

FERNANDA COSTA DA SILVA

**ADOÇÕES DE ESPAÇOS PÚBLICOS DE LAZER E TURISMO URBANOS:
DO PLANEJAMENTO À PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Planejamento Urbano e Regional, na área de concentração *Percepção e Análise do Espaço Urbano*.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional.

Professora orientadora

Dra. Maria Cristina Dias Lay, PhD

Porto Alegre
2013

CIP - Catalogação na Publicação

Costa da Silva, Fernanda
ADOÇÕES DE ESPAÇOS PÚBLICOS DE LAZER E TURISMO
URBANOS: DO PLANEJAMENTO À PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS /
Fernanda Costa da Silva. -- 2013.
353 f.

Orientadora: Maria Cristina Dias Lay.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do
Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura,
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e
Regional, Porto Alegre, BR-RS, 2013.

1. Planejamento urbano. 2. Adoção de espaços
públicos. 3. Ambiente-comportamento. 4. Lazer. 5.
Turismo. I. Dias Lay, Maria Cristina, orient. II.
Título. |

FERNANDA COSTA DA SILVA

**ADOÇÕES DE ESPAÇOS PÚBLICOS DE LAZER E TURISMO URBANOS:
DO PLANEJAMENTO À PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS**

Dissertação de Mestrado submetida à Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial, exigido pelo Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional - PROPUR, para obtenção do título em Mestre em Planejamento Urbano e Regional, na área de concentração *Percepção e Análise do Espaço Urbano*.

Professor Dr. Antônio Tarcísio da Luz Reis – Coordenador

Professora Dra. Maria Cristina Dias Lay – Orientadora

COMISSÃO EXAMINADORA:

Profa. Dra. Maria Cristina Dias Lay
Moderadora do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Alexandre Panosso Netto
Examinador externo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades
Universidade de São Paulo

Prof. Dr. João Farias Rovati
Examinador interno do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Luciana Inês Gomes Miron
Examinadora interna do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, 10 de junho de 2013.
(Data da defesa)

AGRADECIMENTOS

A minha irmã, Nara Rejane da Silva Widholzer, por tudo.

À Profa. Orientadora Dra. Maria Cristina Dias Lay, pelo aprendizado.

Ao Professor João Farias Rovati. Porque de suas aulas surgiram as reflexões que ampararam o tema desta pesquisa. Sou grata, sobretudo, pela sorte de ter sido aluna de um profissional cujos ensinamentos são transmitidos com uma generosidade comovente. Por ter podido aprender com um cidadão gentil e visivelmente entusiasmado pelo ofício.

Aos professores de Turismo, que em minha graduação fizeram com que eu compreendesse a importância social do segmento.

Aos entrevistados e respondentes da pesquisa, sem os quais ela não seria possível.

Aos funcionários da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, e aos demais colaboradores de outras entidades públicas do Brasil, os quais também viabilizaram a concretização desta pesquisa.

Aos canais de comunicação virtual que me apoiaram, mediante a divulgação da pesquisa e sua consequente aplicação mais ampla.

Aos amigos, pelo incentivo ao Mestrado e pela ajuda na aplicação da pesquisa.

Aos colegas, em especial aqueles que me acompanharam nos estudos e que prestaram apoio na aplicação da pesquisa.

Ao Ex-secretário de Turismo, Esporte e Lazer de Pelotas, Marcelo Mazza Terra, e ao Ex-secretário Adjunto de Turismo, Esporte e Lazer de Pelotas, Fábio de Castro Neves. Minha eterna gratidão a esses dois gestores, os quais me oportunizaram o primeiro trabalho no campo do planejamento urbano e regional. Agradeço pela confiança, a qual foi essencial, inclusive, para que eu chegasse até este Programa de Mestrado.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional e à Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela oportunidade de acesso ao conhecimento.

Há ocasiões em que os parceiros se aliam ou se separam, segundo as conveniências e circunstâncias. São muitas as estratégias políticas que podem ser usadas. Mas, para que o jogo urbano dê certo, é preciso que todos conheçam bem as cartas do baralho que está sendo usado e que sejam bem esclarecidas as regras para arrumá-las. Se apenas alguns tiverem acesso às normas e puderem alterá-las com exclusividade, provoca-se o desequilíbrio.

Carlos Nelson Ferreira dos Santos (1988).

RESUMO

Esta pesquisa insere-se na área de Planejamento Urbano e Regional e trata da percepção de usuários em relação a espaços públicos urbanos que sirvam concomitantemente ao lazer e ao turismo, em um contexto no qual se verifique parcerias público-privado do tipo Adoção. A pesquisa tem como objetivo contribuir para indicar uma tendência de percepção contemporânea da sociedade civil em relação ao papel do Estado brasileiro, levando-se em conta o crescente número de parcerias estabelecidas entre o Poder Público e o setor privado, para a gestão dos espaços urbanos de uso irrestrito. Em complemento, objetivou-se: averiguar se as parcerias nos espaços públicos urbanos são interpretadas como necessárias ou como impróprias, sob aspectos físicos e simbólicos, no que se refere à qualificação do lazer e do turismo; e verificar se as parcerias causam interferência na avaliação de desempenho dos espaços onde ocorrem, ou se tal avaliação liga-se ao atendimento dos critérios de adequação e uso, tais como os sugeridos pela área de estudos Ambiente-comportamento. Para tanto, realizou-se estudo comparativo em três espaços adotados, localizados na cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, os quais são relevantes tanto no contexto do lazer local, como no contexto turístico. A coleta de dados realizou-se mediante levantamento de arquivo, levantamento físico, aplicação de entrevistas, de mapas mentais e de questionários. Os resultados indicam existir aceitabilidade das intervenções privadas de forma correlata à relevância atribuída a esta prática de investimento no espaço público. Também se verificou que a avaliação de desempenho não está relacionada à aceitabilidade dos investimentos privados, nos espaços em que a pesquisa foi aplicada, embora a percepção dos usuários possa ser influenciada, positiva ou negativamente, em relação a algumas das variáveis de análise do desempenho do espaço, na medida em que elas aludem a investidores privados. De forma geral, constatou-se não ser expressivo o interesse dos usuários pelo modo como os serviços são providos nos espaços públicos de lazer e turismo, contanto que o resultado final seja satisfatório ao propósito desses espaços. Verificou-se que, na percepção dos usuários, o Estado ainda é a esfera sobre a qual incide e sobre a qual deveria incidir a responsabilidade pelo amparo às áreas públicas abertas de lazer e turismo, mesmo que o setor público tenha sido avaliado como pior, comparado ao privado, no que se refere à prestação de serviços urbanos. Ainda assim, é importante destacar a expressiva parcela de respondentes que já sinalizam o setor privado como aquele que de fato investe em espaços públicos, e como aquele que deveria ter a responsabilidade por tais investimentos urbanos, percepção esta que sugere haver uma compreensão, por parte dos usuários, sobre a situação transitória do papel do Estado, indicada pela literatura pertinente ao tema. Os resultados obtidos, além de adicionarem ao debate a avaliação sobre uma modalidade específica de consorciamento urbano, qual seja, a Adoção, abordada à luz da área Ambiente-Comportamento, agregam tratamento teórico a um segmento turístico que ainda necessita ter estudos aprofundados, qual seja, o Turismo Urbano.

Palavras-chave: Planejamento urbano. Adoção de espaços públicos. Ambiente-comportamento. Lazer. Turismo.

ABSTRACT

This research integrates the field of studies on Urban and Regional Planning. It focuses the perceptions of the users concerning public urban spaces for both leisure and tourism purposes, in a context where public-private partnership has been laid down. The main objective of the study is to contribute to indicate a trend on the perception of the contemporary civil society towards the role of the Brazilian State. Therefore, the research considers the growing number of partnerships, between the Government and the private sector, for the management of urban spaces for unrestricted use. In addition, this study aims to investigate whether the partnerships in urban public spaces are interpreted as necessary or as inadequate under physical and symbolic aspects, with regard to the improvement of leisure and tourism. It also aims to verify whether the partnerships interfere with the evaluation of the performance of those spaces where the partnerships occur, or if any such evaluation fails to meet the criteria of adequacy and use, such as those suggested by the Environment Behaviour studies. Therefore, we carried out a comparative study on three adopted spaces, located in the city of Porto Alegre, capital of Rio Grande do Sul. Those spaces are relevant both within the local leisure, and the tourism context. Data collection included archives information, physical measurements, interviews, mental maps and questionnaires. The results indicate that the users accept the private interventions in correlation to the importance attached to that kind of investment practice in public spaces. It was also found that the performance evaluation is not related to the acceptability of private investment in the areas where the research was done, although the users' perception can be influenced, positively or negatively, in relation to some variables for the analysis of the space performance, when this variables are allude to private investors. In general, it was found that the interest from users in the way that services are provided in public spaces for leisure and tourism are not significant, as long as the result is satisfactory to the purpose of these spaces. It was found that, for the users, the State is still the responsible for supporting the public spaces which are open for leisure and tourism, even if the public sector has been rated as worse, (compared to the private sector), with regard to the provision of urban services. Still, it is important to highlight that there is a significant proportion of respondents that indicates the private sector as one that actually invests in public spaces, and as one who should have the responsibility for such urban investments. This perception suggests that the users understand the transitional situation of the role of the State, indicated by the literature concerning to the matters in question. The results, apart from adding to the debate on the evaluation of a specific modality of urban partnership, namely Adoption, approached under the area of Environment Behavior studies, aggregate theoretical treatment to a tourism sector that still needs to have in-depth studies, which is the Urban Tourism.

Key words: Urban planning. Public spaces Adoption. Environment Behaviour studies. Leisure. Tourism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Central Park, NY, EUA.	51
Figura 2 - Bryant Park, NY.	51
Figura 3 - Holmby Park, LA.	51
Figura 4 - Taxas de crescimento turístico: destaque para países da América Latina e comparativo brasileiro com média mundial.	60
Figura 5 - Exemplo de mensagem visual veiculada por investidor privado em ambiente público; destaque para o slogan.	74
Figura 6 - Comparação entre elementos publicitários de projetos em espaços públicos: Praça Antero de Quental, Rio de Janeiro/ RJ; Parque Farroupilha, Porto Alegre/ RS (da esquerda para a direita, respectivamente).	75
Figura 7 - Localização de Porto Alegre.	83
Figura 8 - Gráficos comparativos para representação da economia de Porto Alegre.	84
Figura 9 - Anúncio para Adoção de praça de Porto Alegre.	89
Figura 10 - Localização em mapa das Áreas de estudo.	91
Figura 11 - Largo Jornalista Glênio Peres –	93
Figura 12 - ATI no Parque Farroupilha – Área 2.	93
Figura 13 - ATI no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.	93
Figura 14 - Quadra esportiva de futebol, no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.	93
Figura 15 - Quadra esportiva de vôlei, no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.	93
Figura 16 - Quadra esportiva de basquete, no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.	93
Figura 17 - Localização do Bairro Centro Histórico, em Porto Alegre.	95
Figura 18 - Comércio especializado no Bairro Centro de Porto Alegre.	95
Figura 19 - Localização do Largo Jornalista Glênio Peres.	97
Figura 20 - Visão aérea de parte do Centro Histórico de Porto Alegre, com destaque para o Largo Jornalista Glênio Peres.	97
Figura 21 - Entorno imediato ao Largo Jornalista Glênio Peres.	97
Figura 22 - Mercado Público Municipal de Porto Alegre, século XIX.	98
Figura 23 - Movimentação comercial no entorno do Mercado Público Municipal, século XIX.	98
Figura 24 - Chalé na Praça XV de Novembro, século XIX.	100
Figura 25 - Tráfego de bondes e automóveis no Largo.	100
Figura 26 - Utilização do Largo para estacionamento.	101
Figura 27 - Visão aérea do Largo Jornalista Glênio Peres.	101
Figura 28 - Identificação do Largo entre as etapas do Projeto Viva o Centro.	102
Figura 29 - Remodelação do canteiro na Av. Borges de Medeiros.	103
Figura 30 - Chafarizes no Largo Jornalista Glênio Peres, out/2012.	103
Figura 31 - Reparo dos chafarizes, nov/2012.	104
Figura 32 - Bicicletário junto ao Mercado Público, em março de 2012.	104
Figura 33 - Bicicletário junto ao Chalé, em out/2012.	104
Figura 34 - Obras no pavimento do Largo, 2010.	104
Figura 35 - Obras no pavimento, 1º semestre de 2012.	104
Figura 36 - Obras no pavimento, 2º sem. 2012; detalhe da marca do investidor no tapume.	104
Figura 37 - Piso antigo do Largo.	105
Figura 38 - Resultado da conclusão da troca do piso do Largo.	105
Figura 39 - Projeto de revitalização finalizada no Largo Jornalista Glênio Peres.	106
Figura 40 - Placa mista informativa.	106
Figura 41 - Placa indicativa da Adoção do Largo.	107
Figura 42 - Placas indicativas dos serviços entregues no Largo.	107
Figura 43 - Placa turística de chão.	107
Figura 44 - Placa turística em poste.	107
Figura 45 - Vista lateral de mobiliários inseridos no Largo Jornalista Glênio Peres, pela marca Vonpar Refrescos S.A.	107
Figura 46 - Vista frontal de mobiliários inseridos no Largo Jornalista Glênio Peres, pela marca Vonpar Refrescos S.A.	107
Figura 47 - Recorte espacial para análise da Área 1.	108
Figura 48 - Localização espacial da Área 1 e caracterização do entorno.	109
Figura 49 - Localização do Bairro Farroupilha em Porto Alegre.	111
Figura 50 - Localização do Parque Farroupilha.	113
Figura 51 - Visão aérea do Parque Farroupilha.	113
Figura 52 - “Annaes da Câmara Municipal” de Porto Alegre (1873-1889).	115
Figura 53 - Exposição de 1901 no Parque Farroupilha.	115
Figura 54 - Entrada para Exposição de 1935 no Parque Farroupilha.	116
Figura 55 - Manutenção de bancos no Parque Farroupilha, pela Av. José Bonifácio.	118

Figura 56 - Exemplos de manutenção precária em lixeiras da Av. Oswaldo Aranha.	118
Figura 57 - Recorte espacial para análise da Área 2 e indicação do ambiente de estudo.	119
Figura 58 - Entorno da Área 2 em relação ao Parque – banheiros e cancha de bocha.	120
Figura 59 - Entorno da Área 2, além dos limites do Parque – Av. José Bonifácio.	120
Figura 60 - Área 2 na contextualização do ambiente.	120
Figura 61 - Localização espacial da Área 2 e caracterização do entorno.	120
Figura 62 - Localização do Bairro Praia de Belas em Porto Alegre.	123
Figura 63 - Localização do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	125
Figura 64 - Visão aérea do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	125
Figura 65 - Abertura do Acampamento Farroupilha - Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	127
Figura 66 - Feira do Livro do Acampamento Farroupilha, Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	127
Figura 67 - Comercialização de produtos no Acampamento Farroupilha, Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	127
Figura 68 - Prédios administrativos no entorno do Parque.	129
Figura 69 - Mobiliário com mensagem educativa instalado no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	129
Figura 70 - Sinalização esportiva instalada na Orla do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	130
Figura 71 - Mobiliário esportivo instalado na Orla do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	130
Figura 72 - Indicação de ambientes estudados na Área 3 – Pq. Maurício Sirotsky Sobrinho.	130
Figura 73 - Localização espacial da Área 3 e caracterização do entorno.	131
Figura 74 - Mapas mentais que indicam relações espontâneas, feitas por usuários, do fenômeno turístico com as Áreas de estudo.	153
Figura 75 - Atividades de lazer como relevantes na Área 3: associações feitas em mapa mental.	154
Figura 76 - Trabalhador ambulante com identificação de investidor privado – Parque Farroupilha.	160
Figura 77 - Trabalhador ambulante sem identificação de investidor privado – Parque Farroupilha.	160
Figura 78 - Mobiliários previstos para esporte.	161
Figura 79 - Configuração espacial verificada.	161
Figura 80 - Reforma prevista para banheiro público.	161
Figura 81 - Apresentação verificada.	161
Figura 82 - Previsão de placa.	161
Figura 83 - Configuração espacial verificada.	161
Figura 84 - Placa da ATI no Parque Farroupilha, sem divulgação do Município.	161
Figura 85 - Orla do Lago Guaíba – trecho de percurso utilizado para prática esportiva.	166
Figura 86 - Organização hierárquica dos elementos - Largo Jornalista Glênio Peres.	172
Figura 87 - Organização hierárquica dos elementos – Parque Farroupilha.	177
Figura 88 - Exemplos de mapas mentais com referência aos espaços adotados.	181
Figura 89 - Organização hierárquica dos elementos da Orla do Lago Guaíba – Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.	182
Figura 90 - Cartaz afixado em totem no Largo Jornalista Glênio Peres.	184
Figura 91 - Exemplar de mapa mental que indica rejeição à Adoção na Área 1.	187
Figura 92 - Auditório Araújo Vianna com gradil e inflável de investidor privado.	191
Figura 93 - Cartazes de protesto no gradil do Auditório Araújo Vianna.	191
Figura 94 - Acessibilidade relacionada ao volume de circulação; exemplo de mapa mental da Área 1.	198
Figura 95 - Acessibilidade relacionada à visibilidade; exemplo de mapas mentais da Área 1.	199
Figura 96 - Elementos identificadores de Adoção relacionado à acessibilidade visual, pelos usuários.	200
Figura 97 - Inadequação de uso relacionada à utilização da Área 1 como estacionamento.	203
Figura 98 - Utilização da Área 1 como estacionamento.	203
Figura 99 - Densidade de vegetação, precariedade em iluminação e falta de policiamento relacionados à insegurança no Parque Farroupilha.	208
Figura 100 - Disposição de vegetação na borda do Parque Farroupilha – Área 2.	208
Figura 101 - Disposição de vegetação no interior do Parque Farroupilha – distante da Área 2.	208
Figura 102 - Trabalhadores identificados com marca fantasia de adotante, na Orla do Lago Guaíba.	213
Figura 103 - Espaços esportivos identificados com marca fantasia de adotante, na Orla do Lago Guaíba.	213
Figura 104 - Ausência de mobiliários para lazer passivo (bancos) na Orla do Lago Guaíba.	214
Figura 105 - Policiamento na Orla do Lago Guaíba.	215
Figura 106 - Mobiliários de iluminação e de identificação de adotante, na Orla do Lago Guaíba.	215
Figura 107 - Visão aérea de ombrelones (modelos antigos) com marca de adotante – Largo Jornalista Glênio Peres.	224
Figura 108 - Conjunto de ombrelones, decks e totem, com marca de adotante – Largo Jornalista Glênio Peres.	224
Figura 109 - Reunião de manifestantes – Largo Jornalista Glênio Peres.	225
Figura 110 - Exemplar de cartaz utilizado em manifestação – Largo Jornalista Glênio Peres.	225

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Principais atrativos de Porto Alegre para a demanda turística nacional em 2010	86
Tabela 2 – Adoções de espaços em Porto Alegre, entre 2001 e 2010, pelo projeto “Adote uma Praça”	88
Tabela 3 – Sistematização de entrevistas aplicadas	136
Tabela 4 – Caracterização dos respondentes.....	146
Tabela 5 – Intensidade de correlação em testes Spearman.....	147
Tabela 6 – Relação das Áreas com o fenômeno turístico.....	151
Tabela 7 – Importância de espaços do Largo Jornalista Glênio Peres	171
Tabela 8 – Importância de espaços do Parque Farroupilha	176
Tabela 9 – Importância de espaços da Orla do Guaíba.....	180
Tabela 10 – Avaliação sobre a melhora da aparência	217
Tabela 11 – Variação significativa quanto à melhora da aparência para as três Áreas.....	217
Tabela 12 – Variáveis relacionadas à preferência de cenas.....	218
Tabela 13 – Fatores relacionados ao conforto ambiental, que necessitam de melhora	219
Tabela 14 – Fatores relacionados à segurança, que necessitam de melhora	220
Tabela 15 – Relação entre variáveis sobre concretização e dever de provimentos para Área 2.....	228
Tabela 16 – Relação entre variáveis sobre concretização e dever de provimentos para Área 3.....	230
Tabela 17 – Relação entre sentimento de uso e quem deveria investir nos espaços, na percepção dos usuários	235
Tabela 18 – Relação entre variáveis sobre concretização e dever de provimentos	236
Tabela 19 – Variáveis relacionadas à importância do investimento privado e à qualidade dos serviços do Poder Público, para espaços de uso irrestrito, de lazer e turismo.....	238

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	21
1.1 Tema	21
1.1.1 Espaços públicos urbanos de lazer e turismo	22
1.1.2 Consideração dos usuários no processo de planejamento urbano de espaços públicos que atendam ao lazer e ao turismo.....	26
1.1.3 Lazer e turismo como atratores de investimentos no meio urbano.....	32
1.2 Problema de pesquisa	37
1.3 Objetivos	38
1.4 Estrutura e conteúdo do trabalho	39
2 INVESTIMENTOS PRIVADOS EM ESPAÇOS PÚBLICOS ABERTOS DE LAZER E TURISMO URBANOS	40
2.1 Introdução à análise de investimentos privados em espaços públicos abertos de lazer e turismo urbanos	40
2.2 Dinâmica dos investimentos privados no setor público	41
2.2.1 O público: dimensão política e administrativa	45
2.2.2 O privado: objetivos e reflexos das práticas de seus investimentos	48
2.2.3 Conjuntura brasileira.....	52
2.2.3.1 Adoção.....	57
2.3 Relação entre os estudos Ambiente-Comportamento e as parcerias voltadas ao planejamento e à gestão de espaços urbanos	65
2.3.1 Acessibilidade	69
2.3.2 Aparência.....	70
2.3.3 Conforto ambiental.....	75
2.3.4 Segurança	76
2.4 Considerações sobre o lineamento teórico e hipóteses	78
3 METODOLOGIA	81
3.1 Introdução à metodologia	81
3.2 Porto Alegre e a relação com o tema proposto	82
3.2.1 Indicadores atuais.....	83
3.3 Critérios de seleção do estudo de caso	89
3.4 Descrição das áreas de estudo	94
3.4.1 Descrição da Área 1: Largo Jornalista Glênio Peres	94
3.4.2 Descrição da Área 2: Parque Farroupilha	111
3.4.3 Descrição da Área 3: Orla do Lago Guaíba.....	123
3.5 Procedimentos metodológicos	133
3.5.1 Levantamento de arquivo.....	133
3.5.1.1 Levantamento de arquivo em <i>Internet</i>	134
3.5.2 Levantamento físico.....	134
3.5.3 Entrevistas	134
3.5.3.1 Reunião do Conselho de Usuários do Parque Farroupilha.....	139
3.5.4 Mapas mentais com entrevistas.....	139
3.5.5 Questionários.....	142
3.5.6 Análise dos dados.....	147
4 RESULTADOS	149
4.1 Introdução aos resultados	149
4.2 Percepção acerca da importância dos espaços públicos abertos para o lazer e o turismo	150
4.3 Dinâmica das Adoções	155
4.3.1 Área 1	156
4.3.2 Área 2	159

4.3.3 Área 3	165
4.3.4 Considerações gerais quanto à dinâmica das Adoções	168
4.4 Verificação da avaliação dos usuários quanto à relevância das Adoções	169
4.4.1 Percepção da existência de marcos referenciais com investimentos privados e do estabelecimento das Adoções	169
4.4.1.1 Área 1	170
4.4.1.2 Área 2	174
4.4.1.3 Área 3	179
4.4.2 Avaliação de espaços públicos abertos de lazer e turismo com Adoções	183
4.4.2.1 Área 1	184
4.4.2.2 Área 2	189
4.4.2.3 Área 3	193
4.4.3 Considerações gerais sobre percepção da relevância das Adoções	194
4.5 Verificação de desempenho dos espaços adotados	196
4.5.1 Área 1	198
4.5.2 Área 2	205
4.5.3 Área 3	211
4.5.4 Considerações gerais quanto ao desempenho dos espaços adotados	216
4.6 Verificação da percepção do papel do Estado em relação às dinâmicas de Adoção de espaços públicos de lazer e turismo	221
4.6.1 Área 1	222
4.6.2 Área 2	226
4.6.3 Área 3	229
4.6.4 Considerações gerais sobre a percepção do papel do Estado	233
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RELEVÂNCIA DOS RESULTADOS	239
5.1 Problema e Objetivos	239
5.2 Hipóteses	240
5.3 Discussão dos resultados	241
5.4 Limitações da pesquisa	247
5.5 Relevância dos resultados e sugestões	248
REFERÊNCIAS	253
APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADAS NA ETAPA 1 DA PESQUISA PARA TRABALHADORES DE SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE ..	265
APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADAS NA ETAPA 1 DA PESQUISA PARA TRABALHADORES	269
APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADAS NA ETAPA 1 DA PESQUISA: MAPAS MENTAIS	273
APÊNDICE D - QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA PESQUISA	277
APÊNDICE E - CENAS DO QUESTIONÁRIO	281
ANEXO A - LEI DAS PPPS: NOVA TRAMITAÇÃO OFICIAL E REPERCUSSÃO EM MÍDIA	285
ANEXO B - DEMONSTRATIVO DE PREVISÃO DE RECEITA E DESPESA PARA PORTO ALEGRE – QUADRIÊNIO 2010-2013	289
ANEXO C - TERMO DE COOPERAÇÃO E TERMO ADITIVO PARA ORLA DO GUAÍBA E PARQUE FARROUPILHA, CELEBRADOS ENTRE PREFEITURA, PEPSICO BEBIDAS DO BRASIL E SINERGY NOVAS MÍDIAS	293
ANEXO D - TERMO ADITIVO DE PRORROGAÇÃO CONTRATUAL PARA ORLA DO GUAÍBA E PARQUE FARROUPILHA, CELEBRADO ENTRE PREFEITURA, PEPSICO BEBIDAS DO BRASIL E SINERGY NOVAS MÍDAIS	301

ANEXO E - TERMO DE ADOÇÃO DO LARGO JORNALISTA GLÊNIO PERES, CELEBRADO ENTRE PREFEITURA E VONPAR REFRESCOS S.A.	305
ANEXO F - REPERCUSSÃO ACERCA DO USO DO LARGO COMO ESTACIONAMENTO DE AUTOMÓVEIS.....	313
ANEXO G - PLE 38/2011 E REPERCUSSÃO EM MÍDIA	317
ANEXO H - NOTÍCIAS SOBRE EXECUÇÃO DE BEMFEITÓRIAS OCASIONADAS PELA ADOÇÃO DO PARQUE FARROUPILHA E DA ORLA DO LAGO GUÁIBA	327
ANEXO I - INDICATIVO DE APLICAÇÃO DESTA PESQUISA NO SITE “A REDENÇÃO”	331
ANEXO J - NOTÍCIA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE ACERCA DE PESQUISA PARA PROJETO DE ADOÇÃO DO PARQUE FARROUPILHA.....	335
ANEXO K - MATERIAL DIVULGADO PELA EMPRESA PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA.	339
ANEXO L - AÇÃO POPULAR MOVIDA CONTRA O TERMO DE COOPERAÇÃO N° 22/2008.....	345

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema

Este trabalho insere-se na área de Planejamento Urbano e Regional e versa sobre a percepção de usuários em relação a espaços públicos urbanos que sirvam concomitantemente ao lazer e ao turismo. Mais precisamente, investiga a percepção de usuários quanto aos ambientes com intervenções físicas realizadas por investimentos oriundos da parceria entre o Poder Público e o setor privado, concretizados na modalidade de Adoções. A discussão utilizará conceitos relacionados à área de estudos Ambiente-Comportamento. Serão apresentadas, ainda, teorias que discutem o planejamento urbano e a importância que os usuários ocupam nessa dinâmica, especialmente na esfera dos espaços públicos abertos.

Parte-se da premissa de que a desconexão entre o planejamento urbano – especificamente aquele voltado ao lazer e ao turismo – e o entendimento das necessidades da população quanto ao ambiente construído deve-se à falta de conhecimentos técnico e teórico, por exemplo, sobre como solucionar-se tal inconexão, ou de como trabalhá-la, com igual zelo, para distintos grupos urbanos. Sugere-se que a pouca precisão quanto à forma mais eficiente e adequada de participação dos usuários – por exemplo, na instância política, em procedimentos de avaliação pós-ocupação, por representação, entre outros –, no contexto do planejamento urbano, influencia na maneira como os espaços são disponibilizados e geridos.

Os projetos desenvolvidos em parceria entre os setores público e privado, em específico os estabelecidos em espaços públicos abertos, de acesso livre, suscitam questões que versam desde o direito ao uso da cidade (LEFEBVRE, 1976), passando pelo trato dos espaços e das próprias cidades na perspectiva de produtos em um mercado competitivo (e.g. CARLOS, 2011; VAINER, 2002), chegando até a análise de questões que se referem à atuação da administração pública para atendimento aos interesses e aos direitos dos cidadãos (e.g. GASTAL; MOESCH, 2007; KENNY, 2008; MENICUCCI, 2006). Por isso, a lacuna do trato da percepção de usuários relacionada à gestão e ao planejamento urbanos pode se traduzir em negligência patrimonial, diferenciação no acesso à informação entre classes e

grupos sociais diversos e na falta de atendimento de necessidades urbanas entre grupos distintos, bem como em todo um conjunto de ações, em nível municipal, por exemplo, que acabariam por privilegiar uma camada da população, em detrimento de outra (SERPA, 2007; SILVA, 2012).

Nesse contexto, este trabalho apresenta questionamentos que possam servir de base para discussões referentes ao planejamento das cidades, e à forma como a participação da comunidade tem sido estabelecida na dinâmica das cooperações entre os setores público e privado. Nessa perspectiva, o foco direciona-se para a relevância da participação através do *feedback* (LYNCH, 1962). Em adição, a pesquisa insere a importância dessa prática de planejamento e gestão nos espaços que se salientem no contexto urbano, especialmente pelo *status* de ícone de lazer local e de turismo, adquirido pela validação da própria comunidade anfitriã.

1.1.1 Espaços públicos urbanos de lazer e turismo

Cenários de trocas simbólicas e apropriação espacial, enquanto elementos de interação, as cidades estão inseridas em um processo de compartilhamento efetuado pelos indivíduos que nelas circulam. Nesses lugares, distintos sujeitos partilham “importantes referências comuns: uma mesma história, uma mesma tradição” (BARRETTO FILHO, 2000, p. 46). Logo, a interpretação do que seja comunicado por essas visões é imprescindível à análise e ao planejamento, atuando, por exemplo, como mecanismo cultural de tradução da memória e do imaginário coletivo. Nessa direção, Santos (2004, p. 1) afirma que “[...] o estudo dos processos mentais relativos à percepção ambiental é fundamental para compreendermos melhor as inter-relações entre homem e ambiente, e como ele representa graficamente estas inter-relações”, especialmente porque os valores dos profissionais que projetam e gerem o espaço podem ser muito diferentes em relação aos valores dos usuários, conforme analisa Moore (1997).

De forma geral, a história das cidades ampara-se substancialmente na história de seus espaços públicos, sendo estes a síntese de fluxos, espaços de coesão social e de intercâmbios (ABRAHÃO, 2008), reconhecidos como os “órgãos” mais vitais das cidades (JACOBS, 2000). Neste trabalho, esses espaços são definidos como aqueles cujo acesso seja irrestrito, os quais, por isso, possibilitam tanto atividades individuais, como as em grupo (LYNCH, 1960). Admite-se, por isso, que sua dinâmica seja capaz de descrever as mudanças e os valores culturais em

uma sociedade, de acordo com as formas de apropriação pelos usuários (FERREIRA DOS SANTOS; VOGEL, 1981). Por sua vez, os espaços de lazer e turismo localizados ao ar livre, de fácil acesso, constituem uma possibilidade de indivíduos identificarem-se e interagirem com diferentes manifestações culturais (NUSSBAUMER, 2000), desempenhando um papel importante enquanto forma e atributo de valores de uma cultura.

O espaço público tem uma função, e esta pressupõe um uso. Sua essência está na forma como o espaço público seja utilizado pelos atores sociais, ou seja, nas práticas que possa acolher, que torne possível ou até beneficie, podendo a sua forma favorecer ou inibir essas práticas. Conforme salienta Matos (2010), os espaços públicos correspondem, essencialmente, a duas tipologias espaciais genéricas: os espaços de permanência e os circuitos.

Os espaços de permanência são os cenários que estimulam ações e comportamentos espontâneos e a assistência ou participação nesses acontecimentos, como, por exemplo, o passeio, contato com a natureza, descanso, lazer, encontro com os outros e a contemplação. Esses espaços são geralmente concebidos e possuem mobiliário próprio conforme o tipo de uso ou comportamentos que lhes sejam destinados ou que pretendam estimular. Já os circuitos definem-se como percursos urbanos, por permitirem a mobilidade de pessoas e veículos, como, por exemplo, as vias de acesso. De uma maneira geral, tanto os espaços de permanência como os circuitos são formados por suas representações físicas, da mesma forma que adquirem importância nas cidades devido às suas atribuições simbólicas, referenciadas por seus usuários. Na análise do espaço público urbano, forma e conteúdo são, portanto, indissociáveis. Tal perspectiva contempla necessariamente a discussão da noção de cidadania e de ação política (SERPA, 2007). Nesse sentido, as questões de planejamento e gestão do meio público urbano são imprescindíveis à temática das cidades e dos bens que estas disponibilizam aos cidadãos.

Este trabalho analisará espaços públicos que amparam em si práticas tanto de lazer como de turismo, sendo que o foco de estudo serão os espaços de permanência. Para fins desta pesquisa, as práticas de lazer citadas como desenvolvidas nos espaços públicos são interpretadas como aquelas que abrangem tanto um estilo de vida – independente de um tempo determinado, para qualquer atividade humana (incluindo-se aí o tempo do trabalho) – como aquelas que

pressupõem um tempo determinado, ou seja, ocorrem no período inverso ao do trabalho, portanto naquele que se considera como período livre, de ócio (MARCELLINO, 1983). Em adição, salienta-se que, embora avaliado por muitos como fenômeno estático, o lazer é considerado, nesta pesquisa, como um fenômeno essencialmente dinâmico (ANDRADE, 2001), sendo, portanto, capaz de alterar a estrutura dos espaços no qual é desenvolvido.

No que tange às práticas de turismo amparadas nos espaços públicos aqui considerados, tem-se que elas estão no âmbito do Turismo Urbano. Nessa conjuntura, o território da cidade é relacionado ao seu teor de produto econômico (VAINER, 2002), inserido em um contexto de dimensão política vinculado às relações de poder (HAESBAERT, 2007). Por isso, neste trabalho são tratados como “turistas” os não residentes em uma cidade, de acordo com o que rege a Organização Mundial do Turismo¹ (OMT, 1998). Contudo, faz-se imperativo salientar que o turismo não é tido, neste trabalho, unicamente sob o aspecto economicista que ele carrega em si, mas é examinado, igualmente, sob a ótica da troca de vivências, de sua condição como elemento de sociabilidade (WAHAB, 1977) e de fenômeno capaz de modificar a estrutura e a população receptoras.

Em especial no que se refere ao segmento turístico aqui tratado, o Turismo Urbano – principalmente os tipos cultural e recreativo –, considera-se que ele seja uma forma de rentabilizar social e economicamente investimentos, pois cada cidade é singular, sendo convertida, por isso, em atrativo turístico, capaz de fornecer ao mercado uma variada gama de produtos em um mesmo espaço urbano (CASTROGIOVANNI; GASTAL, 1999, p. 6). Sobre as possíveis origens deste segmento, documentos do início do século XX já indicavam a existência de ações urbanas voltadas ao incremento do lazer público, o qual beneficiaria, conseqüentemente, o que hoje se conhece por Turismo Urbano (e.g. LOUREIRO DA SILVA; PEREIRA PAIVA, 1943; PANOSSO NETTO; TOMILLO NOGUERO, 2011). Décadas mais tarde, este segmento foi mais desenvolvido mediante os investimentos públicos empregados na infraestrutura de cidades no Pós-Segunda

¹ A terminologia da OMT é empregada, sobretudo, porque neste trabalho são utilizados dados oficiais referentes à demanda turística da cidade que ampara o estudo de caso da pesquisa ora apresentada (detalhamento no Capítulo 3, Metodologia), sendo que tais dados municipais indicam serem “turistas” aquelas pessoas cuja residência seja diversa do lugar visitado. Nesse sentido, parece pertinente adotar-se um conceito concomitante aos subsídios expressos na Metodologia. Contudo, ressalta-se não serem desconsiderados os estudos que apontam definições mais abrangentes acerca da conceituação do turismo, bem como dos atores que o praticam – igualmente importantes e válidas no contexto turístico –, tais como os propostos por Ruschmann e Widmer (2000).

Guerra Mundial. Nesse contexto, seu incremento mais acentuado teria sido observado a partir de políticas de governo que, em face daquele cenário, buscavam alternativas para rentabilizar economicamente as cidades (SPIROU, 2011). Em um contexto mais próximo do atual, a partir dos anos 1990, Gastal e Moesch (2007, p. 53) informam que:

[...] frente à acentuada ameaça de decadência e deterioração do território urbano, teria havido uma busca de soluções apoiadas na maior disponibilização de serviços, na acessibilidade e, especialmente, na capacidade de inovação e criatividade da comunidade local, de maneira que esta fosse capaz de elaborar novos produtos urbanos. Esses produtos, somados à potencialidade do lugar, impulsionaram o processo de desenvolvimento integral, regional e municipal. Novas funções se sobreporiam às já existentes, mantendo-se a cidade primária original com um todo coerente. A evolução dos componentes do sistema socioeconômico estabeleceria uma sinergia que envolveria os demais elementos urbanos e afetaria as estruturas político-institucionais, permitindo que o turismo passasse a ter papel estratégico na valorização do local.

Especialmente nas últimas décadas do século XX, com o esgotamento do “turismo de sol e praia” (DIAS, 2008), o segmento teve expressiva prosperidade, impulsionada pela globalização e conseqüente competição entre as cidades pela captação de novos consumidores do espaço (GUNN; VAR, 2002), investindo-se, contudo, não somente em infraestrutura específica de turismo, mas em estruturas já existentes para o lazer dos moradores. Contemporaneamente, a valorização dos espaços centrais das cidades e de seus elementos culturais, em detrimento da valorização da vida no campo, passou a atrair uma força de trabalho mais jovem, dinamizando o contexto urbano mundial (SPIROU, 2011). Assim, como analisam Gastal e Moesch (2007, p. 54), o Turismo e o Lazer passam, cada vez mais, a ser relacionados aos objetivos de desenvolvimento integral das cidades, por proporcionarem repercussão na estrutura econômica e fortalecerem as empresas de portes variados. Em adição, há

[...] o dinamismo da demanda manifestada pelos moradores e visitantes, pela implantação de estratégias de mercado que levem à criação de novos produtos turísticos urbanos, de lazer. Isso seria importante para qualificar a programação das atividades de lazer, no âmbito cultural, recreativo, desportivo e em outros âmbitos, contribuindo para a qualificação do bem viver dos cidadãos e criando uma aura positiva e incentivadora na cidade.

Essa conjuntura, em suma, foi capaz de fortalecer o Turismo Urbano ao longo dos anos, tornando-o um dos mais importantes no contexto turístico atual, tanto em decorrência do impacto econômico que exerce onde seja desenvolvido, como pelo seu envolvimento nas estruturas de planejamento e pelos reflexos nas comunidades anfitriãs que é capaz de gerar.

1.1.2 Consideração dos usuários no processo de planejamento urbano de espaços públicos que atendam ao lazer e ao turismo

Pela complexidade de sua construção e aplicação, o planejamento urbano é de conceituação difícil, e seu teor vem sendo estudado sob diversos prismas, buscando-se evidenciar seus principais aspectos de acordo com a realidade à qual se aplique. Substancialmente, ele não deve ser desenvolvido sob uma ótica unicamente racionalista e tecnocrata das cidades, uma vez que elas são mais do que localizações e estruturas físicas, concretizando-se em reflexos de comportamentos coletivos e sistemas de atividades (CINTRA, 1974). As cidades contemporâneas tendem a se desenvolver em semitramas (ALEXANDER, 2007), de forma que o território não se configura apenas como resultado da superposição de um conjunto de sistemas naturais e um conjunto de sistemas de criações humanas edificadas, mas, também, como uma identidade, formada pela base do trabalho, da residência, das trocas materiais e simbólicas da vida, sobre as quais o planejamento então influi (LYNCH, 1962; SANTOS, 2007).

Também por esses motivos, o planejamento de um lugar, como afirma Lynch (1962, p. 3), é a arte de se conseguir arranjar o ambiente físico externo para se dar suporte ao comportamento humano. Esse planejamento ampara-se em fronteiras para além das da arquitetura e da engenharia, por exemplo, e sua prática é realizada por membros de todas essas e de outras áreas, dada a complexidade que ele encerra em si mesmo. Nesse contexto, os bens públicos apresentam a importante característica da não exclusão (BENNET, 1993, p. 24), sendo capazes de, estando sob a gestão do Estado, serem construídos com seus usuários, também considerados como público consumidor do espaço (LEFEBVRE, 1976, p. 30). Especialmente no que tange aos bens de consumo turístico, sabe-se que “[...] a atividade turística está intimamente relacionada à presença de bens públicos no mercado” (MASINA, 2002, p. 80).

Para melhor se compreender a relação entre as cidades e o mercado turístico, é necessário ponderar-se que as características e os processos de planejamento urbano influenciam o mercado turístico e que, portanto, a compreensão dos fenômenos espaciais e sociais que se conjugam para a composição urbana é de extrema importância para o segmento do turismo. Isso porque, sabidamente, esses elementos – espaciais e sociais – influenciam as motivações e o comportamento dos turistas. Ademais, a formatação do turismo em uma cidade está condicionada pelas práticas e pelos instrumentos de produção do espaço (PANOSSO NETTO; GAETA, 2010). Nessa dinâmica, o planejamento urbano e o específico planejamento turístico estão densamente conectados, não devendo ser desenvolvidos em paralelo, mas de maneira inter-relacionada (HALL; PAGE, 2006).

No início de seu desenvolvimento, o turismo era trabalhado por aqueles que focavam, primordialmente, as partes isoladas ao invés do todo do sistema (GUNN; VAR, 2002), ou seja, não se avaliava a completa trama de relações que caracterizam o funcionamento do turismo (BULLÓN, 2002, p. 38). De fato, até o início dos anos 1990, os estudos de planejamento do setor turístico estavam baseados nos impactos negativos que o desenvolvimento indisciplinado da atividade vinha causando nas comunidades locais. Nada obstante, a partir da segunda metade daquela década até esta segunda década do século XXI, já se tem alcançado melhor entendimento dessas consequências negativas, mas, sobretudo do turismo enquanto sistema. Dessa forma, seus benefícios são tratados de maneira mais aprofundada, buscando-se investigar como seja possível trabalhar-se melhor com os fluxos e métodos de desenvolvimento do setor, tanto para investidores, como para os espaços em si, do mesmo modo que para o benefício das comunidades receptoras e para melhora no atendimento dos clientes do segmento (DIAS, 2008). Colabora-se, assim, para o desenvolvimento mais responsável de toda a cadeia turística, e não apenas para algumas de suas partes. Nessa perspectiva contemporânea, tornou-se evidente haver a necessidade do envolvimento da comunidade receptora dos fluxos turísticos nos processos de planejamento e gestão do turismo nas cidades, de tal forma que se pode afirmar ser essa uma “ideologia” do planejamento turístico atual (RUHANEN-HUNTER, 2006).

Os espaços públicos de lazer e turismo são constituídos essencialmente pelas diferenças entre seus usuários, de forma que as inter-relações destes

configurem igualdades de direitos, salvaguardados por leis e normas de conduta, as quais são desenvolvidas e amparadas em um sistema de gestão, este regido pelo Estado. O espaço público seria, então, o resultado dos processos de relação entre o Estado e a sociedade civil (SOUZA, 2008, p. 17), configurando-se como importante ferramenta de diálogo entre essas duas esferas. Mais do que isso, ele está associado às possibilidades de democratização da relação entre Estado e sociedade (RIBEIRO, 2006), residindo aí a importância da participação da comunidade na tomada de decisões para o estabelecimento desse espaço enquanto público. A esse respeito, considerando ser o planejamento um processo coletivo de tomada de decisões, Buarque (2002, p. 81) afirma haver a necessidade de uma “[...] negociação de múltiplos e diversificados interesses dos membros da sociedade que planeja, confrontando percepções da realidade, vontades e expectativas sobre o que se pretende alcançar no futuro”.

Admitindo-se que o processo de planejamento urbano seja uma via de diálogo entre sociedade e Estado, é imperativo que este conheça as necessidades dos usuários em relação aos espaços públicos de lazer e turismo, as quais podem ser percebidas de acordo com as formas de apropriação e uso. Assinalando a importância de se considerarem essas formas quando da elaboração de um planejamento urbano, Ribeiro (2006, p.311) afirma que:

[...] o planejamento deve considerar não só o estabelecimento de uma ordem de ação que conduz a uma situação desejada que assegure, por meio do processo racional e metodológico, a organização do espaço urbano. Os planejadores devem preocupar-se com as pessoas e as formas de ocupação deste espaço urbano.

Especificamente em relação ao planejamento turístico e sua relação com os consumidores do espaço, Silveira (2005, p.8) expõe a analogia direta que há entre a consideração da percepção espacial para a construção de um planejamento turístico e os resultados positivos dessa prática.

A percepção constitui, também, uma poderosa ferramenta nas ações de planejamento e gestão dos espaços turísticos, pois ela permite melhor identificar onde reside a força do turismo para alterar as estruturas sociais, culturais e econômicas, existentes nesses espaços. [...] planejadores e gestores podem obter um maior entendimento dos mecanismos que contribuem para engendrar os impactos positivos e negativos do turismo sobre os aspectos cultural e ambiental, e sobre as condições de comportamento das populações locais dos espaços de destino.

Portanto, não basta haver ambientes públicos de qualidade. Importa, “[...] indiscutivelmente, o modo como os espaços públicos são geridos” (SHAFTOE, 2008, p. 132). Por conseguinte, não há razão em se alicerçar um planejamento que não considerem as impressões dos usuários e suas formas de apropriação dos espaços ofertados a eles no âmbito do domínio público. É a partir do entendimento dos processos de percepção desses usuários em relação ao meio ambiente que se poderão fornecer espaços bem planejados. Faz-se ainda importante a construção desses espaços de qualidade, na medida em que “[...] sem bons espaços públicos urbanos, é provável que haja um direcionamento, cada vez mais, para espaços privatizados e uma sociedade polarizada” (ibid., p. 5), portanto, de uma sociedade na qual os indivíduos sigam para uma conjuntura de segregação, intensificando o processo de construção de não lugares (AUGÉ, 2000).

No tocante aos espaços públicos urbanos, assim como aqueles que os projetam, os usuários também devem ser reconhecidos enquanto agentes no espaço do qual se apropriam. Por isso, o planejamento em grandes cidades precisa obedecer a princípios gerais que permitam a apropriação do espaço urbano pela sociedade, sendo que o planejador deve tentar, mediante seu trabalho, fomentar um processo participativo de planejamento, ao invés de impedi-lo (SERPA, 2007).

A mesma prática de participação dos usuários do espaço deve ser considerada particularmente em referência à gestão do meio urbano em face das estratégias e dos instrumentos ao dispor do Poder Público para atrair investimentos privados. Nada obstante, o que se observa atualmente são a baixa qualidade e a inexpressiva incidência do debate acessível acerca da gestão compartilhada entre os poderes público e privado para espaços abertos, de uso irrestrito (PEREIRA, 2011), em especial nos países com pouca tradição nesse formato de administração, como é o caso do Brasil (MARICATO; FERREIRA, 2002).

Nesse contexto, como afirma Pereira (2011), essa situação gera consequências para os atores envolvidos, quais sejam, a sociedade civil, o Estado e o setor privado, instâncias também denominadas pela literatura internacional referente ao planejamento como *stakeholders* (e.g. BRAMWELL; LANE, 2000). Em relação aos cidadãos, os reflexos tendem a ser negativos, uma vez que eles não são inclusos no processo de interferência na realidade de seu espaço, perdendo, assim, a capacidade de participação política. Quanto ao Poder Público, o processo de gestão pode se tornar mais fácil e rápido, na medida em que apenas os

planejadores do município e da iniciativa privada estão envolvidos na tomada de decisões. Ainda assim, esse quadro também pode se apresentar como negativo para o setor governamental, pois, ao ignorar a participação dos usuários no processo de gestão, o Estado tem enfraquecido seu posicionamento na configuração política de organização das cidades, assim como na configuração econômica destas. Em adição, no que se refere aos investidores, se a opinião pública não interfere diretamente na tomada de decisões para a forma de intervenção espacial, deixando para o setor privado as decisões apenas em parceria com o Poder Público – agilizando-se os processos de intervenção no espaço –, por outra via, perde-se o indicador dos riscos envolvidos quando da implementação dos projetos frutos de parcerias entre Estado e empreendedores privados, o qual pode ser expresso pelo debate público, portanto com a sociedade civil. A esse respeito, Pereira (2011) afirma que:

Assim como os investidores consideram que seria mais seguro investir em países que contam com um poder judiciário independente [...] eles também prefeririam investir em países onde a percepção do usuário a respeito dos serviços públicos é mais clara, organizada e ativa.

Reforçando sob alguns aspectos os argumentos de Pereira, já na década de 1990, Bennet (1993) ratificava a importância de se instalar um debate mais minucioso no tocante às questões relativas à descentralização das intervenções, em especial às que afetam os setores econômicos das cidades, tanto em nível teórico como prático. Em uma instância mais avançada, Grilo (2008) sinaliza para a urgência de se estabelecer um procedimento de contratação do setor privado, por parte do público, com aplicação de avaliações de desempenhos para os projetos executados, ao longo de suas implementações e na conclusão destas, sem, contudo, comprometer ou prejudicar a inovação prevista nos projetos. Como atores responsáveis por tais avaliações, o autor indica que elas devam ser feitas por verificadores independentes, tanto em relação ao poder do concedente, como em relação ao concessionário. Pode-se afirmar que a perspectiva de Grilo (2008) alinha-se, em certa instância, a algumas das propostas de Lynch (1962), o qual sinalizou, já na década de 1960, a importância do *feedback* acerca das experiências dos usuários em relação ao ambiente construído, de forma que este seja avaliado e readequado às necessidades de uso.

No que se refere aos projetos de grande porte, sob o ponto de vista da avaliação do consumidor em geral contemplado por uma parceria mista, Geddes (2005, p. 3) afirma, baseando-se nas experiências norte-americana e europeia, que este público tende a não se interessar pelo modo como o serviço será desenvolvido, mas por um resultado final satisfatório. Em contraponto, a respeito das recorrentes práticas de planejamento e gestão compartilhadas entre os setores públicos e privados, estudos realizados por entidades como o *Project for Public Space* (PPS) apontam que, independentemente da área e do porte do projeto, a interferência no espaço aberto público pelo setor privado pode causar tanto o conflito e o incômodo aos usuários, como pode colaborar para o bom desenvolvimento dos espaços que recebam as intervenções privadas, de acordo como seja desenvolvida. Em suma, de uma forma ou de outra, essas ingerências no espaço geram mudanças de comportamento e, portanto, interferem na concepção que os usuários adquirem acerca do espaço por eles utilizado. Em adição, Urio (2010) ressalta a importância de analisarem-se não apenas os aspectos econômicos dessa forma de associação para gestão do meio urbano, mas especialmente os impactos percebidos na sociedade como um todo e no ambiente. O autor destaca ainda que, em qualquer arranjo institucional que sirva para provisão de infraestrutura e serviços para a população, deve ser avaliado o conjunto de três fenômenos inter-relacionados, quais sejam, economia, sociedade e ambiente.

Especificamente em referência aos arranjos do segmento de lazer associado ao âmbito turístico, a análise também se aplica. Pesquisas científicas realizadas na área do Turismo apontam que, ao se identificar com um lugar de lazer, a população residente transforma-o em dinâmico, num processo de legitimação e apropriação espacial. A esse respeito, pode-se citar trabalhos publicados em revistas internacionais, como na *Annals of Tourism Research* (e.g. ANDERECK et. al., 2005; FREDLINE; FAULKNER, 2000), além de quantidade variada de estudos referentes aos espaços públicos urbanos, como os de Marcus e Francis (1998) e aqueles realizados por organizações internacionais como o PPS. Em decorrência do processo analisado nessas publicações, o lugar torna-se atrativo também para os não residentes, portanto os turistas (PINTO, 2008). Dada a complexidade das relações aí verificadas, os espaços urbanos destinados ao lazer e à recepção de fluxos turísticos refletem não apenas novas e dinâmicas configurações sociais, como também traduzem-se em resultados no setor econômico das cidades, sendo este

planejado pelos atores dos setores público e privado. Ratifica-se, aí, a importância da relação de análise nos eixos econômico, social e ambiental, referenciados por Urio (2010), partindo-se então da compreensão dos usuários acerca do espaço utilizado por eles.

A urgência da análise de espaços que amparem concomitantemente as práticas de lazer e turismo também se respalda no fato de que o acesso ao turismo é importante indicador de qualidade de vida, conclusão alcançada por ocasião da Conferência de Manila, já em 1980. Nesse âmbito, a percepção de um turismo reservado apenas a quem disponha de tempo livre e recursos econômicos para praticá-lo deu lugar à visão de que o turismo é uma necessidade e um direito humano (DIAS, 2008).

Em adição, indicativos da Organização Mundial do Turismo (OMT) apontam o setor turístico como o mais promissor na realidade econômica mundial, destacando-se como um dos três mais importantes negócios globais, o qual movimentava cerca de 50 setores diferentes da economia (BADARÓ, 2003). Ele é responsável por 10% do PIB mundial e por empregar 9% da população global economicamente ativa (WTTC, 2006). Apesar da crise econômica de algumas economias capitalistas, o número de turistas no mundo foi totalizado em mais de 1 bilhão de pessoas no ano de 2012, projetando-se uma marca de 1,8 bilhão de turistas para 2030 (UNWTO, 2012). O Turismo Urbano, em especial, vem apresentando desempenho notável na dinâmica da economia mundial, especialmente como uma forma alternativa de os grandes centros urbanos desenvolverem uma atividade capaz de lhes agregar rentabilidade econômica em paralelo com a valorização da cultura local, em seu aspecto amplo.

1.1.3 Lazer e turismo como atratores de investimentos no meio urbano

Os espaços públicos urbanos situam-se no domínio ao qual Moore (1997, p. 75) faz referência como “áreas urbanas públicas”, então propriedades de inteiro acesso do povo, e seu grau de sucesso depende essencialmente da utilidade a eles conferida pelas pessoas (JACOBS, 2000). Em parte também por esse motivo, especialmente nas grandes cidades, observa-se a tendência de haver investimentos nesses vastos espaços públicos, visíveis, centrais e turísticos, em detrimento dos recursos cuja soma seja igual ou similar para espaços localizados em zonas

periféricas, atrelados somente ao lazer local, que sirvam a uma gama menor de usuários (SERPA, 2007).

Em direção contrária ao aumento de investimentos destinados a esses espaços urbanos – tanto no contexto nacional como internacional –, está o volume diminuto de estudos que analisam tal dinâmica, sob uma perspectiva teórica e conceitual mais aprofundada. Conforme salienta Selby (2004, p. 2), na literatura do turismo é comum ser dado um tratamento pouco teórico ao Turismo Urbano. Na mesma linha, Gastal² observa haver, na área acadêmica, poucos estudos quantitativos aliados aos qualitativos já existentes no campo do Turismo. Há menos aprofundamento ainda quanto ao ambiente urbano sob a perspectiva turística, pois esse meio é tido como algo “dado”, sem complexidades a serem avaliadas com mais cautela.

Também na área do lazer, os estudos foram aprofundados tardiamente por parte de pesquisadores, sendo que um volume expressivo de pesquisas de teor mais conclusivo foi observado somente a partir das duas últimas décadas do século XX. No Brasil, nos anos 1990, tal temática passou a ganhar campo e, no início dos anos 2000, atingiu seu ápice de produção científica, tornando-se um segmento melhor consolidado de estudos, como indicam Gomes e Rejowski (2005).

Nesse contexto, o recente crescimento dos estudos acerca de turismo e lazer no meio urbano perpassa pelo aumento dos fluxos turísticos nas cidades (SELBY, 2004). Na maioria dos casos urbanos, tal incremento dos fluxos pode ser relacionado também ao aumento de investimentos ocorrido nos ambientes públicos, advindos, em grande escala, de investidores privados.

De forma geral, o setor privado sempre esteve relacionado fortemente ao Turismo, o qual se desenvolveu, economicamente, a partir da primeira metade do século XX, quase unicamente graças à iniciativa privada e ao empirismo. O interesse no setor por parte dos organismos estatais oficiais, segundo aponta Martínez (1955), cresceu em virtude de se ver, no Turismo, uma possibilidade de recuperação econômica para se atenuarem os saldos devedores daqueles países que apresentavam potencial de exploração turística a um mercado internacional de visitantes.

² Opinião proferida pela Profa. Dra. Susana Gastal no 7º Semintur, em Caxias do Sul, em novembro de 2012.

Tanto na realidade brasileira, como na conjuntura mundial, cada vez mais as parcerias entre os poderes público e privado, categorizadas em modalidades diversas, concretizam projetos, os quais evidenciam uma ligação clara entre “visibilidade” de um investidor e um ideal político vigente no espaço público. Para Souza (1995), essas relações dão-se no âmbito da disputa pelo poder, o qual delimita e funda o território. Em complemento, ao se referir aos lugares turísticos, Ruschmann e Solha (2006, p. 49) indicam que:

[...] sobretudo nos países periféricos, a displicência com um planejamento turístico mais comprometido com a realidade local a partir de recortes territoriais tem acarretado grande dominação de empresas estrangeiras que estão fortemente inseridas no setor turístico com uma base econômica já consolidada em seus países de origem e passam a ser atores na configuração de novos territórios, os chamados territórios turísticos, que comandam essa relação de forças [...].

Por isso, antes de se tornar espaço de lazer e/ou de turismo, esses ambientes constituem-se em uma ideia, ligados, sobretudo, a uma vontade política. Essa vontade não se constitui como neutra (SOUZA, 2008), pois representa a marca de uma gestão em um determinado território (SERPA, 2007). Na mesma direção, Corrêa (1999, p. 25) afirma que:

A complexa e variada gama de possibilidades de ação do Estado capitalista não se efetiva ao acaso. Nem se processa de modo socialmente neutro, como se o Estado fosse uma instituição que governasse de acordo com uma racionalidade fundamentada nos princípios de equilíbrio social, econômico e espacial, pairando acima das classes sociais e de seus conflitos. Sua ação é marcada pelos conflitos de interesses dos diferentes membros da sociedade de classes, bem como das alianças entre eles. Tende a privilegiar os interesses daquele segmento ou segmentos da classe dominante que, a cada momento, estão no poder.

Também por isso, os espaços públicos abertos, assim como seu planejamento, a cargo do Estado, podem ser caracterizados como um meio de controle social (SERPA, 2007). Nessa perspectiva, é possível aludir-se a alguns escritos de Foucault (e.g. 1987), por exemplo, para quem determinadas propostas arquitetônicas, de acordo com a ocasião, podem estar a serviço de estratégias políticas e/ou de controle. Em inferência direta ao tema, SANTOS (1988, p. 22), aponta que “[...] já no século XVIII descobriu-se o poder da arquitetura e do urbanismo, agregados à política, como instrumentos disciplinadores. A mudança, via de regra, não sai das pranchetas, mas da forma de governo”.

Uma importante modificação operada na forma de governar, relacionada também aos espaços públicos abertos de turismo e lazer, situa-se na década de 1980, quando os produtores de políticas urbanas e governantes locais da América do Norte e da Europa adotaram o estilo “governo empresário” e “marketing do lugar”.³ Nesse contexto, lazer e turismo passaram a ser vistos como segmentos para reestruturação e posicionamento das cidades em um âmbito competitivo, especialmente no que se refere ao setor econômico (SELBY, 2004, p. 14).

As cidades geridas na perspectiva de um “governo empresário” atualmente estariam próximas ao conceito de “cidade global”, adotado por alguns autores, como Wisnik (2009). Segundo esse autor, as cidades globais surgem

[...] como centros de negócios, serviços e turismo, no contexto de uma economia pós-industrial, mundializada e dominada pelo capital financeiro. Assim, elas se afirmaram como “bases hospedeiras” locais para o capital transnacional, isto é, para as grandes empresas que “desejam” habitar um território contínuo e uniforme (sem riscos) ao redor do mundo, que possa lhes fornecer o máximo de liquidez e mobilidade no espaço. [...] No limite, uma cidade como Tóquio, por exemplo, terá (ou já tem) muito mais afinidade com Nova York ou Londres do que com qualquer outra cidade japonesa. Mas afinidade, nesse caso, não quer dizer cooperação. As cidades globais, ou “urbanais”, se homogeneízam para melhor equalizar as suas pequenas diferenças e assim competir de modo mais eficiente pela atração de capitais na economia global (WISNIK, 2009, p. 248).

Também aplicado gradativamente no Brasil, o planejamento urbano na perspectiva das cidades competitivas é uma realidade mais bem estabelecida no século XXI (e.g. CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO, 2012; PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2012). A esse respeito, alguns autores como Lefebvre (1976) e Carlos (2011) sustentam haver uma tendência de se tratar o espaço urbano partindo-se de seu valor de troca, o que desencadearia um processo crescente no qual os espaços públicos estariam sucumbindo diante da influência capitalista nas cidades, e os locais de lazer estaria virando meros produtos a serem vendidos.

Em contrapartida, alguns pesquisadores do Turismo mostram-se favoráveis à dinâmica dos investimentos privados no meio público, em relação ao desenvolvimento do setor turístico. Beni (2006, p. 179), por exemplo, acredita que a aplicação da “gestão compartilhada” consista em um esforço do Estado contemporâneo para haver melhora nos serviços públicos. A esse respeito, o autor considera que

³ Os termos originais citados em Selby (2004, p. 14) são “entrepreneurial government” e “place-marketing”.

[...] o sistema de parceria com a iniciativa privada é a única solução, a médio e curto prazos, para enfrentar a escassez pública de recursos financeiros disponíveis; o recuo do espírito de risco do empreendedorismo e de inovação do empresariado para responder às alterações súbitas do mercado financeiro internacional e nacional; uma política não identificável que está a marcar os países emergentes em comparação com a rápida reação positiva dos desenvolvidos (ibid., p. 177).

Beni (idib., p. 179) ressalva, acerca desse tema, que “o ideal será [...] que a referida parceira seja uma entidade sem fins lucrativos, dotada de autonomia administrativa, operacional [...] tudo isso conjugado com a licitude e a legalidade de seus atos”. Para o autor, essa dinâmica assenta-se no âmbito da lógica gerencial, na qual a administração pública volta-se ao cidadão, buscando envolver uma estratégia de gerência em uma estrutura administrativa reformada.

As estratégias das cidades competitivas tendem a se assentar mais confortavelmente com o desenvolvimento do turismo. Como parte das táticas do Turismo Urbano, prédios e espaços de alta visibilidade na malha urbana são utilizados como símbolos de sucesso de uma cidade. No mesmo sentido, a regeneração física de áreas degradadas é um importante benefício para se desenvolver o turismo. Assim, a arquitetura auxilia a projetar uma imagem distinta aos turistas em potencial e aos investidores (SELBY, 2004, p. 20).

Também por isso, a prática do *place-marketing*⁴ envolve tanto o setor público como o privado, visando selar a imagem de uma determinada cidade, de tal forma que ela esteja apta a atrair organizações comerciais, turistas e habitantes. Nesse contexto, as localidades competem entre si pela divisão de um capital móvel,⁵ o qual também corrobore para a construção da imagem que uma cidade deseje lançar sobre si mesma (SELBY, 2004, p. 15). Cabe avaliar, assim, como se dão os processos de investimentos do setor privado em espaços de domínio e uso públicos, geridos e planejados, em primeira instância, pelo Estado, por meio de suas ferramentas – o Governo e a Administração Pública.

⁴ Também citado como “place promotion” em Selby (2004, p. 15).

⁵ Arranjo denominado pelo autor de “place-marketing segments” (ibidem).

1.2 Problema de pesquisa

Em face da realidade até aqui exposta, o número de estudos acerca da importância do planejamento do turismo no meio urbano expressou aumento considerável, especialmente a partir da segunda metade da década de 1990. A despeito desse quadro, a literatura acerca da experiência do Turismo Urbano ainda é escassa no campo teórico, estando voltada principalmente aos processos de *marketing* espacial, gerenciamento, planejamento estratégico e qualidade dos serviços (PAGE, 1995; SELBY, 2004). Assim, as pesquisas em Turismo Urbano raramente dão conta de debates teóricos no campo das disciplinas de Ciências Sociais. Em adição, apenas recentemente o Planejamento Turístico vem sendo estudado como uma especialização do Planejamento Urbano (PANOSSO NETTO; GAETA, 2010), o que evidencia a necessidade da promoção de pesquisas nessa área, considerando-se sua relevância em nível global. No que se refere à relação entre planejamento turístico urbano e a área Ambiente-Comportamento, constata-se haver uma falta ainda mais expressiva de estudos conclusivos.

Este estudo propõe-se a estabelecer a ligação entre a percepção dos usuários quanto ao planejamento e a gestão de espaços públicos abertos de lazer que sirvam também ao turismo no contexto de intervenções do setor privado, elementos que não são costumeiramente analisados em relações diretas. Especificamente, o problema desta pesquisa compreende a investigação de como ocorre a percepção ambiental dos usuários em face do crescente número de investimentos privados em espaços públicos abertos no meio urbano, os quais, por estarem inseridos em cidades turísticas, tendem a receber um número cada vez mais substancial de investimentos do setor privado, como forma de visibilidade dos investidores para um público já estabelecido – residentes – e para outro em potencial – turistas. Conseqüentemente, nessa ainda recente dinâmica de planejamento urbano no contexto nacional, aponta-se para a necessidade de discutir-se a percepção dos usuários também em relação ao papel do Estado, a partir das parcerias estabelecidas com o setor privado, debate pouco verificado na literatura e nos meios de comunicação pertinentes ao tema.

1.3 Objetivos

Parte-se do pressuposto de que intervenções privadas, em específico aquelas classificadas como “Adoção”, destinadas a espaços públicos que sirvam ao lazer e ao turismo, representadas por elementos identificadores do setor privado, tendem a gerar impactos nos usuários. Tais impactos residem, substancialmente, em dois campos: na análise do desempenho ambiental, realizada por parte dos usuários; e na avaliação que os usuários constroem acerca do papel do Estado, no âmbito do planejamento e da gestão do meio urbano.

Em um patamar mais abrangente, esta pesquisa tem por objetivo geral colaborar para a análise dos procedimentos de planejamento urbano, em particular para o exame da gestão atual de espaços públicos de lazer alterados pelo setor privado, estando eles inseridos em um contexto turístico significativo no estado e no país. Consequentemente, busca-se contribuir para indicar uma tendência de percepção contemporânea da sociedade civil no contexto brasileiro em relação ao papel do Estado, no que tange aos processos de planejamento e gestão de espaços públicos urbanos de lazer e turismo, em face do crescente número de cooperações público-privadas consolidadas nesses espaços. Em especial, tal contribuição reside em buscar o entendimento que tenham os usuários em relação às dinâmicas denominadas “Adoção” de espaços públicos abertos urbanos. Para tanto, o trabalho desdobra-se nos seguintes objetivos específicos: (i) averiguar se a ocorrência das parcerias nos espaços públicos urbanos, sob os aspectos físicos e simbólicos, é interpretada como necessária para a qualificação do lazer e do turismo, ou como imprópria, partindo-se da avaliação dos usuários; (ii) verificar se as parcerias causam interferência na avaliação de desempenho do espaço em que ocorrem, sob o ponto de vista da qualificação para o lazer e o turismo no meio urbano, ou se tal avaliação está ligada mais diretamente ao atendimento aos critérios de adequação de uso, como os estabelecidos pela área de estudos Ambiente-Comportamento.

1.4 Estrutura e conteúdo do trabalho

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos. Neste primeiro, foram definidos o tema e o problema da pesquisa, partindo-se da compreensão contextual dos espaços públicos abertos que contemplam lazer e turismo urbanos, relacionando seu planejamento à importância da consideração da percepção de usuários. Na sequência, estabeleceram-se antecedentes teóricos e lacunas verificadas nesses estudos. Por fim, foram apresentados os objetivos do trabalho, os quais amparam sua viabilidade.

O segundo capítulo traz o embasamento teórico da pesquisa, o qual serviu de suporte à aplicação metodológica. Na revisão da literatura, estão dispostas as dimensões associadas ao problema de pesquisa, quais sejam: turismo e lazer como atratores de investimentos no meio urbano; a dimensão política correlata às questões de investimentos do setor privado no meio público; a dinâmica de investimento do setor privado no meio público, em níveis mundial e nacional; e os estudos da área Ambiente-Comportamento relacionados ao planejamento urbano, em especial àquele pertinente aos espaços públicos abertos. Ao final do segundo capítulo, são apresentadas considerações gerais sobre o lineamento teórico do trabalho e as hipóteses da pesquisa, embasadas na revisão da literatura.

No terceiro capítulo, expõe-se a estrutura metodológica da pesquisa. Subsequentemente, apresenta-se o estudo de caso, e faz-se a relação do estudo com o tema da pesquisa. São apresentadas as áreas de estudo, bem como os métodos empregados para a pesquisa.

No quarto capítulo, expõem-se os resultados, os quais são relacionados aos objetivos investigados pela pesquisa. Com base nos métodos utilizados, estabelece-se ainda a relação com as hipóteses propostas neste trabalho.

O quinto capítulo expõe a conclusão do estudo. Parte-se da relação entre a revisão da literatura, as hipóteses e os objetivos pretendidos com os resultados alcançados pela pesquisa. Esses resultados indicam não apenas ter-se atendido aos objetivos inicialmente propostos, como também ter-se contribuído para suprir uma lacuna do conhecimento verificada quando da realização da revisão teórica.

2 INVESTIMENTOS PRIVADOS EM ESPAÇOS PÚBLICOS ABERTOS DE LAZER E TURISMO URBANOS

2.1 Introdução à análise de investimentos privados em espaços públicos abertos de lazer e turismo urbanos

No capítulo anterior, foi possível averiguar-se que o segmento de Turismo Urbano vem colaborando significativamente para atração de investimentos de capital privado nas cidades, principalmente nos espaços de grande uso e visibilidade, tais como os que são abertos, públicos, de acesso irrestrito e localizados em perímetros de grande fluxo de pessoas. Em contrapartida, a baixa incidência de debate público acerca dessa dinâmica de planejamento e gestão urbana, em consonância com a pouca consideração da percepção dos usuários acerca de tal prática, evidencia haver um possível problema de falta de diálogo entre Estado e sociedade civil quanto à concretização de projetos para o meio urbano, em espaços que sirvam ao lazer e ao turismo. Em face desse cenário, foi apresentada, como premissa à investigação aqui exposta, a acuidade do reconhecimento dos usuários, enquanto agentes dos espaços dos quais se apropriam, na medida em que o entendimento de sua percepção em relação ao ambiente contribui para a qualificação espacial deste.

Neste capítulo, serão apresentadas as dimensões associadas ao problema da pesquisa, partindo-se da revisão da literatura. Inicialmente, será analisada a dinâmica dos investimentos privados em parceria com o setor público, sob aspectos universalistas, considerando-se, especialmente, a tradição de parcerias entre o público e o privado verificada na Europa e nos Estados Unidos. Mas, substancialmente, investiga-se a realidade brasileira, no que tange a seus processos de planejamento e gestão urbanos, quando desenvolvidos em parceria entre o poder público e o setor privado, para espaços de lazer e turismo de acesso irrestrito. Essa discussão será aprofundada em relação às Adoções de espaços urbanos, foco deste trabalho. Este conteúdo liga-se, mais diretamente, ao primeiro objetivo específico da pesquisa. Em sequência, serão tratadas as dimensões da área Ambiente-Comportamento, correlatas à esfera do planejamento urbano, as quais se relacionam mais substancialmente ao atendimento do segundo objetivo específico desta pesquisa.

2.2 Dinâmica dos investimentos privados no setor público

Os investimentos do setor privado aplicados em espaços públicos nas cidades não constituem práticas inovadoras de planejamento urbano e regional (WETTENHALL, 2005). O surgimento das dinâmicas de associação oficial entre Estado e setor privado situa-se no século XVII, na França, quando investidores proviam serviços de infraestrutura, como estradas e pontes, mediante recolhimento de taxas para utilização desses aportes (CASTRO; TIMM, 2006; GRIMSEY; LEWIS, 2007). Ao longo dos séculos, sob as diversas denominações, essas operações para gestão urbana em parceria entre Estado e setor privado foram realizadas em distintos países, para diversos segmentos de serviços ao público e em proporções crescentes.

Em nível internacional, as grandes parcerias são denominadas, predominantemente, de Parceria Público-Privada (PPP) – *Public-Private Partnership*, em inglês. Na literatura, há divergência quanto à origem do termo formal e quanto a qual país teria mais tradição no emprego desse tipo de política de governo. Yescombe (2007), por exemplo, atribui o uso pioneiro do termo aos Estados Unidos, onde, na primeira metade do século XX, PPP referia-se à associação entre os setores público e privado para o desenvolvimento de programas educacionais. Da mesma forma, Bult-Spiering e Dewulf (2007) afirmam que, nesse país, o uso das Parcerias possui mais tradição, especialmente quanto ao manejo de investimentos intermunicipais e regionais. Yescombe (2007) escreve ainda que, na década de 1960, o termo passou a ser empregado para as reformas urbanas públicas, especialmente no Reino Unido. De fato, é vasta a literatura pertinente ao tema que atribui o pioneirismo das PPPs ao Reino Unido, entre os anos 1960 e 1970, esclarecendo que, em paralelo ao seu surgimento na Europa, as PPPs também teriam sido aplicadas na Austrália (e.g. CASTRO; TIMM, 2006; GEDDES, 2005; GRIMSEY; LEWIS, 2007).

Sabe-se que, seja nos EUA, seja no Reino Unido, a origem⁶ das PPPs é apontada como resultante, sobretudo, de ideias neoliberais (BULT-SPIERING; DEWULF, 2007), baseadas na livre iniciativa para exploração e uso do solo, as quais, de acordo com os governos que passaram a emprega-las, surgiram como

⁶ O primeiro grande estudo sobre o tema foi realizado pelo Instituto de Pesquisa de Política Pública (IPPR) – *Institute of Public Policy Research* (GEDDES, 2005).

alternativa para se revitalizarem espaços e se gerarem empregos. Para tanto, alia-se redução na burocracia à liberdade quanto à legislação central, como forma de estímulo aos empreendedores (HALL, 1995). Para sua compreensão, é necessário se ter claro que, apesar de as parcerias indicarem um movimento da administração pública em busca de investimentos e formas privadas, a concretização desse movimento não é uniforme. Ele é apresentado sob diferentes conformações jurídicas de país para país e compreende desde rígidas relações contratuais até arranjos informais de colaboração (CASTRO; TIMM, 2006).

A principal evolução dos investimentos do empresariado em parceria com o setor público, percebida a partir dos anos 1970, notadamente nos Estados Unidos e em países da Europa, surgiu no cenário em que o modelo do Estado do bem-estar social, no qual serviços eram primordialmente controlados e entregues pelo governo (PEREIRA, 1998), passou por mudanças. Estas se concretizaram a partir da introdução de programas propostos mormente em decorrência de altos níveis de desemprego, crises fiscais e convulsões no setor petrolífero (BENTO, 2003; GEDDES, 2005; SOUZA, 2008). Nesse contexto, o Estado, cujo papel era o de produzir bens e serviços à custa da receita pública advinda dos tributos arrecadados, tornou-se menos capaz de manter, por si só, a competitividade da economia nacional no mercado global (BENTO, 2003).

Esse quadro estabeleceu-se com a chegada ao poder de dois representantes da nova direita na transição dos anos 1970 para os 1980, Margareth Thatcher na Inglaterra e Ronald Reagan nos EUA (SOUZA, 2008, p. 30). Na segunda metade do século XX, o neoliberalismo da midiatização expandiu-se, proporcionando uma dissolução mais efetiva entre as fronteiras do público com o privado (CHARAUDEAU, 2006, p. 26) e facilitando a disseminação de tais parcerias. Por sua vez, as cidades, então “restauradas” nessa dinâmica de parcerias, tornaram-se também importantes atrações para turistas, provendo-se, assim, os municípios de uma nova base econômica (HALL, 1995, p. 412).

Como uma das consequências, o que se observou foi a interferência na política por parte do empresariado, resultando em um sistema com características específicas, tal como apontam Geddes (2005) e Bramwell e Lane (2000): os consumidores passaram a ter pouca influência nas decisões; estabeleceu-se um processo de confronto entre interesses do governo os cidadãos e a esfera privada; e, como resultado dos conflitos entre os campos envolvidos, o governo gastou

tempo e dinheiro justificando sua estratégia de investimentos e gestão. Na metade da década seguinte, esse contexto foi modificado, na medida em que o governo foi capaz de regular a entrega de serviços de forma mais eficiente, transparente e organizada, tornando assim melhor aceita pelos cidadãos a gestão espacial operada em conjunto com o setor privado (BULT-SPIERING; DEWULF, 2007).

A partir dos anos 1980, em meio à intensificação das parcerias entre os setores público e privado, tanto para as grandes obras como para os menores investimentos, o que se observou nas economias capitalistas foi uma tendência à implementação da chamada “administração pública gerencial”. Conforme Pereira (1998), esta se consiste em uma reforma gerencial que introduz a cultura e as técnicas gerenciais modernas na Administração Pública, então oriundas da iniciativa privada. Advinda da segunda metade do século XX, como resposta à expansão das funções econômicas e sociais do Estado, bem como ao desenvolvimento tecnológico e à globalização da economia mundial, tal formato de administração constitui, em parte, um avanço em relação à administração pública burocrática. Ainda de acordo com o autor, a diferença fundamental desse tipo de administração, adotada por diversos governos, está na forma de controle, o qual deixa de se basear nos processos para se concentrar nos resultados, vendo-se o cidadão como contribuinte de impostos e como cliente de seus serviços.

Na visão de Souza (2008), a cedência de terreno do planejamento regulatório pautado pelos investimentos públicos, para um planejamento “mercadófilo”, na virada dos anos 1970 para 1980, e enfatizado nos anos 1990, sinaliza para formas mais próximas da lógica de gestão do que de planejamento de longo alcance, gerando-se, assim,

[...] o planejamento subordinado às tendências de mercado, o planejamento de facilitação e o planejamento de administração privada. O planejamento subordinado às tendências de mercado limita-se, como o nome indica, a acompanhar as tendências sinalizadas pelo próprio mercado, abdicando, diversamente do que era o apanágio do planejamento regulatório, de tentar controlar e disciplinar aquele. O planejamento de facilitação representa um grau a mais na escala de mercadofilia: [...] serve para estimular a iniciativa privada, oferecendo-lhe numerosas vantagens e regalias, de isenções tributárias a terrenos e infraestrutura subsidiados [...]. Quanto ao planejamento de administração privada, ele deve seu nome ao fato de incorporar os próprios métodos e a experiência da iniciativa privada, enfatizando parcerias público/privado. No limite, trata-se de confiar largas fatias do planejamento e da administração de espaços públicos aos cuidados da iniciativa privada, tida como mais eficiente (SOUZA, 2008, p. 31-32).

Contemporaneamente, estudos na área do Direito sinalizam que a tendência de se instaurar um Estado que aja em parceria com o privado sustenta-se, muito mais, pelo atendimento ao princípio da subsidiariedade do que pelo neoliberalismo (SOUTO, 2006). Nessa conjuntura, há o respeito aos direitos individuais, pautado pelo reconhecimento da primazia da iniciativa privada sobre o Estado, seja operando através dos indivíduos, seja por meio de associações, por exemplo (DI PIETRO, 1999). Para alguns autores que analisam ser essa uma tendência atual (e.g. MEDINA, 2002), o princípio da subsidiariedade liga-se mais intrinsecamente à valorização da liberdade individual, visando a um bem comum, do que ao Liberalismo. Esse princípio seria responsável, inclusive, pela aproximação entre autoridade e cidadão, na medida em que possibilita a participação da comunidade na resolução de problemas do coletivo. Por isso, seu teor não pressupõe um Estado débil ou inoperante, reduzido a atividades mínimas de controle, mas sustenta-se na reordenação da máquina estatal, buscando a idoneidade. Em suma, o princípio da subsidiariedade é assim analisado por Pires (2000, p. 26):

As privatizações, o retorno às concessões, as terceirizações e o apelo forte às parcerias do setor privado, por um lado, e a redução da intervenção indireta do Estado no mercado, representada pelo seu papel normativo, regulador, fiscalizador, fomentador e planejador [...], operada especialmente pela política de desregulamentação da economia, com a prevalência das regras do mercado, por outro, concretizam a ideologia da subsidiariedade, que, extremada ou distorcida pela política abstencionista, ganha a conotação de liberalismo. [...] Assim, relações de complementariedade e de cooperação entre o Estado e o mercado, tendentes a suprir a demanda do aparelhamento administrativa e a insuficiência de recursos da sociedade, são inevitáveis e até desejáveis. Contudo, devem ser tratadas sob o pálio da ética, que há de informar toda a aplicação do princípio da subsidiariedade. Não podem, portanto, ser olvidados os limites à liberdade de negociação, sendo intangível o interesse público por transação entre agentes públicos e a iniciativa privada.

De qualquer forma, para Santos (1988, p. 45), “seja por ação pública ou privada, a configuração global do espaço sempre resulta da ação do governo”. O que restaria discutir, então, seria o “tamanho” do Estado na organização das diversas nações, bem como seu papel, tema que pauta debates no campo jurídico desde as revoluções burguesas no século XIX (CASTRO; TIMM, 2006).

Ao debaterem esse tema no tocante ao fenômeno turístico, Gastal e Moesch (2007, p. 51) analisam que as práticas de governos capitalistas ocidentais, tratadas pelas autoras de neoliberais, têm se inclinado à entrega do Turismo à

iniciativa privada, visando ao melhor atendimento a esse cidadão “cliente” citado por Pereira (1998). Entre as causas apontadas para tal dinâmica, destacam-se as trocas periódicas de gestores do setor público, as quais interfeririam negativamente na continuidade de projetos e ações do setor turístico (GASTAL; MOESCH, 2007). Independentemente do grau de interferência do setor privado nos diversos países, é inegável que a tendência de participação mais incisiva do setor privado, em especial nos espaços abertos, de teor público, vem se refletindo sob a forma de mudanças substanciais na dinâmica do papel do Estado capitalista, o qual merece ser debatido.

2.2.1 O público: dimensão política e administrativa

Há uma relação histórica entre a criação das cidades e o exercício da política. Para os gregos clássicos, por exemplo, a política (*politiké*) era inseparável da cidade (*polis*), indicando haver uma aproximação ao que hoje se entende por “urbanismo” e “cidadania” (WISNIK, 2009, p. 175). Por isso, em um primeiro momento, faz-se importante acenar para a estreita relação existente entre a dinâmica de investimentos público-privados e a política, bem como entre essa dinâmica e as políticas públicas.

Considerando-se ser a política um conjunto de procedimentos, formais e informais, os quais expressam relações de poder destinadas a lidar com os conflitos afins aos bens públicos (PENTEADO FILHO, 2008), pode-se afirmar que as políticas públicas são o resultado da atividade política (GOMES et. al., 2010). Elas compreendem um conjunto de decisões e ações relativas à alocação de poderes (PENTEADO FILHO, 2008) e, por isso, as políticas públicas envolvem, entre outros aspectos, o planejamento e os demais processos referentes aos bens públicos, tendo a obrigação de se comprometerem com o bem-estar coletivo (GOMES et. al., 2010).

Embora, para alguns autores (e.g. MENICUCCI, 2006), haja o entendimento de que as políticas públicas digam respeito somente às ações do Estado e de seu aparato, para outros, como Demo (1988), elas são fruto não somente da máquina estatal, mas do conjunto de instituições que se relacionam com o Estado. Falar-se em investimentos empregados em espaços públicos abertos e nas relações que estão aí subentendidas significa, portanto, abordar uma política de

planejamento adotada em um determinado momento histórico, em dado continente, país ou cidade, por exemplo.

Alguns estudos sinalizam ter havido expressiva mudança na forma de atuação do Estado onde a prática de investimento em parceria com o setor privado adquiriu grandes proporções e tornou-se próspera, o que poderia significar uma reforma de gestão pública, gerando-se um contexto no qual a interferência direta do mercado nas políticas públicas seria mais efetiva, ao passo que o Estado passaria a assumir papel maior de regulador do que de investidor (e.g. BNDES, 2007; BULT-SPIERING; DEWULF, 2007; URIO, 2010). Autores como Bento (2003) identificam essa modificação do papel do estado como “Nova Administração Pública”. A esse respeito, França (2010, p. 181) afirma que isso ocorre, também, em virtude de que

[...] o conceito de serviço público não é estático, sofre constantes variações em função de inúmeros fatores, tais como o momento histórico e o lugar em que é prestada determinada atividade que demonstre a existência de funcionalidade à coletividade.

Corroborando a visão de França, Bento (2003) afirma que o Estado está em reforma permanente. Assim, na perspectiva contemporânea de sua nova configuração, suas principais transformações residem no fato de ele estabelecer novos princípios gerenciais, novos processos de relação com o mercado e a sociedade civil, bem como na revisão do próprio papel de Governo e Administração Pública.

França (2010, p. 209) ainda defende ser necessário, especialmente a partir das mudanças políticas e econômicas advindas da segunda metade do século XX, que o Estado supere o *status* de provedor universal de todo e qualquer benefício do cidadão, posição que o autor denomina de “retrógrada”. Nesse novo posicionamento estatal, o poder público deve assumir uma função democrática reguladora de atividades nas quais não se coloque necessariamente como um executor direto, mas que mantenha, ainda assim, a participação efetiva e viável do cidadão na escolha das políticas de governo, consolidando-se como um “Estado Regulador Democrático de Direito” (id.). Nesse modelo de “administração pública gerencial”, o Estado agrega parceiros da sociedade civil, com o propósito de realizar tarefas de maneira compartilhada, ligadas à prestação de serviços públicos, mediante a eficiência gerencial, condicionando a ininterrupção das parcerias ao

cumprimento de metas e de indicadores de desempenho fixados por acordos legais (BENTO, 2003).

Há uma corrente de pensamento que acredita que o serviço público deva ser regulado pelo próprio setor, e a interferência do privado seria um fator de comprometimento da integridade do serviço público. Por isso, ele estaria claramente envolvido com uma condução tendenciosa de gestão, uma vez estabelecida a concessão a um fornecedor monopolista. Em âmbito nacional, talvez mais alinhados a essa linha de críticos da interferência massiva do setor privado para provisão dos serviços públicos, Maricato e Ferreira (2002) ponderam acerca da tendência, ou, até mesmo, da tradição histórica de se importarem, de economias capitalistas estrangeiras, as ideias e as práticas para se explicar ou conduzir a política brasileira e, em consequência, o planejamento das cidades.

Em contrapartida, outra linha de pensamento estabelece que, ao se ter um investidor privado servindo ao público, é possível haver uma gama maior de serviços, com qualidade superior, em relação aos exclusivamente advindos do governo. Tal pensamento estaria alinhado, conforme Geddes (2005), com práticas de um país cuja política seja caracterizada como tipicamente neoliberal, num sistema em que a proteção social seja entregue ao mercado. Esse contexto reduz o papel do Estado a provedor residual de providência apenas para os mais pobres (PEREIRA, 1998).

Bento (2003) sinaliza para a necessidade de haver, em paralelo ao crescimento e à prática dessa configuração administrativa do espaço, o desenvolvimento também de uma reforma simultânea do terceiro setor e da sociedade civil como um todo, em relação à sua forma de atuação nas decisões da esfera pública, independentemente do posicionamento político e do desenvolvimento mais ou menos expressivo desse dito novo formato de planejamento e gestão públicos. Ainda de acordo com o autor, é necessário que se instaure uma metarregulação, na qual a orientação política, os objetivos e os indicadores negociados pelo Estado sejam construídos democraticamente com a esfera ampla da sociedade. Em complemento, França (2010, p. 30) indica que essa participação só se torna possível mediante a informação que os cidadãos adquiram acerca de seu espaço e das intervenções que nele ocorram. A esse respeito, o autor expõe que o “efetivo esclarecimento [...] é pressuposto democrático e, conseqüentemente, de controle da Administração Pública, em razão de seu papel para a racional

atuação do homem social”. Dessa forma, o conhecimento dos projetos do setor público levados aos cidadãos constitui pressuposto de um Estado democrático que de fato considere a importância dos usuários quando da tomada de decisões de planejamento e gestão.

Em complemento, como indicam Gastal e Moesch (2007, p. 57), a participação dos usuários “só se dará quando eles compreenderem e dominarem os processos envolvidos e a realidade concreta dos espaços onde elas se dão”. Assim, a questão da participação tem relação direta com o conceito de cidadania. A esse respeito, Dias (2008, p. 112-113) afirma não restar dúvida quanto à importância da participação da comunidade alvo na prática do planejamento, ainda que haja problemas “quando se discutem as formas em que se dá essa participação”. Por isso, o planejamento participativo pode ser considerado um dos grandes “mitos” de todo e qualquer planejamento, sendo viável apenas na medida em que esteja acompanhado “de boa administração pública, preocupada com o bem-estar da comunidade, e envolvida em projetos e programas voltados para a melhoria da qualidade de vida dos moradores da localidade”.

Especificamente no que se refere ao sujeito urbano, para que ele aja positivamente em sua cidade, é necessário, primeiro, que as políticas públicas locais priorizem a descentralização dos processos de decisão. Esse sistema consistiria no “desenvolvimento de base local”, o qual “pressupõe a participação engajada e efetiva da comunidade residente nas iniciativas de planejamento, no processo de produção de bens e serviços, e na gestão de um complexo político empresarial” (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 47). Nesse cenário, os moradores “devem ser ouvidos, por meio de metodologias participativas, e respeitados por serem capazes de, muitas vezes, indicar caminhos ao planejador com seu saber real”. Em suma, esse assunto encerra um teor democrático por excelência, posto que “saber sobre a cidade é ser dono de suas regras de formação e desenvolvimento” (SANTOS, 1988, p. 186).

2.2.2 O privado: objetivos e reflexos das práticas de seus investimentos

Ainda em discussões anteriores aos anos 2000, quando estudos do fenômeno da globalização ganharam destaque, autores como Bennet (1993, p. 19) sinalizavam para os interesses das empresas em aplicar seus investimentos em

serviços públicos e para os significados dessa recente dinâmica de governo. Segundo o autor, embora essa prática consista em se instaurar uma imagem de “bom cidadão comunitário” para uma empresa, ela substancialmente se refere à possibilidade de recuperação em face de uma falência ou crise de mercado, além da possibilidade de participação no setor público, sendo essa uma forma de se exercer poder não apenas sobre um campo mais amplo da economia, como também da sociedade. Em adição, Pastori (2007) relata que, em alguns casos, a principal motivação de emprego das ações em parceria dá-se em decorrência de restrições orçamentárias do governo, ao passo que, em outros casos, o principal motivo é a possibilidade de haver aumento da eficiência para provisão de serviços públicos.

Na conjuntura de planejamento e gestão de espaços destinados ao lazer e turismo do grande público no meio urbano, autores como Bramwell e Lane (2000, p. 9) elencam possíveis problemas que as colaborações entre poder público e privado podem acarretar para os espaços de uso comum: a) para alguns espaços ou para algumas ações em específico, a falta de prática e/ou tradição dos atores envolvidos pode prejudicar os projetos; b) discussões saudáveis e necessárias à implementação dos projetos podem ser suprimidas; c) os atores podem não estar dispostos a compartilhar a gestão em igual patamar, especialmente quando há envolvimento de concorrentes diretos, em se tratando do setor privado; d) o grau de poder de um ator pode determinar seu grau de participação no processo de planejamento e gestão espacial; e) pode haver comprometimento da defesa dos interesses públicos; f) as parcerias podem gerar um futuro incerto no que tange ao rumo das políticas de planejamento; e g) o poder do parceiro privado em alguns projetos pode crescer de tal forma que promova, em maior instância, a criação de cartéis.

Em contrapartida, também Bramwell e Lane (2000) e outros autores, como Kotler et al. (1993), indicam que a participação do poder privado nas políticas de investimento público é atrativa para o Estado, no sentido de potencializar a competitividade entre as cidades na disputa por visitantes, instaurando-se, sob essa perspectiva, a visão de cidade enquanto produto. Além disso, segundo os autores, as parcerias agregam conhecimento estratégico à estrutura estatal, trazem um capital que o Estado talvez não tivesse condições de prover isoladamente para os projetos então desenvolvidos em parceria e possibilitam a conjunção de atores que possivelmente, em uma instância isolada, o poder público não conseguiria reunir.

Como exemplo de espaço público que tem recebido investimentos privados, pode-se citar o caso do Central Park, em Nova Iorque, EUA (Figura 1). Esse espaço é substancialmente importante por sua localização, valor de mercado, dimensão, uso e significado simbólico, portanto visível e turístico. Em uma parceria estabelecida por contrato de concessão que já dura quase vinte anos com a *The Nature Conservancy* (TNC)⁷, a administração local mantém o controle político do Parque, mas destina, à instituição privada, a manutenção daquele espaço, sobretudo ligada aos investimentos em aparência, conforto ambiental e ações educativas. Assim, é conferida à TNC a manutenção da paisagem, a limpeza e o reparo de mobiliário urbano e de monumentos, além de ações para sensibilização e educação ambiental.

De acordo com informações da TNC, as formas de participação no planejamento do Parque preveem a atuação constante de atores do poder público municipal, do empresariado e de pessoas vinculadas a entidades que representam a sociedade civil. Esses membros, contudo, não possuem direito a voto nas reuniões de governança daquele espaço público, o que, portanto, qualifica os representantes da sociedade como integrantes consultivos do conselho do Central Park. Ainda de acordo com a TNC, as adequações daquele Parque são planejadas em um sistema que leva em consideração as formas de apropriação e uso dos usuários, em relação ao espaço.

Ainda em nível mundial, é possível verificar que o setor privado vem se tornando um dos principais financiadores de espaços públicos no meio urbano, de forma que os variados tipos de acordos entre esse setor e o Estado podem gerar preocupações sobre a propriedade legítima dos espaços públicos de lazer (FRANCIS, 2003). Pode-se averiguar esse tipo de divergência, por exemplo, por meio do debate acerca da gestão do Bryant Park (Figura 2), em Nova Iorque (KENT, 2004), e do Holmby Park (Figura 3), em Los Angeles (HATHAWAY, 2011), ambos nos Estados Unidos. Nesses casos, se, por um lado, o capital privado auxilia a manter os espaços de lazer e turismo abertos e protegidos contra as flutuações econômicas municipais, por outro, a ponderação emerge no sentido de que tais investimentos, especialmente destinados a intervenções na aparência,

⁷ A TNC trabalha em 33 países e cinquenta estados pelo mundo, incluindo o Brasil, mediante ações ligadas à preservação ambiental. Promove, ainda, a adoção pública, por parte de cidadãos, de seis espaços localizados em cinco diferentes continentes, entre elas a adoção de árvores na parte brasileira da Amazônia.

acessibilidade e no conforto ambiental, seriam capazes de refletir disparidade de investimentos entre os espaços que recebem intervenções privadas e aqueles que estão sob a égide exclusiva do Poder Público.

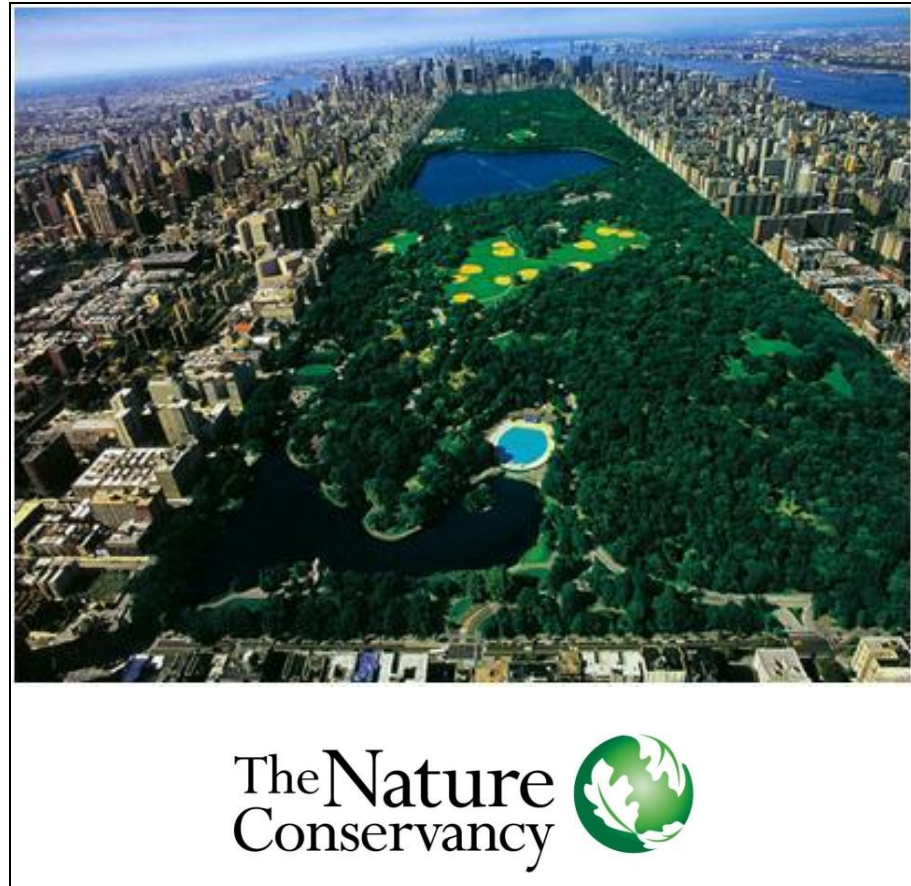


Figura 1 - Central Park, NY, EUA.
Fonte: Project for Public Spaces, 2011.



Figura 2 - Bryant Park, NY.
Fonte: Project for Public Spaces, 2011.



Figura 3 - Holmby Park, LA.
Fonte: Project for Public Spaces, 2011.

Nesse mesmo contexto de planejamento e gestão do espaço urbano compartilhados entre público e privado, como um exemplo brasileiro, pode-se citar a diferença de investimentos verificadas entre as zonas central e periférica de Salvador, Bahia, com maior fluxo e menor fluxo de turistas, respectivamente. Enquanto espaços cuja infraestrutura já esteja contemplada com mobiliários e vias de acesso de qualidade recebem sucessivos investimentos do setor privado em parceria com o público, como os novos parques urbanos, os bairros de classe média e a orla atlântica, regiões distantes de equipamentos com alta visibilidade recebem menos atenção de investidores em parceria com o Município (SERPA, 2007). Esse tipo de diferenciação de investimentos pode ser avaliado negativamente pela população, em especial aquela não contemplada diretamente pelos projetos, visto que o lazer de qualidade é um direito da sociedade civil (KENNY, 2008). No Brasil, especificamente, o lazer é assegurado pela Constituição Federal, na condição de um “direito social” (BRASIL, 1988, p. 12). Em adição, acerca dessa dinâmica de parceria para investimentos do setor privado no espaço público, Bento (2003, p. 241) escreve que “o Estado pode delegar a prestação de serviços públicos, mas jamais a responsabilidade pela efetivação de serviços sociais”. Pelo exposto, para além da teoria, na prática também se verifica conflito de opiniões no que se refere à interferência da economia privada e ao papel da administração estatal para investimentos, planejamento e gestão dos espaços aqui tratados.

2.2.3 Conjuntura brasileira

No Brasil, a década de 1990 foi marcada pelo grande volume de privatizações, momento quando grandes estatais foram vendidas à iniciativa privada. O processo de privatizações integrou o Programa Nacional de Desestatização – PND, regulado pela Lei 9.491/97. Já naquela época, essa dinâmica indicava a projeção, na Administração brasileira,

[...] de uma tendência verificada em diferentes ordenamentos estrangeiros, nos quais se podia constatar a transferência de tarefas do Estado para a sociedade civil e o emprego de modelos jurídicos tipicamente privados na gestão das tarefas que lhe restavam (CASTRO; TIMM, 2006, p. 25).

Mesmo que a comparação entre a realidade brasileira e os contextos europeu e norte-americano de interferência do privado sobre o espaço público seja recorrente na literatura afim ao tema, Maricato e Ferreira (2002) apontam que,

muitas vezes, essa equiparação direta pode ser desproporcional. Isso porque, em especial quanto às políticas de governo norte-americanas e brasileiras, há uma grande diferença de estrutura econômica. Ao passo que, nos EUA, o “mercado” abrange a maioria da população, e, portanto, os “consorciamentos” (como referem os autores) de fato caracterizam uma participação mais ampla da sociedade civil naquele sistema de governança, em contrapartida, no Brasil, considerável parte da população das grandes cidades não se encontra inserida ativamente no mercado e, por isso, políticas de parceria entre público e o privado que visem à dinamização econômica local tendem a contemplar apenas parte restrita da sociedade. O que os autores suscitam, com essa análise, é a valorização do debate e do estudo acerca das realidades norte-americana, europeia e latino-americana, mais especificamente a brasileira, voltando-se então para o balizamento de problemas e potencialidades que essa forma de gestão possa apresentar na conjuntura nacional, para então adequá-la às necessidades deste País. Já Castro e Timm (2006) indicam ser impossível traçar-se um modelo jurídico global das parcerias público-privadas, o qual seja capaz de se projetar na criação do modelo nacional.

Nesse âmbito, outro ponto a ser considerado na avaliação dessas operações perpassa pela ordem jurídico-urbanística brasileira. A esse respeito, Fernandes e Alfonsin (2006) apontam que a mudança paradigmática das condições de gestão pública das áreas urbanas talvez seja o ponto menos desenvolvido da nova ordem jurídico-urbanística do Brasil. Nesse âmbito, como indicam os autores, é necessário observar-se o princípio da “indissociabilidade” entre direito e gestão urbana. Esse princípio traduz-se em três eixos integrados de reformas jurídico-políticas, quais sejam

[...] a renovação da democracia, por meio da afirmação do direito coletivo a uma ampla participação popular na gestão das cidades; a descentralização dos processos decisórios, no sentido não apenas do fortalecimento dos governos locais, mas também do enfrentamento da questão metropolitana e da necessidade de articulação intergovernamental para superação de problemas urbanos, sociais e ambientais; e a criação de um novo quadro de referências jurídico-administrativas para fornecer uma maior clareza de princípios às novas relações que estão se dando entre Estado e sociedade, sobretudo através das parcerias público-privado e outras formas de relação entre o Estado com os setores privado, comunitário e voluntário (FERNANDES; ALFONSIN, 2006, p.18).

Em adição, outro descompasso a ser observado, na realidade brasileira, refere-se às limitações da ordem jurídico-administrativa

[...] quanto às práticas administrativas do Estado em face das novas estratégias de relações do poder estatal com os setores privado, comunitário e voluntário [...]. A nova ordem jurídico-urbanística aposta também em novos processos de gestão político-administrativo entre o Estado e o setor privado – parcerias público-privado, negociações urbanas, operações consorciadas, transferências onerosas de direito de construção, etc. –, embora os princípios norteadores de tais processos ainda precisem ser mais bem explicitados (FERNANDES; ALFONSIN, 2006, p.20).

Nesse sentido, observa-se haver uma crescente incidência de novas formas de operações urbanas no território brasileiro, sem haver, contudo, avanço quanto a suas estruturas básicas, tais como as reformas jurídicas correlatas ao campo da política e da administração. Na prática, isso pode se traduzir em contratos mal estruturados, administração conflituosa de espaços e questionamentos por parte dos próprios usuários dos espaços modificados pelas parcerias. Em suma, como afirmam Fernandes e Alfonsin (2006, p. 20), embora não sendo um caso isolado do Brasil, o fato é que “o Direito brasileiro ainda não está dando conta desse processo”.

Na realidade brasileira, o Estatuto da Cidade, Lei 10.257/2001, contempla uma série de participações do setor privado sob a denominação de “operações consorciadas”. Desse modo, segundo o § 1º do Artigo 32,

Considera-se operação urbana consorciada o conjunto de intervenções e medidas coordenadas pelo Poder Público municipal, com a participação dos proprietários, moradores, usuários permanentes e investidores privados, com o objetivo de alcançar em uma área transformações urbanísticas estruturais, melhorias sociais e a valorização ambiental (BRASIL, 2001).

O Estatuto estaria se referindo, assim, às formas mais corriqueiras e consolidadas de compartilhamento para gestão espacial verificadas no Brasil, quais sejam, Autorização, Concessão e Permissão (FRANÇA, 2010). Via de regra, a Autorização abrange escala espacial e temporal menores, ocorrendo quando o poder público local emite termo que autoriza ocupação de via pública, por tempo determinado, por parte de civil, sendo este representante de pessoa física ou jurídica. A Autorização é concedida quando as motivações do solicitante não configuram transações comerciais em ambiente público.

Os regimes de Concessão e Permissão são regidos pela Lei 8.987/1995, podendo ser adequados às realidades dos estados e municípios onde são aplicados. A Concessão é prevista para provisão de serviço ou obra pública e ocorre mediante licitação do tipo concorrência entre entidades privadas em separado ou consorciadas, a desempenharem termos de contratos em um tempo determinado,

mediante remuneração. Nessa modalidade, o particular assume os riscos, o que impõe a existência de uma atividade dotada de lucratividade para assegurar o sucesso econômico (TALAMINI; JUSTEN, 2005). A Permissão consiste na delegação, a título precário, mediante licitação, da prestação de serviços públicos por parte de pessoa física ou jurídica, contanto que esta demonstre capacidade técnica para provisão do estipulado em contrato. Em ambos os casos, a Lei prevê fiscalização tanto por parte do Governo, como dos usuários contemplados por obras e serviços frutos dos contratos (FRANÇA, 2010).

Mais recentemente, tendo-se firmando essa tendência de compartilhamento no planejamento e na gestão espacial, o governo brasileiro sancionou a Lei 11.079/04 (BRASIL, 2004), que oficializa as Parcerias Público-Privadas – mais diretamente correlatas às PPPs em âmbito internacional. Importante notar que antes de ser balizada em nível nacional, a prática de parceria do tipo público-privada já era regida em âmbito estadual, então por Minas Gerais e São Paulo. Além disso, as parcerias público-privadas no Rio Grande do Sul, a partir de 1995, foram tratadas como contratos administrativos celebrados na forma da Lei Geral de Licitações, ou como concessões e permissões de serviço público, regidas pela Lei nº8,987/95, em vigor até a atualidade (CASTRO, TIMM, 2006).

Segundo a Lei 11.079/04, as PPPs consistem em contratos administrativos de concessão com duração entre cinco e 35 anos, definidos pelo Estado, o qual determina os serviços prioritários para execução de projetos, visando especialmente aos serviços de infraestrutura (TALAMINI; JUSTEN, 2005). Importante notar que a celebração de uma PPP somente ocorre quando os contratos têm valor igual ou superior a 29 milhões de Reais, o que sinaliza para a diferenciação desse tipo de acordo em relação a outros anteriores à Lei em questão, a qual trata, portanto, de projetos de grande porte.

Ainda de acordo com a legislação vigente, uma das principais justificativas para a celebração de uma PPP é a viabilidade econômica que o Estado possua ou não para desenvolver um projeto. Em não havendo possibilidade de o Estado arcar com os riscos, são ofertados incentivos à iniciativa privada, como redução de impostos. Assim, como esclarecem Talamini e Justen (2005), há transferência de riscos para a iniciativa privada, o que induz à eficiência econômica, posto que se diminuem os gastos do Governo, uma vez que, como destacam os autores, os riscos também são formas de custos. Nesse sentido, uma das principais

diretrizes para a celebração desse tipo de acordo é a existência de vantagem financeira dos projetos estabelecidos (BRASIL, 2004).

A título de exemplo do avanço na aplicação desses contratos no contexto nacional, cabe citar que, no primeiro semestre do ano de 2010, 35 acordos de PPPs estavam em processo de avaliação ou já estavam implementados no País, sendo três deles específicos do setor turístico (MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, 2010). Nada obstante, como evidência de que a matéria ainda necessita ser aprimorada na conjuntura nacional, cabe destacar sua reincidência de tramitação, entre os dias 28 de novembro e 5 de dezembro de 2012, na Câmara dos Deputados e no Senado Federal (Anexo A).

Entre algumas das mais frequentes críticas à criação e utilização dessa Lei, destacam-se a de que se estaria editando uma nova lei para instituir as parcerias, embora já haja a Lei de Concessões (8.987/95), a qual versa sobre assunto muito similar. Em complemento, há quem sustente que a relação entre o Poder Público e a iniciativa privada pode gerar terreno propício para se estabelecerem relações tendenciosas, de favorecimento (CASTRO; TIMM, 2006), visto que, por exemplo, os autores de projetos podem participar das licitações, ferindo-se, assim, o princípio da livre concorrência (TALAMINI; JUSTEN, 2005).

A Adoção constitui outra importante forma de se oficializar a parceria entre investimentos do setor privado e o Governo para a prestação de serviços e a realização de obras de infraestrutura pública no Brasil. Em relação a essa modalidade, não foram encontrados estudos ou discussões concernentes ao País, o que possibilita concluir-se não haver Adoções em países estrangeiros, ao menos sob a mesma nomenclatura e com características similares em relação às tratadas no Brasil. Nesse país, não há legislação específica em âmbito nacional que dê conta de sua totalidade, por isso, esse tipo de parceria é regida pelo poder estadual ou municipal, sendo este um dos reflexos da Constituição de 1988, a qual estabeleceu o sistema de repartição de competências entre entidades da Federação, promovendo, assim, ampliação da autonomia de estados e municípios (BRASIL, 1988).

Genericamente, a Adoção de um espaço público no Brasil ocorre quando um investidor privado despende uma quantidade de investimento monetário pré-acordada com o setor público pertinente, visando à manutenção de um espaço específico – cujos itens a serem mantidos também variam de acordo com cada

contrato formalizado. Firmado o acordo, como contrapartida do Estado ao poder privado, a marca deste é relacionada ao espaço adotado, onde o parceiro privado passa a ter o direito de realizar ações pontuais que o promovam, estando estas, também, possibilitadas mediante autorização do órgão público competente. As Adoções são decorrência, ainda, de contrapartidas do setor privado em face de algum uso do solo que cause significativo impacto ambiental. Importante destacar que as Adoções não se condicionam diretamente a processos licitatórios ou a outras modalidades de concorrência pública, o que as diferencia das Concessões (FRANÇA, 2010), bem como não implicam valores e prazos mínimos para ocorrência legal. De acordo com o tipo de projeto e os valores envolvidos, essas parcerias entre governo e empresariado podem ser estabelecidas mediante cartas convite ou outro processo mais simplificado de escolha do parceiro privado por parte do Poder Público.

2.2.3.1 Adoção

Como analisa Charaudeau (2006, p. 19), o espaço de discussão que determina os valores responde a outro, denominado “espaço de persuasão”. É nessa dimensão política, que se utiliza de argumentos ligados à razão e à emoção, que os aparatos estatais tentam fazer a instância cidadã aderir às suas ações. Nesse sentido,

[...] a palavra intervém no espaço de discussão para que sejam definidos o ideal dos fins e os meios da ação política; a palavra intervém no espaço de ação para que sejam organizadas e coordenadas a distribuição das tarefas e a promulgação das leis, regras e decisões de todas as ordens; a palavra intervém no espaço de persuasão para que a instância política possa convencer a instância cidadã dos fundamentos de seu programa e das decisões que ela toma ao gerir os conflitos de opinião em seu proveito (CHARAUDEAU, 2006, p. 21).

Partindo-se, assim, do princípio de que todo discurso pressupõe uma persuasão, a mesma prática se aplica ao campo do discurso político:

O discurso político como sistema de pensamento é o resultado de uma atividade discursiva que procura fundar um ideal político em função de certos princípios que devem servir de referência para a construção das opiniões e dos posicionamentos (CHARAUDEAU, 2006, p. 40).

No que tange aos discursos empregados para a difusão, aceitabilidade e emprego de parcerias entre o setor público e o privado, também cabe se pensar no discurso político como forma de sustentação para tais tendências de planejamento e gestão do meio urbano. No Brasil, por exemplo, são comumente utilizadas alegações chave como decisivas para estabelecimento das parcerias, entre elas a crise fiscal e a falência do paradigma de planejamento modernista, bem como argumentos neoliberais, os quais possuem demasiada força em nossa cultura. Esses aparatos de retórica, que envolvem aspectos da política e da economia, são utilizados como os principais motivadores para que as intervenções privadas sejam vistas como formas de amparo e iniciativas seguras para muitas prefeituras, sejam elas conservadoras ou progressistas (MARICATO; FERREIRA, 2002).

No âmbito das Adoções, recorre-se ao mesmo princípio. Faz-se oportuno, também por isso, analisarem-se não apenas os exemplos, mas alguns dos elementos discursivos que envolvem tais práticas de planejamento e gestão das cidades, como forma de se ter um cenário mais completo de como as Adoções são perpetradas contemporaneamente.

Primeiramente, é relevante analisar-se a própria etimologia do termo “adoção”, tal como empregado neste trabalho. Derivado do verbo latino, *ad-opto*, adoção (*adoptio*, em latim), refere-se à ação ou ao efeito de adotar, de aceitar alguém ou algo (BUSSARELLO, 1998). Na língua portuguesa, o verbo “adotar”, com o sentido com o qual se trabalha nesta pesquisa, refere-se a “aceitar por um período relativamente extenso ou permanente [...] optar por, assumir, [...] fazer uso temporário de, dar preferência a, escolher. Tomar como próprio” (FERREIRA, 1999, p. 55). Nesse sentido, se por um lado a adoção pressupõe a aceitação de um ator por outro, ou, no caso desta pesquisa, a aceitação de um ator em relação a um determinado espaço, por outro lado, o ato de adotar pressupõe, necessariamente, situações nas quais se verifica abandono e falta de aceitação. Assim, quando se utiliza um discurso acerca da Adoção de espaços, intrinsecamente está se fazendo uma relação entre abandono/descaso e aceitabilidade/responsabilidade. Necessariamente, subentende-se que determinado espaço esteja em tal situação de abandono, que se faz urgente seu cuidado por parte de outro ator, que não o responsável atual.

Nessa analogia discursiva, o poder privado tem ratificada sua condição de “bom cidadão comunitário”, já referida anteriormente neste trabalho (Capítulo 2,

seção 2.3.2). Em contrapartida, firma-se o discurso da ineficiência do Estado ou, ainda, da impossibilidade de o Estado assumir, por meio dos governos e da Administração Pública, determinados compromissos, de tal forma que somente atores externos à esfera do Poder Público possam colaborar de modo eficiente para a solução do “abandono”. A esse respeito, cabe recorrer-se novamente aos escritos Charadeau, segundo o qual

O discurso político, que procura obter a adesão do público a um projeto ou a uma ação, ou a dissuadi-lo de seguir o projeto adverso, insiste mais particularmente na desordem social da qual o cidadão é vítima, na origem do mal que se encarna em um adversário ou inimigo, e na solução salvadora encarnada pelo político que sustenta o discurso. [...] A solução salvadora consiste em propor medidas que deveriam reparar o mal existente (CHARAUDEAU, 2006, p. 91).

Nesse contexto, com base no discurso da necessidade de haver Adoções de espaços públicos abertos, e mediante as práticas em si dessas parcerias, o Estado não apenas afirma já não poder ser o provedor universal do cuidado do bem público, como também ratifica seu papel de administrador gerencial (FRANÇA, 2010), instaurando, ele próprio, um novo imaginário social (CHARAUDEAU, 2006, p. 204) acerca de sua condição perante a sociedade. Em adição, note-se que tal discurso assume um grau de legitimidade também política (ibid.), por alinhar-se a uma tendência mundial contemporânea de planejamento e gestão dos espaços públicos abertos do meio urbano, estando estes inseridos no contexto das cidades competitivas.

No caso de espaços que servem ao lazer, mas especialmente aos que atendem a uma demanda turística, como se verificou progressivamente, a relação entre poder público e privado é historicamente mais estreita. Assim, o processo de Adoção que envolve áreas para provimento de lazer e turismo, ainda que públicas e abertas – portanto inicialmente sob a responsabilidade do Estado –, tende a ser tratado como corriqueiro, sem passar, na maioria das vezes, por discussões mais aprofundadas entre esferas amplas da sociedade.

Especialmente a partir dos anos 2000, independente do método empregado para a gestão espacial do meio público compartilhada entre Estado e empresariado, observou-se que as parcerias afirmaram-se sob o discurso das políticas de governança. Processo de administração pública compartilhada entre Estado, mercado e sociedade civil (WETTENHALL, 2005; DREDGE; JENKINS,

2011), a governança pressupõe haver a interdependência entre essas instâncias, e seu foco situa-se nos processos, muito mais do que nas instituições em si (BULT-SPIERING; DEWULF, 2007). Em determinados segmentos da economia, por exemplo, a política de governo mediante sistemas de governança é fortemente incentivada, tal como ocorre no setor de Turismo brasileiro (BRASIL, 2009).

O setor turístico brasileiro vem se destacando como líder no contexto da América Latina, e seu crescimento superou a média mundial no primeiro trimestre de 2012 (Figura 4).⁸ Com ambiente favorável à aplicação de investimentos privados em espaços públicos, bem como a oferta de incentivos fiscais para investidores internacionais visando ao desenvolvimento econômico do setor, o quadro positivo do turismo brasileiro também é resultado do aperfeiçoamento da legislação do País para o setor, além da profissionalização dos trabalhadores do ramo.

Travel & Tourism's Direct Contribution to GDP		2012 % growth
11	Venezuela	9.6
21	Brazil	7.8
38	Costa Rica	6.2
62	Chile	4.7
72	Guatemala	4.4
80	Argentina	3.7
84	Peru	3.6
87	Ecuador	3.4
97	Mexico	2.7
	World Average	2.7
111	Cuba	2.2

Figura 4 - Taxas de crescimento turístico: destaque para países da América Latina e comparativo brasileiro com média mundial.

Fonte: WTTC – Travel & Tourism: economic impact, 2012 - Brazil

Nesse cenário, o turismo tanto se expande em virtude de sua organização nacional, agora atrativa para investidores, como também devido aos investimentos privados, que o ratificam como segmento sólido (BARROS, 2011). Igualmente por isso, é relevante a avaliação de celebrações das parcerias de gestão em espaços

⁸ Os números de referência do crescimento turístico dispostos na Figura 4 embasam-se no PIB gerado por empresas que operam diretamente com turistas (como hotéis, agências de viagens, companhias de transporte e empresas de bens e serviços de lazer e do setor gastronômico).

que sejam reconhecidamente atrativos turísticos ou atrativos em potencial, posto que elas vêm concretizando alguns dos principais investimentos privados no contexto brasileiro de planejamento e gestão pública.

Nas cidades brasileiras⁹ nas quais o segmento do Turismo Urbano e suas variáveis têm se desenvolvido mais expressivamente e contribuído para a economia local, verifica-se haver substancial emprego de Adoção de espaços públicos, sob o discurso da necessidade de amparo a eles e das vantagens dessa modalidade de parceria para tais espaços. Uma das mais significativas formas de Adoção verificadas na realidade brasileira pode ser constatada em Belo Horizonte, com o desenvolvimento do Projeto Adote o Verde, pelo qual todas as pessoas, físicas ou jurídicas, podem ser adotantes de espaços públicos abertos. Atualmente, o Projeto contabiliza mais de trezentos espaços, entre eles dez parques administrados sob essa modalidade de gestão espacial. Curitiba, no Paraná, que também desenvolve o Turismo Urbano como segmento importante da economia, em 2009 celebrou a Adoção do Jardim Botânico, um dos principais atrativos turísticos da Capital. Em ambos os casos, os reflexos das interferências espaciais oriundas das Adoções são percebidos, mais expressivamente, no campo da aparência e do conforto ambiental, na medida em que as ações dos investidores privados são direcionadas, de forma mais incisiva, ao embelezamento e à manutenção de mobiliários dos espaços adotados.

Outra cidade na qual as Adoções vêm adquirindo substanciais proporções é Florianópolis, no litoral de Santa Catarina. Nessa cidade, onde o Turismo é um dos principais setores da economia, amparando-se especialmente em suas áreas públicas, as Adoções são concretizadas pelo Programa de Adoção de Áreas Verdes Públicas, regulado pela Fundação Municipal do Meio Ambiente de Florianópolis – FLORAM. Essas Adoções são regidas pela Lei 2.668/87 e pelo Decreto Municipal 106/88, visando à revitalização paisagística e à manutenção dos espaços públicos. Em 2011, de acordo com a FLORAM, chegou-se à marca de 96 áreas adotadas, cujos contratos concretizam-se sob a nomenclatura de Parceria Público-Privada. Nessa cidade, as Adoções são consolidadas sem que haja a participação dos usuários, tanto na escolha de áreas e concepção do projeto, quanto na avaliação após sua implementação. Como justificativa para o estabelecimento das Adoções de

⁹ As informações sobre as Adoções nas cidades exemplificadas nesta seção foram obtidas junto às respectivas Prefeituras Municipais.

áreas públicas, a FLORAM informa não possuir dotação orçamentária e infraestrutura suficientes para a prestação plena dos serviços de conservação de tais espaços e afirma não estabelecer avaliação sistemática de desempenho das Adoções também devido à escassez de mão de obra municipal.

Em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, as Adoções de espaços públicos também vêm se estabelecendo como formas expressivas de gestão espacial. Nessa cidade, a prática das Adoções originou-se no Programa Adote uma Praça, criado pelo governo Alceu Collares (1985-1988), por meio da Lei Complementar 136, de julho de 1986, e atualmente é regida pela Lei Complementar 618, de junho de 2009. Sob o nome Adote uma Praça, o programa de Adoções de espaços públicos da Capital é gerenciado pela Secretaria do Meio Ambiente, e estabelece que qualquer entidade civil pode assumir a responsabilidade por área verde pública do Município, a saber, canteiros, rótulas, jardineiras, parques e praças.

Em instância legal superior à Lei das Adoções, de acordo com a Lei Orgânica do Município de Porto Alegre, para a promoção da vida digna dos habitantes, o espaço deve ser administrado com base em compromissos fundamentais, entre eles, a participação popular nas decisões (LEI ORGÂNICA..., 1990, TÍTULO I, CAP I, Art. 6º). Com relação ao tema desta pesquisa, faz-se importante destacar o que Lei expressa:

O uso de bens municipais por terceiros poderá ser feito mediante concessão, permissão ou autorização, conforme o caso, atendido o interesse público, coletivo ou social [...] Em qualquer hipótese, o Poder Público promoverá ampla discussão com a comunidade local (LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE, 1990, Tít. I, Cap. I, Art. 15º).

Como se observa, de acordo com a legislação pertinente, a intervenção privada no espaço público porto-alegrense prevê a participação da população, em nível de debate, ressaltando por isso a importância do usuário residente para o processo de gestão espacial urbana. Acerca da relevância desse tipo de participação no âmbito do planejamento urbano, França (2010, p.104-105) ratifica que, em se tratando da administração pública,

[...] é a sociedade que deve atuar nas primeiras trincheiras de defesa daquilo que é comum, da execução e gerenciamento das atividades estatais e de toda ação do Estado que, de alguma forma, reflete em suas vidas. Destarte, o controle social da Administração desponta como a atividade proativa de quem é cidadão [...]. A situação passiva e inerte do cidadão diante da atividade estatal abre perigosas brechas para que aquele que detém o poder possa abusar do mesmo. A operacionalização desse meio de controle da Administração é arma importante da luta contra o desvio do poder, da garantia do exercício do ideal de justiça no Estado onde vive e do almejado desenvolvimento socioeconômico dos participantes desse Estado.

Em consonância com esse autor, Bramwell e Lane (2000) afirmam que, no que tange aos espaços que sirvam ao turismo e ao lazer, a participação dos usuários é cada vez mais necessária, na medida em que se verifica haver a tendência de os atores privados compartilharem do planejamento espacial. Nesse sentido, todos os atores do processo em questão – os *stakeholders* – devem contribuir para a construção de arranjos colaborativos ou parcerias, visando ao desenvolvimento das ações de políticas públicas.

Sobre o lugar reservado aos usuários no processo de planejamento urbano, cabe destacar que, em Porto Alegre, verifica-se uma participação na instância da gestão do espaço, mais especificamente, de aplicação dos recursos do Município, e não no planejamento amplo da cidade. Assim, tal participação ocorre, ainda no nos dias atuais, em instância indireta, mediante as consultas para o programa de Orçamento Participativo, instrumento que posicionou a capital gaúcha como a cidade brasileira executora de um dos quarenta melhores modelos de gestão pública democrática do País, de acordo com o Programa Habitat da Organização das Nações Unidas – ONU,¹⁰ como aponta a Prefeitura Municipal da cidade.

Pelos exemplos expostos, na conjuntura brasileira dos investimentos privados em espaços públicos, independentemente da abrangência econômica dos contratos e da interferência espacial do setor privado, o importante é que o debate e a análise acerca das Adoções não são invalidados. Ao contrário, no que concerne tanto à concessão territorial parcial, como à total, a gestão do setor privado em substituição ao público ou em parceria com este é passível de análise em relação à percepção espacial dos usuários, visto que, em última instância, as intervenções são destinadas a eles.

¹⁰ Dados informados pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre em seu site oficial, no qual também se encontram demais informações sobre o Orçamento Participativo: <<http://www.portoalegre.rs.gov.br/op>>.

A discussão quanto à prática das Adoções refere-se, assim, ao fato de os cidadãos tornarem-se detentores do conhecimento acerca dos projetos que envolvam seu cotidiano, mais especificamente, seus espaços urbanos. Essa possibilidade de diálogo entre Estado e sociedade civil é que poderá torná-la uma “sociedade cidadã”, a qual “reúne indivíduos que tem consciência de um papel a desempenhar na organização política da vida social” (CHARAUDEAU, 2006, p. 60). A partir dessa perspectiva, é que se fará possível a instauração de projetos que efetivamente atendam o coletivo:

De fato para que a decisão seja coletiva é preciso, inicialmente, que os diversos indivíduos que compõem o coletivo entendam-se para a elaboração de um projeto comum, decorrente de um objetivo comum, o que supõe a existência de um espaço de discussão onde se elabore esse projeto comum. Em seguida, é preciso que o compromisso de ação, sempre sob responsabilidade do coletivo, seja firmado por um seu representante. Finalmente, é necessário que os meios escolhidos também tenham sido discutidos, a fim de que se estabeleça qual deles deverá ser utilizado pelo representante. Por sua vez, esse representante é obrigado a prestar contas de seus atos perante a coletividade, que deve prever mecanismos de controle dos atos praticados por seus representantes [...] Daí resulta uma organização da ação política que compreende um espaço de discussão dos objetivos a definir [...] um modo de acesso à representação do poder [...] e modalidades de controle [...] (CHARAUDEAU, 2006, p. 18).

Salienta-se a relevância que possui o debate sob o ponto de vista do planejamento urbano, pois, mais do que se versar sobre espaços que possam servir à divulgação de marcas, a dinâmica de Adoções refere-se, em uma instância mais profunda, à discussão acerca do valor do espaço para o lazer público, destinado tanto ao residente como ao visitante. Ressalta-se ainda que as intervenções do setor privado geralmente ocorrem, em maiores proporções, nas regiões não periféricas das cidades, nas quais o espaço é mais valorizado, em relação a outras áreas mais distantes do centro cujos equipamentos sejam equivalentes (SOUZA, 2010). Nesse sentido, uma vez que a construção dos territórios dá-se “como parte indissociável de processo identitário” (ARAUJO, 2007, p. 31), pelo jogo entre material e imaterial, eles são primeiro a constituição de um valor, tanto cultural como político e econômico, e subentendem tanto a apropriação simbólica como a dominação funcional por meio do espaço (HAESBAERTH, 2007).

A questão referente à participação dos usuários no planejamento e gestão do meio urbano, sob a égide de parcerias público-privadas, legitima-se tanto no âmbito do debate público, aberto, como na instância da avaliação de desempenho

espacial, medida a partir de instrumentos aplicados diretamente junto aos indivíduos que se apropriam dos espaços. Juntamente com a possibilidade da discussão, a elaboração de trabalhos que viabilizem a avaliação do uso e da satisfação dos indivíduos em relação ao seu meio produz dados concretos, os quais demonstram um cenário de como os usuários veem e elaboram seu meio, bem como apontam a forma de como eles gostariam que os espaços fossem planejados e geridos. Assim, em referência à prática de Adoção de espaços públicos abertos, faz-se pertinente, também, o estudo e a aplicação de metodologias alusivas à área Ambiente-Comportamento. Nessa direção, a seguir, são expostas as variáveis físico-espaciais pertinentes ao estudo do estímulo espacial e das respectivas respostas comportamentais dos indivíduos.

2.3 Relação entre os estudos Ambiente-Comportamento e as parcerias voltadas ao planejamento e à gestão de espaços urbanos

Todo ambiente construído provoca uma experiência sensorial nos indivíduos, a qual desencadeia um processo de percepção e apreensão do espaço. A partir de então, dá-se um processo cognitivo, no qual a informação percebida é acrescida de valor, tornando-se, assim, parte integrante da memória, sendo capaz de gerar expectativas, traduzidas, por fim, em atitudes individuais (LYNCH, 1960).

Esses processos de interação dos indivíduos com os ambientes são denominados de processos de percepção ambiental. Nessas interações, as pessoas usam os espaços como dimensões fundamentais de orientação pessoal em relação ao resto do mundo, de tal forma que eles são capazes de inserirem-se em vários procedimentos e organizações de um sistema social. A interpretação da percepção dos indivíduos acerca das informações espaciais é fundamental, sobretudo porque é de acordo com ela que o espaço é criado e adquire significado, constituindo-se em produto não verbal de normas e expectativas relacionadas às relações sociais. O espaço constitui-se, por conseguinte, em uma parte integral do processo de movimento e comunicação na sociedade, qualquer que seja sua escala, sendo que esses processos incluem todo o tipo de deslocamentos e comunicações (AMADEO et al., 2008; LYNCH, 1960).

Nessa perspectiva, é possível afirmar-se que o espaço exerce expressiva influência nas atividades e experiências humanas, mas é importante notar que seu significado e seus efeitos no contexto cotidiano não dependem somente das

propriedades físicas inerentes a ele, pois se relacionam também à interpretação que recebam dos indivíduos no processamento de informações (AMADEO et al., 2008). Por isso, a resposta do indivíduo ao meio não corresponde diretamente ao mundo real, mas à representação mental que ele construa do espaço (LYNCH, 1960).

Segundo Lynch (1960), as imagens mentais dos indivíduos quanto aos objetos e ambientes relacionam-se diretamente à imageabilidade espacial. O grau de imageabilidade advém da frequência com a qual o espaço seja identificado e lembrado pelas pessoas. Ele se consiste na característica de um objeto físico, o qual seja capaz de conferir alta probabilidade de evocar uma imagem forte em um observador, facilitando, assim, a criação e o estabelecimento de imagens mentais em relação a um espaço. Essas identificações e lembranças formam, em cada indivíduo, mapas mentais de espaços com os quais tenha contato e dos quais faça uso.

Conforme indicam estudos como os de Kaplan e Kaplan (1983, 1989), cada indivíduo desenvolve variados e distintos mapas mentais. Ao mesmo tempo, esses mapas relacionam-se de alguma forma entre si, o que sugere haver uma hierarquia na representação dos elementos dos mapas de cada pessoa, sendo importante abalizar que essa hierarquia refere-se ao arranjo de múltiplos níveis. Para esses autores, as pessoas não conhecem todos os detalhes de seu ambiente cotidiano e, por isso, elas tendem a lembrar dos elementos essenciais que as cercam, bem como a forma como eles se relacionam, criando, então, uma hierarquia, compreendendo um sistema de informações. Afirma-se, por conseguinte, que a imagem do lugar pode variar conforme a experiência ambiental de cada observador. No contexto urbano, por exemplo, a imagem de uma cidade não é única para todos os seus usuários, visto ser ela o produto de um processo bilateral entre observador e ambiente, no qual o observador confere significados ao que percebe. Na medida em que essa imagem torna-se consensual para um grupo significativo de pessoas, além da função de organização e orientação espacial, ela propicia o sentimento de pertencimento e identificação com a paisagem à qual faça referência, agregando a ela o sentido de lugar (AUGÉ, 2000; LYNCH, 1960). Ela pode favorecer, assim, o processo comunicacional entre indivíduos de um grupo (LYNCH, 1960).

No âmbito do planejamento urbano, o que interessa quanto à imagem da cidade é a produção de imagem consensual (ou de imagens consensuais) para um

número significativo de observadores. Esse resultado da percepção espacial dos usuários apresenta-se como importante ferramenta para planejadores urbanos cuja preocupação esteja centrada na criação de um ambiente que venha a ser usado por muitas pessoas (LYNCH, 1960), como os espaços públicos abertos. Nessa perspectiva, faz-se pertinente determinar a composição da imagem ambiental.

Estudos realizados por Lynch desde 1960 permitem afirmar que a imagem de um lugar caracteriza-se por três aspectos básicos, indissociáveis entre si: identidade (implica o reconhecimento de um lugar e sua diferenciação em referência a outros); estrutura (trata da forma e de sua relação com as estruturas adjacentes) e significado (trata do sentido afetivo que o lugar adquire para o observador) (LYNCH, 1960). Assim, tem-se que os elementos móveis de uma cidade, mais precisamente as pessoas, são tão importantes quanto as partes fixas que a compoñham.

Na realidade do planejamento e da gestão do meio urbano, mesmo após ocorrer a tomada de decisões, a construção ser completada e os espaços serem ocupados, é necessário ter-se um *feedback* acerca das experiências dos usuários nesses espaços, de forma que o planejamento possa ser readequado às necessidades reais de uso (LYNCH, 1962, p. 5). Essa seria uma das formas possíveis de participação dos usuários no contexto do planejamento urbano. Tal participação faz-se necessária, na medida em que o ambiente físico pode inibir ou facilitar comportamentos, afetando a maneira como os espaços sejam socialmente definidos e utilizados (LANG et al., 1987; WHITE, 1988).

No tocante ao uso, sabe-se que ele está relacionado ao grau de qualidade espacial, também quanto ao meio urbano. A esse respeito, a literatura indica que locais mais frequentados, em decorrência da apropriação dos usuários, tendem a ser mais bem sucedidos, em relação aos que sejam menos frequentados (WHITE, 1988).

Quanto aos espaços públicos, a mesma teoria é aplicável, sendo que a apropriação relaciona-se à atratividade espacial: o potencial de atração desses espaços é um ponto chave para sua apropriação por parte dos usuários. Um lugar é considerado como possuidor de qualidade espacial quando se apresenta atrativo aos indivíduos e, por isso, quanto maior a qualidade do espaço, tanto mais atrativo ele será para os usuários (JACOBS, 2000; LYNCH, 1960). Nessa mesma direção, Carr et al. (2007, p. 230) defendem que “uma compreensão dos propósitos de

lugares públicos e sua utilização por pessoas é essencial para qualquer especulação sobre suas qualidades”. Nessa perspectiva, tanto as cidades, em sua totalidade, como os diversos ambientes que a compõem, podem ser entendidos como atrativos, ou seja, cidades e/ou seus ambientes podem ser apontados como dotados de uma qualidade tal, que seja capaz de produzir um estímulo de atração nos indivíduos.

A esse respeito, sabe-se que a atratividade ambiental, bem como a apropriação e o uso, afetam a avaliação de desempenho de um espaço. Tal avaliação embasa-se em respostas dadas pelos usuários, as quais podem ser medidas por meio dos critérios de desempenho, correlatos ao nível de satisfação e ao comportamento dos usuários. Nesse sentido, a satisfação dos usuários é dependente de atributos contidos no espaço do qual se faz uso. Essa percepção pode nortear sobre a forma como o ambiente construído é capaz de atender às necessidades dos usuários (LANG, 1987), sendo ela, portanto, uma maneira de participação indireta dos usuários no processo de planejamento e gestão dos espaços públicos.

A literatura baliza uma série de elementos que compõem os espaços públicos, e que podem atrair e satisfazer os usuários (e.g. CARR et al., 2007; FRANCIS, 2003; JACOBS, 2000; WHITE, 1988). Dessa forma, quando se constata um nível de satisfação elevado dos usuários, verifica-se um bom desempenho do ambiente construído, em virtude desses elementos que o compõem, conforme indicam estudos como os de Lay (1992).

De acordo com a revisão da literatura anteriormente verificada neste trabalho (Capítulo 2, seção 2.2), na aplicação de investimentos oriundos de parcerias entre os setores público e privado, algumas variáveis que compõem os espaços públicos tendem a ser mais diretamente contempladas, em relação a outras, quais sejam: acessibilidade, aparência, conforto ambiental e segurança. No âmbito dos estudos de percepção ambiental, será verificado se essas variáveis foram afetadas, positiva ou negativamente, de acordo com a percepção dos usuários, em uma conjuntura de investimentos público-privados, tanto em referência às Áreas examinadas, bem como no que se refere ao contexto no qual elas estão inseridas – posteriormente apresentados no Capítulo 3, Metodologia.

A proposta que este estudo encerra na área de estudos Ambiente-Comportamento foca-se, substancialmente, na percepção de desempenho dos espaços após a ocorrência de intervenções privadas, concretizadas em um sistema

de parceria com o Poder Público. Assim, não se objetiva uma avaliação pós-ocupação, através da consideração das variáveis supracitadas, mas o entendimento acerca de haver a necessidade de readequação dos projetos, mediante a percepção dos usuários onde há implementação de consorciamentos urbanos.

2.3.1 Acessibilidade

A apropriação dos espaços públicos abertos ocorre na medida em que a acessibilidade faz-se possível para os usuários (KAPLAN; KAPLAN; RYAN, 1998). O que torna um espaço “aberto” é a possibilidade de haver acesso universal a ele (CARR et al., 2007; SERPA, 2007), de modo que o controle do sistema de acesso espacial, conforme referenciado anteriormente (Capítulo 2, seção 2.2), é um dos principais meios de controle social existente.

Segundo Lynch (1960), a equidade de acesso a diferentes componentes e atividades do espaço é importante indicador de apropriação. Quanto maior for a acessibilidade, tanto maior será a diversidade de uso, ligada diretamente à diversidade de usuários (JACOBS, 2000). Assim, a acessibilidade influencia na forma de apropriação espacial, e melhorar-se o sistema de acessibilidade de uma cidade consiste, pois, em se abolirem barreiras físicas e simbólicas que possam impedir apropriação e uso de espaços públicos.

Os diferentes elementos que compõem a acessibilidade podem facilitar ou dificultar a apropriação de determinado espaço, afetando-se diretamente a forma como os ambientes são percebidos e interpretados pelos usuários ou por usuários em potencial. Por isso, é pertinente abalizar que a acessibilidade pode ser classificada como física, visual e simbólica, e assim será tratada quanto aos objetivos desta pesquisa.

No que se refere à acessibilidade física, segundo White (1988), a localização é elemento primordial em relação a um mobiliário urbano, ou a um atrativo de qualquer natureza que esteja inserido na malha urbana. De forma geral, a acessibilidade física relaciona-se a elementos como sinalização, vias de acesso, disponibilização de transporte e *layout* adequado a um uso público do espaço projetado (CARR et al., 2007).

No que compete à acessibilidade visual, tem-se que ela está diretamente relacionada à possibilidade de visualização de determinados espaços por parte dos usuários. Em espaços cuja visibilidade seja melhor, verifica-se haver uma tendência

de aumento no fluxo de uso. Nada obstante, a acessibilidade visual associa-se ao sentimento de segurança que os usuários desenvolvam em relação a um espaço, o que interfere, conseqüentemente, na decisão de uso de determinados ambientes inseridos em um espaço maior, ou ainda, na tomada de decisão para uso de um espaço como um todo (CARR et al., 2007).

Em relação à acessibilidade simbólica, sabe-se que ela está ligada à noção de pertencimento a um espaço, ou seja, ela alude à representação que os espaços adquiram, a partir de intervenções relacionadas às possibilidades de acesso e uso. Assim, ela é verificada na medida em que sejam identificados sinais, marcos e/ou representações espaciais que indiquem se determinado indivíduo ou grupo de pessoas seja bem vindo em um espaço (CARR et al., 2007). Em suma, os três tipos de acessibilidade espacial – física, visual e simbólica – interagem e apontam, em graus diferentes entre si, quem pode entrar no espaço e, ainda, quem desenvolve seu controle de uso (idem).

2.3.2 Aparência

O espaço, incluindo-se aí aquele de uso e domínio público, apresenta-se sob duas dimensões: dimensão formal, relativa à estrutura (forma, cores, mobiliários); e dimensão simbólica, relacionada aos aspectos de familiaridade e historicidade (KAPLAN et al., 1983). Neste trabalho, no campo de análise da aparência, ambas as dimensões serão consideradas. Para fins dos objetivos aos quais esta pesquisa se propõe, pretende-se verificar quais elementos (formais ou simbólicos) contribuem mais fortemente para a avaliação do desempenho ambiental de espaços adotados.

2.3.2.1 Dimensão formal

A aparência faz parte do processo de construção de imagem do lugar e indica haver elementos em uma paisagem que a tornam dotada de atenção inevitável (LYNCH, 1960). Itens como dimensões das ruas, arborização e harmonia arquitetônica compõem a aparência dos espaços (KAPLAN et al., 1998). Assim, a arquitetura e os elementos físicos fazem com que se reafirme a importância da qualificação estética do meio (CÁRDENAS, 1998).

Sobre a avaliação ambiental, embora se saiba que os usuários fazem-na por meio de todos os sentidos, ela ocorre mormente pela visão. Sendo este um sentido dominante para a percepção ambiental, elementos como iluminação, manutenção e desenho da paisagem, bem como as condições do entorno, quando adequados, são imprescindíveis à avaliação dos usuários, contribuindo para a formação de uma aparência tida como positiva (KAPLAN et al., 1998). Destarte, ambientes públicos abertos que congreguem esses fatores mais harmoniosamente, configurando-se como espaços mais agradáveis – com maior nível de agradabilidade –, tendem a atrair mais usuários e por um período maior (FRANCIS, 2003; LYNCH, 1960).

Em adição, Lay (1992) afirma que o grau de imageabilidade do lugar – medido pelo grau de espacialidade e pelo grau de clareza da estrutura de um ambiente –, então agregado a construções, afeta a percepção que se tenha acerca da aparência. Nesse sentido, também o nível de manutenção do ambiente é fator chave para sua avaliação. Espaços abertos bem cuidados, por exemplo, tendem a obter maior grau de satisfação de seus usuários, sendo considerados mais belos, ao passo que os menos cuidados são associados a elementos como insegurança e sujeira. Por isso, a manutenção é um elemento que corrobora para agregar prestígio a um lugar e sua conseqüente apropriação (LANG, 1994; LAY, 1992).

Acerca da boa manutenção e da disposição adequada dos elementos em um espaço, é sabido que contribuem para o destaque positivo dos espaços públicos e para uma conseqüente vida pública saudável. Essa busca pela melhora do espaço construído nos ambientes públicos é um dos principais objetivos dos planejadores e administradores urbanos, também porque um dos resultados obtidos é a avaliação positiva, por parte dos usuários, acerca da gestão efetivada (CARR et al., 2007). Por isso, é relevante a análise da estrutura formal resultante das intervenções realizadas a partir das parcerias entre os setores público e privado, visto que quanto maior for a melhora percebida, tanto maior tenderá a ser a avaliação positiva a esse tipo de gestão.

2.3.2.2 Dimensão simbólica

Para além da dimensão relativa à estrutura, é necessário, ainda, considerarem-se os processos cognitivos que os observadores e usuários desenvolvem acerca dos espaços. Conforme Lynch (1960), os usuários também

elaboram associações com as formas urbanas a partir de suas experiências pregressas, abarcadas no campo da memória, sendo ela tanto individual como coletiva (BARRETTO, 2000; BELLO, 1997; HALBWACHS, 1990). A esse respeito, a literatura indica que as conexões simbólicas estabelecidas pelos usuários com os espaços emergem de tal forma, que são capazes de influenciar, também, o grau de uso destes e a decisão da apropriação espacial (LYNCH, 1960).

Estudos indicam que o julgamento dos espaços embasado na cognição dá-se em consequência de situações diversas, tais como: ocasiões vivenciadas em decorrência de história familiar do indivíduo; experiências pessoais de relacionamento social ocorridas no espaço; associações históricas decorrentes da memória coletiva de uma determinada sociedade; e influência da opinião pública, expressa em meios de comunicação, por exemplo (BELLO, 1997; FERREIRA DOS SANTOS; VOGEL, 1981). Nesse contexto, a dificuldade de se ofertar um ambiente público que abrigue um conjunto de elementos físicos para atender a um amplo número de usuários reside em se conseguir generalizar a aceitabilidade por parte desses diversos indivíduos (LANG, 1974). Na medida em que um ambiente seja capaz de atender às necessidades de distintos grupos, é que se verifica sua qualidade também no âmbito estético (LYNCH, 1960).

Igualmente no domínio do planejamento urbano, quando se objetiva disponibilizar espaços abertos de qualidade, é necessário que os projetos do ambiente construído, bem como sua gestão, centrem-se na compreensão que os usuários detenham acerca dos elementos disponibilizados a eles. No tocante aos ambientes utilizados no âmbito do turismo e do lazer no meio urbano, essa relação entre elementos e respectivos significados novamente deve ser observada, em especial porque o lazer também é responsável pelo bom desempenho ambiental, tal como sugere a Carta de Atenas (LE CORBUSIER, 1993). Assim, de acordo com Doren et al. (1983), ao não atenderem funcionalmente às atividades de lazer, as cidades podem ter o campo de integração social prejudicado.

Nessa perspectiva, faz-se necessário observar o grau de legibilidade dos ambientes atribuído pelos usuários. Por legibilidade, toma-se a definição adotada por Lynch (1960), na década de 1960, a saber, a qualidade visual de um espaço (uma cidade como um todo, ou uma área determinada), obtida por meio do estudo da imagem mental de seus usuários. Em suma, a legibilidade consiste na clareza

com que as partes de uma cidade possam ser organizadas em uma estrutura, ratificando-se aí a importância do estudo da relação entre usuários e espaço.

O grau de legibilidade espacial e a consequente apreensão das imagens que os usuários tenham de um determinado espaço dependem de elementos relacionados à atratividade ambiental. Para aumentar a legibilidade, uma cena necessita ter algum componente memorável, que ajude na orientação espacial (KAPLAN; KAPLAN; RYAN, 1998). Como exemplos desses componentes, Lynch (1960) afirma serem os marcos algumas das mais importantes referências externas físicas, podendo ser definidos como edificações, sinais, lojas ou componentes de natureza, entre outros. Eles podem ser distantes, de grandes proporções, ou de menores proporções, podendo então ser vistos somente a partir de certa proximidade, em lugares restritos. Os marcos isolados são utilizados, geralmente, como indicadores de identidade ou de estrutura e, a menos que sejam dominantes, tendem a ser referências fracas por si só, e seu reconhecimento exige uma atenção contínua; contudo, se forem agrupados, reforçam-se mutuamente (idem, p. 113). Em síntese, tem-se que a legibilidade, quando apresentada de forma clara ao usuário, contribui para a preferência estética, por tornar o ambiente mais compreensível.

Ainda considerando-se a relação entre qualidade espacial e estética, é possível elucidar a interferência de investidores privados em espaços públicos abertos de lazer e turismo. Almejando-se uma qualidade tal capaz de contemplar diversidade de usuários, cada vez mais, os investidores privados tendem a agregar mensagens que aproximem os usuários dos elementos fixos projetados no espaço (Figura 5). A esse respeito, Cullen (1996) afirma que as formas de publicidade no meio urbano, por algumas vezes ignoradas pelos urbanistas, constituem contribuição significativa à paisagem urbana.



Figura 5 - Exemplo de mensagem visual veiculada por investidor privado em ambiente público; destaque para o *slogan*.

Fonte: acervo da autora, 2011.

Não é raro encontrarem-se, na contemporaneidade, cidades que abriguem mensagens publicitárias também em seus espaços abertos de uso público. Tal fenômeno intensifica-se se o espaço for gerido em parceria com um investidor privado. Segundo Cullen (1996), essa seria uma das mais importantes contribuições à paisagem das cidades, ou modificações, verificadas a partir do século XX. Dado seu impacto significativo, não são raras as discussões acerca da validade e da interferência da publicidade no meio público. O autor (*ibid.*, p.153) escreve que comumente são estabelecidos argumentos para se rechaçarem esses apelos visuais, quais sejam,

Os anúncios são incongruentes e, portanto, contrários ao bem estar das populações. Invadem os espaços públicos, e os habitantes não têm outro remédio senão reparar neles. Banalizam o ambiente e vêm degradar o gosto popular. Distraem os condutores e os utentes das vias.

Na contramão da exploração dos espaços públicos pela publicidade, cidades brasileiras, como o Rio de Janeiro,¹¹ ofertam aparelhos em espaços de lazer e turismo – portanto de alto grau de visibilidade –, sem, contudo, comprometer a aparência do ambiente com questões mercadológicas. Em uma comparação direta

¹¹ O Projeto de Academia da Terceira Idade, no Rio de Janeiro, é aplicado e desenvolvido pela Secretaria Especial de Envelhecimento Saudável e Qualidade de Vida (SESQV), desde 2009. Ao todo, as Academias somam 61 pontos naquela cidade, mediante investimentos públicos municipais.

com a cidade de Porto Alegre, por exemplo, percebe-se a diferença que há entre um mesmo projeto, qual seja, academia ao ar livre destinada à terceira idade, em ambientes com propósitos similares, conforme vê-se na Figura 6.



Figura 6 - Comparação entre elementos publicitários de projetos em espaços públicos: Praça Antero de Quental, Rio de Janeiro/ RJ; Parque Farroupilha, Porto Alegre/ RS (da esquerda para a direita, respectivamente).

Fonte: acervo da autora, 2011.

Pelo exposto, tem-se que questões ligadas à aparência podem ser facilmente relacionadas ao planejamento e à forma de se gerirem espaços de lazer e turismo, ou mesmo a cidades inteiras. Assim, dada a força que o quesito aparência exerce na percepção ambiental de usuários, é pertinente avaliá-lo relativamente aos objetivos deste trabalho.

2.3.3 Conforto ambiental

Sobre o conforto ambiental, a literatura (e.g. CARR et al., 2007) aponta a necessidade de os indivíduos encontrarem adequação no espaço em que estejam inseridos, tanto sob o aspecto físico, como psicológico. Lynch (1960) define *adequação* como o grau de ajuste de espaços ou objetos aos usuários. Esse autor ressalva ser necessário considerarem-se aspectos culturais quando da análise do nível de conforto ambiental atribuído a um espaço por parte dos usuários, visto que as avaliações de conforto ambiental não dependem somente de fatores fisiológicos. Ainda assim, de forma geral, o conforto ou a adequação ambiental, apesar de ter níveis diferentes de acordo com cada usuário, liga-se a elementos básicos avaliados para a tomada de decisão quando da apropriação espacial, quais sejam: mobiliário adequado às práticas que o espaço proponha; ambientação adequada ao uso;

conforto térmico; limpeza; segurança; e dimensões adequadas do espaço, de forma que os usuários sintam-se confortáveis não apenas em um ou alguns dos ambientes, mas em todo o perímetro espacial à disposição (JACOBS, 2000). Em complemento, Cullen (1996, p. 23) exemplifica que a apropriação espacial, ligada a elementos de conforto ambiental, é geralmente mais bem sucedida em ambientes que ofereçam água, sombra e conveniência de uso.

No ambiente urbano, o conforto ambiental relaciona-se mais fortemente aos quesitos de infraestrutura, a qual deve facilitar as atividades dos usuários. Marcus e Francis (1998) ainda indicam ser necessário preservar-se certo grau de segregação em espaços abertos de uso público, para se evitarem conflitos entre os diversos grupos frequentadores. Nesse sentido, é pertinente haver espaços destinados especificamente ao lazer de crianças, jovens, adultos, idosos, mulheres e homens, de maneira a se contribuir para o sucesso do lugar.

A existência de elementos naturais, como vegetação (no que se refere à função de abrigo e quanto à interferência climática que exerce no ambiente), em contraste significativo com edificações do entorno, e a disponibilização de assentos em número suficiente aos usuários são elementos que corroboram para a sensação de relaxamento, sendo então responsáveis pelo prolongamento da estada no ambiente e, por conseguinte, pela melhor avaliação dos espaços (FRANCIS, 2003; WHITE, 1988). Já a inexistência do atendimento funcional dos espaços às necessidades de conforto ambiental dos usuários prejudica a integração social, bem como o tempo de uso dos espaços (FRANCIS, 2003). Consequentemente, os espaços são menos apropriados, portanto disfuncionais, sem terem um propósito satisfatório na malha urbana.

2.3.4 Segurança

Em especial nos grandes centros urbanos, lugares públicos de baixo grau de apropriação e uso indevido preocupam não apenas pela má administração da verba pública, mas pelos efeitos negativos sobre o ambiente, entre eles o aumento da insegurança. Esse fator, substancial para uso do espaço, exerce particular influência na avaliação de usuários, tanto para realização de atividades funcionais (trabalho e compras, por exemplo), como para atividade de lazer. Ele se relaciona a fatores de percepção da desordem física e social do ambiente, estando cada vez mais ligado a elementos de orientação de trânsito e criminalidade (JACOBS, 2000).

Nesse sentido, ainda que projetados com variada gama de atrativos em seu perímetro, espaços públicos cuja localização geográfica esteja relacionada à má orientação de tráfego de automóveis e/ou a condições precárias de segurança quanto à ocorrência de crimes (então pautada por fatores como falta de policiamento e pouca visibilidade) tendem a gerar baixo grau de uso, de forma que sua impopularidade pode acarretar vandalismo e, conseqüentemente, menor grau de utilização adequada, e, até mesmo, rejeição e esvaziamento (FRANCIS, 2003; JACOBS, 2000; MARCUS; FRANCIS, 1998). Ainda no que se refere à percepção de segurança nesse tipo de ambiente, cabe destacar que o *layout* tem papel importante para o grau de aceitabilidade dos usuários. Isso porque o medo de se frequentar um espaço pode ligar-se tanto a causas sociais, como à estrutura espacial. Assim, quando esta é projetada de maneira a não corresponder às expectativas de exploração por parte dos usuários, mais especificamente no que se refere à acessibilidade visual, o sentimento gerado é o de frustração, acarretando desuso espacial (KAPLAN et al., 1998).

Especificamente em relação aos espaços abertos públicos, é importante notar que estudos como os de White (1988) e Basso (2001) sinalizam que a percepção de segurança, por parte do observador, tende a aumentar o uso nesse tipo de espaço, contribuindo para o incremento das relações de sociabilidade. Em adição, Hillier (1988) estabelece que, quanto maior a presença das pessoas, tanto maior é o que o autor chama de “vigilância natural do espaço”, elemento que colabora para o sentimento e o estabelecimento da segurança em um ambiente não privado aberto.

No que tange aos espaços administrados por alguma modalidade de parceria público-privado, sabe-se que o efetivo para vigilância permanece sob a égide do Poder Público. Assim, nos espaços públicos, a contribuição do setor privado reside, *a priori*, na disposição de mobiliários, na iluminação, no paisagismo e na oferta de atividades adequadas. Todas essas variáveis conectam-se à percepção de segurança dos usuários, influenciando, assim, na intensidade de uso dos espaços.

2.4 Considerações sobre o lineamento teórico e hipóteses

A revisão da literatura exposta neste capítulo aponta que a apropriação do espaço pelos usuários relaciona-se diretamente à forma como eles o percebem e cognizam o espaço. A partir de então, inferem suas avaliações sobre os projetos urbanos para espaços abertos, incluindo-se aí os de lazer e turismo. Espaços com alto grau de uso tendem a ser avaliados como bem sucedidos, uma vez que apresentam a importante característica da vitalidade. Nesse sentido, variáveis físico-espaciais como acessibilidade, aparência, conforto ambiental e segurança influenciam a apropriação e a consequente avaliação de qualidade dos espaços públicos e, por isso, são importantes indicadores de avaliação do desempenho ambiental.

Também de acordo com as referências pertinentes, verifica-se ser possível haver tanto sentimento de aceitabilidade, como de rejeição quanto aos espaços planejados e geridos sob alguma modalidade de parceria público-privado. Tal sentimento adverso pode ocorrer em duas esferas: no âmbito físico e no simbólico. Concomitantemente à apropriação de espaços abertos onde ocorra parceria entre os setores público e privado, o sentimento de rejeição, por parte dos usuários, pode decorrer da presença de marcos referenciais provenientes de tais parcerias, então interpretados como uma interferência indevida no espaço público. Em adição, o sentimento contrário pode decorrer da simbologia dessa forma de planejamento e gestão espacial, ou seja, do que representa, para o usuário, a interferência de investimentos do setor privado em um espaço público.

Embora esses consorciamentos urbanos tenham surgido há mais de três séculos, as discussões aprofundadas acerca deles é recente, em especial em países com pouca tradição de executá-los, como é o caso do Brasil. Globalmente, sua efetivação é verificada, em maior grau de intensidade, em especial nos espaços considerados detentores de potencial de visibilidade e atratividade. Assim, essas práticas são processadas tanto onde se desenvolva o lazer local – destinado aos residentes –, como também onde se averiguem os fluxos turísticos, capazes de potencializar a visibilidade de investidores, dada a amplitude de público consumidor em potencial do espaço.

Com a disseminação das parcerias público-privadas, especialmente ao longo do século XX, em países de regime capitalista, parece ter ocorrido uma

reforma do Estado a partir da qual a função deste e do empresariado passou por mudanças. Em consequência, a percepção dos cidadãos acerca dessas duas esferas – pública e privada – também se reformulou. Em países com tradição no emprego das parcerias, por exemplo, o setor público já é tido como um ente regulador, ao passo que o privado é aceito como viabilizador e realizador, tanto de obras como de serviços entregues ao público em geral, então tratado como consumidor. Nessa realidade, as cidades que adotam tais práticas de forma recorrente inserem-se na perspectiva de cidades competitivas, geridas, predominantemente, por uma forma de administração denominada *gerencial*.

Embora haja conflito de opiniões nesses países, é naqueles onde a prática de consorciamento urbano ainda é relativamente nova, como é o caso do Brasil, que se verifica maior acuidade em se discutir o tema. Sob o discurso de se estabelecerem, principalmente, em decorrência de restrições orçamentárias e da possibilidade de aumento da eficiência para provisão de serviços públicos, essas parcerias são incentivadas pelos governos, gerando uma ambiguidade na percepção dos usuários quanto à interpretação do espaço urbano regido por elas. Assim, ao passo que os usuários ainda veem o Estado como aquele que deveria prover os serviços e as obras públicas, também podem aceitar a interferência privada, ainda que com resistência ante uma possível privatização do ambiente, concretizada por meio de marcos físicos referenciais e por práticas de gestão espacial que assinalam atendimento a interesses de grupos isolados.

Sob essa perspectiva, a inclusão dos usuários em processos de planejamento das cidades é indispensável no que se refere ao trato do lazer e do turismo urbanos. Ademais, considerando-se que os usuários do espaço devam ter papel ativo na percepção do mundo, contribuindo incisivamente para o desenvolvimento de sua imagem ambiental (LYNCH, 1960), confirma-se a necessidade de se apurar a percepção desses atores quanto às políticas de gestão espacial analisadas pela pesquisa, por meio dos ambientes selecionados.

Esse cenário de dualidade entre apropriação do bem público e a possível rejeição ao que representa a intervenção do capital privado em espaços abertos de lazer e turismo, em consonância com o que regem estudos acerca do tema aqui tratado, pontuou os objetivos deste trabalho e as hipóteses que o norteiam. Dessa forma, as hipóteses desta pesquisa são assim expressas: a) o grau de aceitabilidade das intervenções privadas, por parte dos usuários, está associado ao entendimento

que estes detêm quanto à relevância das parcerias público-privadas, para provimento de lazer e turismo em espaços públicos abertos no meio urbano; e b) em espaços adotados, quanto mais positiva for a avaliação de desempenho referente a eles, tanto maior será o nível de aceitabilidade, por parte dos usuários, em relação aos investimentos privados destinados a espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo.

3 METODOLOGIA

3.1 Introdução à metodologia

No capítulo anterior, foram expostas as dimensões associadas ao problema desta pesquisa. Foram ainda caracterizadas as dinâmicas de investimentos entre as instâncias públicas e privadas, em espaços públicos abertos, que amparam práticas de turismo e lazer. Em adição, foram apontadas dimensões de estudos da área Ambiente-Comportamento correlatas ao tema do trabalho.

Neste capítulo, serão dispostos os critérios de seleção e os estudos de caso utilizados na pesquisa, os quais abrangeram três áreas. Subsequentemente, haverá exposição dos procedimentos metodológicos empregados nesses estudos.

Para suscitar a discussão acerca do problema da pesquisa, bem como para alcançar seus objetivos, entre os quais se encontra a colaboração à análise dos procedimentos de planejamento e gestão afetos às parcerias do tipo Adoção, serão examinados espaços públicos urbanos de lazer e turismo cujas alterações possam ser visualmente referenciadas por elementos identificadores provenientes de investimentos do setor privado, em parceria com o setor público. Os critérios de seleção da cidade na qual a pesquisa se desenvolveu embasaram-se em:

- a) existência de lei que regulamente Adoções de áreas urbanas, em ambientes abertos e de acesso público;
- b) substancial grau de relevância de intervenções verificadas em espaços públicos abertos, representadas elementos físicos, resultantes de parcerias entre os setores público e privado, mais precisamente de Adoções;
- c) constatação da existência de espaços com intervenções provenientes de parcerias entre setores público e privado, localizados em cidade cuja legislação municipal preveja a participação da população no planejamento urbano, de forma que seja possível estudar como ocorre essa participação na prática, bem como equipará-la à percepção ambiental de usuários;
- d) verificação de projetos de médio porte, os quais já tenham estimulado repercussão pública considerável, mas sobre os quais não se tenha

precisão do grau de participação dos usuários tanto para seu processo de implementação, como para avaliação de desempenho;

e) existência de frequência turística relevante, cujos dados possam ser pautados em pesquisas oficiais do Município; e

f) existência de espaços com *status* de ícones urbanos, confirmado por abranger importante fluxo de pessoas, tanto de residentes como de visitantes, com incremento de investimentos do setor privado, concretizados por meio de Adoções.

Como forma de se analisar o tema *percepção espacial/ planejamento urbano/ espaços públicos de lazer e turismo*, bem como de se testarem as hipóteses do trabalho, foi aplicada pesquisa na cidade brasileira de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, a qual atende aos critérios elencados.

3.2 Porto Alegre e a relação com o tema proposto

Porto Alegre é a capital do Rio Grande do Sul (Figura 7). A cidade abrange área de 49.668,399 hectares, com uma população de 1.409.351 pessoas, (IBGE, 2010).

Em 1821, Porto Alegre ganhou o *status* de cidade, conferido pelo imperador Dom Pedro II. No século seguinte, devido a sua expansão comercial e urbana, destacou-se entre as demais cidades do Rio Grande do Sul e projetou-se no cenário nacional.

Já na primeira metade da década de 1930, quando o fenômeno turístico ainda não era analisado sob o enfoque científico, Loureiro da Silva e Pereira Paiva relacionavam elementos de lazer local e de turismo em um mesmo documento, ao fazerem referência a Porto Alegre. Em *Um plano de urbanização*, publicado mais tarde, em 1943, ressaltavam a importância da criação de “espaços livres para recreio da população”, a saber, parques e praças (LOUREIRO DA SILVA; PEREIRA PAIVA. 1943, p. 1). Por associação imediata, apontavam Porto Alegre como “fadada a ser um grande centro de turismo” (ibid., p. 2) a partir desses equipamentos, além de outros aparatos que serviriam à melhoria das condições de vida na cidade. Assim, ainda na primeira metade do século passado, percebe-se já haver menção, por parte do poder público, a espaços de lazer local como passíveis de atração de

fluxo turístico, vistos então como outra forma de se rentabilizar melhor os investimentos na capital.

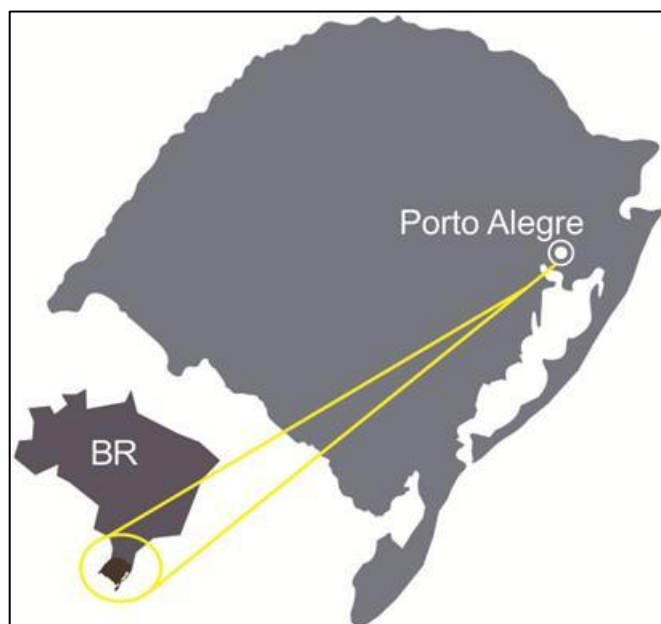


Figura 7 - Localização de Porto Alegre.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Em especial no que se refere à segunda metade do século XX, Porto Alegre experienciou grande crescimento demográfico, muito em virtude do êxodo rural, além da influência da industrialização massiva. Em proporção também notável, a projeção de espaços voltados ao lazer dos residentes passou a ganhar evidência nas políticas de planejamento urbano. Em 1979, Porto Alegre já possuía três parques públicos e 151 praças. Atualmente, no que tange a esses espaços de lazer, de aproveitamento turístico, a capital conta com onze parques e 597 praças (PORTO ALEGRE, 2010).

3.2.1 Indicadores atuais

Segundo dados censitários, a economia de Porto Alegre baseia-se substancialmente em atividades do setor terciário, com crescimento de comércio e serviços (Figura 8). Em relação aos investimentos e gastos públicos, de acordo o Plano Plurianual 2010-2013 de Porto Alegre, a receita total e a despesa estimadas para a cidade entre os anos de 2010 e 2013 são fixadas em iguais valores de R\$ 15.139.000.265, considerando-se uma reserva de R\$ 169.872.415 (para verificação

de previsão por anos, consultar Anexo B). Do total de despesas, os maiores investimentos do Município são previstos para a saúde, o saneamento, a educação e previdência social, respectivamente. O setor de menor aplicação de verba é o de relações exteriores, antecedido pelo da agricultura, ciência e tecnologia e de direitos da cidadania (PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE, 2009).

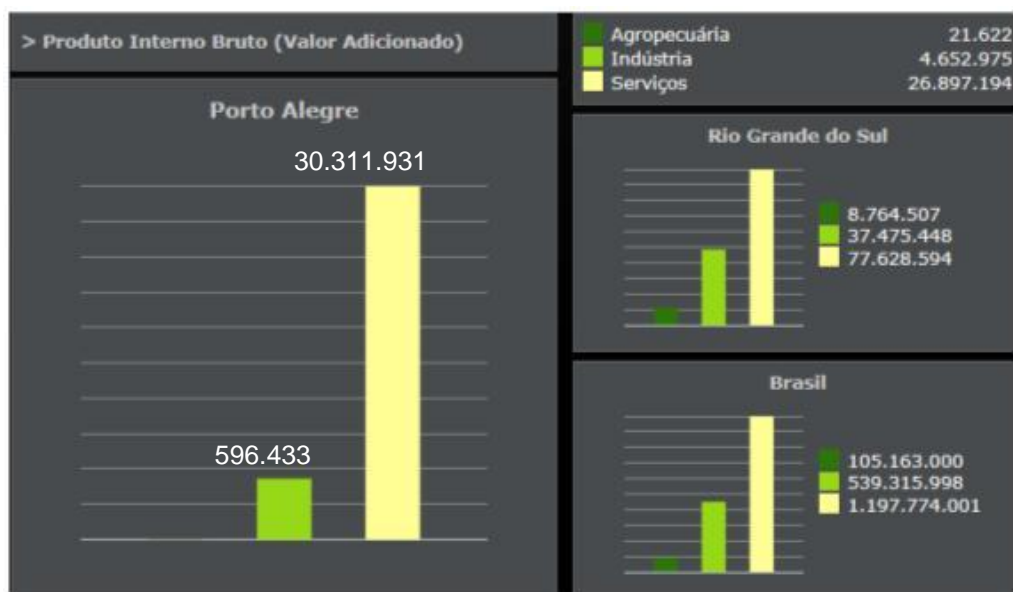


Figura 8 - Gráficos comparativos para representação da economia de Porto Alegre.
Fonte: IBGE, 2010.

Inserido no segmento de aplicação denominado “desporto e lazer”, o lazer figura em quinta colocação, enquanto os investimentos para o setor de urbanismo representam 2,73% do total de despesas previstas para o quadriênio. De acordo com o mesmo documento, o turismo não configura eixo específico de investimentos, mas tem previsão de aplicação de recursos, estando inserido em programas de governo, como o Cidade Inovadora (Turismo Rural), Cidade Integrada (Turismo Cultural) e Cresce Porto Alegre (educação e sensibilização para o turismo; Centros de Informações Turísticas e banco de dados turístico; qualificação de infraestrutura turística; e promoção turística), somando investimentos de R\$ 5.788.002, aproximadamente 0,04% do total de despesas do Município (PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE, 2009). Nada obstante, como abaliza o Secretário Municipal de Turismo, Raul Mendes da Rocha, é importante considerar-se a soma dos investimentos em contratações, infraestrutura e aprimoramento de mão de obra, o que eleva a verba da Secretaria para 0,16% do total do orçamento municipal. O

Secretário ainda informa que esse somatório tende a crescer, levando-se em conta a importância mundial do segmento turístico e, conseqüentemente, o destaque do turismo brasileiro no cenário global, além, especificamente, dos eventos que Porto Alegre tem captado, bem como a ocorrência de jogos da Copa do Mundo Fifa 2014 na cidade.

Em adição, cabe ressaltar a difícil mensuração de investimentos empregados no turismo de uma cidade, o que se aplica também a Porto Alegre. Isso porque o turismo é incrementado indiretamente por investimentos indiretos que o afetam e dos quais ele depende, como saneamento, transporte, iluminação, serviços de limpeza e paisagismo urbano, entre outros. Nesse sentido, para além das verbas absolutas destinadas ao turismo, no Município de Porto Alegre, cabe salientar que tal setor é indiretamente influenciado, tanto positiva quanto negativamente, por investimentos empregados em diversas áreas.

Nessa perspectiva, a escolha de Porto Alegre para este estudo fundamenta-se, substancialmente, na crescente importância que a cidade vem ocupando no panorama nacional de análise comparativa turística, proveniente dos resultados de esforços conjugados entre empresariado e setor público. Atualmente, a cidade situa-se no 4º lugar do *ranking* brasileiro das sedes de eventos internacionais e está entre os cinco principais destinos nacionais de turismo de negócios e eventos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007), movimentando, portanto, importante fluxo turístico em seu meio urbano.

Devido às características socioeconômicas e geográficas de Porto Alegre, prevaleceu e estabeleceu-se na cidade o segmento de Turismo Urbano. Complementando essa segmentação mais abrangente, tem-se observado que o fomento ao Turismo Cultural e ao Turismo de Eventos avança significativamente, como forma de se rentabilizar e tornar viável economicamente o turismo, de maneira que os resultados sejam capazes de refletir o atendimento a uma demanda mais ampla.

A articulação do setor turístico da capital gaúcha teve importante progresso com a criação da Secretaria Municipal de Turismo (SMTUR), em 10 de outubro de 2007, pela Lei 10.266. Até então, os assuntos do turismo estavam afetos ao Gabinete de Turismo (GTUR), órgão integrado ao gabinete do Prefeito, setor que absorveu o extinto Escritório Municipal de Turismo, então vinculado à Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio. De acordo com a SMTUR, suas

políticas de ações são desenvolvidas no âmbito da governança, buscando a consolidação, o desenvolvimento e a qualificação da oferta turística da cidade, na geração e distribuição da informação turística, na promoção e no apoio à comercialização de Porto Alegre como destino turístico e na gestão das relações institucionais (PORTO ALEGRE, 2007).

Em relação aos atrativos de Porto Alegre, de acordo com recente estudo da SMTUR (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, 2010) acerca desse tema, a demanda nacional de turistas avaliou os parques como principais atributos turísticos da capital, num total de 15% de inferência, sendo o Parque Farroupilha o atrativo mais mencionado pelos respondentes da pesquisa. Além dos parques, os atrativos culturais, o comércio e as áreas naturais foram citados entre os cinco principais motivadores para as viagens turísticas, importante posição em relação ao *ranking* geral. Já a partir desses dados, sinaliza-se que esse conjunto de motivações turísticas relaciona-se diretamente às características das Áreas selecionadas como recorte de estudo nesta pesquisa, tal como será evidenciado posteriormente (Capítulo 3, seção 3.4). A Tabela 1 expressa os principais segmentos turísticos da capital referenciados pelos participantes da pesquisa em questão.

Tabela 1 – Principais atrativos de Porto Alegre para a demanda turística nacional em 2010

QUAIS OS PRINCIPAIS ATRIBUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS DE PORTO ALEGRE?	F	%
Não Sabe/ Não Respondeu	78	22%
Parques	52	15%
Atrativos Culturais	41	12%
Compras	32	9%
Sítio Natural/ Paisagem	31	9%
Programação Cultural	26	7%
Gastronomia	22	6%
Diversão Noturna	21	6%
Bairros da Cidade	18	5%
Futebol	13	4%
Estrutura Urbana e Serviços Públicos	7	2%
Hospitalidade	4	1%
Eventos	3	1%
Serviços de Saúde	3	1%
Negócios	1	0%
TOTAL ENTREVISTAS	244	
TOTAL RESPOSTAS	352	100%

Fonte: Prefeitura de Porto Alegre, 2010.

Outra pesquisa, também realizada pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre, por meio da SMTUR, gerou o *Boletim Estatístico Municipal do Turismo em Porto Alegre – BEMTUR*. Nele, são expressos os principais indicadores turísticos e os avanços de Porto Alegre neste campo, nos últimos três anos, com especial destaque para o ano de 2011 (Quadro 1). No documento, a Secretaria informou que o setor turístico de Porto Alegre acumulou crescimento de 35% no volume de Imposto Sobre Serviços (ISS) e Simples, arrecadados nos últimos três anos, colaborando de forma expressiva para a economia da capital.

Quadro 1 – Principais indicadores turísticos no ano de 2011

SEGMENTOS DE AVALIAÇÃO	PRINCIPAIS RESULTADOS
Arrecadação de tributos	Aumento de 4% em relação a 2010.
Hotelaria	Aumento da taxa média de ocupação em 1,12%, em relação ao ano de 2010.
Movimento aeroportuário	Crescimento de 9,89% no número total de voos entre 2010 e 2011. Aumento de 31,33% no fluxo de passageiros internacionais.
Centros de Informações Turísticas	Aumento de atendimento de turistas estrangeiros, em especial europeus, 5% de incremento desta demanda.

Fonte: adaptação de dados de SMTUR et al., 2011.

A conjuntura das modificações operadas no território, geradas inicialmente pela apropriação pelos residentes, e o subsequente uso pelos turistas, conseqüentemente acarretou mais alterações no espaço, também em virtude de investimentos privados em espaços de fluxo intenso, resultando uma dinâmica cíclica na qual residentes, turistas, governo e empresariado alteram o território e conferem a ele novas representações espaciais físicas e simbólicas. Em adição, o destaque de Porto Alegre no cenário turístico nacional, especialmente devido ao segmento de Turismo de Eventos, inserido no Turismo Urbano, potencializou o interesse do empresariado em investimentos nos ditos ícones turísticos do município, reconhecidamente localizados em ambientes públicos, portanto de fácil acesso e grande visibilidade, tanto para turistas como para residentes.

Conforme apontado anteriormente (Capítulo 2, seção 2.3.3.1), como uma das principais práticas de investimentos do setor privado no meio público, Porto Alegre desenvolve a política das Adoções. Embora o relatório completo atualizado que lista os adotantes não seja de domínio público, é possível acompanhar-se a relevância quantitativa das Adoções de espaços públicos abertos entre os anos de

2001 e 2010, por meio do *Anuário Estatístico 2010* (PORTO ALEGRE, 2011), cujos dados pertinentes ao tema aqui tratado seguem expressos na Tabela 2.

Tabela 2 – Adoções de espaços em Porto Alegre, entre 2001 e 2010, pelo projeto “Adote uma Praça”

ANOS	QUANTIDADE DE ESPAÇOS ADOTADOS POR TIPO DE ÁREA			TOTAL POR ANO
	PRAÇAS	VERDES COMPLEMENTARES	PARQUES	
2001	6	9	0	15
2002	3	11	0	14
2003	10	10	0	20
2004	2	7	1	10
2005	6	18	0	24
2006	10	19	1	30
2007	6	50	0	56
2008	16	21	2	38
2009	3	6	0	9
2010	10	31	0	41

Fonte: Adaptação de informações da SMAM, em *Anuário Estatístico - 2010* (PORTO ALEGRE, 2011, p. 29).

Até o ano de 2010, segundo a Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMAM), os espaços adotados somavam 41, totalizando 89.009m² em área. Até 2012, os espaços adotados da cidade somavam 187, entre praças, parques, canteiros e rotatórias. Ao se comparar esse dado aos contidos da Tabela 2, é possível verificar ter havido um crescimento de 78% no período de dois anos (2010-2012) para a execução de Adoções na cidade.

Também como forma de se indicar a relevância de tal política pública para gestão de espaços abertos de lazer e turismo em Porto Alegre, cabe apontar que a Administração Pública anunciou, por meio de site institucional, a disponibilidade de Adoção de uma importante praça da cidade (Figura 9). Tal ação pode sinalizar, ainda, para uma tendência de Porto Alegre em aderir ao conceito de cidade como produto (BRAMWELL; LANE, 2000), a partir dessa postura de planejamento e gestão para espaços públicos, os quais sejam estrategicamente vitais para a cidade.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE

PORTAL TRANSPARÊNCIA Porto Alegre

Secretarias ▾ Departamentos ▾ Empresas ▾ Serviços ▾

Uma das mais conhecidas praças da cidade disponível para adoção

10/03/2013 09:45:05

Foto: Ivo Gonçalves/PMPA

Urbanizada em 1985, praça ganhou nova iluminação noturna em 2010

A Secretaria Municipal do Meio Ambiente (Smam) informa que a praça Carlos Simão Arnt, conhecida como Praça da Encol, está disponível para adoção. Após quase onze anos de uma bem-sucedida parceria, o Hospital Mãe de Deus não irá renovar o contrato de adoção. Durante o período em que cuidou da área, a entidade realizou diversas melhorias.

A Praça Carlos Simão Arnt, localizada no bairro Bela Vista (avenida Nilópolis), ficou conhecida como Praça da Encol por ter sido adotada pela empresa durante um período. Urbanizada em 1985, conta com 26.670 m² de área e equipamentos como bancos, prancha para abdominal, lixeiras, duas mesas de dama, iluminação, cancha de bocha e área com grama. "É uma das praças mais frequentadas da cidade, reunindo milhares de pessoas em um final de semana", destaca o titular da Smam, Luiz Fernando Záchia.

O Adote uma Praça é desenvolvido pela Smam desde 1986 e permite a qualquer entidade civil assumir a responsabilidade de urbanizar e manter áreas verdes públicas do município.

Ao adotante cabe manter as áreas adotadas limpas e em perfeitas condições de uso para a comunidade. Permite-se a colocação de placa de divulgação da parceria. Esse tipo de ação além de valorizar a marca da empresa, contribui para o embelezamento da cidade e o incremento da qualidade de vida. As parcerias auxiliam na concretização do senso de responsabilidade ambiental, a partir do compromisso com a manutenção do espaço. Qualquer empresa (indústria, comércio, prestador de serviços), escola, associação de bairro ou ONG pode adotar uma praça, um parque ou rótulas da cidade.

Interessados na adoção da Praça Carlos Simão Arnt, ou outra área verde pública, devem enviar e-mail para adotepraca@smam.prefpoa.com.br. A proposta de adoção deverá ser encaminhada por escrito, identificando a área de interesse (localização) e informando a razão social da entidade, o seu representante legal, endereço completo e meios de contato.

/meio_ambiente

Texto de: Aline Czarnobay
Edição de: Caren Mello
Autorizada a reprodução dos textos, desde que a fonte seja citada.

24°C A metroclima
20°C V 13 de março de 2013

Banco de Imagens

Rádio WEB

TV Prefeitura

Diário Oficial

Webcams

FALA 156 ATENDIMENTO AO CIDADÃO
Porto Alegre

Aqui também pode ter dengue. Proteja-se. DÚVIDAS, LIGUE 156

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE
TRANSPARÊNCIA NA COPA

Figura 9 - Anúncio para Adoção de praça de Porto Alegre.
Fonte: Prefeitura de Porto Alegre (<http://www.portoalegre.rs.gov.br>), 2013.

Essa postura do Poder Público, somada ao aumento substancial da efetivação de Adoções, demonstra a importância que essa prática vem recebendo na conjuntura de gestão urbana de Porto Alegre para seus espaços públicos abertos. Somando-se esse indicador ao crescente desenvolvimento do setor turístico da capital, os dados apresentados nesta seção contextualizam a cidade como pertinente para aplicação de análise desta pesquisa.

3.3 Critérios de seleção do estudo de caso

A opção por se estudar mais do que um espaço embasou-se em critérios da área Ambiente-Comportamento (e.g. MARCUS; FRANCIS, 1998), de forma que fosse possível, com estudo comparativo, observarem-se elementos-chave de avaliação dos espaços, muitas vezes planejados com a mesma finalidade, mas talvez utilizados de formas diversas. Em adição, Marcus e Francis (ibid., p.9)

afirmam que, em se tratando de projeto ou “reprojeto”¹² de espaços públicos, as alterações não podem ser amparadas somente na pesquisa teórica, pois esta não substitui o processo participatório, no qual usuários em potencial, eventuais ou usuários de fato, devam estar envolvidos.

Nessa perspectiva, para fins de estudo de caso, serão analisadas três áreas na cidade de Porto Alegre (Figura 10), quais sejam: um largo, caracterizado como meio ambiente cultural; um parque, caracterizado como meio ambiente cultural; e uma orla, caracterizada como ambiente artificial. Por meio ambiente artificial, tem-se que ele é “constituído pelo espaço urbano construído, consubstanciado no conjunto [...] dos equipamentos públicos (ruas, praças, áreas verdes, espaços livres em geral: espaço urbano aberto)”. No que se refere ao meio ambiente cultural, cabe a ressalva de que ele é “integrado pelo patrimônio histórico, artístico, arqueológico, paisagístico, turístico, que, embora artificial [...] difere do anterior [...] pelo sentido de valor especial que adquiriu ou de que se impregnou” (SILVA, 2010, p. 21). As três áreas correspondem às categorias de atrativos turísticos de Porto Alegre, referenciados como principais motivadores de visitação (ver Tabela 1), sendo eles assim classificados para este estudo:

-  rea 1: totalidade do Largo Jornalista Glênio Peres (LJGP); meio ambiente cultural;
-  rea 2: contida no Parque Farroupilha (PF); meio ambiente cultural; e
-  rea 3: contida na Orla do Lago Guaíba (OLG), na extensão pertencente ao Parque Maurício Sirotsky Sobrinho; meio ambiente artificial.

¹² No texto original, em inglês: “redesign”.

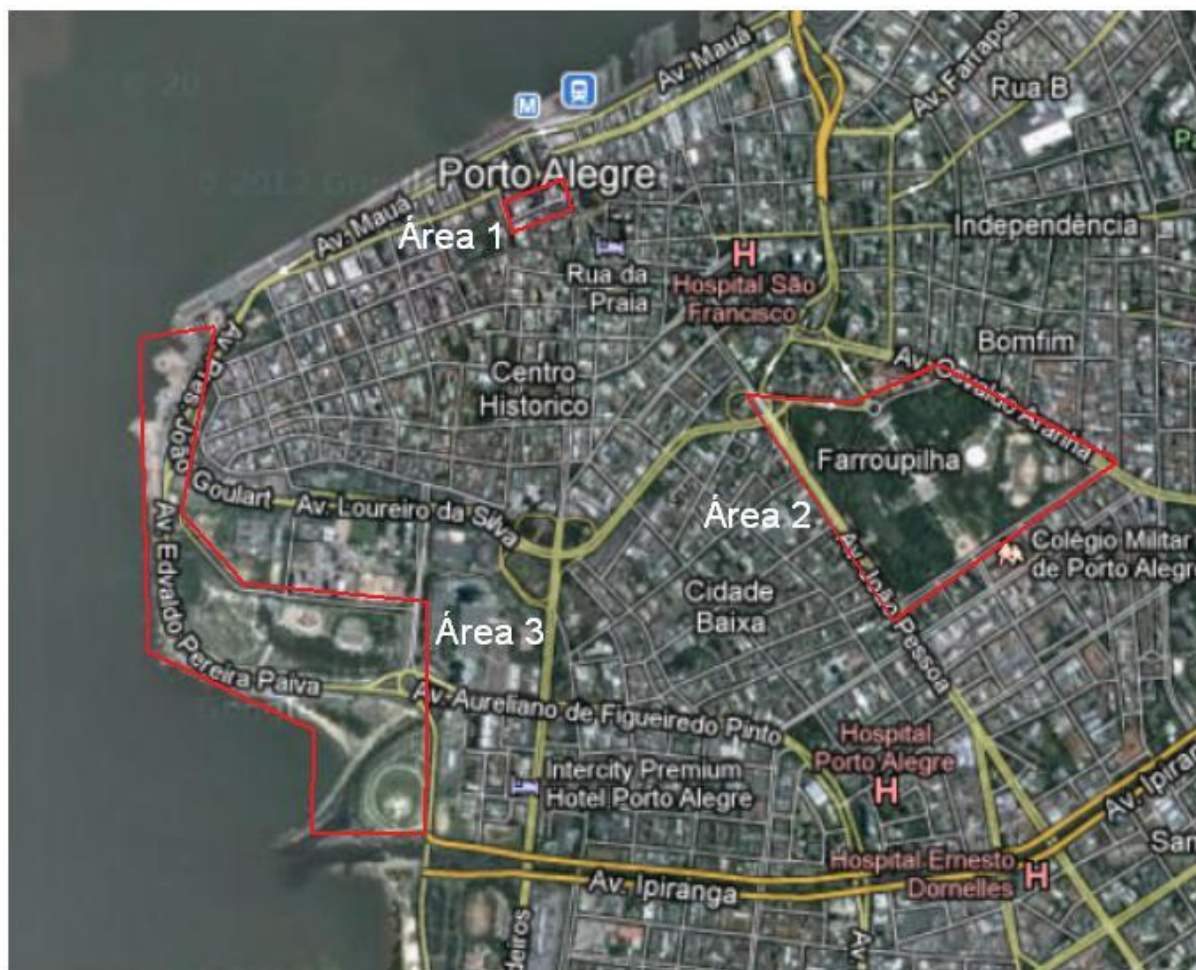


Figura 10 - Localização em mapa das Áreas de estudo.
Fonte: adaptação de Google Earth, 2012.

Uma vez que as áreas apresentam variação quanto à concretização de intervenções físicas provenientes das Adoções, salienta-se haver necessidade de delimitação espacial distinta entre elas no que se refere aos ambientes analisados em cada uma. A Área 1 (Figura 11), correspondente ao Largo Jornalista Glênio Peres, foi analisada em sua integralidade, posto que toda sua extensão é adotada e apresenta, fisicamente, elementos identificadores dessa prática de gestão.

No que se refere à Área 2 (Figura 12), contida no Parque Farroupilha, embora todo ele seja adotado, empregou-se recorte espacial para análise em menor escala, uma vez que só há um ambiente construído identificado fisicamente como integrante do projeto de Adoção. Por isso, a via onde está localizada a Academia da Terceira Idade (ATI) foi o recorte escolhido para análise, por estar identificado com as marcas de um de seus investidores, sendo a principal concretização física desta Adoção, não deixando dúvidas, por parte dos usuários, quanto à intervenção do setor privado no ambiente.

Quanto à Área 3, aplica-se a mesma lógica de delimitação para estudo de caso. Aqui, embora também toda a extensão de orla do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho esteja adotada, foi empregado recorte de dois ambientes, quais sejam, o conjunto de três quadras esportivas e a Academia da Terceira Idade (ATI), posto serem esses os ambientes que concretizam as intervenções físicas de maior expressão do Projeto, com a identificação de investidor privado em evidência (Figuras 13 a 16).

Em adição, faz-se importante destacar que, muito em parte devido às finalidades para as quais esses ambientes foram projetados, são identificados grupos de usuários distintos neles. Substancialmente, verificam-se grupos ligados ao lazer local em todas as áreas, mas há grupos associados ao movimento turístico especialmente na Área 1 e na Área 2 e usuários ligados a motivações comerciais, principalmente na Área 1.

Os ambientes dos parques estudados (Área 2 e Área 3) fazem parte de um mesmo Projeto, firmado entre a Prefeitura Municipal e as empresas Sinergy Novas Mídias e Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. A primeira etapa do Termo de Cooperação teve vigência entre os anos de 2008 e 2011 (Anexo C¹³), e a segunda foi renovada, compreendendo o período entre os anos de 2011 e 2014 (Anexo D). Já a Adoção do Largo tem suas obras de qualificação estabelecidas em decorrência de Termo firmado entre a Prefeitura Municipal de Porto Alegre e a empresa Vonpar Refrescos, com vigência prevista entre os anos de 2010 e 2013, tal como prevê o Termo de Adoção que rege o acordo atualmente em vigor (Anexo E).

¹³ Junto ao Termo de Cooperação entre Município, Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. e Sinergy, assinado em 2008, consta Termo Aditivo, assinado no mesmo ano, para revogação de cláusula do Termo original.



Figura 11 - Largo Jornalista Glênio Peres – Área 1.

Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 12 - ATI no Parque Farrroupilha – Área 2.

Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 13 - ATI no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.

Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 14 - Quadra esportiva de futebol, no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.

Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 15 - Quadra esportiva de vôlei, no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.

Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 16 - Quadra esportiva de basquete, no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho – Área 3.

Fonte: acervo da autora, 2011.

3.4 Descrição das áreas de estudo

3.4.1 Descrição da Área 1: Largo Jornalista Glênio Peres¹⁴

O Largo Jornalista Glênio Peres corresponde à Área 1 deste estudo. Originalmente, sua localização era afiliada ao bairro Centro, criado pela Lei 2.022/1959, com alterações pela Lei 4.685/1979. Mais recentemente, o bairro teve seu nome alterado para Centro Histórico, pela Lei 10.364/2008. Ainda que sua denominação tenha sido modificada, e esteja amparada em Lei específica, o bairro continua a ser referenciado por diferentes órgãos da Prefeitura Municipal de Porto Alegre como Centro (Figura 17), o que acarreta imprecisão acerca de seu estudo, por exemplo, no que tange aos dados de localização, densidade e fluxo de usuários.

O bairro Centro Histórico possui área de 228 ha, na qual estão dispostos 36.862 moradores em 17.254 domicílios, representando 2,96% da população de Porto Alegre (162 hab/ha). Ele se configura, por isso, no terceiro bairro mais denso da cidade. Importante destacar que os bairros que circundam o Centro Histórico também influenciam sua intensidade de uso. Além disso, o fato de esse bairro ser o polo de serviços de Porto Alegre também impacta sua utilização, posto receber, diariamente, uma circulação de 400.000 pessoas, tanto de residentes em Porto Alegre, como de cidades da Região Metropolitana da capital.

Segundo a Prefeitura Municipal de Porto Alegre, esse bairro possui 25 praças, é o maior polo comercial e bancário do Rio Grande do Sul e o polo de comércio e serviços mais especializado da Região Metropolitana (Figura 18). A maioria dos usuários do Centro Histórico desloca-se para ele por motivos de trabalho (55,15%), lazer (13,95%) e compras (12,12%). Em menores proporções, os deslocamentos também são realizados por razões de serviços (8,48%), porque o espaço é a residência do usuário (7,88%) e por motivos de estudo (2,42%). Os principais pontos de conflito para utilização do espaço são a violência (20,9%), seguida pela presença dos camelôs (9,60%), a presença de mendigos (8,73%), a Praça XV de Novembro (8,30%) e a Rua Voluntários da Pátria (7,86%).

¹⁴ Os levantamentos estatístico, histórico e legal apresentados nesta seção foram sistematizados a partir de informações coletadas junto à Secretaria Municipal da Cultura (<http://www.portoalegre.rs.gov.br/vivaocentro>), Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (<http://www.portoalegre.rs.gov.br/smic>) e Secretaria do Planejamento Municipal (http://www2.portoalegre.rs.gov.br/spm/default.php?reg=16&p_secao=131), bem como de revisão bibliográfica realizada a partir de Beatriz Dornelles (2004).



Figura 17 - Localização do Bairro Centro Histórico, em Porto Alegre.

Fonte: Observatório da Cidade de Porto Alegre, 2012.



Figura 18 - Comércio especializado no Bairro Centro de Porto Alegre.

Fonte: Adaptação de Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2012.

No que se refere especificamente ao Largo Jornalista Glênio Peres, ele apresenta como limites as avenidas Júlio de Castilhos e Borges de Medeiros e as praças Montevideo, Pereira Parobé e XV de Novembro (Figura 19 e Figura 20). As edificações em seu entorno imediato compõem-se de prédios predominantemente comerciais, do setor alimentício, de vestuário e afins, utilidades domésticas, prestação de serviços em geral e prédios de administração pública (Figura 21). A administração do Largo passa por diversas instâncias do Município, dependendo da matéria a ser tratada. Entre as principais Secretarias envolvidas em sua gestão, destacam-se a Secretaria Municipal de Cultura (SMC), a Secretaria do Planejamento Municipal (SPM), a Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMAM), a Secretaria de Indústria e Comércio (SMIC), a Secretaria Municipal de Turismo (SMTUR) e a Secretaria Municipal de Obras e Viação (SMOV).

A configuração atual do Largo tem origem nas reformas urbanas de Porto Alegre ocorridas no século XIX. O local era chamado informalmente de Praça Paraíso, ponto de comércio ambulante e abrigo de carreteiros. Por volta de 1829, a Praça foi designada como um dos locais de depósito de lixo da cidade.

Entre as décadas de 1960 e 1970, importantes transformações causaram impacto na zona central da cidade, afetando a dinamicidade das relações de apropriação dos espaços. Em 1864, iniciaram as obras de aterro do Guaíba, como forma de se viabilizar um novo mercado público. O novo Mercado Público Municipal foi inaugurado em 1869 para abrigar o comércio de abastecimento da cidade, concretizando-se em edificação de um pavimento, pátio central e torres em suas esquinas (Figura 22), e sua construção marcou a ocupação formal da Praça Paraíso. Com a instalação do Mercado, o nome de Praça Paraíso foi alterado para Praça Conde D'Eu. O espaço passou a ser comumente utilizado por circos, chegando a ter um barracão fixo do Circo Universal, até o ano de 1878. Mais próximo ao Mercado, a movimentação de vendedores e carregadores tornou-se intensa, especialmente por ele estar situado entre duas docas de grande movimento de barcos (Figura 23).

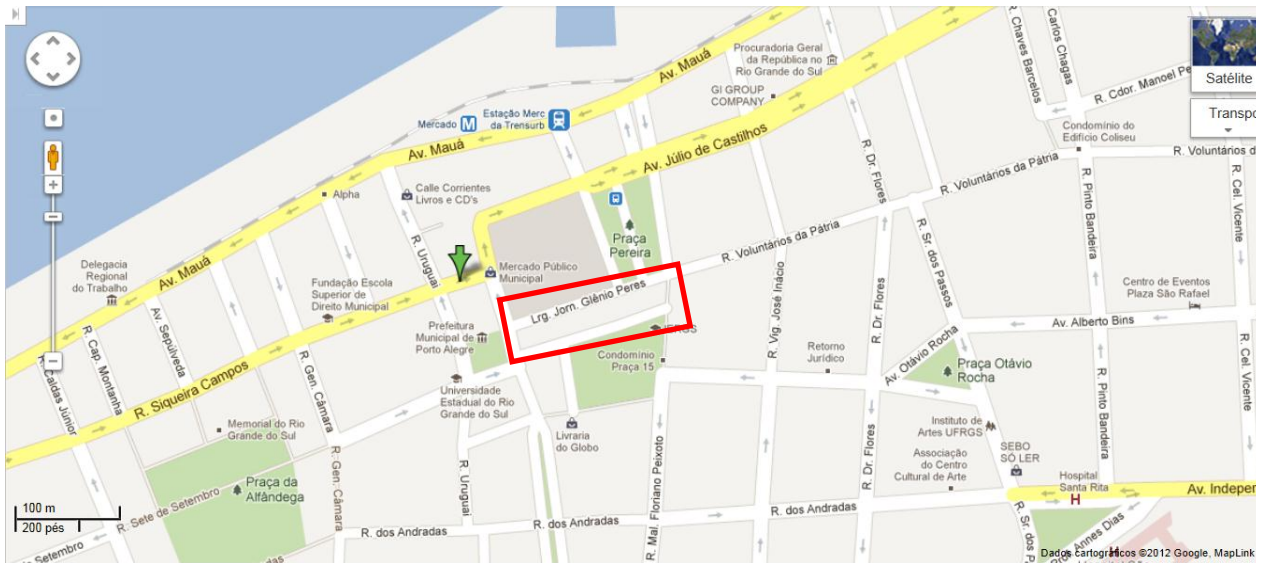


Figura 19 - Localização do Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: adaptação de Google Maps, 2012.

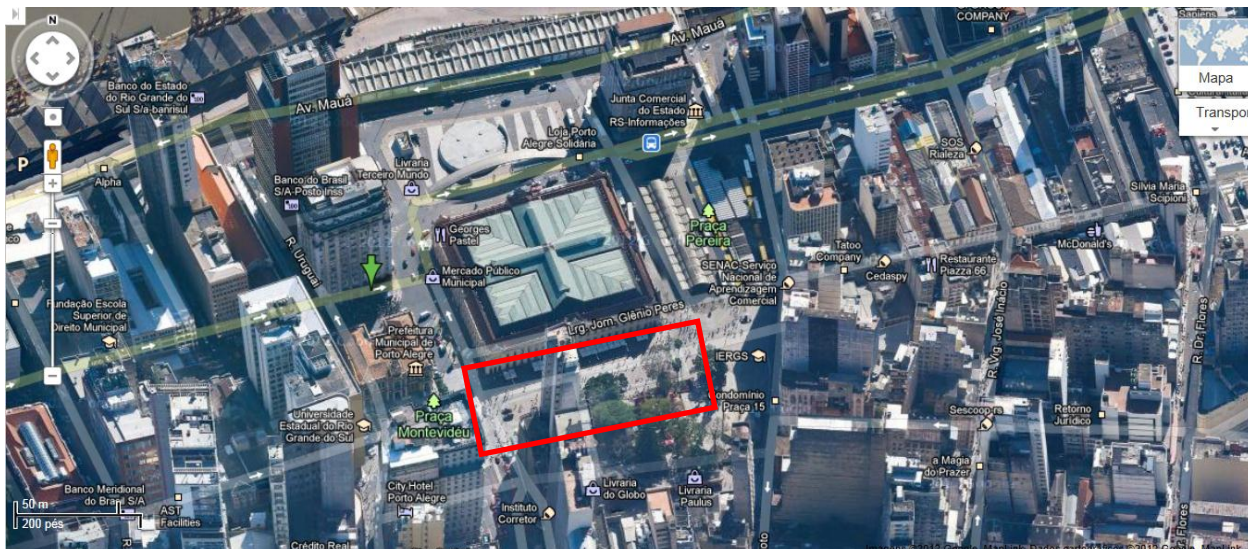


Figura 20 - Visão aérea de parte do Centro Histórico de Porto Alegre, com destaque para o Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: adaptação de Google Maps, 2012.



Figura 21 - Entorno imediato ao Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 22 - Mercado Público Municipal de Porto Alegre, século XIX.
Fonte: Acervo da Fototeca Sioma Breitman, 2012.



Figura 23 - Movimentação comercial no entorno do Mercado Público Municipal, século XIX.
Fonte: Acervo da Fototeca Sioma Breitman, 2012.

Em 1885, a vida social e comercial daquelas imediações foi incrementada com a abertura do Chalé, em 22 de novembro (Figura 24), cuja função original era a venda de sorvetes. Na literatura, há divergência acerca da procedência do Chalé, não sendo possível concluir se a construção foi feita em Porto Alegre, ou se veio da Europa para ser montada aqui, um costume na época. Em 1889, a denominação da Praça foi alterada para XV de Novembro.

A principal edificação da Praça XV de Novembro, o Chalé, passou por duas grandes reformas no início do século XX: em 1909, quando houve a construção do pavilhão restaurante, e em 1911, quando o Poder Público Municipal reconstruiu o prédio. Na década seguinte, o tamanho da Praça foi reduzido, visando-se à ampliação das ruas laterais e à construção de abrigo coberto para bondes, ampliado em 1935, devido ao aumento do tráfego na região central da cidade (Figura 25).

No final dos anos 1970, houve um incêndio no prédio, e uma grande reforma no Chalé foi necessária. Ao final daquela década, o Mercado Público foi tombado pelo Patrimônio Histórico e Cultural de Porto Alegre, com Lei 4.317/77. Foi também naquele período que o largo, ainda sem a denominação contemporânea, passou a ter ocupação crescente pelo comércio informal de ambulantes.

Ainda nos anos 1980, durante a gestão do Prefeito Alceu Collares, foi elaborada a proposta de se transformarem as imediações entre o Chalé da Praça XV e o Mercado Público Municipal em um largo cívico. O projeto, desenvolvido e implantado no governo seguinte, na gestão de Olívio Dutra, recebeu o nome de Largo Jornalista Glênio Peres, em homenagem ao político e jornalista então recentemente falecido. O Largo foi idealizado como um espaço sociocultural e seu projeto de implantação objetivou criar um amplo espaço aberto, integrando as construções históricas de seu entorno num eixo visual: o Paço Municipal, o Mercado Público e a Praça XV.

Nos anos 1990, houve intensificação do processo de ocupação do Largo pelo comércio informal. Entre 1990 e 1997, o Mercado Público passou por um processo de restauração, visando recuperar-se sua concepção arquitetônica original. Com as obras, o Mercado também ampliou seu número de lojas comerciais, que atualmente somam 110, entre estabelecimentos gastronômicos, comércio de *souvenirs*, lojas de decoração e roupas, além dos espaços destinados aos serviços de atendimento ao cidadão.



Figura 24 - Chalé na Praça XV de Novembro, século XIX.
Fonte: Acervo da Fototeca Sioma Breitman, 2012.



Figura 25 - Tráfego de bondes e automóveis no Largo.
Fonte: Acervo da Fototeca Sioma Breitman, 2012.

Logo após a reforma do Mercado Público Municipal, ocorreu o tombamento do Chalé, em 1998. Hoje, o Chalé tem capacidade para 310 pessoas, incluindo a parte externa, sendo especializado nas culinárias regional e internacional.

Em 2009, o comércio informal instalado no Largo foi removido. Desde então, os comerciantes ocupam uma construção edificada pelo poder público, chamada Shopping do Porto – Camelódromo, localizada na Rua Voluntários da Pátria, também no Centro Histórico. A partir da remoção do comércio informal, o uso

do passeio do Largo passou a ter nova finalidade, qual seja, a ocupação por automóveis (Figura 26), durante o período noturno e aos finais de semana. Essa ação da Prefeitura instigou o debate público a ponto de se realizar abaixo-assinado para reverter tal uso (Anexo F).

Atualmente, o Largo Jornalista Glênio Peres é um dos espaços mais significativos na região central de Porto Alegre no que se refere ao acervo patrimonial edificado, bem como no que tange ao patrimônio imaterial que sua história encerra. Não obstante, sua importância contemporânea para a cidade reside no grande fluxo de pessoas que nele circulam diariamente, no fluxo de automóveis ao seu redor – em especial, no que se refere ao transporte público –, na realização de eventos diversos e ações do Poder Público. Ele serve, ainda, como espaço para manifestações populares (Figura 27).



Figura 26 - Utilização do Largo para estacionamento.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 27 - Visão aérea do Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2012.

No que se refere à utilização do Largo como cenário de manifestações públicas, cabe mencionar a medida do Poder Público Municipal de Porto Alegre responsável por significativa repercussão entre usuários e trabalhadores autônomos daquele espaço. Pela Lei 38/2011, aprovada na Câmara de Vereadores em 19 de dezembro de 2011, houve modificação de seu uso, restringindo-se assim a ocupação do Largo no que se refere a eventos. De acordo com o Prefeito José Fortunati, proponente da Lei, esta visa à manutenção das boas condições do pavimento daquele espaço (Anexo G).

Desde 2006, o Largo Jornalista Glênio Peres vem passando por intervenções espaciais decorrentes do Projeto Viva o Centro, de iniciativa da

Administração Pública Municipal de Porto Alegre, por meio do trabalho de dezesseis Secretarias, em parceria com instituições públicas nacionais e privadas. O Projeto faz parte do Programa Cidade Integrada, e, de acordo com a Prefeitura, seu objetivo é reforçar e qualificar a atratividade do Centro Histórico. Os eixos norteadores dos trabalhos são promoção da imagem da cidade, qualificação do espaço urbano e fortalecimento da dinâmica funcional. Esse é o enfoque direcionado às ações comerciais, turísticas, culturais e residenciais dos espaços atendidos pelo Projeto.

Na atualidade, o Projeto Viva o Centro abrange o Largo como uma de suas etapas em andamento (Figura 28). As intervenções naquele espaço ocorrem em virtude da parceria entre poder público e privado, por Adoção realizada pela Vonpar Refrescos S.A.



Figura 28 - Identificação do Largo entre as etapas do Projeto Viva o Centro.

Fonte: adaptação de Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2012.

De acordo com dados da Secretaria Municipal de Cultura, o Projeto compreende as seguintes etapas, as quais devem ser alcançadas mediante investimento do parceiro privado: restauração do piso do passeio público, adequando-o às normas brasileiras de sinalização para portadores de deficiência física; instalação de esperas para tendas de eventos; adequação da iluminação, com instalação de doze novos pontos; instalação de *decks* fixos elevados, com mobiliário padronizado e cobertura, na frente do Mercado Público; instalação de bicicletários; instalação de monumento em homenagem ao jornalista Glênio Peres; instalação de

chafarizes; instalação de rede *wireless* gratuita; remodelação do canteiro central da Avenida Borges de Medeiros, em frente ao Mercado Público Municipal; e instalação de câmeras de monitoramento.

Entre as etapas do Projeto, as quais fazem referência direta ao Largo e, portanto, são resultantes da Adoção, as que já se encontram concluídas são: esperas para tendas de eventos; *decks* fixos com mobiliário e cobertura; instalação de bicicletários; instalação de chafarizes; rede *wireless* gratuita; instalação de câmeras de monitoramento e a remodelação do canteiro da Av. Borges de Medeiros (Figura 29). A fase de conclusão da reforma do pavimento já teria encerrado no 1º semestre de 2012, não fosse pela readequação de três itens, quais sejam: piso, de acordo com as normas brasileiras de sinalização para portadores de deficiência física; instalação de chafarizes, os quais apresentaram problemas e tiveram de ser reparados (Figuras 30 e 31); e localização de bicicletários, os quais, conforme Secretaria do Planejamento Municipal, tiveram de ser realocados devido a uma demanda dos usuários desse mobiliário (Figuras 32 e 33). Assim, as obras no pavimento iniciaram em 2010 e intensificaram-se ao longo de todo o ano de 2012, conforme levantamento físico feito no local (Figuras 34 a 38).

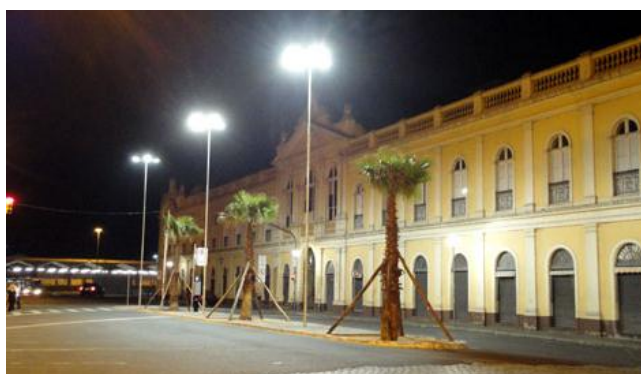


Figura 29 - Remodelação do canteiro na Av. Borges de Medeiros.

Fonte: Gilberto Simon – Porto Imagem, 2010.



Figura 30 - Chafarizes no Largo Jornalista Glênio Peres, out/2012.

Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2012.

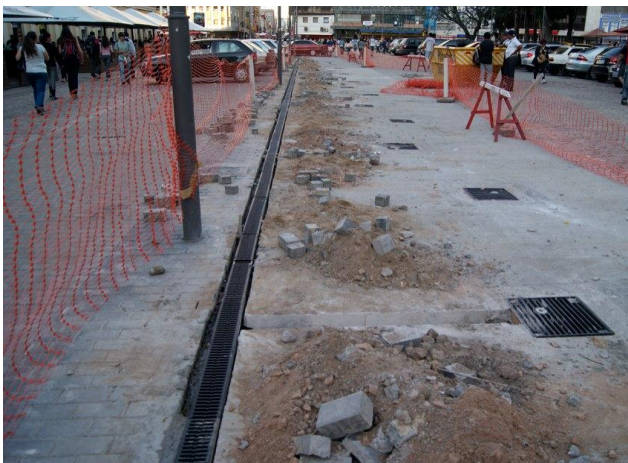


Figura 31 - Reparo dos chafarizes, nov/2012.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 32 - Bicicletário junto ao Mercado Público, em março de 2012
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 33 - Bicicletário junto ao Chalé, em out/2012.
Fonte: acervo da autora, 2012.

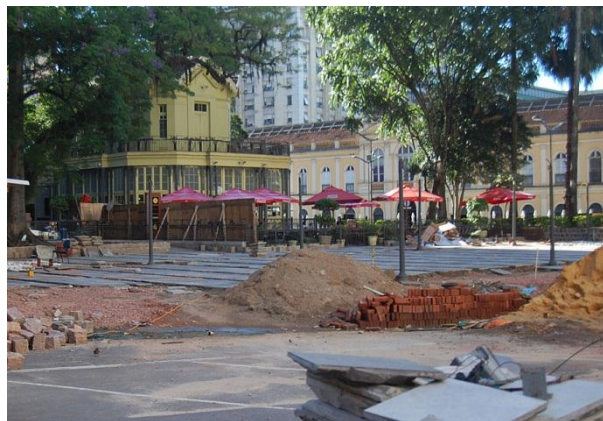


Figura 34 - Obras no pavimento do Largo, 2010.
Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2012.



Figura 35 - Obras no pavimento, 1º semestre de 2012.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 36 - Obras no pavimento, 2º sem. 2012; detalhe da marca do investidor no tapume.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 37 - Piso antigo do Largo.

Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 38 - Resultado da conclusão da troca do piso do Largo.

Fonte: acervo da autora, 2012.

Para o perímetro do Largo Jornalista Glênio Peres, a conclusão do Projeto (Figura 39) prevê investimentos de R\$ 868.000,00, entre a fase de implantação e a de manutenção. A Secretaria Municipal de Cultura estima que o valor final possa chegar a um milhão de reais, devido ao surgimento de custos além dos inicialmente acordados entre ambas as partes.

Entre as contrapartidas para o investidor privado, o Termo de Adoção estabelece as seguintes vantagens: placa mista de indicação de obras (Figura 40); propaganda física fixa para divulgação do investidor, ao final das obras – inserida no espaço no início das obras, em forma de totem, conforme levantamento físico realizado *in loco* (Figura 41); e utilização do espaço para eventos. Em outubro de 2012, embora ainda houvesse algumas obras em andamento no piso, a Prefeitura Municipal fez lançamento simbólico de conclusão da Adoção. Assim, foram instaladas no Largo, junto aos postes de iluminação pública, placas referentes aos serviços disponíveis naquele espaço (Figura 42).

Além das placas informativas dos serviços decorrentes da Adoção, foram fixadas placas de orientação turística no Largo, como incentivo a percurso a pé pelo Centro Histórico (Figura 43 e 44), sendo importante ressaltar que esse conjunto de placas não faz parte da parceria firmada para o local. Pouco tempo depois da instalação das placas, verificou-se sua pichação, sendo que as informativas da parceria, afixadas nos postes de iluminação, foram retiradas. Segundo a Secretaria do Planejamento Municipal, a retirada das placas ocorreu unicamente em virtude de os serviços já estarem à disposição dos usuários, e, portanto, de não haver

necessidade da publicidade em questão. Embora o Termo não permita exploração comercial do Largo, ele prevê a possibilidade de instalação de equipamentos do investidor no passeio público, como mesas e cadeiras. Esse tipo de divulgação do setor privado já ocorre, conforme indicam as Figuras 45 e 46.

Quanto às obrigações do Município, além do trabalho de fiscalização constante por parte do poder público, o Termo estabelece os seguintes itens: organização de concurso público para escolha de monumento; realização de obras, instalação de sistema de monitoramento por câmeras e operação deste; supervisão de instalação e operação de sistema de *wireless*; reparos cotidianos do pavimento; execução de projeto para iluminação da Avenida Borges de Medeiros; orientação para plantios; reposição de lâmpadas em postes de iluminação; conservação de canteiros; projetos e demais orientações de paisagismo.



Figura 39 - Projeto de revitalização finalizada no Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2012.



Figura 40 - Placa mista informativa.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 41 - Placa indicativa da Adoção do Largo.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 42 - Placas indicativas dos serviços entregues no Largo.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 43 - Placa turística de chão.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 44 - Placa turística em poste.
Fonte: acervo autora, 2012.



Figura 45 - Vista lateral de mobiliários inseridos no Largo Jornalista Glênio Peres, pela marca Vonpar Refrescos S.A.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 46 - Vista frontal de mobiliários inseridos no Largo Jornalista Glênio Peres, pela marca Vonpar Refrescos S.A.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Em relação à Adoção do Largo, como delimitações espaciais para investigarem-se os objetivos da pesquisa, o ambiente analisado está inserido nos limites entre o Mercado Público Municipal, a Avenida Borges de Medeiros e as praças XV de Novembro e Pereira Parobé (Figura 47). Esses também são os limites oficiais do Largo Jornalista Glênio Peres, em sua totalidade.

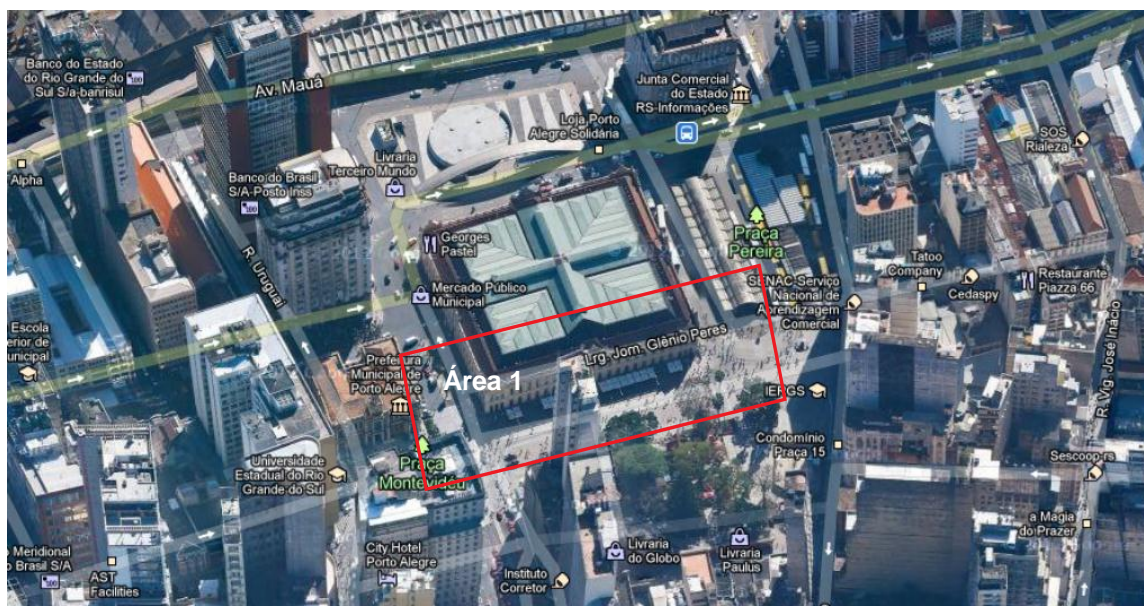
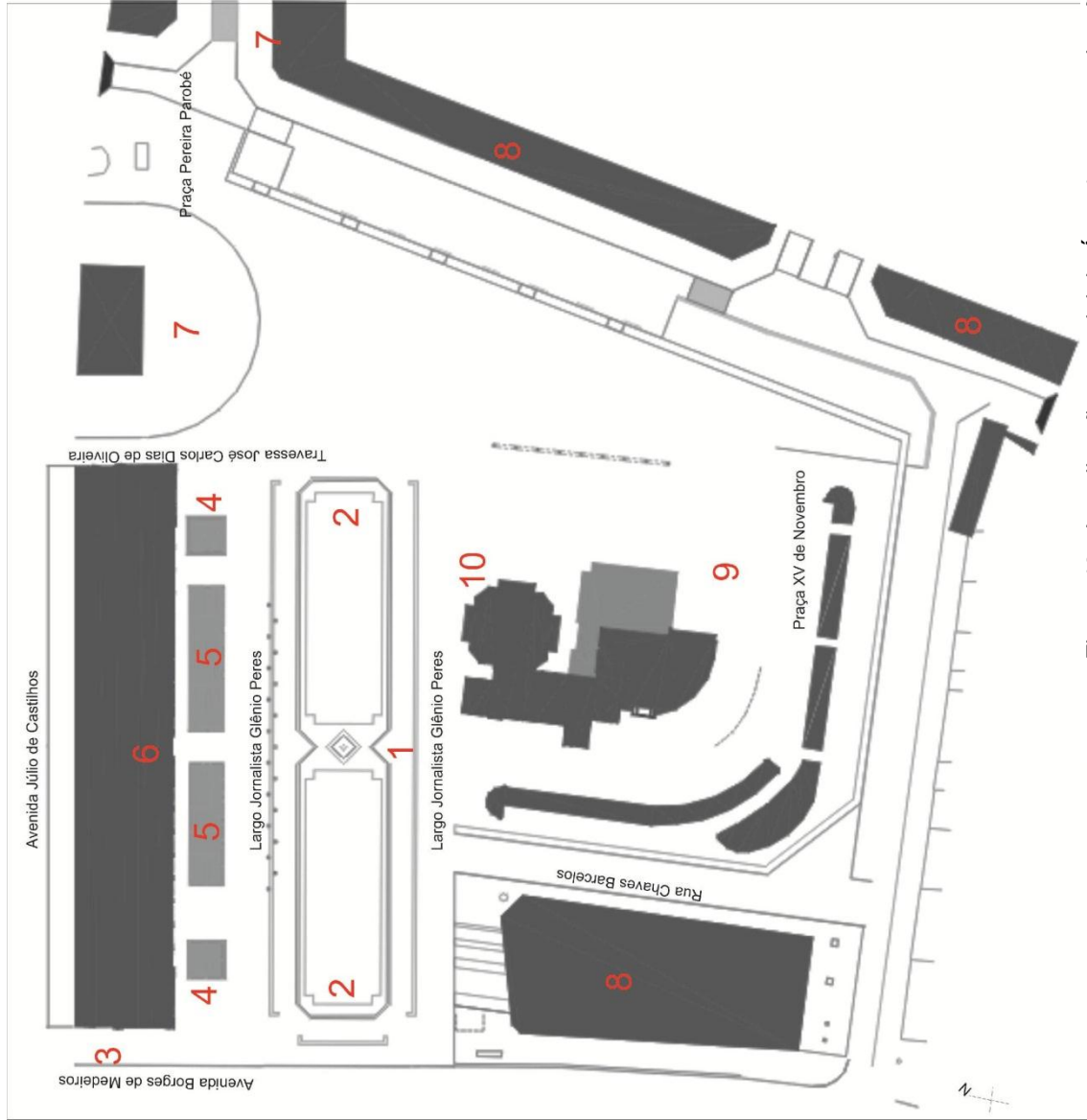


Figura 47 - Recorte espacial para análise da Área 1.
Fonte: adaptação de Google Maps, 2012.

Pelos dados expostos, no contexto do bairro em que se insere a Área 1, é possível ratificar sua importância tanto em relação às atividades e aos usos, quanto às edificações nela compreendidas. O Largo Jornalista Glênio Peres e os demais espaços relevantes em seu entorno são identificados na planta a seguir, com sua caracterização fotográfica (Figura 48).



1 - Largo Jornalista Glênio Peres



2 - Tótem de divulgação Pepsi-PMMPA



3 - Canteiro da Avenida Borges de Medeiros



4 - Bicicletário



5 - Decks de madeira com guarda-sol



6 - Mercado Público Municipal



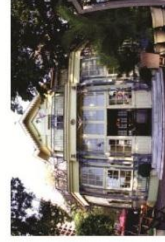
7 - Praça Pereira Parobé/terminal de ônibus



8 - Edificações do entorno: prédios comerciais e residenciais



9 - Praça XV de Novembro



10 - Chafé

Figura 48 - Localização espacial da Área 1 e caracterização do entorno.

Fonte: acervo da autora, 2012.

3.4.2 Descrição da Área 2: Parque Farroupilha¹⁵

O Parque Farroupilha abrange a Área 2 da pesquisa e está localizado no Bairro Farroupilha (Figura 49). Criado pela Lei 2.022/1959, esse bairro possui 1.101 habitantes, correspondendo a 0,08% da população, portanto apresentando densidade de 19 hab/ha. Os moradores do bairro estão distribuídos em 450 domicílios. Seus limites compreendem o perímetro do Parque, entre a Avenida João Pessoa, Avenida Sarmento Leite, Avenida Osvaldo Aranha e a Avenida José Bonifácio. Esta é a única avenida que pertence, em toda sua extensão, ao bairro Farroupilha. Com 57 ha, o bairro representa 0,14% da área de Porto Alegre.



Figura 49 - Localização do Bairro Farroupilha em Porto Alegre.

Fonte: Observatório da Cidade de Porto Alegre, 2012.

¹⁵ Os levantamentos estatístico e histórico desta seção foram sistematizados a partir de informações coletadas junto à Secretaria Municipal do Meio Ambiente de Porto Alegre (<http://www.portoalegre.rs.gov.br/smam>) e da Secretaria do Planejamento Municipal (http://www2.portoalegre.rs.gov.br/spm/default.php?reg=16&p_secao=131), bem como de revisão bibliográfica de Sérgio da Costa Franco (FRANCO, 1992), Clóvis Silveira de Oliveira (OLIVIERA, 1993) e Beatriz Dornelles (DORNELLES, 2004).

Estão localizadas no bairro as Faculdades de Arquitetura, Engenharia, Instituto de Ciências Básicas da Saúde e Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). O desenvolvimento do bairro está ligado a essa Universidade, já que, em sua área, situa-se a Reitoria da UFRGS. A região também abriga o Colégio Militar e o Instituto de Educação Marechal Flores da Cunha.

A importância do Bairro Farroupilha reside, ainda, no abrigo do Parque Farroupilha. Durante a semana, a frequência ao bairro ocorre especialmente por parte dos usuários das instituições de ensino que nele estão contidas, pelo fluxo dos próprios moradores, além de usuários que frequentam o Parque, como ponto de lazer ou de conexão para suas ocupações e seus deslocamentos diários. É pertinente observar ainda que sua localização, vizinha aos bairros Santana (142 hab/ha), Rio Branco (140 hab/ha), Azenha (107 hab/ha), Centro Histórico (162 hab/ha), Cidade Baixa (210 hab/ha) e Bom Fim (299 hab/ha), impacta significativamente seu uso, posto serem esses bairros maiores e mais densamente ocupados. Nos finais de semana, o bairro torna-se mais intensamente utilizado, então também por moradores de bairros distantes e turistas, considerando-se que seu parque homônimo é um dos mais importantes da cidade.

A localização atual do Parque Farroupilha corresponde à área entre as avenidas Setembrina, Engenheiro Luís Englert, João Pessoa, José Bonifácio e Osvaldo Aranha (Figura 50 e Figura 51). Sua área, de 37,51 hectares, está sob a administração da Secretaria Municipal do Meio Ambiente de Porto Alegre (SMAM), a qual estima que cerca de mais de quatro milhões de pessoas visitem-no ao ano.

O terreno, originalmente formado por 69 hectares, foi incorporado a Porto Alegre em 23 de fevereiro de 1807, por solicitação da Câmara ao então Governador da Capitania, Paulo José da Silva Gama. A justificativa era o uso do espaço como logradouro público e para conservação do gado trazido para abastecimento do local.

A primeira denominação oficial da área da Várzea foi Campo¹⁶ do Bom Fim, proposta pelo Vereador Francisco Olinto de Carvalho, em 26 de abril de 1870. O nome foi sugerido devido à existência, a noroeste, da Igreja Nosso Senhor do Bom Fim. Em 7 de setembro de 1884, mais da metade dos escravos de Porto Alegre foi liberta. Para solenizar o movimento popular, a Câmara Municipal de Porto Alegre,

¹⁶ Embora apareçam as denominações “Campos da Redenção” ou “Campos do Bom Fim” em algumas publicações, os documentos oficiais da época registram o nome no singular.

em Sessão Extraordinária (Figura 52), oficializou a nova nomenclatura do Campo do Bom Fim, o qual passou a denominar-se Campo da Redenção.

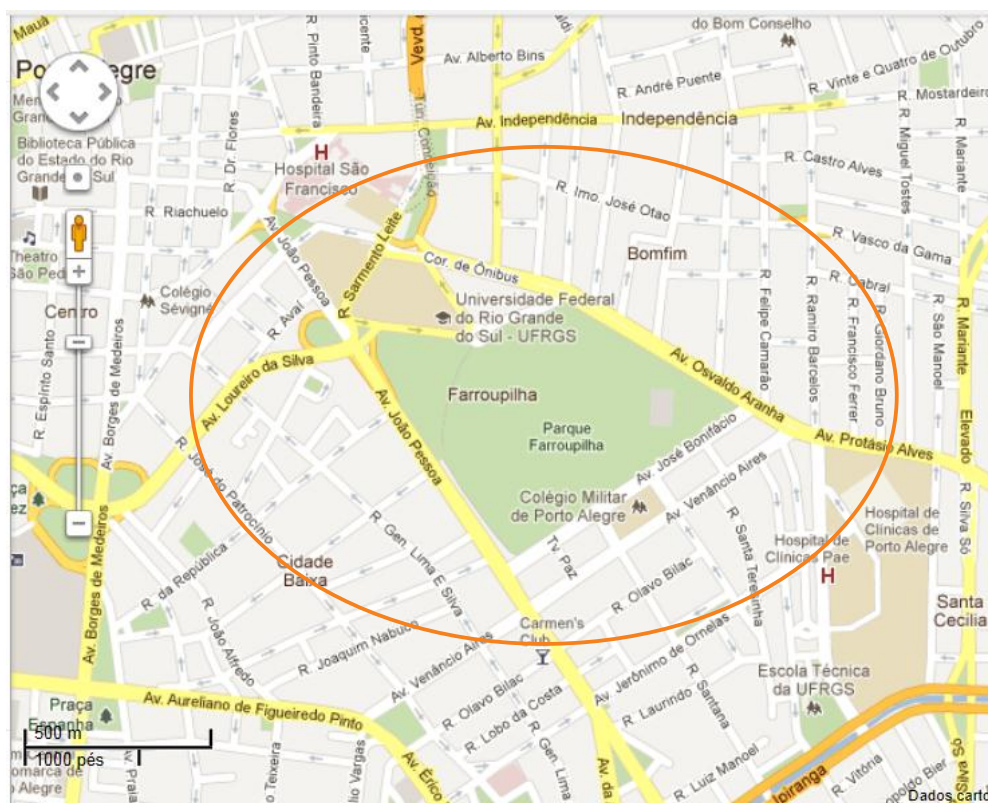


Figura 50 - Localização do Parque Farroupilha.
Fonte: adaptação de Google Maps, 2012.



Figura 51 - Visão aérea do Parque Farroupilha.
Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2012.

Ao lado norte do Campo da Redenção, foram cedidos terrenos para a construção da Escola de Engenharia, para a Exposição Estadual de 1901 (Figura 53) e para o Velódromo da União Velocipédica. Após a Exposição, foram cedidos terrenos para a construção do Ginásio Júlio de Castilhos (atual Faculdade de Economia da UFRGS), para a Faculdade de Direito e para dependências diversas da Escola de Engenharia. Salvo essas doações, o Campo ainda servia como ponto de repouso de carreteiros que chegavam a Porto Alegre. As carretas procedentes de outros municípios só ficavam isentas de impostos de licença se não transitassem além da Redenção.

Foi sob a administração do Intendente Otávio Rocha que teve início o ajardinamento efetivo do Campo da Redenção. Ao norte, o Intendente implantou o Jardim Paulo da Gama, atualmente um dos parques integrantes do Farroupilha. Assim, em 16 de abril de 1928, por resolução do Decreto Lei 134, o estacionamento de carretas foi transferido da Redenção para o Caminho do Meio.

E o Campo da Redenção? Faria mal em ter empregado ali até agora 500 contos em nivelamento e ajardinamento de uma pequena área? O bom gosto do povo despertou para estimar tão belo logradouro, no centro da figura da cidade, cousa que poucas capitais do mundo terão, e estimulei assim os vindouros para continuar o ajardinamento. Só daqui há 10 ou 20 anos estará completo o parque, mas isso pouco importa. Era necessário começar. Foi o que fiz e acabei de vez com o campo de pastagem de animais, para gáudio da população que tem bom gosto e que não tem jardins próprios (FRANCO, 1992, p.165).

Foram projetados dois estudos contendo formas de se urbanizar o Campo. Um deles foi proposto pelo arquiteto João Moreira Maciel (1927), em seu *Plano Geral de Melhoramentos*, apresentado em 1914, que dividia essa área com ruas, criando nove quarteirões de formas diversas. O outro plano apresentado foi desenvolvido, como anteprojeto, pelo arquiteto francês Alfredo Agache.

Em 1935, para servir à instalação da exposição comemorativa ao Centenário da Revolução Farroupilha (Figura 54), o Prefeito Alberto Bins, com o apoio do Governo do Estado, promoveu a drenagem, o nivelamento e a urbanização de toda a parte sul do Campo, obedecendo a alguns parâmetros propostos pelo projeto de urbanismo de Alfredo Agache. Findo o evento, os trabalhos de ajardinamento e de arborização não mais cessaram, embora o projeto original do urbanista francês tenha sido abandonado em grande parte.

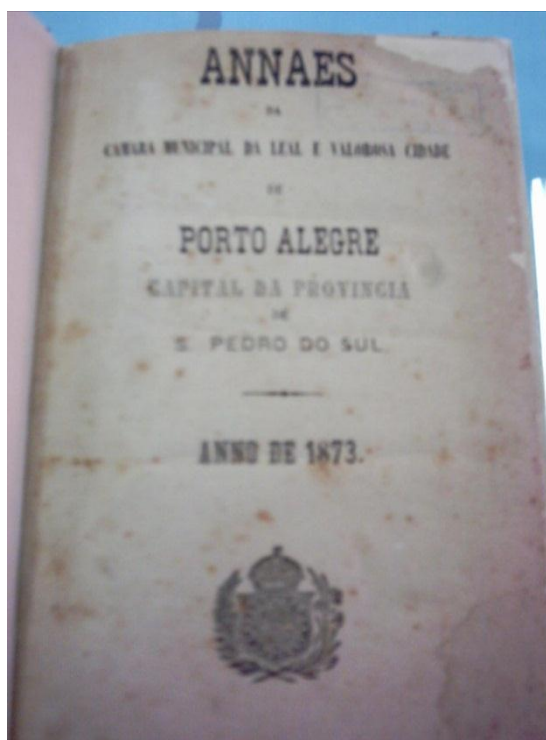


Figura 52 - "Annaes da Câmara Municipal" de Porto Alegre (1873-1889).
Fonte: arquivo pessoal de acervo do Arquivo Histórico de Porto Alegre Moysés Vellinho, 2005.



Figura 53 - Exposição de 1901 no Parque Farroupilha.

Fonte: Acervo da Fototeca Sioma Breitman, 2012.

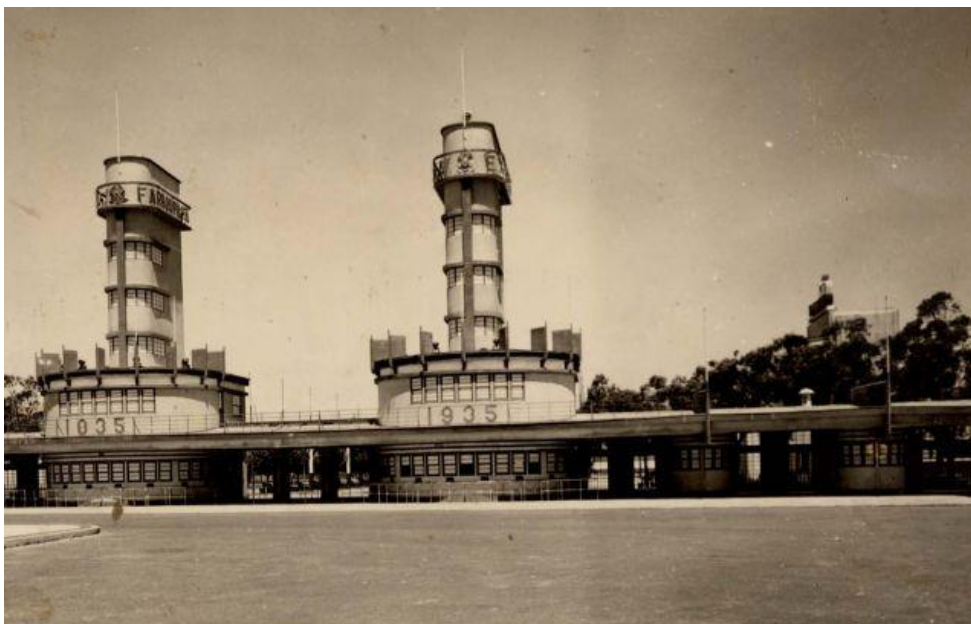


Figura 54 - Entrada para Exposição de 1935 no Parque Farroupilha.
Fonte: Acervo da Fototeca Sioma Breitman, 2012.

Pelo Decreto Municipal 307, de 19 de setembro de 1935, o Campo da Redenção passou a se chamar Parque Farroupilha, em comemoração alusiva ao centenário da Revolução Farroupilha. Após seis décadas, o Parque passou a ser patrimônio histórico, cultural, natural e paisagístico do Município de Porto Alegre, conforme Resolução Normativa de 1997.

Atualmente, o Parque Farroupilha é considerado o principal parque de Porto Alegre, não apenas por ser o mais antigo, mas por sua relevância no âmbito do turismo da capital e por sua localização, a qual possibilita um fluxo diário de pessoas. Estas o utilizam tanto como espaço de lazer e sociabilidade, como de comércio e conexão de passagem para suas atividades rotineiras. Além disso, a importância do Parque reside em seu acervo patrimonial edificado e no calendário de eventos populares que oferta, tanto aos visitantes, como aos residentes.

O Parque Farroupilha disponibiliza variada gama de atrativos e serviços aos usuários. Como serviços, são ofertados passeios de pedalinhos, *container* para coleta seletiva de lixo seco, trilhas para caminhadas e Posto de Informações Turísticas, coordenado pela Secretaria Municipal de Turismo. Em seu interior, estão dispostos espaços de lazer passivo, lazer ativo, 38 monumentos, espaços para eventos, recantos temáticos, o Mercado Bom Fim e um Posto da Brigada Militar, além do prédio da Administração. Duas importantes feiras abertas da cidade ocorrem no Parque, quais sejam, a Feira Agro-Ecológica (aos sábados pela manhã)

e o Brique da Redenção (com cerca de 300 expositores, aos domingos e feriados), ambas instaladas na Avenida José Bonifácio, nos limites entre as avenidas João Pessoa e Oswaldo Aranha.

De acordo com a SMAM, a segurança permanente do local é feita por guarda-parques, guardas do Esquadrão Ambiental da Brigada Militar, motos, viaturas e pela guarda montada. A iluminação pública, fator imprescindível para o auxílio ao serviço de segurança do Parque, é composta por cerca de 400 luminárias, totalizando mais de 650 lâmpadas.

Segundo dados da Administração do Parque, os comerciantes ambulantes do espaço somam 98. Já o comércio do entorno é composto por lojas de produtos alimentícios, móveis, prestação de serviços diversos e escolas, em meio a residências.

Desde 2008, a manutenção do Parque Farroupilha é compartilhada em decorrência de Adoção proveniente do Termo de Cooperação assinado entre Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. e Sinergy Novas Mídias, com o Município de Porto Alegre. O documento é a concretização do Projeto Eu Amo Porto e, de acordo com o Município, as ações prioritárias foram estabelecidas em conjunto com a participação popular. Nesse sentido, segundo a Prefeitura, os cidadãos são coautores do Projeto.

O Termo de Cooperação totaliza R\$ 1.400.000,00, repassados dos investidores privados para o Município por meio de serviços e materiais relacionados à conservação e manutenção para a Orla do Guaíba e o Parque Farroupilha. De acordo com o documento relativo à Adoção fornecido pela Prefeitura, não é possível especificarem-se os valores para cada um desses espaços. Como contrapartida aos investidores, assegura-se a eles a publicidade no Parque, contanto que vinculada a mensagens educativas e divulgação de marca do Município. Ainda é garantido o direito de realização de até três eventos anuais e demais atividades promocionais no Parque, desde que tenham caráter cultural e de educação ambiental. Inicialmente, a SMAM comprometeu-se a não permitir que empresas com áreas de atuação similares às dos investidores expressos pelo Termo em questão, ou concorrentes com eles, promovessem eventos e atividades afins naquele espaço. No que tange à Prefeitura Municipal de Porto Alegre, o Termo de Cooperação não estabelece lista de obrigações além da fiscalização de comércio irregular nas áreas adotadas.

Entre os investimentos físicos já executados no Parque Farroupilha, pelo poder privado, estão a criação de dois chimarródromos, a substituição de bancos e

lixeiros, a restauração da Fonte Luminosa, os investimentos no píer, o restauro de 83 postes de iluminação, a reforma das quatro pracinhas, a instalação de placas informativas para percursos de caminhada e corrida, a reforma dos banheiros do Mercado Bom Fim, a instalação e manutenção da Academia da Terceira Idade, a colocação de novos bebedouros e a reforma completa no carro elétrico destinado à coleta de lixo. Além da instalação de mobiliários, o acordo prevê que o investidor se responsabilize pela manutenção desses aparatos, o que foi verificado, em parte, no transcorrer desta pesquisa. Como aspecto positivo, ressalta-se o trabalho de pintura realizado nos bancos do Parque, pelo acesso das avenidas José Bonifácio e João Pessoa (Figura 55). Nada obstante, também em levantamento físico, foi verificada a carência de manutenção em lixeiras, pela Avenida Osvaldo Aranha e José Bonifácio, serviço que também é de responsabilidade do adotante (Figura 56).



Figura 55 - Manutenção de bancos no Parque Farroupilha, pela Av. José Bonifácio.

Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 56 - Exemplos de manutenção precária em lixeiras da Av. Osvaldo Aranha.

Fonte: acervo da autora, 2011.

Em específico no que tange à Área 2, como recorte espacial pertinente aos objetivos da pesquisa, será considerada a extensão da Avenida José Bonifácio, entre as avenidas Osvaldo Aranha e João Pessoa (Figura 57), onde se verifica haver quantidade substancial de fluxo de pessoas e de realização de eventos e manifestações populares. No ponto central dessa extensão, está compreendido um dos mais importantes marcos de referência espacial do Parque, qual seja, o Monumento O Expedicionário.

Nesse perímetro, encontra-se a Academia da Terceira Idade (ATI), principal conjunto de elementos identificadores da existência de interferência privada no Parque. A ATI localiza-se entre as ruas Santa Terezinha e Vieira de Castro, e seu entorno, em relação ao Parque, abriga área de recreação infantil, canchas para esportes coletivos, banheiro público e áreas de lazer passivo. No entorno situado fora dos limites do Parque, há estabelecimentos comerciais fixos e ambulantes, além de residências (Figura 58 e Figura 59).

Quanto às características do conjunto de mobiliários que compõe a ATI, é importante sinalizar que estão agrupados, formando um conjunto coeso. Em relação aos demais elementos e ambientes da Área 2, esse conjunto de referências da Adoção dilui-se, tornando-se menos perceptível, sob o ponto de vista de escala, bem como de inserção no contexto do ambiente natural, especialmente no que tange à quantidade de vegetação verificada (Figura 60).

A localização da Academia da Terceira Idade, ambiente estudado na Área 2 da pesquisa, está ilustrada na Figura 61. Essa figura é composta por planta do Parque e fotografias ilustrativas de seus principais ambientes.



Figura 57 - Recorte espacial para análise da Área 2 e indicação do ambiente de estudo.
Fonte: adaptação de Google Maps, 2012.



Figura 58 - Entorno da Área 2 em relação ao Parque – banheiros e cancha de bocha.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 59 - Entorno da Área 2, além dos limites do Parque – Av. José Bonifácio.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 60 - Área 2 na contextualização do ambiente.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 61 - Localização espacial da Área 2 e caracterização do entorno.

Fonte: autora, 2012.

3.4.3 Descrição da Área 3: Orla do Lago Guaíba¹⁷

A Orla do Lago Guaíba que compete a este estudo está inserida nos limites do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho. Esse Parque pertence ao Bairro Praia de Belas (Figura 62), criado pela Lei 2022/1959, o qual possui 2.281 habitantes, representando 0,14% da população da cidade. Abrangendo 204 hectares, o bairro representa 0,55% da área de Porto Alegre, com densidade demográfica de 9 hab/ha.



Figura 62 - Localização do Bairro Praia de Belas em Porto Alegre.
Fonte: Observatório da Cidade de Porto Alegre, 2012.

A peculiaridade desse bairro reside em sua extensa área verde, na qual se encontram o Parque Maurício Sirotsky Sobrinho e o Parque Marinha do Brasil, sendo este o mais extenso de Porto Alegre. Além disso, sua ocupação também é notável por abarcar prédios administrativos do estado. Assim, durante a semana, prepondera seu uso para fins comerciais, ao passo que, aos finais de semana é

¹⁷ Os dados desta seção, referentes à cronologia de investimentos, projetos e ações da administração pública de Porto Alegre, foram sistematizados a partir de informações coletadas junto à Secretaria Municipal do Meio Ambiente (<http://www.portoalegre.rs.gov.br/smam>), à Secretaria Municipal de Cultura (<http://www.portoalegre.rs.gov.br/smc>) e à Secretaria do Planejamento (http://www2.portoalegre.rs.gov.br/spm/default.php?reg=56&p_secao=131).

possível observarem-se usuários de lazer e turismo em seus limites, usufruindo os parques de forma mais significativa.

O Parque Maurício Sirotsky Sobrinho abrange uma área de 65 hectares. Ele está localizado à beira do Lago Guaíba, à margem direita do Arroio Dilúvio, compreendido entre as avenidas Loureiro da Silva, Augusto de Carvalho e Edvaldo Pereira Paiva sendo limítrofe, ao sul, com o Parque Marinha do Brasil (Figura 63 e Figura 64). Sua administração também está a cargo da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, a qual o define como um Parque que reúne aspectos característicos da tradição gaúcha.

A localização do Parque é um condicionante relevante quanto a sua utilização. Por estar às margens do Lago Guaíba, em situação limítrofe da cidade, por ser cortado por uma via de tráfego intenso e por ter prédios predominantemente comerciais e administrativos do estado e do Município em seu entorno imediato, o Parque Maurício Sirotsky Sobrinho não é utilizado comumente como via de acesso de pedestres para conexão com outros lugares, ou não se apresenta tão expressivo para as práticas de lazer de moradores do entorno, também durante os dias de semana, como é o caso do Largo Jornalista Glênio Peres e do Parque Farroupilha – os quais, conforme exposto pregressamente, estão mais integrados à malha urbana da cidade. Assim, o uso desses espaços decorre não apenas dos moradores do entorno, ou dos usuários de lazer e turismo, mas é também consequente de sua localização geográfica. Ao contrário, o Parque Maurício Sirotsky Sobrinho privilegia o deslocamento cotidiano de automóveis, à exceção dos finais de semana e feriados, quando as vias são liberadas para pedestres e praticantes de esportes.

A área abrangida hoje pelo Parque é de importância histórica substancial à cidade de Porto Alegre, pois se localiza próximo ao Lago Guaíba, assim como o recorte espacial do Largo Jornalista Glênio Peres, compreendendo por isso, em sua origem, significativa movimentação comercial da cidade. Além disso, no atual limite do Parque, ao norte, funcionava a Usina de Gás da cidade, uma das primeiras edificações em concreto armado do Estado, inaugurada em 15 de novembro de 1928, projetada para gerar energia elétrica para Porto Alegre à base de carvão mineral, função que desempenhou até 1974. A edificação foi erguida no terreno então denominado de Praia do Arsenal, nas imediações da Rua Pantaleão Telles – atual Washington Luiz. O perímetro em que se localizava a Usina foi popularmente denominado de volta do Gasômetro, de onde advém a denominação do prédio.

O Parque Maurício Sirotsky Sobrinho é de idealização do Engenheiro Agrônomo Curt Alfredo Guilherme Zimmermann, que projetou o espaço para ser utilizado especialmente para as lidas relacionadas ao tradicionalismo gaúcho. Inicialmente denominado de Porto dos Casais, pela Lei 5.066/1981 adquiriu o nome de Parque da Harmonia, como é popularmente chamado até hoje por algumas pessoas. Sua inauguração oficial data de 4 de setembro de 1982.

Em 25 de março de 1987, pela Lei Municipal 5.885, o Parque recebeu o nome atual, em homenagem ao jornalista falecido no ano anterior, como forma de reconhecimento a seu trabalho na imprensa porto-alegrense e gaúcha. Naquele ano, foi realizado o primeiro Acampamento Farroupilha no Parque, evento que, desde então, ocorre anualmente na semana de 20 de setembro, denominada de Semana Farroupilha, cujo principal objetivo é reunir grupos tradicionalistas para a celebração das tradições gaúchas e da Revolução Farroupilha (1835-1845). A Semana Farroupilha integra o calendário de eventos oficial de Porto Alegre, e o acampamento é um de seus principais atrativos turísticos.

Anualmente, o Parque abriga acampamentos de grupos que chegam a Porto Alegre de todas as partes do estado e até mesmo do País (Figura 65). O número de acampados aumentou consideravelmente com o passar dos anos: até 1995, somavam em torno de 100; entre 2001 e 2003, o número aumentou para 240; em 2006, os acampamentos de tradicionalistas passaram a somar 400, além da infraestrutura de praça de alimentação e pontos comerciais (Figura 66 e Figura 67). Segundo dados da Prefeitura Municipal, nos anos de 2010 e 2011, os grupos que participaram do acampamento somaram cerca de 370 entidades, restrição necessária devido a obras de melhorias no espaço do Parque.

Entre os serviços ofertados no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, estão cerca de cem churrasqueiras ao ar livre, galpão crioulo e área de exposições e competições tradicionalistas. Além disso, há espaços para recreação infantil, quadras e canchas esportivas, pistas de corrida e caminhada, locais para pesca e para a prática de aviação e nautimodelismo. Seus principais espaços culturais são o Centro de Eventos Casa do Gaúcho – de exploração privada –, o Anfiteatro Pôr do Sol e o Centro Cultural Usina do Gasômetro, ambos de acesso gratuito ao público. Próximo à Usina, é possível sair em passeio de barco pelo Lago Guaíba, um dos principais roteiros turísticos de Porto Alegre, integrado ao município vizinho de Guaíba.



Figura 65 - Abertura do Acampamento Farroupilha - Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.

Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2011.



Figura 66 - Feira do Livro do Acampamento Farroupilha, Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.

Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2011.



Figura 67 - Comercialização de produtos no Acampamento Farroupilha, Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.

Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2011.

De acordo com dados da SMAM, o Parque abriga dezenove comerciantes ambulantes, localizados nas imediações da Usina do Gasômetro. No entorno do Parque, há residências e prédios comerciais e administrativos do Município e do Estado, respectivamente Câmara Municipal de Porto Alegre e a sede do Departamento Autônomo de Estradas e Rodagem do Centro Administrativo Estadual Fernando Ferrari (Figura 68).

Desde 2008, a manutenção da infraestrutura do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, especificamente de seu espaço localizado junto à Orla do Guaíba, é realizada mediante a Adoção firmada entre Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda., Sinergy Novas Mídias e o Município de Porto Alegre, da mesma forma que ocorre para o Parque Farroupilha. De acordo com o Termo original e com sua renovação, além do valor e das formas de investimentos expostos na seção anterior, em específico para a Orla, os adotantes têm direito a instalar quatro unidades borrifadoras de água (“cuca-fresca”) contendo informações educativas e comprometem-se com a reforma dos postes de luz. Eles podem ainda instalar placas ao longo da Orla, utilizando marcas fantasia de seus produtos, contanto que esses mobiliários contenham mensagens educativas. Quanto à divulgação de logomarcas e realização de eventos e ações pontuais, as demais contrapartidas aos investidores seguem os mesmos padrões verificados para o Parque Farroupilha. Também para este espaço, da mesma forma que para o Farroupilha, não são elencadas atribuições ao Município além da fiscalização de comércio.

Segundo a Prefeitura Municipal, em específico para a Orla do Guaíba, o Projeto Eu Amo Porto foi responsável pela instalação de 50 postes e 75 luminárias, de equipamentos “cuca-fresca” para esportistas (Figura 69) e de marcadores de distância para prática esportiva (Figura 70), além da reforma dos três banheiros e de quadras esportivas. O Projeto contemplou ainda o plantio no entorno das canchas e áreas de prática de exercícios (Figura 71) a pintura do Anfiteatro Por do Sol e a instalação de Academia da Terceira Idade.

As alterações espaciais advindas do Termo de Adoção, e que estão expressas nessa pesquisa para a Orla do Guaíba – da mesma forma que para o Parque Farroupilha –, foram verificadas durante o levantamento de campo. Sua referência oficial embasa-se, ainda, em notícias de veículos de comunicação de Porto Alegre (Anexo H), mas substancialmente de acordo com o que veicula a Secretaria de Comunicação e as Secretarias do Município afins ao tema.

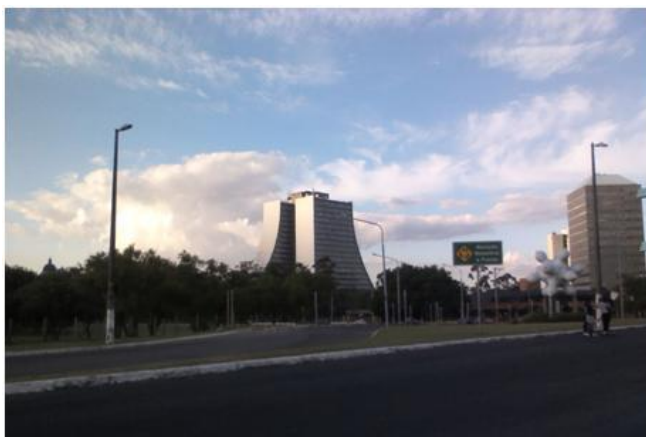


Figura 68 - Prédios administrativos no entorno do Parque.

Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 69 - Mobiliário com mensagem educativa instalado no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.

Fonte: acervo da autora, 2012.

Considerando-se os objetivos desta pesquisa, o recorte espacial da Área 3 compreende os espaços localizados na Avenida Edvaldo Pereira Paiva entre a Esplanada Hely Lopes Meirelles até os limites correspondentes à localização da Churrascaria Galpão Crioulo (Figura 72). A justificativa para esse recorte deve-se ao fato de que, nesse perímetro, situa-se o eixo onde se localizam os maiores espaços providos com mobiliários cuja caracterização faz referência direta a um dos adotandes. Dessa maneira, esses ambientes destacam-se na Orla sobre as demais intervenções provenientes da Adoção. Conforme indica a Figura 72, a Área 3 compreende as quadras esportivas e a Academia da Terceira Idade, Ambiente A e Ambiente B, respectivamente. A localização da Área 3, Orla do Lago Guaíba nos limites do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, é ilustrada na Figura 73. Nela, há a composição de planta do Parque e fotografias de seus principais espaços e serviços.



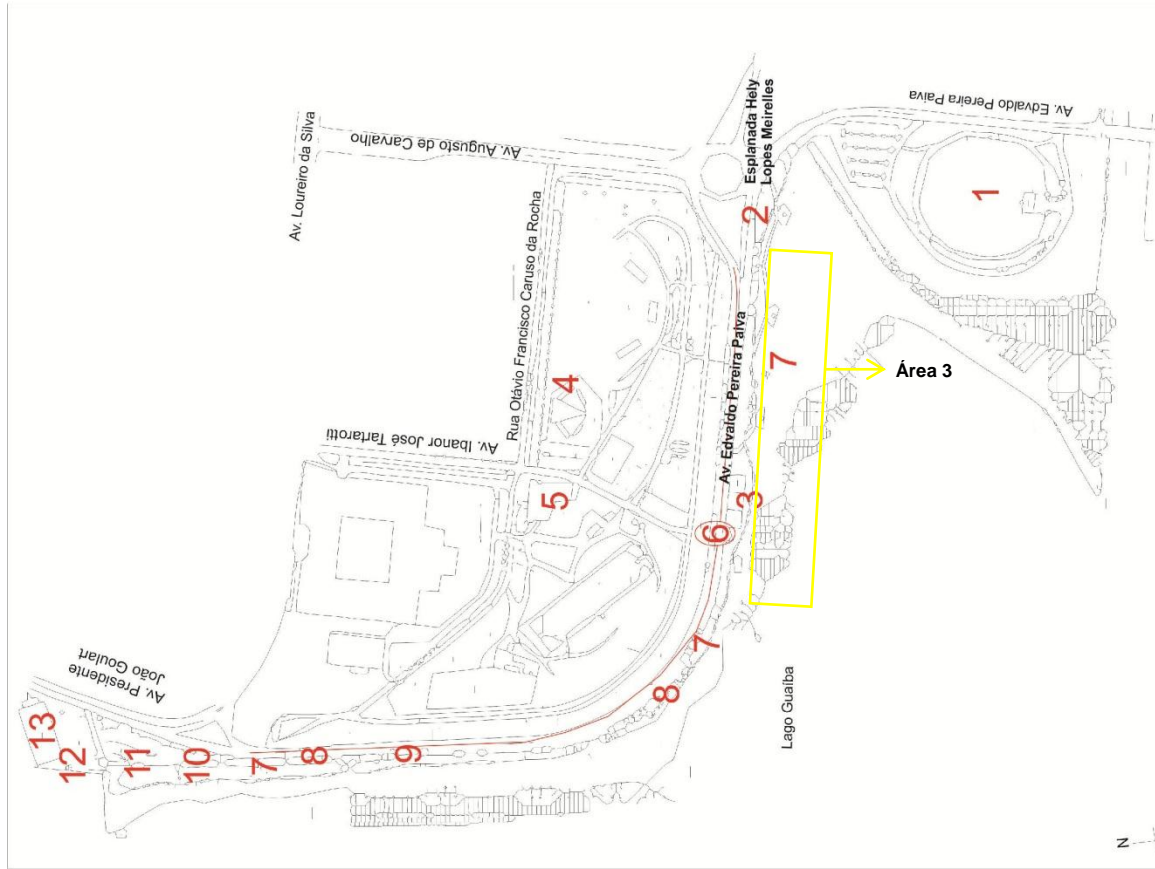
Figura 70 - Sinalização esportiva instalada na Orla do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 71 - Mobiliário esportivo instalado na Orla do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 72 - Indicação de ambientes estudados na Área 3 – Pq. Maurício Sirotsky Sobrinho.
Fonte: adaptação de Google Maps, 2012.



1- Anfiteatro Pôr-do-Sol



2 - Academia da Terceira Idade - ATI



3 - Quadra esportiva Pepsi-Cola Sinergy



3 - Quadra esportiva Pepsi-Cola Sinergy



3 - Quadra esportiva Pepsi-Cola Sinergy



4 - Centro de Eventos Casa do Gaúcho



5 - Churrascaria Galpão Crioulo



6 - Pista esportiva à beira da Av. Edvaldo Pereira Paiva



7 - Sanitário



8 - Escadaria



9 - Equipamentos de ginástica



10 - Comerciantes ambulantes



11 - Estacionamento



12 - Saias para passeio de barco



13 - Centro Cultural Usina do Gasômetro

Figura 73 - Localização espacial da Área 3 e caracterização do entorno. Fonte: autora, 2012.

3.5 Procedimentos metodológicos

O presente trabalho auxilia na elucidação de diferentes aspectos da discussão proposta, consistindo em pesquisa exploratória, visto que não encerra o mote em questão, mas trata de várias questões que devem ser debatidas acerca do planejamento urbano, do ponto de vista da percepção dos usuários quanto aos espaços em que se concretizam, concomitantemente, investimentos públicos e privados, na forma de Adoção. Levando-se em conta que o uso de múltiplos métodos de coleta de dados tende a conferir mais credibilidade, confiabilidade e qualidade às pesquisas (LAY; REIS, 2005), os métodos selecionados para fins deste estudo são qualitativos e quantitativos, consistindo em dois grandes grupos, quais sejam, levantamento de arquivo e levantamento de campo. Ratifica-se que a metodologia empregada baseia-se na área de estudos Ambiente-Comportamento, de forma que a abordagem multidisciplinar tem como objetivo investigar as relações entre as características do ambiente construído e o comportamento dos usuários (LANG, 1987).

3.5.1 Levantamento de arquivo

A revisão inicial da literatura foi desenvolvida buscando-se identificar os marcos teóricos e os dados oficiais correlatos ao trabalho. Foi realizada pesquisa documental em fontes primárias de informação, como mapas, plantas, decretos, leis, arquivos originais e projetos. A pesquisa para obtenção dos dados em fontes primárias foi feita junto às empresas e aos órgãos oficiais envolvidos nos projetos analisados neste trabalho, quais sejam:

- a) Prefeitura Municipal de Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura; Secretaria Municipal do Meio Ambiente; Secretaria de Indústria e Comércio; Secretaria do Planejamento; Gabinete de Planejamento Estratégico; Procuradoria Geral do Município; Secretaria Municipal de Turismo; e Câmara de Vereadores;
- b) Governo Federal: Ministério do Planejamento; Ministério do Turismo; e Senado Federal; e
- c) Setor privado: documentos, informações e projetos disponibilizados virtualmente pelas empresas Vonpar Refrescos S.A., Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. e Sinergy Novas Mídias.

3.5.1.1 Levantamento de arquivo em *Internet*

Coletou-se informações em páginas virtuais de *Internet*, como forma de se obter a percepção de pessoas que se identificam como usuários dos espaços estudados por este trabalho, as quais tenham participado, espontaneamente, de debate aberto sobre o tema que esta pesquisa encerra. Esses usuários são tratados como “internautas” nesta pesquisa. Assim, foram apreciadas percepções de usuários em páginas de relacionamento, blogs, meios de comunicação digital e espaços virtuais afins, de forma a se utilizarem tais percepções neste trabalho, quando pertinente, principalmente visando-se fornecer um conjunto mais amplo dados, em relação àqueles coletados durante o trabalho de campo, portanto *in loco*, nos espaços estudados.

3.5.2 Levantamento físico

Efetivou-se o levantamento de campo, quando se sucedeu o levantamento físico. Esse procedimento abrangeu pesquisa e estudo de plantas, mapas e imagens das Áreas estudadas e dos entornos imediatos a elas. Da mesma forma, compreendeu coleta fotográfica *in loco*, como forma de verificação da realidade de composição dos espaços estudados.

O levantamento físico foi realizado entre novembro de 2011 e abril de 2012. Objetivou-se, em suma, averiguar a composição das Áreas estudadas e de seu entorno, identificando-se mobiliários, edificações e configurações físicas em geral, então passíveis de análise dos usuários e relacionadas ao desempenho ambiental das Áreas e respectivos entornos.

3.5.3 Entrevistas

A entrevista como coleta de dados é uma técnica frequentemente utilizada no processo de trabalho de campo, por permitir que, em adição a demais formas metodológicas, o pesquisador obtenha informações de cunhos objetivo e subjetivo (RUIZ, 1988). Assim, ela possibilita depreender-se, em profundidade, como as pessoas definem situações concretas, o que consideram importante sobre determinado tema, que efeitos as ações investigadas geram e quais os sentimentos dos informantes acerca delas (ZEISEL, 2006, p. 227).

De acordo com os objetivos desta pesquisa, os entrevistados dividem-se em dois grupos de trabalhadores, os quais serão classificados como *gestores públicos* e *trabalhadores*. A categoria de gestores públicos é assim diferenciada dos demais trabalhadores por consistir em grupo de pessoas que trabalha diretamente com os projetos aqui tratados, além de corresponder à percepção de profissionais os quais lidam diretamente com o planejamento e a gestão de espaços públicos, na perspectiva das Adoções. A outra categoria detém nomenclatura mais abrangente, justamente por abarcar ampla variedade de profissionais, estando eles dispensados da obrigatoriedade de participação laboral direta no planejamento e na gestão dos espaços públicos de lazer e turismo estudados por esta pesquisa. Mais especificamente, a aplicação de entrevistas a esses dois grupos: busca complementar as informações qualitativas, cuja obtenção não tenha sido possível pela revisão da literatura, realizada em arquivos oficiais dos projetos analisados; serve como base para se esclarecer o intuito do estabelecimento das Adoções; permite a comparação dos resultados entre si, podendo-se verificar a existência de visões diversas em referência a um mesmo tema, por parte de grupos distintos.

Em relação aos gestores públicos, a aplicação do método é sustentada como forma de se verificarem quais os principais fatores que determinaram a instauração das parcerias entre setores público e privado estudadas neste trabalho, bem como de se obterem informações acerca dos detalhes dos projetos aqui estudados, que, por alguma razão, não estejam claros na prática ou nos documentos que encerram sua oficialização. Além disso, pontos pertinentes das entrevistas realizadas com os gestores serão comparados às análises dos usuários, provenientes dos mapas mentais, bem como dos questionários.

Quanto aos trabalhadores, objetivou-se aferir a legitimidade das intervenções privadas, bem como se elas estabelecem algum tipo de rejeição em relação ao uso dos espaços, posto que os trabalhadores também são usuários. A importância de se investigar a percepção dos atores inseridos no setor empresarial do município também reside no fato de eles poderem ter uma visão diversa daquela dos usuários de lazer e turismo quanto às intervenções privadas ocorridas nos espaços estudados. Isso porque os acordos entre poder público e privado pressupõem vantagens e/ou impactos diretos para o comércio relacionado aos projetos em questão. Nesse sentido, buscou-se verificar se a visão dos gestores e trabalhadores entrevistados é similar ou diversa entre si em relação ao tema

suscitado. A Tabela 3, a seguir, sistematiza as 14 entrevistas realizadas para a pesquisa.

Tabela 3 – Sistematização de entrevistas aplicadas

Grupo	Tipo	Projeto Relacionado e Intervenção Privada	Área de Análise	Número de Entrevistas	Codificações de Entrevistados
Gestores públicos	SPM	Viva o Centro	1	01	G1
	SMC		1	01	G2
	SMTUR	Viva o Centro Eu Amo Porto	1, 2 e 3	01	G5
	SMAM	Eu Amo Porto	2 e 3	03	G3/ G4/ G6
Trabalhadores	Fixos	Viva o Centro	1	02	T1/ T2
	Ambulantes	Eu Amo Porto	2	02	T3/ T4
			3	02	T5/ T6

Nesta pesquisa, as entrevistas foram aplicadas em duas fases. A primeira delas, presencial, foi desenvolvida a partir de roteiro semiestruturado (Apêndice A e Apêndice B), no primeiro semestre de 2012, entre os meses de abril e maio. As falas foram gravadas, e as partes pertinentes ao tema proposto foram transcritas e estão devidamente contextualizadas nesta pesquisa. Considerando-se que, ao longo do segundo semestre do mesmo ano, houve modificações nos ambientes estudados, especialmente em virtude dos contratos de Adoção, novas entrevistas foram realizadas com alguns gestores públicos, então por correio eletrônico, visando agilizar-se o processo da pesquisa.

Para representar a avaliação de gestores públicos em relação à Adoção da Área 1 desta pesquisa, foram coletadas duas entrevistas, no mês de maio de 2012. Um dos entrevistados, G1, é funcionário de carreira da Prefeitura, trabalha no Gabinete de Planejamento e atua na gestão do Projeto Viva o Centro. O outro entrevistado, G2, desenvolve atividade ligada à área técnica de projetos da Secretaria de Cultura e atua diretamente na Adoção do Largo, desde sua concepção até a finalização futura do Projeto.

Para se obter avaliação dos gestores públicos acerca da Adoção do Parque Farroupilha, bem como para serem coletados dados não revelados no

levantamento de arquivo pertinente ao tema, foram realizadas duas entrevistas, durante abril de 2012. Um dos entrevistados, identificado como G3, assumiu cargo de gestão do Parque Farroupilha naquele ano e diariamente desenvolve trabalho no interior do Parque. O outro entrevistado, G4, trabalha na sede da SMAM com a supervisão de parques e praças de Porto Alegre, função que desempenha há menos de dois anos.

Quanto à Adoção da Orla do Lago Guaíba, Área 3, é pertinente a utilização da entrevista de G5, funcionário da Secretaria Municipal de Turismo, ocupante do cargo há menos de dois anos. Embora a Secretaria em questão esteja relacionada a todos os espaços públicos estudados neste trabalho, a contribuição desse entrevistado para a pesquisa será mais bem aproveitada em referência à Área 3, considerando-se que o teor de seu depoimento foi mais conectado a ela. O outro entrevistado, G6, desenvolve atividade ligada diretamente às Adoções em Porto Alegre, junto ao programa Adote uma Praça, sendo, portanto, um funcionário da Secretaria Municipal do Meio Ambiente. Ambas as entrevistas foram coletadas em maio de 2012, sendo que a primeira delas foi feita presencialmente, e a de G6, por solicitação do entrevistado, foi respondida por correio eletrônico.

Em relação ao grupo de trabalhadores, buscou-se a avaliação de profissionais instalados nos mesmos espaços, porém em tempos diversos. Desse modo, em cada área, foram realizadas entrevistas com pessoas recentemente trabalhando no local, da mesma forma que foram ouvidos trabalhadores com exercício comercial mais antigo. Faz-se importante destacar que a amostra de entrevistados foi escolhida também de acordo com os seguintes critérios:

- a) Projeto Viva o Centro, Adoção do Largo Jornalista Glênio Peres – um trabalhador do Mercado Público Municipal com estabelecimento localizado no andar térreo do prédio, beneficiado diretamente pelos mobiliários instalados pelo poder privado e identificados com logotipia fantasia da empresa Vonpar Refrescos S.A.; e um trabalhador com estabelecimento não beneficiado diretamente pelo mobiliário previsto no Termo de Cooperação, mas cuja vista externa de seu empreendimento contemple a visão desses aparatos instalados pela parte privada da Adoção;
- b) Projeto Eu Amo Porto, Adoção do Parque Farroupilha – um trabalhador do interior do Parque, devidamente caracterizado com marca de adotante;

e um trabalhador do entorno imediato à Área 2, mas fora dos limites do Parque, portanto não alterado pelo contrato de Adoção; e

c) Projeto Eu Amo Porto, Adoção da Orla do Lago Guaíba – um trabalhador devidamente identificado com logotipia fantasia da empresa Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda.; e um trabalhador ambulante que atue na orla do Parque, mas que não seja identificado com marca fantasia de adotante.

Na Área 1, Largo Jornalista Glênio Peres, os entrevistados serão codificados como T1 e T2, sendo o primeiro um trabalhador do Mercado Público Municipal e o segundo um trabalhador de prédio comercial do entorno ao Largo. T1 tem desenvolvido sua atividade junto ao ambiente por mais de quarenta anos, enquanto T2 trabalhou no perímetro estudado por dois anos, na década de 1990, e trabalha novamente nesse espaço há pouco mais de um ano.

Na Área 2, Parque Farroupilha, foram realizadas entrevistas com dois trabalhadores, T3 e T4, sendo um deles localizado no interior do Parque, portanto constante no levantamento da Administração deste, e outro estabelecido no entorno imediato ao Parque, em estabelecimento fixo, respectivamente. O primeiro é um trabalhador ambulante cuja atividade é exercida próximo à ATI. Sua identificação visual foi modificada e atualmente é relacionada à marca de uma das adotantes integrantes do Projeto Eu Amo Porto. Já T4 trabalha próximo ao Parque e à ATI, sem ter ligação direta oficial com o Projeto. Ao passo que T3 exerce função comercial no Parque há mais de trinta anos, T4 está há menos tempo nas imediações daquele espaço, ocupando sala comercial há cerca de dois anos.

Na Área 3, Orla do Lago Guaíba, também foram realizadas entrevistas com dois trabalhadores. Eles serão codificados como T5 e T6, sendo o primeiro um ambulante licenciado para trabalhar próximo à Usina do Gasômetro, com tenda identificada por marca fantasia de uma das adotantes, e o segundo, um trabalhador ambulante, sem identificação dos adotantes do Parque e que, no momento da entrevista, estava entre os ambientes A e B da Área 3 desta pesquisa. No que se refere a T5, sua atividade comercial é exercida na Orla há mais de vinte anos, enquanto T6 trabalha naquele espaço há quatro anos.

3.5.3.1 Reunião do Conselho de Usuários do Parque Farroupilha

Com o intuito de se verificar a percepção de usuários que também atuam de forma voluntária no Parque Farroupilha – o qual abriga a Área 2 deste estudo –, foi realizado acompanhamento de reunião de conselheiros e usuários daquele Parque. A Reunião do Conselho de Usuários do Parque Farroupilha ocorre uma vez ao mês, nas dependências do Parque e é aberta ao público. O acompanhamento, feito em 02 de agosto de 2012, previa breve conversa com os presentes na reunião, buscando-se averiguar a percepção destes quanto à Adoção do Parque Farroupilha, mais especificamente no que se refere à Área 2. Contudo, o mote foi suscitado de maneira espontânea pelos presentes à reunião, de forma que houve apenas o acompanhamento da discussão, cujos trechos pertinentes serão relatados posteriormente (Capítulo 4, seção 4.4.2.1).

3.5.4 Mapas mentais com entrevistas

Segundo Golledge e Stimson (1997), a cognição espacial pode ser definida como o reflexo internalizado da reconstrução do espaço no pensamento. Isso implica não somente que os indivíduos e grupos tenham informações e imagens acerca de ambientes e de seus elementos, mas também que formem impressões sobre as características, funcionalidades, dinâmicas e inter-relações espaciais desses ambientes, imbuídos de significados e propriedades simbólicas. Esse processo pressupõe tanto a observação do meio físico, como também abrange os aspectos social, cultural, político e econômico que se relacionem às memórias passadas e às experiências correntes do ambiente (*idem*). Nesse sentido, como apontam os autores, o produto final do processo de mapeamento cognitivo é denominado de mapa cognitivo, ou mapa mental, termos originados no trabalho de Tolman, em 1948, e pioneiramente empregados por Lynch (1960), na década de 1960, para designar instrumento aplicado ao planejamento espacial. Devido ao processo do qual é resultado, o mapa mental não somente subsidia o entendimento dos componentes físicos visíveis em um espaço, como também provê informações acerca de referências que adquirem importância devido a suas características históricas, econômicas e políticas (LANG et al., 1974).

Porquanto “a maioria das pessoas costuma saber mais sobre seus espaços cotidianos do que é capaz de reconhecer e processar conscientemente”

(SANTOS, 1988, p. 226), os mapas mentais são importantes ferramentas no estudo do planejamento urbano como um todo. Isso se dá substancialmente porque eles registram uma correspondência às visões pessoais de determinada estrutura, expressas em forma de representação (GOLLEDGE; STIMSON, 1997), de maneira compacta e ordenada. Nesse sentido, eles envolvem o processo de cognição, partindo da codificação de relações de proximidade e distância, de ordem e de sequência, de maneira que a informação espacial é intrínseca a eles (KAPLAN; KAPLAN, 1983). Os mapas mentais pressupõem, assim, a aquisição, o armazenamento mental, acesso e uso de conhecimento em relação a um espaço, processo esse denominado de *associação* (Idem).

Nesta pesquisa, a aplicação do mapa mental objetivou depreender-se a imageabilidade e a legibilidade das Áreas estudadas, partindo-se da percepção dos usuários. Em primeira instância, buscou-se investigar a relevância das intervenções privadas ocorridas nos espaços estudados. Os mapas foram desenvolvidos ainda visando-se à obtenção dos níveis de importância dos elementos e da organização hierárquica dos elementos contidos nas Áreas de estudo de caso desta pesquisa. Em adição, aspectos relacionados à acessibilidade, aparência, conforto ambiental e segurança foram abordados durante a aplicação dos mapas mentais, como forma de se estabelecerem parâmetros de avaliação de desempenho ambiental em relação às Áreas estudadas. Para tanto, a aplicação da ferramenta foi acompanhada de roteiro de entrevista (Apêndice C). Assim, os resultados provenientes dos mapas mentais também nortearam parâmetros importantes na delimitação dos questionários (ZEISEL, 2006), como a abordagem de variáveis ligadas aos critérios de desempenho ambiental.

Em cada Área da pesquisa, foram coletados dez mapas mentais, totalizando trinta participantes. O período de aplicação da ferramenta compreendeu dias úteis e finais de semana dos meses de abril e maio de 2012, durante manhãs e tardes. As noites não foram utilizadas para a pesquisa porque os lugares estudados apresentaram segurança precária nesse período do dia, além de disporem de menor número de usuários em comparação aos períodos da manhã e da tarde.

Buscou-se abranger um grupo heterogêneo de participantes, de forma a se ter uma visão ampla acerca dos itens investigados pela ferramenta. Ainda assim, não foi possível obter-se proporção exata entre os diferentes tipos de entrevistados, no que se refere ao gênero, à faixa etária, à ocupação, entre outros fatores. Ao todo,

houve participação de três idosos (todos no Pq. Farroupilha), seis adolescentes (dois em cada uma das Áreas) e 22 adultos (seis no Pq. Farroupilha; oito no Largo Jornalista Glênio Peres; e oito na Orla do Lago Guaíba). No momento da abordagem, os usuários estavam, na maioria, praticando alguma forma de lazer ou turismo, sendo 23 o total de respondentes que efetivavam tais práticas (nove no Pq. Farroupilha; quatro no Largo Jornalista Glênio Peres; e dez na Orla do Lago Guaíba). Cinco foram os usuários que estavam utilizando uma das Áreas para cruzar e chegar a outro destino quando abordados (um no Pq. Farroupilha; quatro no Largo Jornalista Glênio Peres). Dois respondentes foram abordados no momento de sua atividade comercial, ambos no Largo Jornalista Glênio Peres.

De forma geral, houve dificuldade para aplicação deste método em todas as Áreas, sendo possível perceber-se o constrangimento dos usuários quando convidados a expressarem suas opiniões, críticas ou lembranças em formas abstratas, utilizando-se de desenhos. Em especial na Área 1, foi percebido maior grau de dificuldade para coleta dos mapas, visto ser esse um espaço marcadamente de atividade comercial e de trânsito intenso, utilizado como passagem de pedestres, ao passo que as demais Áreas compreendem ambientes que possibilitam maior número de atividades de lazer passivo, como o descanso e a contemplação.

Ainda como fator relevante para esta etapa da pesquisa, cabe esclarecer que não foram encontrados usuários da ATI da Área 2 dispostos a participar das entrevistas, sob a alegação de ela presumir a representação gráfica das respostas. Faz-se importante ressaltar que a falta de participação de usuários diretos da Academia – principal elemento identificador da Adoção da Área 2 – pode ter gerado influência nos resultados da Área em questão.

Independente da Área de estudo, cada mapa mental levou em média oito minutos para ser aplicado, o que pode ser considerado um período longo, considerando-se que a entrevista norteadora da ferramenta centrou-se no estudo de três pontos principais, direcionados aos usuários mediante questões simples. Esse período para concretização dos mapas também pode ser avaliado como um indicativo de que os integrantes da amostra têm pouca familiaridade em relação a este método.

3.5.5 Questionários

Os questionários são uma ferramenta utilizada quando se pretende abranger um número maior de pessoas, de forma que os dados possam ser avaliados quantitativamente (RUIZ, 1988), subsidiando generalização e/ou regularidades de resultados, a partir das respostas dadas pelos respondentes (ZEISEL, 2006). Em adição, sua importância para a pesquisa reside no fato de possibilitarem descobrir-se regularidades entre grupos de pessoas por meio de comparação de respostas relativas a um conjunto de questões.

Nesta pesquisa, a aplicação dos questionários objetivou medir, estatisticamente, o grau de entendimento e de aceitabilidade das Adoções, por parte dos usuários. Da mesma forma, visou averiguar se as parcerias em questão refletiam, de alguma maneira, na avaliação de desempenho dos espaços, de acordo com a percepção dos usuários.

O questionário foi elaborado a partir das entrevistas, dos mapas mentais e de acordo com a continuidade da revisão da literatura. Anteriormente à aplicação dos questionários definitivos, os quais subsidiaram os dados quantitativos desta pesquisa, foi desenvolvido questionário piloto, aplicado no mês de julho de 2012, para um total de doze pessoas, tanto presencialmente nas Áreas pesquisadas, como por *Internet*. Esse estudo foi importante por possibilitar um primeiro contato com os usuários dos espaços, de forma que questões fossem ajustadas e/ou incluídas na pesquisa. Em adição, foi possível medir-se o tempo necessário para aplicação do questionário, o qual variou de quatro a quinze minutos, chegando-se a uma média de cerca de seis minutos para preenchimento completo.

Ao todo, foram estruturadas 24 perguntas, entre elas quatro de escolha múltipla e vinte de escolha simples (seis delas dirigidas à caracterização dos respondentes). O questionário (Apêndice D) foi aplicado nas três Áreas de estudo, sendo que, para duas questões (nº20 e nº21), utilizaram-se cenas como aporte às respostas pretendidas pelos usuários (Apêndice E).

A aplicação do questionário definitivo ocorreu entre 15 de agosto e 30 de setembro de 2012. Além da coleta *in loco*, para as três Áreas foram disponibilizados questionários *online*, como forma de se agilizar a pesquisa e de se obter um número mais abrangente de participantes, sendo esta uma tendência de abordagem verificada também nas pesquisas de Ambiente-Comportamento (ZEISEL, 2006). Os

questionários virtuais foram remetidos a contatos de e-mail, bem como dispostos em *sites* afins ao tema e às Áreas da pesquisa, tais como o site “A Redenção” (Anexo I), em *sites* e redes de contatos de Secretarias da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, órgãos de imprensa, entidades nacionais afins ao Turismo e ao Planejamento Urbano, além de páginas em redes sociais referentes aos espaços estudados pela pesquisa.

A amostra, composta por 155 respondentes, foi constituída por usuários classificados da seguinte forma: trabalhador no espaço; praticante de lazer/ de compras no espaço; e cruzando/ utilizando o espaço como passagem. Quando da exposição dos resultados, visando-se clareza das análises referentes às distintas categorias de respondentes, estas serão sistematizadas, respectivamente, da seguinte forma: trabalhadores; praticantes de lazer; e transeuntes.

O conjunto de questões buscou dar subsídios para se compreender como ocorre a avaliação espacial desses indivíduos em face das intervenções, bem como a interpretação que eles têm acerca do papel do Estado nessa dinâmica de parcerias entre empresariado e o setor governamental. Em relação aos trabalhadores, objetivou-se equiparar sua visão à dos demais usuários, de forma a se compreender como diferentes grupos interpretam o mesmo espaço quando são afetados por aspectos físicos e simbólicos de formas diversas, em virtude do planejamento e da gestão espacial no meio urbano.

Estabeleceu-se parâmetro de, no mínimo, trinta questionários para cada Área, número suficiente para se realizarem testes estatísticos não paramétricos (SIEGEL, 1975; LAY; REIS, 2005). Os testes não paramétricos foram aqui adotados por não dependerem de formas precisas de distribuição da amostra, permitindo haver inferências independentemente das características ou da forma da distribuição da frequência dos dados (SIEGEL, 1975).

Na Área 1, obteve-se participação de 41 respondentes; na Área 2, participaram 81 respondentes; e, na Área 3, houve 33 respondentes. A diferença de tamanho entre as amostras reflete os tipos de usuários e as possibilidades de usos de cada espaço onde houve abordagem. Na Área 1, por exemplo, constatou-se expressiva densidade de uso, mas um maior número de usuários estava em trânsito, utilizando o espaço para chegar a outro destino, portanto, com menos disponibilidade para interromper seu trajeto e participar da pesquisa. Em adição, o sentimento de insegurança e desconfiança, perceptível na postura dos pedestres, foi

outro fator significativo, que dificultou a abordagem no Largo. Na Área 2, a possibilidade de cruzamento é ofertada, mas também é possível a realização de maior número de práticas de lazer passivo, facilitando a abordagem dos usuários para que estes se tornassem respondentes. Por fim, na Área 3, o uso do espaço para conexão com outras áreas não é tão intenso, e a prática de lazer ativo é mais substancial em comparação ao lazer passivo. Por isso, a exemplo do que se verificou na Área 1, os usuários dessa área estavam, predominantemente, em movimento, não apresentando disposição expressiva para abordagem de pesquisa.

Em oposição à aplicação dos mapas mentais, a dos questionários obteve mais facilmente a adesão dos usuários, de uma forma geral. Contudo, alguns resultados oriundos desta ferramenta geraram, em determinados casos, dúvidas quanto à atenção dada às questões propostas, levando-se em conta que alguns respondentes informaram respostas contraditórias entre questões relacionadas. Sinaliza-se, assim, maior aceitabilidade para participação por questionários, mas uma possível falta de atenção e menor grau de reflexão, quando do preenchimento desta ferramenta.

O perfil dos usuários das três Áreas na qual se desenvolveu essa Etapa da pesquisa, com emprego de questionários, é a seguir apresentado (Tabela 4). Tais dados estão aqui dispostos para se ter uma visão geral dos respondentes participantes, servindo, assim, também como aporte às análises dos dados estatísticos que seguirão.

Pelos dados da Tabela 4, é possível depreender-se que, em todas as Áreas, os respondentes são, predominantemente, residentes em Porto Alegre. Além disso, essas Áreas são utilizadas, na maioria dos casos, como espaços de lazer e/ou compras. A amostra é substancialmente composta por respondentes do sexo feminino, e, em especial, por adultos entre 21 e quarenta anos. Também merece destaque a participação de respondentes com escolaridade igual ou superior ao Ensino Superior, característica que pode ter exercido certa influência nos resultados.

No que tange à participação de respondentes de fora de Porto Alegre, os dados indicam que a maioria das cidades de procedência compõe a Região Metropolitana dessa Capital, como Canoas (cinco participantes), Alvorada (três participantes) e Cachoeirinha (dois participantes). Esses informantes utilizam suas cidades como dormitório e vêm a Porto Alegre para exercer atividade profissional. Demais cidades metropolitanas citadas como residência foram Novo Hamburgo e

São Leopoldo (com uma incidência cada). Também responderam à pesquisa residentes em Pelotas (um, abordado no Parque Farroupilha) e, de fora do estado, turistas de Florianópolis, SC (um, abordado no Largo Jornalista Glênio Peres) e Taubaté, SP (um, abordado no Parque Farroupilha). A Área 1 (no LJGP) foi a que apresentou mais respondentes de fora de Porto Alegre, com nove participações, seguida pela Área 2 (no PF), com seis participações. A Área 3 (na OLG) apresentou menor incidência de respondentes não residentes na Capital, com dois participantes.

Tabela 4 – Caracterização dos respondentes

QUESTÕES	OPÇÕES DE RESPOSTA	INCIDÊNCIA						TOTAL	
		ÁREA 1 LJGP		ÁREA 2 PF		ÁREA 3 OLG		N	%
		N	%	N	%	N	%		
1. CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE – MORADIA	Residente em Porto Alegre	32	78,0	74	91,3	31	93,9	137	88,4
	Não residente em Porto Alegre	9	21,9	7	8,6	2	6,0	18	11,6
3. CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE – UTILIZAÇÃO DO ESPAÇO	Trabalhador	12	29,2	5	6,1	7	1,2	24	15,5
	Praticante de lazer/ de compras no espaço	8	19,5	66	81,4	19	57,5	93	60,0
	Cruzando/ utilizando o espaço como passagem para chegar a outro destino	19	46,3	7	8,6	6	18,1	32	20,7
	Outro	2*	4,8	3**	3,7	1***	3,0	6	3,8
22. INFORMAÇÕES SOBRE O RESPONDENTE: SEXO	Feminino	27	65,8	58	71,6	21	63,6	106	68,4
	Masculino	14	34,1	23	28,4	12	36,3	49	31,6
23. INFORMAÇÕES SOBRE O RESPONDENTE: FAIXA ETÁRIA	Até 20 anos	7	17,0	1	1,2	0	0,0	8	5,1
	De 21 a 40 anos	24	58,5	59	72,8	20	60,6	103	66,5
	De 41 a 60 anos	9	21,9	16	19,7	11	33,3	36	23,2
	Mais de 60 anos	1	2,4	5	6,1	2	6,0	8	5,2
24. INFORMAÇÕES SOBRE O RESPONDENTE: GRAU DE ESCOLARIDADE	Ensino Fundamental incompleto	0	0,0	1	1,2	1	3,0	2	1,3
	Ensino Fundamental completo	0	0,0	0	0,0	1	3,0	1	0,6
	Ensino Médio incompleto	0	0,0	3	3,7	1	3,0	4	2,6
	Ensino Médio completo	3	7,3	3	3,7	4	12,1	10	6,5
	Ensino Superior incompleto	15	36,5	9	11,1	7	21,2	31	20
	Ensino Superior completo	23	56,1	65	80,2	19	57,5	107	69

* “Compras e cruzamento em igual intensidade”/ “Manifestações culturais”.

** “Passeio com cães”/ “Trabalho como guia de turismo”.

*** “Paisagem”.

3.5.6 Análise dos dados

As entrevistas foram analisadas qualitativamente, mediante transcrição. Os dados provenientes dos mapas mentais foram tabulados, partindo-se do tipo e da incidência das inferências feitas pelos entrevistados em relação às Áreas estudadas. A partir de então, geraram-se mapas temáticos.

As informações obtidas por meio dos questionários foram tabuladas utilizando-se o programa estatístico *Statistical Package for Social Sciences* – SPSS. Com esse programa, fizeram-se testes estatísticos, como verificação de frequência, tabulação cruzada (X^2 e Phi) e *Kruskal-Wallis*. Nesses testes, adotou-se o parâmetro de relação estatística significativa entre variáveis para valores menores ou iguais a 0,05 (Sig.). Em adição, foram realizados testes de correlação *Spearman*, para os quais foram adotados os intervalos abaixo expressos (Tabela 5), para se analisar as correlações obtidas pelas variáveis. Ainda que alguns testes não tenham apresentado valores estatisticamente significativos, ao demonstrarem relevância para o tema aqui tratado, foram analisados e agregados ao conjunto de resultados a seguir disposto.

Tabela 5 – Intensidade de correlação em testes Spearman

Intensidade	Classificação
0,0 a 0,3	Fraca, baixa
0,3 a 0,5	Moderada
0,5 a 0,7	Forte, alta
0,7 a 0,9	Muito forte, muito alta
0,9 a 1	Excepcional

Fonte: Lay; Reis, 2005.

4 RESULTADOS

4.1 Introdução aos resultados

Neste capítulo, são apresentados e analisados os resultados obtidos na investigação das três Áreas pesquisadas, por meio dos diversos procedimentos metodológicos empregados. Os resultados serão apresentados em cinco partes. Na primeira, visa-se ilustrar a percepção dos usuários quanto à relevância dos espaços estudados, no contexto do lazer e do turismo, e verificar-se se essa percepção associa-se diretamente à existência de investimentos privados. A segunda parte fornece subsídios para compreensão da dinâmica das parcerias público-privado nos espaços estudados. Em seguida, avaliam-se os espaços públicos abertos de lazer e turismo quanto à relevância das intervenções privadas. A quarta parte elucida os resultados pertinentes à avaliação de desempenho ambiental, mediante a existência de investimentos privados. Por fim, a quinta parte ilustra resultados alusivos à percepção dos usuários acerca do papel do Estado brasileiro em face de uma dinâmica de parceria com o setor privado para espaços públicos abertos, que sirvam concomitantemente ao lazer e ao turismo. Nesse sentido, os resultados expostos neste capítulo buscam contemplar também os objetivos específicos do trabalho, cujas respectivas hipóteses seguem descritas no Quadro 2.

Quadro 2 – Objetivos e respectivas hipóteses da pesquisa

Objetivos	Hipóteses
Relevância: verificar se as parcerias são avaliadas como necessárias, ou como impróprias, para qualificação dos espaços em que ocorrem, sob aspectos físicos e simbólicos.	Há associação entre aceitabilidade das parcerias, por parte dos usuários, ao entendimento destes quanto à relevância das parcerias público-privadas, para provimento de lazer e turismo em espaços públicos abertos no meio urbano.
Desempenho: verificar se as parcerias exercem alguma influência na avaliação de desempenho ambiental feita pelos usuários, ou se tal avaliação liga-se mais diretamente à qualidade espacial, resultante de características físicas.	Em espaços adotados, há associação entre avaliação do desempenho ambiental e aceitabilidade quanto à prática de investimentos privados.

4.2 Percepção acerca da importância dos espaços públicos abertos para o lazer e o turismo

Dada a tendência de investimentos de grandes empresas de capital privado nos espaços públicos abertos, de lazer e de turismo, também em escala nacional (como indicado no Capítulo 2), anteriormente à discussão sobre como os usuários são afetados por tais investimentos e de como identificam o papel do Estado, faz-se pertinente promover uma discussão precedente, a qual abarque a percepção dos usuários sobre o papel de espaços de lazer e de turismo, no contexto urbano, geridos a partir de uma política de parcerias entre os setores público e privado. Partindo-se da verificação de como ocorre tal interpretação, pretende-se acrescentar subsídios para o trato da percepção de usuários quanto ao desempenho ambiental e quanto à atuação do Estado, na perspectiva das parcerias público-privado. Nesse sentido, esta seção da pesquisa analisa a relevância do lazer e do turismo nos espaços estudados. Mais do que confirmar haver tais práticas nesses espaços, ratificando-se, então, o que dados do Município sinalizam (Capítulo 3, seção 3.2.1), objetiva-se apontar como os usuários entendem a dinâmica de apropriação espacial ligada ao lazer e ao turismo, em cenários onde ocorram investimentos públicos e privados, os quais geram transformações físicas, especialmente porque essas transformações podem acarretar modificações nas formas de apropriação e uso espacial.

A partir das observações realizadas durante a pesquisa de campo, houve confirmação da relevância das Áreas pesquisadas, enquanto espaços de lazer importantes no contexto urbano de Porto Alegre. Isso pôde ser exemplificado pelo grande número de usuários abordados pela pesquisa que, no ato de sua participação, praticavam lazer ativo ou passivo nas Áreas – por exemplo, esporte e contemplação, respectivamente. Assim, a vitalidade das áreas, advinda do uso e da apropriação espacial, já ratificou a importância dos espaços quanto ao recorte de lazer estabelecido pela pesquisa.

Em complemento ao que foi observado *in loco*, os respondentes ratificaram a importância dos espaços em relação ao contexto geral da cidade. Isso porque para a maioria deles os espaços estudados são considerados como muito importantes (80,2%) ou importantes (17,6%) para Porto Alegre.

Quanto ao valor turístico das Áreas, para além dos indicativos estatísticos e qualitativos que pesquisas da Prefeitura Municipal tenham oferecido como base teórica a este trabalho, os dados coletados em campo indicam que a maioria dos usuários estabelece relação entre o turismo e os espaços em questão. Sobre o total da amostra, 66,4% dos usuários reconhecem os espaços analisados como muito importantes ou importantes para Porto Alegre no contexto turístico. Conforme evidencia a Tabela 6, a maioria dos respondentes afirmou, independentemente da Área utilizada, que ela poderia ser considerada como um espaço turístico da cidade.

Tabela 6 – Relação das Áreas com o fenômeno turístico

Na sua opinião, este espaço pode ser considerado como turístico?	Área 1 – Largo Jornalista Glênio Peres		Área 2 – no Parque Farrroupilha		Área 3 – na Orla do Lago Guaíba	
	*N.A.	%	*N.A.	%	*N.A.	%
Sim	80	98,7	36	87,8	32	96,9
Não sabe avaliar	0	0	3	7,3	0	0
Não	1	1,2	2	4,8	1	3

*N.A.: Números Absolutos.


Historicamente, o Turismo tem ligação estreita com o setor privado, do mesmo modo que o entendimento dos destinos turísticos no meio urbano pode relacionar-se à compreensão de que os espaços sejam produtos (conforme verificado no Capítulo 1). Nesse sentido, averiguou-se a relação entre a percepção dos usuários quanto à *consideração do espaço como turístico* e o fato de saber se o *espaço é adotado*. Em complemento, foi verificado se os usuários entendiam que um mesmo espaço poderia ser ofertado como atrativo de lazer local e de turismo. Em adição, buscou-se averiguar se tal percepção estaria vinculada à existência de um investidor privado interventor, ou seja, se o turismo dependeria, diretamente, do setor privado para se estabelecer no meio urbano, em espaços públicos de acesso irrestrito. O resultado obtido indica que o fato de os usuários terem conhecimento sobre investimentos privados nos espaços não interfere na apreciação ou no reconhecimento de um espaço urbano como detentor de qualidade turística.


Foi significativo o número de relações que os entrevistados estabeleceram espontaneamente, em mapas mentais, entre "turismo" e os elementos formais e simbólicos que compõem as Áreas. Independente da atividade

exercida no momento da abordagem, da ocupação profissional, do sexo ou do grau de instrução, ocorreram vinculações espaciais com o fenômeno turístico. A Figura 74 exemplifica essas induções, destacadas pelos retângulos vermelhos.

Embora o fenômeno turístico expresso em mapas mentais não tenha sido relacionado às Adoções, práticas de lazer foram referidas, para as três Áreas, como relacionadas a mobiliários advindos dessas parcerias. Na Área 1, por exemplo, os *decks* foram largamente referenciados, verbal e graficamente, como provedores de lazer. Na Área 2, embora não tenha havido expressão gráfica para tanto, durante algumas entrevistas, os usuários indicaram a ATI como atrativo de lazer. Na Área 3, diversos elementos identificadores do investidor privado, dispostos ao longo Orla, foram apontados como importantes para o lazer, sendo que as referências não se resumiram aos ambientes de estudo. Por exemplo, na percepção de alguns usuários, toda a marcação para prática esportiva de caminhada e corrida na Orla foi referenciada como significativa para uso daquele espaço, conforme ilustra o mapa mental aplicado na Área 3 (Figura 75). A seleção dessa Área como exemplo de relevância enquanto espaço de lazer na cidade também se refere ao fato de ter sido ela, entre as demais, a mais aludida como relacionada às práticas de lazer.

a) Área 1


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
 FACULDADE DE ARQUITETURA
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL
 DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-Ocupação



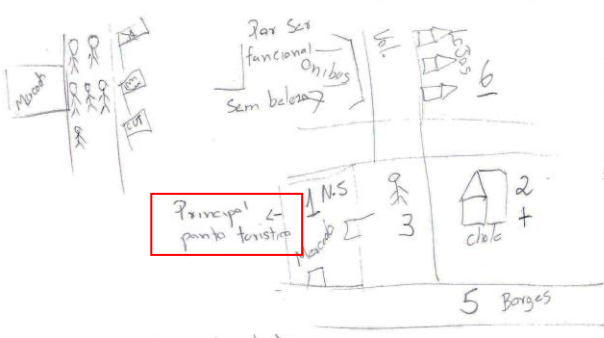
MAPA MENTAL N°: 02 DATA E HORA: 28/04/12 - 16:15 LOCAL DE APLICAÇÃO: MERCADO PÚBLICO	OBSERVAÇÕES QUANTO AO RESPONDENTE: EXPOSITOR OCASIONAL DO MERCADO (JOVEM ADULTO) OCUPAÇÃO: ARTISTA PRÁTICA NO ESPAÇO: COMÉRCIO
--	--

Prezado Colaborador,

Por favor, faça um mapa esquemático do LARGO JORNALISTA GLENO PERES com seus conhecimentos sobre ele.

Elabore o mapa como se estivesse fazendo-o para dar explicações a um estranho, em relação a quais elementos estão presentes no Parque, de forma que essa pessoa se localize nele e tome ciência de sua estrutura. Não se preocupe: contamos com suas habilidades tais como elas são, sem o compromisso com a perfeição do desenho de um mapa.


Obrigada.




Não acho Nenhum lugar Seguro

N.5 o mercado deixa as feiras muito interessantes por ser um lugar aberto

b) Área 2


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
 FACULDADE DE ARQUITETURA
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL
 DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-Ocupação



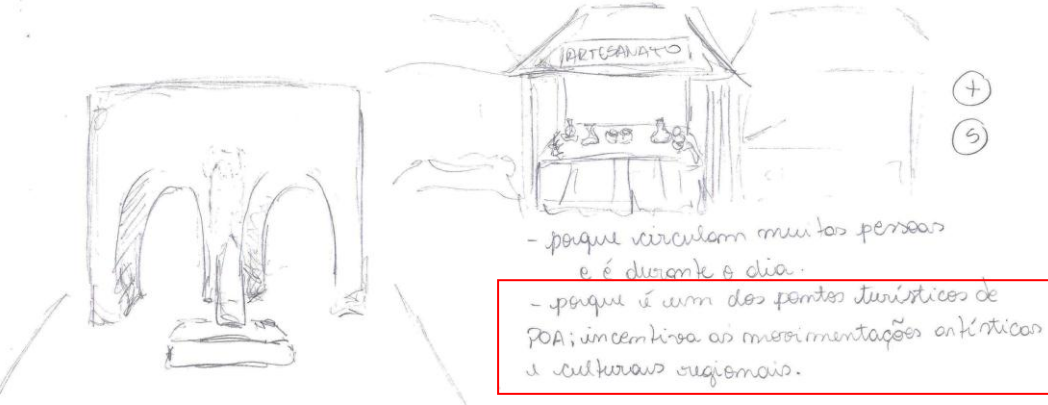
MAPA MENTAL N°: 16 DATA E HORA: 02/05/12 - 15:45 LOCAL DE APLICAÇÃO: FRENTE AO MONUMENTO O EXPEDICIONÁRIO	OBSERVAÇÕES QUANTO AO RESPONDENTE: RESIDENTE OCUPAÇÃO: ESTUDANTE PRÁTICA NO ESPAÇO: SENTADA (TOMANDO CHUVEIRAS)
---	---

Prezado Colaborador,

Por favor, faça um mapa esquemático do PARQUE FARROUPILHA com seus conhecimentos sobre ele.

Elabore o mapa como se estivesse fazendo-o para dar explicações a um estranho, em relação a quais elementos estão presentes no Parque, de forma que essa pessoa se localize nele e tome ciência de sua estrutura. Não se preocupe: contamos com suas habilidades tais como elas são, sem o compromisso com a perfeição do desenho de um mapa.

Obrigada.



- porque circulam muitas pessoas e é durante o dia.

- porque é um dos pontos turísticos de POA; interessante as mercadorias artísticas e culturais regionais.

Des: não sabe da adoção e não conhece nenhuma obra da região

Figura 74 - Mapas mentais que indicam relações espontâneas, feitas por usuários, do fenômeno turístico com as Áreas de estudo.
 Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.

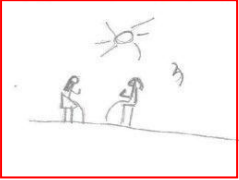
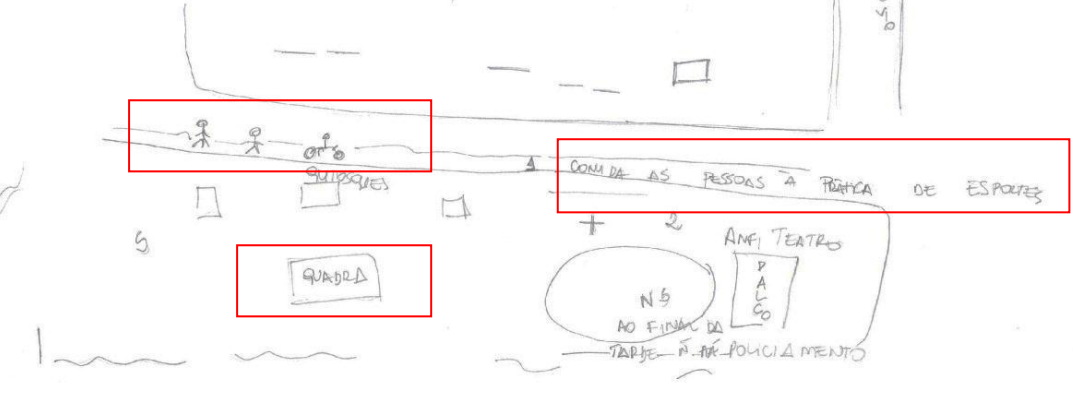
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL FACULDADE DE ARQUITETURA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-Ocupação		PROPUR PROPOSTA DE RECONSTRUÇÃO
MAPA MENTAL Nº: 25	OBSERVAÇÕES QUANTO AO RESPONDENTE:	
DATA E HORA: 05/05/12 - 16:07	OCUPAÇÃO: ADVOGADA	
LOCAL DE APLICAÇÃO: PRESUNO AO ANFITEATRO	PRÁTICA NO ESPAÇO:	
Prezado Colaborador,		
Por favor, faça um mapa esquemático do <u>ESPAÇO DA ORLA DO GUAIABA</u> com seus conhecimentos sobre ele.		
Elabore o mapa como se estivesse fazendo-o para dar explicações a um estranho, em relação a quais elementos estão presentes no Parque, de forma que essa pessoa se localize nele e tome ciência de sua estrutura. Não se preocupe: contamos com suas habilidades tais como elas são, sem o compromisso com a perfeição do desenho de um mapa.		
		Obrigada.
	<p>Ok!</p> <p>Não sabe da adoção, mas disse que depois da intervenção da Pepsi a recuperação melhorou, colocou as quadras e Art como bom intervenção.</p>	
		

Figura 75 - Atividades de lazer como relevantes na Área 3: associações feitas em mapa mental.
Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.

Nas Áreas 2 e 3, dois dos trabalhadores entrevistados também estabeleceram relação entre os espaços estudados e o fenômeno turístico. Na Área 2, por exemplo, T3 relacionou as alterações dos atrativos ao fluxo turístico recebido no Parque ao longo dos anos. Demonstrou, assim, insatisfação com a morosidade para conclusão das obras do Auditório Araújo Vianna, com a retirada dos passeios de trenzinho e do serviço de empréstimo de bicicletas e com o fechamento do Zoológico Palmira Gobbi, justificando que tais acontecimentos haviam afetado negativamente a atração de turistas. Já na Área 3, T5, instalado junto à Orla, indicou as alterações físicas mais substanciais, na sua avaliação, como incentivadoras do fenômeno turístico e da prática do lazer. Esse trabalhador ainda fez tal relação em conjunção com a Adoção daquele espaço:

A Avenida há um tempo atrás era terra não tinha asfalto ... a beirada do Rio Guaíba também ... eram muitas pedras ... não era um espaço propício para o turismo ... a Pepsi também foi uma empresa que modificou a Orla toda colocando espaço na ... pra lazer ... e onde a pessoa pode praticar exercício físico [T5].

Em relação aos possíveis motivos das modificações ocorridas na Orla desde que passou a desenvolver sua atividade naquele espaço, T5 apontou como principal deles o incentivo ao turismo: “[...] creio eu que pra melhorar o turismo de Porto Alegre porque vem muito turista de fora até do Brasil ... que vem se interessar por esse ponto ter a Usina do Gasômetro e também o por do sol”. Evidencia-se assim que, tal como os respondentes, os trabalhadores entrevistados também entendem o fenômeno turístico como parte importante da dinâmica espacial.

Alinhada à visão de trabalhadores entrevistados e demais usuários, é importante sinalizar ainda que, mesmo sem ter sido inquirido a respeito da importância da Adoção em relação ao segmento turístico, o entrevistado G1, integrante do Poder Público, ressaltou os benefícios dessa parceria e os reflexos possíveis sobre o setor. Acerca das intervenções já realizadas junto ao Mercado Público Municipal, por exemplo, o entrevistado expôs que:

[...] sem dúvida, a expectativa de todo o turista em um lugar como esse é encontrar vida, encontrar gente em bares, encontrar lugares legais pra poder sentar, tomar um café, e acho que essa função ele tá cumprindo [G1].

Nesse sentido, os recortes das Áreas analisadas neste estudo validam-se, sob o ponto de vista da relevância do lazer e do turismo, não apenas pelos dados de pesquisas municipais, anteriormente expostos, mas também pela avaliação dos usuários participantes nas diferentes etapas da pesquisa de campo. Nada obstante, o fato de tais elementos, lazer e turismo, terem sido apontados tanto de forma induzida, como de maneira espontânea, também é importante indicativo a ser pautado, na medida em que sinaliza uma compreensão dos usuários – ainda que em diferentes níveis – quanto à relevância dos espaços como fornecedores de atividades de lazer e de turismo no meio urbano.

4.3 Dinâmica das Adoções

Conforme disposto pregressamente (Capítulo 3, seção 3.4), as parcerias aqui analisadas compõem-se de Adoções e são regidas por contratos do tipo Termo de Adoção, para o Largo Jornalista Glênio Peres, e Termo de Cooperação, para o Parque Farroupilha e a Orla do Lago Guaíba. A Adoção do Largo insere-se, de acordo com o Município, na estratégia de qualificação daquele espaço, amparando-se no projeto Viva o Centro, ao passo que a Adoção do Parque e da Orla é

desenvolvida pelo projeto Eu Amo Porto, inserido na política de Adoções de espaços verdes da cidade, mantida pelo projeto Adote uma Praça.

Com a finalidade de evidenciar um detalhamento dos projetos e de se averiguarem transformações espaciais advindas das Adoções, serão disponibilizados dados sobre o estabelecimento das parcerias nas Áreas estudadas e adjacências. Considerando-se haver mais de um projeto estudado neste trabalho – portanto, com diferenças de planejamento e de gestão –, e que os espaços contemplados pelos projetos, bem como as Áreas neles contidas, também são distintos entre si, a exposição dos resultados será segmentada de acordo com as Áreas de estudo desta pesquisa.

4.3.1 Área 1

O Termo de Adoção do Largo Jornalista Glênio Peres, inserido no Projeto Viva o Centro, prevê investimentos de R\$ 868.000,00. Segundo o gestor público entrevistado G1, o conceito de se adotar o Largo partiu do Projeto Viva o Centro. A oficialização da Adoção foi assim esclarecida pelo gestor:

Foi uma questão de oportunidade na verdade nós tínhamos aqui o projeto dos decks que a gente achava que era um projeto importante era um projeto menor do que o Largo, e queríamos um patrocinador para os decks ... aí na busca de patrocínio para os decks os parceiros começaram a sugerir que pra eles era mais interessante até ter uma adoção um pouco maior e aí nós discutimos no Governo se era interessante ou não se era possível se era legal se tinha amparo e se seria pertinente porque lá é local simbólico da cidade ... e entendemos que sim e não tenho nenhum arrependimento a respeito disso foi uma ótima decisão [G1].

Ao ser questionado sobre o andamento da Adoção, o mesmo gestor declarou que os valores iniciais previstos no Termo de Cooperação tenderiam a ser ultrapassados, uma vez que obras e reposições de mobiliários haviam sido imperativas para adequação do espaço às necessidades dos usuários. Destacou, ainda, o bom relacionamento do Poder Público com o adotante, quanto à adaptabilidade, tanto de processo de trabalho como de ordem financeira, para procedimentos do Projeto em questão:

Os parceiros continuam cumprindo o contrato que nós tratamos inclusive a mais do que foi acertado na época ... os primeiros ombrelones não responderam bem ... nós trocamos recentemente por toldos fixos que dão uma aparência bastante agradável pro local ... foi feita ainda uma primeira recuperação do piso que não funcionou bem e agora estamos iniciando obra pra recuperação completa do piso e também da instalação do chafariz ... superou muito o orçamento inicial e a empresa tá assumindo esse custo e até não tinha essa previsão de fazer substituição do piso e ela tá assumindo isso por conta da sua imagem [G1].

Considerando-se que um dos principais benefícios ao investidor é a divulgação de sua marca no espaço, faz-se relevante comparar o investimento empregado na Adoção do Largo e o valor médio estimado com gasto em mídia de televisão, um dos principais meios de comunicação de massa da economia brasileira¹⁸. Uma vez que o Largo situa-se em um dos bairros mais importantes de Porto Alegre (conforme exposto no Capítulo 3), qual seja, o Centro Histórico, a intensidade de uso proporciona ampla divulgação a qualquer marca que nele esteja afixada. Nesse contexto, é pertinente avaliar o investimento previsto no Termo em pauta em relação a um investimento em anúncios, na emissora aberta líder de audiência no Brasil – de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (IBOPE) –, em horário nobre.

Ao compararem-se valores empregados na Adoção aos de mídia televisiva, tem-se que a Adoção é mais vantajosa para o adotante. Isso porque o gasto anual com a Adoção referida será de R\$ 333.333,00, ao passo que o investimento em horário nobre de televisão, na rede líder de audiência, por 30 segundos de exposição, por uma única inserção, não custa menos de R\$ 380.000,00¹⁹, valor quase equivalente à exposição permanente anual do investidor em espaço nobre de Porto Alegre. Em relação ao alcance de público, tomando-se como média o fluxo de usuários diários do Largo (400 mil pessoas), também se conclui que a Adoção é mais vantajosa. Isso porque, visando ao mesmo público diário, o investimento em mídia, em um comercial na emissora aberta líder de audiência, não custa menos de R\$ 40.000,00, por cerca de 30 segundos de exposição, ao passo que a exposição por 24h/dia da marca do adotante no Largo, abrangendo o mesmo público, custa para o investidor uma média de R\$ 913,00.

¹⁸ A comparação sugerida é exploratória, levando-se em conta que a análise completa somente seria possível após a mensuração de resultados oriundos de divulgação em meio de comunicação.

¹⁹ Dados de custos em mídia baseados nas informações da página da Rede Globo de Televisão. Disponível em: <http://www.comercial.redeglobo.com.br/informacoes_comerciais_manual_de_formatos_comerciais/formatos_comerciais_indice.php>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2013.

Nesse sentido, sob o ponto de vista econômico, a Adoção pode ser qualificada como vantajosa para o investidor privado quanto à divulgação de marca, pelo alcance de público que proporciona, em relação à economia de investimento proporcional.

No que se refere a uma possível forma de participação dos usuários na prática desta Adoção, G1 informou que ela não ocorreu, afirmando que a estruturação do Projeto deu-se de acordo com parâmetros delineados entre o Município e o investidor privado. Contudo, ressaltou que esse seria um processo relevante de ser adotado pelo Poder Público, no âmbito do planejamento espacial: “nós não temos contratos de pesquisa [...] seria interessante ter essas pesquisas mas a verdade é que não temos esse contrato ... isso tem custo não tá previsto nunca fizemos seria interessante que tivesse”. O entrevistado G2 confirmou não ter havido consulta popular, mas informou que, antes de aprovação, o projeto fora enviado ao Conselho Municipal do Patrimônio Histórico Cultural (COMPAHC) e à Equipe do Patrimônio Histórico e Cultural (EPAHC)²⁰, ainda que o Largo em si não se consista em patrimônio tombado. Além disso, informou ter ocorrido exposição de projeto inicial aos trabalhadores do Mercado Público.

Quando a gente pensou nos decks ... teve todo o trabalho de convencimento com os permissionários porque eles tinham que querer aquele espaço de decks na frente da sua loja ... então inicialmente a gente não tinha a parceria aí eles iam ter que tirar do bolso deles aquelas melhorias então no início os decks foram bem complicados ... quando surgiu a possibilidade de ter um adotante abriu caminho aí funcionou ... eles adoram e até brigam pelo espaço [G2].

Ambos os entrevistados (G1 e G2) confirmaram não ter havido avaliação junto aos usuários após implementação das etapas desta Adoção. Contudo, os gestores ressaltaram que a fiscalização das obras era constante por parte do Poder Público, mesmo que os investimentos fossem, em sua maioria, privados.

²⁰ O Conselho Municipal do Patrimônio Histórico Cultural é subordinado à Secretaria Municipal de Cultura de Porto Alegre, criado 1976 e composto por quinze membros designados pelo Prefeito, sendo oito integrantes da Prefeitura e sete ligados às questões patrimoniais (Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul, Instituto de Arquitetos do Brasil, Sociedade de Engenharia do Rio Grande do Sul, Associação Rio-grandense de Imprensa, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Rio Grande do Sul e Ordem dos Advogados do Brasil). A Equipe do Patrimônio Histórico e Cultural foi regulamentada a partir de 1981, sendo responsável por projetos e obras de restauração em prédios públicos municipais tombados e de interesse para preservação. Também faz parte da Secretaria Municipal de Cultura, e tem estrutura formada por arquitetos, engenheiro, historiador e desenhista.

Pela conjunto de dados expostos relativos à Adoção da Área 1 – Termo de Adoção, entrevistas dos gestores e ponderação de investimentos possíveis em mídia –, é possível depreender-se que o investidor privado tem amplas vantagens nesta parceria. Depreende-se, também, que o Município não apresenta ressalvas de insatisfação com a Adoção estabelecida. Sinaliza-se, por fim, que os gestores indicaram ter havido processo participativo para o estabelecimento da Adoção, na esfera da representatividade. Em contrapartida, não foram desenvolvidos estudos pgressos ao estabelecimento da parceria, os quais contemplassem o entendimento da percepção dos usuários, quanto à necessidade do estabelecimento da Adoção. Tampouco, estão sendo considerados estudos que visem à obtenção de um *feedback* das Áreas adotadas, de acordo com a percepção dos usuários.

4.3.2 Área 2

O Termo de Cooperação referente ao Projeto Eu Amo Porto totaliza o valor de R\$ 1.400.000,00. Cabe destacar que a Procuradoria Geral do Município (PGM) informou não possuir esse documento, o que é ratificado no balanço de acesso público referente aos contratos do Município com exercício até o ano de 2010²¹, quando a Adoção já deveria estar referenciada pela PGM. O desconhecimento do Termo por parte da Procuradoria sinaliza, em certa instância, para a autonomia da SMAM quanto ao trato da matéria e alerta para a falta de domínio do Município em relação ao manejo de espaços públicos de lazer, também importantes pela promoção da atratividade turística da cidade. Em adição, é relevante informar que o Termo de Cooperação não alude aos gastos específicos para cada espaço adotado – Parque Farroupilha e Orla do Lago Guaíba –, o que indica não haver um planejamento econômico mais detalhado, ao menos na concepção e no estabelecimento da Adoção de ambos os espaços.

De acordo com o que estabelece o Termo de Cooperação, a concretização de serviços e instalação de mobiliários é de expressa responsabilidade dos investidores, estando eles incumbidos, inclusive, dos procedimentos de contratação e pagamentos de terceiros. O Termo prevê a instalação de bancos, lixeiras duplas e bebedouros, entre outros materiais – não

²¹ A relação dos contratos do Município de Porto Alegre citada é de acesso público. Ela pode ser acessada na página virtual da Prefeitura Municipal (<http://www.portoalegre.rs.gov.br>), na seção “Secretarias”, no *link* “Procuradoria”.

especificados no documento. Além disso, são previstos serviços de reforma de postes, paisagismo, renovação de espaços esportivos e realização de pinturas e reformas em geral. Também como obrigação do adotante, fica estabelecido o compromisso de auxiliar na fiscalização de atividades irregulares de comércio e de padronizar a identificação dos trabalhadores. Contudo, no levantamento de campo não foi verificada padronização dos trabalhadores ambulantes no Parque Farroupilha (Figura 76 e Figura 77).



Figura 76 - Trabalhador ambulante com identificação de investidor privado – Parque Farroupilha.

Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 77 - Trabalhador ambulante sem identificação de investidor privado – Parque Farroupilha.

Fonte: acervo da autora, 2012.

Outra divergência verificada no levantamento de campo foi a incompatibilidade entre a qualidade de mobiliário existente e a previsão de investimento em qualificação espacial, conforme um dos adotantes do Parque Farroupilha. De acordo com documento de divulgação do Projeto Eu Amo Porto, no que tange à etapa de investimentos no Parque, deveriam ser instalados determinados mobiliários urbanos, no trecho abarcado pela Área 2 deste estudo, e seu entorno imediato, mas que, no entanto, não foram verificados. Da mesma forma, constatou-se que as melhorias de infraestrutura e sinalização indicadas pela assessoria de imprensa de investidor privado não foram realizadas. As figuras 78 a 83 ilustram as cenas comparativas entre o projeto veiculado pela assessoria da empresa Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. e a situação atual do Parque.



Figura 78 - Mobiliários previstos para esporte.

Fonte: Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda, 2012.



Figura 79 - Configuração espacial verificada.

Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 80 - Reforma prevista para banheiro público.

Fonte: Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda, 2012.



Figura 81 - Apresentação verificada.

Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 82 - Previsão de placa.

Fonte: Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda, 2012.



Figura 83 - Configuração espacial verificada.

Fonte: acervo da autora, 2012.

O gestor entrevistado G3 informou que ocorreria reunião geral na SMAM ainda em 2012 para se analisar o Termo do Projeto Eu Amo Porto. Até o fechamento da aplicação desta pesquisa, não foi possível verificar a concretização da reunião aludida. Em síntese, o encontro objetivaria estabelecer padrões para melhor controle da Adoção, as benfeitorias já feitas e o montante do contrato que ainda estaria pendente para emprego, tanto no Parque Farroupilha, como na Orla do Guaíba:

[...] eu sei que anualmente existe uma prestação de contas do que foi realizado mas nós queremos aprofundar este controle esta análise do que foi executado até o momento e o que a gente gostaria que fosse executado nos próximos meses ... então a nossa intenção é fazer um planejamento e efetivamente melhorar e aumentar esse controle desta parceria com o adotante em relação ao Parque [G3].

Para fins de contextualização da relevância das Adoções do projeto Eu Amo Porto, G3 informou sobre a nova política em vigor, seguida pela Prefeitura, como critério para estabelecimento desses processos de parceria:

Houve ... uma mudança de foco nos espaços públicos prioritários para Adoção ... hoje o foco prioritário é que a Adoção ocorra em grandes áreas nas grandes praças nos grandes parques ... ou seja o que eu percebo é que talvez priorizar a qualidade ao invés da quantidade muita quantidade se torna difícil de exercer uma fiscalização maior e um controle e eventualmente a SMAM teria uma maior facilidade de plantar alguma flor em algum canteiro de prover pequenos espaços que requerem baixo investimento a nossa dificuldade e quando o espaço requer um investimento alto e isso tá vinculado aos grandes espaços públicos [G3].

Ao ser questionada sobre os retornos para os investidores privados advindos da parceria, a Sinergy indicou ser a percepção da marca Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. o fato mais proveitoso, em especial porque os usuários associam a marca com esporte e lazer. Em levantamento de campo, foi verificada a difusão de marca de investidor privado em espaços adotados. Porém, apesar da veiculação da marca sustentar cunho educativo – tal como estabelece o Termo que rege esta Adoção –, não houve divulgação do Município como coautor do Projeto, sendo essa uma infração contratual (Figura 84).



Figura 84 - Placa da ATI no Parque Farroupilha, sem divulgação do Município.

Fonte: acervo da autora, 2012.

De forma geral, a Sinergy indicou que a parceria foi estabelecida, por parte do setor privado, para atendimento da opinião pública e da Prefeitura, em especial porque esta não teria, na avaliação da empresa, condições de prestar, somente com recursos públicos, os serviços previstos pelo Termo de Cooperação. Em consonância com essa visão, o gestor público G3 indicou as seguintes razões possíveis para o estabelecimento de parcerias do Município com empresas:

[...] Porto Alegre tem muitas praças e muitos parques e muitas vezes a gente não tem pernas pra deixar esses espaços nas condições ideais ... acredito que os contratos se justificam pela possibilidade do setor público executar melhorias e investimentos de uma maneira mais ágil e de viabilizar investimentos porque os recursos do poder público são limitados escassos e muitas vezes trazer a iniciativa privada como parceira ... consegue disponibilizar esses recursos ... de uma maneira que vá trazer benefícios através de benfeitorias ... de melhorias no serviço ... enfim o objetivo final é oferecer à população melhores condições físicas estruturais e melhor serviço pra população ... beneficiar a população e a cidade como um todo [G3].

Considerando a relevância da divulgação de marca no espaço público como um dos principais benefícios aos investidores deste Projeto, é apresentada uma breve análise comparativa entre os recursos empregados na Adoção do Parque e da Orla e o valor médio estimado com gasto em mídia de televisão aberta²². Supondo-se que o montante total previsto no Termo de parceria fosse dividido em partes iguais para os dois espaços – Parque Farroupilha e Orla do Lago Guaíba –, cada um receberia R\$ 700.000,00 de investimentos, ao longo dos sete anos de vigência do acordo. Assim, no caso do Parque Farroupilha, por exemplo, o gasto

²² A comparação sugerida é exploratória, levando-se em conta que a análise completa somente seria possível após a mensuração de resultados oriundos de divulgação em meio de comunicação.

anual dos investidores privados para aquele espaço seria de R\$ 100.000,00, quantia insuficiente para inserção de um único comercial de 30 segundos em horário nobre na emissora brasileira líder de audiência. Com base no número de frequentadores do Parque como parâmetro de divulgação (quatro milhões de pessoas ao ano), tem-se que seriam necessários gastos da ordem de R\$ 2.800.000,00 em comercial na emissora de televisão aberta líder de audiência (o dobro do que prevê o Termo de Cooperação) para se atingir o mesmo número de público por meio da publicidade televisiva²³. Portanto, ao se comparar o investimento previsto no Termo em questão a um investimento em comercial na emissora líder de audiência no Brasil, em horário nobre, tem-se que a Adoção também é mais vantajosa para a finalidade de divulgação das marcas envolvidas nessa parceria.

Em relação específica à concepção do Projeto de Adoção do Parque Farroupilha pelas empresas Sinergy e Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda., bem como no que tange às modificações espaciais provenientes dele, o gestor G4 informou não ter havido participação de usuários:

[...] eu não saberia te dizer se tem a participação da população dizendo se acha interessante ou não essa Adoção mas a SMAM tá permanentemente sofrendo fiscalização dos usuários das áreas públicas e do Conselho Municipal do Meio Ambiente porque o Conselho nada mais é do que a representação de entidades da sociedade ... tem lá as universidades as ONGs as associações ... o pessoal representante do Orçamento Participativo e de órgãos da Prefeitura e do Governo do Estado ... então: a Prefeitura busca sempre busca abrir canais de comunicação com a população e com os usuários pra acolher esse tipo de sugestão e Porto Alegre é pioneira nisso através do famoso Orçamento Participativo que continua em andamento por todas as gestões da Prefeitura desde que foi criado [G3].

Acerca da avaliação dos usuários em relação a esse e a demais processos de Adoção em espaços públicos da cidade, G3, que diariamente trabalha no Parque Farroupilha, indicou que as opiniões são constantemente ligadas à ideologia dos cidadãos. Segundo ele, existe parcela da sociedade que acha válido o processo de Adoção, mas que, em contrapartida, sempre haverá um grupo contrário, por considerar essas parcerias como privatização do espaço público. Em adição, G3 destacou:

²³ Dados de custos em mídia baseados nas informações da página da Rede Globo de Televisão. Disponível em: <http://www.comercial.redeglobo.com.br/informacoes_comerciais_manual_de_formatos_comerciais/formatos_comerciais_indice.php>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2013.

[...] o que acontece com a maior parte da população é que ela quer resultados concretos que o espaço público esteja bem conservado ... então pra essa maior parte da população que quer esse resultado concreto eu vejo que pouco importa se esse benefício vai ser proporcionando exclusivamente pelo setor público ou através de uma iniciativa público-privado ... eu vejo que se os resultados aparecem concretos é indiferente ser parceria público-privado ou se o Estado vai agir individualmente porque esse resultado vai acabar repercutindo na opinião pública [G3].

A partir dos dados expostos relativos à Adoção da Área 2 – Termo de Cooperação, as entrevistas com os gestores, a entrevista com um dos investidores do setor privado e a ponderação de investimentos possíveis em mídia comparados aos investimentos na Adoção –, bem como o espaço urbano no qual ela está contida, qual seja, o Parque Farroupilha, é possível depreender-se que ambas as partes envolvidas formalmente no acordo estão satisfeitas com ele. Nada obstante, também é possível constatar-se que o Município não tem amplo domínio sobre os procedimentos da Adoção. Quanto ao estabelecimento do projeto da Adoção mediante alguma forma de participação dos usuários, bem como a utilização de estudos que visem à avaliação de desempenho das Áreas adotadas, percebe-se que a visão de um dos gestores não aponta para a consideração de tais processos. Da mesma forma, não foram encontrados dados que subsidiem haver a compreensão do Município acerca da importância de se estabelecer algum estudo formal quanto à percepção dos usuários em relação aos resultados oriundos da Adoção do Parque Farroupilha.

Em linhas gerais, ambos os entrevistados ofereceram subsídios importantes acerca do tema tratado, mas detalhes técnicos que possibilitariam avaliações mais aprofundadas desta Adoção não foram obtidos. Por exemplo, os investimentos totais, os já realizados e os pendentes – tanto para a Área 2 como para o Parque em sua totalidade – não puderam ser esclarecidos pelos gestores, posto eles não terem demonstrado ciência sobre esta matéria.

4.3.3 Área 3

O Termo de Cooperação referente ao Projeto Eu Amo Porto engloba valor total de R\$ 1.400.000,00, não havendo especificação de investimento econômico para Orla do Lago Guaíba. Quando comparada à descrição do Parque Farroupilha, a descrição de investimentos na Orla é menos detalhada. Em contrapartida, durante levantamento de campo, verificou-se que os elementos identificadores de adotante

na Orla estão dispostos em maior número e de forma mais visível, quando comparados aos do Parque Farroupilha (Figura 85).



Figura 85 - Orla do Lago Guaíba – trecho de percurso utilizado para prática esportiva.

Fonte: acervo da autora, 2012.

Conforme a empresa Sinergy Novas Mídias, a Adoção da Orla não se estendeu até o Parque Marinha do Brasil por três motivos principais: porque o Município não mostrou interesse em inserir o Parque Marinha do Brasil no acordo; por não haver interesse estratégico de investimentos neste Parque, por parte da marca Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda; e porque a extensão final a ser atendida seria muito grande, inviabilizando a manutenção total do espaço, por parte dos adotantes.

No que se refere especificamente às origens do Programa Adote uma Praça (norteador do Termo referente ao Projeto Eu Amo Porto) e às causas que até hoje o justificam, o gestor G6 aponta ser este um Programa de governo importante, na medida em que busca incentivar a apropriação de espaços públicos de lazer, por meio de associações organizadas da sociedade, sem, com isso, descaracterizar esses espaços enquanto democráticos e a serviço do convívio social. Some-se a isso, também de acordo com o gestor, que o Programa é importante para o Município, na medida em que libera recursos da SMAM, levando-se em conta que atualmente essa Secretaria tem grande número de parques e praças sob sua responsabilidade, e verba desproporcional à necessidade para manutenção desses espaços. Ao se estabelecerem as parcerias, portanto, segundo G6, “podem ser aplicados recursos nas zonas mais carentes da cidade onde o interesse pela Adoção é reduzido”. Sob o ponto de vista deste entrevistado, confirma-se o que expressiva literatura pertinente ao tema suscita, em relação aos interesses do setor privado para estabelecimento de parceria com o público, quanto à preferência pelo investimento em áreas com maior grau de visibilidade.

Ao ser questionado se essa apropriação surge acompanhada de participação da vizinhança, de associações e organizações civis, de usuários em geral, além dos próprios adotantes, o gestor informou que:

A participação da comunidade é bem aceita e bem vinda mas o Programa não dispõe de um canal exclusivo para isso ... se a adoção inclui a execução de obras elas são acompanhadas pelos técnicos da Seção de Urbanização de Praças enquanto as Adoções que se restringem à manutenção são acompanhadas pelo pessoal da zonais 5 ao todo que percorrem os diversos bairros da cidade além disso a população exerce um papel fundamental tendo diversos canais para apresentar suas reclamações [G6].

De acordo com o gestor G5, a Orla passou a ser mais bem qualificada após os investimentos dos adotantes, gerando-se, a partir daí, um conjunto de reflexos positivos para a cidade, também no âmbito do turismo. G5 faz uma ressalva, porém, em relação à forma da gestão espacial da Orla:

[...] a Prefeitura não entregou o equipamento público para que essa empresa venha a realizar suas atividades ou ocupe todos os espaços com divulgação de sua marca muito pelo CONTRÁRIO a Prefeitura é a DONA da área e não perdeu a titularidade então ela simplesmente fez a parceria que teve um único objetivo que é qualificar aquele espaço ... não houve uma entrega pura e simplesmente dos equipamentos ... e essa é a confusão que as pessoas fazem [G5].

O conjunto dos dados expostos – Termo de Cooperação e entrevistas dos gestores –, relativos à Adoção da Área 3, bem como do espaço no qual ela está contida, qual seja, a Orla do Lago Guaíba, indica que o Município demonstra estar satisfeito com esta Adoção, mas que a mensuração dos investimentos já realizados e pendentes para a Orla não é plausível. Quanto ao estabelecimento do projeto mediante alguma forma de participação dos usuários, averigua-se que, na opinião dos gestores entrevistados, ela ocorre mediante canais de comunicação da Prefeitura, nos quais a população pode dispor opiniões e apresentar críticas e sugestões, para este e para demais projetos do Município. Em contrapartida, não foram verificados estudos pregressos, tampouco o estabelecimento de discussões abertas para verificação da percepção dos usuários quanto à necessidade do estabelecimento de uma parceria para a gestão do espaço em questão. Da mesma forma, as falas dos entrevistados não sinalizaram haver a consideração de estudos que visem à avaliação de desempenho das Áreas adotadas, de acordo com a percepção dos usuários.

4.3.4 Considerações gerais quanto à dinâmica das Adoções

A dinâmica das Adoções analisada nesta pesquisa sinaliza haver visões similares entre os gestores municipais, quanto à acuidade de se instaurarem parcerias entre o Poder Público e a esfera privada, visando-se o provimento do lazer em espaços públicos abertos, os quais sirvam também como aportes ao turismo urbano. Foi possível verificar-se, ainda, a existência de uma possível dependência do Município em relação ao poder privado, uma vez estabelecidas as Adoções. Essa conexão pôde ser constatada na elucidação dos contratos que regem as Adoções aqui estudadas. Assim, as escassas especificações de ordem técnica e orçamentária para os projetos das Adoções, indicam, além da dependência, a fragilidade dos acordos e a vulnerabilidade do Poder Público ante as parcerias.

Em complemento, sinaliza-se que tanto o planejamento como a prática das Adoções não foram embasados em estudos pregressos que considerassem a

percepção dos usuários em relação aos espaços afetados pelas parcerias. Tampouco, de acordo com os gestores, estão sendo considerados estudos que visem à obtenção de um *feedback*, embasado na percepção dos usuários, quanto à avaliação qualidade dos espaços adotados, especialmente após as intervenções privadas.

4.4 Verificação da avaliação dos usuários quanto à relevância das Adoções

Nesta seção será investigada a percepção dos usuários em respeito às Adoções. Objetiva-se verificar a primeira hipótese norteadora da pesquisa, a qual estabelece relação entre o grau de aceitabilidade das intervenções privadas, por parte dos usuários, e o entendimento que estes detêm quanto à relevância das parcerias público-privadas, para provimento de lazer e turismo em espaços públicos abertos no meio urbano.

Os resultados são discutidos por Área, levando-se em consideração que as intervenções das Adoções foram projetadas de forma diferente, bem como interferem de modos diversos nos lugares onde ocorrem. As subseções a seguir apresentam, respectivamente, a percepção dos usuários quanto à existência das Adoções e a avaliação de desempenho ambiental dos usuários sobre espaços públicos abertos, de lazer e turismo, nos quais há investimentos privados.

Em adição, serão inclusos, quando pertinente, manifestações registradas em redes de relacionamento de *Internet*, no que tange ao estudo da Área 1 e da Área 2 – para a Área 3 não foram verificadas manifestações dessa natureza. Quanto à Área 2, ainda será exposto relato de reunião do Conselho dos Usuários do Parque Farroupilha, como forma de incluir a impressão de usuários ligados de maneira mais próxima à gestão daquele espaço.

4.4.1 Percepção da existência de marcos referenciais com investimentos privados e do estabelecimento das Adoções

Conforme apontado anteriormente neste trabalho (Capítulo 2), um dos fatores correspondentes ao problema de pesquisa reside na baixa incidência, ou ainda, na inexistência de debate público aberto, acerca das parcerias entre os setores público e privado, em especial para o provimento do lazer em espaços públicos abertos, e do turismo urbano, em espaços de igual característica. Em consequência, o inexpressivo entendimento acerca dessas parcerias, por parte dos

usuários, pode isolá-los do processo participativo de planejamento e gestão dos espaços regidos por elas, além de corroborar para o afastamento entre Estado e sociedade civil, no âmbito das políticas públicas urbanas. Por isso, anteriormente à avaliação das Adoções, foi verificada a percepção dos usuários acerca de espaços que contenham intervenções oriundas dessa categoria de consorciamento urbano, buscando-se indicar a relevância atribuída a eles, em especial no contexto em que a pesquisa foi desenvolvida.

O resultados a seguir visam à depreensão da legibilidade das Áreas pesquisadas, bem como a organização hierárquica dos elementos que as compõem. Nesse sentido, objetiva-se medir a imageabilidade dos espaços adotados através dos mapas mentais. Em complemento, será evidenciado se os usuários sabem sobre as Adoções nas Áreas pesquisadas, e em que medida as compreendem, então como relacionadas à apropriação e ao uso dos espaços estudados.

4.4.1.1 Área 1

Na primeira lembrança evocada no mapa mental dos usuários do Largo Jornalista Glênio Peres, o elemento que apresentou mais destaque nos desenhos foi a passagem da rua que abrange a circulação das pessoas – também chamado de “calçadão”. Esse resultado não corresponde diretamente ao esquema hierárquico organizado pelos usuários, visto que o espaço do Largo sequer foi desenhado em alguns mapas. Isso ocorreu, em alguns casos, porque os usuários optaram por realizar dois esquemas gráficos separados – por vezes, em espaços diversos de uma mesma folha e, em outras ocasiões, em folhas diferentes. Assim, quando solicitados a representar a primeira lembrança do espaço, e, em seguida, a organizar um esquema de orientação espacial, os usuários não repetiram, nesta segunda representação, o desenho expresso na primeira ou, a primeira representação não foi numerada no esquema de hierarquia organizado em um último momento.

Quanto ao nível de importância atribuído aos elementos da Área 1, o Mercado Público Municipal figurou como primeiro colocado para a maioria dos participantes, seguido pelos *decks* das lancherias (instalados em função da Adoção) e pelo Largo em si. A Tabela 7 expressa a importância dos elementos deste espaço, bem como explicita as justificativas deste tipo de organização feita pelos usuários.

Tabela 7 – Importância de espaços do Largo Jornalista Glênio Peres

Mais importantes	Incidência	Justificativas	Menos Importantes	Incidência	Justificativas
Mercado Público Municipal	07	Ponto turístico; local de trabalho; símbolo de Porto Alegre.	Farmácia	03	Não utiliza.
<i>Decks</i> (“lancheiras”) do Mercado Público Municipal	02	Grande quantidade de pessoas; lugar mais visto; lugar para poder olhar a paisagem.	<i>Decks</i> (“lancheiras”) do Mercado Público Municipal	02	Impedem exposições da Economia Solidária; impedem atividades públicas.
Largo (“calçadão”)	01	Abrange maior circulação de pessoas.	Chalé	02	Sem ligação afetiva com o espaço; porque tem mendigos à volta.
			Praça Pereira Parobé	02	Sem beleza.
			Largo como servindo para estacionamento	01	Uso indevido do espaço.

Independente do tipo de avaliação atribuída a determinados espaços, alguns foram mais lembrados do que outros na aplicação dos mapas mentais. O mapa síntese do Largo Jornalista Glênio Peres (Figura 86) hierarquiza esses ambientes citados nesta etapa da pesquisa, sendo as manchas mais escuras as que representam maior referenciamento atribuído pelos entrevistados (indicação em números absolutos na legenda).

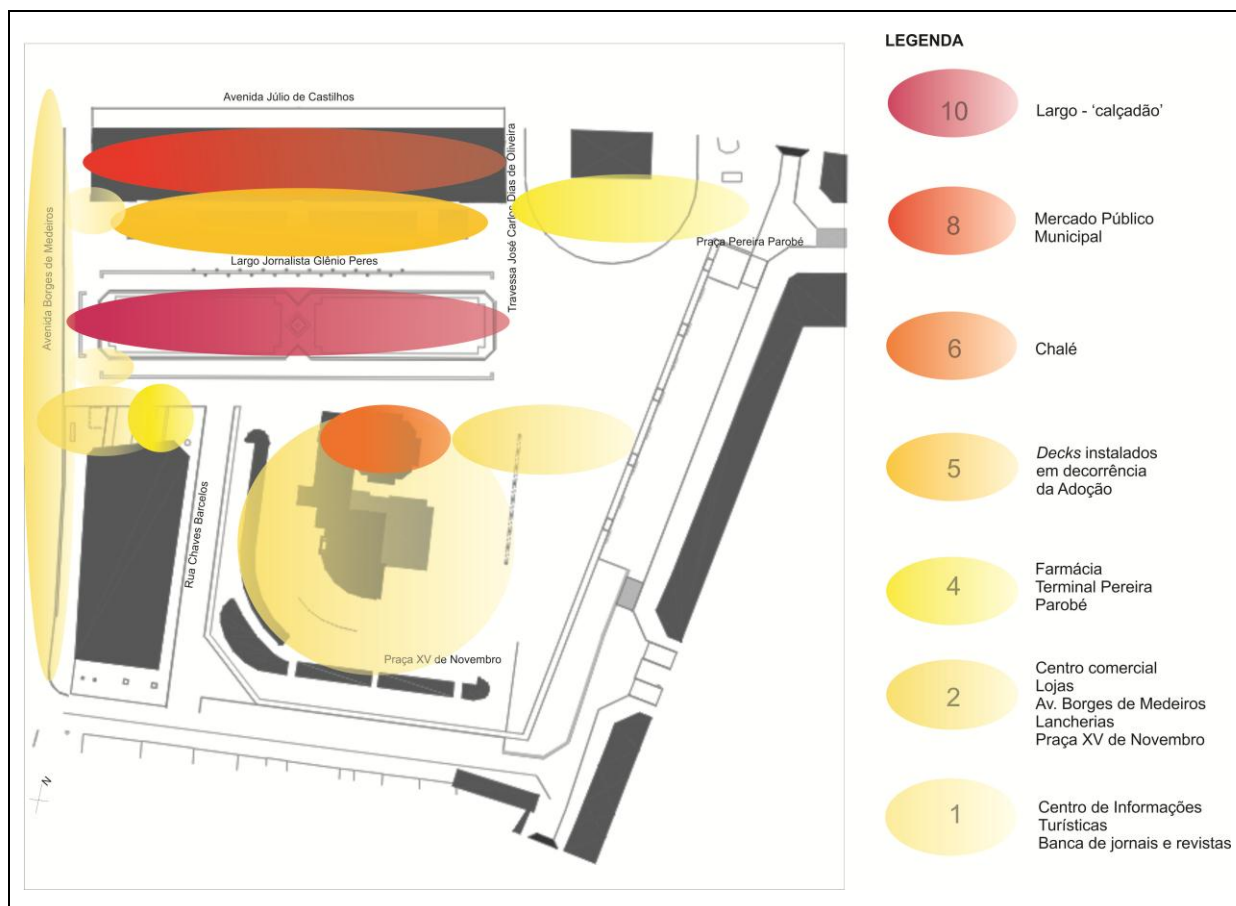


Figura 86 - Organização hierárquica dos elementos - Largo Jornalista Glênio Peres.

Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.

O nível de conhecimento de um número mais abrangente de usuários do Largo, acerca da Adoção desta Área, foi medido através da aplicação de questionários. Quando perguntados se sabiam do que se tratava uma Adoção de espaço público, a maioria dos usuários (58,5%) indicou saber no que incide tal prática. Do total dos respondentes, 39% afirmaram ter breve ideia, mas não saber descrever em detalhes o que significa Adoção, e apenas 2,4% indicaram não saber do que se trata essa modalidade de parceria (percentual correspondente a um usuário). Contudo, em contraponto da ciência sobre as implicações de uma Adoção, a maioria dos respondentes (51,2%) disse não saber se o Largo recebia investimentos do setor privado.

Como forma de se aprofundar o conhecimento sobre a percepção dos usuários em relação às Adoções e à existência dos elementos identificadores do setor privado, foram realizadas entrevistas com dois trabalhadores do Largo Jornalista Glênio Peres. O trabalhador entrevistado do Mercado Público Municipal é identificado como T1, e, o trabalhador entrevistado do Chalé da Praça XV, como T2.

As falas desses trabalhadores evidenciaram ciência em relação à existência das intervenções privadas na Área 1. De forma sintética, os principais pontos positivos aludidos por esses entrevistados, quanto à intervenção do setor privado (adotante) no Largo Jornalista Glênio Peres, referem-se à qualificação do tipo de clientes, à possibilidade de melhora nas condições de trabalho dos profissionais empregados nos estabelecimentos beneficiados pelos *decks* do Mercado Público e no conforto dos clientes, também em razão destes mobiliários. Nesse sentido, a forte imageabilidade dos *decks*, oriundos da Adoção, foi ratificada na percepção desses usuários, a exemplo do que se constatou mediante aplicação dos mapas mentais.

Quando inquirido acerca das principais transformações ocorridas no Largo, de maior grau de relevância, T1 fez referência àquelas decorrentes da Adoção. Foi possível depreender-se tal relação, posto que o entrevistado fez referência às obras como sendo da “Coca-Cola”. Ressalva-se que T1 não indicou conhecimento direto sobre a parceria do investidor privado com o Poder Público. Ao contrário, este entrevistado sinalizou haver, em seu entendimento, o estabelecimento de uma exclusividade de investimento naquele espaço público, por parte do investidor privado. Para T2, foi citada a remoção dos trabalhadores ambulantes como a mais substancial, não somente como forma de revitalização do meio físico em si, como também de transformação do tipo de público frequentador do espaço. Este entrevistado mostrou-se ciente sobre o promotor da mudança citada, fazendo menção à Prefeitura Municipal.

Foi possível depreender-se uma rejeição, por parte desses trabalhadores, não ao fato de obras e investimentos serem provenientes do setor privado, tampouco na divulgação da marca deste, mas em relação à execução do projeto de Adoção da Área 1. Aspectos como o cronograma de ações, a ordem das reformas e a morosidade de conclusão foram expostos pelos dois trabalhadores como fatores negativos, interferindo na acessibilidade física em geral, no atendimento ao público e no trânsito de pedestres que se utilizam do Largo como passagem.

Ainda em relação ao processo de parceria, é importante balizar que ao serem questionados sobre o entendimento acerca do que seja uma Adoção, ou se já haviam ouvido falar sobre este processo em relação a um espaço público aberto, os dois entrevistados tergiversaram, fazendo menção a outro tema, havendo uma possível indicação, por isso, da baixa familiaridade com o Termo e/ou da falta de

domínio sobre sua implicação. Sobre as modificações atuais no Largo, provenientes da Adoção feita pela Vonpar Refrescos S.A., os trabalhadores informaram não conhecerem processo oficial de consulta popular anterior às obras, e consideraram importante haver esse tipo de prática. Em ressalva, T1 fez referência à apresentação de projeto, por parte da Prefeitura, como forma de dar ciência aos permissionários do Mercado Público Municipal das obras que seriam realizadas em frente a este prédio – e que, portanto, já estavam acordadas entre os parceiros público e privado: “[...] eu tenho uma leve lembrança que foi exposto isso aí [...] teve até uma maquete que apresentaram pra nós com umas palmeiras e com os quiosques daqui ... um troço bem bonito”.

De acordo com a análise das entrevistas provenientes dos mapas mentais, bem como das representações contidas nestes, pelos resultados oriundos dos questionários e das entrevistas com trabalhadores, depreende-se que mobiliários inseridos no Largo Jornalista Glênio Peres, em decorrência da Adoção, já são considerados como marcos referenciais daquela Área. Indo ao encontro do que expressa a literatura pertinente, os *decks*, situados em frente a uma das faces do Mercado Público Municipal, foram lembrados, tanto positiva como negativamente, em maior proporção do que os demais mobiliários inseridos pelo adotante, posto estarem agrupados, adquirindo *status* de marcos dominantes, portanto com maior força de representatividade em relação aos que se encontram isolados – como é o caso dos totens. Sinaliza-se, porém, que mobiliários e espaços inseridos há mais tempo e em maiores proporções nesta Área, como a própria extensão da rua (“calçada”), o Mercado Público Municipal e o Chalé da Praça XV de Novembro, ainda apresentam imageabilidade mais forte. Também foi possível verificar-se haver baixa informação e pouco conhecimento, por parte dos usuários, acerca do estabelecimento da Adoção na Área 1. Em contrapartida, os trabalhadores entrevistados demonstraram-se cientes de tal prática, embora não tenham evidenciado domínio sobre as implicações deste tipo de consorciamento urbano.

4.4.1.2 Área 2

No que se refere à primeira lembrança evocada pelo Parque Farroupilha, no perímetro da Avenida José Bonifácio entre as avenidas Oswaldo Aranha e João Pessoa, o principal elemento exposto nos mapas mentais foi o conjunto de árvores e a natureza em geral que o espaço abriga (referência feita por cinco entrevistados

durante aplicação de mapas mentais). Em seguida, a lembrança principal de um número menor de entrevistados, durante a aplicação de mapas mentais, correspondeu ao Eixo Principal e o ato de tomar chimarrão (dois entrevistados), sendo este um elemento ligado à agradabilidade, e o único lembrado como estando mais diretamente relacionado à apropriação e ao uso do espaço, e não às características físicas deste. Em último lugar, foram elencados o monumento O Expedicionário e a Igreja do Santíssimo Sacramento e Santa Terezinha (cada um deles lembrado por um entrevistado), embora esta esteja localizada nas imediações do Parque (Avenida José Bonifácio), e não em seu interior.

Visando-se identificar os elementos mais e menos importantes que compõem a Área 2, de acordo com a percepção dos usuários, os entrevistados por ocasião dos mapas mentais foram questionados sobre espaços mais e menos importantes naquele perímetro. Como elementos mais importantes sobressaíram-se o conjunto de árvores e a natureza em geral, ratificando-se a intensidade de imageabilidade dos elementos da natureza relacionados à Área 2. Em igual proporção, foram apontados como mais importantes daquele espaço o Colégio Militar (que não faz parte do Parque, mas está em seu entorno imediato, na Avenida José Bonifácio), o monumento O Expedicionário e o Brique da Redenção. Em menor incidência foi indicado o Eixo Principal como sendo o espaço mais importante no Parque. A Tabela 8 relaciona o nível de importância às justificativas deste tipo de ordenamento feito pelos usuários.

Tabela 8 – Importância de espaços do Parque Farroupilha

Mais importantes	Incidência	Justificativas	Menos Importantes	Incidência	Justificativas
Árvores/ natureza	03	Beleza; tranquilidade; elemento natural que se destaca em meio à cidade/ao urbano.	Nenhum é menos importante	04	Os entrevistados não quiseram atribuir menor grau de importância, mesmo ao numerar todos os elementos.
Colégio Militar	02	Remete a conhecimento; símbolo de Porto Alegre.	Igreja do Santíssimo Sacramento e Santa Terezinha	02	Ambiente não agradável.
Munomento O Expedicioinário	02	Referência de encontro; cartão postal da cidade; muito conhecido.	Colégio Militar	01	Serve apenas como referência do Parque e do bairro.
Brique da Redenção	02	Ponto de encontro. Lazer.	Quadras próximas à Avenida João Pessoa	01	Sem referências conhecidas.
Eixo Principal	01	Espaço livre que reúne natureza e fácil visibilidade.	Monumento O Expedicionário	01	Apenas um ponto de referência.
			Avenida José Bonifácio (a via em si)	01	Apenas um meio de passagem.

Percebe-se, pela Tabela 8, que a Academia da Terceira Idade (ATI), principal elemento identificador da Adoção do Parque Farroupilha, localizado na Área 2 deste estudo, não é mencionada. Embora tenha sido verificado, durante o trabalho de campo, haver pleno uso do espaço adotado, em dias e horários diversos, e por grupos variados de usuários, mesmo as pessoas que participaram da pesquisa e que foram abordadas no entorno imediato à Academia da Terceira Idade não se lembraram de fazer representação do ambiente, através de desenho em seu mapa, e tampouco falaram espontaneamente sobre este espaço durante as entrevistas norteadoras da aplicação dos mapas mentais. Por isso, levando-se em conta que a ATI não constou graficamente nos mapas mentais, foram dirigidas perguntas aos usuários quanto à relevância daquele conjunto de mobiliário, no que se refere ao contexto do Parque.

Três entrevistados participantes da aplicação dos mapas mentais esclareceram saber da existência da ATI e terem recordado sua localização durante

a execução do mapa mental, mas indicaram que a função daquele ambiente no Parque não teria relevância, a ponto de evocar lembrança para referência em esquema gráfico. Outros entrevistados disseram-se, inclusive, usuários ocasionais da ATI, mas não a representaram graficamente, por esquecimento durante a confecção de seu mapa mental. Denota-se, de acordo com essas percepções, que a ATI constitui-se em um equipamento urbano com baixa imageabilidade, tanto no contexto da Área 2, como em relação ao Parque Farroupilha em sua totalidade.

No que tange à lembrança dos espaços do Parque, ou daqueles em seu entorno, independente do tipo de avaliação atribuída a eles, também é possível averiguar que alguns foram mais notados do que outros durante a aplicação dos mapas mentais. A Figura 87 hierarquiza esses ambientes no mapa do Parque Farroupilha, sendo as manchas mais escuras as que representam maior grau de referência atribuído pelos entrevistados (em números absolutos indicados na legenda).

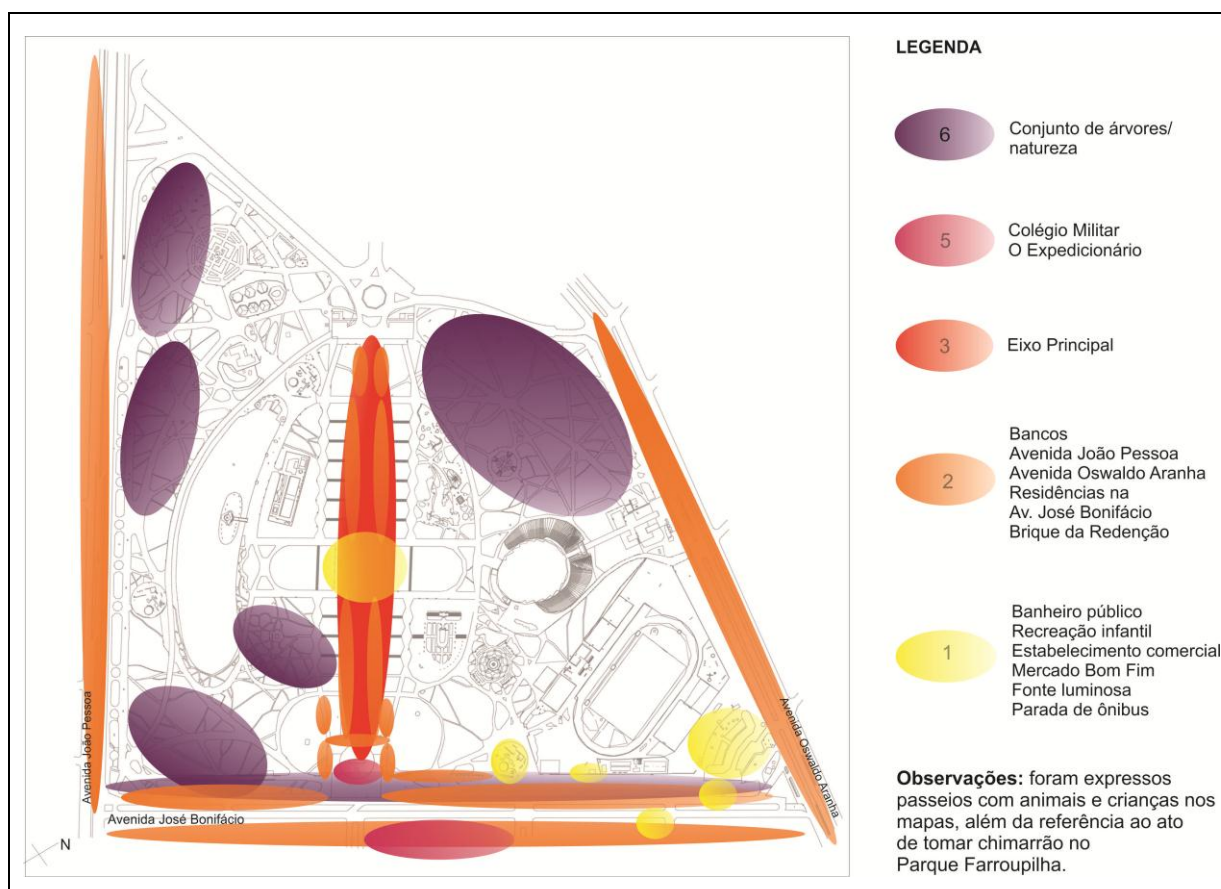


Figura 87 - Organização hierárquica dos elementos – Parque Farroupilha.
Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.

O nível de conhecimento de um número mais abrangente de usuários do Parque Farroupilha, acerca da Adoção deste, foi medido pela aplicação de questionários, no perímetro da Área 2. Expressivo número de respondentes se disse ciente sobre o teor de uma Adoção de espaço público. A maior frequência de usuários (49,3%) indicou saber no que incide tal prática. Uma parcela significativa desses usuários (45,6%) disse ter breve ideia, mas não saber descrever em detalhes o que significa Adoção, ao passo que uma proporção menor de usuários (5,1%) indicou não saber do que se trata essa modalidade de parceria. A exemplo do que ocorreu na Área 1, a maioria dos respondentes usuários do Parque (53%) disse não saber se ele recebia investimentos do setor privado.

O conhecimento sobre a existência das Adoções de maneira mais aprofundada foi medido através de entrevistas com trabalhadores da Área 2. Durante as entrevistas aplicadas junto a dois trabalhadores, T3 e T4, um ambulante e um fixo, respectivamente, observou-se que ambos os entrevistados souberam explicar do que se trata uma Adoção, bem como disseram estar cientes da parceria estabelecida para o Parque. Em relação aos benefícios de uma Adoção, os trabalhadores apontaram os usuários como os mais favorecidos pelos investimentos no espaço. Em ressalva, ambos indicaram que a empresa adotante também é grande beneficiada no processo, por ter seu nome relacionado à divulgação de um espaço importante na cidade. Ao se comparar as manifestações dos trabalhadores entrevistados nesta Área com os da Área 1, verifica-se aqui um grau maior de entendimento, não apenas sobre o que venha a ser uma Adoção, mas especificamente de como ela afeta a dinâmica do Parque.

De acordo com a análise das representações gráficas provenientes dos mapas mentais, depreende-se que mobiliários inseridos no Parque Farroupilha, em decorrência da Adoção, tem baixa imageabilidade. Em contrapartida, elementos presentes há mais tempo, em grandes proporções e em maior número, como monumentos e elementos da natureza, respectivamente, tem imageabilidade mais forte. Os resultados oriundos dos questionários sinalizam que os usuários da Área 2, apesar de se dizerem cientes sobre as implicações de uma Adoção, não a percebem no contexto do Parque, ratificando-se, assim, a baixa imageabilidade dos elementos identificadores de investimentos privados. Em contrapartida, as entrevistas com os trabalhadores denotam que estes detêm mais informações quanto ao tema da Adoção, bem como em relação à existência desta parceria no Parque. Este

resultado talvez seja influenciado devido ao tempo de permanência na Área 2 e no Parque como um todo, como também devido à função exercida por esta categoria de usuários naquele espaço.

4.4.1.3 Área 3

Em relação à primeira lembrança evocada pela Orla nos usuários, não houve elemento que tenha se destacado substancialmente. O mais citado, por três usuários, foi o Lago Guaíba e o por do sol, seguido por elementos naturais em geral (como árvores, gramados extensos e pássaros, com duas indicações), e, em igual proporção (uma indicação cada), os seguintes elementos: atracadouro de barcos turísticos; limite entre Parque Maurício Sirotsky Sobrinho e Marinha do Brasil; escadaria; escultura Olhos Atentos (em formato de mirante, atualmente interditada); e espaços para atividade de lazer passivo (permanência sentada).

A ordem de importância atribuída aos diversos ambientes da Orla foi semelhante entre os entrevistados. O conjunto da Usina do Gasômetro com a chaminé foi indicado como mais importante, seguido pela Avenida Edvaldo Pereira Paiva. Em igual proporção foram mencionados como os elementos mais importantes o Anfiteatro Por do Sol, a Academia da Terceira Idade, as quadras esportivas do Projeto Eu Amo Porto, o por do sol e o Lago Guaíba. Quanto ao menor grau de importância atribuído a determinados ambientes, cabe abalizar que alguns entrevistados não consideraram, de fato, menos importantes os espaços numerados por último, mas assim o fizeram por não recordarem de mais lugares dispostos à Orla. A Tabela 9 explicita a organização de importância dos elementos referenciados e as justificativas dos usuários para tais classificações.

Tabela 9 – Importância de espaços da Orla do Guaíba

Mais importantes	Incidência	Justificativas	Menos Importantes	Incidência	Justificativas
Usina do Gasômetro e chaminé	03	Principal referência da Orla.	Escultura Olhos Atentos	02	Condições precárias de manutenção.
Avenida Edvaldo Pereira Paiva	02	Incentivo à prática esportiva.	Espaço do Parque afastado da Orla (interior)	02	Pouca iluminação.
Anfiteatro Por do Sol	01	Espaço para shows/ eventos.	Nenhum lugar	02	Não há lugar menos importante.
Academia da Terceira Idade (ATI) – Projeto Eu Amo Porto	01	Remete à saúde e qualidade de vida.	Usina do Gasômetro e chaminé	01	
Quadras esportivas – Projeto Eu Amo Porto	01	Porque proporcionam prática esportiva ao ar livre.	Anfiteatro Por do Sol	01	Falta de policiamento à noite.
Por do Sol	01	Sentimento agradável.	Espaços esportivos	01	Pouca iluminação.
Lago Guaíba	01	Paisagem agradável.	Tendas de alimentação	01	Ambiente desagradável.


Na organização proveniente dos mapas mentais desta Área, verificou-se maior variedade de referências quanto aos tipos de elementos à disposição dos usuários (ambiente natural, meio ambiente construído, espaços ligados ao comércio, etc.), em comparação às demais Áreas de estudo. Em adição, constatou-se a indicação a ambientes oriundos de Adoção tratada nesta pesquisa, ligados à prática de esportes.

Nenhum dos entrevistados demonstrou saber que o perímetro da Orla estudado nesta pesquisa faz parte do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho. Por isso, em alguns mapas houve referência a este Parque como um ambiente distinto em relação à beira do Lago, onde a pesquisa foi aplicada. Além disso, a maioria dos entrevistados representou, tanto graficamente como através da escrita, os espaços da Orla mais próximos de seu entorno imediato no momento da entrevista, ou os espaços utilizados de forma mais corriqueira. Essa tendência de representação pode ocorrer em virtude da grande extensão da Orla, o que acarretaria na dificuldade de lembrança da variedade dos ambientes contidos nesta extensa área.


Em comparação com às demais Áreas, 1 e 2, quanto à aplicação dos mapas mentais, na Área 3 houve maior número de associações diretas aos espaços

adotados que compõem o campo de análise desta pesquisa. A Figura 88 exemplifica essas induções, destacadas em vermelho nos mapas mentais.

a)



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE ARQUITETURA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL
DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-Ocupação



MAPA MENTAL N°: 26 DATA E HORA: 05/05/12 - 16:40 LOCAL DE APLICAÇÃO: AM	OBSERVAÇÕES QUANTO AO RESPONDENTE: ADULTO OCUPAÇÃO: Educadora física PRÁTICA NO ESPAÇO: USUÁRIA AM
---	--


Prezado Colaborador,

Por favor, faça um mapa esquemático do ESPAÇO DA OLA DA GUARIBA com seus conhecimentos sobre ele.


Elabore o mapa como se estivesse fazendo-o para dar explicações a um estranho, em relação a quais elementos estão presentes no Parque, de forma que essa pessoa se localize nele e tome ciência de sua estrutura. Não se preocupe: contamos com suas habilidades tais como elas são, sem o compromisso com a perfeição do desenho de um mapa.

Obrigada:

b)



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE ARQUITETURA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL
DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-Ocupação



MAPA MENTAL N°: 27 DATA E HORA: 05/05/12 - 16:40 LOCAL DE APLICAÇÃO: AM	OBSERVAÇÕES QUANTO AO RESPONDENTE: ADULTO OCUPAÇÃO: Assistente de Coabitação PRÁTICA NO ESPAÇO: USUÁRIA AM
---	--

Prezado Colaborador,

Por favor, faça um mapa esquemático do ESPAÇO DA OLA DA GUARIBA com seus conhecimentos sobre ele.

Elabore o mapa como se estivesse fazendo-o para dar explicações a um estranho, em relação a quais elementos estão presentes no Parque, de forma que essa pessoa se localize nele e tome ciência de sua estrutura. Não se preocupe: contamos com suas habilidades tais como elas são, sem o compromisso com a perfeição do desenho de um mapa.

Obrigada:

3- Pelo prédio de esporte ao ar livre
Não me sinto insegura.

Figura 88 - Exemplos de mapas mentais com referência aos espaços adotados.
Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.

No que se refere à lembrança dos espaços localizados na Orla ou em seu entorno, independente do tipo de avaliação atribuída a eles, também é possível averiguar que alguns foram mais notados do que outros durante a execução dos mapas mentais, sendo que o primeiro e o segundo colocados nesta classificação tem sensível diferença. A Figura 89 esquematiza a organização hierárquica dos ambientes no mapa do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, sendo as manchas mais escuras as que representam maior grau de referência atribuído pelos entrevistados (em números absolutos indicados na legenda).

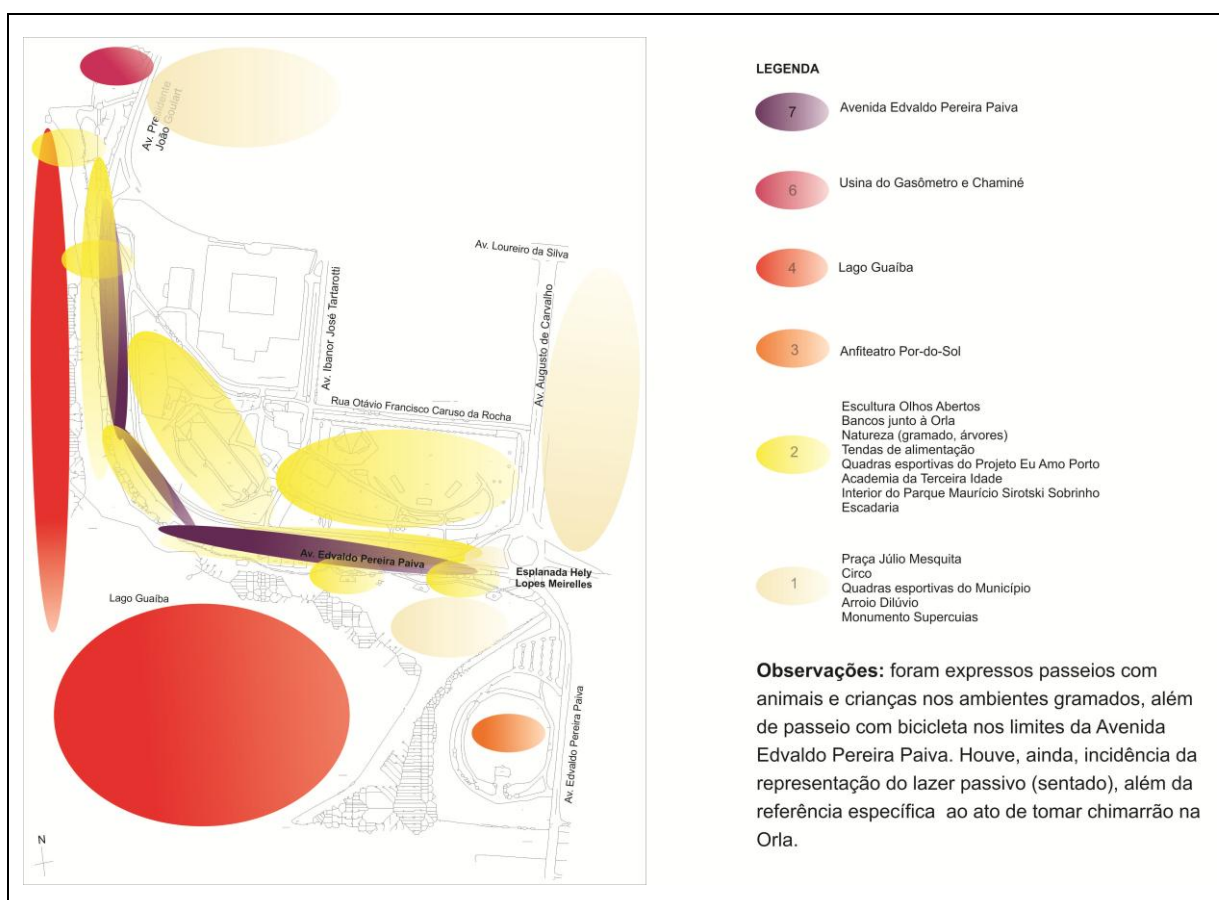


Figura 89 - Organização hierárquica dos elementos da Orla do Lago Guaíba – Parque Maurício Sirotsky Sobrinho.

Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.

O nível de conhecimento de um número mais abrangente de usuários da Orla do Lago Guaíba, acerca da Adoção deste, foi medido através de questionários, aplicados no perímetro da Área 3. A maioria dos respondentes (57,5%) indicou saber no que incide uma Adoção de espaço público. Para 33,3%, há um entendimento breve sobre Adoção, e, somente 9% não sabem do que se trata essa

modalidade de parceria. Ao contrário do que ocorreu nas Áreas 1 e 2, na Área 3, a maioria dos usuários (54,5%) informou estar ciente da Adoção da Orla.

Visando-se o aprofundamento de questões relacionadas à Adoção da Área 3, foram entrevistados dois trabalhadores. Assim com os demais usuários, os dois trabalhadores entrevistados (neste caso, codificados como T5 e T6) demonstraram-se cientes sobre as intervenções da empresa Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. na Orla do Parque – fazendo menção ao nome fantasia “Pepsi-Cola” –, sem, contudo, sinalizarem entendimento acerca do que seria um processo de Adoção. Embora os trabalhadores entrevistados tenham citado melhorias nos ambientes A e B avaliados nesta Área, bem como demais modificações provenientes da Adoção, esta categoria de entrevistado não soube indicar o significado desta parceria, evidenciando falta de conhecimento mais aprofundado acerca do assunto. O trabalhador T5, por exemplo, citou uma das empresas adotantes do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho como investidora para as intervenções mais recentes, verificadas nos ambientes esportivos, sem, contudo, citar a existência de uma parceria para a gestão espacial entre os setores público e privado.

De acordo com a análise das entrevistas provenientes dos mapas mentais, bem como das representações contidas nestes, depreende-se que mobiliários inseridos na Orla do Lago Guaíba, em decorrência da Adoção, já são significativos, embora elementos mais antigos ou em maior número e proporção física, como monumentos, prédios e elementos da natureza, apresentem imageabilidade mais forte. Os resultados oriundos dos questionários sinalizam que a maioria dos usuários da Área 3, ao contrário das demais Áreas, dizem-se cientes sobre as implicações de uma Adoção, bem como sobre o estabelecimento deste tipo de parceria na Orla. Da mesma forma, os dois trabalhadores evidenciaram conhecimento sobre a existência da Adoção da Orla do Lago Guaíba, sem, contudo, terem demonstrado informação sobre suas implicações na dinâmica de gestão espacial.

4.4.2 Avaliação de espaços públicos abertos de lazer e turismo com Adoções

Nesta seção, serão evidenciados resultados alusivos ao exame das Adoções, por parte dos usuários, no intuito de concluir se elas estabelecem algum tipo de rejeição, ou de aceitabilidade, quando presentes em espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo. Também é investigada a possibilidade de

as parcerias não gerarem impacto significativo para os usuários de espaços com características de lazer e turismo, cujo acesso seja irrestrito. Para tanto, serão utilizadas as percepções expressas em mapas mentais e em entrevistas aprofundadas com trabalhadores, bem como serão apresentados os dados oriundos dos questionários, aplicados a diversos tipos de usuários nas três Áreas. Em particular quanto à Área 1 e à Área 2, também serão consideradas as percepções de usuários difundidas em *Internet*.

4.4.2.1 Área 1

Seguidamente à instalação de totens de identificação da Adoção do Largo, foram afixados cartazes com opiniões opostas às intervenções (Figura 90) nos próprios mobiliários e, em rede de relacionamento da *Internet*, criou-se debate acerca do Projeto em questão. O Quadro 3 expressa algumas das opiniões dos internautas a respeito do tema (ao todo, foram 63 comentários postados, cabendo salientar que a maioria deles foi desfavorável às intervenções do setor privado no Largo Jornalista Glênio Peres).



Figura 90 - Cartaz afixado em totem no Largo Jornalista Glênio Peres.

Fonte: rede social Facebook, 2012.

Quadro 3 – Exemplos de opiniões de internautas acerca da Adoção da Área 1 – Facebook.

Opiniões Favoráveis às Intervenções	Opiniões Contrárias às Intervenções
Internauta 5: [...] mas se a prefeitura não faz, deixem que as marcas realizem seu trabalho.	Internauta 1: [...] O município negocia mal seus espaços publicitários e permite que empresas que nem pagam impostos em Porto Alegre explorem a atividade publicitária à vontade.
Internauta 8: Nossa! Que povinho chorão! Será o calor?! Ou é só mesmo aquele velho hábito de não perder uma oportunidade para sofrer! Como tem gente que gosta de falar mal (de tudo e de todos!)...	Internauta 2: Caramba, em pleno espaço nobre da cidade...
Internauta 9: Tem que privatiza tudo, só assim pra controlar a roubalheira!!!	Internauta 3: Dá a impressão que a cidade foi loteada e vendida.
Internauta 11: Essas áreas, antes de serem adotadas, eram um completo LIXO. Nossa prefeitura medíocre não foi capaz de fazer uma singela decoração de Natal, quanto mais cuidar de áreas públicas.	Internauta 4: Pois é, há quem diga que quem colou o cartaz está errado porque a área é patrimônio, mas desde quando banner da coca cola é patrimônio histórico?
Internauta 12: Não acho que seja a melhor solução, mas não vejo o poder público capaz de cuidar, reformar, dar segurança, decorar... Não o vejo capaz de nada. Assim, apoio qualquer um que se interesse pelo espaço. Ao menos eliminaram um percentual da vagabundagem daquela região e criaram uma opção minimamente razoável de lazer, ou ao menos de parada.	Internauta 6: Se as marcas revitalizassem as praças, parques e largos, deixando o uso para o povo, seria de boa. O problema são as condições que essas marcas exigem, que sempre vão fazer com que quem tem menor poder aquisitivo se afaste.
Internauta 13: Já que o governo não faz, deixa para a iniciativa privada...	Internauta 7: Privatização Alegre para os desavisados... A Prefeitura vende o centro e sucateia as vilas... todas "ações" só se concentram no centro.
Internauta 14: [...] mas as da PEPSI em toda a orla do Guaíba ninguém lembra, que aliás revitalizou algumas coisas por lá. Iniciativa privada RULES !	Internauta 10: Concordo com o cartaz que puseram na frente. Uma cidade como Porto Alegre precisa fazer comercial de uma multinacional, para ter melhoria em áreas públicas? Por que a CocaCola não adota as áreas nas periferias pobres de Porto Alegre?

Fonte: Adaptação da rede social Facebook, 2011.

Em outro meio de divulgação de *Internet* também foram veiculadas opiniões referentes à Adoção, sendo que algumas delas questionaram a ausência de um processo de participação popular para a instauração da parceria. Em contrapartida, outras opiniões foram favoráveis à iniciativa, levando-se em conta que o papel do Estado não mais estaria sendo desenvolvido em sua plenitude, portanto sendo legítima a intervenção do poder privado. O Quadro 4, a seguir, expressa algumas das opiniões pertinentes ao tema (ao todo, foram verificadas 24 postagens).

Quadro 4 – Exemplos de opiniões de internautas acerca da Adoção da Área 1 – Blog RS Urgente.

Opiniões Favoráveis às Intervenções	Opiniões Contrárias às Intervenções
<p>Internauta 1: Bando de retrógrados, são incansáveis em recusar qualquer inovação, por estarem presos a estes pensamentos bairristas, mas não enxergam que nada será feito se outras pessoas ou entidades não derem o primeiro passo. Cuide você da sua calçada se a prefeitura de sua cidade não cuida. Foi nesse “ficar esperando” que Porto Alegre se transformou numa cidade medíocre em desenvolvimento e sem representatividade.</p>	<p>Internauta 2: Pois eh, esses direitistas são a contradição em pessoa. Como alguém pretende revitalizar o centro da cidade tornando espaços públicos em áreas dedicadas à poluição visual causada pela podridão da publicidade sem escrúpulos? Será que se o “Zé do cachorro-quente” quiser colocar uma faixa dos seus humildes produtos em um dos postes do Largo Glênio Peres o Fogaça aceita que ele pinte o poste e troque a lâmpada?</p>
<p>Internauta 3: Se os botecos continuarem os mesmos no mercado, se seu público habitual (incluindo o muitas vezes indesejado) continuar podendo frequentar estes espaços com a mesma tranquilidade de antes e se não houver poluição visual, então não há problema na parceria. Do contrário são estes os pontos, e não a parceria em si, que devem ser discutidos na esfera pública, posto que a mera oposição apenas esvazia o debate transformando-o na peleja usual.</p>	<p>Internauta 4: Que bom, hein? A Pepsi já deu uma tapeada na orla do Guaíba, vai fazer o mesmo na Redenção. Agora, a Coca-Cola arruma o Centro. Uma hora dessas, quem sabe a Fruki ou o Guaraná Bonanza não a tapam os buracos do asfalto de nossas ruas? Moral da história: se tivéssemos mais umas 50 grandes fábricas de refrigerante, ao invés do Fogaça na Prefeitura, Porto Alegre seria demais!</p>
<p>Internauta 5: Adorei a parceria da Vonpar com a Prefeitura. Estou ansiosa pra ver o projeto por completo, e obviamente o retorno que a marca receberá com essa movimentação toda que é restaurar um patrimônio histórico.</p>	<p>Internauta 6: As parcerias do tipo “Adote uma Praça” são bem-vindas. No entanto, a entrega de próprios municipais ou serviços típicos de Estado à iniciativa privada é digna de desconfiança. Primeiro porque coloca o servidor público de carreira como um incompetente, depois por ser, normalmente, realizada quase sem nenhuma consulta popular. Não se trata de mera ideologia, apenas é obvio que o capital visa o lucro e quem vai pagar, mais caro, somos todos nós. De uma forma direta ou indireta.</p>
	<p>Internauta 7: O pessoal do IPHAN não vai se manifestar contra esse abuso?</p>

Fonte: Adaptação de Blog RS Urgente (<http://www.rsurgente.opsblog.org>), 2011.

Em consonância com essas visões críticas acerca da Adoção da Área 1, sobre o total de entrevistados (dez) por ocasião dos mapas mentais, três deles fizeram algum tipo de alusão negativa à interferência do setor privado para as alterações físicas e nas dinâmicas espaciais do Largo Jornalista Glênio Peres. Esses três participantes são artesãos, com forte ligação comercial com o Largo. Faz-se importante informar que a escolha de usuários para aplicação de mapas mentais deu-se de forma aleatória, e não foi proposital haver participação somente de trabalhadores do tipo artesãos para avaliação mediante mapas mentais.

Em dois dos três casos referenciados, as impressões de contrariedade foram representadas graficamente, conforme exemplifica a Figura 91. Os *decks* junto ao Mercado Público Municipal, formam o conjunto de mobiliário apontado como símbolo de tal rejeição, evidenciando-se, de maneira clara, o sentimento negativo quanto à presença do investidor privado naquele espaço. As impressões negativas relacionaram-se especialmente à modificação na dinâmica comercial desses

21,9% informaram que era indiferente o fato de haver investimento privado e, para 19,5% dos usuários, haveria algum tipo de constrangimento para uso de um espaço público, associado a um investidor privado. Para esta consulta, alguns respondentes optaram por expressar suas opiniões de forma discursiva, conforme segue: “confortável, mas gostaria que o investimento viesse de empresas regionais”; “indignação pela falta de investimento do poder público e a venda do espaço para privados”; e “fico pensando no quanto o setor privado ganhou em isenções fiscais”.

A maioria dos usuários reconhece os investimentos privados em tais espaços como relevantes. Assim, para expressiva parte dos respondentes, as Adoções são importantes (46,3%), ou muito importantes (26,8%), enquanto um menor número acredita que esse tipo de parceria nunca deva ocorrer (14,6%), ou não é importante (7,3%). Os respondentes que informaram serem indiferentes para utilizar espaços com essas características somaram 5%.

Embora não tenha havido diferença significativa entre os *grupos de usuários com diferentes intensidades de conhecimento sobre Adoção*, e o *sentimento para uso de ambiente com investimento privado desses usuários*, é relevante sinalizar que 34,2% dos respondentes indicaram, simultaneamente, saber o que é Adoção e se sentir à vontade para utilizar um espaço público aberto, de características similares às da Área 1, quando regido por esse tipo de parceria. E a maior frequência dos usuários que não sabe em detalhes as implicações de uma Adoção (18,4%) também sinalizou estar à vontade para utilizar esse tipo de espaço, quando é adotado.

Foi encontrada uma forte correlação entre o *sentimento para uso de ambiente com investimento privado* e a *importância de investimento privado no espaço público* (Spearman, $c = 0,613$, sig. = 0,000). Tal relação sugere que quanto mais positivo é o sentimento para uso de um espaço no qual há investimento privado, tanto maior é a importância atribuída a tal investimento, e vice-versa, no que se refere a espaços de lazer e turismo abertos, públicos, localizados no meio urbano. Em contraponto aos trabalhadores entrevistados, e aos usuários que expressaram suas opiniões na *Internet*, a maioria dos respondentes indicou maior grau de aceitabilidade das parcerias, dizendo-se, inclusive, confortável para utilizar espaços com investimentos privados e salientando, em complemento, a importância do investimento privado em espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo urbanos, ou seja, de características similares às da Área 1 deste estudo.

Nesse contexto, a respeito da presença de Adoções em espaços públicos abertos, de lazer e turismo, verificou-se haver diferença entre a percepção de usuários obtida de maneira qualitativa, àquela oriunda de métodos quantitativos, no que se refere aos resultados da Área 1. Assim, durante entrevistas ou avaliação de percepções expressas em canais de *Internet*, verificou-se maior incidência de ponderação crítica às Adoções, ao passo que os questionários revelaram maior propensão à aceitabilidade dessas parcerias.

4.4.2.2 Área 2

Quanto à interferência do setor privado na realização de alterações físicas e nas dinâmicas espaciais do Parque Farroupilha, bem como em relação à Área 2 em particular, não houve alusão negativa ou positiva por parte dos trabalhadores e gestores entrevistados. Exceção foi observada nas entrevistas com os trabalhadores, durante as quais a relação espacial à marca de um dos adotantes do Parque foi evidenciada. O trabalhador T3, por exemplo, disse ter percebido que, de certa forma, o Parque passou a ser mais conhecido por pessoas de fora de Porto Alegre a partir da Adoção, especialmente em decorrência de sua associação à marca fantasia utilizada pela empresa Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. – citada por ele como “Pepsi-Cola”.

Ao serem arguidos sobre seu sentimento em relação ao uso de espaços com características de lazer e turismo similares às verificadas no Parque Farroupilha, e que recebessem investimentos privados, a maioria dos respondentes (51,8%) disse estar à vontade para tanto. Sobre o total, 29,6% informaram que era indiferente o fato de haver ou não investimento privado e, para 9,8% dos respondentes haveria algum tipo de constrangimento para uso de um espaço com essas particularidades ambientais, associadas a um investidor privado. Para esta consulta, alguns respondentes opinaram de forma discursiva: “se o investimento não obriga os visitantes a ter custos, eu não vejo problema algum; o visitante tem que poder escolher se quer gastar, ou não, no investimento privado”; “na forma de PPP, sem ostentação”; “não tenho opinião formada”; “com restrição”; “sinto-me invadido”; “algumas intervenções parecem mais propaganda, do que melhoria real no Parque”; e “penso em quanto o setor privado recebeu de incentivos fiscais ou outros privilégios”.

A maioria dos usuários reconhece os investimentos privados em tais espaços como sendo importantes (55,5%), ou muito importantes (18,5%), enquanto um número menor de respondentes acredita que esse tipo de parceria nunca deva ocorrer (7,5%), ou não é importante (3,7%). Os respondentes que informaram sentirem-se indiferentes para utilizar espaços com essas características somaram 14,8%.

Embora não tenha havido diferença significativa entre o *grupo de respondentes que tem conhecimento* e o *grupo de respondentes que não sabe no que consiste uma Adoção*, em relação ao *sentimento para uso de ambiente com investimento privado*, é relevante sinalizar que a maioria dos usuários (57%) que disse saber do que se trata uma Adoção, também indicou sentir-se à vontade para utilizar um espaço público aberto adotado, de características similares ao Parque Farroupilha. Ao se relacionarem as variáveis *sentimento para uso de ambiente com investimento privado* e *importância de investimento privado no espaço público* foi encontrada forte correlação (Spearman, $c = 0,672$, sig. = 0,000). A exemplo do que se verificou no estudo da Área 1, essa correlação sugere que quanto mais positivo é o sentimento para uso de um espaço no qual há investimento privado, tanto maior é a importância atribuída a tal investimento, e vice-versa, no que se refere a espaços de lazer e turismo abertos, públicos, localizados no meio urbano.

Não foi encontrada diferença significativa entre o fato de *sentir-se à vontade para utilizar ambiente com investimento privado* e *preferência por par de cenas* (com ou sem marca de investidor privado). Contudo, é importante observar que mesmo usuários que se disseram à vontade em espaços geridos com investimentos privados, demonstraram preferência por cenas sem as marcas de tal setor. Da mesma forma, os usuários que se disseram indiferentes quanto às parcerias nesses espaços, também indicaram preferir ambientes sem elementos identificadores de investidor privado.

No transcorrer desta pesquisa, foi verificada grande repercussão acerca de intervenção do setor privado no Parque Farroupilha. Embora não se relacione com a Adoção aqui tratada, é pertinente citar-se tal fato, posto também se referir à percepção ambiental dos usuários face intervenções privadas no Parque. As impressões dizem respeito à parceria do Município com investidores privados para reforma e gestão do Auditório Araújo Vianna, compreendido nos limites do Parque Farroupilha, sito à Avenida Oswaldo Aranha. As manifestações populares,

presenciais e em veículos de mídia, iniciaram com maior ênfase a partir da colocação de gradil e de mobiliário alusivo a um dos investidores, no entorno do Auditório (Figura 92). A partir de então, passaram a ocorrer manifestações, discussões em redes de relacionamento virtual e cartazes passaram a ser fixados em frente ao Auditório (Figura 93), como forma de protesto aos investimentos privados naquele espaço público²⁵.



Figura 92 - Auditório Araújo Vianna com gradil e inflável de investidor privado.
Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 93 - Cartazes de protesto no gradil do Auditório Araújo Vianna.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Durante o trabalho de campo, ainda foi possível acompanhar a Reunião do Conselho de Usuários do Parque Farroupilha. Assim, os principais pontos de discussão, pertinentes a esta seção de análise da Área 2, bem como do Parque, são aqui expostos, como forma de complemento a outra maneira de percepção da parceria em questão avaliada. O acompanhamento de reunião ocorreu no dia 02 de agosto de 2012, nas dependências do Parque Farroupilha. Na ocasião, estavam presentes usuários, membros do Conselho de Usuários do Parque Farroupilha, representantes da Administração Pública Municipal (SMAM e representante do Prefeito), da Câmara Municipal de Vereadores e do 9º Batalhão da Brigada Militar.

No decorrer da reunião, à medida que o assunto da Adoção passava a integrar a pauta, foi percebida animosidade entre os grupos de usuários, representantes da Prefeitura Municipal e da Câmara de Vereadores. O primeiro grupo mostrava-se visivelmente descontente com a intervenção do adotante principal do Parque (Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda.) naquele espaço,

²⁵ Para mais informações sobre este assunto, consultar os sites Sul21 (<http://www.sul21.com.br>) e Clicrbs (<http://www.clicrbs.com.br>).

assim como alguns dos vereadores presentes. Em contrapartida, representantes da SMAM buscavam esclarecer as dúvidas e rechaçar as críticas. Foi possível depreender-se que a origem da insatisfação, por parte dos membros do Conselho, referia-se substancialmente ao fato de o adotante principal ter se mostrado disposto a investir no Orquidário, mas não o fazer, até aquele momento da reunião. Em adição, os usuários solicitavam prestação de contas dos investimentos feitos pelos adotantes sem, contudo, serem atendidos. Com a retomada desse tema, por parte do representante principal do Conselho, o representante do Prefeito, funcionário da SMAM, informou que a Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda. estava providenciando prestação de contas e que, em referência ao Orquidário, haveria reafirmado compromisso, perante a Prefeitura, de investir em obras de qualificação e melhorias daquele espaço e que estaria, inclusive, buscando agendar reunião oficial para apresentar projeto alusivo ao tema.

Face à explanação do representante do Prefeito, o representante do Conselho solicitou participação na reunião aludida, como forma de averiguar a proposta do adotante e de apresentar, se necessário, as demandas dos usuários quanto ao Orquidário. Em resposta, o representante do Prefeito disse não haver possibilidade de participação na reunião, posto ser um encontro “fechado”, e que o projeto seria apresentado, depois de concluído, aos interessados no tema. Tal afirmativa gerou mais tensão entre os presentes.

Também se demonstrando descontente com a forma de gestão da parceria, um dos representantes da Câmara Municipal de Vereadores (da bancada do Partido dos Trabalhadores – PT) aludiu que, a exemplo do que ocorre no Parque Farroupilha, quando um símbolo da cidade é apropriado por uma marca, e quando uma cidade passa a ser disputada por marcas rivais do mesmo ramo industrial – comparação alusiva clara entre as Adoções da Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda., no Parque e na Orla do Lago Guaíba, e da Vonpar Refrescos S.A., no Largo Jornalista Glênio Peres –, a cidade não tem benefícios densos, ao contrário, passa a ser palco de uma disputa que em nada ou pouco considera a opinião dos usuários dos espaços. Em complemento, o vereador expos que isso implica em perda de identidade, de origem dos espaços, em decorrência do que ele denominou de “imperialismo comercial”.

O conjunto de resultados da Área 2, quanto à avaliação de um espaço público que seja provido também por Adoção, não esclarece uma percepção

predominante dos usuários em relação a este tema. Em uma instância, foi verificada grande aceitabilidade de investimentos privados, então por parte dos respondentes. Em paralelo, manifestações públicas evidenciam desconforto com essa política de planejamento e gestão do espaço aqui tratado. E, de forma mais alinhada a essa visão, usuários cujo envolvimento com o Parque Farroupilha seja mais intenso, ligado, inclusive, a questões de manutenção física, demonstraram-se menos satisfeitos com o estabelecimento de investimentos privados em espaços públicos abertos, como pode ser verificado mediante relato de reunião do Conselho dos Usuários do Pq. Farroupilha.

4.4.2.3 Área 3

Não foi verificado sentimento de rejeição quanto aos ambientes adotados A e B, tampouco quanto aos demais elementos identificadores de Adoção dispostos ao longo da Orla. Ao contrário, quando referenciadas, as obras por conta de investimentos privados na extensão da Orla do Lago Guaíba foram bem avaliadas, citadas como importantes para (re)qualificação aquele espaço. Essas melhorias foram aludidas (durante a aplicação de mapas mentais), especialmente quanto à diversidade de atividades de lazer – principalmente quanto à prática de esportes – e ao incremento da segurança – afetada por investimentos em iluminação e aparência.

Os trabalhadores entrevistados também avaliaram positivamente os investimentos privados, não havendo sentimento de rejeição quanto a uma parceria entre setores público e privado para melhora e manutenção da Orla. A exceção ocorreu quanto à avaliação de como o processo de parceria foi implementado e desenvolvido. Na opinião dos trabalhadores, seria necessário haver consulta aos usuários, sendo eles visitantes ou trabalhadores, quando obras e investimentos substanciais são planejados para espaços importantes da cidade. Segundo T5, por exemplo, não houve consulta prévia aos trabalhadores, em relação à Adoção da Orla do Parque:

[...] deveria haver uma consulta tanto das pessoas que trabalham no local como das pessoas que vem visitar ... até mesmo pra ver se teriam mais ideias e pra ver se o que eles vão fazer de uma certa forma não vai prejudicar e o que pode ser melhorado também [T5].

Sobre o total de respondentes, 60,6% informaram sentirem-se à vontade para utilizar espaços públicos abertos, que sirvam ao turismo e ao lazer, e que

apresentem investimentos privados. Os respondentes que se disseram constrangidos frente a tal situação somaram 15,1%, e os que informaram serem indiferentes somaram 12,1%. Para esta consulta, alguns respondentes também opinaram de forma discursiva: “depende da forma como o ambiente é construído”; “depende da empresa”; e “penso que os investimentos devem ser realizados pelo poder público, e não entregues ao setor privado”.

Expressiva parte dos respondentes reconhece os investimentos privados em tais espaços como sendo importantes (45,5%), ou muito importantes (24,3%), enquanto um menor número acredita que esse tipo de parceria nunca deva ocorrer (18,2%), ou não é importante (9%). Apenas 3% dos respondentes informaram serem indiferentes para utilizar espaços com essas características.

Também de acordo com os resultados oriundos da Área 3, *saber se um espaço público é adotado parece não interferir no sentimento para uso de ambiente*, mesmo quando a maioria dos usuários que disse saber do que se trata uma Adoção, ou que disse fazer breve ideia acerca do tema, demonstrou-se à vontade para utilizar um espaço público aberto, de características similares às da Orla. Apesar do *sentimento para uso de ambiente com investimento privado não estar estatisticamente relacionado com a percepção de importância de investimento privado no espaço público*, foi possível observar-se que usuários que se dizem mais à vontade para uso de um espaço no qual há investimento privado, tendem a atribuir maior importância a tal investimento, no que se refere a espaços de lazer e turismo abertos, públicos, localizados no meio urbano.

Em virtude das percepções expressas por meio dos mapas mentais e das percepções dos dois trabalhadores entrevistados da Orla do Lago Guaíba, depreende-se um maior grau de aceitabilidade da Adoção estabelecida naquele espaço. Da mesma forma, elementos identificadores de investimentos privados e mobiliários diversos provenientes da Adoção são mais bem aceitos na Orla, quando comparados às demais Áreas deste estudo.

4.4.3 Considerações gerais sobre percepção da relevância das Adoções

Quanto à percepção acerca do estabelecimento das Adoções, foi possível verificar-se que, se por um lado, expressivo número de entrevistados e respondentes afirmou estar ciente acerca das implicações de uma Adoção de espaço público, por outro lado, foi grande o número de usuários que indicou não ter

conhecimento acerca da Adoção do espaço que utilizava no momento da abordagem da pesquisa. A exceção foi verificada à Orla do Lago Guaíba, onde a maioria de usuários disse saber sobre a ocorrência da parceria, em especial devido à percepção de melhora na qualidade espacial, ligada principalmente aos aspectos de segurança e estética.

Particularmente quanto aos trabalhadores entrevistados nas três Áreas, constatou-se que apesar desta categoria de usuários ser afetada cotidiana e diretamente pelas parcerias do tipo Adoção, de forma geral, detém baixo grau de informação a respeito do teor das Adoções de espaços públicos urbanos. E, na maioria dos casos, os entrevistados desta categoria não demonstraram estar a par dos detalhes que implicam as parcerias, sendo eles pertinentes a seus próprios ambientes de trabalho. O fato de nenhum desses entrevistados ter participado, de alguma forma, do processo de planejamento ou da gestão das Adoções, pode estar ligado ao desconhecimento da categoria, quanto às formas de participação que o Município exerce nas Adoções. Em um panorama geral, percebeu-se rejeição dos trabalhadores em relação às Adoções, porém, não ao fato de haver elementos que as identifiquem no espaço físico, ou ao tipo de investimento no espaço, mas em relação à maneira como elas foram estabelecidas.

Quanto à avaliação dos espaços públicos, face à existência de investimentos privados, no que se refere ao total de respondentes, foi possível verificar-se ocorrência de diferença estatística significativa entre *respondentes que tem diferentes níveis de conhecimento sobre o que venha a ser uma Adoção e o sentimento para usar um local público, o qual receba investimento privado* (K-W, $\chi^2 = 17,921$, sig. = 0,000). Nesse contexto, pessoas que se disseram estar mais informadas acerca do que seja uma Adoção também foram as que se disseram mais constrangidas para utilização de espaço público com investimento privado. Em contrapartida, pessoas que desconhecem o que venha a ser uma Adoção, tendem a se pronunciar com indiferença para utilizar um espaço público aberto, de uso irrestrito, que tenha investimentos privados.

Ao verificar se o *sentimento para uso de ambiente com investimento privado* estaria relacionado com a percepção de *importância de investimento privado no espaço público*, foi encontrada forte correlação (Spearman, $c = 0,583$, sig. = 0,000). A correlação revela que o nível de importância dado a investimentos privados em espaços públicos de lazer e turismo afeta o sentimento de conforto para

se utilizar tais espaços. Ou seja, quanto maior a importância estabelecida pelo usuário em relação ao investimento privado, maior o sentimento de conforto que este tem para utilizar o espaço receptor do recurso privado, e vice-versa.

Verificou-se que usuários com ligação comercial ou administrativa em relação aos espaços adotados demonstram maior tendência à ponderação crítica acerca da interferência do setor privado no espaço público, quando comparados aos demais usuários. Em relação aos trabalhadores entrevistados, constatou-se que esta categoria entende como necessária a participação representativa dos usuários, em uma etapa anterior ao estabelecimento das Adoções, como forma de poder haver colaboração para que as intervenções colaborem para melhora na dinâmica espacial e de relações de comércio nos espaços adotados.

Quanto à relevância das Adoções no contexto em que ocorrem, constatou-se que as intervenções realizadas através dessas parcerias não são as principais referências espaciais nos ambientes pesquisados, embora já sejam lembradas por alguns usuários, como forma de orientação espacial, de atividade ligada a alguma prática comercial, ou de possibilidades de lazer e turismo. Os resultados indicam que havendo concentração de elementos identificadores do investidor privado, verifica-se também uma tendência em se aumentar o número de referências à Adoção ou ao setor privado adotante do espaço.

Cabe salientar a diferença dos resultados obtidos entre métodos qualitativos e quantitativos. Enquanto os primeiros – entrevistas, mapas mentais e percepções oriundas de discussões em âmbito virtual ou em reuniões – exprimiram percepção mais crítica quanto ao emprego das Adoções, possivelmente por possibilitarem o aprofundamento da discussão acerca do tema em questão, os resultados quantitativos, obtidos através dos questionários, revelaram percepção mais condescendente em relação a essa prática.

4.5 Verificação de desempenho dos espaços adotados

Nesta seção, é verificada a influência das intervenções realizadas por meio de Adoções na avaliação de desempenho ambiental. Será averiguada a hipótese que estabelece relação entre avaliação do desempenho espacial e aceitabilidade quanto à prática de investimentos privados, considerando a possibilidade de que a percepção de desempenho independa do conhecimento sobre a origem dos investimentos no espaço. Nesse sentido, serão elucidados os

resultados correspondentes aos critérios de adequação ao uso dos espaços, de acordo com as variáveis identificadas no Capítulo 2 como sendo pertinentes a este estudo, quais sejam, acessibilidade, aparência, conforto ambiental e segurança.

A avaliação da acessibilidade centrou-se na percepção dos usuários quanto aos acessos físicos e visuais para os espaços estudados e suas adjacências. Nesse âmbito, tráfego de automóveis, vias de acesso, amplitude, e demais ordenações espaciais relativas à acessibilidade dos ambientes foram considerados, durante as diferentes etapas do trabalho de campo.

A avaliação da aparência investigou a percepção dos usuários quanto à existência de marcas veiculadas nos espaços adotados, em especial no recorte das Áreas de estudo. Cores, logotípias e ordenações espaciais de mobiliários, bem como condições gerais que afetam a percepção de agradabilidade, conforme sugerido pela literatura, quando associadas às Adoções, foram avaliações pretendidas durante as diferentes etapas do trabalho de campo. Para tanto, a avaliação da aparência foi conduzida de forma livre, sem uso de ferramenta auxiliar além da entrevista, durante aplicação de mapas mentais, ao passo que houve utilização de imagens impressas (no caso dos questionários aplicados presencialmente nas Áreas) e virtuais (para questionários respondidos pela *Internet*), representativas das condições reais das Áreas, e de imagens manipuladas, simulando situações distintas àquelas verificadas nos ambientes (Apêndice E).

A avaliação do conforto ambiental visou obter a percepção dos usuários quanto à adequação espacial correspondente aos usos propostos para as Áreas estudadas. Assim, elementos como qualidade do ambiente natural, manutenção e limpeza, oferta de mobiliários e de espaços temáticos, sinalização e qualidade do ambiente construído constituíram tal avaliação.

A percepção da segurança, por parte dos usuários, foi avaliada em relação aos elementos de iluminação, policiamento e trânsito. Nada obstante, buscou-se depreender se, na percepção dos respondentes, as Áreas estudadas passaram por incremento de segurança, em especial desde a Adoção de cada uma delas.

Levando-se em conta que os projetos, as Áreas de estudo e as interferências físicas das Adoções são distintos entre si, a apresentação dos resultados desta seção é segmentada por Área. Também considerando que as variáveis aferidas pelo estudo foram percebidas de maneiras distintas entre as

Áreas, a formatação da seguinte apresentação de resultados visa elucidar onde determinadas variáveis sobrepuseram-se em relação a outras.

4.5.1 Área 1

Na Área 1, a *acessibilidade* foi associada aos aspectos de facilidade de visualização e de circulação. Tal associação ocorreu em dois mapas mentais, relacionada à amplitude espacial e a conexão com espaços do entorno imediato ao Largo Jornalista Glênio Peres, fatores tidos como positivos, tanto para orientação visual, como para fins de circulação de pedestres. A Figura 94 evidencia como a acessibilidade foi entendida, então relacionada à circulação de pessoas.

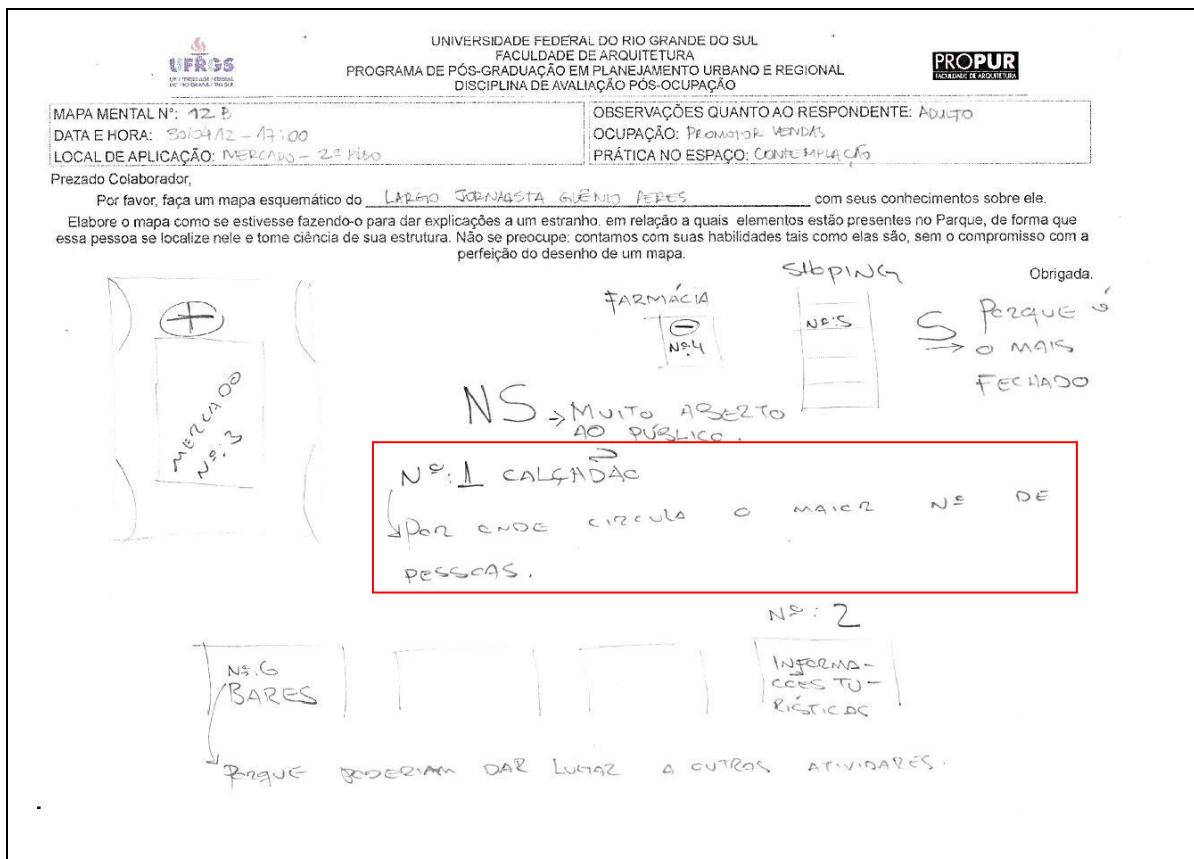


Figura 94 - Acessibilidade relacionada ao volume de circulação; exemplo de mapa mental da Área 1.

Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.

Conforme indica a Figura 95, o conjunto de *decks*, oriundo da Adoção, é positivamente avaliado, por proporcionar acessibilidade visual da paisagem que o cerca, e pela facilidade de ser visualizado pelos usuários. A Figura 96 mostra o espaço ilustrado nos mapas mentais da Figura 95, como forma de se estabelecer um comparativo entre a percepção dos usuários e a configuração do espaço aludido por eles.

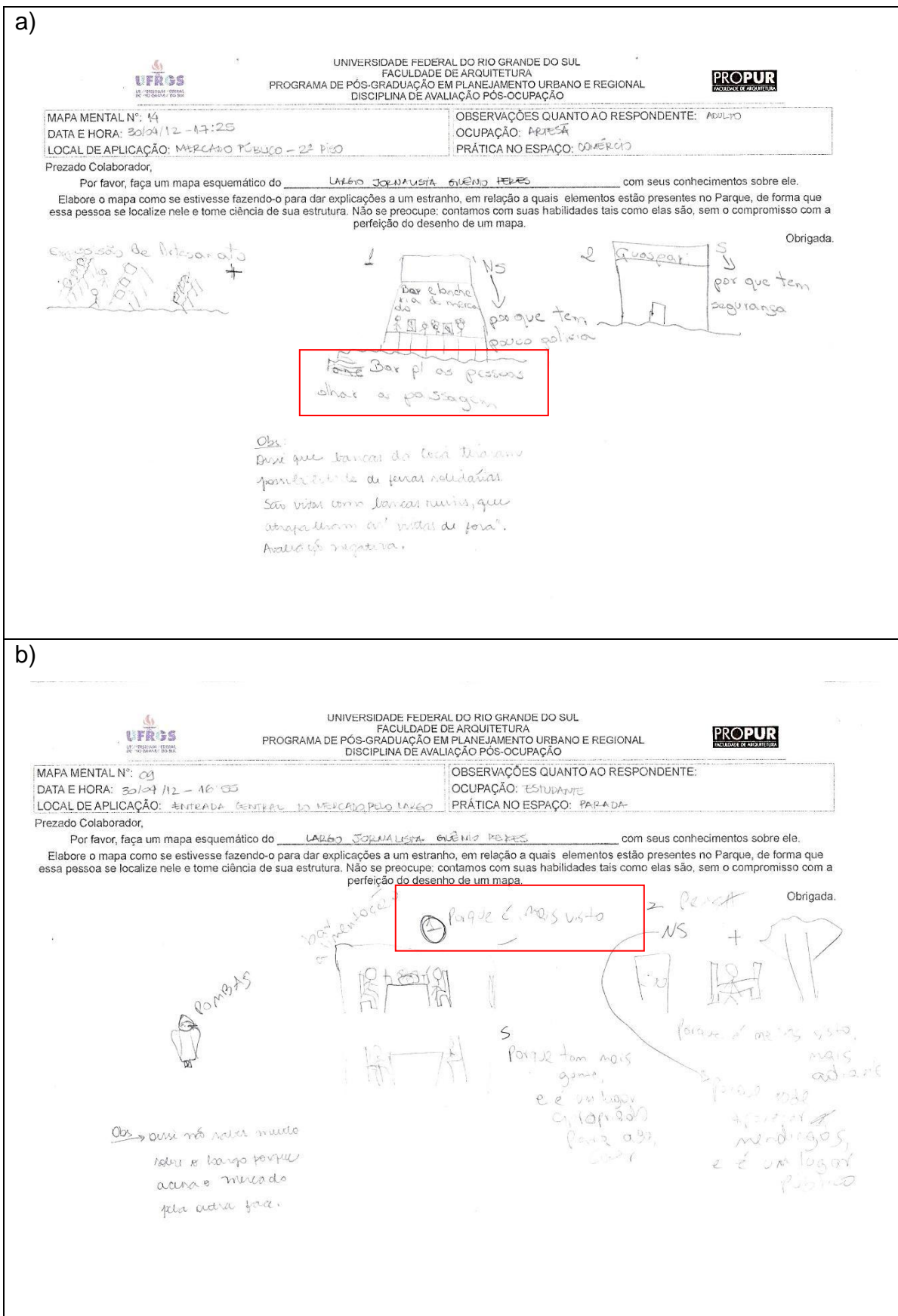


Figura 95 - Acessibilidade relacionada à visibilidade; exemplo de mapas mentais da Área 1.
 Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.



Figura 96 - Elementos identificadores de Adoção relacionado à acessibilidade visual, pelos usuários.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Outra transformação verificada no Largo Jornalista Glênio Peres, então oriunda da ação do Poder Público, pregressa à Adoção, também foi relacionada à percepção de acessibilidade. Como previamente exposto (Capítulo 4, seção 4.4.1.1), o trabalhador entrevistado T2 destacou a remoção do comércio ambulante do Largo como uma ação relevante. Segundo T2, a mudança gerou impactos tanto no campo da revitalização do espaço, como na forma de se promover melhora e diversidade de uso da Área 1, dinâmica que também impacta na acessibilidade daquele espaço.

Em relação à *aparência*, é pertinente indicar a percepção da agradabilidade dos espaços, na medida em que ambientes públicos abertos que congreguem elementos de maneira mais harmoniosa, tendem a ser percebidos, também, como dotados de aparência mais positiva. Os entrevistados destacaram, em mapas mentais, o Mercado Público Municipal e o Chalé da Praça XV de Novembro como sendo os mais agradáveis do Largo. Em contrapartida, o espaço apontado como menos agradável foi o conjunto dos *decks*, resultante da Adoção. As justificativas para a escolha dos *decks* como menos agradáveis ligam-se ao fato de ele ser muito exposto, portanto remetendo a sua configuração física no espaço, como também ao fato de ele impossibilitar a instalação de alguns eventos na Área 1

– ou ser o símbolo da impossibilidade da ocorrência de eventos –, justificativa mais intimamente conectada a questões de ordem política – no campo simbólico.

Para a maioria dos respondentes (75,6%), houve melhora da aparência da Área 1. Em menores proporções, esses usuários avaliaram não ter havido melhora da aparência (14,6%), ou perceberam piora da aparência no Largo (9,7%).

Quando questionados sobre a preferência por cenas com ou sem marca de investidor privado, a maioria dos respondentes abordados (53,6%) optou por imagens sem tais referências, sendo esta escolha indiferente para 24,3% dos respondentes. Nessa direção, expressiva parte dos usuários que optaram por cenas sem logotípias e/ou cores de investidores privados (48,6%) justificou ter feito tal escolha em decorrência da ausência de marca/propaganda de setor privado. Acerca desses resultados, destaca-se não ser possível precisar se a motivação dos usuários reside na preferência pela configuração física do espaço, ou se a motivação está ligada mais diretamente a questões políticas. Nesse sentido, a preferência por cenas pode tanto ser uma escolha norteada por questões formais, como também por questões simbólicas.

Quanto aos aspectos simbólicos referentes à aparência, um dos trabalhadores entrevistados na Área 1 fez alusão às marcas do adotante, da seguinte forma: “aumenta o movimento [...] realmente foram eles que fizeram [...]” (T1) – sendo “eles” a alusão feita ao investidor privado. Já em entrevista com funcionário público G2, a avaliação estética da Adoção foi exposta com certa ponderação crítica:

Na minha visão ... eu acho um pouco exagerada a questão de mídia. A gente tenta, no grande processo de parceria, reduzir ao mínimo possível o processo da mídia no local ... acho negativo porque polui ... não que ali tenha ficado agressivo, mas a meu ver acho que poderia ter sido menos [G2].

No que se refere a aspectos relacionados tanto à aparência como ao *conforto ambiental*, para os usuários da Área 1, a limpeza é o principal fator a ser melhorado (70,7%), seguido pela oferta de mobiliários adequados ao ambiente (53,6%). Outro fator de incômodo revelado pelas entrevistas com os trabalhadores (T1 e T2) e nos mapas mentais, liga-se às obras então em andamento na Área 1, tanto aquelas relacionadas à Adoção, como aquelas oriundas de projetos do Poder Público. Na percepção dos trabalhadores, por exemplo, houve menção específica ao

desconforto causado pelas obras em andamento, por ocasião da Adoção da Área. Na avaliação do trabalhador T1:

[...] essas obras que estão aí só ficam atrapalhando eles nunca conseguem terminar ... iniciam aqui uma coisa daqui há pouco já estão mexendo em outra [...] colocaram aquelas sinaleiras ali pros deficientes e agora arrancaram DE NOVO [...] isso aí pra nós não é legal porque atrapalha tu não sabes quem é cliente quem é transeunte ... mas fazemos votos que termine isso aqui e que fique realmente legal ... até agora decepcionante [T1].

Algumas ações do Poder Público foram avaliadas como inadequadas, quando relacionadas ao uso da Área 1. As entrevistas aos trabalhadores e os mapas mentais aplicados revelaram a avaliação negativa da utilização da Área 1 como estacionamento (Figura 97 e Figura 98), em determinados períodos do dia e aos finais de semana e feriados. A percepção sobre o uso do Largo Jornalista Glênio Peres parece estar vinculada tanto a questões de conforto ambiental, como à acessibilidade física daquele espaço.

Segundo a Prefeitura Municipal, o uso do Largo como estacionamento não é uma iniciativa do investidor privado, e sim do Poder Público. Contudo, esse uso é associado à dinâmica da parceria, pelos usuários do espaço, posto ter iniciado, de forma mais regular, em paralelo aos investimentos oriundos da Adoção. Assim, também o estacionamento de carros passou a ser relacionado à Adoção da Área 1.

Da mesma forma que opiniões contrárias ao uso do Largo como estacionamento foram verificadas nos mapas mentais, as avaliações negativas quanto a tal prática sobressaíram-se em entrevistas com trabalhadores da Área 1. Tal dinâmica é assim avaliada por dois trabalhadores:

[...] depois desse estacionamento aí aos sábados eles arrumam um pedaço e os carros começam a entrar e estraga TUDO de novo [T1].

[...] tu paraste o carro o pessoal já diz dá dez e já te obriga a dar o dinheiro [...] no meu ponto de vista o Largo Glênio Peres é um local de reivindicação um local de passeata um local de: ... pro pessoal fazer algum tipo de manifestação ... mas eu vejo muita reclamação porque hoje quem tá de dona é a Coca o Chalé e mais os políticos em si e o Largo hoje praticamente é um lugar que serve de estacionamento mas pra o intuito dele hoje não tem nenhum [...] eu acho o cúmulo ter estacionamento aqui na frente ... ter no outro lado mas não na frente [T2].

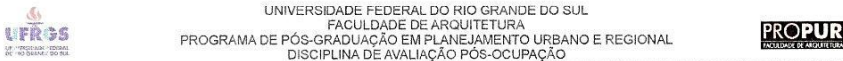
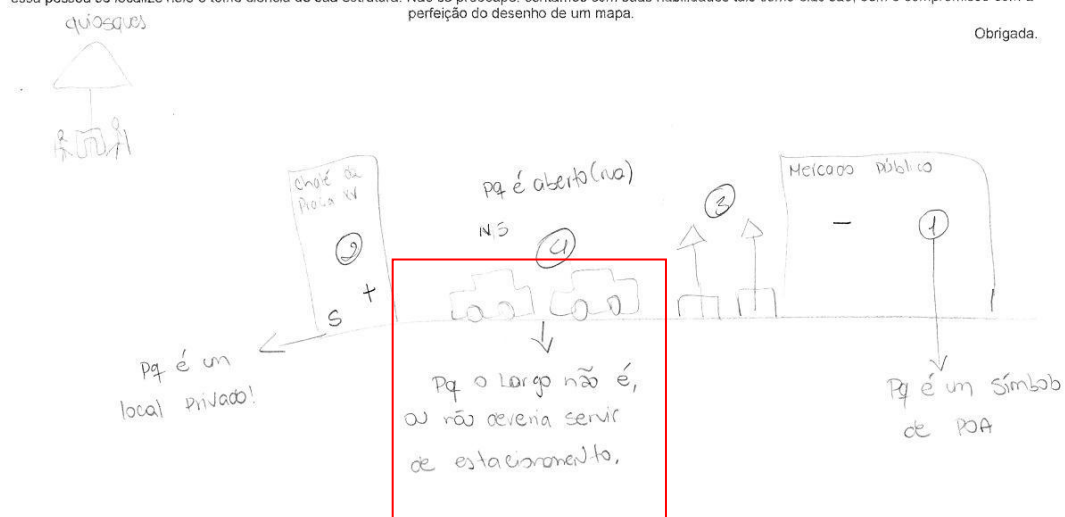
 <p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL FACULDADE DE ARQUITETURA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-Ocupação</p>	
<p>MAPA MENTAL Nº: 10 DATA E HORA: 30/04/12 - 16.05 LOCAL DE APLICAÇÃO: MERCADO PÚBLICO - 2º PISO</p>	<p>OBSERVAÇÕES QUANTO AO RESPONDENTE: ADOLESCENTE OCUPAÇÃO: ESTUDANTE PRÁTICA NO ESPAÇO: USO DE TELECELTO (PARADA)</p>
<p>Prezado Colaborador,</p> <p>Por favor, faça um mapa esquemático do <u>LARGO JORNALISTA SÉLIO PERES</u> com seus conhecimentos sobre ele.</p> <p>Elabore o mapa como se estivesse fazendo-o para dar explicações a um estranho, em relação a quais elementos estão presentes no Parque, de forma que essa pessoa se localize nele e tome ciência de sua estrutura. Não se preocupe: contamos com suas habilidades tais como elas são, sem o compromisso com a perfeição do desenho de um mapa.</p> <p style="text-align: right;">Obrigada.</p>	
	

Figura 97 - Inadequação de uso relacionada à utilização da Área 1 como estacionamento.
Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.



Figura 98 - Utilização da Área 1 como estacionamento.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Para justificar o uso do Largo como estacionamento, bem como em relação às obras necessárias a esse tipo de utilização, o entrevistado G2, da Prefeitura Municipal, fez as seguintes considerações:

[...] o Centro é um lugar complicado para manutenção tem muito fluxo de pessoas [...] todo dia tem que ter uma equipe da SMOV lá colando o basalto então [...] a gente fez com a Vonpar que adotou o Largo ... a gente convenceu eles de que era melhor ao invés de ficarem fazendo a manutenção do basalto substituir por blocos que a princípio não estava dentro do contrato mas como eles viram que a manutenção era muito cara eles decidiram então trocar então eles vão gastar inicialmente mais agora na substituição mas a longo prazo isso reverte em benefício pra eles [G2].

Acerca do uso da Área 2 como estacionamento, percebe-se haver um distanciamento entre os interesses do Poder Público e dos usuários, mesmo os do tipo trabalhadores. Estes expressam ponderação crítica referente ao novo uso dado ao Largo, ainda que venham a ser beneficiados com o uso daquele espaço como estacionamento, e que a instalação desse equipamento urbano a céu aberto aproxime os clientes dos estabelecimentos comerciais – segundo os próprios entrevistados. Se, por um lado, o Poder Público entende ser necessário liberar parte do espaço público para veículos no Largo Jornalista Glênio Peres, em determinados dias e horários da semana, por outro lado, os trabalhadores, usuários que permanecem mais tempo na Área 1, avaliam a readequação de uso como insatisfatória, por descaracterizar uma função já consagrada naquele espaço, qual seja, a de utilização por pedestres, para lazer, manifestações culturais, entre outros, ligados ao trânsito livre (fácil acessibilidade de pedestres).

No que se refere à avaliação da *segurança*, constatou-se que 60,9% dos respondentes acreditam que ela manteve-se igual, ou não há avaliação conclusiva em relação a esta variável, ao passo que para 31,7% deles, houve melhora na segurança ao longo dos anos, o que inclui o período após as intervenções privadas. Embora não tenha havido correlação entre o *tempo de uso* e a *avaliação da segurança* da Área 1, afere-se que, de acordo com a distribuição das frequências, usuários que usam o espaço há mais tempo também percebem que a segurança manteve-se igual, ou que em nada evoluiu.

Os lugares mais seguros evidenciados nos mapas mentais foram os fechados, localizados ao redor do Largo Jornalista Glênio Peres, como o Mercado Público Municipal e o Chalé da Praça XV – também indicados como os lugares mais

agradáveis na Área 1. O sentimento de insegurança no Largo foi atribuído especialmente à presença de moradores de rua, ao trânsito excessivo de pessoas, também ao trânsito escasso de pessoas em determinados períodos do dia, à falta de iluminação pública e ao policiamento precário. O Largo em si não foi apontado como lugar seguro e somente um dos entrevistados aludiu percepção de segurança à Área 1, indicando ser esse um sentimento oriundo da intimidade que ele detinha em relação àquele ambiente.

O conjunto dos resultados alusivos à Área 1 indica que todas as variáveis compareceram na avaliação de desempenho realizada pelos usuários. A percepção sobre acessibilidade e aparência foi relacionada ao estabelecimento de investimentos privados no Largo, ao passo que para a análise do conforto ambiental e da segurança não houve tal associação. De forma geral, excetuando-se a avaliação da aparência, no que tange às demais variáveis, a percepção dos usuários indica que a Área 1 manteve-se igual, desde que foi adotada.

4.5.2 Área 2

Na Área 2, houve menor relação entre *acessibilidade* e avaliação do desempenho ambiental, independentemente de haver ligação ou não à Adoção do Parque Farroupilha. Somente para um dos entrevistados por ocasião dos mapas mentais a Área 2 é importante por promover a circulação dos usuários no Parque, não tendo ocorrido referência à Adoção.

Os lugares mais agradáveis, portanto relacionados à avaliação positiva da *aparência*, foram aqueles em que se constata presença de árvores e o espaço em que está localizado o monumento O Expedicionário. Não houve lugar que tenha se sobressaído como menos agradável, tanto na Área 2, como na totalidade do Parque Farroupilha. Três dos dez entrevistados por ocasião dos mapas mentais afirmaram não haver lugares desagradáveis naquele espaço.

Os investimentos no Parque, ao longo dos anos em que se estabeleceu a Adoção, residem mais substancialmente no campo da manutenção, do que em alterações estéticas relacionadas diretamente aos investidores privados. Em decorrência desse resultado, é pertinente ratificar que a Área 2, bem como o Parque Farroupilha em sua totalidade, quando comparados às demais Áreas de estudo e respectivas adjacências, compõem-se como espaços nos quais há menos elementos identificadores dos adotantes. Nesse contexto, quanto à avaliação da

melhora da aparência, para a maioria dos respondentes (58%), o ambiente pouco se modificou ou se manteve igual.

Ao serem questionados sobre a preferência por cenas com ou sem marca de investidor privado no espaço público, a maioria dos respondentes da Área 2, 56,7%, optou por cenas sem os elementos identificadores privados e 33,3% mostraram-se indiferentes. A maioria dos motivos apontados pela escolha das cenas sem as referências do setor privado foi a ausência de marca/propaganda (41,9%), seguida por adequação dos elementos das cenas em relação ao ambiente ao redor (24,6%).

Para esta Área, a *escolha pelo par de cenas preferido* (com ou sem referência privada) variou significativamente em relação a alguns dos motivos expressos pelos usuários. As escolhas das cenas foram influenciadas tanto pela *ausência de marca/propaganda* (K-W, $\chi^2 = 36,240$, sig. = 0,000), como pela *presença de marca propaganda* (K-W, $\chi^2 = 18,481$, sig. = 0,000). Em adição, houve variação significativa para os usuários que expressaram *não haver diferença significativa entre os pares de cenas apresentados* (K-W, $\chi^2 = 35,752$, sig. = 0,000). As associações indicam que, para expressiva parcela de usuários da Área 2 (58%), elementos representativos de investidores privados, em espaços públicos abertos de lazer e turismo, geram impacto positivo e negativo na preferência estética de tais tipos ambientes.

Para a maioria dos usuários da Área 2 (65,4%), a oferta de mobiliários – bancos, lixeiras, placas de sinalização, bebedouros, etc. – não é satisfatória e, portanto, deveria ser melhorada no Parque. Também para expressiva parcela (54,3%), a limpeza deveria receber melhorias. Os trabalhadores entrevistados também citaram a manutenção do espaço como importante, refletindo-se no incremento da *aparência* e do *conforto ambiental*, o que interferiria na qualidade de atrator de usuários que o Parque Farroupilha apresenta. Para T3, a Adoção do Parque melhorou a qualidade do lugar, colaborando para sua manutenção, por meio da melhora na limpeza, da pintura de mobiliários e da instalação de equipamentos de lazer e esporte, indiretamente afetando a aparência. Nesses termos, pode-se ponderar haver o entendimento, por parte desse entrevistado, de que manutenção de espaços não identificados com logotipia de adotante também faz parte do acordo em questão.

Em relação à *segurança*, foi possível depreender-se que 62,9% dos respondentes percebem o espaço como igual ou pouco modificado. Somente para 13,5% dos usuários houve melhora de segurança. Nesta Área, foi expressivo o número de entrevistados, durante os mapas mentais, que indicaram não haver lugar inseguro. Para eles, a insegurança foi atribuída à falta de policiamento, e não às condições físicas do espaço.

Para os entrevistados por ocasião dos mapas mentais, os ambientes relacionados à percepção de insegurança foram apontados como detentores de problemas em iluminação e na densidade de vegetação – no interior do Parque, em lugares distantes da Área 1 –, fatores que também podem estar relacionados à acessibilidade visual (Figura 99). O recorte espacial do Parque utilizado para esta pesquisa (eixo compreendido entre as avenidas José Bonifácio, Oswaldo Aranha e João Pessoa) foi tido como um dos mais seguros para quatro dos dez entrevistados. Mas, tal indução não ocorreu por conta dos mobiliários do adotante, e sim pela circulação de pessoas, pela promoção de eventos no trecho e pela fácil visibilidade e amplitude do espaço (Figura 100). A Figura 101 ilustra a disposição de vegetação em um espaço no interior do Parque, distante da Área 2, que gerou sentimento de insegurança.

Nas entrevistas com os trabalhadores, o tema da segurança também foi citado. Para T3, por exemplo, deveria haver mais policiamento, mas não como o verificado no presente, com a Guarda Municipal, e sim com a Brigada Militar, vista como mais eficiente pelo entrevistado. No mesmo sentido, para T4, os principais investimentos que ainda deveriam ser feitos residem no campo da segurança, especialmente quanto à iluminação e à intensificação do policiamento, ratificando-se, assim, a percepção dos respondentes.

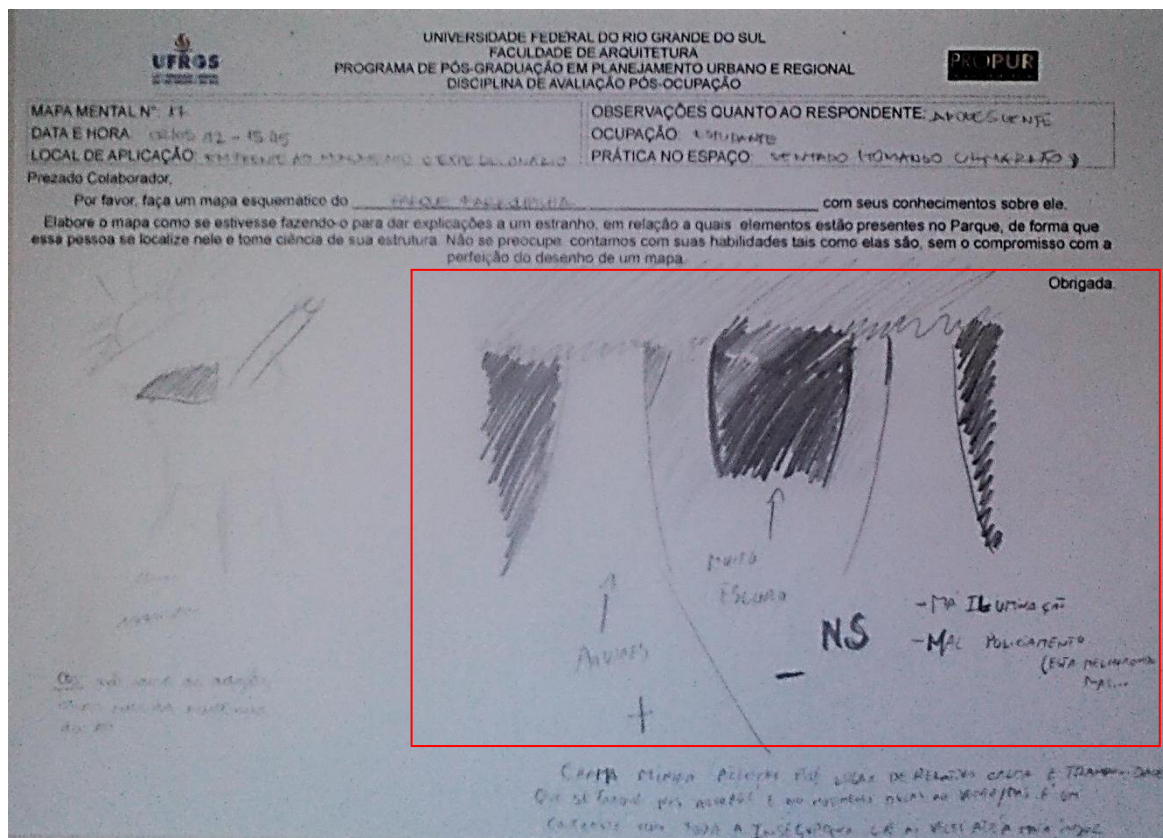


Figura 99 - Densidade de vegetação, precariedade em iluminação e falta de policiamento relacionados à insegurança no Parque Farroupilha.
Fonte: material produzido para esta pesquisa, 2012.



Figura 100 - Disposição de vegetação na borda do Parque Farroupilha – Área 2.
Fonte: acervo da autora, 2012.

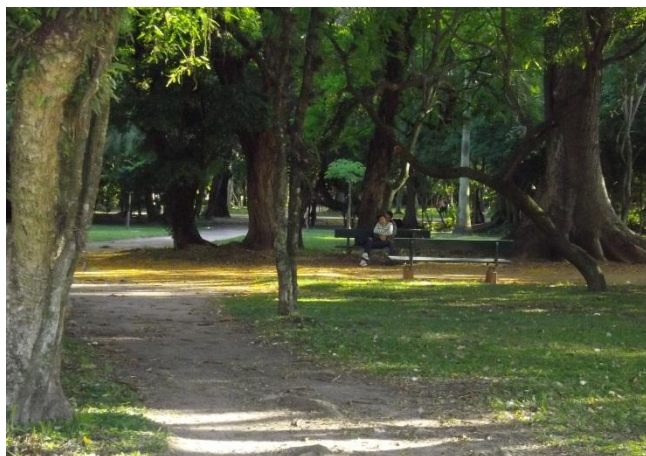


Figura 101 - Disposição de vegetação no interior do Parque Farroupilha – distante da Área 2.
Fonte: acervo da autora, 2011.

Segundo a Prefeitura Municipal de Porto Alegre, os investimentos oriundos da Adoção na Área 2 e adjacências foram pautados por consulta popular, realizada em 2009. De acordo com dados da Secretaria de Comunicação Social do Município, naquele ano realizou-se a consulta com objetivo de depreender quais pontos deveriam ser melhorados em todo o Parque. Essa poderia ser considerada uma forma relevante de participação dos usuários, mas os dados são imprecisos, dificultando análises mais aprofundadas e, até mesmo, comparativas ao trabalho aqui apresentado, posto haver divergência de informações entre o que divulgam os adotantes e o que veicula o poder municipal. De acordo com a Prefeitura, participaram cerca de 600 pessoas, representando a sociedade civil e frequentadores do Parque (ANEXO J), ao passo que, segundo a empresa Sinergy Novas Mídias, foram 20.000 pessoas participantes da pesquisa.

Conforme a Secretaria do Meio Ambiente, o processo de encaminhamento de sugestões foi de total articulação e responsabilidade dos parceiros privados. Por meio da Comunicação do Município, foi afirmado que as votações foram realizadas em urnas dispostas em pontos de grande circulação na cidade e que comercializam produtos da marca Pepsi-Cola, bem como via *site* desta empresa investidora.

Também de acordo com a Secretaria de Comunicação, iluminação, segurança e limpeza foram os quesitos mais relevantes para os usuários, que juntos somaram 61,1% dos pontos que necessitavam ser melhorados no Parque. Outros 33% desta mesma amostra sugeriram a criação e a melhoria de opções de lazer.

Em relação ao processo de encaminhamento de sugestões, também se verifica uma divergência de apuração nos resultados, em alusão ao que estabelece o Município e o que divulgaram os parceiros privados Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda e Sinergy Novas Mídias. Isso porque em documento publicado pela assessoria de imprensa da Pepsi-Cola, as modificações substanciais estariam referenciadas no campo do lazer (41%) (ANEXO K), ao passo que a empresa Sinergy, ao ser contatada por ocasião deste trabalho, indicou que a enquete popular apontou os campos de esporte e segurança como mais significativos para receberem investimentos. Ao ser questionada sobre esta divergência de números, a Sinergy Novas Mídias informou não ter envolvimento direto na enquete à época e que, por isso, seria prudente utilizar os dados da empresa Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda, posto que a pesquisa foi desenvolvida no *site* desta empresa.

Fator que suscita preocupação acerca do domínio do Município quanto à condução da Adoção também é verificado no que se refere à forma de participação dos usuários em consulta popular, visando obtenção de sugestões para melhorias no Parque. Embora a imprensa local, órgãos da Prefeitura e um dos adotantes tenha veiculado ter ocorrido consulta aos usuários, ambos os gestores entrevistados afirmaram não ter havido tal participação (conforme verificado na seção 4.3.2 do Capítulo 4). Cria-se, assim, margem para questionamento acerca da validade deste processo em relação às melhorias de infraestrutura executadas até o momento no Parque.

Quando questionados sobre a existência de consulta específica aos trabalhadores do Parque sobre as modificações provenientes da Adoção, os entrevistados que trabalham informaram não estar cientes de tal processo. Contudo, T3 explicou: “[...] DEPOIS que a Pepsi veio é que fizeram uma reunião com todos os ambulantes pra fazer modificação nos carrinhos [...] e aí fizeram um site pra toda a cidade participar ... quais melhorias que o Parque precisava”. Ao ser inquirido se os trabalhadores tomaram ciência dos resultados da consulta popular, este entrevistado disse não ter sido exposto o fechamento da votação por parte dos adotantes. Na opinião dos dois trabalhadores entrevistados para este trabalho, ambulante e fixo, haveria necessidade de consulta aos trabalhadores do interior e do entorno do Parque, sobre melhorias e investimentos a serem feitos, posto que eles gostariam de colaborar com ideias que ainda não foram desenvolvidas para aquele espaço.

No que tange aos investimentos a serem feitos, assim como os trabalhadores entrevistados, a amostra de usuários deste trabalho apontou a segurança como prioritária para receber melhorias. Nesse sentido, a percepção de usuários não ratifica o resultado da pesquisa divulgado pelos adotantes, cujo lazer foi elencado como campo prioritário a ser incrementado. Porém, se o resultado oficial da pesquisa for aquele divulgado pelo Município, em que investimentos em segurança e iluminação são prioritários por parte dos usuários do Parque, percebe-se que este trabalho confirma tal necessidade. Em contrapartida, verifica-se que, na prática, os investidores privados direcionaram seus investimentos prioritariamente para o lazer, ao invés de atenderem as demandas elencadas como emergenciais, pelos usuários.

A percepção sobre alterações ou melhorias na acessibilidade não compareceu na avaliação de desempenho do espaço, como relacionada a

investimentos privados. Da mesma forma, o conforto ambiental e a segurança não foram associados diretamente à existência de investimentos privados, pela maioria dos usuários. A exceção foi verificada em entrevista com trabalhador da Área 2, o qual indicou que investimentos privados exerceram influência no potencial de atratividade do Parque Farroupilha, no que se refere à manutenção daquele espaço.

A avaliação do desempenho quanto à aparência relacionou-se ao estabelecimento de investimentos privados, para a maioria dos usuários da Área 2. Verificou-se que expressiva frequência de respondentes tende a preferir espaços públicos abertos, de uso irrestrito, sem propaganda do setor privado. Em complemento, confirmou-se que significativa parcela de usuários considera o espaço mais adequado ao uso quando não há interferência do setor privado na aparência.

4.5.3 Área 3

Na Área 3, os dois trabalhadores entrevistados manifestaram-se acerca da *acessibilidade*, relacionando-a à Adoção da Orla, e à melhora da circulação de usuários a partir de obras naquele espaço. Para T5, por exemplo, antes da Adoção, o acesso de automóveis, ciclistas e praticantes de esporte junto à Área 3 e em suas adjacências era dificultado. Segundo ele, após os investimentos do setor privado, esse acesso melhorou, com a pavimentação, a retirada de pedras e a sinalização das vias.

A agradabilidade da Orla do Lago Guaíba, no perímetro da Área 3, foi atribuída em maior intensidade à existência de bancos próximos à Usina do Gasômetro – espaço também apontado, nos mapas mentais, como sendo o mais importante da Orla, para a maior parte dos usuários, conforme verificado na seção 4.4.1.3 deste Capítulo. Em metade dos mapas mentais dos usuários da Área 3 não foram identificados espaços considerados como desagradáveis.

Para a maior frequência de respondentes da Área 3 (48,7%), houve melhora na *aparência* desse espaço. Em proporção muito similar (45,4%), a aparência foi avaliada como estagnada, ao passo que menor número de usuários (6%) indicou a aparência como pior.

Quando inquiridos sobre a preferência por cenas com ou sem marca de investidor privado no espaço público, a maioria dos respondentes (54,5%) optou por cenas sem alusões representativas do setor privado. Para 30,3% dos respondentes a presença ou a ausência de elementos identificadores dos investidores privados é

indiferente. Os principais motivos apontados para a escolha das cenas sem elementos identificadores do setor privado foram a ausência de marca/propaganda (42,4%) e a beleza das cenas (21,2%).

Para a maioria dos usuários da Área 3 (54,5%), a ausência de elementos representativos de investidores privados, em espaços públicos abertos de lazer e turismo, gera impacto na preferência estética. Ao se relacionar a *escolha pelo par de cenas preferido* (com ou sem elemento identificador do setor privado), aos motivos para tanto, houve variação significativa quanto à *ausência de marca/propaganda* (K-W, $\chi^2 = 19,649$, sig. = 0,000) e à *presença de marca propaganda de investidor privado*, estando esta relacionada à *facilidade de leitura e de interpretação de informações dos ambientes apresentados* (K-W, $\chi^2 = 12,478$, sig. = 0,002). Em adição, houve variação significativa para os usuários que expressaram *não haver diferença significativa entre os pares de cenas apresentados* (K-W, $\chi^2 = 28,509$, sig. = 0,000), ou seja, o grupo de usuários que não teve preferência por nenhum dos pares de cenas apresentados, indicou ter feito tal escolha por não perceber diferença significativa entre esses pares de cenas.

Quanto aos aspectos simbólicos referentes à aparência da Área 3, o trabalhador entrevistado T5 apontou ser positiva a utilização de marcas do adotante ao longo da Orla e nos espaços comerciais, a exemplo da análise feita por trabalhador da Área 1. Para T5, além de essa prática contribuir para a ordem estética do espaço, o uso de marca fantasia na Orla estaria relacionado a produtos cujo público alvo é formado por atletas, o que incentivaria a prática esportiva, mediante identificação do público com o investidor privado adotante do espaço (Figura 102 e Figura 103). Também o trabalhador T6 não identificou a utilização de marcas em espaços públicos como negativa, mas apontou que a parte mais beneficiada no processo de parceria público-privado seria o adotante, o qual além de ter seu nome veiculado em um espaço importante da cidade, acabaria por exercer influência sobre o comércio local e explorar, de certa forma, a organização dos trabalhadores – nesse caso, exercendo certa influência nos locais em que os ambulantes poderiam trabalhar, nos eventos em que poderiam atuar, bem como no que se refere aos produtos que esses trabalhadores poderiam comercializar durante eventos organizados e/ou apoiados pelo adotante.



Figura 102 - Trabalhadores identificados com marca fantasia de adotante, na Orla do Lago Guaíba.

Fonte: acervo da autora, 2012.



Figura 103 - Espaços esportivos identificados com marca fantasia de adotante, na Orla do Lago Guaíba.

Fonte: acervo da autora, 2012.

Na Área 3, a necessidade de se melhorar a oferta de mobiliário sobressaiu-se, em relação às demais Áreas. Para 63,6% dos respondentes, há necessidade de qualificar a Orla com a inserção de mobiliários, tais como bancos e bebedouros. Para 51,5% dos informantes, é preciso investir na limpeza e, para 42,4% é preciso melhorar o ambiente natural da Orla. Em consonância com a percepção dos respondentes, os dois trabalhadores entrevistados apontaram a necessidade de melhorar aspectos que afetam o conforto ambiental. Para T6, por exemplo, há necessidade de plantio de árvores na Orla e colocação de bancos à beira da Avenida Edvaldo Pereira Paiva, reivindicação antiga feita por diversos tipos de frequentadores da Orla, de acordo com este entrevistado. Como evidência do possível número insuficiente de bancos mais próximos ao Lago e à beira da Avenida, a Figura 104 ilustra pessoas que praticavam lazer passivo, nos dias em que ocorreu o trabalho de campo, e que estavam sentadas no gramado ou em cadeiras próprias.



Figura 104 - Ausência de mobiliários para lazer passivo (bancos) na Orla do Lago Guaíba.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Os dados também indicam que a maioria dos usuários da Área 3 ou não percebe as alterações substanciais de *segurança* ocorridas naquele espaço, ou não sabe avaliá-las (66,6%). Já para 18,1% dos respondentes a segurança piorou e para 15,1% melhorou. O sentimento de insegurança foi atribuído à falta de policiamento, iluminação precária e, em menor proporção, à pouca circulação de pessoas em determinados espaços da Orla. Ainda que a precariedade no policiamento tenha sido apontada como fator a ser remediado, é importante sinalizar que nos dias em que o trabalho de campo foi aplicado verificou-se presença de segurança pública na Área 3 (Figura 105).

O ambiente identificado pela maioria dos mapas mentais como mais seguro foi a Usina do Gasômetro e seu entorno imediato. Aqueles apontados como os menos seguros foram o Anfiteatro Por do Sol (mais próximo ao Ambiente B da Área 3) e a margem do Lago Guaíba. Em três entrevistas norteadoras dos mapas mentais houve alusão à melhora da segurança em decorrência das intervenções físicas resultantes da Adoção, como o incremento da iluminação (Figura 106).



Figura 105 - Policiamento na Orla do Lago Guaíba.
Fonte: acervo da autora, 2012.

a) Poste de iluminação e marcador de corrida com marca de adotante - Avenida Edvaldo Pereira Paiva.



b) Iluminação e marcador de corrida com marca de adotante junto à ATI - Avenida Edvaldo Pereira Paiva.



Figura 106 - Mobiliários de iluminação e de identificação de adotante, na Orla do Lago Guaíba.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Os trabalhadores entrevistados da Área 3 apresentaram alto grau de aceitabilidade das intervenções provenientes da Adoção na Orla, relacionando a elas, inclusive, a melhoria espacial quanto à diversidade de uso, à estética e à segurança. O entrevistado T6, por exemplo, identificou os espaços de esporte estudados nesta pesquisa como exemplos de mudanças positivas na Orla, os quais colaboram para o aumento de suas vendas, como também para a melhora da aparência da Orla e para a segurança dos usuários daquele espaço.

Em síntese, a investigação do desempenho ambiental da Área 3 evidenciou que todas as variáveis analisadas foram relacionadas à Adoção estabelecida na Orla do Lago Guaíba, ainda que em intensidades distintas. Embora

para a maioria dos respondentes não tenha havido evolução na qualidade da segurança, para os dois trabalhadores entrevistados, por exemplo, a segurança e a acessibilidade expressaram melhora, em decorrência da atuação do setor privado. Esses investimentos, ainda segundo os trabalhadores, foram importantes para a atratividade daquele espaço.

Nesta Área, a necessidade de melhora no conforto ambiental e na aparência sobressaiu-se em relação às outras variáveis. Para a maior parte dos usuários, é preciso qualificar-se a Orla com inserção de mobiliários, melhora na limpeza e na qualidade do ambiente natural. Contudo, não houve relação direta desta carência à atuação do setor privado.

Especificamente quanto à avaliação da aparência, a exemplo do que ocorreu na avaliação das demais Áreas, na Área 3 constatou-se que a maioria dos usuários prefere espaços públicos de lazer, cujo uso seja irrestrito, sem elementos identificadores do setor privado. Ao contrário dos respondentes, os trabalhadores entrevistados percebem esses ambientes como melhores, quando há elementos identificadores do setor privado.

4.5.4 Considerações gerais quanto ao desempenho dos espaços adotados

Levando-se em conta que acessibilidade, aparência, conforto ambiental e segurança são os critérios mais diretamente privilegiados pelos investimentos das Adoções das Áreas 1, 2 e 3, foram realizadas análises relativas ao impacto das intervenções efetuadas pelos investidores privados na percepção de melhora do desempenho ambiental para o estudo de caso proposto. Embora a avaliação das variáveis não tenha evidenciado correlação à importância que os usuários atribuem aos investimentos privados nos espaços públicos urbanos de uso irrestrito, verificou-se que as parcerias causam interferência na ponderação de desempenho, de forma mais proeminente para alguns dos critérios de avaliação das Áreas, em detrimento a outros.

As questões relacionadas à acessibilidade são mais expressivas nas Áreas 1 e 3. Nessas Áreas, a acessibilidade é relacionada à interferência do setor privado e suas respectivas alterações espaciais, como condicionantes de apropriação e uso.

Quanto à aparência, as relações entre a percepção de melhorias no desempenho ambiental e estabelecimento de investimentos privados em espaços

públicos abertos foram mais evidentes. Tais relações podem ser categorizadas quanto ao tempo de uso e à presença/ ausência de marcos referenciais de investidor privado.

Embora para grande parte da amostra (45,8%) a aparência das Áreas estudadas tenha melhorado, desde que os usuários passaram a frequentar os espaços analisados, a avaliação da melhora da aparência variou significativamente entre as distintas Áreas, indicando que a Área 2 é aquela que se manteve sem modificações expressivas na aparência, em relação às demais (K-W, $\chi^2 = 9,332$, sig. = 0,009), de acordo com a percepção dos usuários. A Área 1 é percebida como a que mais apresentou melhora na aparência (Tabela 10 e Tabela 11).

Tabela 10 – Avaliação sobre a melhora da aparência

Avaliação de melhora na aparência	Área 1		Área 2		Área 3		Somatório das Áreas	
	N.A.*	%	N.A.*	%	N.A.*	%	N.A.*	%
Melhorou	31	20	24	15,5	16	10,3	71	45,8
Manteve-se igual/ não sabe avaliar	6	3,9	47	30,3	15	9,7	68	43,9
Piorou	4	2,6	10	6,5	2	1,3	16	10,3
TOTAL	41	26,5	81	52,3	33	21,3	155	100

* N.A.: Números Absolutos.

Tabela 11 – Variação significativa quanto à melhora da aparência para as três Áreas

Avaliação da aparência	Área 1	Área 2	Área 3
		Mean Rank	
Variação da avaliação da aparência (sig. = 0,009)	68,21	89,19 (igual/ não sabe avaliar)	73,88

Embora o *tempo de uso do espaço* não esteja estatisticamente relacionado com a avaliação da *melhora na aparência*, quanto ao total da amostra, a distribuição das frequências indica que usuários frequentadores dos espaços há mais tempo tendem a avaliar mais positivamente a parceria público-privado. Assim, as pessoas que acompanharam as modificações espaciais das Áreas desde o início das Adoções ou, desde antes delas (há quatro anos ou mais), consideram que os espaços estão melhores atualmente, no que se refere à avaliação da aparência.

A maioria da amostra (56,1%) prefere cenas sem logotipias, mobiliários e/ou cores que representem alguma marca de investidor privado. Ao se relacionar a

escolha pelo par de cenas preferido (com ou sem marcas de investidor privado) às justificativas apresentadas, houve variação significativa, conforme indica a Tabela 12.

Tabela 12 – Variáveis relacionadas à preferência de cenas

Motivos para escolha das cenas	Par de cenas A (com marcas de investidor privado)	Par de cenas B (sem marcas de investidor privado)	Indiferente
	Mean Rank		
As cenas são mais bonitas (sig. = 0,001)	77,09 (- preferência)	85,27 (+ preferência)	64,68
Ausência de marca/ propaganda (sig. = 0,000)	44,50 (- preferência)	101,52 (+ preferência)	49,55
Presença de marca/ propaganda (sig. = 0,000)	104,20 (+ preferência)	73,39 (- preferência)	74,18
Não há diferença importante entre as cenas (sig. = 0,000)	79,14	58,89 (- preferência)	113,60

Pelas relações expostas, tem-se que, para os usuários das Áreas, elementos identificadores de investidores privados, nos espaços públicos abertos de lazer e turismo, geram impacto na preferência estética desses tipos ambientes. A beleza das cenas é mais fortemente associada à ausência de elementos de investidores privados, quando se trata da preferência de espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo (56,1% dos casos).

Ainda é pertinente indicar a percepção dos trabalhadores entrevistados nas Áreas, quanto à aparência destas. Todos esses usuários apontaram estagnação ou melhora na aparência das Áreas, sendo que nenhum deles aludiu piora a tal processo. Para os trabalhadores, a presença de elementos identificadores de investidor privado nas Áreas de estudo foi tida como relevante e, até mesmo, necessária, como forma de contribuir para a atratividade e para o uso das áreas de lazer, bem como para a ordenação estética do comércio e dos espaços em sua totalidade.

No que se refere ao conforto ambiental, os fatores que mais precisam ser melhorados nos espaços, de acordo com a percepção dos usuários, são a limpeza e a oferta de mobiliários adequados. A Tabela 13 indica o comparativo dos fatores que necessitam ser melhorados, relativos ao conforto e à adequação ao uso, e que, de

certa forma, afetam a aparência. Ressalva-se não ter havido relação entre as melhorias necessárias e a existência de Adoções nos espaços. Assim, a avaliação de conforto ambiental foi pautada pelos critérios de adequação e uso estabelecidos pela área de estudos Ambiente-Comportamento.

Tabela 13 – Fatores relacionados ao conforto ambiental, que necessitam de melhora

*O que ainda precisa ser melhorado no espaço	Qualidade do ambiente natural (árvores, flores, arbustos, paisagem verde em geral)		Limpeza		Oferta de mobiliários (bancos, lixeiras, placas de sinalização, bebedouros, etc)		Oferta de atrativos de lazer (espaços contemplativos/temáticos, espaços esportivos, oferta de eventos)	
	**N.A.	%	**N.A.	%	**N.A.	%	**N.A.	%
Frequência	56	36,1	90	58,1	96	61,9	64	41,3

* Questão de múltipla escolha.

** N.A.: Números absolutos.

Compreendendo-se que a oferta de atrativos de lazer no espaço também está relacionada ao conforto ambiental dos usuários, e, partindo-se do entendimento de que a aparência pode estar relacionada à percepção de conforto ambiental, a *avaliação de melhora de oferta de lazer* foi relacionada com a *avaliação da melhora da aparência*. Verificou-se correlação forte (Spearman, $C = 0,509$, sig. = 0,000), a qual indica não ter havido melhora na oferta de lazer, ou que tal melhora não foi substancial, na percepção dos usuários.

A segurança foi o aspecto mais relevante a ser melhorado nos espaços, associada à iluminação e ao policiamento ineficientes. Para 70,3% dos respondentes o policiamento necessita ser melhorado, e para 56,1% a iluminação deve ser melhorada. Em comparação às demais Áreas, na Área 2 houve maior alusão à necessidade de melhora no policiamento e na segurança em geral do espaço (K-W, $\chi^2 = 10,924$, sig. = 0,004), com 81,4% de indução a este quesito (Tabela 14).

Tabela 14 – Fatores relacionados à segurança, que necessitam de melhora

*O que ainda precisa ser melhorado no espaço	Área 1		Área 2		Área 3	
	**N.A.	%	**N.A.	%	**N.A.	%
Iluminação	17	41,4	51	62,9	19	57,5
Policiamento	22	53,6	66	81,4	21	63,6

* Questão de múltipla escolha.

** N.A.: Números absolutos.

Ao se relacionar a *avaliação da melhora da segurança* à *avaliação da melhora da aparência*, verificou-se correlação moderada (Spearman, $C = 0,388$, sig. = 0,000), o que corrobora a literatura pertinente, a qual indica que a percepção da segurança pode afetar a percepção da aparência. No caso da amostra desta pesquisa, há uma tendência em perceber o nível de melhora da segurança como pouco modificado ou estagnado, na medida em que o nível de melhora na aparência também é percebido como pouco modificado ou estagnado.

Compreendendo-se que a oferta de atrativos de lazer influencia na dinâmica de apropriação e uso do espaço e, por conseguinte, pode estar relacionada à percepção de segurança dos usuários, foram relacionadas as variáveis *avaliação da melhora de oferta de lazer* e *avaliação da melhora da segurança*. Verificou-se correlação moderada (Spearman, $C = 0,361$; sig. = 0,000), indicando-se, assim, que na medida em que a oferta de lazer aumenta, a percepção de segurança é afetada positivamente, e vice-versa. Para o total da amostra, há uma tendência em perceber o nível de melhora do lazer como pouco modificado ou estagnado, na medida em que o nível de melhora na segurança também é percebido como pouco modificado ou estagnado nas Áreas em questão.

Verificou-se que embora a segurança seja o principal quesito a ser melhorado nos espaços, é também o que se manteve igual ou que em nada obteve melhora, de acordo com a percepção dos usuários das três Áreas. Com exceção da Área 3, não foi possível perceber associação de investimentos na segurança com as Adoções estabelecidas. Assim, a exemplo do que se verificou quanto à acessibilidade, a avaliação da segurança está relacionada, neste estudo, aos critérios de adequação ao uso dos espaços, e não necessariamente ao estabelecimento de parcerias entre os setores público e privado.

Quanto à participação dos usuários no processo de estabelecimento e aplicação das parcerias público-privadas, verificou-se que as pesquisas, quando ocorrem, geram dados imprecisos. A percepção evidenciada pelas entrevistas deste trabalho indica a vontade e a disponibilidade de usuários, em especial de trabalhadores, para a participação em pesquisas e estudos que visem à melhoria espacial. Em adição, a reação contrária do público aos investimentos privados, por exemplo, por parte dos usuários da Área 1, sinaliza para a vontade destes em serem consultados, bem como esclarecidos, sobre o conteúdo e a forma de aplicação das parcerias em espaços importantes da cidade. Para expressiva parte dos gestores públicos entrevistados, porém, essas manifestações são vistas como ligadas à “ideologia” dos usuários, não estando relacionadas, necessariamente, à falta de debate público ou à falta de informação sobre os projetos.

4.6 Verificação da percepção do papel do Estado em relação às dinâmicas de Adoção de espaços públicos de lazer e turismo

Os resultados apresentados nesta seção buscam elucidar a percepção dos usuários em relação ao papel contemporâneo do Estado, havendo emprego de políticas de parcerias entre os setores público e privado, para o planejamento e a gestão de espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo no meio urbano. Para contemplar mais amplamente o objetivo geral da pesquisa, usuários de lazer e turismo e trabalhadores dos espaços foram interpelados. Também serão utilizadas entrevistas com gestores públicos, contrapondo-as às inferências do setor privado, quando este apresentou retorno à pesquisa. Em adição, documentos e divulgações em meios de comunicação, que expressem alguma forma de interpretação quanto ao tema proposto, foram utilizados como aportes. Nesse sentido, os dados apresentados nesta seção servirão de base para se estabelecer comparativo entre a visão dos planejadores e gestores, com a percepção de usuários, em relação ao papel do Estado quanto à política de parcerias empregada para gestão do estudo de caso aqui suscitado.

A seguir, são apresentados dados específicos de cada uma das Áreas de estudo, no que se refere à percepção dos usuários quanto ao Papel do Estado para qualificação de espaços públicos abertos de lazer e turismo no meio urbano. Pretende-se elucidar como essa percepção ocorre em relação às diferentes Áreas, as quais são regidas por tipos distintos de acordos de Adoção, e que, por

consequente, apresentam diferentes formas de intervenções espaciais provenientes de parcerias entre os setores público e privado. Ao final da seção, serão dispostas considerações sobre o total da amostra.

4.6.1 Área 1

De acordo com o discurso dos gestores públicos entrevistados, a vantagem para o Município, quanto ao estabelecimento da Adoção da Área 1, é mais fortemente relacionada à desoneração da economia. A esse respeito, o gestor G2 sinalizou para a diferença da receita do Município, em relação aos diversos setores que ele deve atender, e à qualificação de espaços públicos, e como isso pode interferir para justificar o estabelecimento das Adoções:

Todo o Estado brasileiro tem uma dificuldade em manter os espaços públicos em geral ... na realidade como a gente tem uma demanda muito grande em todos os outros setores saúde educação transporte que em geral absorvem mais a receita do Município e essas coisas acabam ficando em segundo plano [G2].

Acerca da importância do relacionamento do setor público com o privado, o gestor municipal G1 evidenciou opinião, então em escala mais abrangente, referindo-se ao Viva o Centro. Segundo o entrevistado, a qualificação do Largo e de outros espaços inseridos no Projeto não seria possível, caso não fossem empregadas as parcerias com o setor privado:

[...] é um projeto de recuperação do Centro Histórico que nunca teve orçamento, é praticamente um projeto de articulação ou interinstitucional ou público-privado ... teve investimentos públicos mas em uma escala muito pequena então se for elencar as ações que a gente passou de lá pra cá são pelo menos uma dezena de parcerias [G1]

Quanto aos pontos positivos e negativos de uma parceria público-privada, tanto G1 como G2 ressaltam a agilidade do investidor como positiva, quando comparada à morosidade do Poder Público para realização de projetos deste tipo. Acerca do tema, o gestor G1 expõe:

[...] positivos é agregar recursos que tu não tens é trabalhar com uma forma ágil de investimento ... o parceiro privado dá muita agilidade dá flexibilidade ... basicamente tem isso é a questão do investimento que não é da Prefeitura e da agilidade e às vezes da qualidade do projeto porque quando ele é de uma parceria eu posso interferir na escolha do projetista ou da empresa e quando ele é da Prefeitura eu tenho que me submeter ao melhor preço e ao pior projeto então essas são as vantagens que eu acho que são muitas ... o que pode ter de desvantagem? pegar uma parceira que não seja boa ... os instrumentos de contratos de Adoção são muito frágeis se a empresa quiser ir embora amanhã ela vai não tem esse caráter contratual ainda que se cumpram ... tem um certo risco tem um risco de rejeição da opinião pública ... não pode tá privatizando o espaço é um ranço ... eu acho que tem que ser bem feito ter cuidado na proporção da divulgação da marca ... é uma questão de saber mediar isso é risco de não saber fazer ... e claro pode ter um parceiro que não seja muito bom de trato ... que seja muito agressivo na questão da imagem ... e o que ajusta isso é um bom contrato com uma clareza das obrigações e das limitações que quanto mais detalhado estiver melhor [G1].

Em suma, ambos os gestores envolvidos no Projeto de Adoção do Largo Jornalista Glênio Peres indicaram que as parcerias, concretizadas por Adoções ou demais processos entre poder público e privado, são tendências de gestão espacial nas cidades. Assim, para G1:

[...] o Estado tende a diminuir o tamanho dele ... é o natural ... o Estado tende cada vez mais a ser um regulador um fiscalizador um promotor de políticas ... que é o papel que ele tem que ter ... e: na escala da cidade nessas outras coisas a gente vive algumas experiências nesse sentido [G1].

A esse respeito, para a maioria da amostra de usuários da Área 1 (73,1%), os investimentos privados em espaços públicos abertos, de lazer e turismo, são tidos como importantes (46,3%), ou muito importantes (26,8%). Ainda assim, em 78% dos casos, a amostra apontou o Poder Público como sendo o principal investidor da Área 1, seguido pelo setor privado, com 53,6% de incidência. Todos os respondentes consideram que, além de ser de fato o principal investidor para qualificação desta Área, o Poder Público é o setor sobre o qual esta obrigação deve recair. Para 34% dos respondentes, as empresas privadas também deveriam ter a obrigação de investir nesses espaços públicos, com características de lazer e turismo, como as que se verificam na Área 1.

Para a maioria dos respondentes abordados nesta Área (68,2%), os mesmos serviços do Poder Público, quando comparados ao do setor privado, são de qualidade inferior (41,4%), ou são serviços de igual qualidade (26,8%). Somente

para 21,9% dos respondentes, os mesmos serviços do Poder Público são melhores, quando comparados aos do setor privado.

Para examinar o entendimento dos usuários acerca de qual esfera executa e de qual esfera deveria ter a incumbência de executar melhorias nos espaços públicos abertos, de lazer e turismo, foi verificado se existe associação entre a percepção dos usuários sobre *quem é o principal investidor para melhorias no espaço* e *quem deveria ser o investidor para melhorias no espaço*. Nessa relação, obteve-se associação quanto ao papel da comunidade ($\Phi = 0,529$, sig. = 0,001). Para 19,5% dos respondentes, a comunidade é tida como aquela que investe e como aquela que deveria ter a obrigação de investir para melhoria do espaço. Em relação aos demais grupos – Poder Público, poder privado e terceiro setor – não foram verificadas associações estatísticas.

A Área 1 apresenta maior concentração de elementos identificadores de investidor privado (Figura 107 e Figura 108), se comparada à Área 2, mas ainda tem menor incidência desses indicadores, se comparada à Área 3. A comparação entre serviços privados e públicos, emitida pelos usuários, talvez esteja alicerçada na percepção e na interpretação desses elementos no espaço físico. Assim, se por um lado os investimentos privados são considerados importantes, pelo volume e pelo tipo de qualificação que podem trazer a este espaço, sob aspectos simbólicos, é possível aferir certo grau de rejeição a essas intervenções.



Figura 107 - Visão aérea de ombrelones (modelos antigos) com marca de adotante – Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: acervo da autora, 2011.



Figura 108 - Conjunto de ombrelones, decks e totem, com marca de adotante – Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: acervo da autora, 2012.

Para elucidar tal argumento, utiliza-se o caso de inserção de elemento identificador do adotante na Área 1, em outubro de 2012. Também como forma de complemento às obras simbolicamente entregues à população, o adotante Vonpar

Refrescos S.A., em conjunto com o Município, fixou no Largo um boneco inflável, representando mascote da Copa do Mundo Fifa 2014, visto que Porto Alegre é uma das cidades sede deste campeonato. Tal ação gerou comoção em grupo substancial de usuários do Largo, marcada especialmente pelos atos públicos denominados “Defesa Pública da Alegria”, os quais reuniram manifestantes contrários tanto à instalação do referido mascote, como em relação ao emprego de parceria com o setor privado e à divulgação do adotante no espaço do Largo (Figura 109 e Figura 110). Conseqüentemente, houve repercussão na mídia, na qual usuários manifestantes indicaram estar havendo privatização daquele espaço. A partir desses movimentos, foram suscitadas discussões acerca da forma de intervenção do setor privado no Largo Jornalista Glênio Peres, bem como da maneira como os usuários estavam exprimindo suas opiniões sobre o tema²⁶ (OLIVEIRA, 2012; ROLLSTING, 2012).



Figura 109 - Reunião de manifestantes – Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: Marcos Vinícius, 2012.

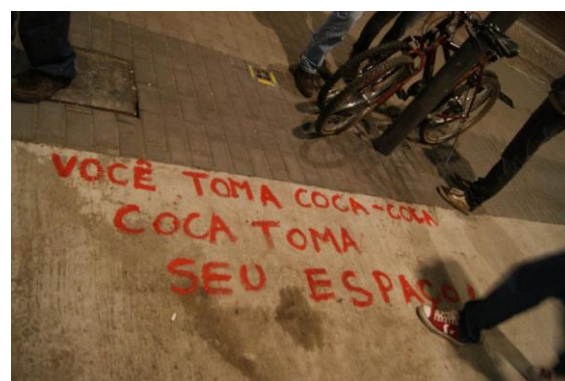


Figura 110 - Exemplar de cartaz utilizado em manifestação – Largo Jornalista Glênio Peres.
Fonte: Marcos Vinícius, 2012.

Ainda antes de ocorrer as manifestações referenciadas, os gestores municipais entrevistados G1 e G2 foram questionados se discussões contrárias às Adoções seriam decorrentes de algum motivo em específico. Para o primeiro dos entrevistados, em sobreposição à falta de informação, essas críticas estão ligadas a um perfil ideológico:

²⁶ Para verificar repercussão em mídia, indica-se consultar, também, os portais G1 (<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2012/10/manifestantes-entram-em-confronto-com-pol-no-centro-de-porto-alegre.html/>), Jornal NH (<http://www.jornalnh.com.br/noticias/rio-grande-do-sul/>) e Sul21 (<http://sul21.com.br/jornal/>).

[...] independente de todas as explicações elas vão continuar pensando igual não acho que seja falta de esclarecimento público acho que seja falta de esclarecimento do que acontece no mundo [...] uma falta de entendimento da realidade como se o poder público tivesse dinheiro pra fazer tudo o que pudesse fazer e que não tivesse fundo ... que devesse assumir todas as coisas [...] tem que se dar conta que o recurso é arrecadação da própria cidade e não há dinheiro que vença [G1].

Já para G2, os motivos contrários a esta Adoção podem estar ligados à falta de informação, mas seriam decorrentes, substancialmente, de uma tendência que as pessoas apresentam em destacar pontos negativos dos projetos associados direta ou indiretamente ao poder público, em detrimento às benfeitorias espaciais: “[...] é muito difícil tu veres um fórum um *blog* discutindo alguma coisa positiva em geral estão sempre discutindo alguma coisa de negativo porque é o que dá polêmica”.

As entrevistas coletadas junto aos gestores municipais de Porto Alegre, para subsidiar a pesquisa em relação ao Largo Jornalista Glênio Peres, corroboraram de forma substancial quanto aos objetivos do trabalho. Esses resultados indicam haver uma similaridade discursiva empregada pelos gestores, quanto à acuidade de se envolver o setor privado para a gestão espacial. Essa necessidade é verificada especialmente quanto à qualificação de espaços públicos que demandem altos investimentos, constante manutenção e que consistam em construções e/ou espaços que abarquem atividades urbanas ligadas a um alto grau de uso, e conectadas, ainda, a elementos culturais da cidade, tanto tangíveis como intangíveis.

Na mesma direção, a maioria dos usuários da Área 1 demonstra compreender os investimentos privados em espaços públicos abertos, de lazer e turismo, como importantes. A percepção desse grupo ainda indica ser o Estado aquele que provê, bem como aquele que deveria ser o principal provedor de investimentos nos espaços em questão. Ressalta-se, contudo, a grande parcela de usuários que indicou perceber o setor privado como já sendo o principal investidor em espaços públicos abertos, os quais sirvam ao lazer e ao turismo.

4.6.2 Área 2

Para ambos os entrevistados que trabalham no Município, e que tem ligação com a Adoção do Parque Farroupilha, as parcerias entre Estado e investidores privados tendem a ser cada vez mais aplicadas nas cidades brasileiras.

Para G3 e G4, esse processo é visto sob a ótica da facilidade de gestão e da modernização do Estado, ao passo que também encerra uma complexidade maior para fiscalização deste, face à participação tão incisiva de um novo ator no processo de planejamento e gestão do espaço. Todavia, ainda que envolva a dificuldade de fiscalização, esses processos apresentam mais vantagens do que impedimentos e, na visão do gestor G4:

O Estado está ficando muito complexo para ser administrado pelo modelo de servidor público prestador de serviço como atualmente ... o Estado irá se dirigir à área de controle estratégico do País terceirizando as atividades gerais ... o papel do Estado deve se cingir a fazer com que o País funcione ... atividades típicas de Estado se manterão segurança planejamento estatal rodovias ferrovias produção de energia elétrica serviços de polícia comando político, etc. ... as atividades em si as obras etc. devem ser aos poucos entregues à iniciativa privada [G4].

Como forma de avaliação deste e dos demais processos de Adoções, G3 ressaltou, como pontos positivos: a viabilização de bons projetos com recursos que, muitas vezes, o Poder Público não dispõe; a agilidade dos processos de investimentos; e a melhor conservação dos espaços. Em adição, G4 ressaltou como ponto positivo o menor gasto do setor público para manutenção dos espaços adotados. Em relação aos pontos negativos, este mesmo entrevistado indicou a dificuldade de se realizarem parcerias em lugares de menor visibilidade pública, ao passo que nos lugares mais frequentados o ponto negativo é a necessidade de uma fiscalização mais intensa para que as propagandas, por parte dos adotantes, não sejam abusivas. Já o entrevistado G3, destacou a dificuldade de controle e fiscalização para bom emprego dos recursos, ressaltando a necessidade de atenção na elaboração dos termos jurídicos das parcerias, de forma a não tornar as Adoções vulneráveis a irregularidades.

Quando perguntados sobre a importância dos investimentos privados em espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo, em número muito próximo à Área 1, para a maioria da amostra de usuários da Área 2 (74%), esses investimentos são importantes (55,5%), ou muito importantes (18,5%), confirmando-se a percepção dos dois gestores entrevistados (G3 e G4). Ainda assim, em 86,4% dos casos, a amostra apontou o Poder Público como sendo o principal investidor da Área 2, seguido pelo setor privado, com expressiva incidência de 45,6%. Essa percepção pode indicar o entendimento do Estado como responsável pela provisão

de lazer público e da manutenção de espaços turísticos de acesso irrestrito, mas também já sinaliza para uma aceitabilidade do suprimento dessas necessidades de investimentos pelo setor privado.

Todos os respondentes da Área 2 consideram que, além de ser de fato o principal investidor para qualificação desta Área, o Poder Público é o setor sobre o qual esta obrigação deve recair. Para 37% dos respondentes, as empresas privadas também teriam de ter a obrigação de investir nesses espaços públicos, com características de lazer e turismo, como as que se verificam na Área 2.

Ao relacionarem-se as variáveis *quem é o principal investidor para melhorias no espaço* e *quem deveria ser o investidor para melhorias no espaço*, foram obtidas associações. Os resultados, advindos de tabulação cruzada, constam sintetizados na Tabela 15.

Tabela 15 – Relação entre variáveis sobre concretização e dever de provimentos para Área 2

Quem é o principal investidor	Quem deveria ser o principal investidor	Phi	Sig.	%
Empresas privadas	Empresas privadas	0,477	0,000	28,4
Terceiro Setor	Empresas privadas	0,326	0,005	13,6
Terceiro Setor	Terceiro Setor	0,642	0,000	13,6
Terceiro Setor	A comunidade	0,425	0,000	13,6
A comunidade	Terceiro Setor	0,354	0,001	14,8
A comunidade	A comunidade	0,471	0,000	23,5

A expressiva parcela dos respondentes que considera as empresas privadas como principais investidoras em espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo, também as considera como aquelas que deveriam ter tal responsabilidade (28,4%). Indicada em segundo lugar (27,5%), a comunidade é percebida como sendo a investidora no espaço público, e também como sendo, ela própria, a que deveria deter a responsabilidade de investimentos nos espaços públicos abertos (23,5%).

Questionados sobre a qualidade dos serviços do Poder Público, quando comparados aos do setor privado, expressiva parte dos usuários indicou que os serviços públicos são de qualidade inferior (34,5%), ou são de igual qualidade (33,3%). Somente para 17,2% dos respondentes, os mesmos serviços oferecidos pelo Poder Público são melhores, quando comparados aos do setor privado. Ainda

assim, prevalecendo uma melhor avaliação de serviços do setor privado em relação ao público, o estabelecimento da Adoção do Parque Farroupilha gerou opiniões contrárias, expressas inclusive em veículos de mídia²⁷.

Como indicador relevante para se depreender a concepção de um trabalhador em relação ao papel do Estado na atualidade, em especial no que tange aos processos de Adoções, faz-se pertinente ratificar a fala de T4. Em seu discurso, as melhorias em um espaço de lazer e turismo “deveriam” ser feitas pelo Poder Público, mas acabam sendo desempenhadas – por motivos diversos – pelo setor privado. A exemplo da percepção dos respondentes, esta indica a responsabilidade da provisão do lazer ainda atrelada ao Município, mas também sinaliza para uma aceitabilidade do suprimento dessas necessidades de investimentos pelo setor privado. Nessa perspectiva, indica-se poder haver uma compreensão do processo contemporâneo de transição em relação à forma de gestão espacial, na qual são implementadas as parcerias entre público e privado.

Pelo exposto como resultado das entrevistas de G3 e G4, depreende-se que os gestores ratificam a literatura que indica uma tendência de o Estado agir como regulador, e não mais como provedor de todos os serviços públicos, incluindo-se aí a qualificação dos espaços públicos abertos. Nada obstante, a restrição orçamentária do Município, em paralelo com a eficiência na provisão dos serviços, por parte de investidores, também são apontadas como justificativas para estabelecimento das parcerias público-privado. Ratificando a percepção dos gestores entrevistados, expressiva parcela de usuários da Área 2 indicou perceber o setor privado como já sendo o principal investidor em espaços públicos abertos, os quais sirvam ao lazer e ao turismo, embora, para a maioria desta amostra, tal responsabilidade ainda deva residir no campo do Poder Público, ainda que este preste serviços de pior qualidade, quando comparado ao setor privado.

4.6.3 Área 3

Ao ser questionado sobre o crescente emprego das parcerias entre os setores público e privado, o gestor entrevistado G6 afirmou que “o papel do Estado está diminuindo como executor e deveria aumentar como agente fiscalizador pelo

²⁷ Para consulta sobre avaliação negativa expressa em meio de comunicação, indica-se consulta ao blog RS Urgente (<http://rsurgente.opsblog.org/>).

menos nas atividades concedidas”. No mesmo sentido dessa exposição, G5 afirmou que

os defensores do Estado totalitário entendem que o Estado tem que ser dono de tudo e mandar em tudo ... as coisas tem que ser entregues e bem entregues à sociedade e nesse caso pro turista independente do modelo ... porque o modelo escolhido vai mudando de nome com os tempos ... e daí tu vais olhar lá atrás e vais ver que já era aplicado ... nós estamos aqui trabalhando com coisas que de certa forma já aconteceram no mundo [...] no momento é uma séria tendência que infelizmente não vem acompanhada da diminuição da carga tributária não vejo essa tendência como algo realmente necessário inclusive no que se refere à terceirização da mão de obra um exemplo é um só mas muito significativo a limpeza da cidade de Florianópolis que é exemplar e todo o sistema é feito por funcionários da Prefeitura nada é terceirizado não se vê lixo pelas ruas pelas praias e nem escândalos de corrupção [G5].

Em números próximos aos constatados para as demais Áreas, para a maioria da amostra da Área 3 (69,7%), os investimentos privados em espaços públicos abertos, de lazer e turismo, são tidos como importantes (45,5%), ou muito importantes (24,2%). Em 69,7% dos casos, a amostra apontou o Poder Público como sendo o principal investidor da Área 3, seguido pelo setor privado, com 45,5% de incidência. Para a maioria dos respondentes da Área 3 (94%), além de ser de fato o principal investidor para qualificação desta Área, o Poder Público é o setor sobre o qual esta obrigação deve recair. E, para 27,2% dos respondentes, as empresas privadas também teriam de ter a obrigação de investir nesses espaços públicos, com características de lazer e turismo, como as que se verificam na Área 3.

Ao relacionarem-se as variáveis *quem é o principal investidor para melhorias no espaço* e *quem deveria ser o investidor para melhorias no espaço*, foram obtidas associações. Os resultados que apresentaram relações estatísticas, advindos de tabulação cruzada, constam sintetizados na Tabela 16.

Tabela 16 – Relação entre variáveis sobre concretização e dever de provimentos para Área 3

Quem é o principal investidor	Quem deveria ser o principal investidor	Phi	Sig.	%
Empresas privadas	Empresas privadas	0,464	0,003	29,3
Terceiro Setor	Empresas privadas	0,457	0,003	9,8
Terceiro Setor	Terceiro Setor	0,642	0,000	7,3
A comunidade	A comunidade	0,529	0,001	19,5

A exemplo do que se verificou nas demais Áreas, na Área 3, expressiva parcela dos usuários que considera as empresas privadas como principais investidoras em espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo, também as considera como aquelas que deveriam ter tal responsabilidade (29,3%). Também para a Área 3, merece ser apontado o percentual de pessoas que percebe a comunidade como sendo a investidora no espaço público, e também como sendo, ela própria, a que deveria deter a responsabilidade de investimentos nos espaços públicos abertos (19,5%).

Na avaliação dos respondentes abordados nesta Área, os serviços do Poder Público, quando comparados ao do setor privado, são tidos, em iguais proporções, como sendo de igual qualidade ou piores (39,4%). Somente 9% dos respondentes consideram os mesmos serviços oferecidos pelo Poder Público melhores, quando comparados aos do setor privado. Embora não tenha sido confirmada associação entre as duas variáveis, a distribuição das frequências sugere que quanto pior *avaliação* dada aos serviços do Poder Público, maior o grau de *importância* dado aos investimentos privados para espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo urbanos.

Ao ser arguido acerca das vantagens e desvantagens das parcerias com o setor privado para aplicação de investimentos e gestão de espaços públicos, G5 destacou, como ponto positivo, a rapidez com que o poder privado provê determinados recursos e instrumentos, em detrimento à morosidade do Poder Público. No mesmo sentido, o gestor municipal G5 destacou que a agilidade do privado não está ligada necessariamente à superioridade de prestação dos serviços deste e, portanto, não se pode afirmar que o serviço executado pelo Poder Público é de qualidade inferior:

[...] alguns movimentos que tu tens pela iniciativa privada obviamente são mais rápidos ... ele é mais eficaz e ele atinge mais rapidamente o objetivo porque a administração pública tem toda a sua gestão baseada na Lei então ela tem uma velocidade diferente a questão aí é de VELOCIDADE e não de qualidade ... tu tens em muitas ocasiões o setor público muito mais preparado do que uma empresa privada ... não enxergo a iniciativa privada como tendo tudo de melhor tem que ser analisado caso a caso pra saber se realmente é o modelo a ser escolhido tanto sendo administrado pelo poder privado como de forma compartilhada ... a competência não é inerente ao ser público ou privado ... é inerente às pessoas que conduzem os projetos [G5].

Assim como nas demais Áreas, a presença de investimentos privados no espaço público de lazer e turismo é tida, na opinião dos usuários da Área 3, como necessária, bem como os serviços deste setor são considerados melhores do que os mesmos serviços do Poder Público. Contudo, como parte do processo de levantamento de arquivo, é importante destacar a existência de ação cível popular movida em 2009, contra possíveis irregularidades para aplicação dos termos do contrato de cooperação firmado entre a Prefeitura Municipal de Porto Alegre e os parceiros Pepsi-Cola Industrial da Amazônia Ltda., Sinergy Novas Mídias (ANEXO L). Nada obstante, a própria legalidade da Adoção foi questionada, posto não ter havido licitação, processo requerido pelo reclamante da ação aqui analisada.

As decisões expressas pelo documento regem, substancialmente: a adequação da publicidade dos investidores privados nos espaços abarcados pelo Termo de Cooperação, em especial no que tange ao espaço do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho localizado à Orla do Guaíba; a dispensa do processo licitatório, posto que o Termo de Cooperação não pode ser caracterizado como um contrato, no sentido técnico-administrativo, e porque não objetiva a repartição de riqueza, mas sim o gasto do poder privado em espaço público; a impossibilidade de ação popular contra a identificação dos trabalhadores localizados à Orla do Guaíba, próximos à Usina do Gasômetro; a continuidade da manutenção dos mobiliários “cuca-fresca” instalados na Avenida Edvaldo Pereira Paiva, na extensão do Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, posto não atrapalhem a população; a possibilidade de se manterem as marcas das empresas adotantes nos mobiliários novos e nos já existentes, alterados por estas, uma vez que tal publicidade pode vir a incentivar demais práticas similares a outros investidores privados; a manutenção de placas mistas, de veiculação de material informativo/educativo com logomarca dos parceiros privados, contanto que observados os parâmetros da SMAM para dimensões; a revogação da exclusividade do comércio ambulante que ofereça ao público somente produtos dos adotantes (cláusula do Termo de Cooperação já revogada por Termo Aditivo assinado entre Município e parceiros, anteriormente a esta ação popular); a revogação da exclusividade para realização de eventos nos espaços abarcados pelo Termo em questão somente pelos adotantes, uma vez que esta parte do acordo entre Município e adotante pode de causar prejuízo à população.

É relevante considerar tal ação, na medida em que ela sinaliza para uma possível contrariedade quanto ao tipo de parceria estabelecida para gestão da Orla do Lago Guaíba. Sua existência corrobora com as análises quantitativas desta Área, acerca do papel do Estado enquanto provedor de lazer e turismo, e de qualificação espacial relacionada a tais segmentos, no espaço urbano aberto. Nesse sentido, o movimento cível referenciado pode indicar, também, que os usuários entendem que o Estado deveria ser o provedor de investimentos para espaços com características iguais ou similares às da Orla, e não o setor privado.

A partir das entrevistas realizadas, é possível identificar um alinhamento de discurso de ambos os gestores, quanto à necessidade de investimento privado para espaços destinados ao lazer e ao turismo na cidade, especialmente no que se refere à prestação de serviços com mais agilidade. Nada obstante, ambos os entrevistados ratificam o que parte da literatura pertinente ao tema estabelece, em relação à restrição orçamentária do Estado como justificativa para estabelecimento das Adoções.

4.6.4 Considerações gerais sobre a percepção do papel do Estado

Quanto às avaliações acerca da necessidade do estabelecimento das Adoções, percebe-se, pelo conjunto de discursos dos gestores, que esse consorciamento urbano é sustentado, substancialmente, através do discurso da escassez de recursos municipais disponíveis para projetos direcionados ao lazer e ao turismo nos espaços públicos abertos. Assim, a vantagem das Adoções, para o Poder Público, residiria na desoneração da economia municipal.

Na visão dos gestores públicos, as parcerias, não apenas do tipo Adoções, mas as demais modalidades, são avaliadas como fundamentais, sendo sustentadas, inclusive, como medidas sem as quais vários projetos urbanos seriam inviabilizados. Essas impressões sinalizam haver certa dependência do Poder Público em relação ao poder privado, para investimentos no meio urbano, em especial para o provimento do lazer e do turismo de acesso público.

Nesse cenário, os gestores públicos concordam em estar havendo um “encolhimento” do papel do Estado na sociedade contemporânea, em especial no que tange aos investimentos e à aplicabilidade de projetos que contemplem lazer e turismo nas grandes cidades. Esses profissionais indicam uma tendência de estabelecimento do Estado enquanto regulador, de forma que funções ligadas à

execução sejam passadas, gradualmente, para outros setores da sociedade. Contudo, essa troca de funções, na visão dos gestores, não estaria ligada à qualidade de corpo técnico do Poder Público, mas sim à agilidade que o setor privado tem, em detrimento à morosidade do Poder Público, para execução de mesmos serviços.

Assim como os gestores públicos, a maioria dos respondentes parece entender os investimentos privados como importantes para provimento de lazer e turismo urbanos, em espaços abertos. Conforme averiguado, a maioria dos usuários (53,5%) afirmou sentir-se à vontade para utilização de espaços públicos abertos, os quais apresentem investimentos privados. Apresentando uma coerência de opinião, também a maioria da amostra disse ser importante (50,3%), ou muito importante (21,9%), uma empresa privada investir em espaços públicos urbanos abertos, de lazer e turismo, ao passo que somente para 12,3% da amostra, este é um tipo de investimento classificado como inaceitável.

Em contrapartida, apesar de considerar importante o estabelecimento de investimentos privados em espaços públicos abertos de lazer e turismo no meio urbano, bem como de expressar-se à vontade para uso de espaços, perante tal situação, a maioria da amostra (51%) afirmou não saber se o espaço que utilizava, no momento da abordagem, recebia investimentos privados. Ao se relacionarem as variáveis *ciência sobre adoção do espaço e quem é o principal investidor para melhorias no espaço*, houve associação entre o conhecimento sobre estabelecimento da Adoção e as empresas privadas como sendo as principais investidoras no espaço utilizado ($\Phi = 0,251$, sig. = 0,002).

Quanto à percepção de qual esfera investe nos espaços públicos de lazer e turismo, em relação ao total da amostra, o Poder Público foi apontado, em 80,6% dos casos, como o principal provedor (em referência à qualificação de aparência, segurança e lazer). Mas, também com um índice expressivo, 47,7%, o setor privado foi tido como o principal investidor nesses espaços.

Ainda que o setor privado não tenha sido considerado, pela maioria dos respondentes, como principal investidor em espaços abertos de lazer e turismo no meio urbano, ao se questionar acerca do *sentimento de uso de espaços abertos de lazer e turismo, que tenham sido adotados, em relação a quem deveria ser o investidor para melhorias nesses espaços*, obteve-se diferença significativa entre sentimento de conforto (estar mais à vontade para utilização do espaço) e a

consideração do setor privado como aquele que teria obrigação de investidor em tais espaços (K-W, $\chi^2 = 13,802$, sig. = 0,001). Ou seja, quando os usuários entendem ser o setor privado como o que deveria investir nos espaços, há uma tendência para que esses usuários sintam-se mais à vontade, em espaços nos quais estejam presentes investimentos privados (Tabela 17).

Tabela 17 – Relação entre sentimento de uso e quem deveria investir nos espaços, na percepção dos usuários

Sentimento de uso de espaços com investimentos privados	À vontade	Indiferente	Constrangido
Quem acha que deveria investir nos espaços	Mean Rank		
Empresas privadas (sig. = 0,001)	76,58 (+ à vontade)	72,68	46,00 (- à vontade)

Os usuários que consideram o Poder Público como aquele setor que deveria promover os investimentos em espaços de uso irrestrito, não necessariamente se sentem menos à vontade com investimentos privados nesses espaços públicos. Quando os usuários consideram o Terceiro Setor como sendo aquele que deveria investir nos espaços públicos abertos, os níveis apontaram mais expressivamente para indiferença, quanto ao uso de espaços com investimentos privados em espaços públicos. Contudo, esses usuários ainda se sentem mais à vontade do que constrangidos, frente à existência de investimentos do setor privado em espaços públicos de lazer e turismo, cujo uso seja irrestrito. Já para os usuários que acreditam que a comunidade deveria ser aquela sobre a qual a responsabilidade de investimentos em espaços públicos abertos deveria recair, o sentimento de indiferença é mais expressivo, quanto ao uso de espaços com investimentos privados. Em adição, esses usuários sentem-se mais constrangidos do que à vontade para usufruir de espaços com investimentos do setor privado.

Também com maior expressividade, o Poder Público foi indicado, em 98,7% dos casos, como aquele setor que deveria prover melhorias nos espaços, ligadas à aparência, à acessibilidade, ao conforto ambiental e à segurança. Em seguida, o setor privado foi considerado, em 34,2% dos casos, como aquele que deveria ser o investidor para essas melhorias, seguido pela comunidade, com 25,8% de alusão.

Considerando o total de respondentes, ao relacionarem-se as variáveis *quem é o principal investidor para melhorias no espaço* e *quem deveria ser o investidor para melhorias no espaço*, foram obtidas associações. Os resultados de distribuição de frequência, que apresentaram relações estatísticas, advindos de tabulação cruzada, constam sintetizados na Tabela 18.

Tabela 18 – Relação entre variáveis sobre concretização e dever de provimentos

Quem é o principal investidor	Quem deveria ser o principal investidor	Phi	Sig.	%
Empresas privadas	Empresas privadas	0,509	0,000	28,4
Empresas privadas	Terceiro Setor	0,234	0,004	11,6
Terceiro Setor	Empresas privadas	0,330	0,000	10,3
Terceiro Setor	Terceiro Setor	0,592	0,000	9,7
Terceiro Setor	A comunidade	0,352	0,000	9,0
A comunidade	Empresas privadas	0,251	0,002	18,1
A comunidade	Terceiro Setor	0,309	0,000	11,0
A comunidade	A comunidade	0,477	0,000	19,4

Claramente, expressiva parcela dos usuários que considera as empresas privadas como principais investidoras em espaços públicos abertos, que sirvam ao lazer e ao turismo, também as considera como aquelas que deveriam ter tal responsabilidade (28%). Merece ser sinalizado o contingente de pessoas que percebe a comunidade como sendo a investidora no espaço público, relacionada, então, às empresas privadas (18,1%), ao Terceiro Setor (11%) e à própria comunidade (19,4%), no que se refere a qual setor deveria deter a responsabilidade de investimentos nos espaços públicos abertos. Em adição, é relevante sinalizar que os resultados não apresentaram relações estatísticas para o Poder Público.

No tocante à comparação entre serviços públicos e privados, buscando-se compreender o papel contemporâneo do Estado, mediante a percepção dos respondentes, de forma geral, os serviços públicos, quando comparados aos mesmos serviços privados, objetivando melhorias para o lazer e o turismo em espaços de uso irrestrito, foram avaliados como piores. Muito embora, também para a maioria dos usuários abordados, o Poder Público seja o principal investidor nesses espaços, observou-se relevância do setor privado tido como importante investidor em lazer e turismo públicos no meio urbano, sendo apontado, inclusive, de forma

expressiva, como o setor que deveria ter a responsabilidade de tais investimentos. Nada obstante, verificou-se uma tendência de aceitabilidade desta condição.

Sobre a avaliação da qualidade de serviços, a maioria dos respondentes classificou o Poder Público como aquele que provê serviços de pior qualidade (37,4%), ou serviços de igual qualidade (32,9%), em comparação aos do setor privado. Apenas 22,6% dos respondentes indicaram os serviços do Poder Público como melhores (16,8%), ou muito melhores (5,8%), quando comparados aos mesmos serviços do setor privado, para o tipo de espaço considerado para tal avaliação.

Ao se relacionarem as variáveis *classificação de investimento privado em espaços públicos abertos de lazer e turismo e avaliação dos serviços do Poder Público, em relação aos mesmos serviços prestados por empresas privadas, para os mesmos espaços*, obteve-se variação significativa entre avaliação dos investimentos do setor privado como indiferentes e classificação dos serviços do Poder Público como sendo de igual qualidade, comparados aos mesmos serviços do setor privado (K-W, $\chi^2 = 22,059$, sig. = 0,000). Ou seja, o grupo de respondentes que considera indiferente haver investimento privado no espaço público aberto, que sirva ao lazer e ao turismo, também considera os serviços do Poder Público como sendo de igual qualidade, quando comparados aos mesmos serviços do setor privado, para esses espaços.

A Tabela 19 detalha os níveis de classificação, os quais também indicam que: a) quanto mais os respondentes classificam como muito importantes os investimentos privados nos espaços públicos de lazer e turismo, tanto mais esses usuários avaliam os serviços do Poder Público como muito piores, em relação aos mesmos serviços prestados pelo setor privado; e b) em contrapartida, quanto menor é a tendência de os respondentes classificarem os investimentos privados nos espaços públicos de lazer e turismo como importantes, tanto melhor é a percepção desses usuários quanto à qualidade dos serviços do Poder Público, em relação aos mesmos serviços do poder privado, para os espaços em questão.

Tabela 19 – Variáveis relacionadas à importância do investimento privado e à qualidade dos serviços do Poder Público, para espaços de uso irrestrito, de lazer e turismo

Avaliação dos serviços do Poder Público, comparados aos do setor privado.	Muito melhores	Melhores	São serviços de igual qualidade	Piores	Muito piores
	Mean Rank				
Avaliação da importância do investimento privado (Sig. = 0,000)	41,33 (- importante)	85,29	94,99 (indiferente)	64,94	80,86 (+ importante)

O conjunto de percepções, em especial as evidenciadas pelos dados quantitativos, expressa uma afinidade de visão dos usuários em relação à do Poder Público, quanto à necessidade de emprego de políticas públicas que estabeleçam aproximação com o setor privado para o provimento do lazer e do turismo urbanos, de acesso irrestrito. Nesse sentido, ainda que não participem de consulta prévia ao estabelecimento de parcerias entre setores público e privado, tampouco de estudos realizados pelo Poder Público visando depreender a avaliação do desempenho das Adoções, a maioria dos usuários participantes desta pesquisa parece aceitar tal política pública urbana, destinada aos espaços abertos de lazer e turismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RELEVÂNCIA DOS RESULTADOS

Este capítulo apresenta a conclusão geral do trabalho. Trata-se, para tanto, acerca do problema de pesquisa, dos objetivos, dos métodos empregados, das hipóteses verificadas, bem como das limitações da pesquisa. Em adição, é apresentada a importância dos resultados obtidos para a área Ambiente-Comportamento, no que se refere ao planejamento urbano alusivo ao lazer e ao turismo, em especial quanto à Adoção de espaços públicos abertos.

5.1 Problema e Objetivos

Esta pesquisa investigou a percepção dos usuários em relação aos espaços urbanos públicos abertos de lazer, os quais também sirvam ao turismo, no contexto de intervenções privadas, campos de estudo não comumente abordados em relações diretas. O problema de pesquisa centrou-se em evidenciar a necessidade de se investigar como ocorre a percepção dos usuários em face do crescente número de Adoções de espaços públicos no meio urbano. Nesse contexto, apontou-se para a acuidade de se estudar a percepção dos usuários, também em relação ao papel do Estado, a partir da dinâmica de parcerias estabelecidas entre os setores público e privado, levando-se em conta ser este um debate ainda pouco expressivo na literatura afim ao tema.

O objetivo geral do estudo foi alcançado, na medida em que os resultados da pesquisa podem colaborar para o planejamento urbano voltado aos espaços públicos de lazer e turismo, em especial aqueles regidos por parcerias do tipo Adoção. É possível afirmar-se, ainda, que os dados obtidos corroboram para uma aproximação ao entendimento da percepção dos usuários em relação ao papel contemporâneo do Estado brasileiro, substancialmente no que se refere à prática de Adoções dos espaços urbanos de uso irrestrito.

5.2 Hipóteses

Foram propostas duas hipóteses para a aplicação da pesquisa, ambas alusivas a espaços públicos abertos adotados, e pautadas na percepção dos usuários. A primeira hipótese relaciona o grau de aceitabilidade das intervenções privadas ao entendimento dos usuários quanto à relevância dessas práticas. Ao passo que a segunda relaciona o nível de aceitabilidade das intervenções privadas à avaliação do desempenho ambiental dos espaços onde elas ocorrem. As duas hipóteses confirmaram-se parcialmente.

Em relação à primeira hipótese, averiguou-se existir aceitabilidade das intervenções privadas em consonância com a relevância atribuída a esta prática de investimento no espaço público. Ou seja, existe parcela de usuários que aceita as Adoções, da mesma forma que também as considera relevantes para os espaços públicos urbanos de acesso irrestrito, os quais atendam ao lazer e ao turismo.

A esse respeito, de acordo com a percepção dos respondentes, verificou-se que o sentimento para uso de espaços, os quais apresentem intervenções privadas em parceria com as públicas, é correlato à importância do estabelecimento de tais investimentos. Portanto, indivíduos que se sentem mais à vontade em espaços com intervenções privadas, tendem a atribuir maior importância a esse tipo de investimento, e vice-versa.

Em complemento, verificou-se que elementos identificadores das Adoções não são relevantes para alguns usuários, enquanto marcos referenciais dos espaços nos quais estão contidos, embora sejam intensamente utilizados. Em compensação, para outros usuários, as Adoções são relevantes no contexto amplo dos espaços onde ocorrem, mas não estão alistadas à aceitabilidade de seu estabelecimento. Ao contrário, neste caso, a relevância dessas parcerias é conectada à rejeição, por parte dos usuários, especialmente no que se refere ao nível simbólico, ou seja, ao que as intervenções privadas representam na dinâmica de planejamento e apropriação dos espaços públicos nos quais ocorrem.

Quanto à segunda hipótese, verificou-se que a avaliação de desempenho não está relacionada à aceitação dos investimentos privados, nos espaços em que a pesquisa foi aplicada. Em contrapartida, observou-se que a percepção dos usuários pode ser influenciada, positiva ou negativamente, em relação a algumas das

variáveis de análise do desempenho do espaço, na medida em que elas são associadas a investidores privados.

Embora não tenha sido evidenciada conexão entre a percepção de agradabilidade dos espaços quanto à existência ou à inexistência de investimentos privados, a melhora da aparência (geralmente atrelada à percepção de lugares considerados como mais agradáveis), quando avaliada pelos respondentes, foi associada às Adoções de maneira mais clara. Ainda sobre a aparência, em complemento, verificou-se que a maioria dos respondentes prefere espaços públicos abertos, de lazer e turismo, os quais não apresentem elementos identificadores alusivos ao poder privado (tais como propagandas, formas, cores, etc), ainda que esses usuários aceitem os investimentos privados nesses espaços.

A acessibilidade e a segurança também foram citadas positivamente, como influenciadas por investimentos privados. Contudo, não foi possível constatar-se relação entre a avaliação dessas variáveis e a atuação setor privado no espaço público. Quanto ao conforto ambiental, embora tenha sido predominantemente apontado como uma variável a ser melhorada, essa percepção em nada evidenciou relação com a existência ou a ausência de investidores privados nos espaços públicos adotados.

De forma geral, constatou-se não ser expressivo o interesse dos usuários pelo modo como os serviços são providos nos espaços públicos abertos, de lazer e turismo, contanto que o resultado final seja satisfatório ao propósito desses espaços. Quanto à segunda hipótese, portanto, esses resultados corroboram, em certa instância, o que conclui Geddes (2005), em relação à avaliação dos consumidores do espaço, referentemente ao estabelecimento de parcerias entre os setores público e privado.

5.3 Discussão dos resultados

Especificamente quanto aos espaços estudados, confirmou-se haver relevância destes no âmbito de lazer e de turismo urbanos, tal como evidenciou a apropriação espacial e como apontaram as percepções dos usuários. Em complemento, os gestores públicos entrevistados confirmaram haver interesse, por parte do setor privado, em investir nos espaços urbanos cujo uso, a configuração física e o potencial de visibilidade sejam mais significativos. Ratifica-se, assim, o argumento de Serpa (2007), o qual indica que os investimentos privados urbanos

tendem a ocorrer em espaços intensamente utilizados, e que guardem em si aspectos relevantes também pela visibilidade, em relação à cidade onde estão localizados, em detrimento aos espaços menores, com menor intensidade de uso e mais distantes das zonas de maior circulação.

Os resultados obtidos também sugerem que espaços de lazer e turismo, que sirvam ao grande público e que estejam em ambientes significativos do meio urbano, ligam-se às vontades políticas, estando relacionados, assim, às marcas de gestão territoriais, a exemplo do que afirmam Souza (2008) e Serpa (2007). No cenário estudado, verificou-se que os reflexos do neoliberalismo da midiatização, iniciado no século XX (CHARAUDEAU, 2006), tendem a se expandir no contexto urbano, sob o aspecto da disseminação e do estabelecimento das parcerias entre os setores público e privado, no que tange ao provimento de lazer e turismo em espaços de uso irrestrito. Contudo, o avanço nas formas de aplicação desses consorciamentos urbanos não vem sendo minuciosamente amparado sob o aspecto legal (FERNANDES; ALFONSIN, 2006), tampouco proporciona o aprofundamento das discussões públicas e da participação da sociedade civil, seja esta simplesmente através da disseminação da informação, ou no nível de representatividade, na esfera política, ou, ainda, através de estudos que analisem a percepção dos usuários, visando-se obter um *feedback* após a concretização dos projetos público-privados. Ao contrário, a exemplo do que já ocorria no século passado (GEDDES, 2005; BRAMWELL; LANE, 2000), os consumidores dos espaços ainda tem pouca influência nas decisões.

A confirmação de baixo teor de informação e do pouco conhecimento dos usuários quanto ao tema estudado ratificou-se mediante os resultados obtidos a partir do trabalho de campo. A ciência precária sobre os investimentos privados nos espaços públicos, bem como acerca da dinâmica de planejamento e gestão espacial efetuada entre os setores público e privado, a incompreensão do próprio tema da “Adoção”, bem como manifestações públicas contrárias a algumas parcerias público-privado, por parte dos usuários, apontou para um possível distanciamento entre Estado e sociedade civil. Esse quadro vai de encontro ao que aconselha vasta literatura pertinente ao tema, como França (2010), Gastal e Moesch (2007), e, até mesmo, a própria legislação da cidade que amparou o estudo de caso (LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE, 1990).

Em complemento, ratifica-se a importância da disponibilização de informações, bem como do estímulo ao conhecimento do planejamento e da gestão empregados para os espaços apropriados pelos usuários. Evidência disso reside especialmente nos resultados quantitativos deste estudo, os quais revelaram que o nível de informação de usuários acerca do que seja uma Adoção exerce influência no sentimento de uso desses usuários, em relação aos espaços regidos mediante parcerias entre o Poder Público e o setor privado.

Ainda assim, de acordo com a percepção dos usuários, constatou-se que a dinâmica de investimentos do setor privado em parceria com o Poder Público é tida como necessária, tanto em um contexto amplo, como em um caso específico, então sob a forma de Adoção. Isso porque, mesmo abalizando pontos críticos nas parcerias público-privadas, relacionados ao tema da pesquisa, expressiva maioria dos respondentes indicou a importância dos investimentos privados para o provimento de espaços públicos abertos, que atendam ao lazer e ao turismo. É possível ponderar-se, a partir desses dados, que os usuários podem entender como relevantes tais parcerias, mas, paralelamente, podem sentir-se incomodados e/ou excluídos, sob o ponto de vista de como elas são estabelecidas. Nesse sentido, a ocorrência dos consorciamentos nos espaços públicos urbanos, sob o aspecto físico, pode ser interpretada como necessária para a qualificação do lazer e do turismo, mas também como imprópria, sob o ponto de vista simbólico, gerando-se, de certa forma, um quadro negativo para os usuários (BRAMWELL; LANE, 2000).

No que tange à relevância das Adoções no contexto urbano, em especial em uma cidade que tem significativo emprego dessa modalidade de parceria para planejamento e gestão de espaços públicos abertos, verificou-se que a concentração e a distribuição de elementos identificadores de investidores privados podem influenciar na ciência sobre essas parcerias, por parte dos usuários, corroborando o que indica Lynch (1960). Da mesma forma, a disponibilização de tais elementos no espaço pode exercer influência na imageabilidade que os usuários constroem acerca dos espaços mantidos por Adoções.

Quanto à relação das Adoções à avaliação do desempenho ambiental dos espaços investigados, constatou-se que investimentos ligados ao setor privado podem causar interferência na percepção dos usuários, para algumas variáveis, ao passo que, para outras, tal avaliação está ligada mais diretamente ao atendimento aos critérios de adequação de uso, como os estabelecidos pela área de estudos

Ambiente-Comportamento. Dessa forma, foi possível observar-se, a exemplo de estudos como os realizados por instituições como o *Project for Public Space* (PPS), que a interferência no espaço público, pelo setor privado, pode causar tanto o incômodo aos usuários, como pode colaborar para o bom desenvolvimento dos ambientes que recebem as intervenções privadas.

Variáveis como acessibilidade e conforto ambiental foram apontadas como relacionadas substancialmente aos critérios de adequação ao uso dos espaços, e não necessariamente ao estabelecimento de parcerias entre os setores público e privado. Ainda assim, especialmente a partir das entrevistas com os trabalhadores, foi possível verificar alusões à interferência do setor privado como importante para melhora dos espaços, em relação, por exemplo, à segurança (na Área 3), e como indesejável, sob o ponto de vista da acessibilidade simbólica (na Área 1). Neste caso, a percepção desses usuários centrou-se na rejeição ao que representava a existência de um investimento privado, quanto à possibilidade de uso e apropriação do espaço para prática de atividade comercial.

Em contrapartida, avaliações quanto à aparência emergiram mais diretamente relacionadas ao estabelecimento das Adoções. Isso porque a maioria dos respondentes indicou ter havido melhora da aparência nos espaços públicos adotados, percepção esta influenciada pelo estabelecimento dos investimentos do setor privado (exceção na Área 2). Ainda constatou-se que embora havendo predomínio de aceitação das intervenções privadas, a maioria dos respondentes prefere espaços públicos abertos, de lazer e turismo, sem elementos identificadores de investidores privados. A exceção foi verificada junto ao grupo de trabalhadores entrevistados, os quais entendem que a divulgação de marcas do setor privado é justa, bem como contribui positivamente para a aparência e para a capacidade de atratividade desses espaços.

Quanto à avaliação das Adoções, por parte dos setores público e privado, os resultados confirmam o que indica a literatura pertinente (e.g. PASTORI, 2007) em referência aos objetivos de se estabelecerem as parcerias público-privado no contexto urbano. Verificou-se que, na visão do setor empresarial, este tem em vista o estabelecimento de uma imagem de “bom cidadão comunitário” (idem), além do incremento na rentabilidade de seu(s) produto(s), levando-se em conta que este setor opta por investir em lugares de alta visibilidade e uso intenso, portanto de público significativo já estabelecido, e em potencial. Já o Poder Público, tende a

concretizar as Adoções sob a égide do discurso da crise, de maneira que as parcerias sejam apontadas como práticas seguras (MARICATO; FERREIRA, 2002). Apoiando o que afirma Pastori (2007), essa esfera administrativa indica de forma recorrente as restrições orçamentárias e a burocracia como responsáveis, em grande parte dos casos, pela ineficiência da prestação dos serviços públicos, em oposição à agilidade dos privados.

Nesse quadro, na visão unânime dos gestores públicos entrevistados, as Adoções – assim como outras modalidades de consorciamentos urbanos – são sustentadas como fundamentais para o planejamento e a gestão atuais das cidades. Em consonância a essa visão, a maioria dos respondentes também indicou serem importantes os investimentos privados para o provimento de lazer e turismo urbanos, em espaços públicos abertos, ainda que não lhes sejam oportunizadas formas mais expressivas de participação nessa metodologia de planejamento e gestão do espaço urbano.

Ainda foi possível observar-se que os gestores públicos, também de forma unânime, acreditam estar havendo um encolhimento do papel do Estado para o provimento de serviços públicos, não apenas no que se refere aos espaços de uso irrestrito, ou ao lazer e ao turismo em específico. Os discursos sinalizaram a possibilidade de o Estado transferir gradualmente as funções executivas ao setor privado. Essa percepção dos gestores corrobora o que indicam alguns autores, os quais investigam as tendências de relacionamento entre os setores público e privado, como Bento (2003) e França (2010). Assim, o Estado estaria sobrepujando seu status de provedor universal e de executor direto, passando a adotar um modelo de “administração pública gerencial” (BENTO, 2003; SELBY, 2004).

Faz-se importante destacar, porém, que o efetivo estabelecimento de um “Estado Regulador Democrático de Direito” (FRANÇA, 2010, p. 209) pressupõe tanto a função reguladora do Estado, como a participação efetiva do cidadão na escolha das políticas de governo, pautando-se, nesse caso, muito mais pelo princípio da subsidiariedade do que pelo neoliberalismo (SOUTO, 2006). Contudo, esse contexto é passível de ponderação crítica, quando aplicado ao estudo de caso desta pesquisa. Isso porque a participação dos usuários pressupõe determinadas iniciativas do Poder Público – nem sempre averiguadas no estabelecimento das Adoções analisadas neste trabalho –, tais como a disponibilização da informação sobre a coisa pública (FRANÇA, 2010), a oportunidade da participação ativa

(GASTAL; MOESCH, 2007), no âmbito da representatividade e/ou da política – como ocorre na gestão do Central Park, por exemplo, e conforme prevê Bento (2003), respectivamente –, chegando até à participação através da aplicação de estudos que considerem a percepção dos usuários em relação ao espaço utilizado, conforme indicam ser necessário Lynch (1960; 1962), Carr et al. (2007), Ribeiro (2006) e Silveira (2005).

Nessa conjuntura, o que se pôde averiguar no estudo de caso foi a precariedade de disponibilização da informação à sociedade civil, e que as raras pesquisas de opinião abertas apresentam falhas quanto aos resultados, de forma que o direcionamento dos recursos empregados por ocasião das parcerias pode ser questionado, quanto ao atendimento aos reais anseios dos usuários. Em complemento, averiguou-se não haver estudos que tratem da percepção dos usuários, mesmo após a implementação das Adoções, mais precisamente vislumbrando-se obter um *feedback* sobre os projetos e as subsequentes transformações espaciais que estes acarretaram, de forma que o planejamento possa ser readequado às necessidades de uso (LYNCH, 1962).

No tocante à comparação entre os serviços públicos e privados, visando-se então atender o objetivo geral desta pesquisa, qual seja, a percepção dos usuários quanto ao papel contemporâneo do Estado, verificou-se que os serviços públicos são avaliados como piores, quando comparados aos mesmos serviços do setor privado, para a maior parte dos respondentes. Contudo, a avaliação dos usuários em relação aos espaços adotados foi predominantemente positiva, e tal julgamento foi emitido, na maioria dos casos, mediante o entendimento dos usuários de que estavam utilizando uma área pública sem investimentos privados – em especial na Área 2. Ou seja, a percepção quanto à qualidade das Áreas, entendidas como geridas totalmente pela esfera pública, não foi negativa, mas o contexto geral de prestação do serviço público o foi.

Ao contrário do que evidenciaram os discursos dos gestores públicos, a percepção dos usuários ainda aponta o Estado como sendo aquele sobre o qual incide a responsabilidade pelo amparo às áreas públicas abertas de lazer e turismo, mesmo que a esfera pública tenha sido avaliada como pior, comparada à privada, quanto à prestação de serviços. Da mesma forma, os usuários entendem o Estado como sendo a esfera que de fato deveria ter tal responsabilidade. Ainda assim, é importante destacar a expressiva parte de respondentes que já sinaliza o setor

privado como aquele que de fato investe em espaços públicos, e como aquele que deveria ter a responsabilidade de tais investimentos urbanos. Tal percepção pode sugerir haver uma compreensão, por parte dos usuários, da situação transitória do papel do Estado, indicada pela literatura (e.g. BENTO, 2003; BRAMWELL; BULT-SPIERING; DEWULF, 2007; LANE, 2000; GEDDES, 2005; SELBY, 2004; URIO, 2010; WISNIK, 2009) e evidenciada pela avaliação dos gestores públicos entrevistados nesta pesquisa.

5.4 Limitações da pesquisa

Em especial por se tratar de investigação da política urbana, tema para o qual nem sempre os dados são claros, coesos ou estão à disposição de pesquisadores, a limitação desta pesquisa transitou no campo da associação entre administração pública e ação privada sobre bens públicos. Assim, informações que poderiam contribuir para um aprofundamento, ou para uma complementação ao tema e aos objetivos do trabalho, não compareceram, não pelo descuido metodológico, mas pela omissão de informações por parte de algumas fontes consultadas.

Por abarcar um tema que vem sendo discutido com mais ênfase apenas recentemente na realidade brasileira e latino-americana, durante o desenvolvimento da pesquisa não se verificou uma literatura especializada disponível – excetuando-se aquela relativa ao trato legislativo –, a qual abordasse Adoções de espaços públicos, no que se refere à percepção de usuários e ao impacto de tais parcerias na dinâmica do planejamento urbano. No âmbito da literatura internacional, o que se constatou foi a existência de estudos, legislação e relatos, os quais tratam de parcerias público-privadas em um sentido mais amplo, comumente referenciadas a projetos de grande porte, os quais corresponderiam, no contexto brasileiro, às Concessões, Permissões e às Parcerias Público-Privadas, por exemplo. Nesse sentido, tanto em nível internacional como latino-americano e brasileiro, a forma de disponibilização da literatura pertinente ao tema desta pesquisa também foi outro fator que exerceu certa influência neste trabalho. Em igual patamar, a existência de poucos estudos que relacionem as Adoções ao planejamento urbano, em paralelo aos sistemas de Lazer e de Turismo, também acarretou na insuficiência de amparo para se estabelecerem, por exemplo, exposições comparativas ao tema desta pesquisa, as quais poderiam enriquecer as discussões propostas.

Quanto ao trabalho de campo, em particular aquele aplicado junto aos usuários, foi possível averiguar-se que o baixo grau de informação e de conhecimento destes acerca do tema acarretou dificuldade de ponderação crítica quanto às questões propostas. Assim, em algumas ocasiões, foi necessário empregar um maior período de tempo para auxiliar os usuários nas reflexões e no entendimento do tema proposto, para que então eles pudessem responder ao que era solicitado.

Ainda no que tange ao trabalho de campo, foi possível averiguar-se, independentemente da ferramenta metodológica aplicada, que os usuários dos espaços ou não tem interesse em participar de pesquisas como esta, ou se sentem pouco à vontade para tanto. Em complemento, o quadro revelou-se mais complexo quando se fez necessária a participação de trabalhadores, os quais estivessem subordinados a contratantes – tanto na esfera pública como na privada. Nesse caso, muitos foram os trabalhadores, em especial de estabelecimentos comerciais fixos, que se recusaram a participar da pesquisa, alegando não terem liberação formal para tanto, por parte de instância superior.

Quanto aos resultados obtidos, também foram encontradas limitações que os influenciaram. A indisponibilidade de dados precisos acerca das Adoções estudadas, por parte do setor público, mas principalmente pelo setor privado, impossibilitou uma equiparação melhor estruturada entre as Áreas e os projetos desenvolvidos nelas. Da mesma forma, a dificuldade em se estabelecer contato com os investidores privados, visando-se esclarecerem alguns aspectos das Adoções, comprometeu uma exposição mais bem estruturada de parte dos resultados.

5.5 Relevância dos resultados e sugestões

Esta pesquisa vai ao encontro de diversos estudos que versam sobre parcerias entre os setores público e privado. Como fator relevante, adiciona ao debate a avaliação sobre uma modalidade específica de consorciamento urbano, qual seja, a Adoção, tratada à luz da área Ambiente-Comportamento. Em complemento, o trabalho agrega tratamento teórico a um segmento turístico que ainda necessita ter estudos aprofundados (SELBY, 2004), tal como o é o Turismo Urbano.

O conjunto de resultados ratifica o que autores como Bennet (1993), Pereira (2011) e Serpa (2007) afirmam, quanto à acuidade de se estabelecer, em

paralelo ao processo de parcerias público-privado, um cenário em que o debate aberto seja facilitado e de simples compreensão a um número maior de cidadãos. A imprecisão de entendimento quanto às implicações das Adoções, por parte dos usuários, somada ao insuficiente domínio do Poder Público acerca da gestão dessas parcerias – quanto à aplicação de recursos, ao cuidado para não se estabelecer a particularização da coisa pública e à aplicação de um cronograma meticuloso para desenvolvimento dos projetos, por exemplo –, sugerem ser necessária a revisão da metodologia de contratação do setor privado, as quais compreendam avaliações de desempenho dos projetos, como sugere Grilo (2008).

Ademais, o emprego de avaliações se faz necessário como forma de se estreitar o diálogo entre as esferas da sociedade civil e do Estado. Ele se justifica, ainda, porque em última instância a contratação dos serviços privados, por parte do Poder Público, visa o atendimento das necessidades dos usuários (LYNCH, 1962).

Em específico no que tange aos aspectos de lazer e turismo, o emprego de ferramentas que possibilitem a avaliação das parcerias, bem como a medição da satisfação dos usuários, aproxima-se do que Gastal e Moesch (2007) sugerem. Ou seja, congregando-se as esferas do setor privado e do público à da sociedade civil, se estaria colaborando para o efetivo estabelecimento de um desenvolvimento de base local.

Notadamente no que se refere ao Turismo, campo sobre o qual muitos acreditam ter certa propriedade, em especial por este configurar-se como área relativamente nova de estudos, ainda em construção, é comum observar-se certa resistência quanto à necessidade de incluí-lo junto aos demais campos de estudo aqui tratados – planejamento urbano e percepção. Nesse sentido, a pesquisa desenvolvida colabora para a relação desta disciplina aos estudos de planejamento urbano, evidenciando estarem os dois campos relacionados, não devendo ser desenvolvidos, portanto, em paralelo, a exemplo do que sugerem Hall e Page (2006). Sobretudo, em uma conjuntura de pesquisa – em especial brasileira – na qual são proeminentes os estudos que aplicam somente métodos qualitativos ao campo do turismo, a metodologia empregada ratifica a importância de se pesquisar o setor também em âmbito quantitativo.

Argumenta-se, ainda, sobre a necessidade de a esfera privada possibilitar o acesso a informações dos projetos desenvolvidos em parceria com o Poder Público. Substancialmente, porque o tema aqui tratado versa sobre bens públicos,

devendo ser, portanto, de acesso irrestrito, não apenas a pesquisadores, mas a qualquer cidadão que deseje compreender de maneira mais efetiva os projetos ligados ao planejamento e à gestão de seu espaço urbano.

Dado o conjunto de resultados, os quais por vezes contrapuseram-se, sugere-se reaplicar estudos complementares a esta pesquisa, então a um maior número de entrevistados e respondentes. Ainda recomenda-se averiguar, de forma mais aprofundada, principalmente com entrevistas, se de fato há um entendimento, por parte dos usuários, sobre a transição do papel do Estado, de provedor universal a órgão gerenciador. Essa investigação tenderia a ser mais bem sucedida, caso fosse estabelecida em períodos de tempo sucessivos e pré-determinados, ou seja, se instituída de maneira sistemática, levando-se em conta que o estudo versa sobre campos de conhecimento dinâmicos, em constante alteração, quais sejam, práticas de planejamento urbano, turismo, política e percepção de usuários. Na medida em que as práticas de planejamento e gestão passam por modificações, os espaços, em consequência, também sofrem alterações, as quais, por conseguinte, impactam na percepção dos usuários. Nesse sentido, com o passar dos anos e da continuidade dos estudos, seria possível ter-se um quadro evolutivo da percepção dos usuários em relação ao papel do Estado, bem como do posicionamento deste quanto à gestão dos espaços urbanos, em especial no que se refere àquela estabelecida mediante parcerias com o poder privado.

Indica-se a aplicação de estudos que mantenham o tema deste trabalho, porém que adotem um teor comparativo, utilizando-se também outras cidades para o emprego da pesquisa, especialmente levando-se em conta que o objeto suscitado apresenta trato relativamente novo no contexto brasileiro. Contudo, ressalta-se que a generalização para outros lugares deva ser cautelosa, na medida em que se faz necessário considerar as especificidades econômicas e socioculturais dos usuários, bem como as características físico-espaciais e as políticas de gestão dos lugares estudados.

Por fim, recomenda-se desenvolver pesquisa similar a esta não apenas na realidade brasileira, como também em países de sistema capitalista da América Latina. Esse estudo tenderia a evidenciar se as Adoções são modelos de consorciamento urbano particulares ao Brasil, ou se também se aplicam em países vizinhos, cujas economias e os regimes políticos sejam similares aos brasileiros. Em adição, a pesquisa em âmbito latino-americano é aconselhável, posto haver

diferenças substanciais entre aspectos socioculturais e os sistemas políticos e econômicos latinos, em comparação aos americanos e europeus, por exemplo, onde as parcerias entre o Poder Público e o setor privado são empregadas há mais tempo no planejamento e na gestão do meio urbano. Nesse sentido, a percepção dos usuários brasileiros e latino-americanos poderia evidenciar resultados diversos, em comparação àqueles já averiguados na literatura referente aos países onde há tradição de emprego das parcerias público-privado, no tocante aos espaços abertos, de uso irrestrito, e que sirvam ao lazer e ao turismo de forma concomitante.

REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Sérgio Luís. **Espaço público**: do urbano ao político. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.

ALEXANDER, Christopher. **Uma cidade não é uma árvore**. 2007. Disponível em: <http://www.vivercidades.org.br/publique_222/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=1123&21>. Acesso em: 20 de maio de 2011.

AMADEO, Douglas; GOLLEDGE, Reginald G.; STIMSON, Robert J. Person. **Environment Behavior Research**: investigating activities and experiences in spaces and environments. New York: Guilford Press, 2008.

ANDERECK, Kathleen L.; VALENTINE, Karin M.; KNOPF, Richard C.; VOGT, Christine A. Residents' perceptions of community tourism impacts. **Annals of Tourism Research**. Elsevier Science Ltd. Great Britain, v. 32, n. 3, p. 1056-1076.

ANDRADE, José Vicente. **Gestão em lazer e turismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

ARAUJO, Frederico Guilherme Bandeira de. Identidades Territoriais: entre a multiterritorialidade e a reclusão territorial (ou: do hibridismo cultural à essencialização das identidades). Rio de Janeiro: Access, 2007. In: HAESBAERT, Rogério. **Identidades e territórios**: questões e olhares contemporâneos.

AUGÉ, Marc. **Los “no lugares”, espacios del anonimato**: una antropología de la sobremodernidad. Barcelona: Gedisa Editorial, 2000.

BADARÓ, Rui Aurélio de Lacerda. **Direito do turismo**: história e legislação no Brasil e no exterior. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

BARRETTO FILHO, Abdon; CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (Org.). **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.

BARROS, José Augusto. **Malhe de graça e ao ar livre**. Diário Gaúcho, Porto Alegre, 15 de junho de 2011. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/diario-gaucho/19,0,3352470,Malhe-de-graca-e-ao-ar-livre.html>>. Acesso em: 01 de novembro de 2011.

BENNET, Robert J. O Desenvolvimento Econômico Local: teoria e prática no caso da Grã-Bretanha. In: LODOVICI, E. Samek; G. M. Bernareggi (Org.); FINGERMANN, Henrique (Org. Ed. Brasileira). **Parceria Público-Privado**: cooperação financeira e organizacional entre o setor privado e a administrações públicas locais. São Paulo: Summus, 1993.

BASSO, Jussara Maria. **Investigação de fatores que afetam o desempenho e a apropriação de espaços abertos públicos**: o caso de Campo Grande – MS. Porto Alegre, UFRGS, 2001. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) - Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2001.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BELLO, Helton Estivolet. **O ecletismo e a imagem da cidade**: caso de Porto Alegre. 1997. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1997.

BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BENTO, Leonardo Valles. **Governança e governabilidade na reforma do Estado**: entre eficiência e democratização. Barueri, SP: Manole, 2003.

BNDES. Uma visão da aplicação da parceria público-privada no mundo em 2006. **Revista do BNDES**. Rio de Janeiro, x. 14, N. 27, P. 323-330, jun. 2007.

BRAMWELL, Bill; LANE, Bernard. **Tourism collaboration and partnerships**: politics, practice and sustainability. Aspects of tourism. N°2. Great Britain: Biddles Ltd, 2000.

BRASIL. **Constituição** : República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. **Lei 11.079 de 30 de dezembro de 2004**. Câmara Presidência da República, Casa Civil, Brasília, DF, 30 dez. 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l11079.htm>. Acesso em: 02 de novembro de 2011.

BRASIL. Lei 5788/90. **Estatuto da Cidade**. Presidente da República em 10 de julho de 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de **Turismo. Programa de Qualificação à Distância para o Desenvolvimento do Turismo**: formação de gestores das políticas públicas do turismo. Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2009.

BUARQUE, Sergio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

BULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. SP: EDUSC, 2002.

BULT-SPIERING, Mirjam; DEWULF, Geert. **Strategic Issues in Public-Private Partnerships**: an international perspective. S/l: JOHN WILEY PROFESSIO, 2007.

BUSSARELLO, Raulino. **Dicionário básico latino-português**. 4. ed. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 1998. p. 13.

CAMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO. **Plano Diretor do Município do Rio de Janeiro (2011)**. Disponível em: <http://www.camara.rj.gov.br>. Acesso em: julho de 2012.

CÁRDENAS, Eliana. **Problemas de la Teoría de la Arquitectura**. México: Universidad de Guanajuato. Facultad de Arquitectura, 1998.

- CARLOS, Ana Fani Alessandri. Da “organização” à “produção” do espaço no movimento do pensamento geográfico. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **A Produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo, Contexto, 2011.
- CARR, Stephen; FRANCIS, Mark; RIVLIN, Leanne; STONE, Andrew. Needs in Public Sapce. In: CARMONA, Matthew; TIESDELL, Steve (Org.). **Urban Design Reader**. Oxford, UK, 2007.
- CASTRO, José Augusto Dias de. TIMM, Luciano Benetti. **Estudos sobre parcerias público-privadas**. São Paulo: IOB Thomson, 2006.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana. (Org.). **Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CINTRA, Antônio Octávio. Notas sobre os condicionantes políticos do planejamento urbano. In: **Cadernos DCP (2)**, Belo Horizonte, UFMG, 1974, p. 115-138.
- CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço Urbano**. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1999.
- CULLEN, Gordon. **Paisagem urbana**. Lisboa: Edições 70, 1996.
- DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 1988.
- DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Parcerias na administração pública: concessão, permissão, franquia, terceirização e outras formas**. 3a. ed. Atlas: São Paulo, 1999. p. 24-26.
- DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. 1a. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- DOREN, Van; CARLTON, S.; PRIDDLE, George; LEWIS, John E. **Suelo e Ocio: conceptos y metodos en el ambito de la recreación al aire libre**. Madrid: Coléccion Nuevo Urbanismo, 1983.
- DORNELLES, Beatriz. **Porto Alegre em Destaque: história e cultura**. Porto Alegre: EDIPUCRS - PUC RS, 2004.
- DREDGE, Dianne; JENKINS, John. **Stories of practice: tourism policy and planning; new directions in tourism analysis**. Great Britain: MPG Books Group, 2011.
- FERNANDES, Edésio; ALFONSIN, Betânia (Orgs.). **Direito urbanístico: estudos brasileiros e internacionais**. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999. p. 55.
- FERREIRA DOS SANTOS, Carlos Nelson; VOGEL, Arno (Coord.). **Quando a Rua Vira Casa: a apropriação de espaços de uso coletivo em um centro de bairro**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: 1981.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1987.

FRANÇA, Phillip Gil. **O controle da Administração Pública: tutela jurisdicional, regulação econômica e desenvolvimento**. 2ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

FRANCIS, Mark. **Urban Open Space: designing for user needs**. Washington, DC: The Conservation Foundation. 2003.

FRANCO, Sérgio da Costa. **Porto Alegre: guia histórico**. 2.ed. Porto Alegre: UFRGS, 1992. p.163-167.

FREDLINE, Elizabeth; FAULKNER, Bill. Host community reactions: a cluster analysis. **Annals of Tourism Research**. Elsevier Science Ltd. Great Britain, v. 27, n. 3, p. 763-784.

GASTAL, Susana; CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (Org.). **Turismo na Pós-Modernidade: (des)inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GASTAL, Susana; MOESCH, Marutschka. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GEDDES, Michael. **Making Public Private Partnerships Work: building relationships and understanding cultures**. Grã-Bretanha: Ashgate USA, 2005.

GOLLEDGE, Reginald G.; STIMSON, Robert J. **Spatial Behaviour: a geographic perspective**. New York: The Guilford Press, 1997.

GOMES, Christianne; PINHEIRO; Marcos; LACERDA, Leonardo. **Lazer, turismo e inclusão social: intervenção com idosos**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

GOMES, Cristina M.; REJOWSKI, Mirian. **Lazer enquanto objeto de estudos científicos: teses defendidas no Brasil**. Licere. Belo Horizonte, v. 8, n. 2, p. 9-28, 2005.

GRILO, Leonardo Melhorato. **Modelo de análise da qualidade do investimento em projetos de Parceria Público-Privada (PPP)**. Tese (Doutorado em Engenharia) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

GRIMSEY, Darrin; LEWIS, Mervyn K. **Public Private Partnerships: the worldwide revolution in infrastructure provision and project finance**. Grã-Bretanha: Biddles Ltd., 2007.

GUNN, Clare A; VAR, Turgut. **Tourism Planning: basics, concepts, cases**. New York: Taylor Print on Dema, 2002.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice Editora, 1990. p.25-52.

HALL, C. Michael; PAGE, Stephen J. **The geography of tourism and recreation: environment, place and space**. 3a ed. London and New York: Routledge, 2006.

HALL, Peter. *Cidades do Amanhã: uma história intelectual do planejamento e do projeto urbano no século XX*. São Paulo: Perspectiva, 1995.

HATHAWAY, Dennis. **Public/Private Partnerships**: will commercialization save our city parks? Los Angeles, 05 de maio de 2011. Disponível em: <<http://banbillboardblight.org/?p=6536>>. Acesso em: 1º de novembro de 2011.

HILLIER, Bill. Against enclosure. In: TEYMOUR, N.; MARCUS, T.; WOOLLEY, T. (Teds). **Rehumanizing house**. London: Butterworths, 1988. p. 63-88.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010**: resultados gerais da amostra. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

JACOBS, Jane. **Morte e Vida de Grandes Cidades**. São Paulo: Martin Fontes, 2000.

KAPLAN, Rachel; KAPLAN, Stephen. **Cognition and Environment**: functioning in an uncertain world. Estados Unidos: Ulrich's Bookstore. 1983.

KAPLAN, Rachel; KAPLAN, Stephen. **The Experience of Nature**: a psychological perspective. New York: Cambridge University Press, 1989.

KAPLAN, Rachel; KAPLAN, Stephen; RYAN, Robert L. **With people in mind**: design and management of everyday nature. Washington: Island Press, 1998.

KENNY, Harris. **Debating Public-Private Partnerships in Parks**. Reason Foundation. Los Angeles, 08 de julho de 2008. Disponível em: <<http://reason.org/blog/show/debating-ppps-park>>. Acesso em: 1º de novembro de 2011.

KENT, Ethan. **When bad things happened to good parks**. Project for Public Spaces. Nova Iorque, 1º de setembro de 2004. Disponível em: <http://placemaking.pps.org/info/newsletter/september2004/september2004_bryant>. Acesso em: 1º de novembro de 2011.

KOTLER, Philip; HAIDER, Donald Haider.; REIN, Irving. **Marketing Places**: attracting investment, industry, and tourists to cities, states and nations. New York: Free Press, 1993.

LANG, Jon. **Urban design**: the american experience. New York: Van Nostrand Reinhold Company Inc., 1994.

LANG, Jonny; BURNETTE, C.; MOLESKI, W.; VACHON, D. **Designing for Human Behaviour**: architecture and the behavioural sciences. Stroudsburg: Dowden, Hutchinson & Ross, 1987.

LAY, Maria Cristina. **Responsive site design, use environmental perception and behavior**. Tese de Doutorado. Oxford Brookes University, 1992.

LAY, Maria Cristina; REIS, Antônio Tarcísio. **Análise quantitativa na área de estudos ambiente-comportamento**. Revista Ambiente Construído, Porto Alegre, v.5, n.2, p.21-36, 2005.

LE CORBUSIER. **Carta de Atenas**. São Paulo: EDUSP, 1993.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. Cadernos DAFA. N°2. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul: abril de 1976.

LEI ORGÂNICA do Município de Porto Alegre. Porto Alegre, 03 de abril de 1990.

LYNCH, Kevin. **Site planning**. Cambridge, Massachusetts: The Massachusetts Institute of Technology Press, 1962.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. Lisboa: Edições 70, 1960.

LOUREIRO DA SILVA, José; PEREIRA PAIVA, Edvaldo. **Um plano de urbanização**. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1943. p. 21-31.

MARCELLINO, Nélon Carvalho. **Lazer e humanização**. Campinas: Papirus, 1983.

MARCUS, Clare Cooper; FRANCIS, Carolyn. **People Places: design guidelines for urban open space**. 2ed. New York: John Wiley, 1998.

MARICATO, Erminia; FERREIRA, João Sette Whitaker. Operação urbana consorciada: diversificação urbanística participativa ou aprofundamento de desigualdade? In: OSÓRIO, Leticia Marques (Org.); FABRIS, Sergio Antonio. **Estatuto da Cidade e Reforma Urbana: novas perspectivas para as cidades brasileiras**. Porto Alegre/São Paulo: 2002.

MARTÍNEZ, Manuel de Torres. **Sistema de Política Turística**. Madrid: Aguilar, 1955.

MASINA, Renato. **Introdução ao estudo do turismo: conceitos básicos**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

MATOS, Fátima Loureiro de. **Espaços públicos e qualidade de vida nas cidades: o caso da Cidade Porto**. Observatorium: Revista Eletrônica de Geografia, v.2, n.4, p.17-33, jul. 2010.

MEDINA, Paulo. O Princípio da Subsidiariedade. In: MARTINS, Ives Gandra da Silva. **As vertentes do Direito Constitucional contemporâneo**. Rio de Janeiro: América Jurídica, 2002. p. 243-252.

MENICUCCI, Telma. **Políticas públicas de lazer: um ponto de vista desde o Brasil**. In: VENTOSA, Víctor Pérez (Coord.). **Perspectivas actuales de la animación sociocultural**. Madrid: Editorial CCS, 2006. p. 73-87.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO. **Projetos de PPP**. Brasília: 2010. Disponível em: <<http://www.planejamento.gov.br/hotsites/ppp/conteudo/projetos/projetos.html/>>. Acesso em 05 de novembro de 2011.

MOORE, Gary T.; MARANS, Robert W. **Advance in Environment Behavior and Design**. V. IV, Toward the Integration of Theory, Methods, Research, and Utilization. New York: Plenum Press, 1997. p. 65-87.

MOREIRA MACIEL, João. **Relatório do projecto de melhoramentos e orçamentos apresentado ao Intendente Dr. José Montaury de Aguiar Leitão.** Porto Alegre: Oficinas Graphicas d'A Federação, 1927.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **O mercado da cultura em tempos (pós)modernos.** Santa Maria: Editora da UFSM, 2000.

OLIVEIRA, Clovis Silveira de. **Porto Alegre: a cidade e sua formação.** 2.ed. Porto Alegre: Editora Gráfica Metrópole, 1993. p.188-196.

OLIVEIRA, Rosane de. Vandalismo explícito. **Jornal Zero Hora.** 06 de outubro de 2012. p. 10.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introducción al turismo.** Madrid: OMT, 1998.

PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. **Turismo de experiência.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

PANOSSO NETTO, Alexandre; TOMILLO NOGUEIRO, Félix. **Origens do conhecimento turístico: fontes e desenvolvimento do século XIX à Segunda Guerra Mundial.** Valladolid, España: Universidad Europea Miguel de Cervantes, 2011.

PAGE, Stephen. **Urban Tourism.** London: Routledge, 1995.

PASTORI, Antonio. As PPPs como ferramentas para viabilizar projetos de infraestrutura de transporte ferroviário sobre trilhos. **Revista do BNDES.** Rio de Janeiro, v. 14, n. 28, p. 93-120, dez. 2007.

PENTEADO FILHO, Paulo. **Políticas públicas: conceitos básicos.** Universidade Federal da Bahia: 2008. Disponível em: <<http://www2.ufba.br/~paulopen/politicasPublicasConceitosBasicos.doc>>. Acesso em: 7 dez. 2012.

PEREIRA, Bruno. **PPP, essa outra desconhecida.** Disponível em: <<http://pppbrasil.com.br/portal/content/artigo-ppp-essa-outra-desconhecida>>. Acesso em 01 de novembro de 2011.

PEREIRA, Jose Matias. **Administração pública.** São Paulo: Elsevier, 1998.

PESVENTO, Sandra Jatahy. **Memória de Porto Alegre: espaços e vivências.** Porto Alegre: Editora da UFRGS; Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 1991.

PINTO, Gustavo. **Da produção de não-lugares ao desenvolvimento transdisciplinar do planejamento turístico**: estudo de caso Tiradentes (MG). Belo Horizonte: WordPress, 2008. Disponível em:

<<http://bhturismo.wordpress.com/2008/10/13/da-producao-de-nao-lugares-ao-desenvolvimento-transdisciplinar-do-planejamento-turistico-estudo-do-caso-tiradentes-mg/>>. Acesso em 02 de outubro de 2010.

PIRES, Maria Coeli Simões. Descentralização e subsidiariedade. **Revista do Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais**. Ano XVIII, n. 3, jul-set 2000. p. 35-72.

PORTO ALEGRE. Prefeitura Municipal. Gabinete do Prefeito. **Anuário Estatístico - 2010**. Porto Alegre : Prefeitura Municipal de Porto Alegre/ Gabinete de Programação Orçamentária/ Gerência de Estatística, 2011.

PORTO ALEGRE. Secretaria Municipal de Turismo. **Perfil do Turista Nacional na Cidade de Porto Alegre**: relatório de pesquisa. Porto Alegre: Prefeitura Municipal, 2007.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. Porto Alegre Turismo. **Perfil do turista nacional na cidade de Porto Alegre**: relatório de pesquisa 2010. Porto Alegre: Prefeitura Municipal, 2010.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (2011)**. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/desenvolvimento_urbano/legislacao/plano_diretor>. Acesso em: julho de 2012.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. Gabinete de Programação Orçamentária. **Plano Plurianual 2010-2013**. Porto Alegre: Prefeitura Municipal, 2009.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. **Lei nº10.266 de 10 de outubro de 2007**. Porto Alegre, 10 out. 2007. Secretaria Municipal de Gestão e Acompanhamento Estratégico. Disponível em: <<http://www2.portoalegre.rs.gov.br/cgi-bin/nph-brs?s1=000029320.DOCN.&l=20&u=/netahtml/sirel/simples.html&p=1&r=1&f=G&d=atos&SECT1=TEXT>>. Acesso em: 13 de março de 2012.

RIBEIRO, Renata M.; SILVEIRA, Marco Aurélio T. **Planejamento urbano, lazer e turismo**: os parques públicos em Curitiba - PR. Turismo – visão e ação, Camboriú, v. 8, n. 2, p. 309-321, maio/ago. 2006.

ROLLSTING, Carlos; MELO, Itamar. Mascote da discórdia: por que a fúria contra o tatu. **Jornal Zero Hora**. 06 de outubro de 2012. p. 4-5.

RUHANEN-HUNTER, Lisa. **Sustainable tourism planning**: an analysis of Queensland local tourism destinations. Tese (Doutorado em Filosofia) - UQ School of Tourism. The University of Queensland, s/l, 2006.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica**: guia para eficiência nos estudos. 2ed. São Paulo: Atlas, 1988.

RUSCHMANN, Doris van de Meene; WIDMER, Gloria Maria. **Planejamento turístico**. In: Turismo: como aprender, como ensinar. 3ª Ed. V. 2. São Paulo: Senac, 2000. p. 65-86.

RUSCHMANN, Doris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo. **Planejamento turístico**. Barueri, SP: Manole, 2006.

SANTOS, Carlos Nelson F. dos. **A cidade como um jogo de cartas**. Niterói: Universidade Federal Fluminense: EDUFF; São Paulo: Projeto Editores, 1988.

SANTOS, Clézio. **Imagem turística**: uma introdução ao entendimento espacial do turismo. Revista UNIBERO de Turismo e Hotelaria. São Paulo, Maio de 2004. Disponível em: <http://www.unibero.edu.br/nucleosuni_reviturismo_sumario.asp>. Acesso em: 04 de maio de 2011.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. 7ª Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

SELBY, Martin. **Understanding Urban Tourism**: image, culture & experience. New York: I. B. Tauris & Co. Ltd., 2004.

SERPA, Angelo. **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Contexto, 2007.

SHAFTOE, Henry. **Convivial urban space**: creating effective public spaces. Londres: Earthscan, 2008.

SIEGEL, Sidney. **Estatística não paramétrica para as ciências do comportamento**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1975.

SILVA, Fernanda Costa da. Sensibilização turística: aporte à valorização da cultura local e à promoção turística. In: VII SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL - TURISMO E PAISAGEM: RELAÇÕES COMPLEXAS, 2012, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: 2012 [recurso eletrônico]/ Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo. 1 CD-ROM.

SILVA, José Afonso da. **Direito ambiental constitucional**. 9ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2010.

SILVEIRA, Marcos Aurélio Tarlombani da. Percepção geográfica, turismo e valorização do espaço. In: SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GEOGRAFIA, PERCEPÇÃO E COGNIÇÃO DO MEIO AMBIENTE, 2005, Londrina. **Anais...** Londrina: 2005. Disponível em: <<http://geografiahumanista.wordpress.com/eventos/simposio-nacional-sobre-geografia-percepcao-e-cognicao-do-meio-ambiente/>>. Acesso em: 15 de junho de 2011.

SMTUR; SMF; SINDPOA; PORTO ALEGRE C&VB; INFRAERO; VEPP. **BEMTUR** - Boletim Estatístico Municipal do Turismo em Porto Alegre. Porto Alegre: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 2011.

SOUTO, Rita de Cássia Costa. **Parcerias Público-Privadas**: reflexões sobre o instituto no Direito brasileiro. Dissertação (Mestrado em Direito Público) – Faculdade Mineira de Direito, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

SOUZA, M. J. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. et al. (Org.). **Geografia**: conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand, 1995.

SOUZA, Felipe Silveira de. **O espaço público contemporâneo**: a complexidade vista a partir dos parques urbanos de Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

SOUZA, Felipe Silveira de. A adoção de parques urbanos na cidade de Porto Alegre: publicidade e reprodução do capital da iniciativa privada através de espaços públicos. In: XVI ENCONTRO NACIONAL DOS GEÓGRAFOS. **Anais...** Porto Alegre: 2010. 1 CD-ROM.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Mudar a Cidade**: uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanos. 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

SPIROU, Costas. **Urban tourism and urban change**: cities in a global economy. New York: Taylor & Francis, 2011.

TALAMINI, Eduardo; JUSTEN, Monica Spezia. **Parcerias público-privadas**: um enfoque multidisciplinar. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005.

UNWTO. **International tourism hits one billion**. Madrid: UNWTO, 2012. Disponível em: <<http://media.unwto.org/en/press-release/2012-12-12/international-tourism-hits-one-billion>>. Acesso em: 18 de dezembro de 2012.

URIO, Paolo. **Public Private Partnerships**: success and failure factors for in-transition countries. USA: Rowman & Littlefield, 2010.

VAINER, CARLOS. **Pátria, empresa e mercadoria**: notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1977.

WETTENHALL, Roger. **The public-private interference**: surveying the history. In: HODGE, Graeme A; GREVE, Carsten. The Challenge of Public-Private Partnerships: learning from international experience. S/l: Edward Elgar, 2005.

WHITE, William. **City**: rediscovering the center. New York: Anchor Books. 1988.

WISNIK, Guilherme. **Estado crítico**: à deriva nas cidades. São Paulo: Publifolha, 2009.

WTTC – World Travel & Tourism Council. **Progress and Priorities 2006/07**: annual report. 2006. Disponível em: <<http://www.wttc.org/frameset5.htm>>. Acesso em: 25 de janeiro de 2009.

YESCOMBE, E. R. **Public-Private Partnerships**: principles of policy and finance. S/l: Butterworth Heinemann , 2007.

ZEISEL, John. **Inquire by Design**: environment/ behavior/ neuroscience in architecture, interiors, landscape, and planning. New York: Norton & Company, Inc., 2006.

APÊNDICE A

ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADAS NA ETAPA 1 DA PESQUISA PARA TRABALHADORES DE SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - FACULDADE DE ARQUITETURA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL
DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-OCUPAÇÃO

ENTREVISTA ESTRUTURADA – GOVERNO

<p>Trabalho de campo: entrevista Data de realização: Local de realização:</p>	<p>Dados do Entrevistado Nome completo: Cargo que ocupa: Observações:</p>
--	--

1. Na sua opinião, qual seria a principal justificativa, ou conjunto de justificativas, que este governo sustenta para a implementação de uma parceria com o setor privado do tipo Adoção?
 2. A Secretaria em que você trabalha tem ou já teve algum envolvimento com as Adoções estabelecidas em Porto Alegre? Em qual instância sua participação se fez necessária?
 3. Em caso afirmativo para a questão anterior:
Para o estabelecimento de uma parceria com setor privado é realizada pesquisa de opinião em algum órgão consultivo ou deliberativo formado por cidadãos, que serão direta ou indiretamente afetados pelas mudanças que seguirão?
 4. A localização dos espaços contemplados com as Adoções tem qual importância na tomada de decisão para firmar uma Parceria?
 5. Estabelecida a parceria, existe algum tipo de processo de vistoria periódica durante seu desenvolvimento?
 6. Em caso afirmativo, faz parte dessa vistoria a participação de algum grupo da sociedade civil, como conselhos, associações, grupos representativos com intuito deliberativo, dentre outros?
 7. Quais os principais pontos positivos e negativos na gestão compartilhada entre Estado e setor privado para gestão de serviços e provisão de infraestrutura pública?
 8. Acredita que a gestão de um espaço público, ou parte dele, em conjunto com um setor privado, tem sido vista como: ineficiência do Estado face à demanda social; ou estratégia do Estado para uma gestão mais eficiente?
 9. As parcerias com setores privados para prover serviços públicos tornam a organização e o papel do Estado mais complexos, ou simplificam a gestão espacial?
 11. Em virtude do número crescente de aplicação de parcerias de diversos tipos no País, como vê que se está configurando o papel do Estado no Brasil?
 12. Acredita que as Adoções e demais formas de parceria público-privado sejam uma tendência de gestão para este século na América Latina e no Brasil? Por quê?
- SMAM:** 13. Em relação específica à Adoção para o Parque Farroupilha e Orla do Guaíba:
- a) Como se deu o processo de consulta popular para escolha das prioridades de investimentos?
 - b) Quais as etapas já concluídas em relação ao que rege o Termo de Cooperação?
- SMC:** 13. No ano passado, 2011, foram feitos manifestos através de cartazes colados nos totens da Coca-Cola, instalados no Largo. Os manifestos demonstraram-se contrários à Adoção para aquele espaço público e culminaram, inclusive, com discussão em redes sociais de *Internet*, cuja maioria das opiniões também foi adversa à parceria. Por que acha que surgem essas opiniões contrárias à participação do poder privado para investimentos em espaços públicos?
- SMTUR:** 13. Existe algum reflexo das Adoções dos espaços públicos para o segmento do turismo em Porto Alegre? Se sim, por favor, indique, sinalizando os principais espaços que geram modificações na demanda e na imagem da cidade perante os usuários.
14. Qual é o percentual de verba destinada diretamente ao Turismo por parte do Município?

APÊNDICE B

ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADAS NA ETAPA 1 DA PESQUISA PARA TRABALHADORES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - FACULDADE DE ARQUITETURA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL
DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-OCUPAÇÃO

ENTREVISTA ESTRUTURADA – TRABALHADORES

Trabalho de campo: entrevista

Data de realização:

Local de realização:

Dados do Entrevistado

Nome completo:

Atividade:

Localização e observações:

1. Há quanto tempo trabalha na atual função neste espaço?
2. Trabalhar neste espaço é uma atividade que pode ser considerada prazerosa, levando-se em conta a qualidade do ambiente?
3. Quais as principais modificações espaciais feitas próximas ao seu trabalho que observou, ao longo do período em que exerce atividade comercial neste espaço?
4. Caso tenha percebido melhorias no espaço próximo ao seu exercício comercial, sabe quem as promoveu e por qual motivo?
5. Sabe o que é uma Adoção de espaço público? Se tiver alguma informação sobre o tema, por favor, discorra.
6. Conhece a Adoção do espaço em que trabalha, realizada em parceria entre Município e poder privado? Caso afirmativo, o que sabe sobre a Adoção e o que acha desta ação do governo municipal?
7. Acha que a cooperação entre Poder Público e privado para espaços como este, no qual desenvolve sua atividade comercial, tem pontos positivos e negativos? Por favor, fale um pouco sobre eles.
8. Em sua opinião, por que acha que o governo realiza uma parceria com o setor privado do tipo Adoção?
9. Acha que para o estabelecimento de uma parceria com setor privado deveria ser realizada pesquisa de opinião em algum órgão consultivo ou deliberativo formado por cidadãos, que serão direta ou indiretamente afetados pelas mudanças?
10. Considera que a divulgação do investidor privado prejudica, de alguma forma, o espaço do Largo/ Parque? Por quê?
11. Acha que as modificações neste espaço foram realizadas de acordo com as necessidades dos usuários/ da demanda?
12. Existem outras alterações no espaço, que visem sua melhoria, que deveriam ser feitas e que, de acordo com o seu conhecimento sobre o tema, ainda não foram implementadas?
13. A quem acha que as Adoções dos espaços públicos beneficiam e por quê?

APÊNDICE C

ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADAS NA ETAPA 1 DA PESQUISA: MAPAS MENTAIS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - FACULDADE DE ARQUITETURA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL
DISCIPLINA DE AVALIAÇÃO PÓS-OCUPAÇÃO

ENTREVISTA PARA APLICAÇÃO DE MAPAS MENTAIS – USUÁRIOS

1. Por favor, desenhe e/ou escreva qual a primeira coisa que o nome Parque Farroupilha/Orla do Guaíba/Largo Jornalista Glênio Peres lhe traz à mente?

2. Produção de mapa:

a) Por favor, faça um mapa do Largo Jornalista Glênio Peres, nos limites entre a Praça XV de Novembro, a Avenida Borges de Medeiros, o Mercado Público Municipal e a Praça Pereira Parobé. Faça uma “caminhada” de 360° nesses limites e desenhe, ao longo de seu percurso, os elementos que compõem o Largo e escreva o que são, bem como demais observações que julgar pertinente. Desenhe seu mapa com o maior número de detalhes possível, como se você estivesse apresentando esse espaço para uma pessoa que nunca esteve nele antes.

b) Por favor, faça um mapa do Parque Farroupilha, nos limites entre as avenidas Oswaldo Aranha e João Pessoa. Desenhe o mapa como se estivesse caminhando pela Av. José Bonifácio, partindo da Av. Oswaldo Aranha em direção à Av. João Pessoa, olhando para seu lado direito, então para o Parque. Desenhe na ordem de sua “caminhada” os elementos que compõem o Parque por esta visão e escreva o que são, bem como demais observações que julgar pertinente. Desenhe seu mapa com o maior número de detalhes possível, como se você estivesse apresentando esse espaço para uma pessoa que nunca esteve nele antes.

c) Por favor, faça um mapa da Orla do Guaíba, nos limites entre a Usina do Gasômetro e o Anfiteatro Pôr-do-sol. Faça uma “caminhada” entre esses limites e desenhe, na ordem de seu percurso, os elementos que compõem a Orla, escrevendo o que são, bem como desenhando/escrevendo demais observações que julgar pertinente. Desenhe seu mapa com o maior número de detalhes possível, como se você estivesse apresentando esse espaço para uma pessoa que nunca esteve nele antes.

3. Numere, em seu mapa, em ordem crescente, os elementos que julga serem os mais importantes nos limites do espaço desenhado. Por exemplo, ao lado de algum desenho devidamente identificado com sua escrita, atribua o número “1” para ele, se for o mais importante, o número “2” para o segundo elemento de maior destaque no contexto geral, e assim sucessivamente. Utilize-se de uma escala que vai do número 1 ao número 10. Caso seu mapa não possua dez elementos de destaque, faça a numeração de acordo com o que for coerente com seus desenhos.

4. Abaixo do mapa, por favor, descreva:

4.1 Porque o elemento “1” é o que mais se destaca no espaço desenhado.

4.2 Porque o elemento de menor número é menos destacado no contexto geral do espaço de seu mapa.

5. Indique em seu desenho os lugares mais agradáveis e os menos agradáveis, inserindo um símbolo de “+” e “-”, respectivamente. Se possível descreva, abaixo de seu mapa, por qual motivo eles são assim classificados.

6. Indique em seu desenho os lugares mais seguros e menos seguros. Para isso, coloque sobre os locais as abreviações “S” e “NS”, sendo a primeira para o(s) lugar(es) seguro(s) e a segunda para os lugares onde você acha que há menos segurança. Se possível, escreva abaixo do desenho porque foram feitas essas escolhas.

APÊNDICE D

QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA PESQUISA

Frente

Esta é uma pesquisa de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da UFRGS. Suas opiniões aqui expressas são confidenciais, e serão utilizadas para avaliar sua percepção quanto aos espaços públicos abertos de lazer e turismo do meio urbano. O trabalho completo poderá ser consultado em 2013, na *home page* do Propur: www.ufrgs.br/propur.
Obrigada pela colaboração, Fernanda Costa da Silva.

QUESTIONÁRIO N° _____ DATA: _____ LOCAL: _____

1. **CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE - MORADIA:**
 Residente em Porto Alegre
 Não residente em Porto Alegre:
2. **Indique a cidade:** _____
3. **CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE - UTILIZAÇÃO DO ESPAÇO (ESCOLHA UMA OPÇÃO):**
 Comerciante/ funcionário no espaço
 Praticante de lazer/ de compras no espaço
 Cruzando/ utilizando o espaço como passagem para chegar a outro destino
 Outro (especifique): _____
4. **QUANDO UTILIZA O ESPAÇO (SE NECESSÁRIO, ESCOLHA MAIS DE UMA OPÇÃO)?**
 Pela manhã
 À tarde
 À noite
5. **HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA O ESPAÇO?**
 Há menos de 1 ano
 De 1 há 3 anos
 Há 4 anos ou mais
6. **COM QUE FREQUÊNCIA UTILIZA O ESPAÇO?**
 Menos de 1 vez por mês
 De 1 a 4 vezes por mês
 Mais de 4 vezes por mês
7. **COMO CLASSIFICA ESTE ESPAÇO PARA PORTO ALEGRE:**
 Muito importante/ essencial
 Importante
 Indiferente
 Menos importante do que outros espaços parecidos com ele
 Nada importante
8. **NA SUA OPINIÃO, ESTE ESPAÇO PODE SER CONSIDERADO COMO TURÍSTICO?**
 Sim
 Não sabe avaliar
 Não
9. **DESDE QUE VOCÊ FREQUENTA ESTE ESPAÇO, ACHA QUE A APARÊNCIA DELE:**
 Melhorou
 Manteve-se igual/ Não sabe avaliar
 Piorou
10. **DESDE QUE VOCÊ FREQUENTA ESTE ESPAÇO, ACHA QUE A SEGURANÇA DELE:**
 Melhorou
 Manteve-se igual/ Não sabe avaliar
 Piorou
11. **DESDE QUE VOCÊ FREQUENTA ESTE ESPAÇO, ACHA QUE O LAZER DELE (ESPAÇOS CONTEMPLATIVOS, ESPAÇOS ESPORTIVOS, OFERTA DE EVENTOS):**
 Melhorou
 Manteve-se igual/ Não sabe avaliar
 Piorou
12. **QUEM ACREDITA QUE SÃO OS PRINCIPAIS INVESTIDORES PARA MELHORA NA APARÊNCIA, SEGURANÇA E/OU NO LAZER DESTES ESPAÇOS (SE NECESSÁRIO, ESCOLHA MAIS DE UMA OPÇÃO)?**
 Poder público – Prefeitura Municipal; Governo
 Empresas privadas
 Terceiro setor – Organizações Não-Governamentais; institutos sem fins lucrativos
 A comunidade
 Não sabe
13. **NA SUA OPINIÃO, O QUE AINDA PRECISA SER MELHORADO NESTE ESPAÇO (SE NECESSÁRIO, ESCOLHA MAIS DE UMA OPÇÃO)?**
 Iluminação
 Policiamento/ segurança em geral
 Qualidade do ambiente natural (árvores, flores, arbustos, paisagem verde em geral)
 Limpeza
 Oferta de mobiliários (bancos, lixeiras, placas de sinalização, bebedouros, etc.)
 Oferta de atrativos de lazer (espaços contemplativos/temáticos, espaços esportivos, oferta de eventos)
 Qualidade do comércio
 Outro (especifique): _____
14. **SOBRE SUA ESCOLHA NA QUESTÃO ANTERIOR, QUEM ACHA QUE DEVERIA PROMOVER ESSA(S) MELHORIA(S)?**
 Poder público – Prefeitura Municipal; Governo
 Empresas privadas
 Terceiro setor – Organizações Não-Governamentais; institutos sem fins lucrativos
 A comunidade
15. **VOCÊ SABE O QUE É ADOÇÃO DE ESPAÇO PÚBLICO?**
 Sim
 Tem uma breve ideia, mas não sabe como funciona em detalhes
 Não
16. **VOCÊ SABE SE ESTE ESPAÇO RECEBE INVESTIMENTOS DE UMA EMPRESA PRIVADA?**
 Sim; estou ciente se isso ocorre
 Não; não sei se isso ocorre neste espaço

Verso

Esta é uma pesquisa de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da UFRGS. Suas opiniões aqui expressas são confidenciais, e serão utilizadas para avaliar sua percepção quanto aos espaços públicos abertos de lazer e turismo do meio urbano. O trabalho completo poderá ser consultado em 2013, na *home page* do Propur: www.ufrgs.br/propur. Obrigada pela colaboração, Fernanda Costa da Silva.

17. EM UM ESPAÇO PÚBLICO COMO ESTE, SE VOCÊ PERCEBE QUE HÁ INVESTIMENTO DO SETOR PRIVADO EM ALGUM DOS AMBIENTES, QUAL O SEU SENTIMENTO PARA UTILIZÁ-LO:

- À vontade/ confortável
 Indiferente
 Constrangido(a)/ desconfortável
 Outro (especifique): _____

18. VOCÊ ACHA QUE O INVESTIMENTO DE UMA EMPRESA PRIVADA EM UM ESPAÇO PÚBLICO ABERTO, COMO ESTE, PODE SER CLASSIFICADO COMO:

- Muito importante/ indispensável
 Importante
 Indiferente
 Não é importante
 Inaceitável/ nunca deve ocorrer

19. COMO VOCÊ ACHA QUE SÃO OS SERVIÇOS DO PODER PÚBLICO (PREFEITURA MUNICIPAL; GOVERNO), EM RELAÇÃO AOS MESMOS SERVIÇOS PRESTADOS PELAS EMPRESAS PRIVADAS, PARA OS ESPAÇOS PÚBLICOS ABERTOS, COMO ESTE QUE VOCÊ UTILIZA?

- Muito melhores
 Melhores
 São serviços de igual qualidade
 Piores
 Muito piores

20. ESCOLHA O SEU PAR DE CENAS PREFERIDO:

- PAR DE CENAS A
 PAR DE CENAS B
 Indiferente

21. MARQUE O MOTIVO DE SUA ESCOLHA NA QUESTÃO ANTERIOR (SE NECESSÁRIO, ESCOLHA MAIS DE UMA OPÇÃO):

- As cenas escolhidas são mais bonitas
 É mais fácil ler informações nas cenas escolhidas
 Ausência de marca/ propaganda
 Presença de marca/ propaganda
 Os elementos das cenas preferidas são mais adequados ao ambiente
 As cenas escolhidas passam sensação de conforto
 Não há diferença importante entre os pares de cenas
 Outro (especifique): _____

INFORMAÇÕES SOBRE O RESPONDENTE:

GÊNERO:

- Feminino
 Masculino

FAIXA ETÁRIA:

- Até 20 anos
 De 21 a 40 anos
 De 41 a 60 anos
 Mais de 60 anos

GRAU DE ESCOLARIDADE (INDIQUE O NÍVEL MAIS ALTO):

- Ensino Fundamental incompleto
 Ensino Fundamental completo
 Ensino Médio incompleto
 Ensino Médio completo
 Ensino Superior incompleto
 Ensino Superior completo

Muito obrigada pela sua participação!

APÊNDICE E

CENAS DO QUESTIONÁRIO

PAR DE CENAS A



PAR DE CENAS B



ANEXO A

LEI DAS PPPS: NOVA TRAMITAÇÃO OFICIAL E REPERCUSSÃO EM MÍDIA

Projetos de Leis e Outras Proposições

[Cadastrar para acompanhamento](#) | [Versão anterior da ficha](#) | [Versões para impressão](#)

PLV 25/2012 MPV57512 => MPV 575/2012 | Inteiro teor

Projeto de Lei de Conversão

Situação: Aguardando Encaminhamento na COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)

Acessóri a de: MPV 575/2012

Identificação da Proposição

Autor	Apresentação
Comissão Mista da MPV 575/2012	13/11/2012

Ementa

Projeto de Lei de Conversão sobre a Medida Provisória nº 575/2012, que "altera a Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004, que institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública, para dispor sobre o aporte de recursos em favor do parceiro privado, e dá outras providências".

Explicação da Ementa

PLV da Medida Provisória nº 575, de 2012. Altera as Leis nºs 11.079, de 2004; 10.637, de 2002; 10.833, de 2003; 12.058, de 2009; 9.430, de 1996; 10.420, de 2002; 4.117, de 1962; 10.925, de 2004; 10.602, de 2002; 11.033, de 2004, 9.718, de 1998 e a Medida Provisória nº 2.158-35, de 2001.

Tramitação

[Cadastrar para acompanhamento](#)

Obs.: o andamento da proposição fora desta Casa Legislativa não é tratado pelo sistema, devendo ser consultado nos órgãos respectivos.

Data ▼	Andamento
13/11/2012	<p>Comissão Mista da MPV 575/2012 (MPV57512)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentação do Projeto de Lei de Conversão n. 25/2012, pela Comissão Mista da MPV 575/2012, que: "Projeto de Lei de Conversão sobre a Medida Provisória nº 575/2012, que 'altera a Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004, que institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública, para dispor sobre o aporte de recursos em favor do parceiro privado, e dá outras providências". Inteiro teor
28/11/2012	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Recebido Ofício 504/12, do Senador José Sarney, Presidente do Senado Federal, que comunica que o Senado aprovou, em revisão e com emenda, o Projeto de Lei de Conversão nº 25, 2012 (Medida Provisória nº 575, de 2012), que "Altera as Leis nºs 11.079, de 30 de dezembro de 2004, que institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública, para dispor sobre o aporte de recursos em favor do parceiro privado, 10.637, de 30 de dezembro de 2002, 10.833, de 29 de dezembro de 2003, 12.058, de 13 de outubro de 2009, 9.430, de 27 de dezembro de 1996, 10.420, de 10 de abril de 2002, 4.117, de 27 de agosto de 1962, 10.925, de 23 de julho de 2004, 10.602, de 12 de dezembro de 2002, e 9.718, de 27 de novembro de 1998, e a Medida Provisória nº2.158-35, de 24 de agosto de 2001, e dá outras providências". Encaminha, ainda, o processado da matéria. Inteiro teor
28/11/2012	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentação da Emenda/Substitutivo do Senado n. 25/2012, pelo Senado Federal, que: "Emenda do Senado ao Projeto de Lei de Conversão nº 25, de 2012 (Medida Provisória nº 575, de 2012), que 'Altera as Leis nºs 11.079, de 30 de dezembro de 2004, que institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública, para dispor sobre o aporte de recursos em favor do parceiro privado, 10.637, de 30 de dezembro de 2002, 10.833, de 29 de dezembro de 2003, 12.058, de 13 de outubro de 2009, 9.430, de 27 de dezembro de 1996, 10.420, de 10 de abril de 2002, 4.117, de 27 de agosto de 1962, 10.925, de 23 de julho de 2004, 10.602, de 12 de dezembro de 2002, e 9.718, de 27 de novembro de 1998, e a Medida Provisória nº2.158-35, de 24 de agosto de 2001, e dá outras providências". Inteiro teor
28/11/2012	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Publique-se. Submeta-se ao Plenário. Inteiro teor

[Cadastrar para acompanhamento](#) | [Versão anterior da ficha](#) | [Versões para impressão](#)

PLENÁRIO

26/11/2012 16h17

MP das Parcerias Público-Privadas pode ser votada nesta semana

Depois de ser aprovada pela Câmara dos Deputados, a Medida Provisória (MP) 575/2012, que permite a antecipação de pagamentos pelos governos federal, estadual ou municipal a empresas que realizam obras por contrato de parceria público-privadas (PPP) será votada pelo Senado. O texto, que pode ir a votação em Plenário nesta terça-feira (27), contém mudanças feitas pela Câmara por meio de projeto de lei de conversão (PLV) 25/2012, apresentado pela comissão mista encarregada de analisar a proposta original do Poder Executivo, enviada em agosto passado.

Em relação às PPPs, o PLV 25/2012 manteve a previsão da medida provisória de permitir a estados e municípios ampliar de 3% para 5% o limite de comprometimento da receita corrente líquida (RCL) com os pagamentos de obras viabilizadas por esse tipo de contrato. O projeto conservou ainda a redução do prazo para o operador privado acionar o Fundo Garantidor de Parceria (FGP) no caso de o parceiro público não honrar o compromisso financeiro na data prevista.

Na votação realizada na última terça-feira (20), a Câmara aprovou a retirada de um artigo e a modificação de outro contidos no PLV 25/2012. Ambos não constavam da MP 575/2012 e haviam sido agregados pela comissão mista.

O dispositivo eliminado fazia um acréscimo à Lei 11.033/2004, que instituiu o Regime Tributário para Incentivo à Modernização e à Ampliação da Estrutura Portuária (Reporto). A intenção era permitir a seus beneficiários a aplicação das regras do Reporto na compra ou importação de quaisquer bens relacionados pelo Poder Executivo para utilização exclusiva em portos ou ferrovias a partir de 12 de maio de 2008, data de publicação da MP 428/2008, que alterou a legislação tributária federal e originou a Lei 11.774/2008.

Já o artigo modificado pela Câmara refere-se a dispositivo que o PLV 25/2012 acrescentou à Lei 9.718/1998, que alterou a legislação tributária nacional. O texto em questão remete às deduções que as operadoras de planos de assistência à saúde podem fazer no cálculo das contribuições para o PIS/Pasep e Cofins.

Originalmente, a MP 575/2012 só fazia alterações na Lei 11.079/2004, que instituiu normas gerais para licitação e contratação de PPP no âmbito da administração pública. Coube ao PLV 25/2012 não só ampliar as mudanças de cunho tributário, mas até incluir a criação de 24 cargos em comissão para o Ministério do Esporte e três para o Ministério da Integração Nacional.

O prazo final para votação do PLV 25/2012 no Senado se encerra no próximo dia cinco de dezembro. Se for aprovado pelo Plenário do Senado, segue para sanção presidencial.

Simone Franco

(Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado)

ANEXO B

**DEMONSTRATIVO DE PREVISÃO DE RECEITA E DESPESA PARA PORTO
ALEGRE – QUADRIÊNIO 2010-2013**

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE
Plano Plurianual 2010-2013

ANEXO I

DEMONSTRATIVO DA PREVISÃO DA RECEITA

RECEITAS	Em R\$ 1,00				
	2010	2011	2012	2013	TOTAL
Receitas Correntes	3.336.351.673	3.492.569.777	3.633.511.593	3.812.551.611	14.274.984.654
Receta Tributária	1.129.559.270	1.172.891.250	1.221.364.384	1.279.634.383	4.803.449.287
IPTU	273.422.545	271.940.531	281.226.995	290.637.499	1.117.227.670
IRRF	125.905.697	134.598.295	141.619.000	148.911.529	551.034.522
ITBI	156.750.344	173.397.874	178.883.691	184.410.796	693.442.705
ISS	484.184.056	497.516.832	521.949.065	547.254.244	2.050.904.198
TAXAS	89.296.528	95.437.718	97.685.632	108.420.316	390.840.194
Receta de Contribuições	126.861.501	132.436.507	138.193.545	144.135.495	541.647.048
Receta Patrimonial	47.671.098	51.006.130	54.660.509	58.508.066	211.845.802
Receta Agropecuária	570	620	675	733	2.598
Receta de Serviços	380.363.091	396.521.028	413.382.328	430.782.378	1.621.048.824
Transferências Correntes	1.499.539.473	1.557.030.342	1.615.689.129	1.699.724.031	6.371.982.974
Transferências da União	655.398.925	686.542.564	714.574.187	743.421.822	2.799.937.499
FPM	163.291.885	172.465.621	177.868.180	183.307.138	696.932.824
SUS	470.282.157	490.975.010	512.234.343	534.209.496	2.007.701.006
Outras Transferência da União	21.824.883	23.101.934	24.471.664	25.905.188	95.303.668
Transferências do Estado	697.846.751	712.639.136	730.452.244	772.001.897	2.912.940.028
ICMS	506.513.746	515.479.139	526.515.550	555.217.100	2.103.725.535
IPVA	174.214.578	179.336.403	185.352.579	197.441.183	736.344.743
Outras Transferências do Estado	17.118.427	17.823.593	18.584.115	19.343.614	72.869.749
Transferências Multigovernamentais	119.598.062	129.979.174	141.587.354	153.877.136	545.041.726
Demais Transferências	26.695.735	27.869.468	29.075.344	30.423.175	114.063.722
Outras Receitas Correntes	182.336.670	182.683.901	190.221.024	199.766.526	725.008.121
Receta de Capital	278.727.787	224.088.317	126.095.309	92.963.549	721.874.962
Operações de Crédito	268.582.925	213.421.883	119.667.287	85.979.013	667.651.108
Alienação de Bens	3.472.416	3.772.538	4.108.038	4.463.178	15.816.170
Amortizações de Empréstimos	1.959.677	2.129.777	2.319.983	2.521.358	8.930.796
Outras Receitas de Capital	4.712.769	4.764.119	-	-	9.476.888
Receitas Correntes Intraorçamentárias	202.718.716	211.584.125	220.789.702	230.287.821	865.380.363
(-) Deduções Receta Corrente	172.440.474	177.296.139	182.013.071	191.490.030	723.239.714
RECEITA TOTAL	3.645.357.702	3.750.946.080	3.798.385.552	3.944.312.951	15.199.000.265



DESPESAS PREVISTAS PARA 2010 - 2013 POR FUNÇÃO

FUNÇÃO	Desp. Correntes	Desp. de Capital	Total Geral
1 - LEGISLATIVA	392.381.990	10.200.000	402.581.990
2 - JUDICIÁRIA	61.416.747	828.284	62.245.031
4 - ADMINISTRAÇÃO	789.311.087	34.887.712	823.998.809
6 - SEGURANÇA PÚBLICA	101.463.450	13.603.654	115.067.104
7 - RELAÇÕES EXTERIORES	2.242.913	0	2.242.913
8 - ASSISTÊNCIA SOCIAL	395.257.357	10.142.079	405.399.436
9 - PREVIDÊNCIA SOCIAL	1.365.141.238	425.479	1.365.566.717
10 - SAÚDE	3.844.363.333	90.413.138	3.934.776.471
11 - TRABALHO	12.599.939	2.848.984	15.448.923
12 - EDUCAÇÃO	2.287.740.436	91.285.530	2.379.025.966
13 - CULTURA	140.644.394	22.024.854	162.669.248
14 - DIREITOS DA CIDADANIA	23.409.717	713.802	24.123.519
15 - URBANISMO	308.167.953	108.221.447	414.389.400
16 - HABITAÇÃO	191.064.627	347.689.920	538.754.547
17 - SANEAMENTO	2.190.052.901	574.606.481	2.764.659.382
18 - GESTÃO AMBIENTAL	159.769.260	24.827.637	184.596.897
19 - CIÊNCIA E TECNOLOGIA	12.310.000	400.000	12.710.000
20 - AGRICULTURA	7.087.547	132.453	7.220.000
23 - COMÉRCIO E SERVIÇOS	89.916.084	7.651.182	97.567.276
26 - TRANSPORTE	55.640.723	213.670.631	269.311.354
27 - DESPORTO E LAZER	57.255.495	685.870	57.941.365
28 - ENCARGOS ESPECIAIS	485.442.470	443.389.032	928.831.502
99 - RESERVA DE CONTINGÊNCIA	169.872.415	0	169.872.415
TOTAL DAS DESPESAS PARA 2010 - 2013	13.140.552.096	1.998.448.169	15.139.000.265

ANEXO C

TERMO DE COOPERAÇÃO E TERMO ADITIVO PARA ORLA DO GUAÍBA E PARQUE FARROUPILHA, CELEBRADOS ENTRE PREFEITURA, PEPSICO BEBIDAS DO BRASIL E SINERGY NOVAS MÍDIAS

02/2
avla

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE
SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE

TERMO DE COOPERAÇÃO n° 22/2008

N°: 22/2008

DATA: 02/04/2008

Termo de Cooperação celebrado entre o Município de Porto Alegre, através da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, a SINERGY NOVAS MÍDIAS Ltda., e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, tendo como objeto a realização de serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba.

A SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE, com sede à Av. Carlos Gomes, 2120, Bairro Três Figueiras, representada neste ato pelo Secretário Municipal do Meio Ambiente, **Sr. Beto Moesch**, a **SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA**, inscrita no CNPJ, sob o n° 03.821.107.0001-99, representada pelos seu sócio, **Sr Luiz Eduardo Ferreira**, CPF 606.444.190.91, e a **PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA**, inscrita no CNPJ 02.726.752/0002-40, representada pela **Srª Nora Mirazon**, Diretora de Marketing, objetivando a realização dos serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba, localizada entre o trecho da Usina do Gasômetro até a Avenida Guaíba, nos termos da Lei Complementar n°-136, de 22 de julho de 1986, ajustam entre si o presente termo de cooperação no ditame das cláusulas abaixo pactuadas:

CLAUSULA PRIMEIRA

A SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, comprometem-se a repassar ao MUNICÍPIO, através da SMAM, o equivalente a R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais) anuais, para realização dos serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba, localizado entre o trecho da Usina do Gasômetro até a Avenida Guaíba, nos termos abaixo especificados.

CLAUSULA SEGUNDA

A SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, repassarão ao MUNICÍPIO, através da SMAM, a quantia determinada na Cláusula Primeira por meio do fornecimento de materiais e serviços relacionados à conservação e manutenção das áreas adotadas.

Parágrafo primeiro: o fornecimento de materiais e serviços referidos no caput da presente cláusula contempla os produtos e serviços contratados juntamente a terceiros, em relação aos quais as adotantes serão as únicas responsáveis pelo seu pagamento, bem como os serviços de gestão prestados diretamente pela adotante ao MUNICÍPIO.

Parágrafo segundo: Dentre outros materiais e serviços mencionados na presente cláusula estão: a colocação de bancos novos, a reforma de postes da orla, a colocação de lixeiras duplas, o plantio de palmeiras, a realização de recantos com paisagismo vegetal, a renovação das áreas de ginástica e das quadras poliesportivas, a colocação de novos bebedouros, a realização de pinturas e reformas em geral.

CLAUSULA TERCEIRA

Após assinatura do presente Termo, terão a SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, o direito à colocação na Orla do Lago Guaíba de placas indicativas da cooperação com o MUNICÍPIO e de caráter educativo.

A quantidade de placas publicitárias autorizadas, nos termos do Decreto nº 14.539, de 27 de abril de 2004, será:

I - nos equipamentos com área até 5.000m²: no máximo, 2 placas grandes (1,00m x 0,70m) ou 4 placas pequenas (0,50m x 0,35m), padrão SMAM;

II - nos equipamentos com área superior a 5.000m²: no máximo, 12 placas grandes (1,00m x 0,70m), na proporção de 1 placa para cada 2.500m², ou 20 placas pequenas (0,50m x 0,35m), na proporção de 1 placa para cada 1.500m², padrão SMAM;

III - nas quadras poliesportivas de futsal, de basquete, de voleibol e de tênis: 1 placa grande (1,00m x 0,70m) ou 2 placas pequenas (0,50m x 0,35m), padrão SMAM;

IV - nas quadras de handebol e campos de futebol sete: no máximo, 2 placas grandes (1,00m x 0,70m) ou 4 placas pequenas (0,50m x 0,35m), padrão SMAM;

V - nos campos de futebol onze: no máximo, 3 placas grandes (1,00m x 0,70m) ou 6 placas pequenas (0,50m x 0,35m), padrão SMAM.

CLAUSULA QUARTA

A SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, poderão instalar até 4 unidades de estruturas borrifadoras de água (tipo "cuca-fresca"), distribuídas junto ao passeio público da Orla do Lago Guaíba, na qual poderá conter a marca dos adotantes, nos termos da Cláusula anterior, e dicas de educação ambiental em locais definidos pela SMAM.

CLAUSULA QUINTA

Permitir-se-á aos adotantes a colocação de suas logomarcas em equipamentos como os descritos na cláusula segunda, localizados nos recantos e áreas de desporto do Parque Farroupilha e Orla do Lago Guaíba aprovados pela SMAM, inclusive em tapumes provisórios quando da realização dos serviços descritos na cláusula segunda.

CLAUSULA SEXTA

A SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, comprometem-se, nas áreas adotadas, a padronizar os equipamentos e uniformes dos ambulantes licenciados pela Secretaria Municipal de Indústria e Comércio de Porto Alegre (SMIC), inclusive mediante a veiculação de dicas ambientais em tais equipamentos.

CLAUSULA SÉTIMA

A SMAM compromete-se a empenhar-se na fiscalização do comércio ambulante nas áreas contempladas por este termo cujos ramos de atuação sejam similares ou indiquem concorrência ao adotante.

A SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e, a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA comprometem-se a auxiliar a SMAM, informando à mesma sobre os eventuais casos onde haja comércio ambulante nas áreas contempladas por este termo cujos ramos de atuação sejam similares ou indiquem concorrência ao adotante, para que a SMAM possa providenciar as correspondentes ações de fiscalização, caso procedentes.

A prática autorizada nesta cláusula não exclui eventual fiscalização concomitante por parte da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SMIC).

CLAUSULA OITAVA

Fica assegurado ao MUNICIPIO o direito de execução de eventos no Parque Farroupilha e na Orla do Lago Guaíba, cabendo a ele a análise de outras atividades promocionais no local, considerando-se o disposto no Decreto 15.343, de 2006, que aprovou o regulamento dos parques e praças de Porto Alegre.

O MUNICIPIO, através da SMAM, compromete-se a, durante a vigência do presente Termo de Compromisso, não autorizar a realização de eventos no Parque Farroupilha e na Orla do Lago Guaíba onde haja a participação/promoção/patrocínio/apoio de empresas ou entidades cujas áreas de atuação sejam similares ou indiquem concorrência aos ora adotantes.

CLAUSULA NONA

Terão a SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, após ciência, aprovação e autorização da SMAM, o direito de realizarem, conjuntamente, até três eventos anuais, de caráter cultural, junto ao Anfiteatro Por do Sol, localizado na Orla do Lago Guaíba. Em tais eventos, as adotantes deverão veicular as logomarcas da Prefeitura Municipal de Porto Alegre e da SMAM, bem como promover a educação ambiental.

CLAUSULA DÉCIMA

A SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, poderão buscar co-adotantes, desde que comunicado e aprovado oficialmente pela SMAM. Os co-adotantes a que se refere a presente cláusula também poderão ter suas marcas veiculadas conforme o disposto no presente Termo de Cooperação, ficando sujeitos integralmente às cláusulas ora ajustadas.

CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA

O presente Termo de Cooperação tem validade de 02 (dois) anos, contados da assinatura deste instrumento, podendo ser prorrogado em prazo a ser definido pelas partes.

CLAUSULA DÉCIMA SEGUNDA

Cabe a qualquer das partes a atribuição de, a qualquer tempo e seu critério exclusivo, rescindir, parcial ou totalmente, o presente Termo de Cooperação, com aviso prévio de 30 (trinta) dias.

CLAUSULA DÉCIMA TERCEIRA

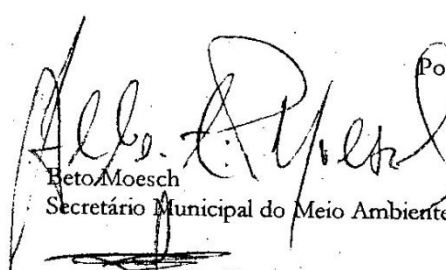
A SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA e, a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, caso deixarem de cumprir com as suas obrigações contratuais conforme cláusula primeira, ficarão sujeitas à multa de 10% (dez por cento) do valor estabelecido no contrato, além dos juros mora disciplinados no Código Civil Brasileiro.

CLAUSULA DÉCIMA QUARTA


Fica eleito o Foro Central da Comarca de Porto Alegre para dirimir qualquer interpretação do presente Termo de Cooperação que não possa ser resolvida consensualmente pelas partes.

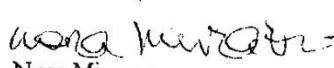
E, por estarem justos e acordados, assinam o presente instrumento em quatro vias de igual teor e forma, na presença de testemunhas instrumentais, para que surta os efeitos jurídicos e legais.

Porto Alegre, 02 de abril de 2008.


Beto Moesch
Secretário Municipal do Meio Ambiente

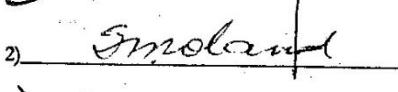
ADOTANTES:

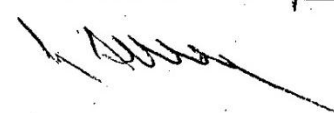

Luiz Eduardo Ferreira
SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA


Nora Mirazon
PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA

TESTEMUNHAS:

1) 

2) 



53
001.008674.08.6

**PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE
SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE**

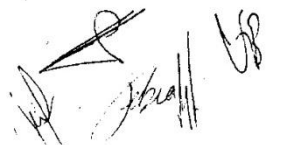
TERMO ADITIVO

Termo de Aditivo ao Termo de Cooperação nº 022/2008 celebrado entre o Município de Porto Alegre, através da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, a SINERGY NOVAS MÍDIAS Ltda., e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, tendo como objeto a realização de serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba.

A SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE, com sede à Av. Carlos Gomes, 2120, Bairro Três Figueiras, representada neste ato pelo Secretário Municipal do Meio Ambiente em exercício, **Sr. Luiz Alberto Carvalho Júnior**, a **SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA**, inscrita no CNPJ, sob o nº 03.821.107.0001-99, representada pelos seus sócios, **Sr Luiz Eduardo Ferreira**, CPF 606.444.190.91 e pelo **Sr Régis Augusto Menezes de Azevedo**, CPF 509.559.420 e, a **PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA**, inscrita no CNPJ 02.726.752/0002-40, representada pelo **Sr Vasco Luce**, Presidente da empresa para a América Latina, objetivando a realização dos serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba, localizada entre o trecho da Usina do Gasômetro até a Avenida Guaíba, nos termos da Lei Complementar nº 136, de 22 de julho de 1986, ajustam entre si o presente termo aditivo conforme as cláusulas abaixo pactuadas:

CLAUSULA PRIMEIRA

Por ocasião da assinatura do presente instrumento resta revogada a Cláusula Sétima do Termo de Cooperação nº 022/2008 datado de 02/04/08, constante nos autos do processo administrativo nº 001.008674.08.6, vez que constatada sua impertinência frente às normas vigentes, especialmente a norma prevista no artigo 170, inciso IV, da Constituição Federal que dispõe como princípio da ordem econômica a livre concorrência.



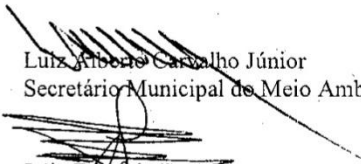
#54
001.008674086

CLAUSULA SEGUNDA

Permanecem em vigor as demais Cláusulas do Termo de Cooperação nº 22/08 no que não contradigam o presente Termo Aditivo.

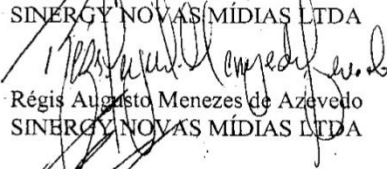
Do que para constar e valer em todos os seus efeitos de direito, celebrou-se o presente, que lido e achado conforme, vai pelas partes assinado.

Porto Alegre, 03 de Novembro de 2008.


Luiz Alberto Carvalho Júnior
Secretário Municipal de Meio Ambiente, em exercício

ADOTANTES:


Luiz Eduardo Ferreira
SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA

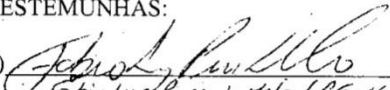

Régis Augusto Menezes de Azevedo
SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA

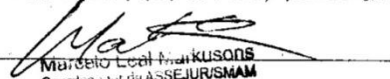

Vasco Lúce
PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZONIA LTDA

FABIO FERZARINI



TESTEMUNHAS:

1) 
Fabio Lacerda de Melo / RG: 26 331 233-1

2) 
Marcelo Leal Markus
Coordenador da ASSEJUR/SNAM
Matr.: 375402



ANEXO D

**TERMO ADITIVO DE PRORROGAÇÃO CONTRATUAL PARA ORLA DO GUAÍBA
E PARQUE FARROUPILHA, CELEBRADO ENTRE PREFEITURA, PEPSICO
BEBIDAS DO BRASIL E SINERGY NOVAS MÍDAIS**

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE
SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE

TERMO ADITIVO

Termo de Aditivo ao Termo de Cooperação nº 022/2008 celebrado entre o Município de Porto Alegre, através da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, a SINERGY NOVAS MÍDIAS Ltda., e a PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA, tendo como objeto a realização de serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba.

A SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE, com sede à Av. Carlos Gomes, 2120, Bairro Três Figueiras, representada neste ato pelo Secretário Municipal do Meio Ambiente, **Sr. Professor Garcia**, a **SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA**, inscrita no CNPJ, sob o nº 03.821.107.0001-99, representada pelos seus sócios, **Sr Luiz Eduardo Ferreira**, CPF 606.444.190.91 e pelo **Sr Régis Augusto Menezes de Azevedo**, CPF 509.559.420 e, a **PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA AMAZÔNIA LTDA**, inscrita no CNPJ 02.726.752/0002-40, representada pelo Sr. Paulo Campbell, Presidente da PepsiCo Bebidas do Brasil, objetivando a realização dos serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba, localizada entre o trecho da Usina do Gasômetro até a Avenida Guaíba, nos termos da Lei Complementar nº 618/19, ajustam entre si o presente termo aditivo conforme as cláusulas abaixo pactuadas:

CLAUSULA PRIMEIRA

Por ocasião da assinatura do presente instrumento resta prorrogado o prazo de vigência do Termo ora aditado até a data de 01/09/2014, nos termos da Cláusula Décima Primeira do Termo de Cooperação original.



CLAÚSULA SEGUNDA

Por ocasião da assinatura do presente instrumento restam alterados os parágrafos primeiro e segundo da Cláusula Segunda do Termo de Cooperação nº 22/08, passando estes a contar com a seguinte redação:

“Parágrafo primeiro – O fornecimento de materiais e serviços referidos no caput contempla os produtos e serviços contratados juntamente a terceiros, sendo que estes deverão constar de forma pormenorizada em Anexo deste Termo e em relação aos quais os Adotantes serão os únicos responsáveis pelo seu pagamento.

Parágrafo segundo – O Anexo de que trata o Parágrafo anterior, que fará parte integrante deste Termo, será encaminhado pelos Adotantes para a SMAM no prazo de até 10 dias a contar da celebração do último aditivo deste instrumento, devendo ser avaliado em igual prazo pela Autoridade Ambiental para o período de 12 meses, sendo que tal procedimento deve ser renovado anualmente até o fim do pacto.”

CLAÚSULA TERCEIRA

Permanecem em vigor as demais Cláusulas do Termo de Cooperação nº 22/08 no que não contradigam o presente Termo Aditivo.

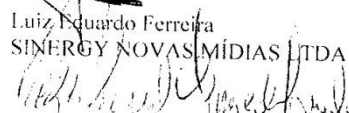
Do que para constar e valer em todos os seus efeitos de direito, celebrou-se o presente, que lido e achado conforme, vai pelas partes assinado.

Porto Alegre, 09 de junho de 2010.

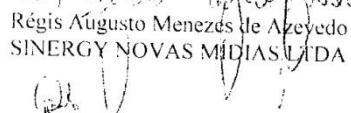


Professor Garcia
Secretário Municipal do Meio Ambiente

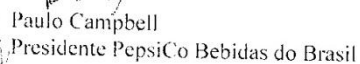
ADOTANTES:



Luiz Eduardo Ferreira
SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA

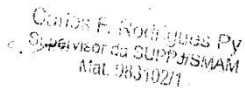


Régis Augusto Menezes de Azevedo
SINERGY NOVAS MÍDIAS LTDA



Paulo Campbell
Presidente PepsiCo Bebidas do Brasil

TESTEMUNHAS:



Carlos F. Rodrigues Py
Supervisor da SUPP/SMAM
Mat. 98310271



Ivsem Gonçalves
Chefe de Gabinete
Mat: 98311.4/1-SMAM

ANEXO E

TERMO DE ADOÇÃO DO LARGO JORNALISTA GLÊNIO PERES, CELEBRADO ENTRE PREFEITURA E VONPAR REFRESCOS S.A.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE

SETOR DE CONTRATOS/PGM:

LIVRO n.º:

FLS. :

REG. :

TERMO DE ADOÇÃO

O Município de Porto Alegre, através deste ato, representado na pessoa de seu Procurador-Geral, João Batista Linck Figueira, com a interveniência da Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio, representada por seu Secretário, Idenir Cecchim, e da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, representada por seu Secretário, Carlos Garcia, de um lado, e VONPAR REFRESCOS S.A., representada pelo Presidente do Conselho de Administração, Sr. Ricardo Vontobel e por seu Diretor Presidente, Sr. Augusto César Parada, de outro, objetivando a realização dos serviços de conservação e manutenção nos equipamentos públicos, bem como benfeitorias especificadas e abaixo referidas, nos termos da Lei Complementar n.º 618, de 10 de junho de 2009, têm entre si ajustado:

1. A empresa VONPAR REFRESCOS S.A. compromete-se a instalar equipamentos e executar os serviços de manutenção e conservação do Largo Glênio Peres e adjacências, bem como da Praça XV e do canteiro da Avenida Borges de Medeiros, obedecendo as normas próprias, em especial as contidas nas leis complementares n.º 618 e n.º 434 (PDDUA) e no Decreto n.º 14.539, e segundo as especificações constantes no Anexo I deste Termo.

2. Após o início da execução dos serviços fica permitido à adotante a colocação, no local, de placa mista indicativa e representativa de sua cooperação com o Poder Público, desde que nos moldes aprovados pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente.

3. VONPAR REFRESCOS S.A. comunicará à SMAM, em conjunto com a SMIC, as eventuais ocorrências de turbacão na área, que impliquem na tomada de medidas urgentes para a defesa de sua dominialidade pública, por parte do órgão competente.

4. A SMAM, em conjunto com a SMIC, fornecerá as instruções necessárias, dirimindo as dúvidas eventualmente surgidas sobre a execução dos serviços.

5. A Prefeitura, através da SMAM, em conjunto com a SMIC, se reserva a atribuição de exercer permanente fiscalização sobre os referidos serviços, bem

assim, a qualquer tempo e a seu critério exclusivo, rescindir, parcial ou totalmente o presente Termo de Cooperação.

6. O assentamento da propaganda física se dará após os serviços e obras que a adotante tiver executado, bem como os equipamentos e instalações que tiver implantado.

7. A adotante poderá promover na área do Largo Glênio Peres eventos anuais, assegurado um número mínimo de 3 eventos, mediante agenda e programa a serem submetidos à aprovação da Secretaria Municipal da Cultura e SMIC.

8. Implicará o desfazimento da adoção, sem notificação prévia, bem como a retirada de toda publicidade do adotante, o desrespeito às normas do Decreto n.º 14.539 e deste Termo de Cooperação.

9. Haverá o desfazimento da adoção caso uma das partes manifeste essa vontade mediante comunicação escrita com 30 (trinta) dias de antecedência.

10. A adoção não gera qualquer direito de exploração comercial do equipamento para a adotante, nem altera a natureza de uso e gozo do bem público. No entanto, com relação a colocação de equipamentos, tais como mesas e cadeiras, exemplificativamente, fica garantido à adotante a respectiva exclusividade.

11. Passa a fazer parte integrante do logradouro municipal todas as benfeitorias realizadas no bem público, não gerando qualquer direito de ressarcimento das despesas realizadas pela adotante.

12. O presente Termo de Cooperação vigorará pelo prazo de 3 (três) anos.

Porto Alegre, 25 de março de 2010.

João Batista Linck Figueira,
Procurador-Geral do Município.

Idenir Cecchim,
Secretário da SMIC.

Ricardo Vontobel
Presidente do Conselho de
Administração da Vonpar Refrescos S/A.

Carlos Garcia,
Secretário da SMAM.

Augusto César Parada
Diretor Presidente da Vonpar Refrescos
S.A.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE

Anexo I

Especificações dos equipamentos a serem instalados e dos serviços a serem executados pela adotante Vonpar

1. No Largo Glênio Peres, execução e manutenção dos seguintes serviços:

1.1. Da execução:

a) restauração do pavimento, recuperando e mantendo os materiais e paginação original, de acordo com projeto original e sob supervisão da Secretaria Municipal de Obras e Viação;

b) instalação de esperas metálicas para fixação de tendas destinadas às feiras, conforme projeto;

c) instalação de deck elevado para uso dos permissionários do Mercado Público Central, contendo cobertura, alimentação elétrica, iluminação e todas as obras de infraestrutura necessárias de acordo com os projetos, observadas possíveis interferências com as redes já existentes;

d) instalação de um chafariz com respectivo equipamento e obra civil no Largo Glênio Peres, conforme projeto esquemático;

e) execução de espaço para manifestações públicas, atrações e shows culturais, conforme projeto em anexo, ficando o calendário e agendamento de eventos a cargo do Município;

f) Custeio de concurso, premiação, honorários, instalação e execução de monumento em homenagem ao jornalista Glênio Peres, de acordo com as orientações fornecidas pelos órgãos competentes do Município. A organização do referido concurso e a definição de diretrizes para a execução da obra ficarão a encargo do Município.

g) instalação de 12 (doze) postes de iluminação, conforme projeto;

h) instalação de sistema de vídeo monitoramento constante de 05 (cinco) câmeras e redes de transmissão e alimentação, conforme projeto. Para a realização das obras e instalações será contratada a empresa PROCEMPA, a qual irá apresentar e executar todos os orçamentos referentes ao detalhado no projeto. As obras e serviços serão executados sob orientação e apoio técnico da PROCEMPA e SMOV. A operação e manutenção do sistema a ser implantado ficará a cargo da PROCEMPA e do Município.

i) instalação de sistema de acesso remoto para internet ("wireless"), com cobertura em área correspondente ao Largo Glênio Peres e Praça XV de Novembro, conforme projeto em anexo. As obras e serviços serão executados sob contratação, orientação e apoio técnico da PROCEMPA e SMOV. A operação e manutenção do sistema a ser implantado ficará a cargo da PROCEMPA e do Município.

.2. Da manutenção:

a) Os reparos cotidianos do pavimento serão executados pelo Município, através da SMOV. Ao final de cada ano será realizada vistoria com o objetivo de relacionar os serviços de recuperação geral do pavimento a serem realizados pela VONPAR REFRESCOS S.A., sob orientação e fiscalização do Município.

b) Os reparos de manutenção do deck elevado e dos elementos que compõem o seu conjunto (estruturas de madeira, cobertura, alimentação elétrica e iluminação), quando representarem comprometimento de imagem ou risco à segurança de seus usuários e não decorrerem do mau uso ou falta de zelo dos permissionários, serão efetivados pela VONPAR REFRESCOS S.A. no prazo de 120 (cento e vinte) horas depois de recebida notificação. Este prazo poderá ser estendido mediante justificativa apresentada pela empresa e aceita pela SMIC. Ao final de cada ano será realizada vistoria com o objetivo de relacionar os serviços de recuperação geral do deck, sob orientação e fiscalização do Município. Independente dos serviços relacionados pela vistoria, será realizada anualmente manutenção preventiva do deck, através da repintura dos elementos de madeira e lavagem dos elementos de cobertura, conforme recomendações em anexo.

c) A VONPAR REFRESCOS S.A. se responsabilizará pelos reparos necessários ao bom funcionamento do chafariz, considerando equipamentos do sistema de bombeamento, jatos de água e suas redes de alimentação. O Município se responsabilizará pela manutenção das casas de máquinas, limpeza dos reservatórios e operação do sistema.

d) A VONPAR REFRESCOS S.A. se responsabilizará pelos reparos necessários a estrutura instalada para realização de manifestações públicas, atrações e shows culturais. Ao final de cada ano será realizada manutenção preventiva dos elementos estruturais e lavagem da cobertura.

e) A VONPAR REFRESCOS S.A. se responsabilizará pelos reparos decorrentes de eventuais danos causados ao monumento em homenagem ao jornalista Glênio Peres. Toda operação de recuperação do referido monumento ocorrerá sob supervisão e acompanhamento dos órgãos responsáveis do Município.

f) A VONPAR REFRESCOS S.A. se responsabilizará pela manutenção física dos postes de iluminação referidos na alínea g, do item 1.1., arcando o Município com a mão-de-obra, a reposição das lâmpadas e demais componentes do sistema elétrico, através da DIP-SMOV.

g) A VONPAR REFRESCOS S.A. se responsabilizará pelos reparos necessários ao bom funcionamento do sistema de vídeo monitoramento instalado no local.

2. Execução e manutenção de projeto de reurbanização do canteiro central da Av. Borges de Medeiros, entre o Paço Municipal e o Mercado Público Central:

2.1. Da execução:

a) Alargamento e pavimentação do canteiro, conforme planta;

b) Execução de fundações e infra-estrutura de dutos e caixas de passagem para instalação de rede e postes de iluminação, conforme projeto fornecido pela DIP-SMOV;

c) Abertura de valas para plantio de quatro palmeiras, seguindo orientação da SMAM.

d) Plantio dos canteiros com grama, flores ou plantas ornamentais, de acordo com a orientação da SMAM.

2.2. Da Manutenção:

a) Os reparos cotidianos do pavimento serão executados pelo Município, através da SMOV. Ao final de cada ano será realizada vistoria com o objetivo de relacionar os serviços de recuperação geral do pavimento a serem realizados pela VONPAR REFRESCOS S.A., sob orientação e fiscalização do Município.

b) A reposição das lâmpadas dos postes de iluminação referidos na alínea *b* do subitem anterior ficará a cargo do Município, através da DIP-SMOV.

c) Conservação dos canteiros, eliminando as ervas daninhas e repondo as mudas que morrerem, conforme orientação da SMAM;

3. Execução e manutenção do paisagismo da Praça XV de Novembro e canteiros da Rua Marechal Floriano e conservação e manutenção de piso, equipamentos e mobiliário geral da Praça XV de Novembro.

3.1. Da execução:

a) Implantação pela Adotante de projeto de jardim nos canteiros da praça a ser fornecido pela DPC/ SMAM e orientação da ZC/ SMAM;

b) Plantio de grama nos canteiros da Rua Marechal Floriano, de acordo com a orientação da DPC e ZC/ SMAM.

3.2. Da conservação e manutenção:

a) Manutenção dos canteiros do jardim da praça, incluindo o plantio, as regas necessárias, adubação de reposição, limpeza, remoção de inços, reposição de mudas faltantes, bem como renovação dos canteiros e substituição de forrações de estação, quando for o caso, conforme projeto da DPC/ SMAM;

b) As podas e remoções de arbustos e árvores serão efetuadas sob a orientação da SMAM;

c) Manutenção dos canteiros da Rua Marechal Floriano, incluindo regas diárias, eliminando as ervas daninhas, adubando e repondo a grama quando necessário;

d) É proibida qualquer caiação de árvores ou pedras, no sentido de não descaracterizar os elementos naturais.

e) Os reparos cotidianos no pavimento serão executados pelo Município pela SMOV de acordo com o projeto e especificações da DPC/SMAM. Ao final de cada ano, será realizada vistoria na praça com o objetivo de relacionar os serviços de recuperação geral do pavimento a serem realizados pela VONPAR REFRESCOS S.A. de acordo com o projeto e especificações da DPC/SMAM, sob orientação e fiscalização da DPC/ SMAM;

f) A VONPAR REFRESCOS S.A. se responsabilizará pela manutenção e conservação dos equipamentos e mobiliário urbano da praça (luminárias, postes, bancos, lixeiras), providenciando a substituição ou reposição quando necessário;

g) A limpeza diária da área ficará a cargo do Município podendo ser requisitado à VONPAR REFRESCOS S.A. eventual apoio para operações que demandem condições excepcionais;

h) A reposição de lâmpadas da iluminação pública ficará a cargo do Município através da DIP/ SMOV;

i) A reposição de lâmpadas e luminárias do piso dos jardins ficará a cargo da VONPAR REFRESCOS S.A., sob orientação da DPC/ SMAM e DIP/ SMOV.

4. Os projetos não especificados e referidos neste Anexo constam nos autos do processo administrativo n.º 001.019356.09.9.

Anexo II
Cronograma de obras e benfeitorias

CRONOGRAMA DE OBRAS E BENFEITORIAS	MÊS INICIO	ANO	ESTIMATIVAS EM R\$
RESTAURAÇÃO DO PAVIMENTO DO LARGO GLENIO PERES	ABRIL	2010	R\$ 50.000,00
INSTALAÇÃO DE ESPERAS METÁLICAS	ABRIL	2010	R\$ 5.000,00
INSTALAÇÃO DE DECK ELEVADO (conforme projeto anexo)	MAIO	2010	R\$ 180.000,00
ALARGAMENTO E PAVIMENTO DO CANTEIRO DA BORGES DE MEDEIROS	MAIO	2010	R\$ 40.000,00
FORNECIMENTO DE MOBILIÁRIO + COBERTURA PARA DECK	JUN	2010	R\$ 130.000,00
IMPLANTAÇÃO DE CANTEIROS / JARDIM DA PRAÇA XV	JUN	2010	R\$ 40.000,00
INSTALAÇÃO DE 12 POSTES DE ILUMINAÇÃO (conforme projeto anexo)	JUN	2010	R\$ 70.000,00
INSTALAÇÃO DO SISTEMA DE VIDEO MONITORAMENTO (conforme projeto anexo, via Procempa)	JUN	2010	R\$ 128.000,00
INSTALAÇÃO DE SISTEMA WIRELESS (conforme projeto anexo, via Procempa)	JUN	2010	R\$ 128.000,00
INSTALAÇÃO DE UM CHAFARIZ (conforme projeto anexo)	JAN	2011	R\$ 100.000,00
EXECUÇÃO DE ESPAÇO PARA MANIFESTAÇÕES PÚBLICAS (conforme projeto anexo)	FEV	2011	R\$ 30.000,00
CONCURSO MONUMENTO AO JORNALISTA GLÊNIO PERES	MAI	2012	R\$ 50.000,00
MANUTENÇÃO ANUAL DOS CANTEIROS E JARDINS	-	2011-2013	R\$ 45.000,00
TOTAL			R\$ 868.000,00

* Todos estes valores são apenas orçamentos. Além destes investimentos, a ADOTANTE será responsável por outros custos/investimentos para manutenção das benfeitorias dispostas.

* Juntamente ao cronograma, segue em anexo a Planta Baixa do Largo Glênio Peres, com layout geral da fonte seca, tendas, deck e monumento Glênio Peres, que é parte integrante deste Termo.

ANEXO F

REPERCUÇÃO ACERCA DO USO DO LARGO COMO ESTACIONAMENTO DE AUTOMÓVEIS

<http://www.abaixoassinado.org/assinaturas/assinar/9897/> - Acesso em 18/12/2012.

Abaixo-Assinado (#9897): **LARGO GLENIO PERES NÃO É ESTACIONAMENTO:**

Destinatário: Ministério Público Federal

>> [Assine Agora](#) <<

Vimos por meio deste pedir para que o Largo Glênio Peres localizado em frente ao Mercado Público de Porto Alegre não seja mais usado como estacionamento durante os sábados pela manhã e a tarde. O Largo foi restaurado em 1993, havia ônibus municipais, neste local bem como camêlos. Eles foram retirados para uma melhor circulação de pedestres e nos últimos quatro anos o espaço foi cedido para ser estacionamento -, o que impede e dificulta a circulação de pedestres e principalmente de turista que vêm a capital gaúcha passear nos fins de semana. O Largo está descaracterizado, o piso que foi restaurado está destruído e está se tornando um não-lugar, ou um lugar qualquer. O Largo é um patrimônio histórico com grande beleza, é um espaço de convivência e um local público para pedestres, ciclistas e manifestações públicas. Para tanto pedimos que seja proibido a utilização desta área como estacionamento de carros. O Largo Glênio Peres é dos pedestres!

Dados adicionais:

- criado em **2012-09-03**.
- **13** assinaturas
- 41 visualizações
- autor: Ana Paola de Oliveira
- comunidade:
- categoria: Trânsito e Poluição Sonora
- Site: <http://>
- **Compare Preços:** | CDs | DVDs | Home Theater | Livros |
- **Endereço para divulgação:** <http://www.abaixoassinado.org/abaixoassinados/9897>

Compartilhar:

[Share / Save](#) [f](#) [t](#) [e](#) [d](#)

■ [Ver na íntegra](#) ■ [Assinar](#) ■ [Ver assinaturas](#) ■ [Sou o Autor](#) ■ [PDF](#)



Categorias:

- Animais
- Condomínios e Associações
- Cultura
- Direitos Humanos
- Educação
- Entretenimento
- Esportes
- Impostos
- LGBT
- Meio Ambiente
- Negócios / Economia
- Política
- Reivindicações Trabalhistas
- Religião
- Saúde
- Segurança Nacional
- Segurança Pública
- Terceiro Setor
- Trânsito e Poluição Sonora
- Transportes
- Utilidade Pública

Você só precisa de uma coisa para ter seu site na internet:

ANEXO G

PLE 38/2011 E REPERCUSSÃO EM MÍDIA

Of . nº 922/GP. Paço dos Açorianos, 10 de outubro de 2011.

Senhora Presidente:

Dirijo-me a Vossa Excelência para encaminhar-lhe o anexo Projeto de Lei que dispõe sobre a realização de eventos no Largo Jornalista Glênio Peres, logradouro situado entre o Mercado Público Municipal e a Praça XV de novembro, entre a Av. Borges de Medeiros e a Rua Marechal Floriano, a fim de ser submetido à apreciação dessa Colenda Câmara Municipal.

É consabido que o Largo Jornalista Glênio Peres, afora a sua contextualização histórica como um dos espaços públicos de referência cultural, econômica, turística e política de Porto Alegre, é destinado à circulação e à utilização coletiva dos cidadãos, sendo necessário o estabelecimento de um regramento que resulte em aproveitamento racional com garantia dos fundamentos de sua concepção. É notório o fato de que a utilização do referido Largo, ao longo dos anos, para a realização dos mais variados tipos de eventos tem como consequência o surgimento cada vez maior de barreiras e ameaças ao uso originariamente definido, com prejuízo a sua preservação e manutenção. No caso, por exemplo, da realização de feiras, a montagem e desmontagem de grandes estruturas contribuem, sem dúvida, para a deterioração de seu pavimento. Cabe, também, o registro de que muitas destas feiras, devido sua natureza, não atendem o pressuposto necessário à destinação de um espaço público de uso comum do povo.

Por outro lado, o Executivo Municipal, no âmbito de sua competência, tem empreendido grandes esforços com vista à revitalização do Centro Histórico de nossa Cidade, buscando qualificar os espaços públicos para o uso de todos. E neste contexto, o Projeto de Lei que ora apresento busca regular e estabelecer critérios ao uso do Largo Jornalista Glênio Peres, na concepção de que fiquem mantidos os calendários da realização da FERIA de Peixe e da Feira Estadual da Economia Solidária no entendimento de que estes eventos agregam benefícios a todos os gaúchos, em especial aos porto-alegrenses.

É nesse sentido que encaminho a esse Legislativo Municipal e apresento aos Nobres Pares esta proposta de regramento específico para a utilização deste espaço público em eventos de diversas naturezas, esperando que a sociedade, nesta Egrégia Casa representada, participe e apoie o tema ora introduzido.

São estas, Senhora Presidente, as considerações que faço, ao mesmo tempo em que submeto o Projeto de Lei à apreciação dessa Casa, aguardando breve tramitação legislativa e a necessária aprovação da matéria.

Atenciosas saudações,

José Fortunati,
Prefeito.

A Sua Excelência, a Vereadora Sofia Cavedon,
Presidente da Câmara Municipal de Porto Alegre.

PROJETO DE LEI Nº 038/11.

Dispõe sobre a realização de eventos culturais, econômicos, políticos e de outra natureza no Largo Jornalista Glênio Peres, revoga as Leis n. 9.404, de 3 de fevereiro de 2004, e 10.660, de 20 de março de 2009, e dá outras providências.

Art. 1º Os eventos culturais, econômicos, políticos e de outra natureza, a serem realizados no Largo Jornalista Glênio Peres, instituído pela Lei nº 7.023, de 16 de abril de 1992, passam a ser disciplinados por esta Lei.

Art. 2º Fica vedada a realização de quaisquer feiras no Largo a que se refere esta Lei, com exceção dos seguintes eventos:

I – Feira do Peixe, evento a ser realizado na Semana Santa; e

II – Feira Estadual da Economia Solidária, evento a ser realizado na primeira semana de dezembro de cada ano.

Parágrafo único. A autorização para realização do evento referido no inc. II do “caput” deste artigo fica condicionada ao oferecimento de no mínimo 40% (quarenta por cento) de vagas para a participação de empreendimentos de Porto Alegre.

Art. 3º Poderão ser realizados eventos ou campanhas de assistência social, de saúde, de programas governamentais de caráter estritamente institucional no Largo, mediante prévia autorização do Executivo Municipal.

Parágrafo único. Os eventos referidos no “caput” deste artigo ficam limitados ao prazo de até 7 (sete) dias, sendo permitida a montagem de toldos cuja estrutura poderá ter no máximo 100m² (cem metros quadrados).

Art. 4º A realização de shows artísticos, espetáculos e eventos culturais que façam uso de palco e sonorização ficarão limitados a 2 (dois) eventos mensais, com duração de no máximo 1 (um) dia cada um, excetuadas as manifestações de caráter político que poderão ficar vinculadas à aplicação do calendário vigente no período eleitoral.

§ 1º Para efeitos de aplicação do disposto no “caput” deste artigo, a estrutura e montagem do palco deverá ser submetida à prévia aprovação do Executivo Municipal por intermédio do órgão competente, mediante a protocolização dos documentos referentes ao laudo de segurança, “layout” e Anotação de Responsabilidade Técnica do Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (ART/CREA).

§ 2º Sem prejuízo ao disposto no § 1º e nas demais legislações municipais, o promotor dos eventos a que se refere o “caput” deste artigo ficará responsável pelos danos que possam ser ocasionados pela montagem da estrutura e utilização do Largo.

§ 3º Na ocorrência do disposto no § 2º os danos causados deverão ser indenizados ao Município, condição indispensável para nova autorização de uso do Largo a que se refere esta Lei.

Art. 5º Será permitida a utilização do Largo pelos artistas de rua, desde que, devidamente autorizados pelo Executivo Municipal por intermédio de seus órgãos competentes, vedada a utilização de som amplificado.

Art. 6º Fica vedada, sob qualquer hipótese, a utilização de som amplificado no Largo, exceto para os eventos descritos nos arts. 3º e 4º desta Lei.

Art. 7º O Executivo Municipal regulamentará esta Lei, no que couber, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias contados de sua publicação.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 9º Ficam revogadas:

I – Lei nº 9.404, de 3 de fevereiro de 2004; e

II – Lei nº 10.660, de 20 de março de 2009.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE,
José Fortunati, Prefeito.

<http://www.sul21.com.br/jornal/2011/12/prefeitura-restringe-atividades-no-largo-glenio-peres/> - Acesso em 18/12/2012.

Prefeitura de POA restringe atividades no Largo Glênio Peres



Projeto estabelece que somente Feira do Peixe pode ocorrer no local | Foto: Divulgação / PMPA

Samir Oliveira

Ainda repercute nos movimentos populares de Porto Alegre um projeto de lei da prefeitura que restringe a realização de atividades culturais, artísticas e econômicas no Largo Glênio Peres – tradicional espaço que costeia o Mercado Público e a avenida Borges de Medeiros, no centro da Capital. O texto foi aprovado pela Câmara Municipal na última quarta-feira (14) e permite que somente a Feira do Peixe aconteça no local.

O projeto original previa que seria possível realizar também a Feira Estadual de Economia Solidária, mas uma emenda de autoria do vereador Nelcir Tessaro (PSD), aprovada nesta segunda-feira (19), retirou o evento do rol de atividades permitidas no Glênio Peres. Além disso, a lei estipula que “shows artísticos, espetáculos e eventos culturais que façam uso de palco e sonorização ficarão limitados a dois eventos mensais, com duração de no máximo um dia cada um”.

A lei também determina que artistas de rua poderão utilizar o Largo Glênio Peres, “desde que devidamente autorizados pelo Executivo Municipal por intermédio de seus órgãos competentes, vedada a utilização de som amplificado”.

O texto de apresentação da proposta, assinado pelo prefeito José Fortunati (PDT), justifica que é preciso proteger o pavimento do largo e sustenta que “muitas destas feiras (*realizadas no local*), devido sua natureza, não atendem o pressuposto necessário à destinação de um espaço público de uso comum do povo”.

O texto original foi aprovado por 23 votos contra somente dois (de Aldacir Oliboni, do PT, e de Fernanda Melchionna, do PSOL). Outros dois parlamentares estavam ausentes da sessão e nove se abstiveram. A emenda que retira a Feira Estadual de Economia Solidária do local foi aprovada por 17 votos contra 12, com uma ausência e seis abstenções.

“É um escândalo”, diz vereadora

A vereadora Fernanda Melchionna (PSOL) qualifica o projeto que restringe atividades no Largo Glênio Peres como “um escândalo”. “É uma tentativa de privatização e restrição da utilização de espaços públicos”, dispara a socialista.



Prefeitura privatiza espaços públicos, critica vereadora Fernanda Melchionna | Foto: Bolívar Abascal Oberto/CMPA

Ela acredita que, além dos prejuízos econômicos que algumas categorias terão, como a dos artesãos, a lei ataca o direito a manifestações no local. “A prática da prefeitura tem sido atacar determinadas manifestações populares”, critica, lembrando o caso do grupo teatral Levanta Favela, que foi detido durante uma intervenção artística na Esquina Democrática.

Fernanda ainda acusa os vereadores da base do governo de terem feito uma manobra para votarem às pressas o projeto. A previsão era de que a proposta fosse votada no dia 15, mesmo dia em que o presidente do Sindicato dos Artesãos do Rio Grande do Sul, Sérgio de Freitas Silva, iria se manifestar na tribuna contra a matéria.

O secretário municipal de Indústria, Comércio e Produção (Smic), Valter Nagelstein (PMDB), esteve na Câmara no dia 14 para articular a votação do projeto. “Que democracia é essa que vota um projeto sem ouvir o povo? Isso é um arremedo de democracia” recrimina Fernanda.

A antecipação da votação fez o presidente do Sindicato dos Artesãos mudar seu discurso, que estava orientado na tentativa de sensibilizar os parlamentares a não aprovarem o projeto. “O prejuízo será geral, estamos fadados a não conseguir fazer mais nada”, desabafa Sérgio de Freitas Silva.

Ele ressalta que a nova lei dificulta ainda mais as possibilidades de que a Semana do Artesão, realizada em 2010 no Largo Glênio Peres e impedida este ano, vire um acontecimento instituído por lei no calendário da cidade. “Pleiteávamos a ideia de consolidar esse evento em lei municipal. Nos puxaram o tapete”, critica.

Silva denuncia ainda que a Cooperativa dos Artesãos está sendo retirada pela Smic de uma loja que ocupa no segundo piso do Mercado Público. O espaço é cedido gratuitamente pela prefeitura. “São muito poucos os artesãos que têm loja própria,

pois é muito caro para manter. Perdendo esses espaços, nos resta apenas a José Bonifácio, aos sábados e domingos, para expormos nossos produtos”, lamenta o dirigente sindical.

“Estão feudalizando a cidade”, alerta integrante do Largo Vivo

Desde que o titular da Smic, Valter Nagelstein (PMDB), disse em seu perfil no twitter que a existência de um estacionamento no Largo Glênio Peres traria “um público mais qualificado” ao Mercado Público, um grupo de pessoas, em sua maioria ciclistas, vem realizando encontros semanais no local com o objetivo de ocupar o espaço por pessoas, não por automóveis – como ocorre diariamente após as 18h. O movimento, que ficou conhecido como Largo Vivo, pode vir a ter suas atividades limitadas com a aprovação da lei que restringe atos culturais e artísticas no largo.

Felipe Martini, um dos integrantes do coletivo, contesta o argumento da prefeitura, de que a limitação dos eventos no Glênio Peres tem como objetivo a preservação do pavimento no local. “A mesma prefeitura que diz isso é a prefeitura que transforma o largo em estacionamento a partir das 18h, o que causa danos ao pavimento”, argumenta.

Ele considera que, se as feiras causam algum dano, devem ser responsabilizadas, não proibidas em sua totalidade. “Seria como proibir a existência das árvores porque os galhos poderiam cair em alguém”, compara. Martini acusa a prefeitura de estar adotando uma “postura política para restringir o espaço, não preservá-lo”. “Vemos cada vez menos espaços para manifestações. Estão feudalizando a cidade”, critica.

O integrante do Largo Vivo diz que o grupo nunca precisou pedir autorização para utilizar o espaço público. “O que fazemos é simplesmente utilizar uma praça como aquilo que ela é: uma praça. Diferente do que faz a prefeitura, que a utiliza como estacionamento.”

“O pessoal não tem limite, quando se atende uma coisa, querem outra”, diz Valter Nagelstein



Secretário diz que havia "ocupação abusiva e excessiva" do largo | Foto: Ramiro Furquim/Sul21

Articulador do projeto que estabelece regras para realização de atividades culturais, artísticas e econômicas no Largo Glênio Peres, o titular da Smic, Valter Nagelstein (PMDB), conversou por telefone com o **Sul21** para responder às críticas em relação à lei.

O peemedebista esclarece que as medidas se inserem no contexto de revitalizar o centro histórico de Porto Alegre, junto com outras ações, como a revitalização da Praça Otávio Rocha. “Enfrentávamos, historicamente, um processo de depredação do largo, de ocupação abusiva e excessiva”, conta, acrescentando que estudos da prefeitura apontam que, a cada 30 dias, o local passa 15 dias ocupado por alguma atividade de caráter comercial ou religiosa. “Passam em torno de 400 mil pessoas por dia por ali, uma feira tem garantia de público e vende bem. Um pai de santo ou um pastor evangélico que se instale ali arrebanha muitos fieis”, exemplifica.

O secretário esclarece que “dos 12 meses do ano, em seis meses o largo permanecia ocupado com atividades que implicavam na montagem e desmontagem de grandes estruturas, o que contribui para o processo de degradação do piso”. Confrontado com o argumento de Felipe Martini, de que seria contraditório proibir eventos no largo para preservar o pavimento enquanto são permitidos veículos no local após às 18h, Nagelstein rebateu: “Tem algum laudo de alguém que é engenheiro nesse grupo?”, respondeu, em referência ao Largo Vivo.

O peemedebista considera que o coletivo é integrado por pessoas de extrema-esquerda. “O pessoal não tem limite, quando se atende uma coisa, querem outra. Esse movimento tem a mesma inspiração dos movimentos da extrema-esquerda. Eu respeito, eles têm legitimidade para postular suas causas. Mas também temos legitimidade para governar, existe todo um processo pelo qual passamos, por mais que anarquista não goste”, alfineta o secretário.

O peemedebista garante que não tem participação na redação da emenda do vereador Nelcir Tessaro (PSD), que proíbe a realização da Feira Estadual de Economia Solidária no Largo Glênio Peres. Mas Nagelstein confessa que o evento lhe causa “mal estar”. “Te confesso que essa feira me causava um mal estar”, admite.

Ele explica que a feira acaba retirando clientes que poderiam comprar os mesmos produtos no Mercado Público. “Essa feira foi instalada em dezembro, mês em que as pessoas mais podem vender. Ela compete com quem trabalha lá o ano inteiro”, avalia, acrescentando que muitos dos expositores vêm do interior do Estado. “É com esses (*os porto-alegrenses*) que a municipalidade tem obrigação. Não é um pensamento xenófobo, minha tarefa como secretário é promover a economia e o desenvolvimento de Porto Alegre. Se a feira é estadual, há o largo da Epatur, o espaço da Secretaria Municipal da Agricultura, o próprio Cais do Porto e o Centro de Exposições de Esteio”, sugere.

Sobre a manifestação do Sindicato dos Artesãos, que alega que terá prejuízos com retirada de outros eventos do Glênio Peres e acusa a Smic de querer retirar uma sala da Cooperativa dos Artesãos no segundo andar do Mercado Público, Nagelstein alega que há o espaço do quadrante de feiras do Mercado para ser aproveitado pela categoria.

O secretário explica que a sala reivindicada pelo sindicato era utilizada pela cooperativa em parceria com o Sebrae, e o convênio já teria expirado. A intenção da Smic é utilizar o local para promover cursos de capacitação em gastronomia, numa parceria com o Senac, que investiria R\$ 1,2 milhão no local. “Essa cooperativa tem 20 ou 30 pessoas. Do outro lado, tenho a possibilidade de qualificar o eixo gastronômico”, defende.

O peemedebista considera que os artesãos precisam se ajustar aos espaços disponíveis. “Mas querem tomar conta de tudo. Querem o Largo, o quadrante e, se possível todas as lojas do segundo andar (*do Mercado Público*). Tem que ter limite, tchê! São que nem criança”, indigna-se o titular da Smic.

ANEXO H

NOTÍCIAS SOBRE EXECUÇÃO DE BEMFEITORIAS OCASIONADAS PELA ADOÇÃO DO PARQUE FARROUPILHA E DA ORLA DO LAGO GUAÍBA

<http://portal.abes-rs.org.br/> - Acesso em 27/11/2011.

PUBLICAÇÃO RELATA MELHORIAS NA REDENÇÃO E NA ORLA DO GUAÍBA



Data de publicação: jun 14, 2011 * 08:30 Sem comentários
Semana de Porto Alegre
Fonte e foto: Site PMPA

Representantes das empresas Sinergy Novas Mídias e Pepsi entregaram ao secretário municipal do Meio Ambiente, Luiz Fernando Záchia, a publicação *Projeto Eu Amo Porto*. A obra em capa dura, com 243 páginas coloridas, apresenta as áreas adotadas e as melhorias implementadas, além dos projetos para o futuro.

“A adoção, iniciada em abril de 2008 e renovada até 2014, permitiu inúmeras ações de qualificação na orla do Guaíba e no Parque Farroupilha, com restauração e ampliação da iluminação e colocação de novos equipamentos, como a academia de ginástica pública nos dois locais”, resumiu Záchia, ressaltando a importância desse tipo de parceria no desenvolvimento qualificado de Porto Alegre.

Orla do Guaíba – A orla recebeu iluminação em mais de 700 metros, em direção à zona Sul, com 50 novos postes e 75 luminárias. No trecho, foram instalados vinte marcadores de distância com lâmpadas LED (a cada 100 metros). Os três banheiros foram totalmente reformados, assim como as três quadras poliesportivas. Foram plantados 30 jerivás (das quadras até o Anfiteatro Pôr-do-Sol), grama e flores no entorno das canchas e áreas para prática de exercícios. Quatro equipamentos “cuca-fresca” (estrutura que lança jatos de água fresca e vaporizada ao toque de um botão) refrescam os esportistas nos dias quentes; bancos e lixeiras foram instalados por toda orla. As duas áreas para contemplação foram reformadas e o Anfiteatro Pôr-do-Sol recebeu nova pintura.

Parque Farroupilha – Entre as melhorias executadas no Parque Farroupilha estão a instalação de um chimarródromo, a substituição de bancos e lixeiras e a restauração da Fonte Luminosa, no coração da Redenção, que ganhou nova iluminação, sustentada por 23 holofotes. Placas informativas foram distribuídas em toda área do parque, com dados de distância percorrida e informações ambientais. Os quatro playgrounds da Redenção foram reformados, assim como o ancoradouro (local de onde saem os pedalinhos). Foram restaurados 83 postes de iluminação, com alturas de quatro, oito e 15 metros. Os banheiros do Mercado do Bom Fim também receberam qualificação.

Para 2011, a orla deverá receber novos equipamentos, como bancos, floreiras e lixeiras, confeccionados em tábua ecológica (feita de resíduo plástico e orgânico) e concreto ecológico, que também leva resíduos na mistura. Para padronização dos quiosques que comercializam alimentos e bebidas na orla, os adotantes propõem a instalação de contêineres modulares, confeccionados em metal, sendo resistentes ao vandalismo e de fácil transporte. A Redenção receberá projeto para sistema de sinalização vertical, com totens em concreto e madeira de reflorestamento.

<http://www.jcrs.uol.com.br/> - Acesso em 08/11/2011.

REVITALIZAÇÃO 09/06/2010 - 12h17min

Pepsi instala chimarródromo na Redenção

RICARDO GIUSTI/PMPA/ JC



Prefeito José Fortunati testa o equipamento.

Foi apresentado oficialmente, na manhã desta quarta-feira (9), o chimarródromo instalado no Parque da Redenção, em Porto Alegre. A novidade faz parte das melhorias que estão sendo executadas na praça e na Orla do Guaíba por meio de uma parceria firmada entre a Secretaria Municipal do Meio Ambiente (Smam), Sinergy Novas Mídias e PepsiCo Bebidas do Brasil (Pepsi).

No encontro, o prefeito José Fortunati assinou um Termo Aditivo de Cooperação, que é válido até setembro de 2014 e inclui a construção de duas academias para a melhoria, uma no Parque Farroupilha e outra na orla, restauração de todos os monumentos do parque, duas novas arenas de vôlei e revitalização com nova iluminação de 700 metros na orla.

Para Fortunati, Porto Alegre vem dando exemplo de parcerias público-privadas para qualificar os espaços e oferecer melhores condições de lazer à população. “Esta iniciativa em conjunto com a Pepsi e a Sinergy amplia os benefícios e serviços de nossos espaços públicos para a população. A ação demonstra que estamos preparando a cidade para o futuro”, salientou Fortunati.

Além do chimarródromo, as melhorias já executadas no Parque Farroupilha incluem a substituição de bancos e lixeiras e a restauração da Fonte Luminosa, no coração da Redenção, que ganhou nova iluminação, sustentada por 23 holofotes. “Nosso projeto visa à recuperação de bens públicos unindo a performance da empresa e o desenvolvimento da cidade”, ressaltou o presidente da PepsiCo, Paulo Campbell.

Na orla do Gasômetro, o projeto promoveu a reforma total dos três banheiros, reforma das três quadras poliesportivas da orla, instalação de 35 novos postes de iluminação (das quadras até a Usina do Gasômetro), e plantio de 30 jerivás (das quadras até o Anfiteatro Pôr-do-Sol), grama e flores no entorno das canchas e áreas para prática de exercícios.

ANEXO I

INDICATIVO DE APLICAÇÃO DESTA PESQUISA NO SITE “A REDENÇÃO”

http://www.aredencao.com.br - Acesso em 21/09/2011.

Parque Farroupilha - A Redenção



**BEM-VINDO AO
PARQUE FARROUPILHA - A REDENÇÃO
Porto Alegre - RS - BRASIL**

O Parque Farroupilha é o mais antigo e ao mesmo tempo o mais moderno, o mais bonito, o mais popular, o mais poético e o mais romântico parque de Porto Alegre.

- [Mapa do Parque](#)
- [deste site:](#)
- [Tur Virtual-Fotos 180/360°](#)
- [Localização](#)
- [Dados Principais](#)
- [Histórico](#)
- [Fotos Históricas](#)
- [Recantos](#)
- [Sua Foto no Parque](#)
- [Fotos Recentes \(Eventos Realizados\)](#)
- [Eventos Programados](#)
- [O Parque na Imprensa](#)
- [Serviços do Parque](#)
- [Você sabia? Curiosidades](#)
- [Esportes-Campeonato de Rústicas](#)
- [Polêmica-O cercamento do Parque](#)
- [Opiniões e Comentários](#)
- [O Site em destaque](#)
- [Humor no Parque](#)
- [O entorno do parque](#)
- [O tombamento do parque](#)

Parceiros






Foto de Ricardo Stricker/SIMM

Enquete

O que você acha do projeto de cercar o Parque Farroupilha ?

Sim, sou a favor, acho que deve ser cercado.

Não, sou contra, acho que não deve ser cercado.

Obs. Enquete suspensa temporariamente por problemas no servidor.
Ultima posição - 15/01/12
Sim - 6.398 - 50,73%
Não - 6.214 - 49,27%
Total - 12.612 votos

BUSCA NO GOOGLE

No site da Redenção

Na Internet

Avisos

O grupo de pesquisa acadêmica do Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PROPUR-UFRGS), está estudando o tema Percepção de Usuários Acerca de Intervenções do Setor Privado em Espaços Públicos de Turismo e Lazer Urbanos, e criou um questionário que pode ser respondido por qualquer usuário ou morador do entorno do Parque Farroupilha.

ANEXO J

**NOTÍCIA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE ACERCA DE
PESQUISA PARA PROJETO DE ADOÇÃO DO PARQUE FARROUPILHA**

<http://www.portoalegre.rs.gov.br/> - Acesso em 08/11/2011.

MELHORIAS NA REDENÇÃO SERÃO DECIDIDAS POR VOTO POPULAR



Foto: Ricardo Stricher/PMPA

Prefeitura e a Pepsi apresentaram 2ª fase do termo de adoção do parque

A prefeitura, por meio da Secretaria Municipal do Meio Ambiente (Smam), e a Pepsi, em parceria com Sinergy Novas Mídias, apresentaram na manhã desta terça-feira, 9, a segunda fase do Termo de Adoção do Parque Farroupilha (Redenção), firmado em abril do ano passado. Os cidadãos de Porto Alegre serão co-autores do projeto de revitalização da Redenção. Numa parceria inédita, a Pepsi consultará a população local para definir as próximas melhorias que serão realizadas no parque, símbolo da Capital. Nesta fase, são três propostas com os temas esporte, cultura e lazer, que contemplam tanto a construção de novos espaços no parque quanto uma programação de eventos gratuitos ([Veja vídeo](#)).

Em pesquisa realizada no início de 2009, com 600 representantes da sociedade, frequentadores da Redenção, foram levantados os principais pontos a serem melhorados no tradicional espaço. Melhorias nas áreas de iluminação, segurança e limpeza foram os quesitos mais relevantes para os usuários. Juntos, somaram 61,1% dos pontos que precisam ser melhorados. Outros 33% desta mesma amostra sugeriram a criação e melhoria das opções de lazer disponíveis.

De acordo com o titular da Smam, Professor Garcia, o prefeito José Fogaça prioriza a pesquisa, a exemplo do ocorrido com a manutenção do Orçamento Participativo. “É fundamental a opinião da sociedade gaúcha. Todos terão a oportunidade de escolher e votar em suas preferências”, salientou. O presidente da Pepsi no Brasil, Paulo Campbell, disse acreditar que a opinião da população seja fundamental nesta nova fase do projeto, já que as obras estão sendo criadas para eles. “É o porto-alegrense que vai usufruir dos espaços públicos, então nada mais justo do que ouvir suas necessidades”.

Participaram da entrevista coletiva, ocorrida próximo à Fonte Luminosa, além do secretário da Smam e do presidente da Pepsi no Brasil, Paulo Campbell, o gerente regional da Pepsi, Rodrigo Abreu, e o diretor jurídico da empresa Sinergy Novas Mídias, Guilherme Cantori.

Nos próximos dias, a Pepsi instalará urnas em pontos de grande circulação, como supermercados e shoppings e no próprio parque. Também será possível votar pelo site da Pepsi.

ANEXO K

**MATERIAL DIVULGADO PELA EMPRESA PEPSI-COLA INDUSTRIAL DA
AMAZÔNIA LTDA.**



Pepsi leva mais lazer para Parque Farroupilha

Porto Alegre, agosto de 2009 – Com 41% dos votos, a população de Porto Alegre escolheu incrementar a opção lazer do Parque Farroupilha. Em pouco mais de dois meses, os cidadãos votaram via hotsite e em urnas espalhadas em pontos-de-venda e ajudaram a Pepsi e a Sinergy Novas Mídias a decidirem as próximas melhorias que serão realizadas no parque símbolo da cidade. O projeto de revitalização de espaços públicos da capital faz parte um Termo de Cooperação firmado entre a Pepsi e a Sinergy com a Prefeitura de Porto Alegre e a SMAM.

A previsão é que nos próximos três meses, o Parque Farroupilha ganhe um bicicletário e um chimarródromo. Além de oficinas culturais gratuitas com aulas de ioga, pilates, tai chi chuan, dança e de reciclagem com instrutores artesãos do tradicional Brinque.

Somam-se às benfeitorias, a restauração dos espaços de convivência, Pepsi e Sinergy investem em um novo projeto paisagístico, novos bancos, bebedouros, banheiros, entre outros. Todas as iniciativas são abertas ao público e gratuitas.

Está é a segunda fase do Termo de Cooperação, que tem como meta devolver a Porto Alegre alguns de seus mais importantes pontos turísticos e espaços de lazer e entretenimento. Desde 2008, os porto-alegrenses já usufruem da primeira parte do processo de revitalização, que compreende a Orla do Guaíba. Mais conforto, novas quadras poliesportivas, o novo paisagismo e iluminação local aumentaram a circulação na Orla. Um calendário de atrações culturais às margens do Guaíba já reuniu milhares de pessoas nos fins de semana.

No próprio Parque Farroupilha o pontapé inicial também já foi dado pela Pepsi e pela Sinergy. A restauração da Fonte Luminosa, localizada no coração do Parque da Redenção, já foi realizada e o monumento ganhou uma nova iluminação sustentada por 23 holofotes.

Projeto

A parceria entre a Pepsi, Sinergy Novas Mídia e Prefeitura de Porto Alegre na revitalização da Orla do Guaíba e Parque Farroupilha foi lançada em abril de 2008 numa cerimônia simbólica, que contou com a presença do prefeito de Porto Alegre, José Fogaça. Além de subsidiar as benfeitorias, a marca decidiu oferecer ao longo do ano atrações como shows, concursos culturais e eventos artísticos para entreter os porto-alegrenses.



Com o Investimento, a Pepsi reforça sua proximidade com o público gaúcho, além de se perpetuar como uma das marcas que mais investe em opções de lazer diferenciado no Rio Grande do Sul. "Sabemos da importância do investimento da iniciativa privada na revitalização de espaços públicos. Com a revitalização de um dos principais cartões postais da Capital retribuímos o carinho do povo gaúcho com a marca Pepsi e reforçamos o lado inusitado que a marca possui", diz Nora Mirazon, diretora de marketing Pepsi.







Pepsi no Brasil

A AmBev é parceira da Pepsi no Brasil desde 1997, sendo a responsável pela fabricação, comercialização e distribuição dos produtos da empresa no País. A empresa passou a ser a responsável pela presença em todo o território nacional das marcas: Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Twist, Pepsi Twist Light, Teem (no Rio Grande do Sul).

A divisão de bebidas da PepsiCo está presente no Brasil desde 1953 com a marca Pepsi-Cola. A PepsiCo é a quinta maior empresa do segmento de bebidas e alimentos do mundo. Maior mercado na América do Sul, o Brasil vem se mostrando para a Pepsi-Cola mundial um amplo campo para crescimento em longo prazo. Grande parte deste aumento é resultado da expansão da distribuição da Pepsi, hoje realizada por meio da rede da AmBev.

Informações para a imprensa:

In Press Porter Novelli Assessoria de Comunicação

Emília Spirlandelli / Tatiana Souza

emilia.spirlandelli@inpresspni.com.br

tatiana.souza@inpresspni.com.br

Tel. (11) 3323-1543/ 1594

ANEXO L

AÇÃO POPULAR MOVIDA CONTRA O TERMO DE COOPERAÇÃO N° 22/2008



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA



IM
Nº 70028124923
2009/CÍVEL

AGRAVO DE INSTRUMENTO

PRIMEIRA CÂMARA CÍVEL

Nº 70028124923

COMARCA DE PORTO ALEGRE

MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE

AGRAVANTE

ADRIANA MARLUSA LIMBERGER SE-
RAFINI

AGRAVADO

PEPSI - COLA INDUSTRIAL DA AMAZO-
NIA LTDA PEPSICO E OUTROS

INTERESSADÓS

DECISÃO

Vistos.

1. O juízo *a quo* deferiu a liminar de antecipação dos efeitos da tutela para os réus, no prazo de 30 dias, proceder "à retirada de toda a publicidade comercial (placas, pinturas, etc.) que, efetuadas na Orla do Guaíba, a partir da assinatura do Termo de Cooperação nº 22/2008, não estejam de acordo com os limites quantitativos e qualitativos (padrão SMAM) previstos no Decreto Municipal 14.539/2004, sendo que, com relação à quantidade, deveria ser observado o limite de uma placa padrão SMAM para cada 2.500m². Se não cumprida, a liminar no prazo concedido fica desde já ajustada multa diária ora fixada em R\$5.000,00 (...)" (fls. 222-3).

Consoante a peça recursal, "o pretendido não é cassar a medida concedida para discutir os limites quantitativos das placas existentes, mas sim resguardar o Município-Agravante do pagamento da multa imposta uma vez que este adotou todas as medidas cabíveis para a adequação à legislação pertinente." (fl. 6). Mais adiante postula a suspensão da liminar porque "perdeu seu objeto na medida em que houve adequação dos eventuais pontos de desconformidade entre os atos praticados e a legislação aplicável a espécie" (fl. 13).

2. Assim sendo, como o agravante reconhece que nem tudo estava *conforme* a legislação ("adoção de equipamentos de lazer, cultura, esportes e recreação" de bens públicos de uso comum do povo), poder-se-ia concluir pela falta de interesse em recorrer, porquanto está adotando, ou já adotou, as providências no sentido de *conformar* os fatos às normas pertinentes.

Contudo, nem a decisão se limita ao problema do *cumprimento da legislação*, pois na realidade suspendeu a execução do Termo de Cooperação.

Número Verificador: 70028124923200912676



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA



IM
Nº 70028124923
2009/CÍVEL

nem o recurso se limita ao problema da multa, pois, uma vez ajustados os fatos às normas legais, pretende a manutenção do Termo.

Dito isso, passo ao exame dos pontos básicos que fundamentam seja a inicial da ação popular seja respeitável decisão recorrida.

3. Necessidade de licitação. Essa questão afeta o Termo de Cooperação em si. E a arguição mais radical, pois leva à sua nulidade. Quer dizer, questiona-se o próprio Termo, e não apenas a sua sujeição às normas legais específicas da adoção.

Consoante o art. 2º e parágrafo único da Lei 8.666/93, a licitação é imprescindível, salvo exceção, nos **contratos**, assim entendidos os ajustes com **obrigações recíprocas** – isto é, que observam o **princípio da comutatividade** –, que tenham por objeto obras, serviços, inclusive publicidade, compras, alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública, quando contraidos com terceiros.

O art. 116 submete às disposições “desta Lei, no que couber” os convênios, acordos, ajustes e outros instrumentos congêneres celebrados por órgãos e entidades da Administração.

Comentando, Marçal Justen Filho ensina que “A teoria geral do direito já pôs em destaque que o conceito tradicional de contrato está referido, fundamentalmente, a uma função “distributiva” ou “comutativa”, onde o contrato é instrumento da repartição da riqueza. Mas existem avenças de natureza “cooperativa” (ou organizacional), que são meio de aproveitamento conjunto e simultâneo dos bens dos bens e recursos humanos. Em um contrato “comutativo”, os interesses das partes são contrapostos: a vantagem de uma parte corresponde a desvantagem de outra. Já nos contratos “cooperativos”, não se configura essa contraposição de interesses, pois todos os partícipes do negócio estão voltados a consecução de um objetivo comum. Deste tipo, por exemplo, são os contratos societários.”

E prossegue: “Quando se alude a contrato administrativo, indica-se um tipo de avença que se enquadra, em termos de teoria geral do direito, na categoria dos contratos “comutativos” ou “distributivos” (ainda quando se trata de contratos unilaterais). Em tais atos, não há comunhão de interesses ou fim comum a ser buscado. Cada parte vale-se do contrato para atingir a um fim que não é compartilhado pela outra. Já no chamado “convênio administrativo”, a avença é instrumento de realização de um determinado e específico objetivo, onde os interesses não se contrapõem – ainda que haja prestações específicas e individualizadas a cargo de cada partícipe. No convênio, a assun-



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA



IM
Nº 70028124923
2009/CÍVEL

...ção de serviços destina-se a reger a atividade econômica de sujeitos integrantes da Administração Pública, que buscam a realização mediata de um mesmo e idêntico interesse público" (Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, Ed. Alde, 4ª ed., 524-5).

No caso, o Termo de Cooperação não se define como *contrato* no sentido técnico-administrativo, seja porque não objetiva a *repartição da riqueza*, seja porque não tem por objeto obras, serviços inclusive publicidade, compras, alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública.

Observe-se, quanto à *repartição da riqueza*, que o valor de R\$1.400.000,00 anuais (Cláusula 1ª, fl. 94), ou R\$2.800.000,00 nos dois anos ajustados (Cláusula 13ª, fl. 96), não é quantia que as adotantes recebem do Município, e sim que devem gastar em "serviços de conservação e manutenção do Parque Farrapinha e da Orla do Lago Guaíba, localizado entre o trecho da Usina do Gasometro até a Avenida Guaíba". Não têm como contraprestação o ressarcimento, e sim apenas o direito de colocar placas indicativas da cooperação com o MUNICÍPIO e de caráter educativo", conforme os limites de quantidade e de tamanho estabelecidos pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente – SMAM (Cláusula 3ª), por sua vez conforme o Decreto 14.539/04, que regulamentou a LCM 136/65, modificada pela LCM 391/96 (*Dispõe sobre a adoção de equipamentos de lazer e cultura*).

Assim, *considerando* que não se está diante de contrato no sentido técnico-administrativo; *considerando* que isso ocorre sem ônus à Administração Pública, isto é, as adotantes não só nada têm a receber como, ao invés, têm a despende; *considerando* que, em razão disso, não há falar em maior ou menor vantagem ao Poder Público em se concertar com esta ou aquela empresa, núcleo de todo procedimento licitatório; e *considerando* que o art. 116 manda aplicar as disposições da Lei 8.666/93 aos convênios, acordos, ajustes e outros instrumentos congêneres apenas *no que couber*, conclui-se que, em princípio, a licitação no caso não é imprescindível.

Aliás, pelo menos até agora não se cogitou disso, embora haja outras adoções em Porto Alegre, já há muitos anos, como a do "Parcão", no Bairro Moitinhos de Vento (vide fls. 110 e 112), e assim em outras grandes cidades, como Campinas e Recife (fls. 113-34).



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA



IM
Nº 70029124923
2009/CÍVEL

...ação de deveres destina-se a regular a atividade funcional de sujeitos integrantes da Administração Pública, que buscam a realização mediata de um mesmo e idêntico interesse público" (Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos - Ed. Alce, 4ª ed., 524-5).

No caso, o Termo de Cooperação não se define como **contrato** no sentido técnico-administrativo, seja porque não objetiva a **repartição da riqueza**, seja porque não tem por objeto obras, serviços inclusive publicidade, compras alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública.

Observe-se, quanto à **repartição da riqueza**, que o valor de R\$1.400.000,00 anuais (Cláusula 1ª, fl. 94), ou R\$2.600.000,00 nos dois anos ajustados (Cláusula 13ª, fl. 96), não é quantia que as adotantes recebem do Município, e sim que devem gastar em "serviços de conservação e manutenção do Parque Farroupilha e da Orla do Lago Guaíba, localizado entre o trecho da Usina do Casamento até a Avenida Guaíba". Não têm como contraprestação o fessarcimento, e sim apenas o direito de ocupar "placas indicativas da cooperação com o MUNICÍPIO de caráter educativo", conforme os limites de **quantidade** e de **tamanho** estabelecidos pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente - SMAM (Cláusula 3ª), por sua vez conforme o Decreto 14.539/04, que regulamentou a LCM 136/66, modificada pela LCM 391/96 (*Dispõe sobre a adoção de equipamentos de lazer e cultura*).

Assim, **considerando** que não se está diante de contrato no sentido técnico-administrativo; **considerando** que isso ocorre sem ônus à Administração Pública, isto é, as adotantes não só nada têm a receber como, ao invés, têm a despende; **considerando** que, em razão disso, não há falar em maior ou menor vantagem ao Poder Público em se concertar com esta ou aquela empresa, núcleo de todo procedimento licitatório; e **considerando** que o art. 116 manda aplicar as disposições da Lei 8.666/93 aos convênios, acordos, ajustes e outros instrumentos congêneres apenas **no que couber**, conclui-se que, em princípio, a licitação no caso não é imprescindível.

Aliás, pelo menos até agora não se cogitou disso, embora haja outras adoções em Porto Alegre, já há muitos anos, como a do "Parcão", no Bairro Morinhos de Vento (vide fls. 110 e 112), e assim em outras grandes cidades, como Campinas e Recife (fls. 113-34).



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA



IM
Nº 70028124923
2009/CÍVEL

goras de água), o que não tem previsão no processo de adoção de equipamentos públicos" (fl. 55), e por isso a suspensão da Cláusula 4ª (fl. 56).

Quem conhece o aparelho sabe que consiste em estrutura metálica mais alta que uma pessoa. Uma vez funcionando, emite por alguns segundos, através de diversos orifícios em linha vertical, uma névoa densa que envolve e refresca o organismo, causando sensível bem-estar. Instalados diversos ao longo da pista, são altamente confortáveis, de modo especial a quem a utiliza para fins de corridas e caminhadas aeróbicas. Não por acaso, na gíria são chamados de "cuca fresca". Retirá-los é, por uma questão de somenos, prejudicar milhares de pessoas, acentuadamente agora no verão.

Ademais, se, por um lado, genericamente, a legislação do instituto à adoção de bens de uso comum do povo, refere apenas **manter e conservar**, com o que não seriam possíveis obras novas, por outro, em teor, vai além, haja vista o § 1º do art. 2º da LCM 126/86, redação da LCM 391/96, permitindo ao adotante "*participar financeiramente, parcial ou integralmente, da implantação dos equipamentos de lazer, cultura, esportes e recreação.*" (grifei), daí por que o art. 16 do Regulamento diz: "*Passam a fazer parte integrante do logradouro municipal todas as melhorias realizadas no equipamento, não gerando qualquer direito de ressarcimento das despesas realizadas pelo adotante.*"

4.3.2 – Suspensão das Cláusula 7ª. Dispunha a respeito da impossibilidade de haver **comércio ambulante** com produtos similares ou indicativos de concorrência com os adotantes (fl. 96), todavia, as partes a revogaram por meio de Termo Aditivo (fls. 99-100); logo, não só o questionamento como a própria decisão judicial estão prejudicados no ponto.

4.3.3 – Suspensão das Cláusulas 5ª e 6ª. Essas cláusulas estão associadas às Cláusulas 4ª (dos borrifadores) e parágrafo segundo da Cláusula 2ª, o qual diz: "*Dentre outros materiais e serviços mencionados na presente cláusula estão: a colocação de bancos novos, a reforma de postes da orla, a colocação de lixeiras duplas, plantio de palmeiras, a realização de recantos com paisagismo vegetal, a renovação das áreas de ginástica e das quadras poliesportivas, a colocação de novos bebedouros, a realização de pinturas e reformas em geral*" (fl. 95).

Pois bem, a Cláusula 5ª permite aos adotantes a colocação de suas logomarcas "*em equipamentos como os descritos na cláusula segunda, localizados nos recantos e*



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA



IM
Nº 70028124928
2009/CIVEL

áreas de esporte do Parque Farraposinha e Orla do Lago Guaíba aprovadas pela SMAM, inclusive em tribuínas provisórias quando da realização dos serviços descritos na cláusula seguinte." E a Cláusula 6ª impõe às adotantes a padronização dos equipamentos e uniformes dos ambulantes licenciados pela SMAM, "inclusive mediante a veiculação de dicas ambientais em tais equipamentos."

Quanto à **Cláusula 5ª**, tratando-se de **obras novas** às custas das adotantes, o que vem a ser uma dimensão especial do instituto da adoção, isto é, que ultrapassam o âmbito da simples conservação e manutenção, não se pode concluir desde logo, seja ilegal os adotantes, sob prévia aprovação da SMAM, imprimirem nelas as suas marcas. Visível neste momento é o fato de que a forma de publicidade funciona como estímulo mais obras (entenda-se, melhoras e maior qualificação do lugar à população).

Quanto à **Cláusula 6ª**, não vejo em que a padronização dos equipamentos e uniformes dos ambulantes licenciados, com a veiculação de dicas ambientais, possa estar ferindo normas legais. Ao invés, assim como em relação aos quiosques, é conveniente a para evitar a poluição visual, ainda mais com "plás" de respeito ao meio ambiente.

4.3.4 – Suspensão Cláusula 8ª. Importa é a segunda parte, que diz o seguinte: "O MUNICÍPIO através da SMAM, compromete-se a, durante a vigência do presente Termo de Compromisso, não autorizar a realização de eventos no Parque Farraposinha e na Orla do Lago Guaíba onde haja a participação/promoção/patrocínio/apoio de empresas ou entidades cujas áreas de atuação sejam similares ou indiquem concorrência aos ora adotantes."

Com a devida vênia, neste ponto as partes foram além dos limites previstos na legislação do instituto da adoção. Instituíram uma exclusividade ou **reserva de mercado** às adotantes, em prejuízo à população em geral, pois pagará o preço de não poder assistir a eventos de empresas ou entidades similares ou concorrentes.

Essa cláusula, na essência, tem o mesmo vício da 7ª, entendida pelas próprias partes como legal porque estabeleceu a mesma exclusividade em relação ao comércio ambulante, sendo por isso revogada (fls. 47-8).



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA



IM
Nº 70028124923
2009/CÍVEL

4.3.5 – Excessos na execução. Eventuais excessos cometidos pelas adotantes na execução do Termo de Cooperação, em princípio não autorizam a ação popular para anulá-lo integralmente, e sim medidas administrativas de parte do Município no sentido de excluí-los, o que vem fazendo, conforme visto no início, podendo inclusive, se for o caso, rescindi-lo.

4. Dispositivo. Nesses termos, deiro em parte a suspensividade, isto é, exceto em relação a Clausula 7ª.

Comunique-se ao juízo singular.

A agravada para contra-razões.

Após, vista à dcta Procuradora de Justiça.

Porto Alegre, 9 de janeiro de 2009.

DES. IRINEU MARIANI,
Relator.

	<p>Este é um documento eletrônico assinado digitalmente conforme MP nº 2.206-2/2001 de 24/08/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil em 2001.</p> <p>Assinado por IRINEU MARIANI Nº de Série do Documento: 62E0080A0F70090F Data e hora da assinatura: 09/01/2009 14:42:13</p> <p>Para verificar a autenticidade deste documento consulte o site: www.abrasele.com.br ou utilize o programa de Verificação de Assinatura Eletrônica disponível em: www.abrasele.com.br</p>
--	--