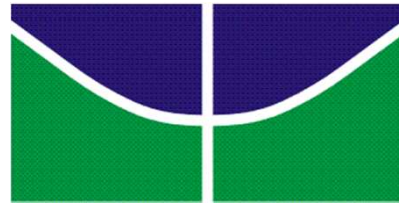


**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ARQUITETURA E URBANISMO
MESTRADO EM ARQUITETURA E URBANISMO**

Ricardo Luiz Brancaglion
Desenhista Industrial

Professor orientador: Dr. Jaime Gonçalves de Almeida



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ARQUITETURA E URBANISMO
MESTRADO EM ARQUITETURA E URBANISMO

**Equipamentos Urbanos,
Design e Identidade Sócio-cultural.
Análise e Proposta para a
Cidade do Núcleo Bandeirante no DF.**

resentação

Objetivo

Discutir o conceito de identidade sócio-cultural do espaço e analisar a importância da instalação de equipamentos de mobiliário urbano no reforço da imagem das cidades.

Introdução

A idéia de desenvolver um estudo sobre mobiliário urbano surgiu da necessidade pessoal de intervir em um contexto local, considerando o problema de aparência externa causado pela utilização de diferentes estilos e cores que representam companhias prestadoras de serviços.

rodução



rodução



Mobiliário Urbano

O termo Mobiliário Urbano é utilizado para definir os objetos utilizados de forma decorativa na paisagem urbana. Entende-se por mobiliário urbano todo o conjunto de objetos urbanos de utilidade pública que equipam os espaços e vias públicas.

Identidade

O estudo da identidade de uma cidade ou bairro é feito através da análise da manifestação dos hábitos e costumes de sua população e também das intervenções produzidas por esta população no espaço que vive. Os espaços que compõem uma cidade ou bairro são compostos de símbolos e sinais que transmitem, de forma indireta, a identidade daquele lugar.

Identidade

A identidade de um lugar é normalmente descrita através da imagem e os indivíduos possuem deste lugar e os hábitos e costumes da população residente.

Identidade

A importância de uma identidade esta leitura que esta propicia ao indivíduo, na possibilidade de manipular as sensações sentidas pelo indivíduo em relação ao espaço.

A legibilidade é, para o homem, o elo estratégico, no processo de orientação.

Identidade

No primeiro contato com o espaço, o indivíduo geralmente passa por um processo de ambientação, este processo na *psicanálise* é denominado de custo generalizado e é um problema inerente a mobilidade social.

Todo espaço possui um grau de complexidade que exige do indivíduo uma aprendizagem.

Identidade

A ausência de identificação com o espaço pode causar uma sensação de desorientação e esta é uma das causas do medo e do estresse. Este sentimento transmite, por sua vez, uma sensação de insegurança, que poderia ser amenizada com uma boa legibilidade.

Identidade

Uma cidade é legível quando possui uma padronização de seus espaços e ambientes, fazendo com que seus habitantes e usuários sintam conforto, segurança e muitas vezes orgulho de suas ruas, praças e monumentos. Uma cidade deve ser pensada para possuir estas características, que têm por objetivo a qualidade da imagem inscrita na mente do usuário e não o resultado físico

Estado da Arte

- Curitiba
- Goiânia

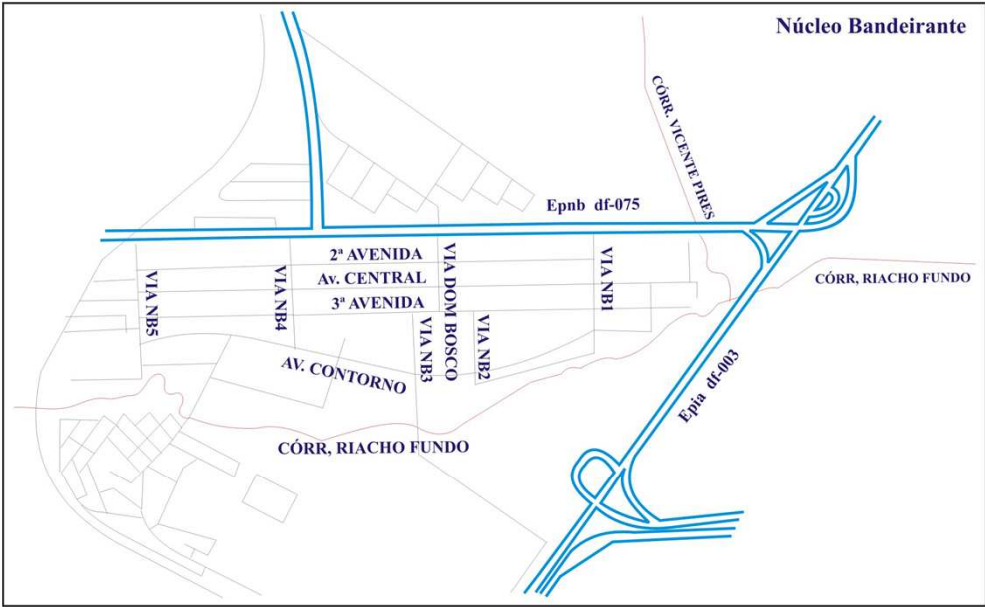
Curitiba



iania



Estudo de Caso



Estudo de Caso

O Núcleo Bandeirante é conhecido como uma localidade tradicional e é admirado, pelos seus habitantes, por ainda preservar um ar interiorano e melancólico.

Estudo de Caso

A cidade possui uma história que se confunde com a de Brasília, com a chegada dos primeiros pioneiros em dezembro de 1956 e por ainda manter o seu desenho original com o traçado de três ruas paralelas realizados por Bernardo Sayão como centro comercial e recreativo para as pessoas que trabalharam na construção de Brasília.

Conceituação

O Núcleo Bandeirante é uma cidade tradicional, com cenário interiorano, caracterizado pela praça central com igreja, o coreto, pelo mercado central e pelos bancos espalhados pela cidade, muitas vezes improvisados, graças à interação da população com o ambiente em vivem.

nceituação



Conceituação

O ar interiorano é caracterizado pela praça que gira em torno da praça central, com a igreja, e o mercado do outro lado da rua.

As pessoas se conhecem pelo nome e sabem da vida alheia. As pessoas se encontram, quase que tradicionalmente na praça para saborear a comida típica da cidade de origem de suas famílias e para encontrar amigos que residem em outras cidades.

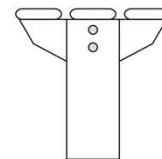
Proposta

Elaboração de projeto de uma família de equipamentos de mobiliário urbano, considerando a conceituação elaborada por este estudo, referente a identidade do núcleo Bandeirante.

posta



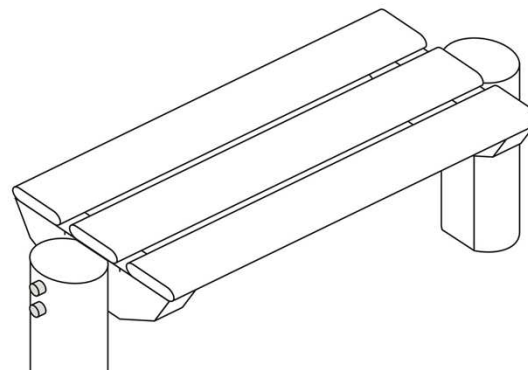
VISTA FRONTAL



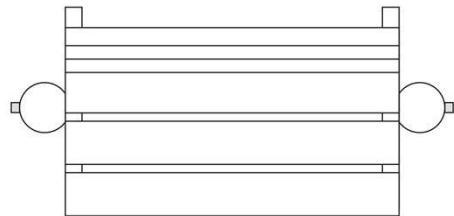
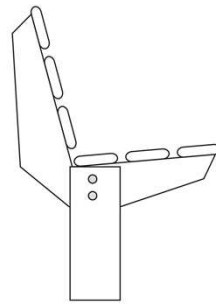
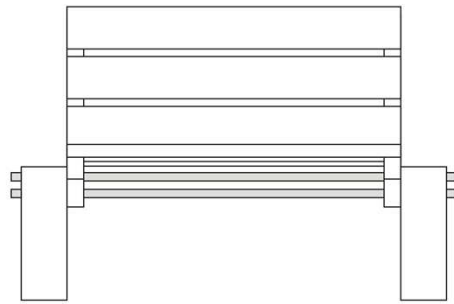
VISTA LATERAL



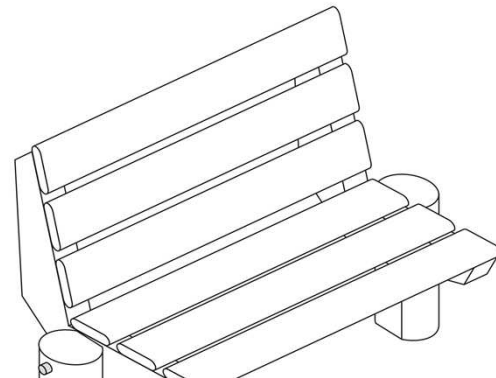
VISTA SUPERIOR



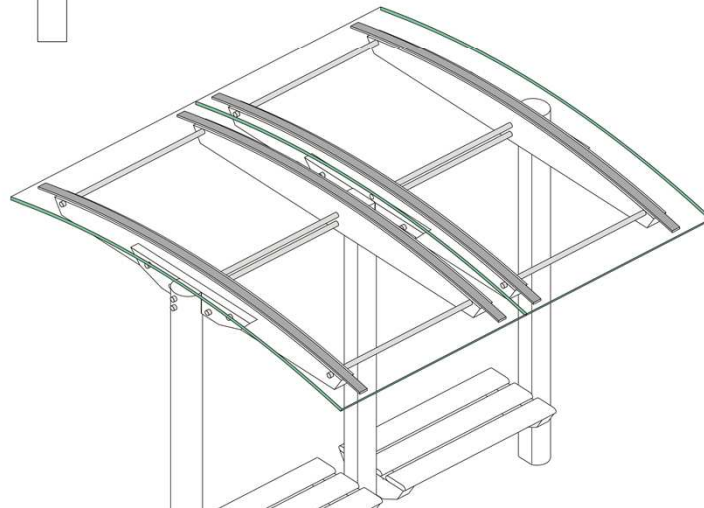
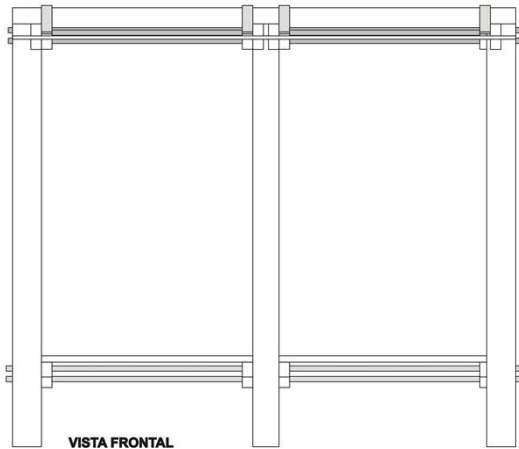
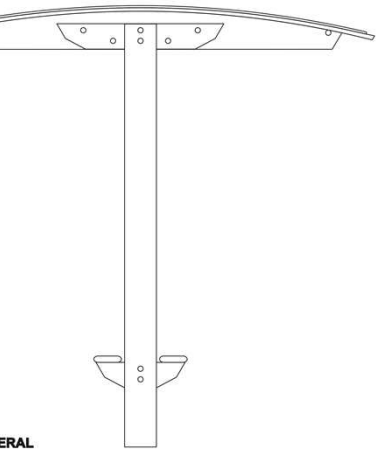
postea



VISTA SUPERIOR



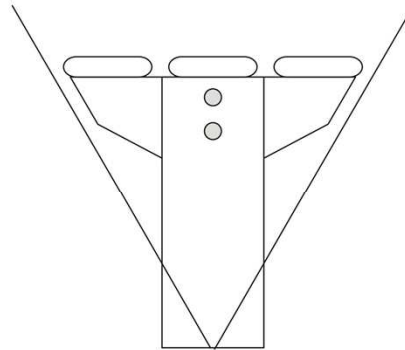
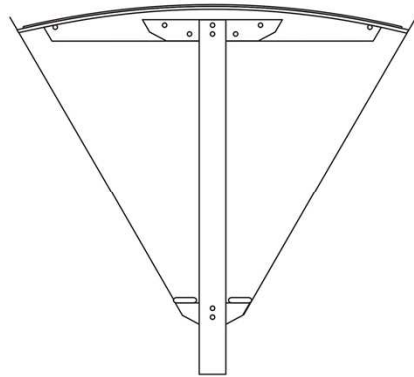
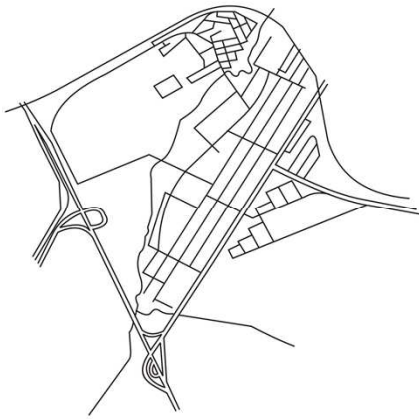
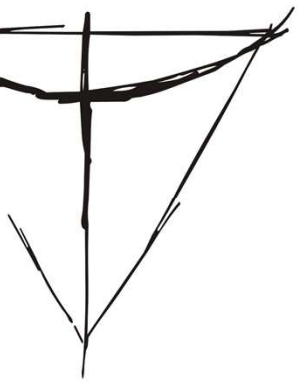
oposta



posta



olução



Conclusão

Para compreendermos uma cidade, precisamos considerar o modo como seus habitantes a percebem e não a cidade em si. A cidade é um cenário cheio de mensagens e caracterizam a comunicação urbana, e é o resultado da interação entre as apresentações sociais e o cenário onde elas ocorrem (Nojima, 1999).

conclusão

A qualidade deste cenário é percebida, entre outras coisas, pelo desenho do mobiliário urbano, por sua interatividade com o usuário e pela influência exercida no ambiente que o envolve, como foi demonstrado nos estudos relacionados a identidade das cidades de Curitiba e Goiânia.

Referências Bibliográficas

***Señalética* é parte de ciência da comunicação que estuda relações funcionais entre os signos de orientação no espaço e comportamento dos indivíduos (Costa, 1989).**

- TA, Joan. *Señalética - De la señalizacion al diseño de programas*. Barcelona. Ediciones CEAC, 1989.
- ELLO, Rosângela. “Casas e Centros de Cultura e o Movimento de Sentidos na Cidade.” In: ORLANDI, (org). *Cidade Atravessada – Os Sentidos Públicos no Espaço Urbano*. Campinas: Pontes Editores, 2001.
- IRTHÉ, Claudia. *Mobiliário Urbano*, Rio de Janeiro. Editora 2AB, 1998.
- MA, Vera Lúcia. *Linguagens e Leitura do Design Urbano: caracterização da identidade dos lugares*. *Estudos em Design*. Rio de Janeiro, Volume 7, nº 3, P. 25-40, dezembro de 1999. ISSN 0104-4229.

