trabalham em conjunto e nem se sentem fazendo parte do projeto, e consequentemente a região é restaurada, mas não revitalizada de fato.

O Cenário “Individualista” apresenta uma maior participação de imóveis privados, mas ainda assim com ações tímidas de sensibilização da população. Os proprietários dos imóveis privados tem de certa forma medo de ter sua propriedade tombada, por que irão ter muito mais gasto para conservá-la, mas acaba aderindo ao projeto em busca do restauro do imóvel. No entanto, essa adesão é algo muito individualista, os proprietários não se organizam em conjunto não se vêem fazendo parte de uma comunidade de fato. O projeto não trabalha a visão de conjunto entre os envolvidos no processo.

Já o Cenário “Comunidades” apresenta uma maior participação da população com resgate da auto-estima coletiva e o prazer de convívio com a cidade. Nesse cenário o projeto seria melhor reconhecido, haveria uma maior sensibilização dos envolvidos e estratégia, comunicação, serviço e produto seriam desenvolvidos em conjunto objetivando a geração de sentido e consequente envolvimento da comunidade como um todo. Esse seria o primeiro cenário a começar uma revitalização de fato.

O quarto Cenário é o “Plano Estratégico”, talvez o mais utópico dos cenários, imagina a articulação do poder público com as comunidades com o desenvolvimento de um plano estratégico adequado para o desenvolvimento do Centro Histórico de Porto Alegre. Nesse cenário a ideia de revitalização é efetiva, há planejamento para que isso aconteça e há envolvimento claro dos agentes que contribuirão para as mudanças. Estratégia, comunicação, serviço e produto são trabalhados em parceria com a comunidade gerando efeito de sentido. A revitalização buscada é atingida e a população vê benefícios e faz parte das transformações

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANCLINI, Nestor. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CELASCHI, Flaviano. **Dentro Al projeto**: aponta di merceologia contemporânea, in: Celaschi, F.; Deserti, A. Design e innovazione:strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007
- CESNIK, Fábio. e BELTRAME, Priscila. **Globalização da Cultura**. Barueri:Manole, 2005.
- DE MORAES, Dijon; KRUCKEN, Lia; REYES, Paulo. **Identidade X Identidade** : uma visão pelo design. In: Caderno de estudos avançados em design: Identidade. Barbacena: Ed UEMG, 2010.
- DESERTI, Alessandro. **Intorno al progetto: concretizzare l'innovazione** in: Celaschi, F.; Deserti, A. Design e innovazione: strumenti per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007
- FUNARI, Pedro. **Os desafios da destruição e conservação do Patrimônio Cultural no Brasil**. In: Trabalhos de Antropologia e Etnologia p.23 -32. Porto: Sociedade Portuguesa de Antropologia e Etnologia, 2001
- FURTADO, Rogério. **Praça da Alfândega**: Porto Alegre/RS. Brasília, DF: IPHAN/ Programa Monumenta, 2007.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós – modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001
- JEUDY, Henry - Pierre. **Espelho das Cidades**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.
- MARTIN – BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997
- MARTIN – BARBERO, Jesus. **De la ciudad mediada a la ciudad virtual**. In: The Communication Initiative Network, 2004. Disponível em <<http://www.comminit.com/en/print/207225>>. Acesso em: 15 dez. 2010.
- McCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MEIRA, Ana Lúcia. **Políticas públicas e gestão do patrimônio histórico** .in: História em Revista 10.Pelotas, 2004. Disponível em <http://www.ufpel.edu.br/ich/ndh/hr/hr_10/historia_em_revista_10_ana_meira.html>. Acesso em 09 mai. 2011.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. **Programa Monumenta**. Disponível em <http://www.monumenta.gov.br/site/?page_id=166> Acesso em: 16 ago. 2011.

- MINISTÉRIO DA CULTURA. **Programa Monumenta**. Disponível em: <http://www.monumenta.gov.br/site/?page_id=164>. Acesso em: 16 ago. 2011.
- MORIN, Edgar **Introdução ao Pensamento Complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2008.
- MORIN, Edgar e LE MOIGNE, Jean.Luis. **A Inteligência da complexidade**. São Paulo: Peirópolis, 2000
- MOUTINHO, Marcelo. **Cenários e Visão do Futuro**. In: Pensamento Sistêmico Caderno de Campo. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- OLIVEIRA, Raquel. **Revitalização Patrimonial**. In: Patrimônio: Lazer & Turismo. Revista eletrônica mestrado em administração Unisantos: n° 1, 2008. Disponível em <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/images/artigos/Ensaio1_JulAgoSet08.pdf> Acesso em: 25 jul. 2011.
- PELEGRINI, Sandra. **Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental**. In: Revista Brasileira de História. vol.26 no.51. São Paulo, 2006
- PENSANDO GRANDE. **Faça um diagnóstico completo de sua empresa**. Disponível em <<http://pensandogrande.com.br/tag/analise-swot/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.
- PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. **Viva o Centro**. Disponível em <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/vivaocentro/default.php?p_secao=15>. Acesso em: 10 mar. 2011.
- REYES, Paulo. **Construção de Cenários no design: o papel da imagem e do tempo**. In: Anais do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010.
- REYES, Paulo. **Projetando por Cenários: uma Contribuição aos Processos de Planejamento**, 2011. No prelo.
- REYES, Paulo. **Quando a rua vira corpo**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005
- SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Companhia da Letras, 2007.
- THOMPSON, Harry. **Nos Confins do Mundo**. Rio de Janeiro: Record, 2005
- VAN DER HEIJDEN, Kees. **Planejamento por cenários: a arte da conversação estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2009
- ZURLO, Francesco. **Design Estratégico**, in AA. VV., Gli spazi e le arti, vol.IV, opera XXI secolo. Roma: Enciclopédia Treccani, 2010.

ANEXOS

ANEXO A – Entrevista com a arquiteta Ana Luisa Oliveira do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan)

1. O projeto Monumenta restaura as edificações públicas e incentiva o restauro das edificações privadas. Quais os critérios para a determinação do que deve ser restaurado? E como o Iphan participa dessa escolha?

Na hora da definição do sítio, ou seja o perímetro, o que se teve como critério eram os bens tombados a nível federal. Os bens tombados em Porto Alegre a nível nacional foram essenciais para determinar o sítio que o Monumenta atuaria. Foi nesse sentido a participação do Iphan e tinha no mínimo um arquiteto do Iphan que participou dessa delimitação do projeto. O Monumenta está ligado à prefeitura, mas tudo é condicionado a essa preservação de patrimônio do Iphan, ou seja à nível nacional.

Mas eu acredito que hoje o Iphan é um articulador desses projetos, através da articulação dos órgãos, população e projeto.

2. O projeto Monumenta tem uma lógica abstrata e global, mas que atua localmente. Como ele garante as diferenças regionais?

Porque desde o início, antes da implantação na origem, antes de se criar inclusive a equipe do Monumenta, houve tipo um concorrência, onde várias cidades se candidataram ao Monumenta e tinham que cumprir uma série de requisitos, para as cidades serem selecionado e receber os recursos do Monumenta. Porto Alegre ganhou , acho que um dos critérios era também o patrimônio tombado nacionalmente, tanto que o sítio histórico onde o Monumenta atua foi tombado pelo Iphan nessa época. Porque antes Porto Alegre tinha prédios avulsos tombados e não em um determinado perímetro.

3. A ideia de resgate de uma identidade histórica está presente no projeto?

Eu entendo que o que se procurou foi dentro daquilo que era uma identidade de Porto Alegre, se tentou dar uma noção de conjunto que eu acho ser uma coisa que faltava. Eu acho que o centro já era a cara de Porto Alegre, mas foi valorizado pelo projeto.

4. Como é feita a manutenção das edificações restauradas?

A manutenção é de responsabilidade dos proprietários.

5. O projeto Monumenta tem uma duração de intervenção de 10 anos. Após esse período as edificações passam aos cuidados da prefeitura ou governo estadual

novamente. Há algum tipo de acordo prévio para manutenção dos objetivos do projeto em relação à preservação de edificações e monumentos públicos?

Sim, por princípio qualquer imóvel privado ou público é responsabilidade do proprietário conservar. E a lei de tombamento prevê penalizações para quem não fizer a conservação adequada. E em anualmente deveria ser feita uma fiscalização em cada um dos prédios tombados e deve ser comunicado ao responsável para que tome providencias, essa é uma obrigação do Iphan.

6. Como o projeto envolve a população local em suas ações?

No projeto não, teve alguma coisa que de divulgação, mas pelo que eu pude ver foi pequeno o envolvimento da população.

7. O resgate de uma identidade histórica visa à inserção da cidade no mercado de turismo?

Acho que sim.

8. Como o patrimônio, as edificações antigas, convive com o atual?

Em Porto Alegre é uma coisa meio antagônica, porque falta visão dos empresários da construção civil em tirar proveito do que o patrimônio da cidade oferece. Eu vejo na cidade um visão muito pobre , talvez tenha falhas inclusive nos órgãos de preservação na maneira de atuar, visão mais corriqueira na cidade é acabar com o patrimônio e construir.

9. Como é feita divulgação do projeto junto à população de Porto Alegre?

Eu acho que ela foi muito falha, precisaria ter sido mais bem divulgado.

ANEXO B – Entrevista com a arquiteta Alice Cardoso do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Estadual (Iphae)

- 1. O projeto Monumenta restaura as edificações públicas e incentiva o restauro das edificações privadas. Como o Iphae participou da escolha dos bens que iriam ser restaurados?**

O Iphae participou da seleção dos bens, em relação aos bens tombados estaduais. Quando eram bens tombados estaduais que o Monumenta ia trabalhar, automaticamente o Iphae passava a trabalhar junto. E também em relação a bens que não são tombados pelo estado, mas são de propriedade do estado que é o Memorial do RS.

- 2. Então dos bens que vocês tiveram participação foram?**

O palácio Piratini, o museu de comunicação Hipólito da Costa, o MARGS, o memorial e a biblioteca pública.

- 3. O projeto Monumenta tem uma lógica abstrata e global, mas que atua localmente. Como ele garante as diferenças regionais?**

Não sei responder.

- 4. Como é determinado o uso a ser dado as edificações públicas depois de restauradas?**

Não sei responder.

- 5. A ideia de resgate de uma identidade histórica está presente no projeto?**

Não sei responder.

- 6. Como é feita a manutenção das edificações restauradas?**

Ela continua sendo feita geralmente pela direções responsáveis e o Iphae participa na orientação na questão de manutenção. E nos prédios que são do estado a manutenção é também administrada pela secretaria da cultura e a secretaria de obras participa com os projetos.

- 7. O projeto Monumenta tem uma duração de intervenção de 10 anos. Após esse período as edificações passam aos cuidados da prefeitura ou governo estadual novamente. Há algum tipo de acordo prévio para manutenção dos objetivos do projeto em relação à preservação de edificações e monumentos públicos?**

Sim, há um acordo prévio para que seja feita a manutenção.

- 8. Como o projeto envolve a população local em suas ações?**

Não sei responder.

9. As populações das cidades são cada vez mais heterogêneas, como o projeto tenta acolher esse público tão diverso?

Não sei responder.

10. O resgate de uma identidade histórica visa à inserção da cidade no mercado de turismo?

Não sei responder.

11. Como o patrimônio, as edificações antigas, convive com o atual?

Tem uma questão complicada que é referente as técnicas construtivas e os materiais que começaram a entrar em desuso e não são mais utilizados, e quando é feita uma restauração se procura utilizar os materiais originais e hoje em dia ou os materiais não existem mais, ou não tem mão de obra qualificada para trabalhar com isso.

12. Como é feita divulgação do projeto junto à população de Porto Alegre?

Não sei responder.

13. Vocês recebem muitas ligações da população solicitando conserto de determinado prédio histórico?

Sim é muito comum, principalmente por e-mail, às vezes até de prédios que não são responsabilidade do Iphae.

ANEXO C - Entrevista com a arquiteta Briane Bicca, coordenadora do Projeto Monumenta em Porto Alegre

1. O projeto Monumenta restaura as edificações públicas e incentiva o restauro das edificações privadas. Quais os critérios para a determinação do que deve ser restaurado?

Houve uma reunião de planejamento em 2001 e já foi feita uma primeira listagem de prédios públicos que já tinham algum tipo de problema, considerando o maior estado de deterioração ou precisavam de reparos para funcionar adequadamente. Depois, lá por 2003 o Monumenta em Brasília, achou que a área de atuação, de 55 hectares, do projeto em Porto Alegre era muito grande e então reduziu a área de intervenção para 24 hectares e alguns bens que estavam por fora caíram como o forte apache, museu Júlio de Castilhos, a escadaria da João Manoel. Então com essa redução da área também diminuiu a lista de bens a serem restaurados. A área original ocupava toda a ponta do centro histórico, do mercado em diante. A partir dessa redução o projeto foi ficando com uma tabela fixa de bens públicos à serem restaurados.

Já os privados, foi usado um inventário feito pela secretaria de cultura em 1998, a gente se apropriou desse inventário, pois a partir dele já sabíamos quais eram os imóveis privados de valor cultural. O procedimento para os privados é abrir um edital publicado no jornal, com endereço comunicando aos proprietários que eles poderiam concorrer a um financiamento em condições facilitadas, dizendo para as pessoas apresentarem suas propostas no monumenta. Como já tínhamos trabalhado bastante com os proprietários antes de lançar o edital, através de reuniões foi feita a conscientização dos proprietários incentivando o restauro. Eram 150 e poucos imóveis do centro que estavam na lista do inventário, então foi lançado um edital e uns 20 apresentaram proposta e tinha uma comissão que julgava e foram selecionados 12 para começar o procedimento, mas depois que começa ainda tem alguns que caem fora por diversos motivos. Assim, foram lançados três editais. No primeiro e segundo edital juntos foram feitos 12 imóveis, no terceiro estão agora se preparando para assinar contrato, e estamos conseguindo fechar contrato só com quatro. Mas se fizermos uma comparação com o resto do Brasil, talvez Porto Alegre seja o mais variado do ponto de vista do perfil dos proprietários e imóveis.

2. Entre os objetivos do Projeto Monumenta está incluída a ideia de dinamizar as regiões restauradas? De que forma?

Esse é objetivo principal do projeto. Tentar pela recuperação dos imóveis e espaços públicos e privados que o bairro tenha bastante vitalidade, que as pessoas gostem de visitar, que valorizem o bairro. Tenta valorizar através do restauro de imóveis públicos e privados e qualificação urbanísticas dos espaços públicos. Só restaurar as edificações não adianta muito, é preciso que os espaços públicos passem por uma qualificação urbanística, porque assim as edificações também aparecem mais. A qualificação do espaço público costura tudo que foi restaurado individualmente, faz com que o público tenha uma visão de um centro histórico de qualidade. Outro elemento importante que reforça estas três categorias são as ações culturais, como por exemplo o trabalho com os artesãos da praça da alfândega, folheteria da igreja das dores, o projeto dos personagens da cidade, o trabalho com os cartunistas que fizeram um trabalho entorno do tapume da praça da alfândega, dois cursos na UFRGS para professores sobre leitura da cidade, o museu do percurso do negro, que foi um projeto muito longo, e é a única da 26 cidades do monumenta que tem um projeto voltado para a cultura negra. Esse projeto na verdade já existia e foi absorvido pelo monumenta.

3. O projeto Monumenta tem uma lógica abstrata e global, mas que atua localmente. Como ele garante as diferenças regionais?

Cada cidade escolhe como o projeto irá atuar. A oficina de planejamento é que dá o perfil do que a cidade quer pra ela, então não vem nada determinado, nem pré direcionamento vem só as quatro linhas (verificar no site quais são as quatro linhas) e dentro das quatro linhas cada cidade escolhe o que vai ser feito. Tanto que algumas cidade optam por direcionar os recursos para poucos imóveis em ruínas, nós já optamos por disseminar melhor os recursos em mais imóveis.

4. O que é global no projeto?

As quatro linhas, a forma de operação, a forma de financiamento dos imóveis privados.

5. O que é local no projeto?

Todo o restante do projeto é local.

6. Como é determinado o uso a ser dado as edificações públicas depois de restauradas?

Poucas edificações mudaram de funções, apenas a pinacoteca. Via de regra a nova funcionalidade já é um demanda da cidade.

7. A ideia de resgate de uma identidade histórica está presente no projeto?

Sim, trabalhamos sempre com historiadores e arqueólogos que resgataram através de dados, pesquisas históricas e fotografias como os espaços e imóveis eram originalmente.

8. Como é feita a manutenção das edificações restauradas?

Cada meio ano nós preenchemos um relatório de conservação aonde vamos em cada um dos imóveis restaurados e verificamos a conservação deles, e quando há problemas de conservação o IPHAN aciona o órgão responsável exigindo que ele conserte.

9. O projeto Monumenta tem uma duração de intervenção de 10 anos. Após esse período as edificações passam aos cuidados da prefeitura ou governo estadual novamente. Há algum tipo de acordo prévio para manutenção dos objetivos do projeto em relação à preservação de edificações e monumentos públicos?

Daí o Iphan assume a responsabilidade sobre os imóveis e espaços restaurados. Sim, há um acordo prévio para que o patrimônio seja conservado inclusive em relação aos imóveis privados.

10. Como o projeto envolve a população local em suas ações?

Os proprietários privados são envolvidos, justamente pelo restauro, mesmo os que não optam ou não fazem parte do que será restaurado. A segunda questão é que saí muita matéria nos jornais, há muita divulgação através da imprensa. E os meios de comunicação tem uma grande virtude de replicar o projeto para outras cidades. O monumenta na sua origem foi aprovado pelo Orçamento Participativo de 2000, ou seja veio através da população. E nós damos uma quantidade imensa de palestras, a todos que nos solicitam.

11. As populações das cidades são cada vez mais heterogêneas, como o projeto tenta acolher esse público tão diverso?

Acho que a gente teria que trabalhar com depoimentos. Os depoimentos que a gente tem recebido é que as pessoas começam a entender e apreciar mais o centro histórico da cidade. As pessoas passam a ler melhor o centro histórico de Porto Alegre.

12. O resgate de uma identidade histórica visa à inserção da cidade no mercado de turismo?

Sim, visa tornar a cidade mais atrativa para os turistas e seus próprios cidadãos. De forma que permita que eles tenham uma leitura mais clara da cidade.

13. Como é feita a integração/ relação dos diversos sub projetos que o projeto Monumenta abriga?

A parte cultural é um edital lançado por intermédio da Unesco onde diversas entidades podiam se inscrever para participar. Mas eles não aconteceram ao mesmo tempo.

14. Como o patrimônio, as edificações antigas, convive com o atual?

No centro tem poucos prédios novos. Mas é muito complicado, porque o plano diretor criou uma distancia muito grande entre o gabarito dos prédios mais antigos e mais novos.

15. Como é feita divulgação do projeto junto à população de Porto Alegre?

Foi feita através da imprensa e de palestras nos mais diversos órgãos públicos e privados.

ANEXO D - Entrevista com a arquiteta Rosilene Passamai da Equipe de patrimônio artístico, histórico e cultural da Secretaria Municipal de Cultura de Porto Alegre (EpaHC)

1. O projeto Monumenta restaura as edificações públicas e incentiva o restauro das edificações privadas. Como a Prefeitura participou da seleção de bens que iriam ser restaurados? De que forma?

Na verdade o Monumenta nasceu aqui na prefeitura, no Epach a gente estruturou o projeto e apresentou na seleção de cidade que queriam ter o Monumenta. Então, a Epach encaminhou a documentação através do arquiteto Luiz Merilo para Porto Alegre fazer parte do programa. Na verdade foi a Epach que colocou Porto Alegre dentro do Monumenta.

2. Então o Epach participou diretamente na construção do projeto em Porto Alegre?

Sim, inclusive porque os inventários de tombamento são realizados através da Epach. Então as edificações e espaços que participam do monumenta foram previamente inventariados pela Epach.

3. Entre os objetivos do Projeto Monumenta está incluída a ideia de dinamizar as regiões restauradas? De que forma? Isso foi observado nos projetos desenvolvidos junto com a Prefeitura?

Acho que isso é um dos objetivos qualificando o patrimônio induzindo a melhoria de utilização do espaço.

4. O projeto Monumenta tem uma lógica abstrata e global, mas que atua localmente. Como ele garante as diferenças regionais? Isso foi observado no Projeto realizado com a Prefeitura ?

Sim, porque a proposta é de origem local ele já vem com uma formatação mais regional, visando às necessidades da cidade. Os problemas e os valores são regionais. Eu não participei diretamente dele, mas participo da prorrogação dele que é o PAC cidades históricas, então na verdade a gente tem nossos problemas e potencialidades e com base nisso é que são propostos os projetos.

5. A ideia de resgate de uma identidade histórica está presente no projeto?

Tem sim, o próprio monumenta tem e o próprio Pac cidades históricas também tem essa visão buscando ampliar a visão de patrimônio, não só como através de

intervenções físicas, mas também através de educação patrimonial e promoção do patrimônio. Tem que ter tanto a intervenção física como cultural em relação do patrimônio. E também a linha de ação de promoção do patrimônio não é debatida no Brasil e por causa disso os projetos acabam não tendo sucesso.

6. Como é feita a manutenção das edificações restauradas?

A manutenção é feita pela secretaria à que ele pertence, sendo esta ligada ao governo estadual, municipal ou federal. Os projetos de manutenção geralmente passam pela a Epach, para aprovação, mas a manutenção fica à cargo da secretaria responsável.

7. O projeto Monumenta tem uma duração de intervenção de 10 anos. Após esse período as edificações passam aos cuidados da prefeitura ou governo estadual novamente. E o Pac cidades históricas tende a substituir o Monumenta. Há algum tipo de acordo prévio para manutenção dos objetivos do projeto em relação à preservação de edificações e monumentos públicos?

O Pac cidades históricas dará continuidade, prosseguimento mas também vai aprimorar e incrementar as ações. Porque o Pac por ser um plano é mais amplo não são só ações relacionadas ao patrimônio, mas também no entorno do patrimônio como por exemplo qualificar vias. São ações maiores e imateriais também como arqueologia, promoção do patrimônio. É uma plano bastante extenso com até agora 92 ações previstas e provavelmente vai ser mais longo que o monumenta.

Sim, há um acordo prévio em relação aos imóveis públicos , de que há uma verba federal para restaurar , mas a manutenção será feita pelas entidades responsáveis por eles, com o apoio da prefeitura.

Os privados devem ser mantidos por seus proprietários. E no Pac cidades históricas também terá financiamento para restauro de imóveis privados, porque não adianta só recuperar o imóvel público porque a área não vai ser completamente renovada, então tem que haver esse incentivo.

8. A uma preocupação em envolver a população local nas ações do projeto? De que forma?

Sim tem.

9. Mas no Pac cidades históricas essa ideia de envolver a população virá mais evoluída do que foi apresentado pelo Monumenta?

Sim, vai ser ampliada.

10. As populações das cidades são cada vez mais heterogêneas, o projeto tenta acolher esse público tão diverso?

Não sei, é uma questão muito sociológica.

11. O resgate de uma identidade histórica visa à inserção da cidade no mercado de turismo?

Sim, o plano de ação prevê isso, inclusive placas, pontos e informações turísticas no patrimônio.

12. Como o patrimônio, as edificações antigas, convive com o atual?

A especulação imobiliária é muito forte no Brasil, mas nós somos obrigados a preservar e para isso são feitos inventários. E no entorno do que é considerado patrimônio e é tombado, teoricamente deveria se manter a harmonia arquitetônica. O que acontece é que o novo precisa considerar o antigo e vai ser um projeto bem visto.

13. Como é feita divulgação do projeto junto à população de Porto Alegre?

No monumento isso foi pouco, a Epach praticamente não trabalhou com divulgação. Mas no Pac cidades históricas há verba específica prevista para a realização da divulgação junto a população.

ANEXO E - Survey público frequentador

Pergunta	Resposta
1. Você conhece o projeto monumenta?	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> não por esse nome Comentários: _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____
2. Você sabe o que o projeto monumenta faz?	<input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não Comentários: _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____
3. Como você conheceu o projeto Monumenta?	<input type="checkbox"/> rádio <input type="checkbox"/> jornal <input type="checkbox"/> televisão <input type="checkbox"/> internet <input type="checkbox"/> ao andar no próprio centro <input type="checkbox"/> outros: _____ Comentários: _____ _____ _____ _____

	<hr/> <hr/> <hr/>
<p>4. Quais prédios e espaços públicos você sabe que foi restaurado pelo projeto monumenta?</p>	<p>() Palácio Piratini () Pinacoteca de Porto Alegre () Biblioteca Pública do Estado () Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa () Museu de Arte do Rio Grande do Sul () Memorial do Rio Grande do Sul () Pórtico Central do Cais do Porto () Igreja Nossa Senhora das Dores () Praça da Alfândega () vias da área do projeto</p> <p>Comentários: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>5. Você sabe qual é o perímetro do centro histórico de Porto Alegre?</p>	<p>() sim () não</p> <p>Comentários: _____</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

