

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN ESTRATÉGICO**

PAULA MUCENIC

**4º DISTRITO DE POTRO ALEGRE -
A REVITALIZAÇÃO DE UMA REGIÃO A PARTIR DO DESIGN ESTRATÉGICO**

São Leopoldo

Ano

2014

Paula Mucenic

4º DISTRITO DE PORTO ALEGRE –
A REVITALIZAÇÃO DE UMA REGIÃO A PARTIR DO DESIGN ESTRATÉGICO

Trabalho de Conclusão de Curso de
Especialização apresentado como
requisito parcial para obtenção do título de
Especialista em Design Estratégico, pelo
Curso de Especialização em Design
Estratégico da Universidade do Vale do
Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Me. Fabrício Farias Tarouco

São Leopoldo

ANO

2014

RESUMO

A crescente competitividade existente no mundo em que vivemos, desafios cada vez mais complexos tornam-se preocupações de cidades e territórios. O papel assumido pelos lugares hoje em dia demanda uma compreensão estratégica de suas funções e seus posicionamentos. Sendo assim, estes devem ser pensados como experiências e produtos a serem consumidos por cidadãos locais, turistas e empresas. Para tanto, é necessário que outras ferramentas para o planejamento e revitalização urbana sejam consideradas. Com o passar dos anos, inúmeras cidades e regiões acabaram sofrendo movimentações não previstas em grandes planos urbanos, sendo o 4º Distrito de Porto Alegre uma delas. Desta forma, o objetivo deste trabalho é, por meio da metodologia do design estratégico, gerar alternativas para o local considerando o modelo adotado pelo projeto Distrito 22, em Barcelona.

Palavras-chave: Design estratégico, Revitalização urbana, 4º Distrito de Porto Alegre, Distrito 22.

ABSTRACT

The growing competitiveness in today's world challenges cities and territories to deal with increasingly complex variety of issues. The role assumed by places, currently demands a strategic understanding of its goals and its assignments. Therefore, they must be thought of as experiences and products to be consumed by local citizens, tourists and organizations. For that to happen, other tools for the planning of urban revitalization are required. Over the years, numerous cities and regions ended up having non scheduled changes in its main urban plans, being the fourth district of Porto Alegre one of them. Thus, the main goal of this paper, by means of the Strategic Design Metodology is to generate alternatives for the location, considering the blueprint used on the District 22 project, in Barcelona.

Key words: Strategic Design, Urban Revitalization, 4º District of Porto Alegre, District 22.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
1.1 OBJETIVOS	6
1.2 METODOLOGIA.....	6
2. REVISÃO DA LITERATURA	9
2.1 DO DESIGN AO DESIGN ESTRATÉGICO	9
2.2 A VALORIZAÇÃO TERRITORIAL E SEUS DESDOBRAMENTOS.....	13
2.3 O DESIGN APLICADO AO TERRITÓRIO	15
2.4 REFERÊNCIAS PROJETUAIS	17
2.4.1 Porto Maravilha	17
2.4.2 Amsterdam	19
2.4.3 Buenos Aires	20
3. ESTUDO DE CASO - 22@BARCELONA	22
3.1 O PROJETO.....	22
3.2 A REGIÃO	23
3.3 OS OBJETIVOS.....	25
3.4 EIXOS DE SUCESSO DA RENOVAÇÃO URBANA	32
4. OBJETO DE ESTUDO - 4º DISTRITO DE PORTO ALEGRE	34
4.1 A REGIÃO	34
4.2 PROJETOS PÚBLICOS PARA O 4º DISTRITO	36
1.1.4 Área 1	38
1.1.5 Área 2	39
1.1.6 Área 3	40
4.3 MUDAR É PRECISO	41
5. CONSTRUÇÃO DE ALTERNATIVAS	45
5.1 CONCEPT 1 - 4º C.....	49
5.2 CONCEPT 2 – TECNOPÓLIS.....	53
5.3 CONCEPT 3 – BAIRRO VIVO.....	56
5.4 CONCEPT 4 – MORADAS DO LAGO	58
5.5 ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS.....	59
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

1. INTRODUÇÃO

O crescimento da competitividade entre territórios é cada vez mais evidente. A complexidade atingida pelas escalas locais e globais exige das cidades um planejamento não apenas urbanístico e arquitetônico, mas também estratégico e flexível para lidar com a configuração do contexto atual. Por isso, para crescerem de modo sustentável e desenvolverem-se de maneira consistente, é fundamental garantir que planos de desenvolvimento territoriais contemplem diversos agentes da sociedade e seus diferentes públicos.

Foi observando esta necessidade que surgiu o desejo de criar alternativas que atendessem estas demandas para uma região tradicional e abandonada de Porto Alegre. A região do 4º Distrito, apesar de já ter sido intensamente produtiva e frequentada pela população porto-alegrense, hoje mostra-se deslocada e de difícil acesso. Além disso, poucos atrativos fazem que com que o interesse pelo local seja mínimo. Para tanto, usou-se como ponto de partida uma região de configuração semelhante existente na cidade de Barcelona para o desenvolvimento das alternativas. O 22@Barcelona, atual nome dado ao distrito espanhol, possui história semelhante ao co-irmão brasileiro. Porém, teve um final feliz, e hoje é um caso de sucesso baseado em objetivos que envolvem a inovação urbanística, social e econômica da região.

Sendo assim, como resultado do projeto de especialização do curso de Design Estratégico, este trabalho procura pensar em alternativas e projetos que possam não só revitalizar a região, como também torná-la um produto-serviço consistente para seus usuários. Para tanto, além de um estudo bibliográfico sobre design territorial, esta pesquisa pretende-se valer de ferramentas do design estratégico para auxiliar na proposição de novos usos para o 4º Distrito. Dentre tais ferramentas, destacam-se atividades de brainstorming, desenvolvimento de mapa conceitual e de polaridade, assim como análise SWOT. O propósito, ao adotar tal metodologia, é se ter uma visão completa do cenário, considerando o histórico do local, projetos e limitações existentes por parte da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, de modo a se pensar em possíveis definições e posicionamentos que a região pode adotar com sucesso para atender a demanda do contexto atual.

O trabalho apresenta, em um primeiro momento, a revisão da literatura. Neste primeiro capítulo são evidenciados o surgimento e a consolidação do design e do design estratégico, refletindo sobre o papel da indústria e da criação do conceito de sistema-produto-serviço. Além disso, apresenta-se como se constitui a valorização territorial, detalhando as dificuldades e desafios atuais de cidades e países para posicionarem-se estrategicamente no contexto global contemporâneo. Por fim, aponta-se como o design estratégico pode auxiliar diferentes territórios diante a necessidade de atender demandas locais e globais. O projeto 22@Barcelona é exposto no segundo capítulo como uma referência de êxito a ser seguida, onde se fala sobre a região, o histórico, seus objetivos e os pontos de sucesso alcançado. Na sequência, o 4º Distrito é caracterizado: histórico do local, como estão os bairros atualmente, dificuldades, tentativas de revitalização, etc.

1.1 OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo geral a construção de alternativas projetuais para o 4º Distrito de Porto Alegre a partir do modelo referenciado no projeto 22@Barcelona, tendo as ferramentas do design estratégico como instrumento metodológico. Ou seja, o território visto como sistema-produto a ser consumido a nível local e global.

1.2 METODOLOGIA

Este trabalho apropria-se das ferramentas do design estratégico para desenvolver alternativas projetuais ao território do 4º Distrito de Porto Alegre. Dessa forma, a etapa inicial deste estudo consistiu no levantamento bibliográfico e estudos de caso sobre o assunto escolhido. A partir disso, foi possível escolher os instrumentos de design estratégico mais adequados à situação. A metodologia de projeto em design utilizada foi a sugerida por Munari (1998), que possibilita flexibilidade ao pesquisador, já que é possível ir e vir dentro do esquema de projeção.

O autor (1998) afirma que os problemas de design costumam surgir de necessidades de usuários e da vontade do próprio projetista em solucioná-los. Porém, ainda que o método de projetar não se distingue entre áreas, o autor argumenta que o conhecimento do problema a ser resolvido é o princípio básico

e inicial para desenvolver a solução. Em seguida, é preciso ter a definição do problema. Em outras palavras, o autor explica que a compreensão completa do problema é que irá delinear o trabalho do projetista.

Outra etapa importante é a identificação dos elementos que compõem o problema. Este estágio consiste no estabelecimento de subproblemas, de modo que a proposição de soluções torne-se mais fácil e compreensível. Segundo Archer apud Munari (1998, pag. 38), “um único problema de design é o conjunto de muitos subproblemas. Cada um deles pode ser resolvido de forma a obter-se uma gama de soluções aceitáveis.”

Além da revisão da literatura, o projeto 22@Barcelona foi estudado, uma vez que é considerado referência no que diz respeito à revitalização de espaços urbanos, com características próximas ao objeto de estudo deste trabalho. Em seguida, partiu-se para a etapa de definição do problema e de brainstorming para coleta de conceitos e inputs que poderiam auxiliar na construção das alternativas. O *brainstorming* foi realizado em uma pesquisa netnográfica com um grupo específico de pessoas interessadas pela região. Também foram incluídas nesta etapa a elaboração de um gráfico de polaridades, com o objetivo de apontar os conceitos-chave obtidos na etapa anterior e direcionar as próximas, e a construção de um mapa conceitual, com o objetivo de organizar e agrupar estes mesmos conceitos. Assim, foi possível partir para a construção das alternativas para o que seria o 4º Distrito do Futuro.

Na fase da construção das alternativas projetuais, foram escolhidas quatro situações distintas que poderiam gerar projetos e iniciativas para o novo planejamento da região. O ponto de partida foram os conceitos coletados na etapa de brainstorming. Para cada alternativa desenvolvida, um *moodboard* com seus elementos chave foi construído com o objetivo de auxiliar o entendimento através de informações visuais. Por fim, foi realizada uma análise SWOT para ponderar as principais vantagens e desvantagens de cada alternativa.

Neste sentido, Reyes (2007), explica que a metodologia projetual trazida pelo design se faz presente em 5 momentos distintos. São eles:

O primeiro é denominado “observação da realidade, já que é ela que contém o princípio da mudança. Observar significa enxergar de maneira

finalizada em função de um escopo e/ou de uma hipótese”. O autor detalha que o design tende a interpretar o território como uma matéria orgânica, uma vez que se estende as perspectivas ambientais, econômicas, sociais e culturais por meio de níveis variados. Assim, ele atua nos mais diversos segmentos permeando-os com diferentes linguagens técnicas e artísticas. A pesquisa de campo é imprescindível para o design estratégico e, conseqüentemente, para o design aplicado ao território.

O próximo passo trata da utilização dos dados coletados na etapa anterior. A construção de modelos que sintetizem de maneira simplificada a realidade é fundamental no processo de desenvolvimento projetual. A elaboração de representações gráficas, tais como *moodboards*, esquematizações de análises e mapas conceituais, são métodos que formam o cerne do design estratégico, já que possibilitam a construção de cenários futuros e briefings projetuais. O cenário, neste caso, é um instrumento que gera uma visão comum a partir dos diversos inputs coletados das perspectivas dos mais diferentes atores do contexto em questão. Os briefings projetuais são instrumentos de base ao projetista para desenvolver a fase de síntese.

A manipulação dos modelos consiste em gerar ideais através da simulação da intervenção da realidade. Neste momento, as ideias e outputs gerados nos momentos anteriores são desenvolvidos e debatidos em forma de workshop entre diversos atores (projetistas, perfis profissionais variados, atores com domínio do lugar, etc). Os prós e contras do processo simulado são ponderados com o intuito de escolher quais são as melhores soluções identificadas ao longo do processo. Por fim, o último estágio é a transformação na realidade das soluções simuladas.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Este trabalho contempla o posicionamento estratégico adotado por territórios através do design territorial. Portanto, como ponto de partida para entendimento da área, torna-se necessário apresentar temas básicos no que diz respeito ao assunto. Inicialmente, será apresentada a origem do termo design e como foi seu relacionamento inicial com a indústria. Além disso, será possível compreender como foi a transformação do assunto até o seu entendimento nos dias atuais, trazendo a abordagem do sistema produto-serviço. Em seguida, será apresentado como a adoção deste sistema torna-se fundamental atualmente não só por empresas, mas por cidades e países. Assim, refletiremos sobre o papel assumido pelos lugares e como estes devem construir planos estratégicos de posicionamento e desenvolvimento. Por fim, conceitos de design territorial serão explicados e referências projetuais serão apresentadas.

2.1 DO DESIGN AO DESIGN ESTRATÉGICO

Desde sua origem, a palavra design sempre teve seu significado associado às palavras signo, imagem e desenho (Piagniani, 1907; Ferrari Martins, 2007). No século passado, a palavra vinha acompanhada também do adjetivo “industrial”, quando era capaz de traduzir o que representava a complexidade presente em um projeto de produto industrial. Isto acontecia em um contexto em que o setor secundário possuía um peso significativo na economia. A indústria era responsável por certa movimentação de produção como nunca havia sido. Como explica Franzato (2010), “tal acento sobre o caráter industrial, porém, começou a pesar sobre uma disciplina que, ao mesmo tempo em que auxiliava o crescimento da indústria, também acompanhava a expansão do terciário”.

Em decorrência do desenvolvimento de especializações na área, novas áreas para aplicação do tema surgiram, fazendo com que a área industrial fosse apenas um dos segmentos que o design poderia atingir. Portanto, somando-se isso e o fato da disciplina estar crescentemente internacionalizada, tornou-se necessário gerar uma nova nomenclatura. A palavra design, de procedência inglesa, passou a ser adotada. Além de remeter ao conceito de desenho, como a de origem anterior, também pôde ser utilizada de maneira mais abrangente,

posto que é considerada sinônimo de *projeto*, além de ser empregada como verbo quando se deseja falar em *projetar* e *desenhar*. Ainda que o design continue sendo atrelado ao ramo industrial, o significado atribuído à palavra permite que outras associações sejam feitas, permitindo a explanação de outros segmentos da área, tais como design de produto, design de serviço, design visual, etc.

Em consequência dos conhecimentos e técnicas nas quais o desenho industrial está baseado, a arquitetura, as artes e a engenharia foram os principais pilares que direcionavam o segmento. Foi a partir deste marco que o design passou a ser conhecido como disciplina projetual (Franzato, 2010). O autor explica que este termo, conhecido pela comunidade científica italiana também como cultura de projeto, trata do “conjunto articulado dos conhecimentos, das competências e dos estatutos que constituem a ação do projetista e a ativação do intenso processo de crítica e reflexão científica do qual ele precisa para renovar-se e competir”.

Franzato (2010) descreve que foi durante a década de 60 que o design voltou a se aproximar da indústria. Porém, tal aproximação ocorreu de maneira um pouco distinta em relação aos anos anteriores. Neste momento, as formas de produção artesanal e artística estavam em voga. Este tipo de relação entre design e indústria ocasionou na criação de um conflito entre os campos.

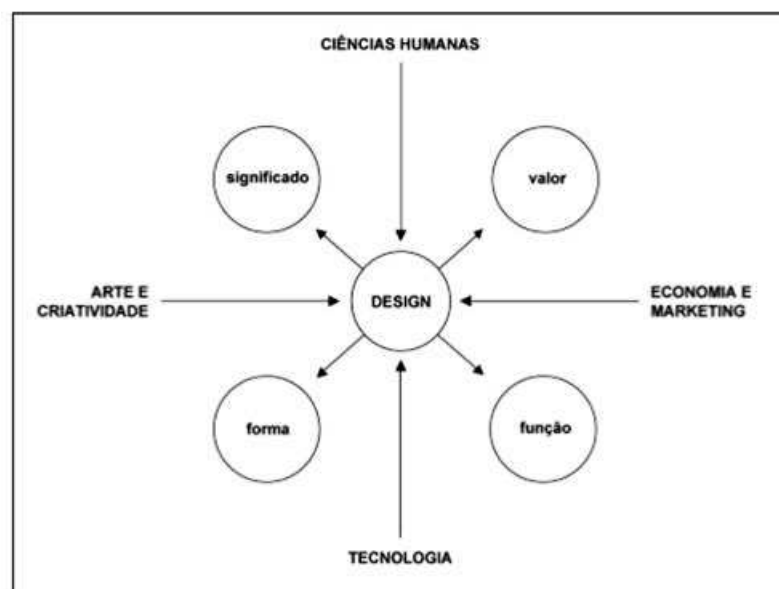
Dito isto, o período entre décadas de 1980 a 1990 teve como marco o ápice do conflito entre design e indústria. Neste cenário, uma corrente de designers da Grã-Betanha almejou celebrar a passagem da economia industrial para uma economia baseada em serviços. Como resultado, observou-se o desenvolvimento de produtos exclusivos, que desafiaram os mecânicos e tradicionais processos produtivos. Este evento foi um dos marcos que caracterizou um novo posicionamento do design, desta vez mais distante de indústrias e mais próximo de empresas. A consequência mais marcante deste novo tipo de relação foi o fato de que o design tornou-se mais capaz de agregar valores semânticos aos produtos e de conhecer suas possibilidades comunicativas.

Atualmente, ainda que uma vertente do design continue a ser voltada para objetos tradicionais de projetos, Manzini e Vezzoli (2002) contrapõem que a

integração e articulação entre produto, serviço e comunicação de uma instituição devem ser primeiramente atribuídas ao design. Em outras palavras, é o design que se torna o responsável por fundamentar e criar estratégias para o sistema produto-serviço, que surge através do design estratégico.

Por isto, o design estratégico contribui para o cenário atual ao auxiliar a pensar em novas soluções, que considerem a complexidade entre diferentes perfis e locais de atuação, que conheçam as particularidades de modo de produção e tenham cuidado ao articular com o ambiente em que está inserido. Em um contexto que tem sofrido mudanças frequentes, rápidas e profundas, os impactos gerados para a sociedade e em seu modo de vida são constantes e numerosos. Meroni (2008), retrata que parte destas transformações demandam novas soluções que em muito se distinguem das maneiras tradicionais já estudadas. Não só isso: que a única maneira sustentável de superar possíveis crises financeiras e ecológicas é através do incentivo a novos modelos, novos sistemas de produção e novas ideias acerca do bem viver (MANZINI, 2010). A figura abaixo ilustra como o design pode se posicionar de maneira central em relação a ciências humanas, economia e marketing, arte e criatividade e tecnologia.

Figura 1: A posição do design entre outras disciplinas



Para responder a estas demandas e novas configurações do panorama global, empresas têm tido que desenvolver não só uma postura de fornecedora, mas sim de organizadoras de sistemas e provedoras de soluções. É por esta

razão que a perspectiva de um sistema produto-serviço necessita ser considerada. Nas palavras de Meroni (2008, p. 35, tradução da autora), “o sistema produto-serviço é um mix de produtos, serviços, comunicação e pessoas; quando concebido através de uma resposta para uma problemática específica; é o que denominamos solução. O design estratégico de um produto-serviço transfere o foco na inovação restrito a um produto ou serviço para uma estratégia de design integrada com o sistema produto-serviço em questão, orientado a produzir soluções”.

O sistema produto-serviço surge através do design estratégico justamente para suprir esta demanda exigida pelo contexto em que se vive atualmente. Fala-se em sistema porque para atender a necessidades específicas é preciso criar soluções e, para que problemas específicos sejam realmente resolvidos, é preciso considerar e pensar não apenas no produto em si, mas também na comunicação, e nas pessoas e serviços que o integram.

A verdade é que, apesar de sempre estarem conectados, produto e serviço nunca demandaram tanto planejamento conjunto como hoje. A novidade, de acordo com Mont (2000), é que esta integração atualmente ocorre desde o início do desenvolvimento do produto ou serviço. Além disso, é acompanhada de uma estratégia de otimização e integração. Portanto, Meroni (2008) explica que o aumento cada vez mais tangível da dimensão serviço em qualquer tipo de nicho de mercado exige a abordagem trazida pelo design de serviço. Contudo, apenas pensar no design de serviço é insuficiente, uma vez que acima de tudo isso, também requer coordenação e visão para orientar uma organização na sua tomada de decisões. O que a autora quer dizer é que definitivamente o contexto atual exige que se pense e se posicione estrategicamente diante deste cenário complexo. Atualmente, a oferta vista pela perspectiva de sistema produto-serviço possibilita que a empresa construa uma identidade que a diferencie de seus concorrentes tanto em sua área de atuação quanto diante da sociedade em si.

Entretanto, Zurlo (1999) explica que a grande ênfase em empresas dada pelo design estratégico fazia parte apenas de sua fase inicial. Tem aumentado gradativamente a evidência de que o design estratégico possui uma abordagem não só bem-vinda, mas fundamental ao analisarmos o amplo espectro de atores sociais e empreendimentos, abrangendo não só empresas, mas governos e

territórios. Em outras palavras, tem se tornado indispensável por todos aqueles que, em algum momento, necessitam tomar decisões em ambientes incertos e turbulentos: o mundo contemporâneo.

2.2 A VALORIZAÇÃO TERRITORIAL E SEUS DESDOBRAMENTOS

É sabida e constante tema de debates globais a dificuldade existente hoje para que países construam riquezas e tornem-se Estados desenvolvidos. Em um mundo em que mais de 6 bilhões de pessoas vivem em cerca de 191 Estados Independentes, construir a riqueza de uma nação é crucial para seu crescimento sustentável. Neste contexto, aproximadamente 80% da população mundial vive no chamado Terceiro Mundo, muitas vezes em condições de extrema pobreza (KOTLER e GERTNER, 2004). Os desafios impostos para estes países em meio a busca por seu desenvolvimento envolvem problemas complexos como baixa qualidade de vida, infraestrutura precária, desemprego e crescimento populacional descontrolado. O desenvolvimento nacional já não é dever apenas no âmbito das políticas públicas, passando a ser um desafio de mercado.

A perspectiva de Gaio e Gouveia (2007) segue uma linha semelhante, apontando que não são mais os estados-nação que controlam a atividade econômica, a população, os investimentos ou o comércio. A nova ordem mundial é localmente competitiva e integrada. No contexto atual, os lugares, no sentido amplo de seu significado, assumiram um novo papel, uma vez que o capital, a tecnologia e a informação fluem livremente pelas fronteiras nacionais.

Dito isto, tornou-se essencial que um país saiba não apenas como atrair turistas, mas também empresas e profissionais talentosos capazes de agregar valor para a sociedade e fomentar sua economia. Por isso, os países competem entre si e a nível globalizado. É em função deste contexto que Kotler e Gertner explicam que uma visão e ferramentas estratégicas devem ser adotadas. Assim, o marketing de lugares é fundamental neste panorama, já que auxilia os territórios a desenvolverem seus pontos fortes e a conhecer seus pontos fracos.

A construção de um posicionamento estratégico diante deste cenário complexo exige o envolvimento do governo, empresas e cidadãos que compartilhem uma visão. Borba e Reyes (2008) compartilham da mesma visão

ao argumentar que o momento atual requer um planejamento diferente das décadas anteriores: é fundamental que a criatividade e a participação sejam pilares destes novos planos. A compreensão de que o crescimento territorial passa a ser responsabilidade de todos e da cidade como bem comum é essencial para o desenvolvimento social e para que os demais segmentos que configuram uma cidade sintam-se parte de um projeto coletivo. O projeto, neste sentido, não é restrito a um plano político de governo, mas sim de uma construção de marca coletiva atrelada a um território. As interações e rápidas transformações do cenário atual exigem que as marcas, sejam elas de bens de consumo, serviços ou territórios, estejam atreladas à cultura local ao passo que saibam se comunicar a nível global.

Tarouco (2011) sumariza a questão em três pontos. No primeiro, ele ressalta que as constantes mudanças que exigem rápidas adaptações por parte de todos os envolvidos em nosso contexto não serão restritas às grandes cidades, mas terão impacto em médias e pequenas. Outro aspecto fundamental a se considerar quando analisamos cidades nos dias de hoje é a forte rivalidade entre os locais para aproveitar as oportunidades que surgem em seu entorno. O terceiro ponto que define o contexto em que os territórios se estabelecem hoje é o ritmo rápido que sucedem os acontecimentos, que obrigam seus atores (sejam empresas, cidades) a refletirem acerca de processos de reflexão e gestão estratégica, aspectos antes desnecessários no âmbito urbanístico.

Reyes (2007) contribui com o tema ao explicar que o desenvolvimento de uma cidade envolve ações em diversas áreas fora do escopo exclusivo da arquitetura e além da ocupação do território físico. As áreas urbanas passaram a demandar uma análise menos rígida e mais flexível de suas atuações. O tradicional plano diretor, que tem por finalidade básica controlar o crescimento urbano com o intuito de garantir o bem comum e restringir a ocupação territorial da iniciativa privada, torna-se falho uma vez que acaba por comprometer o desenvolvimento local, atrelando-o a uma cultura de controle.

Neste contexto, quando uma cidade posiciona-se estrategicamente diante de um cenário de muitas demandas, seu planejamento requer uma metodologia que resolva três desafios conceituais e operativos: a incerteza, que é fruto do dinamismo de nosso cenário mercadológico, a crescente complexidade,

originada nos processos socioeconômicos e culturais, e a diversidade, uma vez que os agentes envolvidos nas interações e inter-relações de nosso contexto possuem comportamentos e interesses distintos. (TAROUCO, 2011).

2.3 O DESIGN APLICADO AO TERRITÓRIO

Sendo assim, considerando que o design interage e atua com as imaterialidades de novos mercados de maneira estratégica, ele torna-se apto a coordenar tais ações em diferentes perspectivas utilizando a mesma metodologia. Neste caso, ele torna-se fundamental por considerar uma abordagem que ao mesmo tempo que é capaz de gerar valor para um local, também é capaz de associá-lo a uma identidade única. Reyes e Borba (2008) justificam que as ferramentas utilizadas pelo design em seu período industrial referentes ao processo de diferenciação e de valorização dos produtos passam a ser adotadas também em outras situações, para outros tipos de produtos e em níveis distintos. Os autores sumarizam que “o território é focado pelo design estratégico com o objetivo de ser valorizado e de poder ocupar um novo posicionamento tanto em termos de imagem quanto de sustentabilidade econômica e social.” (Reyes e Borba, 2008, p. 4).

Reyes (2007), argumenta que a atuação do design estratégico no âmbito territorial se ocupa em reconhecer valores internos, transformar o território em sistema-produto, gerar possibilidades de comunicá-lo externamente a nível global e a desenvolver seu potencial de atratividade. O design, quando aplicado ao território, complementa a área de atuação do urbanismo tradicional por abranger temas e preocupações fora do escopo de trabalho do segundo.

Reyes e Borba (2008) acrescentam ainda que o design, quando aplicado ao território, fomenta uma ação não apenas capaz de acrescentar valor, mas também de permitir a compreensão e o envolvimento dos mais diversos segmentos sociais com a finalidade de transformar o espaço urbano em marca coletiva e significativa localmente. Para Tarouco (2011), dentre as diversas maneiras pelas quais o design pode intervir em territórios, destaca-se a possibilidade de visualizar pontos de força, antecipar críticas, gerar visões,

construir cenários, identificar estratégias e possíveis parceiros de seu contexto e transferir inovações de outras áreas.

Por estas razões e pelo posicionamento adotado pelo design territorial, Reyes (2007) explica que este tipo de abordagem contribui significativamente para o desenvolvimento de um território. A maneira tradicional de pensá-los, através de planos diretores, é insuficiente para o cenário como um todo, uma vez que se restringe geralmente apenas à ocupação espacial das cidades. O design estratégico aplicado ao território amplia o olhar analítico quando este é projetado: o território passa a ser pensado como um campo de estudos e procedimentos estratégicos. Ele passa a interagir interna e externamente.

Desta forma, este novo modo de enxergar o território, utilizando ferramentas e formas de projetar originadas no design estratégico, faz com que ele seja interpretado como um sistema-produto, em função de assumir forma orgânica e coerente com todos os elementos, materiais e imateriais, que configuram as ofertas dos diferentes mercados. Portanto, além de considerar a materialidade física já existente em projetos urbanos, agrega especialmente às atividades e aos usos destes espaços, bem como a experiência destes locais e sua forma de comunicação.

Em um contexto cada vez mais complexo, permeado de inter-relações, diferentes perfis e configurações, novos métodos e processos de projeção sobre os territórios tornam-se fundamentais. A maneira tradicional para se projetar planos urbanísticos concentra-se apenas na organização interna do território. Reyes (2007) aponta que a percepção central do urbanismo tradicional está nas forças econômicas desiguais, no crescimento desordenado, na impossibilidade de regular o crescimento e na incompatibilidade entre o investimento privado e o controle da iniciativa pública no desenvolvimento da cidade. Reyes e Borba (2008) complementam que os tradicionais processos de planejamento, existentes nos anos 50 e 60, eram projetados a longo prazo por acreditarem que as tendências do passado continuariam a permear a sociedade por décadas.

Os autores concordam que o design estratégico aplicado ao território, em contrapartida, envolve o reconhecimento e desenvolvimento de seus valores

internos. Auxilia a valorizar pontos fortes, ao passo que a perspectiva de olhar o território como um produto impulsiona o pensar nas formas de projetá-lo e comunicá-lo externamente, configurando a atuação local com a atuação global. Portanto, ao projetar territórios sob esta ótica, o design territorial consegue complementar estas áreas antigamente excluídas por planejamentos urbanos tradicionais.

2.4 REFERÊNCIAS PROJETUAIS

Considerando as configurações deste cenário, em que o território passa a ser considerado um produto a ser consumido e que passa a exigir novas maneiras de ser planejado, algumas iniciativas e projetos chamam a atenção. A capacidade de planejar as cidades além do que estabelece um plano urbano ou plano diretor permite que estas tenham êxito a se posicionarem no contexto atual.

Neste capítulo, são apresentadas outras possibilidades além do Distrito 22 de transformação e valorização de territórios: Porto Maravilha, ainda em andamento, e Amsterdam e Buenos Aires.

2.4.1 Porto Maravilha

O projeto Porto Maravilha foi desenvolvido com a finalidade de reestruturar a região portuária da cidade do Rio de Janeiro através de uma lei municipal, que criou a Operação Urbana Consorciada da Área Especial de Interesse Urbanístico da Região Portuária do Rio de Janeiro. O local, que a muitas décadas foi deixado em segundo plano pela organização da cidade, recentemente foi integrado a uma ação estratégica por parte da prefeitura. O objetivo, segundo o plano do projeto, além da revitalização, é melhorar a qualidade de vida dos moradores e sua sustentabilidade ambiental e socioeconômica para promover a reestruturação local.

A figura abaixo ilustra a área abrangida pelo projeto Porto Maravilha, correspondente a 5 milhões de metros quadrados.

Figura 2: Área de abrangência do projeto Porto Maravilha



A prefeitura fluminense acredita que o projeto fomenta expressivamente a economia da região, além de criar novas condições de moradia, lazer, transporte e cultura para a população residente da área portuária. As obras da primeira fase do Porto Maravilha já foram concluídas e reformaram as redes de água, esgoto e drenagem das ruas, desenvolvendo o saneamento básico dos bairros. Entre os próximos passos do projeto, com conclusão prevista para 2016, estão a coleta seletiva de lixo e a melhora da iluminação pública.

Figura 3: Projeto Porto Maravilha, com um dos museus projetados ao centro



O patrimônio histórico existente no local também foi considerado no projeto. Diversas instalações públicas serão mantidas e reaproveitadas, como um museu e um centro cultural, galpões, entre outros. Além disso, o projeto se

compromete a promover o desenvolvimento da região com regras urbanísticas e ambientais e prioriza projetos sociais e prestação de inúmeros serviços.

2.4.2 Amsterdam

Outro projeto que destacou-se por revitalizar e reposicionar um território foi Amsterdam, capital dos Países Baixos. O posicionamento da cidade, conhecido a décadas por apoiar um espírito liberal (onde predominavam o consumo de drogas e prostituição legalizada), estava ameaçando sua própria prosperidade e destaque no que diz respeito a destino escolhido pelos turistas. Outras cidades europeias, como Munique e Barcelona, estavam cada vez mais chamando a atenção por suas oportunidades e atrações (KAVARATZIS, 2006).

Amsterdam, diante deste contexto, precisou repensar sua estratégia e posicionamento como cidade. A principal iniciativa foi lançada em 2004 e foi o lema “Eu sou Amsterdam”, que criou uma marca para o local. Esta, por sua vez, tratou de afirmar uma escolha pela cidade, que pudesse transmitir orgulho, pertencimento e confiança pela capital (KAVARATZIS, 2006).

Com o objetivo de intensificar e trabalhar posições já existentes para a cidade, uma consultoria foi contratada para fazer uma pesquisa entre cidadãos e organizações privadas da região, bem como buscas em documentos oficiais, guias de turismo e outros materiais de mídia que pudessem fazer referência à Amsterdam. O resultado foi uma lista com 16 dimensões da cidade, que misturam funções, aspirações, slogans e características morfológicas. Na lista, constaram itens variados, como cidade para festas e eventos, cidade do conhecimento, cidade artística, cidade compacta, entre outros.

As 16 dimensões e o método utilizado para chegar a este resultado possibilitaram que outros 6 novos grupos fossem criados, facilitando e tornando o método de reconstrução da marca mais eficiente. Foram eles: Cidade da Cultura, Cidade dos Canais, Cidade de Encontros, Cidade do Conhecimento, Cidade de Negócios e Cidade Viva. Os três primeiros conceitos mostraram-se pontos maduros para Amsterdam, que precisaria apenas de apoio para se fortalecerem. Os últimos três, por sua vez, mostraram-se como oportunidades a serem totalmente exploradas pelo novo posicionamento. Por fim, a marca da cidade foi

construída com base em três valores fundamentais: Criatividade, Inovação e Espírito de Comércio (KAVARATZIS, 2006).

Figura 4: Amsterdam



2.4.3 Buenos Aires

Buenos Aires, capital argentina, também é outro caso de destaque quando consideramos a renovação de áreas urbanas: os bairros Puerto Madero e La Boca.

O Puerto Madero, inaugurado no final do século XIX, mostrou-se obsoleto poucos anos após sua criação. O aparecimento de navios de carga e a concepção de outro porto na cidade fez com que a região ficasse isolada e repleta de ruas degradadas. O plano de revitalização, por sua vez, contou com o apoio da cidade de Barcelona, em que estudos e concurso de ideias foram lançados. O novo plano para a região contou com um investimento maciço por parte do Estado, em um primeiro momento, e em seguida por capital estrangeiro: ruas e avenidas foram criadas, reciclagens de armazéns antigos deram lugares a novas habitações e locais de entretenimento foram criados, marcando a regeneração da paisagem urbana.

O bairro La Boca, por sua vez, ficou conhecido por abrigar imigrantes e marinheiros. A região acabou tornando-se um reduto da criminalidade da cidade, repleta de cortiços e casas feitas de latão e restos de navios. A partir de uma iniciativa do governo de revitalizar o local, as instalações foram reformadas, sendo pintadas com cores fortes e ganhando certa identificação.

Em função do dinheiro insuficiente para comprar grandes quantidades de tinta, os marinheiros acabavam usando sobras e muitas cores diferentes para concluir a pintura de uma casa. A rua mais famosa do La Boca, o Caminito, tornou-se ponto turístico por representar a história da região: exibindo itens particulares da cultura local.

Figura 5: Caminito



3. ESTUDO DE CASO - 22@BARCELONA

Como referência para este trabalho, o projeto 22@Barcelona foi escolhido por seu êxito em transformar um antigo e abandonado bairro existente. Porém, a prefeitura da cidade não se ateve apenas em revitalizar e modernizar a região. A modernização do local não foi apenas um projeto de inovação urbanística, mas foi também de inovação econômica e social. O grande desafio de criar alternativas que possibilitassem a melhoria e aumento da interação entre comunidades locais e empresas foi atingido com sucesso, tornando o 22@Barcelona um dos casos utilizados como referência no assunto a nível global.

Neste capítulo, apresentaremos características fundamentais sobre o projeto, o histórico da região, seus objetivos e respectivos programas e eixos de sucesso.

3.1 O PROJETO

Aprovado pela prefeitura de Barcelona no ano 2000, o 22@Barcelona é um projeto de renovação e transformação de uma região da cidade. A mudança envolve 200 hectares situados na região de Poblenou e assumia o compromisso não só de recuperar a área, antigamente industrial e obsoleta, mas de fazê-la produtiva e berço de atividades tecnológicas e inovadoras. 22@Barcelona, conhecido também como *Districte de la Innovación*, possui três grandes objetivos, que se desdobram em inúmeras atividades, iniciativas e projetos paralelos: inovação urbanística, inovação econômica e inovação social. O detalhamento do que é realizado em cada campo é apresentado ao longo dos próximos parágrafos (22@Barcelona Plan, 2012).

Por ser um projeto também de renovação urbanística, 22@Barcelona procurou reciclar o antigo e obsoleto parque fabril que existia na região. Os estabelecimentos construídos pós-projetos são diversos e vão desde residências até empresas, incluindo centros de treinamento, universidades, áreas verdes e comércios locais.

Abrange também inovação econômica, já que o grande objetivo, além da consequente renovação urbanística, era gerar atividades econômicas e

inovadoras no local. Isto se tornou possível por meio das inúmeras relações e plataformas criadas pelo projeto.

A comunidade também é fortemente beneficiada pelo projeto. A inovação social trazida pelo *Districte de la Innovación* é origem do incentivo ao networking e a diversidade entre seus residentes, estudantes e profissionais que por lá circulam. 22@Barcelona encontra-se em uma área altamente urbanizada e central da cidade espanhola. Assim, torna-se acessível por diversos meios de transporte e possui conexão com avenidas conectadas com outros bairros (Figura 6).

Figura 6: Localização do distrito



A escala do projeto é grande, já que o investimento para os planos de infraestrutura foi de aproximadamente 180 milhões de euros (22@Barcelona, 2012). 130 mil empregos já foram gerados na região e 145 mil m² de novas instalações foram criadas.

3.2 A REGIÃO

A área de Poblenou, que situa o projeto, pertence ao distrito de San Martín. O bairro era conhecido há mais de um século por ser uma região industrial, com uma produção fabril intensa. O novo olhar sobre a região implicou uma transformação altamente complexa de suas atividades. Por mais de 100 anos, Poblenou tem sido o grande motor econômico da Catalunha. O projeto foi criado com a premissa de transformar áreas obsoletas e improdutivas em espaços de alta qualidade urbanística, com atividades econômicas voltadas para a tecnologia e inovação.

Figura 7: Fotos da região antes do projeto



Quatro grandes períodos são fundamentais para entender o histórico da região e sua configuração atual:

Manchester da Catalunha – de 1860 a 1960: Uma das principais razões para o aumento da área industrial de San Martín foi a passagem da primeira ferrovia na região, em 1848. Entre 1855 e 1888 o número de registros de fábricas passou de 57 para 243. San Martín foi apelidado de “Catalão Manchester” em razão de sua rápida e intensa industrialização.

Deserção Industrial – de 1960 a 1986: Os anos centrais dos anos 60 podem ser considerados o início da desindustrialização de Poble Nou. O surgimento da Zona Franca como um novo centro industrial da região foi um golpe significativo no desenvolvimento de Poble Nou. Entre os anos de 1963 e 1990 mais de 1300 fábricas foram abandonadas no bairro.

Remodelagem Progressiva – de 1960 a 1999: A recuperação de Poble Nou iniciou-se com as intervenções realizadas para sediar os Jogos Olímpicos sediados em 1992. Os anéis viários construídos conectaram novamente Poble Nou à cidade, ao porto e ao aeroporto. O novo cenário trouxe à tona debates sobre o futuro dos 200 hectares que formavam a região. Em julho de 2000, a emenda do Master Plano Metropolitano, conhecido também como 22@Plan, foi aprovada para a renovação de toda a área de Poble Nou.

Projeto 22@Barcelona – de 2000 aos anos atuais: O projeto reinterpreta a função do bairro antigo e inutilizado, criando um novo modelo para uma antiga classificação urbana. A classificação 22^a, que denominava uso industrial exclusivo para determinada área da cidade, foi transformada em 22@. Assim, a coexistência das mais diversas atividades produtivas ocorre e é incentivada. 22@Barcelona permitiu que o bairro pudesse se tornar produtivo novamente,

criando um novo modelo de espaço urbano de acordo com as necessidades da sociedade.

3.3 OS OBJETIVOS

Inovação é o pilar central de todo o projeto. Porém, ela é difundida em três campos distintos: urbanística, econômica e social. Para cada área, estão previstas ações e iniciativas específicas para que continuem auxiliando a região a se desenvolver através de atividades econômicas produtivas e inovadoras, educação e treinamento da população e de ambientes voltados para os estudantes, profissionais e residentes que circulam por Poblenou.

1.1.1 Inovação Urbanística

No âmbito da renovação urbanística, 22@Barcelona tem como objetivo recuperar o dinamismo social e econômico da região. Para isso, foi necessário criar um ambiente diversificado e balanceado, onde as diferentes instalações coexistissem com prédios subsidiados pelo Estado, com equipamentos e áreas verdes que promovessem melhorias na qualidade de vida e na qualidade do trabalho. O novo modelo se baseou em abrigar atividades inovadoras, novas instalações, residências, melhora na qualidade de espaços públicos, renovar o patrimônio histórico industrial e no desenvolvimento de infraestruturas avançadas. Desta forma, a demanda existente anteriormente de recuperar o dinamismo econômico e social da cidade é suprida.

Para promover atividades inovadoras, 22@Barcelona procurou (e ainda procura) criar um ambiente privilegiado para seu desenvolvimento. As @activities, como também são conhecidas, utilizam o talento do indivíduo como principal recurso produtivo, independente do setor a qual pertencem. São caracterizadas pelo intenso uso que fazem da tecnologia da informação e, por esta razão, exigem uma proporção maior de empregos que atividades tradicionais. Estas atividades, portanto, acabam coexistindo com atividades regulares e vizinhanças da região, criando um ambiente rico, diversificado e produtivo. É em função destes aspectos que o projeto afirma que proporciona um ambiente único para o desenvolvimento deste tipo de trabalho.

O modelo contemplou 115 quadras da cidade e criou 4.000.000 m² de novos espaços, sendo 3.200.00 para atividades economicamente produtivas e outros 800.000 para demais instalações, serviços e residências. Foi planejado também que 10% da área transformada fosse convertida em instalações públicas, o que corresponde a aproximadamente 145.000 m². As designadas *7@facilities* incluem treinamentos, investigação e promoção de novas tecnologias e proporcionam uma rica troca de experiências e sinergia entre as universidades, centros de pesquisa e atividades diversas que ocorrem no Distrito 22.

Uma das premissas do projeto no âmbito da inovação urbanística foi mesclar espaços economicamente produtivos com espaços residenciais em prol de oferecer à população a possibilidade de trabalhar perto de suas casas. Deste modo, o projeto renovou mais de 4.600 casas tradicionais que haviam sido construídas nas épocas industriais da região e que foram afetadas pelo Plano Regional de 1953. A medida permitia que apenas atividades industriais ocorressem no local. As medidas do projeto, chamadas de *22@*, permitiram que todas estas instalações fossem regularizadas pela primeira vez em 50 anos. Além disso, outras 4.000 unidades residenciais foram subsidiadas pelo *22@Barcelona*.

Outro aspecto importante para a inovação urbanística na região foi a qualidade dos espaços públicos. Foi estabelecido que 10% da área industrial do distrito deveria ser destinado a espaços públicos e verdes, correspondendo a mais de 114 mil m².

Esta medida se deu pelo fato de a prefeitura de Barcelona acreditar que as áreas públicas sejam elementos fundamentais para apoiar a malha urbana e a criação de relações e atividades dentro de seus bairros, já que são consideradas umas das linhas-guia básicas sobre como a cidade irá se configurar. Por esta razão, a estrutura das áreas verdes de Poblenou tem sido desenvolvida de acordo com uma sequência de medidas que valorizam espaços amplos e a céu aberto e que possam se estender gradativamente a quadras e ruas menores, atingindo áreas residenciais. O resultado disso é a vasta utilização destes espaços, já que acabam se tornando área comum entre os moradores.

As ruas também sofreram modificações. Ainda que sutis, as alterações foram necessárias para melhorar o tráfego de veículos e pedestres. As vias principais, onde circulam os transportes públicos e demais veículos, foram reduzidas e o número de vias secundárias, que fornecem acesso aos estabelecimentos, aumentou.

Por outro lado, a medida apresenta um novo padrão na área de planejamento urbano que otimiza os fluxos de pedestres na região, melhora a visibilidade e a segurança de quem circula nas ruas. As calçadas foram ampliadas a 7 metros de largura a fim de incentivar ainda mais o tráfego de pedestres e desenvolver o comércio próximo às esquinas.

O passado da região foi um dos principais aspectos que se desejou ser mantido durante a implantação do projeto. Para que isto fosse possível, a renovação do patrimônio industrial implicou a atualização do plano especial do patrimônio histórico e artístico-cultural de Barcelona.

Contudo, quando o plano geral do projeto 22@Barcelona foi aprovado, era evidente que a rede da infraestrutura da região era precária e insuficiente para atender às novas demandas. Por isso, 180 milhões de euros foram investidos em uma nova rede elétrica, instalações de rede de fibra-óptica para o desenvolvimento de telecomunicações, novo sistema de aquecimento público centralizado e coleta pneumática e seletiva de lixo.

O processo de renovação foi guiado por três planos: Modificação do Plano Metropolitano Geral (que favorece a diversificação da utilização da área e reconhece a existência de residências e planos para criar novos usos que sejam compatíveis com as medidas do projeto), Plano Especial de Infraestrutura (que permite melhorias nos 37 km que formam as ruas do distrito) e a Modificação do Plano Especial do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural de Barcelona (que adiciona 68 novos elementos da área industrial de Poblenou ao catálogo da cidade).

1.1.2 Inovação Econômica

No que diz respeito à inovação econômica, o projeto 22@Barcelona procurou integrar os diferentes atores que compõem um sistema de inovação: empresas de tecnologia de ponta, universidades, centros de treinamento e

centros de transferência de tecnologia. Em paralelo, também pretendeu relacionar tais agentes com diferentes meios que promovessem a interação e comunicação entre si.

Um dos pilares que sustenta esta área do projeto é a concentração de talentos, já que 22@Barcelona acredita que sua importância para o desenvolvimento econômico como um todo é cada vez mais evidente. Em uma economia de escala global e altamente competitiva, o futuro das cidades e de suas empresas está intrinsecamente ligado à sua capacidade de atrair e reter profissionais qualificados. Portanto, uma vez que o projeto considere e incentive as frequentes interações nos mais diversos ambientes do distrito (universidade, empresas, áreas livres, serviços, etc), estará fomentando o encontro e o desenvolvimento de relações entre profissionais e cidadãos que frequentam o local. O resultado disso é a geração de conhecimento, a criação de novas ideias e a junção crescente de projetos que combinam jovens profissionais e negócios.

O *22@Staying in company* é uma das ações gerenciadas pelo 22@Barcelona. O programa conecta os melhores estudantes das universidades locais com oportunidades de estágio nas empresas inovadoras que atuam na região. Seu grande objetivo é fomentar a competitividade, inovação e internacionalização das companhias presentes no distrito ao passo que auxilia os sistemas de educação local e incentiva os estudantes em destaque de Barcelona.

A cultura inovadora também é um aspecto fundamental para a inovação econômica. A coexistência de organizações dinâmicas e inovadoras e de organizações locais do próprio distrito (como shoppings, lojas, pequenos comércios, serviços, etc), configura um ambiente rico e produtivo. A constante interação possibilita a existência de sinergia em prol do conhecimento e do processo de inovação, além de permitir que a competitividade torne-se cada vez mais desenvolvida entre grupos consolidados de negócio.

Para atingir este objetivo, a criação de diversos projetos é enfatizada a fim de promover a competitividade e a projeção internacional das companhias e instituições presentes no território, já que são estes trabalhos que poderão se tornar mecanismos de novos centros produtivos em Barcelona. Estes

empreendimentos, portanto, possibilitam a criação de *clusters* em diversos campos de conhecimento os quais a cidade pode desenvolver-se, ganhar destaque e liderar em nível internacional. Mídia, tecnologias da informação, tecnologias médicas, energia e design são clusters considerados estratégicos para o distrito e, para que estes atinjam e continuem tendo sucesso, determinados fatores são cruciais:

- presença de companhias que são referências no setor
- apoio e presença de instituições relevantes
- existência de espaços para empresas pequenas, médias e grandes
- estabelecimento de universidades e centros que promovam a educação
- centros tecnológicos ativos
- criação de incubadoras
- construção de empreendimentos residenciais para os profissionais
- espaços de exibição e divulgação do trabalho realizado e inovação criada nos setores
- serviços e áreas específicos para todo tipo de empreendedor
- garantia de um grupo específico de serviços: assistência, acesso à venture capital, networking, etc.

22@Barcelona se propõe a estabelecer um novo modelo de cidade para atrair setores emergentes da economia global. Por um lado, esta configuração conecta internacionalmente a área civil, instituições de pesquisa e desenvolvimento, centros de tecnologia e universidades promovendo a atração de empreendedores e empresas internacionais para o distrito. Desta forma, o mecanismo atrai o estabelecimento de novas empresas globais para a região. Em função disso, para facilitar a chegada de empresas estrangeiras em Barcelona, foi criado o Landing Program: uma incubadora voltada à recepção de negócios internacionais que permite o acesso a diferentes sistemas inovadores de negócios voltados para a tecnologia e conhecimento.

1.1.3 Inovação Social

O incentivo à inter-relação, ao convívio e à troca de experiências entre a comunidade (residentes, profissionais ou estudantes) é uma das premissas do

projeto. Por isso, diversas iniciativas foram criadas para auxiliar no desenvolvimento deste aspecto. São elas:

- 22@Network: é uma associação de empresas da região que entendem que a inovação e o conhecimento devem ser partes ativas de suas atividades, independente do setor em que atuam. Objetiva participar ativamente do desenvolvimento do polo e aumentar a competitividade e internacionalização de suas instituições associadas.
- 22@Breakfast: ocorre mensalmente desde 2004. É um café da manhã para apresentar as novidades do distrito, conhecer tendências de inovação além de possibilitar a troca de experiências com os mais de 100 profissionais que comparecem ao evento. Atualmente, diferentes empresas se propõe a sediá-lo para que, além de tudo, a comunidade possa conhecer suas instalações.
- Simpósio de Clusters Urbanos: o encontro reúne centenas de profissionais das áreas de atuação das empresas do distrito e é apresentado por importantes profissionais dos clusters que atuam no distrito.
- 22@Voluntariat: é uma iniciativa aberta para todos aqueles que já fizeram parte do 22@Network, aposentados ou não. Almeja apoiar projetos sociais, educacionais e culturais desenvolvidos pelas organizações e associações da região.

Além de projetos e iniciativas voltados para profissionais e estudantes da região, o 22@Barcelona procura envolver também cidadãos que residem no bairro. O projeto *22@Digital District*, por exemplo, incentiva o uso e adoção de tecnologias e novas ferramentas de comunicação no dia-a-dia e procura tornar o distrito de Sant Martí pioneiro na integração de novas tecnologias para a vida cotidiana. Já o *Virtual Memory of the Elder* é um projeto multimídia que une estudantes e antigos moradores da região para que juntos possam recuperar mídias e demais informações sobre a área. Desta forma, além de recuperar o arquivo histórico do distrito, os mais velhos podem ainda interagir com estudantes e entrar em contato com novas tecnologias.

Através do *22@Digital District*, *22@Barcelona* criou uma rede de salas de aula multimídia para facilitar o acesso de residentes, estudantes e profissionais ao uso e aprendizado de novas tecnologias. A criação de 5 salas foi prevista para que a população da região pudesse ter ainda mais acesso à informação e treinamentos. As salas são gratuitas e podem ser utilizadas entre 4 e 8 horas semanais mediante reserva. Em adição a isso, as salas servem para sessões de treinamento e ensino particulares, que incluem aulas básicas de informática para todos os públicos e atividades específicas para as instituições.

Outra ação voltada para os cidadãos é a reciclagem de computadores, que tem o intuito de permitir que grupos vizinhos possam reutilizar equipamentos de informática ainda em perfeito estado que não são mais utilizados pelas empresas do *22@Barcelona*. Esta iniciativa permite que as empresas do cluster de tecnologia da informação possam estar em contato com organizações sem fins lucrativos da região.

Além do projeto *22@Staying in Company*, que visa à contratação dos melhores estudantes para estagiarem nas empresas do polo, o *22@CreaTalent* foi criado para atingir crianças do primeiro e segundo grau. O projeto traz inúmeras atividades ligadas aos 5 clusters atuantes na região (energia, biotecnologia, tecnologia da informação, mídia e design) e atinge estudantes, seus pais e seus professores. O objetivo é encorajar a atuação das crianças nestas áreas, aflorando a vocação em ciência e tecnologia.

Diante destes três macros objetivos para fomentar a inovação, o *22@Plan* (2012) aponta como elementos estruturantes que compuseram o plano diversos componentes da inovação urbana, econômica e social. O aproveitamento do patrimônio histórico foi um deles, já que é um dos fatores de maior relevância na composição da identidade de um território. Apesar de ser um projeto totalmente voltado a necessidades novas de uma sociedade tecnológica, as áreas antigas não só foram mantidas como também renovadas e contextualizadas no novo significado que o distrito iria possuir.

As *@activities* e instalações públicas também foram fatores-chave no sucesso da implantação do plano. É através delas que é possível fomentar a

inovação, o desenvolvimento de novos produtos e serviços, a troca de experiências, o crescimento de pessoas e instituições, etc.

A preocupação com as residências da região proporcionou o aumento da diversidade social e da circulação de pessoas em Poblenou. E, por fim, as medidas tomadas para desenvolver a região quanto à infraestrutura foram as responsáveis por conectar o Distrito 22 à cidade de Barcelona.

3.4 EIXOS DE SUCESSO DA RENOVAÇÃO URBANA

O projeto 22@, aprovado no ano de 2000, é um instrumento para garantir que a área industrial existente na região de Poblenou possa se tornar novamente economicamente ativa e produtiva. Sendo assim, o 22@Plan (2011) explica que três características foram fundamentais para o desenvolvimento e implantação do projeto: densidade, diversidade e complexidade e flexibilidade.

No que diz respeito à densidade, a organização do projeto compreende que uma cidade compacta favorece a sinergia entre seus agentes urbanos e uma utilização racionada do território. Por esta razão, a transformação de áreas industriais contempla um alto índice de edifícios, que por sua vez atraem investidores que contribuem financeiramente para a economia da região. Sendo assim, o projeto supera a baixa densidade populacional que existia em décadas anteriores. Porém, como em outras cidades, as instalações de empreendimentos privados devem obedecer a certos critérios específicos, como o pagamento de taxas urbanas, presença de atividades que pertençam ao contexto do projeto, etc.

Além disso, a organização do 22@Barcelona exige que cada plano referente à renovação dos territórios industriais gere espaço para subsidiar residências e áreas verdes para que a qualidade de vida e desenvolvimento social continue crescendo. Este modelo, que visa à coexistência e diversidade nos mais variados ambientes da região, é totalmente contrário à antiga visão de “zonas” adotadas pela Europa nos anos 50 e 60. Atualmente, a ampla utilização de uma região é crucial para o desenvolvimento de uma cidade em qualquer lugar do mundo.

Ao contrário de planos de renovação urbana convencionais, o projeto para a região industrial de Poblenou é flexível por não impor critérios ao resultado final da transformação. Ou seja, apesar de criar normas sobre atividades econômicas e utilização de espaços, o plano incentiva intervenções dos mais variados estilos e tamanhos. Desta forma, seus usuários finais são livres para construir e intervir na região considerando outros fatores, como qualidade, funcionalidade e design.

4. OBJETO DE ESTUDO - 4º DISTRITO DE PORTO ALEGRE

O 4º Distrito de Porto Alegre foi utilizado como objeto de estudo deste trabalho por sua crescente necessidade de revitalização. Ainda que inúmeros projetos tenham sido estudados para atender o problema, a região continua ainda com os mesmos problemas de abandono, falta de uso e improdutividade. Além disso, o local possui uma história bastante semelhante à da região de Barcelona, uma vez que ambos tornaram-se historicamente conhecidos em suas cidades por sua alta produção industrial em décadas passadas.

Nos subcapítulos a seguir, caracterizaremos a região, explicando seu histórico e suas limitações, apresentando pontos críticos que impedem o sucesso de seu avanço e tentativas de planos e projetos existentes.

4.1 A REGIÃO

O 4º Distrito de Porto Alegre é uma região composta por 5 bairros da cidade: Humaitá, Farrapos, Navegantes, São Geraldo e Floresta. São áreas próximas ao Centro Histórico e às margens do Rio Guaíba, conectadas por duas grandes avenidas: Rua Voluntários da Pátria e Avenida Farrapos. Apesar de possuir valor histórico e cultural, a área atualmente possui pouca circulação de pessoas e poucas atividades produtivas. Diversos projetos, tanto por parte da comunidade como por parte da área pública e privada, surgiram e dedicaram-se a desenvolver novas propostas para a região. Infelizmente, a maioria teve insucesso e não chegou a ser concluída.

Porém, apesar de estar abandonada atualmente, a região não foi sempre assim. O 4º Distrito surgiu no século XIX, com a instalação das primeiras indústrias e vinda de imigrantes europeus. Uma estrada de ferro foi construída, bem como a instalação de bondes que ligavam a capital ao interior. A localização era boa e foi uma das principais responsáveis pela atração das indústrias. Entre os anos 60 e 70 a região teve o ápice de seu desenvolvimento, quando grandes redes de comércio que ali se instalaram (WINCK, 2011). Durante o século XIX, foi um território caracterizado historicamente como operário e industrial especialmente pelo fato de o 1º Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU), que vigorou de 1979 a 1999, não permitir outras atividades na região.

4.2 PROJETOS PÚBLICOS PARA O 4º DISTRITO

A própria Secretaria Municipal de Urbanismo de Porto Alegre admite que o local necessita de maior atenção e traz diversos aspectos negativos e pontos de melhoria que caracterizam a região: prédios abandonados e vazios urbanos; precariedade de áreas verdes e equipamentos urbanos; mau estado de conservação das edificações; ausência ou aleatoriedade da disposição dos elementos de mobiliário urbano e de arborização; passeios e leitos viários em precário estado de conservação e dimensionamento inadequado; problemas de circulação de veículos de passeio, transportes coletivos, de cargas e de pedestres; presença de população socialmente marginalizada ligada à prostituição, ao consumo e tráfico de drogas.

Felizmente, a prefeitura de Porto Alegre, através do PDDUA (Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental), reconhece que o 4º Distrito é um excelente território para a criação e implantação de ações conjuntas e articuladas entre o poder público e a área privada. Os objetivos são promover e dinamizar a reconversão econômica, a melhoria da qualidade de vida e a qualificação da cidadania.

Figura 9: Imóveis inventariados na região em 2011



Figura 10: Avenida Farrapos em 2011



Fonte: Apresentação SMURB (2011)

A etapa de revitalização da região é uma ação de caráter inter setorial e multidisciplinar, como alega a própria prefeitura, uma vez que envolve órgãos públicos¹ e diversos atores da sociedade². O objetivo é “formular diretrizes e planos consorciados entre o poder público e privado que constituam respostas aos anseios e demandas da sociedade, de forma a qualificar o espaço urbano de maneira ordenada e planejada, buscando o desenvolvimento sustentável desta região e melhoria da qualidade de vida ”.

O Plano Diretor alega que a região está destacada “nas estratégias do PDDUA de estruturação urbana, qualificação ambiental, promoção econômica e produção da Cidade como espaço de revitalização urbana com reconversão econômica” (PDDUA, 1999). O artigo 153 afirma que “em prazo exequível, o Executivo Municipal apresentará o Projeto Especial de Impacto Urbano 3º Grau – Operação Urbana Consorciada – para a revitalização do 4º Distrito, visando à obtenção de recursos”. Segundo informativos da Prefeitura Municipal de Porto Alegre (PMPA), uma Operação Urbana Consorciada compreendia intervenções urbanas coordenadas pelo Executivo Municipal em áreas específicas e com a participação de outros atores da sociedade: proprietários de estabelecimentos,

¹ Secretaria Municipal de Urbanismo (SMURB), Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMAM), Secretaria Municipal da Cultura (SMC), Empresa Pública de Transporte e Circulação (EPTC), Secretaria Municipal de Obras e Viação (SMOV), Secretaria Municipal da Indústria e Comércio (SMIC), Departamento Municipal de Limpeza Urbana (DMLU), Departamento Municipal de Água e Esgoto (DMAE), Secretaria Municipal de Planejamento Estratégico e Orçamento (SMPEO), Secretaria Municipal de Acessibilidade e Inclusão Social (SMACIS), Departamento de Esgotos Pluviais (DEP), Secretaria Municipal de Turismo (SMTUR), Secretaria Municipal de Governança Local (SMGL), Secretaria Municipal da Fazenda (SMF)

² RP2 Região de Planejamento, IPA Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Assoc. Amigos do 4º Distrito, Jornal GERAMIGOS, PUC, Associação dos Lojistas do Pólo São Pedro, Associação dos Empresários Humaitá-Navegantes, Gabinete de Gestão Integrada da Segurança Pública SSP, Sindicato Empresas de Vestuário, CONCEPA, CAIXA Econômica Federal entre outros.

moradores, usuários permanentes e investidores da área privada. O objetivo era alcançar transformações urbanísticas estruturais, melhorias sociais e valorização ambiental na área contemplada. Como consequência da lei correspondente, certas medidas foram estabelecidas, como modificação dos índices construtivos e características de parcelamento, uso e ocupação do solo e subsolo, alteração de normas, regularização de construções, etc.

Ainda que o projeto esteja ligeiramente distante de ser concluído, a prefeitura segmentou o local em 3 áreas. As atividades e novos rumos do projeto são determinadas através do GT do 4º Distrito, como é denominado o grupo responsável pela renovação da região. Para cada área, o grupo delimitou o perímetro do qual fazia parte, listou as características e traçou seus objetivos específicos. Além disso, foram prospectados projetos para cada sub-região.

A divisão das áreas e os projetos prospectados podem ser observados na figura 11, que ilustra a localização, extensão e proximidade entre projetos, bem como listar principais avenidas e empreendimentos localizados no 4º Distrito.

1.1.4 Área 1

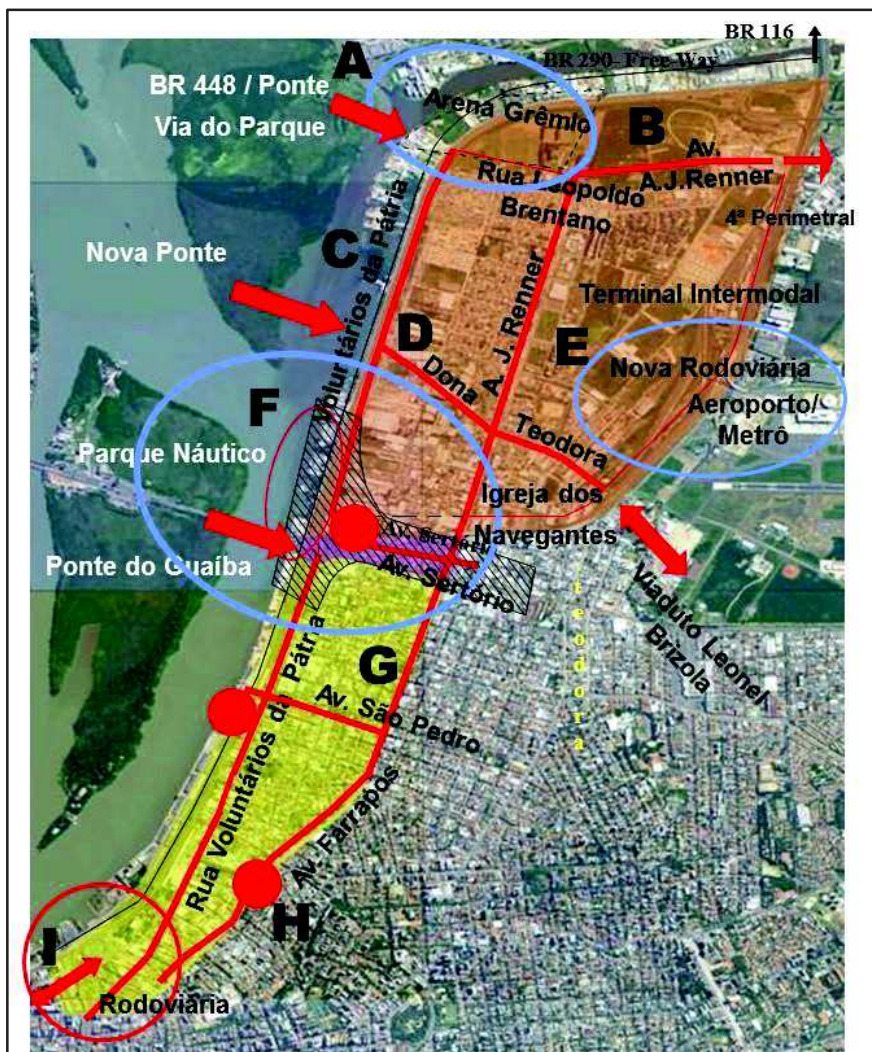
A área 1, denominada perímetro preferencial, é caracterizada como um local consolidado, com presença de patrimônio cultural, imóveis desocupados e subutilizados. Os projetos nesta região visam à revitalização urbana e conversação econômica, são eles:

G. Eixo Avenida São Pedro – trecho entre as duas principais avenidas (Avenida Farrapos e Rua Voluntários da Pátria) e Orla do Guaíba. Projeto de qualificação urbana: paisagismo, iluminação, mobiliário urbano; conexão com área do porto/orla. É definida como uma área de interesse cultural, pois é onde foi estabelecida uma grande indústria da região, a FIATECI. Hoje, parte do local faz parte de um empreendimento da iniciativa privada: um complexo com centenas de salas residências e dezenas de salas comerciais.

H. Eixo Avenida Farrapos – projeto de qualificação urbana: paisagismo, iluminação, mobiliário urbano, pintura das fachadas, arborização dos passeios, adequação à legislação.

I. Território Rodoviária – entorno da Estação Rodoviária, incluindo a área entre Avenida Farrapos, Rua Ramiro Barcelos, porto/orla, Rua Carlos Chagas (Centro Histórico) e Avenida Júlio de Castilhos. Conexão com Projeto Cais Mauá.

Figura 11: Áreas e projetos do 4º Distrito



Fonte: Apresentação SMURB (2011)

1.1.5 Área 2

A área 2, a menor delas, é definida como Perímetro de Transição, já que está estabelecida entre as áreas 1 e 3. Sua maior parte corresponde a uma área de interesse cultural, pois abriga a Igreja Navegantes e seu entorno imediato. Seus projetos foram identificados como pontuais, quando referente a projetos de qualificação ambiental a nível local, e como estratégicos, quando alavancadores de mudança de imagem do setor. Uma consultoria foi contratada pela prefeitura

para elaborar o plano de revitalização para a área da Igreja dos Navegantes. Além disso, o objetivo da consultoria era buscar a qualificação do espaço público, a conexão entre orla e área da Igreja e as alternativas de conexão entre as três áreas são seus objetivos gerais contemplados no Plano Estratégico do 4º Distrito. Os projetos prospectados para a área de transição foram os seguintes:

F. Território Complexo Ponte / Igreja dos Navegantes - Uma consultoria foi contratada pela prefeitura para criar espaços públicos livres e de iniciativas para melhorar a acessibilidade do local. Um dos quarteirões do trecho possui inúmeros prédios de interesse histórico, onde o objetivo é aumentar o acesso a pedestres e utilizar armazéns e prédios sem uso para atividades culturais e de lazer.

1.1.6 Área 3

A terceira área, referente ao Perímetro PIEC e Arena, é predominantemente representada pelos reassentamentos habitacionais e novos empreendimentos, como a Arena do Grêmio. Em função de sua localização, seus objetivos são referentes ao acesso à cidade e habitação. Além disso, o desenvolvimento sócio-econômico da região, a integração metropolitana e novos empreendimentos em função do complexo esportivo também são itens em voga.

A área 3 é a que mais recebeu projetos:

A. Território Arena do Grêmio - área da Arena e do complexo multifuncional. Área de inserção da BR 448 junto à Freeway e Rua Voluntários da Pátria.

B. Eixo Avenida AJ Renner - duplicação de trecho existente e conexão com demais avenidas e 4ª Perimetral.

C. Eixo Voluntários - Projeto urbanístico / projeto viário com duplicação do trecho entre Estação Rodoviária e Ponte do Guaíba. Projeto de qualificação urbana (paisagismo, iluminação, mobiliário urbano) ao longo do prolongamento entre Avenida Teodora (na orla do rio) e Avenida Leopoldo Brentano.

D. Eixo Dona Teodora - revisão dos pontos de cruzamentos existentes, projeto de qualificação urbana: paisagismo, iluminação, mobiliário urbano.

Interseção da Nova Ponte do Guaíba com duas avenidas localizadas na orla: Dona Teodora e João Moreira Maciel.

E. Território Terminal Intermodal - projeto urbanístico de terminal intermodal conectado o aeroporto, estação do Trensurb e nova rodoviária. O projeto de uma nova rodoviária envolveria a transferência de atividades parciais que ocorrem no terminal antigo, mas deslocando as linhas estaduais e internacionais para o novo terminal.

4.3 MUDAR É PRECISO

Pode parecer contraditório que uma região que há décadas manteve-se em voga, em debates da área pública e em demandas da população por melhores condições, ainda não tenha feito progressos percebíveis. Muitos projetos surgiram e inúmeras ideias e iniciativas por parte de cidadãos foram criadas, mas infelizmente nenhum que apresentasse impacto significativo para a região.

Para a Secretaria Municipal de Cultura (SMC), a implantação das atividades de comércio, serviços, habitação e estacionamento é viável, mas existe a condição de manter visíveis os elementos que caracterizam os atributos arquitetônicos dos bens inventariados (fachadas, aberturas, estrutura, ornamentos, cobertura, etc). Os pavilhões industriais que ainda permanecem no 4º Distrito permitem diversas possibilidades de reciclagem em função de suas características de estrutura modulada. A volumetria existente possibilita total flexibilidade interna, que podem incentivar novos padrões de ocupação para estes estabelecimentos. A Secretaria utiliza o exemplo de apartamento-lofts, que são a grande referência encontrada em projetos similares de reconversão predial. A Secretaria reconhece que é oportuno que a ocupação na região ocorra em conjunto, “pois além de prevenir conflitos entre compartimentação proposta, malha estrutural e tratamento externo a preservar, poderia também configurar um produto diferenciado ante a escassez de modelos que caracterizam o mercado imobiliário atual”.

Com o passar dos anos e o agravamento da situação do 4º Distrito, diversos projetos e iniciativas surgiram, criados pela própria população. Em suma, eles consideram possíveis maneiras de reocupar a área, trazendo consigo

a comunidade e programas relacionados às áreas da economia criativa, artes, etc.

O Vila Flores, um conjunto arquitetônico localizado no bairro Floresta, faz parte do 4º Distrito. São três edifícios construídos em 1928 que terão seus interiores reformados e projetados. Todo o projeto é coordenado em âmbito da iniciativa privada. O objetivo é transformar o Vila Flores em um centro cultural e artístico, hub de economia criativa e colaborativa, tecnologia e troca de conhecimentos. Atualmente, diversos profissionais e grupos de trabalho dividem o espaço locado para lá desempenharem suas atividades.

Figura 12: Evento temático no Vila Flores



Fonte: Site Vila Flores, 2014

O Projeto Vizinhança prevê uma atuação um pouco mais ampla, uma vez que sua proposta é que seja realizado, de forma itinerante, em diferentes regiões da cidade. O projeto, que nasceu em 2012 através da união de interesses em comum da população local, busca ativar espaços ociosos de Porto Alegre transformando-os por meio da participação coletiva. O objetivo é estimular a convivência e a troca entre vizinhos proporcionando um ambiente lúdico e criativo. Uma de suas edições ocorreu em uma localidade do 4º Distrito, onde um dia inteiro foi programado com workshops, oficinas, shows atividades criativas.

Figura 13: Evento na calçada promovido pelo Projeto Vizinhança



Fonte: Site Projeto Vizinhança, 2014

O Distrito C também foi um projeto criado por meio da iniciativa privada. O projeto, que surgiu no final de 2013, está localizado no 4º Distrito e objetiva tornar-se um laboratório social e criativo, proporcionando um espaço de criação coletiva, participação e inovação a partir dos próprios empreendedores que fazem parte da iniciativa. O projeto caracteriza-se como inovação social, uma vez que sua criação foi motivada a partir do impacto social e urbano que pode ser gerado a partir de um coletivo de artistas e empreendedores. Atualmente, 67 artistas fazem parte do coletivo. O grupo se propõe a discutir e criar ações para diversas situações que configuram a região, sejam elas de curto, médio ou longo prazo. As áreas contempladas pelas ações do grupo já foram a poluição ambiental, segurança pública, patrimônio ambiental e histórico, turismo criativo, etc.

Iniciativas como estas a que nos referimos anteriormente evidenciam que o 4º Distrito apresenta muitas características em comum ao que costumava ser o Distrito @Barcelona antigamente. Ambas as regiões haviam sido economicamente ativas através de atividades industriais, tiveram períodos de total abandono, descaso e desinteresse pela gestão pública e iniciativa privada e ambas estão localizadas em regiões estratégicas para a cidade. Porém, no caso da região gaúcha, o grande esforço gerado pela iniciativa pública e privada parece não surtir efeito para que a região seja revitalizada e se torne novamente

ativa. Os projetos são diversos e, após algumas tentativas mal sucedidas por parte da prefeitura de propor alternativas para a região, é notável o surgimento de movimentos por parte dos próprios cidadãos do distrito. Ainda que isolados e sem contar com o apoio de estrutura urbana (como mobilidade, infraestrutura e transporte), iniciativas e projetos têm surgido com o intuito de levar a população porto-alegrense a ocupar a região, atualmente abandonada.

Este tipo de situação é bastante comum quando refletimos sobre as grandes mudanças que as cidades têm sofrido para adaptarem-se ao novo estilo de vida de suas populações. Casos semelhantes de revitalização urbana devem ser considerados, como o Porto Maravilha e Corredor Cultural, ambos no Rio de Janeiro, e a Rua das Flores, em Curitiba.

5. CONSTRUÇÃO DE ALTERNATIVAS

O 4º Distrito, objeto de estudo deste trabalho, é uma região de Porto Alegre que contempla 5 bairros: Floresta, Farrapos, Humaitá, Centro e Navegantes. Como informado em capítulos anteriores, o local, que já foi palco de intensa atividade produtiva através da instalação de parques fabris, atualmente encontra-se abandonado quando comparado ao foco que recebeu nas décadas passadas. Além do abandono, problemas como precariedade das instalações, ausência de áreas verdes e elementos de mobiliário urbano, prostituição nas ruas e prédios que requerem restauração também impedem o desenvolvimento da região.

Diante das mudanças pelas quais o contexto atual tem passado, fica cada vez mais evidente a necessidade de um posicionamento estratégico por parte de empresas, instituições e até mesmo territórios. Como se pôde constatar na literatura estudada e referendada nos capítulos anteriores, um posicionamento estratégico, capaz de adaptar-se às distintas e diversificadas demandas locais ao mesmo tempo em que consegue acompanhar o ritmo das mudanças a nível global, é cada vez mais um critério essencial para a sobrevivência no contexto atual. É em função disso que as cidades, neste momento, devem se preparar e saber como se posicionar diante deste cenário. É fundamental pensar no planejamento urbano considerando tais configurações da complexidade de nosso sistema.

Por isso, dada a oportunidade de se pensar sobre a modernização de uma região ampla e importante para a cidade, este trabalho propõe-se a construir alternativas projetuais para o 4º Distrito que possam ser adotadas por Porto Alegre para projetar o 4º Distrito do futuro, considerando os âmbitos de inovação social, econômica e tecnológica. A primeira etapa da pesquisa tratou de estudar um modelo de reurbanização consolidado e conhecido pelo seu sucesso, o 22@Barcelona.

Para a geração de insights que pudessem guiar o restante do trabalho, a seguinte pergunta foi posta para o grupo de pessoas participante: “Que palavra vem em mente quando se imagina o 4º Distrito do futuro, em que inovação urbanística, social e econômica sejam aspectos presentes na região?”. A

escolha da pergunta foi baseada no modelo do projeto utilizado na etapa teórica do trabalho, 22@ Barcelona. Como os três pilares que sustentam o projeto baseiam-se em inovações nos campos urbanísticos, sociais e econômicos, o questionamento para geração de insights e próximas etapas do trabalho foi direcionado a este ponto. Dito isto, para não criar restrições e prejudicar o resultado do processo, todas as palavras mencionadas foram consideradas. Assim, nenhuma ideia e potencial inspiração foram desperdiçadas. Na tabela abaixo, são apresentados todos os termos e palavras citados durante o brainstorming.

Tabela 1: Brainstorming

moradia	cultura	produção local	agenda cultural
pessoas	diversidade	moeda local	exposições
república	local	shows	museus
hostels	ocupação	revitalização	aula de dança
estudantes	movimento	modernização	academia
ciclovia	cultura local	tecnologia	rota turística
mobilidade	personalidade	investimento	associação de moradores
integração	identidade local	centro tecnológico	novas famílias
jovens	hortas	informática	sociedade
empreendedorismo	jardins	ciência	comunidade
segurança	centro de mobilidade	laboratório	trabalho voluntário
gastronomia	rodoviária	incubadora	mirante
atelier	cais do porto	centro de estudos	animais
oficinas	eventos	economia colaborativa	coworking
feiras	comércio	uso coletivo	artesanal
curiosos	serviços	compartilhamento	escolas
centro cultural	teatro	app local	creches
centro histórico	cinema	site 4º distrito	cafeterias
prédios tombados	parques	jornal local	
intercâmbio	áreas verdes	bairro planejado	

Fonte: elaborado pela autora, 2014.

A seguir, todos os conceitos foram classificados em grupos distintos, de modo que cada segmento tivesse uma temática única que pudessem guiar uma nova maneira de planejar o 4º Distrito. O primeiro grupo, em azul, reuniu conceitos que tivessem em comum ferramentas e termos que pudessem compor uma identidade dos bairros. O segundo e o terceiro grupo, na cor roxa, foram inicialmente construídos de maneira separadas: um para ocupação de novas famílias e voltado a conceitos de pessoas e o outro apenas para serviços e infraestrutura. Observou-se que os dois grupos poderiam unir-se e formarem apenas um, sendo uma região voltada à moradia e com a infraestrutura demandada. O terceiro bloco reuniu termos que tinham a temática cultura em comum. Já o quarto bloco, na cor cinza, contemplou conceitos que tinham relação com a falta de conexão física atual do 4º Distrito e o isolamento da região. Todos os termos que pudessem remeter à transporte e mobilidade foram também agrupados. Por sua vez, o quinto grupo reuniu os *inputs* que estavam vinculados à educação, universidade, etc. Por fim, o último grupo reuniu conceitos voltados à natureza e áreas verdes. A figura a seguir ilustra os mapas conceituais construídos.

Figura 14: Mapa Conceitual



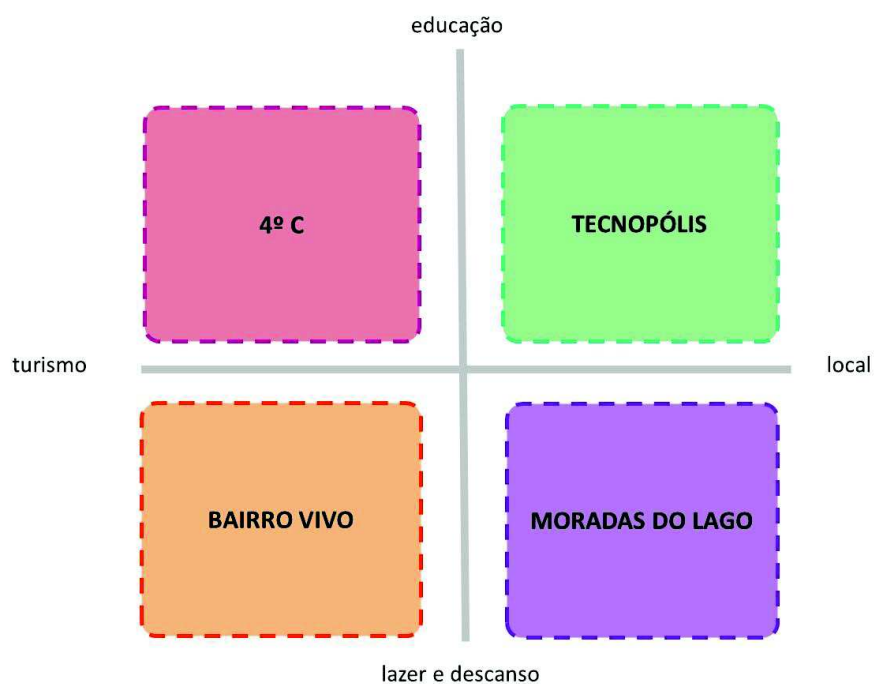
Fonte: elaborado pela autora (2014)

Desta forma, com os conceitos agrupados por afinidade, relações e possibilidades de construção de cenários, foi possível enxergar, com maior clareza, quatro grupos que pudessem ser trabalhados como possíveis alternativas para o 4º Distrito do futuro considerando pilares de inovação no âmbito social, urbanístico e econômico.

O gráfico foi elaborado para auxiliar na criação de alternativas para o 4º Distrito que pudessem compor 4 cenários distintos. Cada um com o objetivo de atender certas demandas da região, mas sempre considerando a eminente

necessidade de renovar o local, considerando possíveis inovações urbanísticas, sociais e tecnológicas. A prática foi utilizada por permitir a viabilização de uma perspectiva ampla da cena em questão, podendo alinhar-se à concepção sistêmica de analisar o mundo em termos de relações e inter relações (CAPRA, 2012). Além disso, é importante considerar também a liberdade existente na construção de cenários, que permite não restringir o estudo a variáveis impeditivas conhecidas, que poderiam bloquear novas alternativas para o trabalho.

Figura 15: Gráfico de Polaridades



Neste contexto, quatro *concepts* foram desenvolvidos a partir de agrupamentos distintos apresentados no gráfico de polaridades que deram origem aos cenários apresentados. Cada um deles tratou de construir a análise sob uma ótica temática, mas que pudesse ser desdobrada em diversos aspectos e diferentes iniciativas que atendessem à demanda da região.

5.1 CONCEPT 1 - 4º C

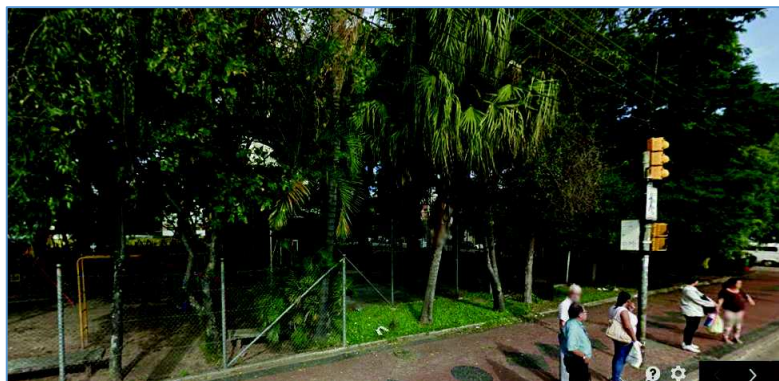
As pesquisas teóricas e o estudo de caso sobre o 4º Distrito nos levaram a perceber que já existe um movimento natural por parte dos próprios cidadãos de Porto Alegre, por criar e procurar iniciativas na região de projetos que possuíssem viés cultural, como a Vila Flores e o Projeto Vizinhança,

mencionados em capítulos anteriores. Neste sentido, esta alternativa para o 4º Distrito foi nomeada 4º C – Cultura, Colaboração, Conhecimento e Criatividade. Este projeto para a região busca explorar sob o aspecto especialmente cultural, criando iniciativas que promovam atividades artísticas, gastronômicas, musicais, entretenimento, aprendizado, entre outras. Além disso, questões como a diversidade, a criatividade e a colaboração também serão pilares estratégicos para o planejamento do local.

Neste cenário, o 4º Distrito Cultural, poderá se posicionar especialmente nas áreas 1 e 2, onde se encontram os bairros Floresta, São Geraldo e Navegantes. O motivo deve-se ao fato de ambas as áreas possuírem prédios históricos e tombados e por fazerem parte de uma Área de Interesse Cultural, como trata o Plano Diretor da cidade. Em função disso, edificações como as que ilustram a figura abaixo, podem ser transformadas em ativos ateliês, centros culturais e locais que promovessem e valorizassem a cena cultural de Porto Alegre.

A Praça Bartolomeu Gusmão, por exemplo, que se encontra-se em uma das esquinas da Avenida Farrapos, seria responsável por concentrar feiras variadas de gastronomia, como festivais de comidas produzidas localmente e encontro de *foodtrucks*, iniciativa que tem feito parte de um movimento cultural cada vez mais crescente no país. A praça contará com mesas compartilhadas, com o objetivo de estimular a gastronomia a céu aberto e o acesso a comidas de qualidade. Além disso, as feiras e eventos podem ter temas especializados, como hambúrgueres, alimentos sem glúten ou lactose, cervejas artesanais, frutas e legumes orgânicos, etc. Esta configuração facilita a rotatividade dos expositores e permite que o local seja facilmente alterado em caso de necessidade de substituição.

Figura 16: Praça Bartolomeu Gusmão



Fonte: Google Maps, 2014

Além disso, com o objetivo de promover a ocupação através de um planejamento que permita a vivência e experiência das pessoas na região, certa quantidade de ruas poderia ter o trânsito restrito. A ideia, inspirada na medida adotada pelo Distrito 22 onde 10% de espaços industriais deveria ser destinado a áreas verdes, impediria a circulação de veículos em dias específicos ou sempre. Existem grandes vias, como a Avenida Farrapos e a Rua Ramiro Barcelos, que facilitariam e substituiriam o acesso público a esses locais. Desta forma, ruas que atualmente já possuem árvores e áreas verdes poderiam ser mais bem aproveitadas. Estas ruas, por não serem avenidas principais ou secundárias, irão oferecer ciclovias e estações de aluguel de bicicletas, mesas e espaços para eventos ao ar livre, etc.

Por tratar-se de uma região criativa, povoada por ateliês, oficinas, exposições e eventos culturais, intervenções urbanas serão sempre bem vindas. Neste caso, empreendimentos poderiam responsabilizar-se por colorir muros e postes através de pinturas, grafites e crochês elaborados por artistas da região. Ruas que cruzam as principais avenidas do local, como a Rua Gaspar Martins, Rua Hoffmann e Rua Comendador Azevedo, que possuem sobrados e casas antigas, podem abrigar oficinas e centros de estudo por áreas específicas.

Além disso, para facilitar as atividades de moradores, profissionais do ramo e empreendimentos da área cultural, a região poderá contar com uma biblioteca de materiais e recursos mantida pela própria comunidade através de

financiamento coletivo. Assim, materiais poderiam ser reaproveitados, usados em conjunto e trocados por outros materiais através das trocas e relações existentes.

Para compor a cena musical da região, espaços abandonados serão ocupados com containers com programações dedicadas ao tema. Por serem caixas grandes, resistentes, facilmente adaptados de acordo com a configuração do ambiente e com alto impacto visual, irão possibilitar que DJ's, bandas, apresentações de teatro e eventos multimídia realizem suas apresentações, já que são suficientemente versáteis e de baixo custo. Assim, inúmeros artistas e músicos podem passar pelo complexo, ilustrando a cena musical da cidade.

Com o objetivo de promover trocas e relações entre artistas, músicos, designers e demais profissionais que habitam a região, o 4°C irá incentivar e estimular os negócios da região a trocarem serviços e experiências. Ou seja: exposições de arte podem fornecer ingressos para escolas de música a partir de parcerias baseadas na troca, assim como ingressos de show podem ser trocados por tickets para consumo de produtos de feiras de rua. Desta maneira, os estabelecimentos e iniciativas se autopromovem e movimentam a economia da região.

Abaixo, os principais conceitos gerados e direcionados a essa alternativa foram sintetizados no moodboard do 4° C, facilitando o entendimento através da compreensão visual.

Figura 17: Moodboard – 4º C



Fonte: elaborado pela autora, 2014.

5.2 CONCEPT 2 – TECNOPÓLIS

Outra alternativa planejada através dos *inputs* coletados na etapa anterior foi transformar o 4º Distrito em um polo de educação e empreendedorismo. Denominada Tecnopólis, o local foi pensado para abrigar universidades, escolas, incubadoras, centros tecnológicos, espaços para *coworking*, empresas do ramo tecnológico, etc. O grande objetivo é integrar os três agentes fundamentais para a funcionalidade do local: universidades, área pública e iniciativa privada. Através destas parcerias, em que a inovação poderá coexistir com empresas locais e distritais, acredita-se que a região voltará a ser economicamente ativa.

Este *concept* vai ao encontro de uma das principais premissas do 22@Barcelona, que acredita que uma cultura economicamente inovadora é sustentada pela coexistência de diferentes atores. O projeto catalão obteve sucesso, por exemplo, ao apoiar projetos que incentivassem a competitividade e possibilitassem uma projeção internacional.

Porém, para que o objetivo gaúcho seja atingido, uma série de projetos e iniciativas precisa ser feita e gerenciada em prol da promoção, projeção e sucesso econômico do complexo como um todo. Em função das configurações

de locais disponíveis no 4º Distrito atualmente, este projeto estaria contemplado principalmente na área 3, formada pelos bairros Humaitá e Farrapos. A justificativa se dá pelo fato de ser o perímetro com mais espaços diversos disponíveis para novas construções de grande porte. Inclusive, nas proximidades do bairro Farrapos, já existe um centro universitário instalado.

A criação de incubadoras especializadas é um fator crucial para a configuração da Tecnópolis. Assim, a proximidade com universidades possibilitará que as incubadoras possam abrigar empresas frutos de projetos de pesquisa e desenvolvimento científico e tecnológico. A construção de uma relação ganha-ganha entre universidades e empresas incubadas é muito importante, já que ambas as partes agregam valor ao processo de estudos e desenvolvimento de produtos. Neste caso, a área pública também torna-se fundamental, já que seus benefícios oriundos de políticas nas esferas municipal, estadual e federal são bastante aderentes a esse cenário. Portanto, leis fiscais, leis de incentivo à inovação e fundos para pesquisa em tecnologia, por exemplo, irão atrair empresas de tecnologia, estudantes e empresários interessados na área. Além disso, empresas incubadas, recém criadas, poderão dividir custos de infraestrutura e contarão com uma vasta rede de networking e colaboração local.

A tripla aliança entre estes agentes possibilitará não só benefícios à região em si, mas também aos seus residentes, ao mercado, aos cidadãos e ao desenvolvimento da cidade de Porto Alegre. A interação entre estudantes, empresários e residentes, a possibilidade de formação de networking, parcerias, pesquisas, o surgimento de novos mercados e a geração de empregos estão entre os principais benefícios trazidos por esta nova construção no 4º Distrito.

Estruturalmente, os grandes pavilhões e prédios que antigamente pertenciam a indústrias poderão abrigar desde salas de aula a campi de universidades e centros universitários. O mesmo poderá acontecer com sobrados e edifícios, possibilitando a criação de prédios e complexos horizontais.

Para fornecer apoio no que diz respeito à infraestrutura para empresas, a própria organização local do distrito poderá auxiliá-las a encontrarem o local ideal para se instalarem na região. A quantidade de edificações clássicas que faz parte do inventário cultural de Porto Alegre contrasta com a ampla variedade de novos

empreendimentos e diferentes tamanhos e configurações de edifícios. Além disso, poderá ter um completo cronograma de lugares e seus prazos disponíveis para locação, facilitando a organização espacial.

Outro aspecto importante da Tecnópolis será a possibilidade de compartilhar escritórios, salas de reuniões, auditórios, laboratórios, centros de pesquisa e tecnologia e outros itens de infraestrutura que costumam requerer um alto custo de gerenciamento. A administração do local será a responsável por administrar o uso destas salas, possibilitando que todas as empresas, professores e estudantes possam compartilhar esses ambientes a partir de planos de assinatura mensal.

A relação universidade-empresa será um dos fatores chave para o sucesso e coexistência dos atores da região. O projeto ALFA/BETA/GAMA administrado pela Tecnópolis irá beneficiar empresas (incubadas ou não), universidades, centros universitários e estudantes com diferentes programas. O primeiro, denominado ALFA, irá colocar em contato estudantes interessados em experiências primárias fora do mundo acadêmico. Cursos universitários deverão listar seus alunos e áreas de interesse para que estes estejam em contato com as empresas da região. Através de cursos, palestras, oficinas e cadeiras de pesquisa, os próprios empresários e funcionários do local poderão construir uma relação com a comunidade acadêmica. Além disso, alunos do último ano de faculdade poderão ter acesso prioritário a processos seletivos para vagas efetivas através do programa BETA. Por fim, a iniciativa GAMA irá colocar em contato alunos que fazem parte de projetos de pesquisa com professores universitários para trabalhar em parceria com empresas que possuem centros de inovação e/ou que desejem desenvolver suas áreas de pesquisa e desenvolvimento.

O bairro Tecnópolis contará também com concursos e programas que aproximem a comunidade. Através de maratonas de empreendedorismo, ciclos de palestras, cursos *in company* e pesquisas coletivas, a relação entre universidade-empresa ficará cada vez mais forte e cada vez mais ativamente importante na retomada da cena econômica do que uma vez foi um distrito abandonado.

Figura 18: *Moodboard* Bairro Educação



Fonte: elaborado pela autora, 2014

5.3 CONCEPT 3 – BAIRRO VIVO

A região Bairro Vivo surge como a terceira alternativa elaborada a partir dos inputs coletados na etapa de pesquisa. Apesar de poder ser estruturado em bairros tanto da área 1 quanto da área 3, a primeira opção conta com grandes espaços disponíveis e com potenciais para serem transformados em áreas verdes: como hortas, parques, áreas abertas, etc.

A região da área 3, que dispõe de inúmeros loteamentos e espaços disponíveis para novos empreendimentos, poderá contar com condomínios focados no bem estar e qualidade de vida de seus moradores. Repletos de áreas verdes, tais locais poderão dispor de quadra de esportes, parques, praças, pistas de patins e skate e academia ao ar livre, incentivando a prática de esportes e atividades físicas. Além disso, hortas urbanas serão um dos grandes atrativos do Bairro Vivo. Através destas hortas coletivas, é possível se apropriar da cidade e exercitar um certo tipo de cidadania, já que cultivar um pedaço do território, faz com que este pedaço da cidade pertença aos seus moradores.

Figura 19: *Moodboard* Bairro Vivo



Fonte: elaborado pela autora, 2014

Outro projeto importante para a região Bairro Vivo será a revitalização da orla do Guaíba nos arredores do estádio Grêmio Arena. O local, que diferente das outras partes da orla não possui um muro impedindo a apreciação da paisagem, poderia ser apropriado e projetado para a prática de esportes. Já existe ciclovias em outras partes da orla, mas são em número reduzido. Por isso, outro aspecto importante do Bairro Vivo seria o incentivo das atividades ao ar livre, incluindo o aluguel e espaço para o uso de bicicletas. A revitalização da Orla e a despoluição do rio abririam portas para inúmeros outros projetos envolvendo a natureza local. Além de lanchas, barcos, *standup paddle* e outras atividades náuticas, a iniciativa de piquenique aquático poderá ser um dos atrativos da região. Através de barcos pequenos e sustentáveis, com espaços para mesas e cadeiras, a comunidade poderá alugar barquinhos e poder fazer refeições a céu aberto, passeando pelo rio. O objetivo é que o barco seja movido a energia solar, dispensando o uso de motoristas habilitados para dirigir embarcações.

Uma cidade que permita atividades coletivas ao ar livre torna-se mais humana. A possibilidade de interagir com outras pessoas no espaço público é fundamental para a cidadania e construção do sentimento de pertencimento.

5.4 CONCEPT 4 – MORADAS DO LAGO

A quarta alternativa criada para repensar a revitalização do 4º Distrito foi denominada Moradas do Lago e é a mais tradicional entre as apresentadas. Destina-se exclusivamente às áreas 1 e 2, já que se baseia na ideia de um bairro residencial planejado, o que requer áreas ainda desocupadas e com amplo espaço disponível.

Por tratar-se de um bairro residencial, a primeira iniciativa necessária para seu desenvolvimento é criar infraestrutura básica nos bairros Farrapos e Humaitá para os futuros moradores. O local é carente no que diz respeito a inúmeros serviços, como supermercados, hospitais, centros comerciais, restaurantes, academias, escolas, etc. Tal fato justifica-se pela falta de ocupação atual na região.

Em contrapartida, pode-se considerar que, pela natureza do projeto, empreiteiras e construtoras consigam resolver este tipo de questão, já que bairros planejados não apresentam apenas residências, mas sim uma infraestrutura completa para seus moradores. Ou seja, apesar de o setor de serviços ainda ser precário na região, a força e complexidade que estes projetos apresentam fazem com que os próprios empresários percebam a oportunidade de negócio existente com o surgimento desta demanda. Neste caso, vale ressaltar um importante aspecto que contribuiu para a nova dinâmica do Distrito 22: a mescla de espaços urbanos. Através de um ambiente diversificado, foi possível recuperar o dinamismo social e econômico da região.

Para que a região dos bairros Farrapos e Humaitá seja interligada com o restante da cidade, um complexo de transportes será uma das grandes iniciativas do projeto. Considerando que a localização é estratégica no que diz respeito à conexão com cidades próximas (Eldorado, Guaíba, Grande Porto Alegre e acesso ao litoral), meios de transportes coletivos serão fundamentais para a conexão do bairro com Porto Alegre e arredores. Moradores da região poderão contar com linhas de ônibus exclusivas com destino a bairros centrais, vans para ter acesso ao Trensurb, rodoviária e aeroporto e barcas para ilhas do Guaíba e cidades próximas. Neste ponto, um problema comum de bairros

planejados, que é a quantidade de carros e congestionamento existentes em função da quantidade de moradores, poderia ser amenizado.

Considerando a precariedade de algumas instalações já existentes, como vilas e casebres, a construção de edificações e residências para pessoas com menor poder aquisitivo também poderá ser um ponto a ser explorado pela Moradas do Lago.

Independente da configuração do complexo de residências planejado, o Moradas do Lago oferecerá algo inexistente em muitos bairros da cidade: espaços abertos, qualidade de vida, empreendimentos amplos, etc.

Figura 20: *Moodboard* Moradas do Lago



5.5 ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS

Ainda que existam inúmeros projetos, iniciativas e alternativas capazes de inserir o 4º Distrito novamente na vida dos porto-alegrenses, é notável a distância em que a cidade se encontra de transformar a realidade do local. As alternativas apresentadas nos subcapítulos anteriores demonstram que há uma ampla e diversificada gama de opções para tornar a região mais viva, atrativa e integrada com Porto Alegre. Porém, todas elas dependem de grande esforço e iniciativa de órgãos externos, especialmente no que diz respeito a interesses públicos e investimentos privados. Na tabela a seguir, pode-se observar a análise SWOT de cada uma das alternativas desenvolvidas.

A falta de investimentos e interesse na região faz com que existam ainda inúmeros espaços vazios e distantes do restante da cidade, possibilitando que obras e projetos que exijam mais espaços sejam possíveis. Além disso, o Bairro Vivo, 4º C e Tecnópolis seriam iniciativas totalmente novas para a cidade, o que demandaria um estudo maior do que pode ser mais aderente às necessidades estilo de vida da população.

Tabela 2: Análise SWOT das alternativas

	4º C	EDUCAÇÃO	BAIRRO VIVO	MORADAS DO LAGO
FORÇAS	Presença de prédios históricos e de valor cultural Possibilidade de diversificar atrações Fortalecimento de relações entre moradores e vizinhança	Ausência de projeto parecido na cidade Interesse de empresas na mão-de-obra qualificada Flexibilidade no que diz respeito a parcerias entre universidade e empresa	Natureza local Experiências ao redor do Rio Guaíba Possibilidade de trocar experiências em grupo	Transportes coletivos diversificados Residências espaçosas Nova infraestrutura e complexo de serviços
FRAQUEZAS	Imagem existente associada à prostituição e moradores de rua Falta de segurança	Alto nível de complexidade do projeto Alto investimento necessário	Dificuldade em despoluir rio Dificuldade de monetização do projeto	Não corresponde à ideia de cidade densa Pouca diversidade do uso da região Incerteza sobre a velocidade de ocupação das residências
OPORTUNIDADES	Tendência de produtos culturais já existente Movimento de apropriação crescente Proximidade com outros bairros centrais	Grande parte da população a ser atendida por rede de ensino superior Expansão para cidades ao redor	Possibilidade de parcerias com Grêmio Arena Natureza local existente Desejo antigo da capital por viver experiências no rio e arredores	Possível conexão com cidades metropolitanas Interesse já existente por parte de construtoras Novas demandas de infraestrutura e serviços Espaço físico disponível
AMEAÇAS	Probabilidade de inúmeras restrições urbanísticas por parte da prefeitura Mudança de interesse por parte da população Falta de costume de consumir serviços culturais	Desinteresse por parte da iniciativa privada Concorrência de incubadoras tecnológicas consolidadas na cidade e locais próximos	Parte da região comprometida em projetos residenciais de construtoras Falta de mobilização da população com causas ambientais Necessidade de engajamento contínuo	Região praticamente inabitada Alto investimento necessário Estruturação econômica e financeira do projeto

FONTE: elaborado pela autora, 2014

Porém, a distância hoje existente entre grande parte do 4º Distrito e o restante da cidade é um ponto bastante crítico, uma vez que Porto Alegre tende a se concentrar em bairros centrais e com altas taxas de ocupação existentes. Por esta razão, entende-se o fato de grande parte dos projetos conduzidos pela prefeitura serem voltados ao trânsito e à mobilidade urbana.

A construção de alternativas visou pensar ações que pudessem não apenas acrescentar valor ao local, mas também atender a demandas não

estudadas por planos metropolitanos convencionais. Cada projeto para o 4º Distrito buscou trazer a inovação como eixo central, criando e identificando outras oportunidades a partir deste conceito. Porém, o fato de cada alternativa ter focado em um projeto de região específica poderia limitar excessivamente o público-alvo, fazendo com que uma grande área fosse utilizada apenas por uma pequena parcela da população.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou desenvolver alternativas para a revitalização do 4º Distrito de Porto Alegre. A região, que por muitos anos foi palco para atuação de grandes indústrias, hoje apresenta inúmeros problemas frutos do abandono e descaso. Ainda que os bairros abrangidos por esta área estejam contemplados no Plano Diretor da cidade, é notável que apenas esta abordagem é insuficiente, visto que as tentativas de reconstruir o local somente neste formato ainda se mostram frágeis e vagarosas.

Ao longo da construção deste estudo, ficou evidente a urgente necessidade de compreender o 4º Distrito como um sistema produto-serviço caso o objetivo seja revitalizá-lo e torná-lo novamente atrativo e parte da cidade. Assim, será possível ter uma visão ampla do contexto para que novas soluções sejam pensadas, onde a complexidade de diferentes perfis e comportamentos seja levada em consideração para planejamento do território.

A clareza e o planejamento existentes no projeto 22@Barcelona demonstram quão bem sucedida pode ser a revitalização de um território quando se tem um planejamento que tenha objetivos claros e seja coerente com todos os elementos de seu contexto. O projeto catalão traz inúmeras lições para outras cidades, incluindo Porto Alegre, que desejam não somente qualificar o espaço urbano de maneira ordenada e planejada, mas considerar também maneiras de aumentar a interação entre a comunidade local e conectá-la em âmbito global.

Por isso, recomenda-se à Prefeitura Municipal de Porto Alegre que não se atenha apenas a projetos inseridos em um plano diretor urbano e ambiental para revitalizar o 4º Distrito. É necessário um estudo aprofundado para compreender de fato onde se pretende chegar com o projeto, considerando não apenas o contexto local em que este está inserido, mas também tendências e necessidades globais no que diz respeito ao planejamento de cidades. A criação de possíveis alternativas para os bairros do 4º Distrito através de ferramentas do design estratégico permitiu indicar e planejar diversos projetos e iniciativas para conceitos evidenciados na etapa de desenvolvimento projetual. Todos eles, de alguma forma, tiveram como eixos centrais a educação, o turismo, o local e o lazer e descanso. Ficou evidente também a urgência em pensar em um projeto

que permita a ocupação, a apropriação e a troca entre os cidadãos da cidade e da região. O design estratégico trouxe para a autora uma visão multidisciplinar quando pensamos em planejamento urbano.

Para atingir tais resultados, foi necessária uma pesquisa teórica sobre o tema, que possibilitasse à autora um maior embasamento sobre o assunto, e a aplicação de um método projetual. Tal método permitiu ir e vir entre as etapas de projeção. As ferramentas possibilitaram construir uma visão do território como um sistema-produto, considerando não apenas a obviedade que apresentam planejamentos urbanos tradicionais. Por isto, a metodologia do design estratégico aplicado ao território mostrou-se fundamental para ir além do planejado por projetos já existentes pela área pública.

Entende-se que inúmeras medidas e projetos de alta complexidade e investimento sejam fundamentais quando avaliamos as possibilidades de revitalização de uma região. As alternativas aqui pensadas são por si só insuficientes para uma transformação inovadora do 4º Distrito. Porém, acredita-se que a maneira habitual utilizada pela prefeitura de Porto Alegre para pensar em ações e em um posicionamento para os bairros da cidade também mostra-se desgastada e incapaz de atender às demandas da sociedade. Por isso, recomenda-se que trabalhos futuros nesta área utilizem as ferramentas do design estratégico paralelamente a outras maneiras que possibilitem um posicionamento estratégico e conectado com o cenário atual. Acredita-se que o objetivo proposto foi atingido, uma vez que as ferramentas aplicadas possibilitaram a construção de projetos e iniciativas para alternativas específicas para o 4º Distrito.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

22@BARCELONA URBAN PLANNING MANAGEMENT. **22@Barcelona Plan. A programme of urban, economic and social transformation.** 2012.

FERRARI MARTINS, L.G. 2007. **A etimologia da palavra desenho (e design) na sua língua de origem e em quatro de seus provincianismos: desenho como forma de pensamento e de conhecimento.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007, Santos. Anais. São Paulo, Intercom.

FRANZATO, Carlo. **O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de Empresa.** Strategic Design Research Journey. São Leopoldo: Unisinos, 2010.

GAIO, Sofia; GOUVEIA, Luís Borges. **O Branding Territorial: Uma Abordagem Mercadológica das Cidades.** Universidade Fernando Pessoa, 2007.

KAVARATZIS, M., G.J. Ashworth. **Changing the Tide: The Campaign to Re-brand Amsterdam.** ERSA 2006 Conference, Volos, Greece, 2006.

KOTLER, Philip; GERTNER, David. O marketing estratégico de lugares. **HSM Management 44**, maio-junho, 2004

MERONI, Anna. **Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline.** Strategic Design Research Journal: 2008.

MONT, O. **Product-Service Systems: Final report.** Lund, The International Institute of Industrial Environmental Economics, Swedish Environmental Protection Agency, 2000.

MANZINI, É.; VEZZOLI, C. **Product-Service Systems and Sustainability.** Paris, UNEP. 2002.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 1998.

PIANIGIANI, O. Vocabolario etimologico della lingua italiana. Roma, Albrighi & Segati. 1907.

PORTO MARAVILHA. **Operação Urbana Porto Maravilha – Requalificação Urbana e Desenvolvimento Sócioeconômico.** Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/upload/cupula/apresentacao.pdf>

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. **Lei complementar nº 646, de 22 de julho de 2010.** Disponível em: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/netahtml/sirel/atos/646%20rep-PDDUA>

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. **Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental**. Disponível em:
<http://www.portoalegre.rs.gov.br/planeja/download/download.htm>

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. **Propostas para revitalização do 4º Distrito são apresentadas**. Janeiro, 2014. Disponível em:
http://www2.portoalegre.rs.gov.br/spm/default.php?p_noticia=166885&PROPOSTAS+PARA+REVITALIZACAO+DO+4O+DISTRITO+SAO+APRESENTADAS

REYES, Paulo; BORBA, Gustavo de Severo. **Design Estratégico Aplicado ao Território**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 4, 2008, Rio de Janeiro. **Anais**.

REYES, Paulo. **A Espacialidade na Cidade Contemporânea: os processos de [des] e [re] territorialização**. In: Simpósio Latino-americano: cidade e cultura. Dimensões contemporâneas. São Carlos, 2007.

SMURB. **4º Distrito – Apresentação Interna**. Julho, 2013.

TAROUCO, Fabrício. **Identidade Territorial: estratégias para valorização de Santo Ângelo**. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2011.

ZURLO, Francesco. **Un modello di lettura per il Design Strategico. La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea**. Dottorato di Ricerca in Disegno Industriale. Milão: Politecnico di Milano, 1999.