

DESIGN URBANO: O MOBILIÁRIO CIDADINO OFERECENDO MEIOS PARA O AMBIENTE SER COMPARTILHADO

MONTENEGRO, Glielson Nepomuceno; Mestre em Arquitetura e Urbanismo; Doutorando em Arquitetura e Urbanismo; Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN; Natal/RN; Brasil; glielson@ddi.ufcg.edu.br

ELALI, Gleice Azambuja; Doutora em Arquitetura e Urbanismo; docente na UFRN; Natal/RN; Brasil; gleiceae@gmail.com

GOMES, Luiz Antônio Vidal de Negreiros; PHD em Filosofia; docente na Universidade Estadual de Feira de Santana/UEFS; Feira de Santana/BA; Brasil; vidalgom@terra.com

RESUMO

Afford, em inglês, significa “proporcionar, oferecer; propiciar”, mas também, quando antecedido pelo verbo *can* (poder) ou pela expressão *be able to* (estar apto a), quer dizer “ter os meios ou recursos para”; “poder dar-se ao luxo de”. O conceito atribuído à palavra *affordance* é, já há algum tempo, comumente utilizado na Psicologia Ambiental, porém, só mais recentemente passou a ser incorporado por outras áreas do conhecimento, entre as quais as da Tecnologia e, mais especificamente, a de Design. Este artigo procura analisar essa questão do ponto de vista do Design Urbano e suas implicações no projeto de elementos de mobiliário urbano destinados aos espaços públicos dos centros das cidades. Partindo do conceito inicial estabelecido por Gibson em Psicologia Ambiental e, posteriormente, adaptado por Norman para o Design de artefatos tecnológicos, buscou-se estabelecer relações que pudessem definir princípios teórico-metodológicos adequados ao Design Urbano. Com base nesse entendimento de *affordances*, este artigo discute o papel do designer de mobiliário urbano e sua intervenção no espaço urbano.

Palavras-chave: affordances; design urbano; projeto de produto.

ABSTRACT

The notion of affordance is commonly used in the area of Environmental Psychology already for some time, but only more recently happened to be embedded in other areas of knowledge and technology among these ones, and more specifically, the design. This article seeks to examine the issue from the viewpoint of Urban Design and its implications in the design of street furniture elements that are intended for public urban areas downtown. From initial concept established by

Gibson in Environmental Psychology and subsequently adapted by Norman to the Design of technological artifacts attempted to establish relationships that could define theoretical-methodological principles to urban design. Using the affordances, this paper discusses the role of urban furniture designer and its intervention in urban space.

Keywords: affordances; urban design; product design.

RESUMEN

Afford, en inglés, significa "proporcionar, ofrecer; propiciar", pero también, cuando precedido por el verbo *can* (poder) o por el término *be able to* (ser capaz de), significa "tener los medios o recursos para"; "pueden permitirse el lujo de ser". El concepto atribuido a palabra *affordance* es, desde algún tiempo usado en psicología ambiental, pero sólo recientemente pasó a ser incorporado por otras áreas del conocimiento, entre estos la Tecnología, y más específicamente el Diseño. Este artículo pretende analizar la cuestión desde el punto de vista del Diseño Urbano y sus implicaciones en el diseño de elementos de mobiliario urbano que son destinados a espacios urbanos en las áreas centrales de las ciudades. Desde el concepto inicial establecido por Gibson en Psicología Ambiental y posteriormente adaptada por Norman para el Diseño de artefactos tecnológicos, intentamos establecer relaciones que podrían definir los principios teóricos metodológicos adecuados al Diseño Urbano. Usando las *affordances* como base, este texto discute el papel del diseñador de mobiliario urbano y su intervención en el espacio urbano.

Palabras clave: *affordances*; diseño urbano; diseño del producto.

DESIGN URBANO: O MOBILIÁRIO CIDADINO OFERECENDO MEIOS PARA O AMBIENTE SER COMPARTILHADO

CONTEXTUALIZAÇÃO

Gibson (1979) definiu o conceito de *affordances* e, a partir desse novo entendimento, a ideia de que podemos “perceber as coisas”, e, mais do que isso, podemos “aprender a percebê-las”, que passou a ser ainda mais fascinante.

Ao referir-se tanto ao ambiente quanto ao organismo – animal, pessoa – o conceito de *affordance* implica o entendimento da relação recíproca entre eles, ressaltando a complementariedade (GUNTHER, 2011, p. 21).

Embora seu trabalho esteja mais diretamente relacionado aos estudos da Percepção Ambiental, gradativamente outros campos do conhecimento adotaram o conceito e passaram a relacioná-lo com princípios específicos a cada um deles. Nesse contexto, Donald Norman adaptou o princípio dos *affordances* à Tecnologia e ao Design de produtos, usando-o como ponto de partida para o desenvolvimento de várias de suas ideias nesse campo. Baseados nas definições de Gibson (1979) e de Norman (1988), neste artigo discutimos como esse conceito pode ser relacionado ao design urbano, tomando como principais pontos de apoio a percepção dos elementos do mobiliário urbano e a percepção do contexto onde essa mobília está inserida.

Segundo Gibson (1979), os *affordances* dizem respeito àquilo que os objetos comunicam aos observadores, consubstanciando-se em uma ideia que sugere uma (ou mais de uma) possibilidade de ação. Não são apenas características fenomenológicas do objeto no ambiente; mais do que isso, trata-se de condições ecológicas, em termos de propriedades do ambiente relacionadas aos animais (categoria na qual está incluído o ser humano). Os *affordances* também não se limitam somente aos objetos, uma vez que, como conjunto,

locais e eventos também os possuem. Assim, para percebê-los é necessário um aprendizado perceptivo que influenciará no desenvolvimento da percepção do indivíduo.

Em resumo, para o autor, *affordances* são relações que existem naturalmente e ocorrem entre ambiente e ator (humano ou animal), e, obrigatoriamente, não precisam estar visíveis, serem conhecidos ou não, ou mesmo necessários, uma vez que preexistem no ambiente, podendo ser decodificadas ou não pelos indivíduos.

Affordance é uma propriedade particular do ambiente que é relevante para uma atividade e percebida pelo organismo, possibilitando a ação. O que se torna um affordance depende do que o organismo faz, do que ele quer e do que é usável para ele. (VAN LIER, 2000, apud ZIGLARI, 2008, p. 374 - tradução livre dos autores)

Portanto, para que o *affordance* torne-se visível/inteligível por outros, é necessária uma ação por parte da criatura, não apenas conceitualmente, mas também fisicamente, pois a “materIALIZAÇÃO” do *affordance* depende daquilo que a criatura deseja/faz e da sua destinação de uso; ou seja, é necessária uma atitude dinâmica em busca de um resultado tangível que, por sua vez, pode ser aplicável à situação, quer essa conduta seja considerada adequada, quer não.

A título de ilustração, imaginemos um objeto qualquer colocado no espaço, e nesse momento sem ter um nome específico, uma vez que palavras podem limitar nossa interpretação do mundo. O objeto em questão aparenta ser forte, resistente e estável, não é macio, não tem cheiro característico nem temperatura muito diversa da ambiente. Sua superfície horizontal é composta por um paralelogramo com cerca de 50 cm de profundidade, 7 cm de largura e 1,80 de comprimento (há mais detalhes que podem ser relatados, mas são desnecessários neste momento). Ela está disposta a aproximadamente 40 cm do solo e é sustentada por duas peças verticais em formato trapezoidal. Todo o conjunto é executado em concreto. Provavelmente o leitor já tem uma ideia de que objeto se trata, e até inferir *affordances* relativos a ele. No entanto, as pessoas que passam por aquele local (que, por acaso, é a circulação coberta do setor de aulas de uma universidade) olham livremente para o objeto, decodificam *affordances* que ele emite e, de acordo com o modo como avaliam suas próprias necessidades imediatas, estabelecem usos para ele. Com isso, ao observarmos aquele local (como ilustra a Figura 1), dependendo do horário e da situação, poderemos ver os *affordances* em ação (ou seja, transformados em uso), quais sejam: pessoas sentadas conversando, pessoas estudando

(lendo ou usando laptops), pessoas se alongando, amarrando sapatos, dormindo, usando o objeto para apoiar-se, subindo em cima dele para colar cartazes ou dar avisos, entre inúmeras outras possibilidades.



Figura 1 – Um objeto, alguns *affordances*.

Esse exemplo ilustra minimamente o quanto nosso ambiente está repleto de “coisas” e atribuímos a elas significados próprios que tornam nossa relação com tais “coisas” mais familiar. Ressalte-se, portanto, que a decodificação do *affordance* dependerá das necessidades da pessoa, e que seu significado pode alterar-se de acordo com a cultura ou contexto em que se encontra. Voltando ao exemplo anterior, em outra cultura poderia ser impensável que alguém dormisse em um banco na circulação ou nele se sentisse à vontade para namorar.

Partindo desse entendimento geral, Ziglari (2008) defende a existência de dois tipos de *affordances*: o natural (que diz respeito às interações que ocorrem entre os sistemas vivos e o ambiente natural, como vegetais, outros animais, rochas etc.) e o cultural (relacionado aos objetos manufaturados ou culturais, cujo uso proposto pelo objeto é

sinalizado pelo seu propósito, ou seja, as características físicas/formais do objeto indicam ao indivíduo a sua utilização, função e importância).

Logo, o indivíduo precisa estabelecer relações (de diversas naturezas, históricas, culturais, criativas), entre aquilo que conhece e o artefato para poder definir ações que conduzam ao seu uso. No caso de objetos projetados, o possível usuário muitas vezes precisa entender qual o uso pretendido para o objeto – mais especificamente, o uso planejado por aquele que projetou/criou o artefato em si –, podendo essa utilização ser adequada ou não à finalidade proposta. Aqueles considerados culturais referem-se a significados e valores determinados, e objetos que são mais frequentes no ambiente, tornam-se mais perceptivos aos indivíduos, que agem diretamente sobre eles. Portanto, dentro dessa perspectiva ambiental/ecológica, todos os objetos emitem *affordances* cujo entendimento/decodificação depende da percepção dos indivíduos que os detectam no ambiente.

O entendimento dessa relação deve ser seriamente considerado pelos designers (qualquer que seja seu campo de atuação), uma vez que, quando percebidos, os *affordances* estabelecem uma estreita conexão entre a percepção e a ação: se são claros e objetivos levam a uma atitude correta/esperada; porém, se estão ocultos ou são falsos, induzem o indivíduo ao erro. É relativamente fácil observarmos tal relação em artefatos tecnológicos concebidos com certo grau de complexidade funcional que apresentem uma sequência de ações consequentes para sua utilização; nesses casos, os usuários devem perceber e compreender “pistas” presentes no objeto de modo a realizar tarefas adequadas e alcançar o propósito final do artefato que “sugere” a ação.

Projetos cuja principal base são as características de uma nova tecnologia, muitas vezes são tecnicamente estéticos, porém funcionalmente estranhos. Também os projetos cuja principal base são as necessidades articuladas pelo usuário e suas tarefas, pode ignorar potenciais inovações sugeridas pelas novas tecnologias. Assim, temos que entender as necessidades e capacidades de potenciais utilizadores, mas, igualmente, devemos entender as capacidades e limitações das tecnologias, a fim de conhecer as possibilidades que eles oferecem. (GAVER, 1991, p. 79 - tradução livre dos autores).

1. ACESSIBILIDADE E PROJETO — *AFFORDANCES* E DESIGN

Em nosso ambiente contemporâneo artificialmente construído, onde predominam objetos industrializados, voltado prioritariamente ao uso (abuso) da tecnologia, o ponto de vista de Gaver nos leva a refletir sobre o papel do design na sociedade industrial e sua influência tanto na percepção quanto no modo como são difundidas as “mensagens” contidas nos produtos. Objetos cotidianos possuem referências semânticas e sintáticas manifestadas por meio de funções práticas, estéticas e simbólicas. As funções práticas dizem respeito aos aspectos fisiológicos do uso do produto relacionando-se as necessidades de praticidade e usabilidade, bem como a antropometria do indivíduo.

Uma cadeira – dentro do aspecto semântico e sintático como a reconhecemos na cultura ocidental contemporânea – é identificada pelos elementos estruturais que a compõem: assento, encosto e estrutura, devendo corresponder a relações dimensionais, posturais, materiais e tratamentos superficiais adequados ao uso do produto pelo indivíduo. Assim, os atributos físicos do objeto que são diretamente perceptíveis, reconhecíveis e identificáveis pela maioria dos seres humanos funcionam como “indicadores” de sua utilização e manuseio.

As funções estéticas referem-se aos aspectos fisiológicos da percepção sensorial durante o uso do produto sendo verificada na satisfação dos sentidos do usuário, ou seja, suas expectativas com relação à configuração estética do objeto. Diferentemente da função prática, os elementos identificáveis no produto que correspondem à sua percepção pelo usuário dizem respeito às relações de cores, formatos e princípios da geração da forma da *Gestalt*. Os atributos da cadeira são percebidos pelos elementos identificáveis e significantes para o indivíduo, baseados especialmente em sua cultura, tradições e comportamentos sociogeográficos.

A função simbólica relaciona-se aos aspectos espirituais do uso do produto em que ocorre a associação de ideias com experiências anteriores, sendo derivada da função estética. Lida com aspectos espirituais, sociais e psíquicos, relacionando-se à conceituação do produto. Portanto, os elementos estruturais físicos da cadeira, bem como aqueles sensorialmente perceptíveis passam a atuar em menor grau na identificação do objeto, pois o significado e o valor simbólico atribuídos pelo usuário influenciam diretamente na percepção do produto: a cadeira da Barbie ou o trono do rei.

Embora tais funções estejam presentes em quaisquer tipos de produtos, a noção de como elas atuam entre si propõe uma definição sobre o propósito do objeto, de modo a definir suas características configurativas para o usuário, permitindo-lhe estabelecer interações entre o produto e o indivíduo por meio da percepção de elementos significantes ali presentes. O caminho percorrido da percepção para a ação sobre o objeto implicaria uma fácil aprendizagem sobre o artefato desejado, ou seja, quando os aparentes *affordances* condizem com o uso proposto, torna-se fácil sua operação.

Se, entretanto, sugerem ações diferentes para as quais o produto foi projetado, erros de leitura e utilização tornam-se comuns e outros tipos de sinais fazem-se necessários. Torná-los perceptíveis é uma maneira de projetar sistemas fáceis de usar, isto é, aquilo que se percebe é sobre o que se atua. Para a maioria dos artefatos tecnológicos, existem “pistas” chamadas de “*affordances* percebidos” em que se verifica a existência de uma informação direta sobre o *affordance* ali existente.

Se a informação não está clara, ou até mesmo escondida, infere-se tal informação a partir de outra evidência. Mesmo a informação sendo falsa ou sugerindo um falso *affordance*, esse continuará existindo e induzirá o usuário a uma ação frustrada ou a um erro. No atual contexto tecnológico, os *affordances* passariam a ser vistos como propriedades de um mundo artificial definido em razão das interações pessoais.

Baseando-se nos estudos de Gibson, Donald Norman (1988) empreendeu suas pesquisas voltando-se para a área do design e da tecnologia. A respeito desse trabalho é essencial esclarecer que, conforme comentado por Oliver:

Assim como Gibson, devido à frustração pessoal Norman embarcou em um projeto radical e apaixonado: A Psicologia das coisas cotidianas (1988). (...). A idéia central (e mais atraente) do livro é que os designers devem se concentrar sobre as percepções, convenções e erros dos usuários ao invés de valorizar a estética sobre a usabilidade. (OLIVER, 2005, p.405 – tradução livre dos autores)

Como a maior dificuldade para os designers em seus estudos sobre a configuração de um produto refere-se aos aspectos perceptivos das funções estéticas e simbólicas, pois implicam leituras variadas do objeto e podem induzir o usuário a uma ação incorreta e frustrante no seu uso, Norman (1988, 1999, 2000) desenvolveu o conceito de “*affordance* percebido” (*perceived affordance*), relacionado à maneira como “pistas” características a

determinados artefatos tecnológicos são percebidos pelos usuários e conduzem a uma determinada ação.

Nesse contexto, também se destaca outra questão: em um mundo povoado por milhares de artefatos, muitos dos quais são novidades e outros com os quais nos relacionaremos apenas uma vez, como saber o que fazer com tais objetos? Como lidar com eles? A resposta para tal questionamento foi colocada pelo próprio autor: “a aparência do objeto deve oferecer as pistas necessárias que induzam o indivíduo ao adequado uso do produto” (NORMAN, 1988, p. 158).

O autor argumenta existirem três dimensões necessárias à compreensão do uso de um objeto: os modelos conceituais, os limites e os *affordances*. O modelo conceitual refere-se à criação idealizada de um modelo para um produto, de acordo com sua finalidade. Os limites podem ser físicos, lógicos e culturais (convenções sociais). E os *affordances*, segundo Norman, referem-se tanto às propriedades percebidas quanto reais de algo, e que são fundamentais para determinar como algo pode ser utilizado. Para o autor, no design de produtos (tridimensional), tanto o *affordance* real quanto o percebido atuam e desempenham papéis muito diferentes, enquanto no design bidimensional apenas o percebido é identificado.

Assim, se para Gibson (1979) os *affordances* possuem um caráter mais subjetivo, que nos faz compreender de modo sutil as relações mais amplas e significativas entre os objetos (sejam esses naturais, sejam artificiais), como também as percepções advindas dessa relação que conduzem seres humanos e animais a determinadas ações, Norman (1988 e outras) ressalta a importância dos *affordances* (sejam reais ou percebidos) diretamente relacionados aos objetos de caráter tecnológico que fazem parte do mundo artificialmente criado pelo homem e que definem relações complexas, pois se trata de artefatos que possuem um caráter mais pragmático, tendo sido produzidos como uma finalidade de uso específica, para atender as necessidades do indivíduo ou grupo.

As relações apresentadas por Gibson referem-se à propriedade perceptiva de “coisas” de maneira geral, que podem ser naturais e/ou artificiais; Norman enfatiza as relações voltadas diretamente aos artefatos artificiais, tecnológicos e produzidos pelo homem a fim de satisfazer suas necessidades/aspirações.

Partindo dessa compreensão geral, Löbach (2001) agrupa os objetos a partir de critérios relativos às relações perceptivas e de uso pelo indivíduo, classificando-os em: (a) produtos

de uso individual; (b) produtos de uso coletivo; (c) produtos “anônimos”, com os quais temos uma relação mais indireta ou distante, mas que afetam a nossa vida e fazem parte de um sistema complexo mais amplo. Assim, embora saibamos da existência destes últimos produtos, não estabelecemos um vínculo mais intenso com eles, e nossa responsabilidade sobre seu uso é pouca. Incluem-se nessa categoria os elementos do mobiliário urbano e suas relações perceptivas com o design e o ambiente urbanos.

Incluindo os produtos urbanos e, mais especificamente, o mobiliário urbano na categoria “anônimos”, uma pergunta se impõe: como se dão os *affordances* relacionados às suas diversas manifestações?

Uma das preocupações dos designers urbanos diz respeito ao modo como os lugares são utilizados e vivenciados, pois seus projetos podem definir uma identidade única, que estimularia uma relação mais intensa com um local no que diz respeito ao resgate da história e da cultura de um determinado agrupamento social.

Os elementos do mobiliário urbano acompanham a evolução das cidades e de seus espaços públicos, passando por mudanças significativas e adaptações, que muitas vezes os transformam em atratores sociais, influenciando usos e funções em um contexto sociocultural e histórico específico. Por meio de suas vivências em determinados lugares urbanos, os habitantes das cidades experimentam sensações, tensões, transformações e interferências que constantemente exercitam sua compreensão sobre o ambiente, num contínuo processo de aquisição de conhecimento por meio dos sentidos e do entendimento do ambiente, ou seja, sua percepção ambiental.

Como o mobiliário urbano é compartilhado por diferentes grupos de usuários, as relações perceptivas sobre tais objetos certamente conduzem a interpretações muito distintas concernentes a elementos específicos como bancos, quiosques, lixeiras. Mesmo sendo alvo de diferentes leituras, podemos inferir que existe uma “linguagem comum” que facilita a compreensão das funções e usos de tais artefatos, diretamente relacionada à finalidade do objeto em si. Como argumenta Norman, a aparência do objeto é um princípio básico na relação usuário-produto, pois por meio dela o indivíduo, mesmo em seu primeiro contato com o produto, é induzido ao seu uso por meio das “pistas” (*affordances* percebidos) que lhe são fornecidas.

Observando como outros atores utilizam determinados artefatos culturais, pessoas leigas ao uso adequado daqueles se engajam em um processo de aprendizagem imitativa,

colocando-se no lugar do usuário, verificando, assim, a finalidade do objeto e compreendendo sua utilidade. Os *affordances*, antes não perceptíveis pelo indivíduo, passam a ser vistos por aqueles que agora fazem parte do grupo.

Os *affordances* indicam algo sobre a compreensão das relações intencionais que outras pessoas têm com esse objeto ou artefato - ou seja, as relações intencionais que outra pessoa tem para o mundo através do artefato. (TOMASELLO, 1999, apud RIZZO, 2006, p.240 - tradução livre dos autores).

Apoiando-se nessa argumentação e ampliando-a, Rizzo (2006, p. 240) conclui:

Assim, podemos afirmar que os *affordances* humanos têm uma natureza dupla que pode ser mutuamente suportada e que está encaixada na história dos artefactos, na sua evolução sociohistórica, bem como no desenvolvimento ontogenético de cada indivíduo. *Affordances* intencionais são produzidos pela comunicação de intenções e pelo estabelecimento de um espaço intencionalmente compartilhado. Isso acontece em uma interação triádica entre pessoas e objetos, os quais tornam-se uma ponte entre as mentes das pessoas.(tradução livre dos autores).

Por sua vez, Serra (2000) afirma que a cultura do espaço urbano é aquela que proporciona a verdadeira dimensão dos elementos urbanos como elementos que chegam a definir uma ideia de territorialidade comum na urbe, tanto por seu design e localização, quanto pela formação da paisagem urbana, pois por meio dos elementos do mobiliário urbano podemos identificar uma cidade: as cabines telefônicas vermelhas de Londres ou as entradas *Art Nouveau* das estações do metrô em Paris, vistos como verdadeiros representantes de uma cultura ou de um país específico, carregam consigo uma forte carga simbólica.

O mobiliário urbano é um produto de uso público que compõe o espaço onde será implantado, servindo de articulador entre atividades/ usos desenvolvidos naquele local, a paisagem e as estruturas arquitetônicas, podendo representar, por meio de seu design, a cultura, a história ou os significados do lugar.

Os programas de atividades dos espaços públicos atuais variam de acordo com cada cidade, cada área específica, e com as demandas sociais da população. Desse modo, pode-se definir o tipo de mobiliário urbano a ser implantado em determinados locais, levando em consideração os parâmetros sociais, culturais e econômicos, atribuindo-se aos objetos os *affordances* adequados ao correto uso do produto, evitando-se leituras errôneas ou criando situações de risco que contribuam para a deterioração do espaço urbano ou o vandalismo de suas estruturas.

A percepção ambiental é processo individual e depende em grande parte de nossas características e interesses específicos. Mesmo assim, é preciso que os elementos do mobiliário urbano apresentem-se como um conjunto coerente de objetos estabelecendo uma leitura adequada dos *affordances* percebidos, definidos intencionalmente para o produto pelos designers de acordo com sua finalidade para as atividades programadas para o espaço público específico.

O mobiliário urbano, bem como os espaços urbanos devem propiciar ao cidadão sentimentos de segurança, de bem-estar, de prazer, de liberdade, da criação de referenciais como forma de estabelecer inter-relações entre os objetos, as atividades e os usuários, para configurar espacial e perceptivamente o espaço dentro do contexto social, urbano e geográfico na cidade.

No caso particular do design de mobiliário urbano, os objetos a serem criados devem ser providos de significado e de relações simbólicas com a cultura, o contexto e a paisagem locais (*affordances* percebidos), atuando como uma expressão sociocultural das características urbanas ali existentes.

Dessa maneira, seria necessário estabelecer uma “aproximação globalizadora” entre a utilização de técnicas, tecnologias, materiais e princípios de produção condizentes não apenas com a realidade e o contexto local, mas que também tirem vantagem de “facilidades” universais, estabelecendo um diálogo com o espaço urbano circundante e seu contexto. Deve-se buscar a interação entre avançados fatores tecnológicos globais, porém sem deixar de lado signos culturais marcantes que determinam características regionais de uma cultura urbana, suas expressões sociais e representatividade.

Mourthé (1998, p. 269) defende que a ideia de que uma regionalização nos projetos de mobiliário urbano poderia ser benéfica, pois permitiria a expressão de uma identidade própria relacionada à região onde seria implantado:

A regionalização dos projetos de mobiliário urbano pode ser benéfica, permitindo expressar uma identidade própria da região onde esteja instalado. É necessário ressaltar a importância da identificação de sub-culturas sociais e de possíveis signos construídos, não somente pela necessidade de sua preservação, mas também, como determinantes de projeto desses produtos. As culturas e sub-culturas de diversas localidades urbanas, influenciam o projeto e o arranjo físico dos equipamentos no meio urbano contribuindo para o planejamento da composição de espaços públicos.

Ao projetar o mobiliário urbano, como expresso pela autora, faz-se necessário considerar a existência de culturas sociais em diferentes níveis, para que ele se integre ao espaço onde

será implantado, representando referenciais e signos tanto tangíveis quanto intangíveis de um dado contexto. Importante também é atentar para o fato de que a paisagem pode ser facilmente alterada caso o desenho daqueles elementos do mobiliário não se ajustem a ela, causando interferências de ordem estrutural (acessibilidade e mobilidade), simbólico-cultural (ruídos visuais) ou organizacional (ordenamento).

Os elementos configuradores que caracterizam os artefatos industrializados relacionados a utilização da cor, do tratamento superficial, da aplicação de textura, da forma e da especificação dos materiais de acordo com suas características plásticas e do conforto ambiental possibilitam intervenções urbanas mais adequadas que aproximem o objeto ao usuário, definindo assim traços da identidade local (regional ou nacional).

Integrar o mobiliário urbano ao entorno é uma condição primordial para que o cidadão se sinta valorizado como pertencente à estrutura urbana, devendo guardar em sua configuração elementos perceptivos que contribuam para a sociabilização do espaço público e se ajustem a funções das atividades programadas para o contexto local, fazendo que o mobiliário seja entendido não apenas como algo específico apartado do conjunto usuário-ambiente construído-contexto urbano, mas como uma “família” de objetos que configuram o espaço.

A imagem urbana, não apenas visual, mas, sobretudo, polisensorial, é uma representação construída cotidianamente pelos moradores, a partir da informação inferida da vivência de variáveis contextuais consideradas como elementos de informação urbana. [...] Essas variáveis são fontes de informação, moldam comportamentos, ações, valores, usos, hábitos, crenças e expectativas, ou seja, são fatores de uma percepção urbana que se sabe situada, localizada, sem querer insinuar, com isto, qualquer perspectiva determinada ou positivista no processo de percepção ambiental urbana. [...]. Porém, essa imagem urbana não é estanque ou rígida, mas é flagrada num processo fluido, dinâmico e seletivo: apreende-se, capta-se essa representação a partir do repertório cultural e individual. A linguagem não é um dado, mas um processo. Essa imagem urbana é representação perceptiva ambiental, porém a sua seleção é também um sinalizador da mesma natureza; assim, a percepção ambiental pode ser flagrada em dois tempos: pela imagem urbana, enquanto sua representação, e pela seleção da própria imagem. Um duplo processo de linguagem, a semiose [1] que ocorre na fuga sutil do interpretante, isto é, da mente capaz de operar significados (FERRARA, 1999, p. 71-72).

Observar os aspectos compositivos dos lugares é um parâmetro importante a ser considerado nos projetos de mobiliário urbano como meio para criar uma unidade entre os vários elementos que originam as referências e as memórias culturais. Deve-se procurar

estabelecer a identificação do usuário com o objeto, inicialmente pela dimensão visual e, posteriormente, pela dimensão conceitual, ou seja, os *affordances*, buscando proporcionar a comunicação necessária entre o produto e o usuário por meio da percepção do uso adequado e da identificação de elementos configuracionais presentes no objeto (*affordances* percebidos), como também definindo as complexas relações do mobiliário com o meio urbano.

Castello (2000) comenta que alguns lugares na cidade passam a ser percebidos como referenciais, tornando-se o “substrato da memória da cidade”. Os processos de intervenção urbana procuram despertar a memória cultural e coletiva mediante um preservacionismo extremado, objetivando resgatar a civilidade e a identidade dos espaços públicos, sejam esses históricos, centrais ou não, mas que representem uma forte carga simbólica para os seus cidadãos. De acordo com Magnavita (1998 apud VIEIRA, 2002, p. 1), esse tipo de abordagem intervencionista seria “uma fuga para o passado, uma vez que as perspectivas do futuro se demonstram imprevisíveis, caóticas, indeterminadas, atópicas. Trata-se de uma volta ao passado, fantasioso e presentificado. Cria-se a utopia do passado”.

Os espaços públicos alterados em suas estruturas arquitetônicas e paisagem por meio dos programas contemporâneos de intervenção urbanística são submetidos a processos de estetização (superficiais ou mais profundos) visando a criação de uma imagem que, por vezes, se opõe às referências culturais simbólicas para os habitantes de uma determinada área. Essa dissonância pode provocar estados de estranhamento e afastamento, em alguns casos levando ao esvaziamento do local ou à depreciação/vandalização de algumas estruturas.

A difusão de um “padrão cultural global” como socialmente o “melhor” provoca tensões e sentimentos de insatisfação nos habitantes das cidades, na medida em que se começa a perder parte dos significados atribuídos a certos espaços urbanos, dando origem então aos chamados “não lugares” (AUGÉ, 1994). Frutos da transitoriedade, do consumismo rápido e do modismo que acompanham o processo econômico atual, estes “não lugares” englobam não apenas certos tipos de espaços voltados para a passagem, o traslado ou o consumo efêmero, mas também as possíveis relações de uso que neles acontecem.

Embora posteriormente o autor tenha admitido que mesmo caracterizando-se como um “não lugar” um local pode tornar-se “lugar” para alguém (um usuário fixo, por exemplo),

genericamente pode-se afirmar que, em vez de propiciar o surgimento de uma identidade singular, o espaço do não lugar em geral promove “solidão e similitude” (PALLAMIN, 2000, p.67), pois nele se torna difícil estabelecer relações de significados. Ou seja, como tais locais são criados como espaços sem referenciais, identidade ou história, os *affordances* que emitem são entendidos como falsos ou camuflados, sensação que causa distanciamento entre o usuário e o ambiente, uma vez que um não consegue decifrar a mensagem do outro.

Nesse mesmo sentido, alguns projetos de intervenção urbanística em espaços públicos parecem desconsiderar certos parâmetros projetuais, tais como os elementos intrínsecos à paisagem, o clima relacionado diretamente com os aspectos do conforto ambiental no que diz respeito a especificação de materiais, processos, insolação, vegetação, usos e funções dos elementos do mobiliário urbano, tornando determinadas áreas em meros cenários, quando não chegam a transformá-los em “não lugares”. Vaz (1995, p. 2) afirma que existem maneiras diferenciadas para se executar o projeto de intervenção de espaços urbanos, dentre as quais destacamos “o tratamento estético e funcional das fachadas de edificações, *mobiliário urbano* e elementos publicitários” (grifo nosso).

Um projeto de mobiliário urbano inadequado para um determinado espaço público urbano (obviamente inserido um contexto urbano, cultural e geográfico específico), e no qual os *affordances* que os usuários percebem a partir da intervenção sejam muito diversos daqueles que esperariam perceber ou mesmo do que tinham antes, poderá ter como consequência a sua má utilização, a sua não utilização e, em último caso, sua depredação pelos insatisfeitos.

Apesar das intervenções urbanísticas determinarem em seus projetos a incorporação de um tipo específico de mobiliário urbano, a seleção desses elementos prioriza, na maior parte das vezes, o aspecto estético do produto e os recursos financeiros destinados à sua aquisição, em detrimento de fatores funcionais, de uso, de conforto ambiental e de afinidades culturais e perceptivas.

O Design de elementos do mobiliário urbano pode diferenciar e valorizar os espaços públicos urbanos, definindo padrões de qualidade para aqueles espaços específicos. Contudo, isso só ocorrerá na medida em que os espaços socializados forem tratados de uma maneira sistêmica, estabelecendo-se relações de complementaridade, simbolismo,

atratividade e usabilidade daqueles espaços, entre os usuários, o ambiente construído, o contexto observado e os produtos ali instalados.

2. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo do planejar e desenvolver um tipo de mobiliário urbano mais adequado a um determinado contexto enfatizando suas características primordiais justifica-se como uma forma de criar uma identificação do usuário com o objeto, e conseqüentemente uma interface cultural mais forte, além de definir uma padronização que funcione também como uma forma de identidade visual dentro de um contexto urbano específico.

Nesse sentido, a utilização de *affordances* como forma de avaliar e melhorar o design do mobiliário urbano mostra-se como bastante útil e adequada para estabelecer o nível dos *affordances* que deverão ser inseridos nos objetos, como forma de criar uma comunicação mais eficaz entre o produto urbano e os possíveis usuários.

O objetivo principal do design será determinar os *affordances* necessários para então definir em que nível de relação esses deverão ser comunicados ao usuário de maneira coerente a fim de que esse atue de modo adequado, oferecendo uma resposta positiva ao sistema implantado em um dado contexto, que visa suprir as necessidades de um grupo social urbano. Desse modo, determinar os *affordances* necessários ao objeto, no caso do design, significa definir os seus atributos de utilidade, enquanto melhorar/elevar os níveis desses atributos está relacionado às questões de usabilidade.

As questões levantadas por Norman (2000, 2002) com relação aos *affordances* e o design dos objetos aproxima-se muito mais das considerações feitas nesta pesquisa, uma vez que se trata da definição de uma linguagem tecnológica – nesse caso específico, tecnologia se refere aos princípios básicos da criação, desenvolvimento e produção de artefatos de cunho industrial – que deverá ser estabelecida entre o produto tangível e o usuário em questão.

Muito embora a abordagem feita por Gibson (1979) a respeito dos *affordances* enfatize os aspectos da percepção psicológica, ela é importante para o design de objetos no sentido de estabelecer as bases sob as quais o entendimento das relações entre o ser vivo e o

ambiente é determinado, não apenas no seu caráter simbólico – significado –, mas também no físico – ação/atitude – do indivíduo ante o mundo que se lhe apresenta. Especificamente para o design urbano, as interações entre o artefato industrial e o indivíduo urbano devem ser estudadas como forma de se determinar de que maneira tais interações afetam o meio ambiente dentro de um contexto urbano específico, a fim de que se possam definir ações que minimizem problemas que por ventura existam entre o ser humano e o ambiente físico, mediante soluções de design adequadas a ambos.

As pessoas precisam de um modo para entender os produtos que são postos à sua disposição, informações sobre o que é o produto e qual a sua finalidade ou propósito. Ou seja, o que é o objeto e para que serve. As pessoas procuram por sinais ou pistas que lhes indiquem como entender e operar o artefato, pois os sinais são importantes para determinar uma relação significativa. Esses sinais podem ser determinados pelos designers de produtos por meio dos *affordances* percebidos definidos no projeto.

Norman vai mais adiante, e ao afirmar que, além de *affordances*, as pessoas precisam de “significantes”, uma vez que a maior parte das ações que executamos tem cunho social. Sob esse ponto de vista, criar e promover *affordances* passa a ser entendido como parte intrínseca do trabalho do design, de modo que a busca pelos “significantes sociais” deveria ser a maior meta desses profissionais, os quais precisariam prover seus artefatos de tais significantes.

Independentemente do termo que se use, é fundamental o desenvolvimento de artefatos urbanos que sejam capazes de estabelecer um nível de comunicação adequado ao meio onde se encontram. Os processos de intervenção urbana devem voltar-se não apenas para o caráter embelezador de um local específico, porém definir formas de interação que criem uma interface que ao mesmo tempo possua um caráter universal, porém contextualizado.

O mobiliário urbano vem adquirindo ao longo dos últimos anos um destaque cada vez maior, tornando-se parte fundamental da vida cotidiana das urbes, fazendo uso de materiais, tecnologias e configurações diversas que influenciam no seu uso e provocam nos usuários-cidadãos percepções diversas por meio dos elementos configuracionais, podendo facilitar a convivência social e o intercâmbio de experiências individuais e coletivas mediante suas funções, seus usos e significados. Os elementos do mobiliário urbano acompanham a evolução das cidades e de seus espaços públicos, passando por mudanças

significativas e adaptações, que muitas vezes os transformam em verdadeiros atratores sociais, exercendo certa influência nos usos e funções desempenhados em um contexto sociocultural e histórico específico.

Estudos realizados na área de Design de mobiliário urbano e de percepção ambiental objetivam ampliar os conhecimentos teóricos e conceituais sobre o desenvolvimento de projetos voltados para espaços públicos em áreas urbanas centrais que sofreram intervenções, que possam contribuir para a adequada interação entre o ambiente urbano e os artefatos que se encontram implantados e disponibilizados aos cidadãos como forma de satisfazer suas necessidades e facilitar a consecução de suas atividades diárias dentro do contexto urbano contemporâneo.

REFERÊNCIAS

- ÁGUAS, S. I. R. G. V. S. **Design de Candeeiros de Iluminação Pública para a sustentabilidade do Espaço Urbano**. 2010. 477 p. Tese (Doutorado em Espaço Público e Regeneração Urbana)—Facultat de Belles Arts, Universitat de Barcelona. Barcelona, 2010.
- ARAÚJO, R. G. O mobiliário urbano ao longo dos tempos. In: **1º COLÓQUIO SOBRE HISTÓRIA E HISTORIOGRAFIA DA ARQUITETURA BRASILEIRA**. Disponível em: <<http://sites.google.com/site/coloquiohh08>>. Acesso em: 15 out. 2010.
- AUGÉ, M. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papirus, 1994.
- CASTELLO, L. Revitalização de áreas centrais e a percepção dos elementos da memória. In: **ENCONTRO 2000 DA ASSOCIAÇÃO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS**, 22, 2000, Miami, 2000. p. 3-24.
- FERRARA, L. d'A. **Olhar periférico: informação, linguagem e percepção ambiental**. São Paulo: Edusp, 1999.
- GAVER, W. W. **Technology Affordances**. CHI'91- Conference Proceedings. Cambridge/UK: CHI'91, 1991, s/p.
- GIBSON, J. J. **The Ecological Approach to Visual Perception**. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
- GUNTHER, H. Affordance. In: CAVALCANTE, S.; ELALI, G. A. **Temas Básicos em Psicologia Ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 21-27
- LÖBACH, B. **Design Industrial: bases para a configuração dos produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

MOURTHÉ, C. R. **Mobiliário urbano em diferentes cidades brasileiras: um estudo comparativo**. 1998. 280 p. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo)—Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. São Paulo, 1998.

NORMAN, D. **The Psychology of Everyday Things**. New York, Doubleday 1988.

_____. **Affordance, Conventions and Design, Interactions**. May 1999, p. 38-43. Disponível em: <<http://www.jnd.org>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

_____. **Signifiers, not Affordances**. 2000. Disponível em: <<http://www.jnd.org>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

_____. **Affordances and Design**. 2002. Disponível em: <<http://www.jnd.org/dn.mss/affordances-and-design.html>> Acesso em: 14 jul. 2010.

OLIVER, M. **The Problem with Affordance**. London: E-Learning, London Knowledge Lab, Institute of Education, University of London, v. 2, n. 4, 2005.

PALLAMIN, V. M. **Arte urbana: São Paulo: Região Central (1945-1998): obras de caráter temporário e permanente**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2000.

RIZZO, A. **The origin and design of Intentional Affordances**. Pennsylvania: University Park, DIS 2006, June 26-28, 2006.

SERRA, J. M. **Elementos urbanos**. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

TOMASELLO, M. **The cultural origins of human cognition**. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

VAZ, J. C. **Vida nova para o centro da cidade**. BNDES. Dicas Instituto Polis. São Paulo. Seção Desenvolvimento Urbano. 1995. Disponível em: <<http://federativo.bndes.gov.br/dicas/D031.htm>>. Acesso em: 28 nov. 2001.

VIEIRA, N. M. **Práticas preservacionistas contemporâneas: valor cultural x valor econômico**. **ArqBr**. nov. 2002. Seção Artigos. Disponível em: <<http://carlota.cesar.org.br/arqbr/newstorm.notitia.apresentacao.ServletDeSecaoParalmp....>>. Acesso em: 21 set. 2004.

ZIGLARI, L. **Affordance and Second language Acquisition**. **European Journal of Scientific Research**, v. 23, n. 3, p.373-379, 2008. Disponível em: <<http://www.eurojournals.com/ejsr.htm>>. Acesso em: 21 set. 2010.