

A IMPORTÂNCIA DOS FATORES IMATERIAIS NA ATRATIVIDADE DOS ESPAÇOS PÚBLICOS URBANOS

Diretrizes para a cidade de Maceió, Brasil

BRUNA MARIA VIANA DE SIQUEIRA

Dissertação submetida para satisfação parcial dos requisitos do grau de

MESTRE EM PLANEAMENTO E PROJECTO URBANO

Orientador: Professor Doutor Fernando Manuel Alves Brandão

Coorientador: Doutor Miguel Nuno Nogueira Lopes

JUNHO DE 2021

MESTRADO EM PLANEAMENTO E PROJECTO URBANO 2020/2021 – FEUP/FAUP

DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA CIVIL

Tel. +351-22-508 1901

Fax +351-22-508 1446

✉ mppu@fe.up.pt

Editado por

FACULDADE DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE DO PORTO

Rua Dr. Roberto Frias

4200-465 PORTO

Portugal

Tel. +351-22-508 1400

Fax +351-22-508 1440

✉ feup@fe.up.pt

🌐 <http://www.fe.up.pt>

Reproduções parciais deste documento serão autorizadas na condição que seja mencionado o Autor e feita referência a *Mestrado em Planeamento e Projecto Urbano – 2020/2021 – Departamento de Engenharia Civil, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto e Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2021.*

As opiniões e informações incluídas neste documento representam unicamente o ponto de vista do respetivo Autor, não podendo o Editor aceitar qualquer responsabilidade legal ou outra em relação a erros ou omissões que possam existir.

Este documento foi produzido a partir de versão eletrónica fornecida pelo respetivo Autor.

Este documento foi escrito no idioma Português do Brasil.

Aos meus Pais

*“Há um gosto de vitória e encanto em ser simples. Não é
preciso muito para ser muito.”*

Lina Bo Bardi

AGRADECIMENTOS

A jornada é tão importante quanto o destino, é o que eu costumo pensar ao desenvolver um projeto. Com esta dissertação não foi diferente, aprendi muito com a jornada e nem sempre foi fácil. Me permiti amadurecer e desenvolver um tipo de confiança que eu sempre almejei: acreditar em mim mesma. Eu consigo, eu sou capaz, eu irei adiante. Mesmo quando o mundo não enxergar meus esforços e simplicidade, ainda assim estarei firme, sempre em frente na caminhada da vida. Dessa forma, posso declarar que esta investigação contribuiu para o meu crescimento pessoal e profissional. Agradeço a mim mesma por não desistir e continuar forte.

Agradeço aos meus pais, que acreditaram em mim ao longo desse processo e contribuíram financeiramente e psicologicamente para que eu alcançasse os meus objetivos. Eles que sempre depositaram amor, carinho e a vontade de que eu conquistasse o meu espaço no mundo. Agradeço também à minha irmã mais nova, que embora não entenda o que se passa no mundo da arquitetura e urbanismo, prestou apoio mesmo assim. Vocês são minha fortaleza.

Às minhas amigas colegas de mestrado, Camila, Luísa e Sonia. Passamos pelo mestrado juntas, compartilhamos histórias, risos e conhecimento. Obrigada pelos conselhos e pelo suporte ao longo da jornada da dissertação.

Às minhas amigas de infância, Caroline e Mayara, por me confortarem nos momentos em que eu mais precisei, principalmente quando eu duvidei da minha capacidade, obrigada pelo apoio.

Ao meu orientador e coorientador, Professor Doutor Fernando Alves e Doutor Miguel Lopes, pelos ensinamentos compartilhados, dedicação e orientações sinceras.

Com mais uma etapa concluída, eu agradeço a Deus pelas experiências vividas e pelas pessoas que conheci no caminho. Porto me proporcionou memórias que irão durar uma vida.

RESUMO

Esta dissertação tem a premissa de avaliar a atratividade dos espaços públicos de uma cidade com base na análise dos fatores imateriais do espaço. A literatura introduz conceitos sobre a atratividade urbana, bem como as qualidades do espaço público. Foram discutidas noções e características do espaço físico, suas tipologias e psicologia do ambiente, importantes para a compreensão da temática investigada. Com o intuito de aprofundar os conhecimentos acerca dos fatores imateriais, foi criado o método de análise da atratividade dos espaços públicos – MAEP. O método foi aplicado na cidade litorânea do nordeste brasileiro, Maceió, e nela foram selecionados três espaços para constituir o estudo de casos. Estes espaços passaram por uma pré-seleção, seleção e análise, cujos resultados evidenciaram seus problemas e potencialidades. Com isso, foi possível definir um conjunto de diretrizes para cada um, de modo a aumentar seu grau atrativo. O método possibilitou um estudo intensificado das características imateriais que qualificam o espaço. Dessa forma, segundo o debate teórico, a análise dos espaços e os resultados obtidos, conclui-se que o método de análise utilizado se mostrou promissor e passível de aplicação em outros espaços públicos e até mesmo em outras cidades.

PALAVRAS-CHAVE: Atratividade urbana, espaços públicos, qualidades do espaço, psicologia do ambiente, fatores imateriais do espaço.

ABSTRACT

This dissertation has the premise of evaluating the attractiveness of public spaces in a city based on the analysis of the immaterial factors of space. The literature introduces concepts about urban attractiveness, as well as the qualities of public space. Notions and characteristics of the physical space, its typologies and the psychology of the environment, important for the understanding of the investigated theme, were discussed. In order to deepen the knowledge about immaterial factors, the method for analyzing the attractiveness of public spaces - MAEP was created. The method was applied in the coastal city of northeastern Brazil, Maceió, and three spaces were selected to constitute the case study. These spaces underwent pre-selection, selection and analysis, the results of which highlighted their problems and potential. With this, it was possible to define a set of guidelines for each one, in order to increase its attractiveness. The method allowed an intensified study of the immaterial characteristics that qualify space. Thus, according to the theoretical debate, the analysis of the spaces and the results obtained, it is concluded that the method of analysis used proved to be promising and capable of being applied in other public spaces and even in other cities.

KEYWORDS: Urban attractiveness, public spaces, space qualities, environmental psychology, immaterial space factors.

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	i
RESUMO	iii
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE TABELAS	xiii
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. JUSTIFICATIVA DO TEMA E OBJETIVOS	1
1.2. METODOLOGIA	1
1.3. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	2
2. O ESTADO DA ARTE	3
3. O ESPAÇO PÚBLICO: NOÇÃO, CONCEITOS E QUALIDADE	9
3.1. INTRODUÇÃO	9
3.2. O ESPAÇO PÚBLICO NA DIMENSÃO SOCIAL	9
3.2.1. O ESPAÇO COMO PRODUTO DA SOCIEDADE	9
3.2.2. DEMOCRACIA E AUTONOMIA: DISCUSSÃO SOBRE A DIMENSÃO PÚBLICA E A PRIVADA	11
3.2.3. O ESPAÇO PÚBLICO: USOS E ATIVIDADES	12
3.3. TIPOLOGIA DOS ESPAÇOS PÚBLICOS	14
3.3.1. CLASSIFICAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO NA SUA DIMENSÃO IMATERIAL.....	15
3.3.2. CLASSIFICAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO NA SUA DIMENSÃO MATERIAL	16
3.3.3. O ESPAÇO PÚBLICO E SEUS DOMÍNIOS.....	17
3.4. PROPRIEDADES QUALIFICADORAS DOS ESPAÇOS PÚBLICOS.....	18
3.5. CONCLUSÃO SÍNTESE.....	20
4. A ATRATIVIDADE URBANA	21
4.1. INTRODUÇÃO	21
4.2. CIDADES ATRATIVAS	21
4.3. A ATRATIVIDADE E A PERCEPÇÃO ESPACIAL	25

4.3.1. A PSICOLOGIA AMBIENTAL E AS PERCEPÇÕES COGNITIVAS.....	25
4.3.2. LIGAÇÕES AFETIVAS E SIMBÓLICAS.....	27
4.4. PROPRIEDADES IMATERIAIS DO ESPAÇO.....	29
4.4.1. ACESSIBILIDADE.....	29
4.4.2. CONFORTO E USUFRUTO	30
4.4.3. IDENTIDADE E PATRIMÔNIO	30
4.4.4. IMAGEM E SIMBOLOGIA	31
4.4.5. SEGURANÇA	32
4.4.6. VITALIDADE.....	32
4.5. CONCLUSÃO SÍNTESE	33

5. METODOLOGIA DE ANÁLISE.....

5.1. INTRODUÇÃO	35
5.2. O MÉTODO MAEP	35
5.2.1. CRITÉRIOS DE PRÉ-SELEÇÃO	37
5.2.2. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO	38
5.2.3. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO E FATORES IMATERIAIS	38
5.2.4. DIAGNÓSTICO E DIRETRIZES	40
5.2.5. FERRAMENTAS DE ANÁLISE	40

6. ESTUDO DE CASOS.....

6.1. INTRODUÇÃO	43
6.2. PRÉ-SELEÇÃO E SELEÇÃO DOS ESPAÇOS	43
6.3. PRAÇA DA FACULDADE	46
6.3.1. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO	46
6.3.1.1. ENQUADRAMENTO	46
6.3.1.2. SETORIZAÇÃO	48
6.3.1.3. PONTOS DE INTERESSE	50
6.3.1.4. FLUXOS	51
6.3.2. ANÁLISE DOS FATORES IMATERIAIS	51
6.3.3. RESULTADOS	55
6.4. PRAÇA MARECHAL DEODORO	56
6.4.1. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO	56

6.4.1.1. ENQUADRAMENTO	56
6.4.1.2. SETORIZAÇÃO	58
6.4.1.3. PONTOS DE INTERESSE	58
6.4.1.4. FLUXOS	59
6.4.2. ANÁLISE DOS FATORES IMATERIAIS	60
6.4.3. RESULTADOS	63
6.5. PRAÇA DO CENTENÁRIO	63
6.5.1. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO	63
6.5.1.1. ENQUADRAMENTO	63
6.5.1.2. SETORIZAÇÃO	65
6.5.1.3. PONTOS DE INTERESSE	66
6.5.1.4. FLUXOS	66
6.5.2. ANÁLISE DOS FATORES IMATERIAIS	67
6.5.3. RESULTADOS	71
6.6. DIAGNÓSTICO: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	71
6.7. DIRETRIZES PARA A CIDADE DE MACEIÓ, BRASIL	73
 7. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	 77
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	 79
 ANEXO I	 87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Protesto contra a poluição ambiental, Porto, Portugal (Fevereiro, 2020).....	14
Figura 2 – Tipologia espacial. Fonte: adaptado de Woolley, (2003).....	16
Figura 3 – Conceito de corpo e alma da cidade. Fonte: adaptado de Wahlström et al., (2020) e Kourtiti et al., (2020).	22
Figura 4 – Elementos da atratividade urbana. Fonte: adaptado de Choi, (2020) e Berg & Meer, (2006).	23
Figura 5 – Hierarquia de atração turística. Fonte: adaptado de Boivin & Tanguay, (2019).....	25
Figura 6 – Estrutura principal sobre o conceito de Psicologia Ambiental. Fonte: adaptado de Roth, (2000).	26
Figura 7 – Diagrama das fases do método MAEP.....	36
Figura 8 – Praças avaliadas com base nos critérios de pré-seleção. Numeração conforme a Tabela 5. Fonte: Google Maps – (25/05/2021).	45
Figura 9 (A, B, C) – Localização da Praça da Faculdade. Fonte: A e B por Raphael Lorenzeto, 2011, (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazil_Alagoas_location_map.svg); C adaptado de Google Maps, 30/04/21, e arquivos digitais da Prefeitura Municipal de Maceió, 30/04/2021, (http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf/2018/11/Bairros-de-Macei%C3%B3.pdf).	47
Figura 10 - Evento cívico na praça, 1930. Fonte: Ticianeli, 2015.	48
Figura 11 - Mapa de setorização.....	49
Figura 12 (A, B, C, D) – Equipamentos da Praça da Faculdade. A – Pantheon; B – quadras poliesportivas; figura C – lanchonetes; D – área gramada (Abril, 2021).	49
Figura 13 - Mapa de pontos de interesse. Fonte: adaptado de Google Maps, 30/04/2021.	50
Figura 14 – Mapa de fluxos.....	51
Figura 15 – Vista da Praça da Faculdade (Abril, 2021).	53
Figura 16 – Paisagem histórica: antiga faculdade de medicina (Abril, 2021).	54
Figura 17 – Vista da Praça da Faculdade (Abril, 2021).	55
Figura 18 (A, B, C) – Localização da Praça Marechal Deodoro. Fonte: A e B por Raphael Lorenzeto, 2011, (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazil_Alagoas_location_map.svg); C adaptado de Google Maps, 30/04/21, e arquivos digitais da Prefeitura Municipal de Maceió, 30/04/2021, (http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf/2018/11/Bairros-de-Macei%C3%B3.pdf).	56
Figura 19 – Praça Marechal Deodoro, 1910. Fonte: Ticianeli, 2017.	57
Figura 20 – Praça Marechal Deodoro (Abril, 2021).	57
Figura 21 – Mapa de setorização da Praça Marechal Deodoro.	58
Figura 22 – Mapa de pontos de interesse. Fonte: adaptado de Google Maps - (30/04/2021).	59
Figura 23 – Mapa de fluxos: Praça Marechal Deodoro.	60

Figura 24 – Vista da Praça Marechal Deodoro (Abril, 2021).....	61
Figura 25 – Teatro Deodoro (Abril, 2021).....	62
Figura 26 – Localização da Praça do Centenário. Fonte: A e B por Raphael Lorenzeto, 2011, (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazil_Alagoas_location_map.svg); C adaptado de Google Maps, 30/04/21, e arquivos digitais da Prefeitura Municipal de Maceió, 30/04/2021 (http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf/2018/11/Bairros-de-Macei%C3%B3.pdf).....	64
Figura 27 – Inauguração do Parque do Centenário e festividades dos 100 anos da capital alagoana. Fonte: Ticianeli, 2015.	64
Figura 28 – Praça do Centenário (Abril, 2021).....	65
Figura 29 – Mapa de setorização da Praça do Centenário.	65
Figura 30 – Mapa de pontos de interesse. Fonte: adaptado de Google Maps – (30/04/2021).	66
Figura 31 – Mapa de fluxos da Praça do Centenário.	67
Figura 32 – Informativo sobre a Praça do Centenário (Abril, 2021).	69
Figura 33 – Espaços de lazer na Praça do Centenário (Abril, 2021).	69
Figura 34 - Símbolo da praça (Abril, 2021).	70

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Tipologia dos espaços urbanos	17
Tabela 2 – Propriedades materiais do espaço.....	19
Tabela 3 – Propriedades imateriais do espaço.....	20
Tabela 4 – Método MAEP	37
Tabela 5 – Propriedades e fatores imateriais do espaço público	39
Tabela 6 – Parâmetros de análise divididos em grupos.	40
Tabela 7 – Espaços pré-selecionados	44
Tabela 8 – Avaliação com base nos critérios de seleção	46
Tabela 9 – Progressão das funções da Praça da Faculdade entre 1890 a 2000. Fonte: Gonçalves, 2018.....	48
Tabela 10 – Análise dos fatores imateriais da Praça da Faculdade	52
Tabela 11 – Análise dos fatores imateriais da Praça Marechal Deodoro	60
Tabela 12 – Análise dos fatores imateriais da Praça do Centenário	68
Tabela 13 – Problemas e potencialidades	73
Tabela 14 – Conjunto de diretrizes para a atratividade dos espaços públicos avaliados	74

1

INTRODUÇÃO

1.1. JUSTIFICATIVA DO TEMA E OBJETIVOS

A cidade é um ímã, um campo magnético que atrai, reúne e concentra os homens (Rolnik, 1998). A atratividade é um tema que vem sendo discutido atualmente e reflete a importância do planejamento das cidades, de forma material e imaterial, para que sejam alcançadas novas atividades, funções, pessoas e investimentos (Kourtit et al., 2020; Berg & Meer, 2006). Cidades atrativas oferecem uma base para que as pessoas vivam de forma conveniente, isto está relacionado com a qualidade de vida exportada através dos serviços básicos, sistemas de transporte, comércio e espaços públicos (Choi, 2020).

A atratividade urbana depende de fatores de qualidade que direcionam à formação de um sentido de espaço capaz de sustentar interações sociais e ao mesmo tempo reconhecer as necessidades de seus usuários (Guedoudj et al., 2020). A um nível local, os espaços públicos representam uma zona de convívio comum, do qual se assume uma responsabilidade social para consigo mesmo, as demais pessoas e a cidade. Portanto, o espaço público é também um lugar de discussões políticas e democráticas, aberto a todos os cidadãos (Arendt, 2007).

São os sentidos, as emoções e percepções humanas obtidas através do espaço que implicam diretamente sobre sua atratividade (Silva, 2009). Não se trata somente do mobiliário urbano e a infraestrutura do lugar, mas principalmente a maneira como ele é absorvido. Os fatores imateriais relacionam-se a comportamentos, cognições e afetos, que juntos constroem uma paisagem afetiva integrada na cidade. São então, expostos através de sentimentos, capazes de potencializar a atratividade ou a falta dela (Ponte et al., 2017 Silva, 2009).

A presente investigação tem o objetivo de elaborar uma metodologia de análise dos espaços públicos através de um sistema avaliativo desenvolvido para identificar o grau de atratividade com base nas propriedades do espaço e seus fatores imateriais. A intenção, portanto, é compreender e mapear a atratividade dos espaços a serem estudados, a fim de que os resultados possam ser extraídos. O produto final consistirá em um conjunto de diretrizes projetuais com a finalidade de aumentar a atratividade destes espaços.

1.2. METODOLOGIA

A revisão de literatura partiu de uma extensa pesquisa bibliográfica sobre as temáticas da “atratividade urbana” e “espaços públicos”, utilizando-se de materiais adquiridos em repositórios institucionais

universitários, livros e artigos de periódicos online. Foram selecionados para o seguinte trabalho os textos de maior relevância ao tema a fim de compor o conhecimento acerca da atratividade em espaços públicos.

A pesquisa segue o método descritivo qualitativo, pois trata-se de uma avaliação do objeto de estudo, fazendo-se o uso de observação sistemática, análise de documentos e levantamento de dados obtidos em pesquisa de campo. A observação qualitativa pretende abordar as características dos usuários nos espaços públicos a fim de perceber com eficácia o que tornam estes espaços atrativos. A análise busca contextualizar a história dos espaços públicos selecionados, incluindo a cultura, as atividades realizadas e os fatores de qualidade material e imaterial a fim de que se possam obter os resultados e seja possível elaborar diretrizes projetuais personalizadas para cada cidade. Para isso, será detalhado, no capítulo 5, o desenvolvimento do método de análise da atratividade dos espaços públicos – MAEP.

É importante referenciar que a abordagem de áreas multidisciplinares, como a psicologia e sociologia, podem implicar um grande contributo para o desenvolvimento do estudo, por incorporarem métodos de avaliação e questionamento referente ao pensamento humano e o processo de produção espacial. Estas áreas não puderam ser incluídas no seguinte trabalho, mas em trabalhos futuros elas deverão fazer parte do estudo, como uma forma de aproximar e unir os conceitos abordados.

1.3. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A dissertação está estruturada em sete capítulos. O capítulo 1 introduz o tema, com uma breve justificativa e objetivos da pesquisa, metodologia e estrutura da dissertação.

O capítulo 2 aborda o estado da arte, onde serão apresentados conceitos iniciais a fim de expor o atual estado das pesquisas sobre o tema da atratividade urbana, fatores imateriais e percepções ambientais.

O capítulo 3 explora noções de espaço público e sua inserção no contexto social, político e econômico nas cidades. Este capítulo também aborda as diferentes tipologias dos espaços públicos, descrevendo as características únicas de cada modelo espacial.

O capítulo 4 aborda os conceitos mais relevantes sobre cidades atrativas, a atratividade dos espaços públicos relacionada às percepções ambientais e ligações afetivas dos usuários, assim como as propriedades de qualidade imaterial mais relevantes encontrados na literatura.

O capítulo 5 apresenta o método de análise, que consiste na apresentação de um sistema de seleção, avaliação e proposta de diretrizes para os espaços públicos analisados.

O capítulo 6 e centra-se na análise do estudo de casos e seus resultados. Dá-se início a análise dos espaços selecionados com base no enquadramento da área de estudo e dos fatores imateriais para se obter um diagnóstico destes espaços, destacando seus principais problemas e potencialidades. Os resultados têm o objetivo de proporcionar uma visão geral sobre as características dos espaços e com isso identificar as diretrizes para cada um, direcionada aos espaços escolhidos com o objetivo de auxiliar futuras intervenções. Por fim é exposta a conclusão e as recomendações da dissertação no capítulo 7.

2

O ESTADO DA ARTE

A atratividade urbana é um tema que vem sendo discutido e testado por meio de análise experimental e observacional em diversos campos do planejamento e do desenho urbano, de forma a compreender o comportamento dos usuários de uma cidade ou local assim como suas respectivas escolhas. A análise e definição de uma cidade atrativa incorpora elementos diversos de grande importância à sua estrutura física e imaterial (Guedoudj et al., 2020; Sinkiene & Kromolcas, 2010). No entanto, a estrutura física da cidade não possui por si só tal poder de atração, sendo complementada pelos sentimentos e percepções de cada indivíduo, seja por apego emocional, memórias e ligações individuais ou em um grupo de lugares onde cresceu ou vive (Alves, 2003), ou simplesmente pelo significado histórico e cultural que o espaço ou cidade apresenta, gerando então uma preocupação com a qualidade de vida (Kourtiti et al., 2020; Matos, 2010).

A dinâmica de atração das cidades contemporâneas é concebida em dois polos: o físico, que trata da morfologia urbana e matéria que compõe o espaço, e o subjetivo, a percepção emocional que as pessoas têm sobre a cidade (Kourtiti et al., 2020; Wahlström et al., 2020). A percepção vincula-se às motivações de cada indivíduo, de seus interesses e desejos, com base no que o espaço poderá oferecer para a satisfação de suas necessidades momentâneas (Silva, 2009). Os dois polos de atração urbana, nomeados de “*body*” e “*soul*”, exprimem uma base teórica para o entendimento das dimensões materiais e imateriais do espaço urbano. *Body* é o corpo físico, a estrutura da cidade, aquilo que pode ser visto e tocado, permanente ou não. Corresponde ao assentamento urbano, como habitações, escritórios, indústrias, áreas verdes, infraestrutura, portos, frentes d’água, monumentos e espaços públicos. Por outro lado, *Soul* é concebido como o que não pode ser visto, isto é, as emoções e o apego com a cidade ou com um lugar. Está atrelado ao sentimento de pertencimento, comunidade, felicidade, segurança e identidade (Wahlström et al., 2020; Kourtiti et al., 2020).

A atratividade é vista como um ponto favorável para possíveis negócios e investimentos, tendo como objetivo o alcance de um padrão de vida rico e sustentável para o desenvolvimento da produtividade e competitividade (Choi, 2020; Krueger et al., 2018; Begg, 2002). Sendo assim, ela é “a capacidade da cidade manter uma qualidade de condições físicas decentes para seus residentes” (Choi, 2020, p. 15). A economia e o sucesso comercial, políticas habitacionais, serviços públicos, ambientes agradáveis e sistemas de transporte público eficientes são fatores essenciais para estabelecer uma cidade atrativa, assim como a diversidade cultural e o setor de turismo (Neminei, 2010). Servillo et al. (2012) discute a atratividade urbana sobre o ponto de vista da Governança, dividindo-se em dois aspectos. O primeiro remete para a governança que pode ser ou se tornar um fator de atratividade, quando bem estabelecida. O segundo tem a atratividade como um conceito que molda o processo de governança territorial.

A atratividade possui um conjunto de estratégias que devem se relacionar com os objetivos políticos, a fim de elevar a qualidade de vida dos habitantes. Na década de 90 (séc. XX) Gordon (1999) definiu a atratividade como a capacidade que a cidade tem em competir por recursos e investimentos, aproximando empresas e mão de obra qualificada. Ela também pode ser interpretada em dois polos: os elementos básicos e os distintos (Berg & Meer, 2006). O primeiro grupo comporta elementos indispensáveis para alcançar a cidade atrativa, como manutenção, ambiente responsável, funcionalidade e variedade de serviços que garantam o suporte necessário para a vida urbana. Os elementos distintos são aqueles que determinam o status e identidade da cidade, como por exemplo os museus, construções destaques e atrações turísticas (Berg & Meer, 2006). A atratividade de uma cidade ou espaço está fortemente vinculada à beleza, mesmo que esta seja considerada subjetiva. Uma cidade bonita é a chave para sua atratividade e qualidade de vida dos cidadãos. Este conceito de cidades belas está diretamente ligado à sua paisagem urbana, à ordem do espaço, escala e identidade (Botton, 2015).

O aumento da qualidade de vida determina quão atrativo um local é para as pessoas e negócios. Uma cidade com altos índices de sucesso econômico irá aproximar empresas e investimentos, gerando novos empregos e estabilidade econômica. Tais investimentos contribuem para o desenvolvimento das cidades e possibilita uma visão clara do futuro da sociedade (Snieska & Zykiene, 2015; Berg & Meer, 2006).

A atração que um local dispõe sobre um indivíduo ou grupos de indivíduos são também resultados de condições relacionadas à economia global, gerando forte pressão nas cidades contemporâneas e uma crescente competição entre elas. A competitividade urbana tem tomado um papel importante na globalização das cidades, pelo que o grau de competitividade irá depender principalmente do estado de desenvolvimento de cada uma (Sáez & Periañez, 2015; SHEN, 2004; Berg & Braun, 1999). Linnamaa (1999) cita alguns elementos de base para a competitividade regional, a depender do contexto social, geográfico e cultural. São eles: Infraestrutura, empresas, recursos humanos, qualidade de vida ambiental, instituições e teia de políticas efetivas, associações em redes e educação. A competitividade urbana se refere então às condições que a cidade possui em atrair recursos fundamentais para a produção de serviços e controle sobre o mercado financeiro, proporcionando então bem-estar aos seus residentes e gerando desenvolvimento (Linnamaa, 1999). A competitividade é, acima de tudo, a troca de produtos e crescimento de seu potencial sustentável, com foco em aumento do Produto Interno Bruto, assim como a fabricação de mercadorias e bens que suportam os padrões de vida de uma determinada região (Pengfei & Qinghu, 2005; Webster & Muller, 2000). O desenvolvimento econômico não é apenas uma questão exclusiva de competitividade urbana, mas tem a ver também com a mobilidade, a economia integrada ao consumidor e mudanças no estilo de vida, com isso, a competitividade cria e explora vantagens a fim de se equipararem com seus competidores (D'Arcy & Keogh, 1999). Por fim, a competitividade urbana é uma preocupação nacional, cujo objetivo real é melhorar o sustento da comunidade, assim como a construção de uma organização social, cultural e econômica (Dwyer & Kim, 2003).

A Comissão Europeia (2007) elabora quatro pilares da competitividade territorial, são eles: (i) talento; (ii) inovação; (iii) conectividade e (iv) empreendedorismo. O primeiro pilar se baseia numa elevada qualificação das populações, estas com altos índices de qualidade de vida. O segundo conceito de pilar da competitividade é explicado como sendo uma atividade de grande valor na geração de rede de investimentos internacionais e a existência de universidades. O terceiro pilar se relaciona às infraestruturas de transporte, ou seja, à capacidade de mobilidade de determinado lugar. Por último, tem-se o empreendedorismo, capaz de movimentar culturas e sistemas econômicos, a fim de aumentar a criatividade, enfrentando os riscos impostos pelo modo de vida e gestão da sociedade local.

Há, portanto, uma série de características que estabelecem os esforços que as cidades têm feito para construir uma nova visão e identidade cultural com o objetivo de se tornarem mais atrativas e competitivas, e com isso promove investimentos, atrai novos residentes e movimenta o turismo (Metaxas, 2007; Deffner & Metaxas, 2005). A atratividade de uma cidade geralmente descreve suas qualidades e convida o indivíduo a escolhê-la. Este motivo de seleção é o resultado de uma alta competitividade entre as cidades, principalmente se o destino é turístico, o que leva tanto os residentes quanto os visitantes a compartilharem os serviços e estabelecimentos, assim como participarem dos mesmos eventos culturais (Boivin & Tanguay, 2019). A atratividade exercida através do turismo relaciona a infraestrutura e as intenções pessoais de cada indivíduo, no entanto, a dinâmica cultural imaterial possui tanta relevância quanto a economia e o ambiente físico, apresentando-se como um agente determinante da atratividade urbana, assim como a acessibilidade e o estilo de vida do lugar (Romão et al., 2018; Richards, 2009).

Dentro do turismo urbano três tipologias são definidas por Azevedo (2011), são elas: (i) atividades culturais com objetivo de enriquecimento pessoal sobre a cultura local; (ii) atividades profissionais, compreendidas como turismo de negócios; (iii) atividades de lazer e férias. Estas tipologias juntas são capazes de transformar a cidade num território único para a população, com comércio, serviços, cultura, experiências agradáveis, atração de visitantes e melhoria dos transportes públicos para facilitar estas atividades (Matos, 2015).

O turismo é aquele que se baseia em ofertas atrativas oferecidas pela cidade ou local específico, como cultura e recreação, e compreende atividades desenvolvidas pelos turistas durante toda a sua estada (Azevedo, 2011). O turismo para as cidades representa um dos principais fatores de crescimento econômico, pois proporciona o desenvolvimento e melhorias de instalações comerciais, culturais e serviços, atendendo ambos turistas e residentes. Os fundos gerados a partir da movimentação monetária podem ser ainda aproveitadas na manutenção de monumentos, arte e tradições, melhorando assim a qualidade estética e funcional destas cidades, além de gerar renda e novas oportunidades de trabalho e investimento, como também os serviços comunitários (Matos, 2015; Liccardo, 2010; Popescu & Corbos, 2010). O turismo, portanto, têm sido um motivo real e válido para a transformação e revitalização dos espaços urbanos, tanto ao nível urbanístico quanto patrimonial, desenvolvendo vantagens competitivas entre cidades (Azevedo, 2011).

Tendo em vista a cidade como um produto, é necessário levar em consideração que as percepções relacionadas à segurança no destino turístico e seus espaços são relevantes para todo o contexto urbano econômico, pois há uma série de fatores negativos que atrapalham a continuação e o bem estar de indivíduos que buscam lazer numa cidade que se intitula atrativa (Leite, 2015; Águas & Brás, 2007). Tais elementos são introduzidos e apontados como relevantes a fim de entender os níveis de percepção de segurança sentidos na cidade, como a urbanização, fatores culturais, crescimento da criminalidade, atributos das próprias pessoas e características sociodemográficas (Cardoso et al., 2013). O sentimento de insegurança nas cidades revela que isto não está somente conectado aos percentuais de crime, mas também à influência da mídia, ambiente geográfico e relatos de vizinhos. Pode ser definido como “percepção sobre a violência e informação sobre a violência”. Há também a questão da familiaridade, pois quanto mais próximo o indivíduo for de um lugar, mais seguro ele se sentirá. Pelo contrário, quanto mais distante de pontos conhecidos maior será a insegurança e o medo. Com isso, as cidades vêm buscando resolver o problema da segurança a fim de que tanto visitantes quanto residentes consigam desfrutá-la e torná-la viva e segura através dos componentes que a tornam atrativa (Soares, 2007).

Dentre os elementos da cidade atrativa, os atributos culturais vêm recebendo maior destaque nas cidades, a produção artística é percebida como um ponto atrativo de troca, conhecimento, estilo de vida e interação social (Carvalho, 2017). A cultura e o patrimônio se tornaram o motivo para a requalificação de lugares, melhorando assim a qualidade de vida da população. Muitas cidades ao redor do mundo foram induzidas a valorizar seus recursos culturais como uma maneira de aumentar seu perfil competitivo (Carvalho, 2017). A identidade cultural incrustada em determinada comunidade a torna especial e única, e por consequência fazem com que a cidade ou lugar seja um ponto de interesse de turistas curiosos ou até mesmo de seus residentes, que geralmente se sentem apegados à dinâmica local e parte integrante daquela comunidade (Richards, 2009; Pereira & Vidal, 2018). São os processos de construção da memória social e do patrimônio cultural que criam marcos afetivos e cognitivos compartilhados e garantem a continuidade de mudanças sociais (Arantes, 2009). Conhecimentos, técnicas, expressões e práticas transmitidas de geração a geração numa comunidade ou grupo são intituladas como patrimônio imaterial (Nunes, 2011). É o que não pode ser visto ou tocado, ou ainda mensurável, que traz consigo uma bagagem significativa do saber, da identidade e da arte (Pereira & Vidal, 2018). O patrimônio e a cultura determinam padrões de conduta e outras peculiaridades diferentes e associadas a cada grupo, assim como um conjunto de características que moldam a vida cotidiana daquele lugar e das pessoas que o habitam. O conceito de patrimônio cultural é discutido como uma construção social resultante do reconhecimento de determinado grupo, torna-se um elemento importante na construção da memória coletiva e deve ser salvaguardado e conservado como uma dimensão imaterial (Pereira e Vidal, 2018; Nunes, 2011; Cavalcanti & Fonseca, 2008). Portanto, “os elementos culturais são conformados pelas manifestações materiais e imateriais criadas pelos sujeitos que nos precederam” (Zanirato, 2009, p. 137). Conservar sua imagem para as futuras gerações é uma forma de testemunho de uma época e seus valores simbólicos (Nunes, 2011).

A afeição que as pessoas produzem referente a uma cidade, espaço, bairro ou até mesmo a um país é chamada de “apego ao lugar” (Scannell & Gifford, 2017). Este conceito foi desenvolvido ao longo dos anos e é entendido como um conjunto de crenças, culturas e memórias de um local importante na vida de uma pessoa, resultado de fortes emoções e a intensidade do significado que ele possui (Stancu et al., 2020). O apego ao lugar, ou ligações afetivas, dispõe da atração estabelecida pelas pessoas em relação à região na qual se sentem confortáveis e seguras. Portanto, comunidades com forte senso de apego e pertencimento estão mais propensas a aproveitar uma maior qualidade de vida e encontrar um valor especial à paisagem e aos espaços públicos ao seu redor (Brown et al., 2002; Hidalgo & Hernández, 2001). O apego ao lugar pode ser ainda definido como um resultado cognitivo de percepções atreladas ao íntimo dos indivíduos, como se as percepções produzidas a partir de um ambiente fossem inconscientemente motivadas pelo apego ao lugar, influenciando o indivíduo a exercer uma visão mais positiva da cidade ou espaço, sem notar qualquer traço de defeito ou negatividade (Scannell & Gifford, 2017). O sentimento de pertencer a um determinado local é relevante para entender a psicologia e os benefícios que os indivíduos desenvolvem a partir das características do lugar e as suas próprias (Nisa et al., 2020).

A percepção coletada em relação ao ambiente está vinculada às motivações e comportamentos individuais, a partir de um processo de cognição experimental sensitiva, onde o indivíduo avalia a atratividade e efetua observações do espaço e as transforma em memória afetiva (Fabiani et al., 2019). Cada pessoa percebe o ambiente de maneira singular e única, selecionando as características de valor pessoal que mais apresentam relevância (Silva, 2009). Ao ambiente estão associados os sentimentos particulares que dão significado afetivo, facilita a identificação de elementos-chave capazes de representar um grupo social ou cultural. Isto pode até mesmo induzir a comunicação entre indivíduos

sem que haja o uso de palavras, e com isso o ambiente se torna um objeto de peso simbólico (Scannell & Gifford, 2017; Ittelson et al., 1973). A cidade, seus espaços e componentes formam um conjunto de percepções estimulantes que chamam atenção para os sentidos humanos, como o olfato, visão, audição e tato (Çolpa, 2015; Silva, 2011). Estes sentidos determinam a atratividade de um local ou cidade, podendo também alterar o humor e os sentimentos atrelados a ela. No entanto, a percepção não é apenas uma resposta física a estímulos ambientais, mas é também um resultado claro de experiências cognitivas, ou seja, a memória (Yazdi et al., 2017).

As pessoas passam a se definir como uma parte vital dentro de um sistema integrado de interações físicas e emocionais, relativas à qualidade de vida, apego e percepção do lugar nos quais habitam ou visitam, com frequência ou não (Valera & Pol Urrutia, 1994). O ambiente físico no qual os usuários se relacionam tende a modificar naturalmente seu comportamento, através das percepções sensoriais e memória emocional do lugar, assim como o comportamento incide de maneira direta sobre o ambiente, também modificando-o e moldando-o à vontade humana (Corral-Verdugo, 2005). Portanto, resulta-se numa via de influência mútua, pois o espaço influencia a percepção e comportamento, assim como as consequências destas podem manipular o espaço ao redor. A psicologia ambiental explica estes fenômenos como aquele que se refere ao mundo real a partir da expressão sensitiva dos indivíduos, chamada de comportamento ambiental, no qual consiste na percepção seletiva de reações humanas através do ambiente construído (Tavasoliara & Bashiri, 2015; Corral-Verdugo, 2005).

A psicologia do ambiente é um conceito que nasceu nos anos 1950 entre estudiosos como Eugene Walter, David Canter, Kevin Lynch, Daniel Stokols, Ittelson e Kenneth Craik, e explica como compreender os usuários dos espaços e as emoções transmitidas através dele. A psicologia ambiental é um instrumento que possui caráter multidisciplinar, envolvendo assuntos ligados à sociologia, geografia, arquitetura e filosofia (Tavasoliara & Bashiri, 2015; Valera, 1996; Melo, 1991). Estuda, principalmente, as dimensões sociais e culturais, sempre presentes nas relações pessoa e ambiente físico (Moser, 1998). A disciplina de psicologia ambiental envolve ferramentas de análise que ajudam na apuração de dados psicanalíticos das pessoas, a fim de ajudar o entendimento, como é o caso do método do mapeamento cognitivo, utilizado na área urbana, conhecido também como mapeamento mental (Fabiani et al., 2019; Lynch, 1960). Estes mapas expressam desenhos ou respostas a questionários oriundos diretamente da perspectiva dos usuários e revelam quão pessoal um espaço está representado na visão de cada um (Lynch, 1960). A percepção do apego e sentimentos a partir de um lugar é derivada da individualidade deste, como afirma Hernández et al. (2007). Desta forma, o conceito de identidade e apego do lugar são constantemente confundidos por sua semelhança, além de que as pessoas podem, ao mesmo tempo, possuir tanto o senso de pertencimento e ligação ao lugar quanto a identidade de determinada localidade (Scannell & Gifford, 2017).

A influência das pessoas no espaço é o que os molda, de acordo com as necessidades humanas, a fim de que elas obtenham o conforto e satisfação ambiental ao redor de suas residências (Bonaiuto et al., 2003). A satisfação dos usuários com relação à cidade está diretamente ligada à atratividade, pois é o sentimento de bem-estar produzido pelo espaço que atrairá o indivíduo e o convidará a permanecer mais tempo e voltar sempre que desejar, fazendo com que as pessoas que vivem ou passam por ele usufruam de boas experiências (Sepe, 2017). Portanto, a atratividade promovida através das cidades é consequência de uma adequada forma de produzir e significar o espaço, proporcionando aos seus residentes condições dignas de lazer e socialização (Bravo, 2012; Leyden et al., 2011).

Em síntese, a atratividade urbana relaciona um conjunto de elementos que contribuem para a qualidade de vida das pessoas na cidade. Dessa forma, com base no enquadramento teórico referente à atratividade urbana, é possível defini-la como um conjunto de elementos físicos e não físicos, sentidos ou apreendidos pelos usuários. Elementos estes que formam um pilar de competitividade entre cidades com tendência a enriquecer ou aprimorar atribuições únicas e presentes em cada uma delas. Além do pilar, importante para destacar o lugar através de componentes materiais, estão presentes elementos subjetivos, interpretados como a “alma” da cidade, proposta por Kourtit et al., (2020). O subjetivo remete às memórias e produção espacial por meio da história e identidade locais, o que torna a cidade ou espaços públicos atrativos para aqueles que conhecem sua essência e trajetória ao longo de vários períodos.

Sendo assim, os autores aqui apresentados desenvolvem o conceito de atratividade urbana como uma dinâmica entre os aspectos materiais e imateriais, com foco no aumento da produtividade e qualidade de vida, tendo a cidade como um polo competitivo e gerador de fluxos. A atratividade gera atratividade, promove investimentos e busca o sucesso e a relevância de seus espaços. Para isso, eles precisam de políticas que o tornem atrativos, além de investimentos em suas estruturas físicas para gerar valor e reconhecimento, que pode vir por meio dos usuários e como estes se relacionam com o espaço.

O relacionamento entre pessoa e ambiente é o que Scannell & Gifford (2017) determinam como o sentimento de pertença e percepções adquiridas ao analisar o espaço. Oriundas da relação pessoal e social que este espaço significa para o usuário e qual seu valor. Portanto, a série de comportamentos e atitudes provenientes das pessoas que utilizam o espaço são fundamentais para se chegar a um conceito sobre o nível de atração que ele exerce sobre o indivíduo, como também na cidade. A influência é uma via de mão dupla, como estabelece os autores Tavasoliara & Bashiri (2015) e Corral-Verdugo (2005). E esta influência do espaço sobre o indivíduo é o que gera as percepções cognitivas, que podem ou não ser positivas e influenciar de volta o espaço, devolvendo a ele suas emoções e comportamentos.

Portanto, a atratividade aqui referida no estado da arte terá alta relevância para a construção de uma metodologia de análise, bem como a compreensão teórica para fundamentar a mesma. Além dos conceitos sobre atratividade, há a questão sobre suas vertentes: física e não física, sendo elas apresentadas e analisadas nos capítulos posteriores.

Neste sentido, o capítulo seguinte concentra-se no estudo do espaço público urbano em seu contexto social e afetivo, onde diversas esferas do espaço atuam e contribuem para a formação de um significado.

3

O ESPAÇO PÚBLICO: NOÇÃO, CONCEITOS E QUALIDADE

3.1. INTRODUÇÃO

O conceito de espaço está relacionado a áreas multidisciplinares. A literatura busca explicar seu significado e suas aplicações nas ciências sociais e políticas, a fim de entender sua complexidade. Este capítulo investiga a noção e conceitos do espaço, suas características, fatores qualitativos e tipologias espaciais, assim como sua função social na cidade. Como um ser social, o homem vê o espaço como o centro da vida democrática e fonte de socialização, e com isso busca-se maneiras de apropriá-lo à suas atividades (Arendt, 2007).

A seção 3.2 se divide em três subtemas que abordam um conjunto de conhecimentos gerais sobre o conceito de espaço em sua dimensão política, filosófica e social, assim como expõe os usos e respectivos papéis do espaço para a contribuição da qualidade de vida nas cidades.

A seção 3.3 apresenta a formação disciplinar do espaço em categorias de acordo com sua tipologia, e posse, a fim de que seja possível compreender a profundidade e complexidade da morfologia do espaço, assim como sua representação na cidade.

A seção 3.4 faz uma discussão sobre os fatores materiais e imateriais que qualificam um espaço na cidade, que por consequência o torna atrativo aos usuários, além de modificar seu comportamento e a maneira como é sentido.

A seção 3.5 faz a conclusão síntese do capítulo e dos conceitos principais abordados.

Portanto, o capítulo abordará o espaço público urbano voltado às questões imateriais de temática social e encerra a discussão em volta do espaço público e suas qualidades, que o torna favorável para a utilização e vivência.

3.2. O ESPAÇO PÚBLICO NA DIMENSÃO SOCIAL

3.2.1. O ESPAÇO COMO PRODUTO DA SOCIEDADE

Para significar um espaço, antes de tudo, é necessário entender seu conceito. O espaço não é uma coisa ou um sistema de coisas, mas uma realidade relacional onde objetos e relações se interagem e produzem o espaço em conjunto. É, portanto, considerado “um arranjo de objetos naturais, geográficos e sociais, dentro dele estão presentes a vida que os preenche e os anima, ou seja, a sociedade em movimento” (Santos, 1988, p. 10). O espaço não se resume ao resultado de uma interação entre o homem e a natureza bruta, é, portanto, construído de maneira processual, com uma estrutura organizada por formas e funções

que se alteram a depender de cada sociedade. Pode-se então perceber que o espaço está sempre em continuação, sendo construído conforme sua produção. Isto acontece porque o espaço é um produto de “relações-entre”, que estão embutidas na esfera de produto espacial, nunca fechado ou acabado (Massey, 2008). Ele está fortemente vinculado com a reprodução das relações sociais de produção por meio de práticas socioespaciais. O espaço como produto não é insignificante, não pode ser associado a uma coisa ou um objeto, mas como um conjunto de relações, um produto-produtor econômico e social. Por conseguinte, ele intervém em sua própria maneira de fazê-lo: trabalho produtivo, transportes, fluxos de matérias primas e energias (Massey, 2008; Lefebvre, 1974).

As teorias do espaço fazem referência a uma estrutura representativa de relações sociais que envolvem o passado e o presente e manifestam-se através de processos e funções, sendo então um resultado e condição dos processos sociais (Santos 2004; 1996; 1979; Lefebvre, 1974). Deve-se entender o espaço como um “produto de interrelações”, desde o macro ao micro. Como a esfera da possibilidade da existência da multiplicidade e uma realidade contemporânea, estas coexistem em função da heterogeneidade. Portanto, “sem espaço não há multiplicidade; sem multiplicidade não há espaço” (Massey, 2008, p. 29).

O espaço é organizado como social e geográfico. O primeiro, que compreende o espaço social, corresponde ao espaço humano, sua morada, suas atividades, trabalho e vida (Santos, 2004). Como o espaço é organizado socialmente, este e a natureza se tornam sinônimos (Santos, 1979). O espaço social é estabelecido pela distinção mútua das posições que o constituem, e possui a tendência a se retraduzir e retificar no espaço físico. No entanto, vale destacar que o espaço social não é espaço físico, pois se constitui num espaço abstrato, o produto de uma sociedade, pleno em contradições e lutas, rotinas e vida cotidiana, através de atividades sociais e econômicas. É um suporte para a expressão da reprodução de relações sociais com caráter espacial (Bourdieu, 2013). O segundo, o espaço geográfico, é, de natureza complexa, explicado como um sistema indissociável de ações. Representa uma área delimitada organizada pelo homem vivendo em sociedade, sendo esta bastante específica, pois cada sociedade tem seu espaço como lugar de reproduzir-se. Com isso, além das definições espaciais, as categorias da forma, função, estrutura, processo e totalidade devem ser levadas em consideração para a análise do espaço geográfico (Santos, 2004). Numa perspectiva sintética, o conceito de espaço geográfico deriva da expressão “espaço público”, tendo sempre uma extensão física construída, concreta e substantiva. Este espaço compõe-se pela dialética das coisas dispostas dentro dele junto com as ações ou práticas sociais. Esta disposição das coisas materiais segue uma lógica e um sentido coerente no espaço (Gomes, 2002).

O espaço, portanto, é compreendido como uma dimensão de alta complexidade entre conceitos, formas e características, com áreas de atuação em diversos setores do conhecimento, tanto físicos quanto filosóficos. Sendo assim, pode-se concluir que não há como escolher apenas uma definição específica para o espaço, ou mesmo presumir que ele seja uma só coisa em todas as situações, pois se trata de um conjunto contínuo de esferas que se relacionam a fim de produzir o que se pode ver, como também, o que não se pode ver. O espaço é intuitivo, físico, moldado pela sociedade e o modo de vida. Pode ser sentido, organizado, ter autonomia e ainda possuir multiplicidade em suas várias faces e funções (Cerqueira, 2013; Massey, 2008; Santos, 2004).

3.2.2. DEMOCRACIA E AUTONOMIA: DISCUSSÃO SOBRE A DIMENSÃO PÚBLICA E A PRIVADA

A liberdade e igualdade são referenciadas como dois valores que dividem duas grandes dimensões da vida social: a esfera privada dos indivíduos, onde se exerce a liberdade; e a esfera pública, que garante e assegura condições de igualdade (Gomes, 2002). A libertação oferecida pela esfera privada é motivo para que as preferências dos indivíduos tendam a pesar para seu lado, aderindo à escolha de evitar ser

visto, seja nas ruas, praças ou diversos outros espaços regidos pela esfera pública. Ambas as esferas pública e privada não podem ser entendidas apenas como dois lados divergentes e opostos, ou impossíveis de serem fundidos, embora atuem em campos distintos. Ambas as esferas se complementam e precisam uma da outra para a própria existência e equilíbrio da vida humana, pois a falta de uma delas implicará drasticamente na outra (Arendt, 2007; Habermas, 2003; Gomes, 2002).

A vida privada é o lugar íntimo reservado ao indivíduo, portanto, um lugar protegido e seguro para o desenvolver da criatividade, relações sociais e se manter distante da influência política que a esfera pública induz. Mantem-se a ideia de proteger a vida pessoal aos olhos de estranhos (Squires, 2018). A pessoalidade constitui-se em uma parte do indivíduo que está sob seu controle, da qual ela pertence, se conecta e é fiscalizada pelos interesses pessoais e exclusivos da pessoa em seu espaço visual e físico, longe da vida pública (Madanipour, 2003). O reino privado é considerado natural, enquanto o reino público é artificial, criado pelas pessoas com o objetivo de obterem um espaço para serem usados por elas e a natureza. Portanto, a esfera privada é restrita ao espaço do corpo e mente, ou da propriedade, territórios onde o espaço físico é importante para sua dominação e controle de informações (Arendt, 2007).

O reino social como um todo é entendido como público. É tudo o que está fora da esfera privada, que determina a intimidade da casa. É um reino constituído por estranhos num espaço heterogêneo (Madanipour, 2003). Este conceito procura abranger as concepções referentes à vida pública, àquilo que é relativo ao povo, às figuras coletivas inseridas num específico espaço-tempo (Gomes, 2002). É a interação social da vida pública que molda o comportamento pessoal e a forma de agir nos espaços públicos. É entendida como “a presença e os impactos que os seres humanos reagem um ao outro, onde acontecem relações interpessoais entre pessoas e sociedade em geral” (Madanipour, 2003, p. 96). Portanto, a dimensão da vida pública pode ser percebida como o lugar comum onde os homens se reúnem (Arendt, 2007). Significa o mundo em que se vive, interpretado como um artefato humano que possibilita a visão de todos e a troca de ações, conexões e exposição de opiniões. O público é associado a uma vida fora de casa, longe de paredes que protegem o homem da liberdade de suas ações, passando a se tornar uma vida que é vivida entre grupos sociais complexos e totalmente diferentes (Sennett, 1988).

É no campo público onde acontece o exercício da democracia, a atividade política utiliza a esfera pública para promover o debate e a construção coletiva do “fazer político”, relacionado ao direito à cidade. A esfera pública tende a se fundamentar no consentimento de decisões políticas, está ligada ao sentido democrático da *polis* grega, onde a presença dos cidadãos era ativa nos espaços públicos, estes comumente utilizados para fins de debate e troca de discursos (Arendt, 2007). Ela se transforma em uma arena da vontade coletiva, na qual se fundam decisões políticas que dependem da sociedade para que tenham validade. Sendo assim, o espaço público na visão politizada é uma imagem de um mercado de opiniões e diferentes interesses em busca permanente de um recurso importante e escasso, que neste sentido seria a atenção pública (Costa, 1997). A esfera do público se reafirma como uma possibilidade de gerar soluções e respostas por direitos e qualidade de vida, ela passou a ser responsabilidade do Estado e fruto de negociações e políticas alternativas (Nunes, 2009).

Dessa forma, o espaço público também pode ser definido como um campo político, onde debatem-se opiniões e as ações dos indivíduos são encorajadas e necessárias à convivência humana. Tratando-se de um regime democrático, fundamenta-se no consentimento de decisões políticas que dependem das decisões de uma sociedade. Ele se torna, portanto, um lugar onde relações e ações comunitárias se abrigam e seguem seu curso (Sobarzo, 2006; Soriano, 2006; Goodsell, 2003; Habermas, 2003). É no espaço público que a comunidade exterioriza as demandas e o reivindica para usos e atividades, também pode ser usado por diversas instituições estatais e não estatais, servindo de ponto de reunião e debate, do livre agir coletivo (Paiva, 2000 apud. Gelpi & Kalil, 2016).

Os homens, por muito tempo, consideraram o espaço público como um lugar onde poderiam ser quem eles realmente eram e mostrar essa faceta ao mundo através de seus comportamentos e expressões individuais (Arendt, 2007). Embora muitas vezes os tais comportamentos estivessem longe de serem verdadeiros, já que o espaço público também é considerado um palco onde a vida comum se apresenta e, portanto, é na esfera pública que o homem assume uma máscara e há papéis morais a serem seguidos. Este palco se dá por meios de laços sociais e manifestações que demonstram a satisfação nas qualidades oferecidas pelo espaço público, podendo ser considerado como um abrigo da sociabilidade (Arendt, 2007; Madanipour, 2003; Carr et al., 1992).

A sociabilidade se manifesta diante da responsabilidade demonstrada pela comunidade, quando há a motivação de melhorar os indicadores de saúde, economia, meio ambiente e contato social, promovendo o sucesso dos espaços públicos e possibilitando a troca de experiências entre indivíduos diferentes (Tran et al., 2020; Madanipour, 2003). Em termos sociais, todavia, o espaço público designa a constituição de uma intersubjetividade prática, do reconhecimento recíproco entre sujeitos, da ligação das pessoas e do encadeamento das suas ações na cooperação social (Martins 2005).

O espaço público físico, simbólico e político é o espaço principal do urbanismo, além de ser um indicador da qualidade de vida das pessoas dentro da cidade, ou seja, se os espaços públicos forem bons, seguros e confortáveis, a cidade transmitirá a mesma impressão (Borja & Muxí, 2003). O espaço público passa a ser percebido como um cartão de visitas, possibilitando ou não uma experiência de lazer, socialização, entre outras vivências (Silva et al., 2016). Logo, a dimensão pública é uma realidade do mundo refletido em nós mesmos. Ela passa a adquirir relevância fundamental na constituição dessa realidade de caráter multidisciplinar e garante a liberdade e singularidade individuais, devido às faces que as pessoas manifestam na rua, podendo incorporar quem elas desejam ser e esconder quem realmente são. Neste sentido, a esfera pública é um mundo comum, compartilhado pela companhia dos outros e repleto de possibilidades, independência, autonomia e dignidade (Lança, 2008; Arendt, 2007).

3.2.3. O ESPAÇO PÚBLICO: USOS E ATIVIDADES

As diversas definições para o espaço público urbano apontam para uma direção principal: o espaço como área acessível para todas as pessoas e plataforma de suas variadas atividades (Madanipour, 2003). Estes componentes se associam à multifuncionalidade, onde a qualidade e imagem oferecem ao espaço elevada comodidade. Segundo Gehl (2013), os tipos de uso nos espaços públicos se dividem em: atividades necessárias, opcionais e sociais. As necessárias são aquelas que devem ser realizadas como um dever cotidiano para a ordem e sobrevivência do indivíduo, como ir ao trabalho, escola, fazer compras, entre outras. Sua incidência é pouco influenciada pela estrutura do espaço e acontecem ao longo do ano e em qualquer condição física. As atividades opcionais são realizadas por interesse e vontade do indivíduo, como caminhar, descansar e outras atividades recreacionais ao ar livre. Atividades sociais dependem de outras pessoas para serem realizadas, assim como se submetem aos fatores climáticos e físicos dos espaços. Viana (2018) e Mehta (2014) põem em debate as classificações de uso circulatório e de permanência dentro dos espaços urbanos. Estes espaços devem ser capazes de suportar caminhadas despreocupadas, conversação, compras, relaxamento, arte de rua e eventos esportivos, religiosos e culturais. Sendo assim, torna-se importante e necessária a criação de um conjunto de espaços com o objetivo de atrair a miscigenação, a versatilidade e a qualidade, oriundas de seus habitantes e turistas (Seixas, 2015; Jalaladdini & Oktay, 2012).

No plano contemporâneo a circulação pedonal, cujo princípio é o movimento, compreende a atividade mais desenvolvida nos espaços públicos, principalmente em passeios e largos. Este tipo de uso pode ocorrer por todo o espaço, direcionado por caminhos dinâmicos com presença de jardins, como também

de forma marginal, cujo centro é destinado à vegetação (Viana, 2018). A circulação se torna o ponto inicial para dar vida às demais formas de utilização do espaço, como atividades passivas, ativas e eventos.

O lazer passivo se divide em contemplação, sociabilização, entretenimento pessoal e relaxamento (Viana, 2018). Esta categoria irá depender do tipo de desenho do espaço e suas possibilidades de uso. Entre as atividades passivas podem ser citadas: sentar-se; ter encontros sociais; estar-se absorto em uma leitura ou trabalho; observar o ir e vir de pessoas; meditar; refletir; entre outros. Estas atividades costumam se encontrar em maior número nos espaços, por estarem relacionadas às práticas eventuais do cotidiano, à natureza inerte e a facilidade de desenvolvê-las (Viana, 2018; Mehta, 2014; Woolley, 2003; Whyte, 1980). O comércio também pode ser interpretado como uma atividade de lazer passiva, com foco no consumo de alimentos imediatos, como refeições e bebidas. As atividades comerciais sempre estiveram presentes na história dos espaços públicos, por proporcionar trocas econômicas, culturais e sociais, assim como contribuir para um maior tempo de permanência nestes espaços e atrair o interesse de pessoas (Viana, 2018; Whyte, 1980).

Espaços públicos que permitam áreas sentáveis e outras formas de atividades passivas já citadas, são considerados imprescindíveis para o desenvolvimento de utilizações duradouras. Os assentos potencializarão as apropriações e as tornarão agradáveis e convidativas. Outras características físicas também influenciam o tempo de permanência do espaço e uma maior interação social, como a qualidade de mobiliário urbano, abrigo contra ações climáticas e características arquitetônicas (Cullen, 2010; Whyte, 1980).

O lazer ativo compõe o grupo de ações esportivas de natureza dinâmica e maior intensidade de movimentos. São atividades de recreação presentes em espaços livres de dimensões amplas (Viana, 2018). Esse tipo de atividade pode requerer a necessidade de infraestruturas próprias para cada tipo de esporte, como é o caso de quadras poliesportivas e campos de areia. No entanto, muitas atividades podem ainda ser desenvolvidas sem o apoio de um espaço específico, como é o caso da caminhada e corrida, que necessitam apenas de extensões de passeios planos e regulares. Os espaços públicos destinados a atividades específicas podem se apropriar de diversos outros usos que inicialmente não foram pensados para tais fins. É o caso do mobiliário flexível, que estimula a formação de novas atividades recreativas, para qualquer idade (Viana, 2018; Woolley, 2003).

Os eventos podem ser classificados em festas sagradas, sociais, manifestações artísticas e políticas (Viana, 2018). Os eventos são manifestações de atividades de natureza humana que se normalizam nos espaços públicos (Viana, 2018). Eles compreendem o espaço da praça como um ponto de encontro e socialização, conferindo-o sentido e propósito (Figura 1). O espaço público, seja ele uma praça ou parque, se torna um teatro para manifestações culturais e artísticas, festas tradicionais e religiosas, como também eventos históricos e ambientais (Childs, 2006).



Figura 1 – Protesto contra a poluição ambiental, Porto, Portugal (Fevereiro, 2020).

Nesse sentido, o espaço público é uma contribuição para o potencial da qualidade de vida dos residentes, existindo como uma válvula de escape para o estresse e o ritmo de vida das cidades. Em sua mais pura essência, o espaço público é onde se fundamentam as simbologias, experiências e interações numa comunidade (Soriano, 2006; Goodsell, 2003). Seu caráter indispensável justifica a existência de benefícios, valores, desenho urbano e a forma como foi pensado para usos e atividades. O espaço deve satisfazer aos requisitos de conforto, segurança e relaxamento, a fim de proteger os utilizadores e contemplar suas necessidades (Fernandes, 2012; Alves, 2003).

3.3. TIPOLOGIA E QUALIDADE DOS ESPAÇOS PÚBLICOS

Os espaços urbanos, com o passar do tempo e devido às diferentes necessidades de seus usuários, sofreram adaptações e reformulações em sua morfologia e significado na cidade. É um fato que nem todo espaço público urbano é igual, eles se subdividem em categorias e estas possuem, muitas vezes, público-alvo, fator climático e atividades específicas (Lopes, 2015; Fernandes, 2012). Estas disparidades funcionais resultaram em estudos tipológicos do espaço e, portanto, facilita o entendimento de sua essência e objetivos na cidade.

O espaço público contemporâneo possui diversas facetas que o permite classificar de acordo com suas características. Do ponto de vista de Kohn (2004), os espaços públicos se dividem em três grandes grupos:

1. Acessibilidade: características físicas protagonizadas pelos acessos e funções do espaço;
2. Domínio: dimensões de propriedade pública, semipública, privada e semiprivada;
3. Intersubjetividade: sociabilidade e interação dos usuários e espaço.

Este capítulo busca, através da base conclusiva de Kohn, desenvolver os aspectos de classificação do espaço público explorando conceitos encontrados na literatura, em categorias imateriais, materiais e de propriedade.

3.3.1. CLASSIFICAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO NA SUA DIMENSÃO IMATERIAL

O espaço urbano imaterial se torna mais difícil de ser quantificado e categorizado por tipologias, por suas características intangíveis. No entanto, é possível ainda compreender algumas relações qualificadoras e, portanto, subjetivas presentes na literatura que definem o espaço em algumas classificações não físicas. Dessa maneira, se pretende chegar à compreensão de um resultado que une lugares associados à vida diária das pessoas e suas percepções.

Dines et al. (2006) classifica o espaço de acordo com o relacionamento dos usuários com o espaço urbano, mediante fatores sociais e perceptivos: (i) lugares cotidianos; (ii) lugares de significado; (iii) ambiente social e (iv) lugares de retiro. A primeira definição, lugares cotidianos, representa espaços dos quais as pessoas possuem familiaridade, como ruas próximas ao local de residência ou trabalho, parques, praças e mercados. As pessoas costumam utilizá-los como locais de lazer informal, contemplação e caminhada. Estas atividades geram vibrações sociais que interagem com as emoções individuais e criam a sensação de bem-estar, assim como o fato de espaços abertos e verdes proporcionarem relaxamento e conforto (Dines et al, 2006). Lugares de significado implicam não apenas a dimensão física e a configuração espacial das atividades cotidianas, eles suportam valores subjetivos que se acumulam com o passar do tempo, geralmente associados às memórias de espaços favoritos na cidade que contribuem para a qualidade emocional. Trata-se de espaços dentro da zona de conforto, sinônimos de lar e segurança, podendo variar de pessoa para pessoa. As memórias e apego ao lugar podem ter conotação positiva ou negativa (Lopes, 2015; Dines et al., 2006). Os ambientes sociais, para a maioria das pessoas, são espaços públicos cotidianos que fornecem oportunidades de interação no espaço, em grupo e individualmente. Estes espaços têm a intenção de aproximar pessoas e garantir a continuidade da rede de trocas e estímulos como elemento principal para se atingir o bem-estar. Espaços de interação social são capazes de elevar o humor e aliviar o estresse. Os encontros proporcionam então felicidade, sensação de segurança e aprendizagem. A quarta tipologia se refere ao lugar de retiro, que em geral se caracteriza por espaços de reflexão, capazes de permitir a fuga das pressões cotidianas e vida doméstica, como também da agitação da cidade (Dines et al., 2006). Essas tipologias propostas acabam por se tornar uma forma mais generalista de classificar e dividir o espaço.

A partir do ponto de vista do usuário, Woolley (2003) desenvolve três grupos de espaços urbanos abertos: (i) espaços urbanos domésticos; (ii) espaços de vizinhança; (iii) espaços civis (Figura 2). Estes grupos suportam três dimensões sociais da familiaridade, sociabilidade e anonimato. Segundo a autora, as tipologias de espaço propostas na altura não descrevem a qualidade de vida do espaço ou as experiências proporcionadas por ele para seus usuários. As tipologias tradicionais que classificam o espaço físico urbano são tidas do ponto de vista do planejador e não das pessoas. Sendo assim, a observação da autora se volta para a discussão dos espaços públicos abertos cujos usuários são o foco de atenção. Espaços domésticos estão associados às proximidades da casa, frequentados pela família, amigos e vizinhos. Espaços de vizinhança se caracterizam por espaços urbanos abertos, não diretamente relacionados à casa, mas ao bairro, à comunidade do qual o indivíduo vive. Geralmente são utilizados por uma variedade de pessoas, estando abertos não só à família ou a um grupo específico. Os espaços civis constituem maiores espaços abertos, no contexto urbano, estão mais afastados da casa e vizinhança. Representam zonas de maior mix social e cultural, por envolverem variedade de serviços, comércio e estilos de vida.



Figura 2 – Tipologia espacial. Fonte: adaptado de Woolley, (2003).

A classificação dos espaços proposta por Woolley, faz uma relação às fases de vida das pessoas. A vida infantil está mais vinculada aos espaços domésticos, e aos poucos evolui para a exploração dos espaços de vizinhança. A adolescência e vida adulta é marcada pelo descobrimento dos espaços civis. E por fim, na velhice, as pessoas tendem a retornar ao núcleo da vizinhança e da casa.

Nesse sentido, as tipologias subjetivas do espaço público fazem ligações diretas ao estilo de vida, simbologia e personalidade que os lugares refletem na cidade (Dines et al., 2006; Woolley, 2003). Tem-se uma maior ênfase na maneira como as pessoas interagem com os espaços e a si próprias. Embora esta maneira de classificar o espaço não possa ser medida ou até mesmo apreendida visualmente do ponto de vista físico, é importante ter presente a percepção que envolve muito além do que está construído. E com isso o espaço passa a ser complexo e rico em detalhes envoltos pelos sentidos. De maneira sintética, as tipologias imateriais estão de encontro à organização dos interesses sociais (Silva, 2009).

3.3.2. CLASSIFICAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO NA SUA DIMENSÃO MATERIAL

Diferente da tipologia imaterial, onde os espaços são classificados do ponto de vista dos usuários e suas características, a classificação material apresenta uma abordagem de categorias físicas que separam os espaços em atribuições distintas. De maneira geral, o espaço público material pode ser dividido em dois grandes grupos: locais de permanência e circuitos. Os locais de permanência englobam as praças, pontos de contemplação e parques, oriundos de atividades passivas de descanso. Os circuitos são constituídos por percursos urbanos que permitem a livre mobilidade de pessoas e veículos. Compreendem os passeios públicos e espaços de movimento e fluidez (Nasermoadeli, 2014; Gehl, 2013; Matos, 2010).

O espaço público engloba diversas tipologias, cada uma delas dispõe de características próprias, que a definem. Entre estas tipologias as mais comuns são as ruas, praças e parques, no entanto, outros espaços da cidade se tornam visíveis e explorados, como o caso dos cemitérios (Carmona, 2010). De maneira clara, a separação física dos espaços varia de acordo com suas características e usos, imagens e dimensões. A tabela 1 expõe as classificações mais comuns encontradas na literatura, bem como as características usuais utilizadas para distingui-los dos outros espaços.

Tabela 1 – Tipologia dos espaços urbanos

	Tipologias	Características	Referências
Circuito/ movimento	Ruas	Espaços abertos disponíveis a todos. Podem ter uso exclusivo do pedestre ou compartilhado com os demais meios de transporte.	Nasermoadeli, (2014); Stanley et al., (2012); Carmona, (2010); Matos, (2010); Francisco, (2005); Alves, (2003).
	Passeios urbanos	Espaços de passagem exclusiva para pedestres.	Carmona, (2010); Francisco, (2005); Alves, (2003).
	Espaços de recreação	Destinados às atividades esportivas de movimento e lazer.	Stanley et al., (2012); Carmona, (2010).
Permanência	Praças	Locais de permanência aberto ao público para usos diversos. O centro da sociabilidade e da vida pública.	Tavares, (2020); Nasermoadeli, (2014); Stanley et al., (2012); Carmona, (2010); Matos, (2010); Alves, (2003).
	Largos	Espaços livres dispostos ao redor de construções importantes.	Alves, (2003); Carneiro et al., (2000).
	Parques	Espaços verdes abertos de média ou grande proporção.	Tavares, (2020); Stanley et al., (2012); Carmona, (2010); Francisco, (2005); Alves, (2003).
	Jardins	Espaços verdes abertos menores e de recreação passiva.	
	Frentes d'água	Espaços naturais de contemplação.	Tavares, (2020); Carmona, (2010).
	Cemitérios	Espaços geralmente verde e abertos, utilizados como locais de contemplação e atividades religiosas.	Tavares, (2020); Carmona, (2010); Francisco, (2005).

Para encerrar a discussão sobre as tipologias mais comuns dos espaços públicos, Mora (2009) afirma que, de maneira geral, os espaços urbanos tradicionais se originaram da praça, considerada o primeiro espaço público aberto e livre, seguida então pelas ruas, parques e frentes d'água. A depender do lugar ou cultura, mais tipos de espaços podem vir a renovar-se e reinventar-se, de acordo com o surgimento de novos propósitos e necessidades da sociedade, sempre em constante produção espacial.

3.3.3. O ESPAÇO PÚBLICO E SEUS DOMÍNIOS

O domínio e acesso ao espaço é classificado de acordo com as seguintes dimensões: (i) espaço público (ii) espaço semipúblico; (iii) espaço semiprivado; (iv) espaço privado e (v) espaço coletivo. De maneira geral, esses espaços são categorizados de acordo com o tipo de atividade e pessoas que o utilizarão, com base em seu estado jurídico de apropriação. Tomando o exemplo de Newman, (1996), tem-se um edifício com apartamentos, onde cada unidade é representada pelo apartamento de domínio privado. O saguão de entrada, os corredores e escadas de acesso são semiprivados. O jardim de frente ao edifício é semipúblico e a calçada e rua são de domínio público. Dessa forma é possível perceber o entrelace das dominações espaciais, o quão próximas as tipologias de espaços semipúblicos e semiprivados se encontram.

Os espaços semipúblicos são considerados espaços intermediários, não completamente acessíveis a todos (Oldenburg, 1999). Este tipo de espaço é associado a princípios excludentes quando comparado ao espaço público, cujo responsável é o poder público, seja ele local ou nacional. Os bares, shoppings centers, clubes, galerias, jardins, hortas e áreas de igrejas são um exemplo comum. Os espaços semiprivados constituem espaços próximos aos espaços privados e pouco abertos a estranhos. Os jardins

residenciais, hortas privadas, quintais de casas ou instituições privadas e parques de escola (Viana, 2018; Stanley, 2012; Carmona, 2010; Woolley, 2003).

Com relação aos espaços coletivos, igualmente presentes nos espaços públicos, semipúblicos e semiprivados, são considerados um lugar de convivência, lazer, recreação, alimentação e contemplação. Possuem qualidade arquitetônica, de grande importância para a composição da cidade contemporânea. São produzidos dentro de espaços fechados, em espaços abertos e em áreas públicas ou privadas (Piana, 2020; Ferreira, 2012). As quadras poliesportivas, espaços no interior de condomínios fechados, espaços de transição entre edifícios, comércio nas ruas, lotes privados revitalizados para o uso coletivo são alguns exemplos desta denominação. Atualmente, os espaços coletivos trabalham de modo a possibilitar o encontro social, sendo o espaço privado acessível a determinado grupo restrito, que preza pelo conforto e a sensação de segurança causada pelos índices de criminalidade e medo (Vianna, 2007). Dessa forma, os espaços coletivos constituem um elemento básico fundamental e relevante na construção de uma identidade cultural (Piana, 2020; Ferreira, 2012).

3.4. PROPRIEDADES QUALIFICADORAS DOS ESPAÇOS PÚBLICOS

Por muito tempo os espaços públicos estiveram associados à qualidade de vida das cidades, assim como os fatores que os tornam atraentes. Espaços bem planejados e geridos, com a presença de espaços verdes e locais de atividades e jogos contribuem para o desempenho de uma construção positiva da cidade, em seus valores sociais, econômicos e ambientais (Choi, 2020; Gehl, 2013; Beck, 2009). Em algumas cidades ocorre a perspectiva de expansão de seu território, o que demanda uma produção recorrente de espaços abertos e verdes, a depender da forma que os planos diretores operam em cada uma. Portanto, pretende-se alcançar um índice de áreas que possam ser aproveitadas pelo ser humano e até mesmo encorajadas a terem função, seja esportiva, social ou cultural, numa ótica de evoluir a cidade e promover benefícios direcionados à melhoria da habitação do ambiente urbano e o relacionamento entre as pessoas (Silva et al., 2016; Oliveira & Mascaró, 2007).

Embora a importância dos espaços públicos para a sociabilidade e contribuição da qualidade de vida nas cidades seja aclamada, a verdade é que nem sempre esses espaços possuem os requisitos de atratividade, que garantem a permanência, conforto e bem estar daqueles que o utilizam (Sgarbossa, 2016). Fatores negativos como a invasão de veículos motorizados que causam poluição visual, sonora e atmosférica; carência de acessibilidade por consequência de barreiras físicas, visuais e sociais; valores materiais puramente associados à estética; mobiliário urbano escasso ou desgastado e riscos de acidentes contribuem para o processo de declínio em áreas urbanas, levando à perda da vida social, da atratividade e da qualidade de vida (Francisco, 2005; Rogers, 2001;). Portanto, um bom espaço urbano que ofereça determinados fatores de atratividade, será visto de maneira positiva, promovendo assim mais usos. A atração que os espaços desenvolvem é uma questão de como se trabalhar a dimensão humana (Gehl, 2013).

Os fatores materiais qualificadores do espaço urbano têm a pretensão de facilitar o acesso, função e adequação. O ambiente construído deve fornecer aos usuários agradáveis experiências sensoriais e possibilitar a liberdade de escolha, seja para caminhar ou permanecer no espaço, para encontro com amigos ou contemplação (Gehl, 2013; Beck, 2009; Bentley et al., 1985).

Tabela 2 – Propriedades materiais do espaço

Propriedades	Características	Referências
Acessibilidade física	Áreas de fácil alcance e sem obstáculos.	Guedoudj et al., (2020); Çolpa, (2015); Fernandes, (2012); Alves, (2003); Brandão (2002); Project for Public Spaces (2000).
Adaptabilidade	Espaços flexíveis capazes de suportar usos diversos; possuem grande capacidade de adaptação.	Çolpa, (2015); Beck (2009); Brandão, (2002); Seixas, (2001); Lynch, (1960).
Espaço natural	Presença de vegetação robusta e jardins.	Faniani et al., (2019); Carmona et al., (2010); Alves, (2003).
Espaços para caminhar	Caminhos de fluxos livres, espaçosos, agradáveis e sombreados.	Gehl (2013); Oliveira & Mascaró (2007); Gemzoe & Gehl (2006).
Espaços de permanência	Possibilidade de interação social em ambiente agradável.	Çolpa, (2015); Gehl (2013); Oliveira & Mascaró (2007); Gemzoe & Gehl (2006).
Infraestrutura e mobiliário urbano	Funcionalidade dos espaços: lixeiras, postes de iluminação, bancos, sistema de drenagem, quiosques, dentre outros.	Fabiani et al., (2019); Gehl, (2013); Beck, (2009); Gemzoe & Gehl (2006); Seixas, (2001).
Limpeza	Condição de saneamento, organização do espaço para o bem-estar.	Guedoudj et al., (2020);
Permeabilidade física	Liberdade de escolha entre caminhos dentro do espaço.	Fernandes, (2012); Brandão, (2002); Bentley et al., (1985).
Personalização	Possibilidade de os usuários transformarem o espaço de acordo com suas escolhas pessoais. Introdução de características únicas ao lugar.	Silva, (2009); Bocca, (2009); Lossau, (2009); Cartaxo, (2009); Carr et al., (1992); Bentley et al., (1985);
Resistência e Durabilidade	Qualidade dos materiais e lugares resilientes.	Brandão, (2002).
Variedade	Mistura de usos, atividades e diversidade na oferta de serviços,	Carmona, (2015); Çolpa, (2015); Carmona et al., (2010); Brandão (2002); Bentley et al., (1985).

As propriedades imateriais, por outro lado, pretendem interpretar e saciar as necessidades emocionais e perceptivas dos usuários, ao introduzir conteúdo apaziguador e plácido de forma a construir um vínculo singular entre o ser humano e o ambiente que o envolve, despertando experiências positivas e criativas, de forma a impulsionar o caráter qualitativo do espaço urbano (Fabiani et al., 2019; Genzoe & Gehl, 2006).

Tabela 3 – Propriedades imateriais do espaço.

Propriedades	Características	Referências
Acessibilidade	Ausência de barreiras visuais, livre acesso ao espaço e às informações contidas nele.	Carvalho, (2019); Çolpa, (2015); Fernandes, (2012); Silva, (2009); Genzoe & Gehl, (2006); Serpa, (2004); Brandão, (2002); Project for Public Spaces, (2000).
Conforto e Usufruto	Qualidade térmica, física e funcional.	Guedoudj et al., (2020); Fabiani et al., (2019); Carmona, 2015; Silva, (2009); Beck, (2009); Brandão, (2002).
Identidade e Patrimônio	Valor histórico e cultural, senso de pertencimento e caráter local.	Pereira & Vidal, (2018); Ponte et al., (2017); Scannell & Gifford, (2017); Nielsen et al., (2016); Çolpa, (2015); Devine-Wright, (2013); Lengen & Kistemann, (2012); Nunes, (2011); Carmona et al., (2010); Brown & Raymond, (2007); Brandão, (2002).
Imagem e simbologia	Leitura visual e interpretação do desenho urbano.	Guedoudj et al., (2020); Gehl, (2013); Carmona et al., (2010); Silva, (2009); Alves, (2003); Project for Public Spaces, (2000); Lynch, (1960).
Segurança	Segurança visual, física e perceptiva. Autopolicciamento através do alcance dos olhos, permitido através do desenho.	Tavares, (2020); Fabiani et al., (2019); Wolkart, (2019); Çolpa, (2015); Gehl, (2013); Cardoso et al., (2013); Corrêa, (2010); Carmona et al., (2010); Silva, (2009); Beck, (2009);
Vitalidade	Presença ativa de pessoas no espaço. Fluxos de usos e atividades.	Tran et al., (2020); Sepe, (2017); Nielsen et al., (2016); Gehl, (2013); Oktay & Jalaladdini, (2012); Jacobs, (1961); Lynch, (1960).

As propriedades imateriais e materiais incorporam elementos relevantes na concepção do desenho urbano ou mesmo na renovação de seus espaços já criados. Em grande parte, as propriedades determinam a qualidade do espaço público, embora seja a maneira como as pessoas o interpretam que de fato o qualificará e o moldará (Kourtiti et al., 2020).

3.5. CONCLUSÃO SÍNTESE

Deste capítulo conclui-se que o espaço público vai além de desempenhar apenas a sua função inicial como local físico onde a vida pública acontece. O espaço público é o lugar da sociabilidade, da busca por uma extensão da casa e da qualidade de vida. Possui grande valor para o desenvolvimento de atividades ativas, passivas e eventos. Como discutido por Arendt (2007), é no espaço público que os homens veem e são vistos e nele se tem um primeiro contato com o sentido de democracia. Indo de encontro à proposta imaterial do espaço público, as propriedades qualificadoras apresentadas resultam em ambas as dimensões: física e não física. Os argumentos aqui discutidos expõem uma maneira de pensar o espaço urbano de forma que atenda aos requisitos de sustentabilidade e morfologia, parte importante no desenvolvimento das cidades, assim como sua manutenção. Fica em evidência a necessidade de um planejamento qualificado destes espaços, reforçando sua robustez, permeabilidade, diversidade de usos, espaços verdes, legibilidade, conforto e significado, dentre outros. É importante salientar que as propriedades materiais e imateriais dependem uma da outra para que haja uma concordância nas percepções e sentimentos produzidos através do espaço.

4

A ATRATIVIDADE URBANA

4.1. INTRODUÇÃO

A atratividade é um fenômeno de urbanização que envolve uma variedade de disciplinas, como arquitetura, economia, geografia, turismo, psicologia e estudos urbanos (Choi, 2020). As cidades atuais estão em constante evolução e buscando maneiras de proporcionar qualidade de vida e bem-estar para seus habitantes, como também a futuros visitantes e empreendedores (Berg & Meer, 2006). Para isso, a cidade atrativa favorece os negócios e investimentos, a saúde humana, habitação de qualidade e aproveitamento de recursos naturais para produção (Snieska & Zykiene, 2015). No contexto urbano atual, a atratividade está vinculada às estratégias territoriais com a intenção de oferecer um bom relacionamento entre qualidade de vida e seus habitantes (Choi, 2020; Kourtiti et al., 2020). O poder público pode utilizar-se de políticas públicas e programas com fins regenerativos de espaço e áreas de cidades a fim de estabelecerem mudanças no estilo de vida e crescimento de uma região (Scalcon, 2019). O entendimento de um espaço como atrativo dependerá de diversos fatores que influenciam diretamente nos processos de percepção e cognição do seu observador. Para entender estes sistemas, é preciso, portanto, compreender o espaço e seu entorno, assim como os elementos que contribuem diretamente para atrair um indivíduo a ele (Silva, 2009; Choi, 2020).

A seção 4.2 introduz as principais características da cidade atrativa voltada para o desenvolvimento econômico, social, cultural e turístico em benefício da variedade e qualidade de vida. Leva em conta as razões para empresas e pessoas escolherem determinada cidade para fixar um negócio, moradia ou simplesmente experimentar a presença cultural que a distingue dos outros lugares.

A seção 4.3 continua a temática anterior, em direção às percepções cognitivas humanas com relação ao espaço. São também apresentados os conceitos de ligações afetivas e felicidade urbana, conectados por suas similaridades e distintos por suas características.

A seção 4.4 apresenta os fatores imateriais provenientes da literatura, com o sentido de analisar suas aplicações na cidade e de maneira sintética esclarecer sua importância.

Por fim, a seção 4.5 faz o fechamento do capítulo com uma conclusão síntese das ideias abordadas sobre a temática da atratividade urbana.

4.2. CIDADES ATRATIVAS

As cidades são entidades geográficas com determinado índice populacional e fonte de atividades que giram em torno da funcionalidade e do bem comum da sociedade (Wahlström et al., 2020). É na cidade onde se concentram os poderes administrativos que mantém a ordem pública, entre outros aspectos

históricos, culturais e econômicos que a estruturam. Com a maior parte da população morando em cidades, estima-se que cerca de 70% da população mundial viverá em zonas urbanas até 2050 (ONU, 2019), tornando-se assim o centro da vida humana. A cidade como casa não é definida apenas como um meio físico e privado que permite aos indivíduos desenvolverem atividades comuns e necessárias do cotidiano. Uma casa possui elementos materiais e visuais, mas em seu interior também se encontra a atmosfera intangível que remete às condições psicológicas de cada habitante, bem como suas necessidades, emoções e personalidade (Kourtiti et al., 2020).

A cidade contemporânea atrativa se divide em componentes físicos e intangíveis. Os elementos físicos são entendidos como o “corpo” da cidade, a presença material constante no meio urbano, concebida pelas habitações humanas, prédios, construções industriais e comerciais, monumentos, áreas verdes, frentes d’água, portos, zonas de entretenimento, dentre outras infraestruturas que permitem ao usuário desfrutar do espaço urbano. O “corpo” da cidade, portanto, pode ser visto e tocado pelas pessoas, devido à sua materialidade sólida que garante a forma e o ajuste das cidades com o tempo, vindo a servir diferentes propósitos. O “corpo” urbano também se refere às respostas humanas diante da complexidade tecnológica e econômica que visam atrair suprimentos, pessoas e serviços às cidades (Kourtiti et al., 2020; Wahlström et al., 2020).

A “alma” da cidade, constituída por valores imateriais, se concentra predominantemente em respostas reflexivas que o espaço material das cidades dispõe sobre as percepções humanas e a forma como o lugar é apreendido. Também apontada como “cidade invisível”, o lado subjetivo é composto por capital social, cultural ou político; sensação de segurança e comunidade; bem-estar; satisfação; felicidade urbana dos residentes e excelentes experiências sensoriais (Kourtiti et al., 2020). Além disso, essa estrutura intangível da cidade engloba o senso de lugar e identidade cultural, conectados com as características únicas de cada cidade, o que a torna extremamente especial e atrativa (Silva, 2009).

O resultado das duas faces da cidade atrativa, segundo Wahlström et al. (2020) e Kourtiti et al. (2020), reproduz o conceito “*City love*”, este relacionado à apreciação que as pessoas possuem da cidade ou vizinhança. O amor pela cidade incorpora seus valores da “alma” e do “corpo” ao fundir suas estruturas materiais e imateriais, sendo o resultado de elementos gerados pela cidade que remetem à sua dependência, apego e afinidade (Figura 3).

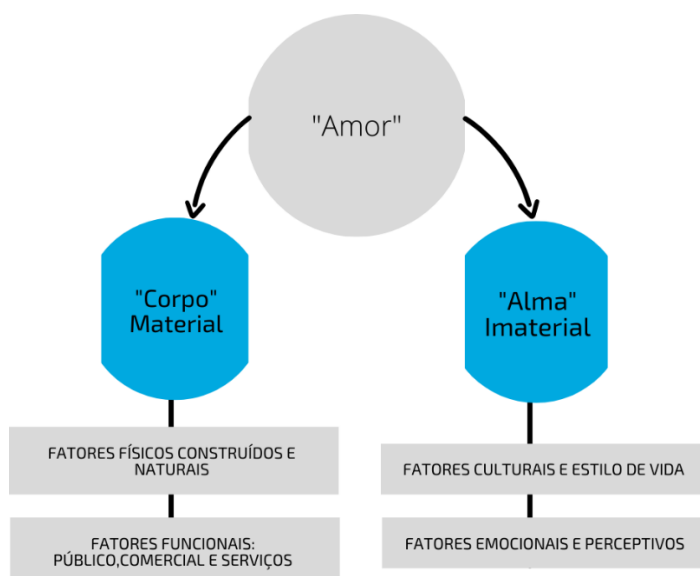


Figura 3 – Conceito de corpo e alma da cidade. Fonte: adaptado de Wahlström et al., (2020) e Kourtiti et al., (2020).

Ambas as denominações de corpo e alma das cidades constituem importantes orientadores para as decisões econômicas e sociais, por se tratar da própria forma como ela é concebida. Suas características supõem que a cidade é um ser próprio, com problemas, potencialidades, sentimentos e ações (Kourtit et al., 2020). Para atingir a qualidade atrativa da cidade é importante considerar os indicadores de maior dimensão: empregabilidade, renda, consumo de bens, água limpa, ar fresco, acessibilidade nos meios de transporte e disponibilidade de serviços públicos. O futuro das cidades depende deste balanço para que sobrevivam, e sobretudo necessitam da densidade para atrair. A consequência da densidade está no planejamento dos investimentos, e para que isso ocorra, a cidade deve se tornar propícia a oferecer um retorno que garanta a longevidade de sua condição materialista e monetária (Snieska & Zykiene, 2015; Berg & Meer, 2006; Glaeser et al., 2001).

A competitividade nas cidades contemporâneas é essencial para seu crescimento atrativo. Se refere à habilidade que uma cidade possui em atrair os recursos fundamentais, como também produzir serviços, mercado e condições de vida apropriadas para seus usuários (Berg & Meer, 2006). As cidades têm avançado para a inovação de seus recursos, o que significa que cada vez mais elas fizeram e continuam a fazer parte do sistema competitivo. Os aspectos econômicos e políticos assumiram o papel de promotores de investimentos, cuja motivação é aprimorar o funcionamento das cidades e atrair empresas, indústrias, turismo e novos residentes (Snieska & Zykiene, 2015; Berg & Meer, 2006; Pengfei & Qinghu, 2005).

Através do desenvolvimento da infraestrutura, receptibilidade, economia e qualidade de vida, as cidades constantemente disputam para conquistar a atenção das pessoas em variados campos de atuação. O uso de carisma para a atração está associado ao controle e a segurança de que a cidade poderá vir a ser o principal pólo de atividades, um lugar onde visitantes, residentes e empresas possam cooperar com o padrão de vida estabelecido (Snieska & Zykiene, 2015). Além disso, o desenvolvimento das cidades não visa apenas atrair investimentos materiais e físicos para construção de uma sociedade. Outras comodidades como a mobilidade e espaços urbanos de qualidade impactam diretamente na maneira como as pessoas fazem uso da cidade e a vivem (Sáez & Periañez, 2015).

A cidade atrativa é caracterizada por elementos básicos e distintos (Figura 4). São componentes físicos essenciais para a qualidade de vida no ambiente urbano. Os elementos básicos são serviços indispensáveis, recursos primários que estiveram presentes na maioria dos assentamentos urbanos desde seu surgimento, que foram se adaptando e se aperfeiçoando com o passar do tempo. Elementos distintos fazem parte de uma categoria que determina a posição e status de uma cidade. Esta distinção é o que a torna diferente das outras, que a caracteriza como especial (Choi, 2020; Berg & Meer, 2006).

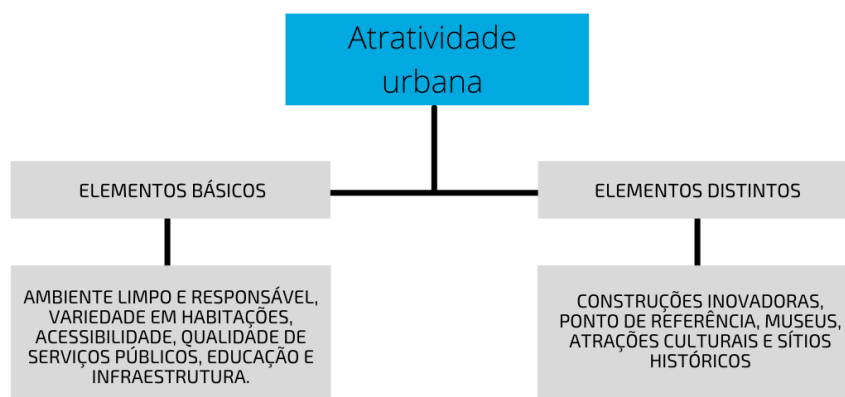


Figura 4 – Elementos da atratividade urbana. Fonte: adaptado de Choi, (2020) e Berg & Meer, (2006).

A competitividade da imagem urbana trouxe a conotação de que a cidade é um produto a ser vendido, um motor de progresso regional responsável por atrair novos habitantes e conter a população atual (Metaxas, 2007). Sendo assim, o envolvimento do marketing para a promoção de características únicas de cada lugar, ou o desenvolvimento de uma “marca” da cidade, tem sido fundamental para atrair o comércio turístico, tendo como foco as especificidades da identidade cultural imaterial da região (Scalcon, 2019). Dessa maneira, não só se difunde a economia local, mas a história do povo que nele vive. Sistemáticamente, o plano de promover as cidades tem o objetivo de destacá-la a nível global, explorando suas diferenças e potencialidades econômicas, sociais, culturais e estéticas (Metaxas 2007; 2005).

Berg & Meer (2006) estabelecem três grupos funcionais: visitantes, residentes e empresas. A cidade como atrativa pode parecer diferente a depender das características de cada grupo. A localização é um fator importante na determinação de escolhas e investimentos na cidade, pois as empresas escolhem se fixar em lugares que possuam todas as facilidades adequadas para suportar as novas propostas de crescimento urbano (Sáez & Periañez, 2015; Berg & Meer, 2006). Os residentes valorizam a satisfação a longo prazo, pois a cidade faz parte de sua casa, do ambiente no qual o indivíduo está acostumado a realizar as mais diversas atividades do cotidiano. Assim como se constitui de memórias afetivas que contribuem para a sensação de pertencimento e estabilidade. Os visitantes são usuários passageiros, que definem as suas viagens a partir de relações pessoais e preferências. A compreensão que esse grupo possui da cidade irá muitas vezes se limitar à estética, funcionalidade, consumo, entretenimento, restaurantes e transporte público (Choi, 2020; Sáez & Periañez, 2015; Berg & Meer, 2006). Os visitantes costumam perceber alguns atributos-chave das cidades, que poderão ser decisivos para a escolha de retorno no futuro, são eles: (i) facilidade de acesso; (ii) serviços de apoio; (iii) infraestrutura turística; (iv) atmosfera da cidade; (v) ambiente físico e psicológico; (vi) identidade cultural e seus recursos; (vii) criatividade e sustentabilidade (Cracolici & Nijkamp, 2008; Das et al., 2007).

Boivin & Tanguay (2019) definiram quatro componentes de atratividade urbana através do turismo. O primeiro foi nomeado “contexto urbano”, que constitui serviços públicos, informações aos turistas e variedade de comércio. O segundo envolve a “cintura turística”, onde se fazem presentes os espaços públicos, parques e jardins, arquitetura e área segura para pedestres. O terceiro termo é considerado essencial para a atratividade urbana, são as “atrações complementares”, que incluem festivais, eventos culturais, feiras, exposições e teatro. Por fim se apresenta o “núcleo”, o componente que marca os monumentos históricos, museus, galerias de arte e outras atrações consideradas o centro da identidade do local (Figura 5). Apesar dos atrativos naturais, culturais e artísticos, o destino turístico pode ser considerado um produto a ser comprado, disponibilizado e integrado, tratando-se de um serviço baseado em suprir as necessidades recreativas dos visitantes e expandir o mercado (Cracolici & Nijkamp, 2008).

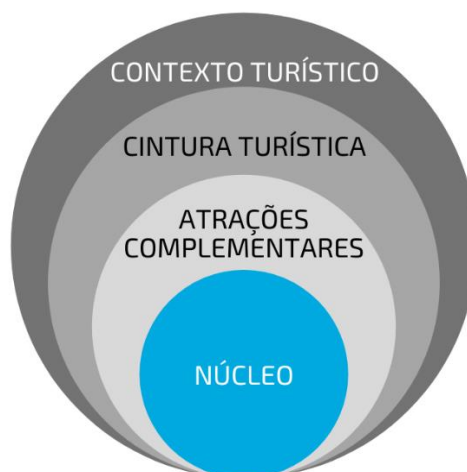


Figura 5 – Hierarquia de atração turística. Fonte: adaptado de Boivin & Tanguay, (2019).

Os atrativos turísticos ou locais específicos de uma cidade aproximam o contato entre visitantes, empresas e residentes, pois eles compartilham os mesmos serviços e participam dos mesmos eventos culturais. É possibilitada a troca de costumes, descobertas de novas identidades típicas de um lugar e o interesse em crescimento pessoal através de experiências compartilhadas. Uma cidade atrativa para os visitantes por consequência será atrativa a seus residentes, gerando não só dependência, mas orgulho pessoal por fazer parte dela e interagir em seu crescimento (Boivin & Tanguay, 2019).

Dessa forma, a atratividade urbana gerada pela consequência de investimentos, turismo e ação dos residentes, produz efeitos positivos como o aumento da qualidade de vida e ambiental, reforço da estrutura econômica em diversos setores, fortalecimento da estrutura social e por fim a melhoria da imagem (Berg & Meer, 2006). Chega-se à conclusão de que as cidades tendem a se tornar atrativas quando seu funcionamento atende à demanda de seus usuários e oferece a capacidade de sustentar um estilo de vida seguro e sustentável (Choi, 2020). A atratividade de uma cidade, portanto, é comumente avaliada através de fatores qualitativos materiais ou imateriais. A partir deles é possível entender a habilidade de atração dos espaços e classificá-los como atrativos ou não atrativos. Alguns fatores recorrentes e fundamentais estão ligados à indicadores de economia, interação cultural, vitalidade, ambiente e acessibilidade, responsáveis pelas escolhas dos visitantes, residentes e empresas (Guedoudj et al., 2020; Fabiani et al., 2019; Romão et al., 2018; Berg & Meer, 2006).

4.3. A ATRATIVIDADE E A PERCEPÇÃO ESPACIAL

4.3.1. A PSICOLOGIA AMBIENTAL E AS PERCEPÇÕES COGNITIVAS

A psicologia ambiental é o estudo do comportamento das pessoas dentro do espaço (Figura 6) (Tavasoliara & Bashiri, 2015; Corral-Verdugo, 2005; Roth, 2000; Melo, 1991). O processo de atividade humana e sua interação ao meio é chamada de comportamento, consequência das percepções desenvolvidas pelo usuário em face às necessidades impostas ao ambiente. A percepção espacial é um conjunto de sensações, experiências, memória e sentimentos. Faz parte de um processo complexo envolvendo a personalidade e características únicas do indivíduo que age por trás de suas motivações com relação ao espaço (Elali, 2009; Silva, 2009). A temporalidade é o elemento que aciona a percepção, e sozinha conjuga o tempo cronológico, aquele que acontece no momento do contato com o ambiente;

a época, correspondente ao meio edificado do qual o indivíduo está inserido; e o tempo psicológico, sentido pelo observador, ou seja, memórias do passado e ações do presente com indicações do futuro (Elali, 2009).

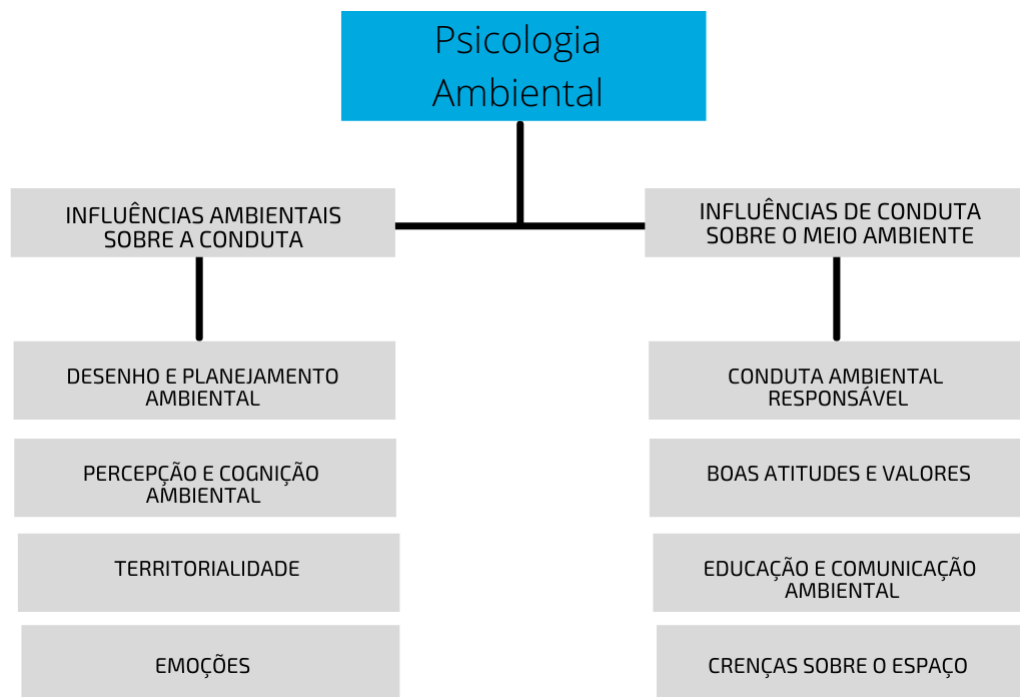


Figura 6 – Estrutura principal sobre o conceito de Psicologia Ambiental. Fonte: adaptado de Roth, (2000).

A percepção dos espaços se interessa pelos significados que as pessoas atribuem ao ambiente, resultado da compreensão da paisagem. O que confere a perceptibilidade ideal do ambiente é a qualidade urbana imaterial denominada “legibilidade” (Lynch, 1960). Sem ela não é possível ao usuário do espaço ler seus símbolos e se movimentar pela cidade com distinção. Os marcos urbanos ajudam a criar uma imagem mental do espaço, da qual não é apenas fruto da percepção presente, mas também da percepção passada, através da memória (Goya, 1992; Lynch, 1960).

A sensibilidade humana com relação ao espaço tem o poder de classificá-lo de diversas maneiras, funcionando de forma subjetiva. A dimensão sensível circunda o espaço e interfere nas impressões percebidas e na forma como é enxergada pela realidade do mundo. Os sentidos humanos são os primeiros a entrarem em contato com o meio, acompanhado em segundo plano pelas percepções cognitivas. Ter a plena consciência de um espaço é torná-lo visível aos sentimentos (Malherbe, 1998 apud Rolim, 2014).

Tendo em vista a dimensão sensível no plano perceptivo, o espaço apreendido se agrupa num conjunto de imagens, que oferecem o caráter da fisionomia de uma determinada cidade ou lugar. A percepção constitui o ajustamento de dois sistemas de imagens, o que é o do mundo e o que é do indivíduo (Rolim, 2014). A imagem da cidade não se limita à paisagem interior, mas às ações dos habitantes e usuários do espaço. É possível entender o valor, significado e diferenças entre diversos elementos no espaço. A imagem percebida é fruto deste processo e possui milhares de significados, pois cada pessoa tem uma maneira de apreendê-la (Silva, 2009).

Segundo Tavasoliara & Bashiri (2015), não existe um relacionamento direto entre o ser humano e o espaço, pois as pessoas costumam se apropriar do espaço psicológico como barreira entre ele e o espaço exterior. Este espaço psicológico é um conjunto de crenças e informações passadas que servem de contexto para experiências presentes e futuras, também pode ser referido como processos cognitivos. No entanto, existe um relacionamento metafórico entre a arquitetura de uma edificação e a mente humana, talvez até mesmo à sua alma. Isso depende da frequência que a imagem da cidade se associa à personalidade individual, como por exemplo, a proximidade da zona de vizinhança, a casa ou outros lugares que possuam algum significado específico vinculado à memória (Tavasoliara & Bashiri, 2015).

Portanto, a psicologia ambiental estuda a transação complexa entre o ser humano e o ambiente físico (Tavasoliara & Bashiri, 2015). Envolve a dimensão da percepção, como o indivíduo absorve o ambiente; da cognição, como a mente processa e estrutura as informações recebidas do espaço; do comportamento, como o indivíduo compreende, reage e o modifica (Yazdi et al., 2017). O processo cognitivo e perceptivo se distingue de maneira sutil, sendo a cognição um atributo que permite o armazenamento, reuso e processamento de informações e a percepção se encontra face a face com os sentidos e, principalmente, com a visão (Melo, 1991). É entendida como o ponto inicial da consciência humana, onde esta reage e responde às diferentes ações evidenciadas pelo meio em que se vive. Essas manifestações resultam em diferentes resultados e está inserida no interior da personalidade subjetiva de cada pessoa (Souza, 2013).

Os aspectos mais significativos do desenho urbano a serem levados em alta conta estão relacionados aos sentidos e percepções, processadas através de experiências do lugar pelas pessoas que o utilizam. Os sentidos da visão, audição, olfato e tato possibilitam a atribuição de valores estéticos e imagéticos para a formação de um caráter perceptivo e claro, processado pelos mecanismos cognitivos individuais (Yazdi et al., 2017). A psicologia ambiental é uma ferramenta importante para ajudar no desenho dos espaços, criando ambientes que vão de encontro às necessidades humanas e satisfaçam tanto seus interesses quanto os aspectos de sobrevivência, como a segurança, pertencimento, beleza e estima. A qualidade espacial, bem como sua atratividade, irá variar a depender do observador. Suas escolhas e noções pessoais sobre necessidades momentâneas são relativas, de modo que o espaço nunca estará totalmente pronto para agradar a todos os seus usuários (Tavasoliara & Bashiri, 2015; Silva, 2009).

Dessa maneira, entender como se dão os processos de percepção derivados das relações, interações e transações entre pessoas e seus entornos físicos é fundamental para assimilar os conceitos a serem abordados nos próximos subtemas (Yazdi et al., 2017; Tavasoliara & Bashiri, 2015; Roth, 2000).

4.3.2. LIGAÇÕES AFETIVAS E SIMBÓLICAS

No cotidiano, as pessoas sempre buscam por interações, que podem ser físicas e diretas com o ambiente ou com outras pessoas. Há também, no entanto, uma frequente procura por espaços de descanso, capazes de atrair sensações tranquilizantes e satisfatórias, bem como transmitir o sentimento de pertencimento e conexão com o lugar. As ligações afetivas e simbólicas, constituídas por um senso cognitivo-emocional estabelecido entre a pessoa e seu lugar favorito, viabiliza uma profunda união entre eles (Song et al., 2019; Scannell & Gifford, 2017; Dines et al., 2006).

O apego ao lugar pode ser desenvolvido a partir de significados e experiências individuais, coletivas ou por meio da combinação de ambos. Ao nível individual, essa ligação se estabelece quando algum evento memorável acontece e que então passou a ser associado ao cenário. Ao nível coletivo podem ser referidas ligações de indivíduos de uma mesma nação ou grupo social, membros de família e amigos que passam juntos por uma experiência no local ou vivenciaram fatos semelhantes (Scannell & Gifford,

2017). O senso de pertencimento desenvolvido através das experiências e percepções individuais ou coletivas agregam mais significado à qualidade de vida que o indivíduo passará a ter, recorrente das emoções positivas impostas sobre ele (Song et al., 2019; Alves, 2003). As ligações individuais não somente se centram em atividades do espaço público, alguns espaços pontuais podem carregar igual significado, fortalecido pelo abrigo de memórias particulares (Alves, 2003).

O apego ao lugar é de difícil contabilização, pois trata-se de uma dimensão não material presente no psicológico de cada indivíduo (Scannell & Gifford, 2017). No entanto, em estudos realizados por acadêmicos da área, foi possível constatar que há diversas maneiras de medir a atração que as pessoas desenvolvem pelo espaço e as necessidades intimamente vinculadas a ele. Muitas destas necessidades afetam também a maneira como agir e proteger o espaço, o que fortalece o instinto de melhorá-lo e prezar por sua funcionalidade e beleza. Os resultados dos estudos revelam que a ligação afetiva influencia o comportamento e a confiança sobre o lugar, interpretando-o como seguro, mesmo quando ele não oferece segurança (Song et al., 2019). Também foi constatado, segundo Devine-Wright (2013), que a mobilidade pode interferir nessa ligação, pois a facilidade de mover-se pelo mundo e conquistar lugares cada vez mais distantes possibilita a formação de inúmeras ligações afetivas. Quanto mais tempo se passar no local, maior será o vínculo estabelecido (Hernández et al., 2010).

A dependência funcional e física sobre um lugar é um conceito que costuma ser confundido com as ligações simbólicas e físicas, mas que representam diferentes significados. Enquanto as ligações utilizam memórias e sentimentos para se manterem vivas, a dependência condiciona prazer, conveniência e praticidade. Estar dependente de um lugar, seja por suas condições econômicas, climáticas, recreativas ou culturais, é vê-lo como um produto a ser explorado para saciar os desejos, portanto, não representa valor atrativo quanto qualidade imaterial (Nisa et al., 2020; Scannell & Gifford, 2017; Brown & Raymond, 2007).

Dines et al. (2006) considera alguns fatores-chave que fornecem um bom entendimento a respeito da influência das ligações afetivas de um local, são eles: (i) redes sociais; (ii) continuidade; (iii) recursos locais; (iv) distintividade. As redes sociais correspondem aos relacionamentos entre as pessoas no lugar e qual o nível de interação disponível no mesmo. As relações sociais são a principal fonte de apego ao lugar, podendo agir de forma positiva ou negativa. A continuidade representa as ligações emocionais que podem ser solidificadas conforme o passar do tempo no lugar. Em alguns casos a ligação é instantânea, em outros podem levar anos. O terceiro fator-chave, recursos locais, implica a presença de estabelecimentos de serviços que aproximam as pessoas e estimula a convivência no espaço, que pode ser público ou privado. Por fim, a distintividade aborda um conceito físico, onde as características de desenho e funcionalidade espaciais são fortemente vistas como uma qualidade de atração para futuras ligações afetivas do espaço (Dines et al., 2006). O significado pessoal atribuído a um lugar é resultado de experiências vivenciadas nele ou de alguma outra forma. A ligação e apego são formadas, em maioria, por residentes antigos ou novos, sendo os usuários mais antigos aqueles com maior probabilidade de obter uma ligação estável com o espaço, seja ele sua vizinhança, o centro da cidade ou um local específico (Stancu et al., 2020; Song et al., 2019).

Sendo assim, o indivíduo desenvolve uma satisfação pessoal que o guia a uma sensação plena de felicidade, mais conhecida como um bem de grande valor movido por emoções (Malinoski & Silva, 2004). A felicidade está constantemente presente na vida das pessoas, seja de maneira efêmera ou mais duradoura, garantindo um aspecto de vitalidade essencial para o homem e a sociedade, ainda que ninguém consiga ser plenamente feliz. A natureza subjetiva da felicidade dificulta a medição direta sobre as influências capazes de gerar tais emoções positivas, no entanto, sabe-se que esse sentimento está intrinsecamente ligado às questões físicas, psicológicas e emocionais que o rodeiam. Portanto o

ambiente e seus elementos contribuem de forma significativa na percepção da felicidade (Pringle & Guaralda, 2018; Malinoski & Silva, 2004).

A felicidade gerada a partir do meio urbano significa um conjunto de emoções positivas oriundas de motivos diversos, sendo as principais: interação social, segurança, qualidade do ambiente, satisfação com a casa e o bairro, participação ativa na comunidade, acessibilidade aos demais serviços oferecidos e saúde pública (Kytä et al., 2016; Pfeiffer & Cloutier, 2016). As pessoas se sentem mais felizes em cidades atrativas, onde há uma maior oferta de emprego, lazer e serviços. Tendo esses fatores em vista, a riqueza e prosperidade de crescimento econômico é considerado primordial para o alcance da satisfação e felicidade urbana, mas não o mais importante (Florida et al., 2013; Leyden et al., 2011). Se considerarmos a cidade como uma expressão livre e pura da sociedade, então a felicidade no meio urbano é o resultado de um adequado meio de vida onde os cidadãos possuem voz, liberdade de ação dentro das políticas públicas e direitos humanos bem consolidados. No ponto de vista do planejamento urbano, as condições dos espaços devem propiciar funcionalidade e qualidade para que os usuários se sintam felizes dentro dele e tornem a cidade o símbolo da busca pelo bem-estar público (Sepe, 2017; Bravo, 2012).

É importante manter as características do espaço e seus elementos simbólicos para que ele seja distinto e continue carregando sua identidade na cidade. A arquitetura e o urbanismo possuem ferramentas apropriadas para tornar os espaços agradáveis e atrativos a todos os cidadãos, não importa o gênero, idade ou grupo étnico. Ações e atividades podem vir em diferentes escalas e formas, propiciando vitalidade ao espaço e contribuindo com os sentimentos que levam à felicidade, ao senso de pertencimento e satisfação (Sepe, 2017).

4.4. PROPRIEDADES IMATERIAIS DO ESPAÇO

Como visto na seção 3.4, os fatores que atribuem valor qualitativo imaterial ao espaço estão intimamente relacionados com a forma como os indivíduos o compreendem, seja por meio de interações sociais ou perceptivas. As seguintes propriedades a serem abordadas são um reflexo das pesquisas bibliográficas, sendo estas mencionadas por se mostrarem pertinentes e constantes nos estudos sobre a qualidade intangível do espaço público, bem como a maneira como o indivíduo o percebe através da dimensão material. Sendo assim, o objetivo deste subtema é fornecer uma compreensão dos seguintes fatores de forma a conceituá-los e, posteriormente, conceder sua aplicação ao estudo de caso.

4.4.1. ACESSIBILIDADE

A acessibilidade está frequentemente relacionada à concretude física dos espaços. No entanto, a dimensão imaterial se contrapõe ao trazer outros tipos de acessibilidades para serem explorados, como a acessibilidade visual, simbólica e digital. A possibilidade de visualização sem obstrução nos espaços públicos é denominada de acessibilidade visual, uma qualidade dos espaços públicos que tem a pretensão de formular uma imagem clara e de fácil alcance para quem utiliza o espaço (Serpa, 2004). Esta qualidade está ligada ao meio material, à forma como o desenho do espaço é planejado, assim como seus elementos estruturais: vegetação, iluminação e topografia. É importante que estes espaços possuam algum sistema de vistas para que seja possível contemplar sua envolvente sem percalços, utilizando-se dos mais variados pontos de perspectivas (Silva, 2009; Gemzoe & Gehl, 2006). O aspecto visual para o alcance dos olhos está diretamente ligado à sensação de segurança. Lugares escondidos são alvo de abandono e desconfiança por parte dos usuários. No entanto, estes espaços também são percebidos como lugares privativos, longe dos olhos e da sociabilidade, onde pessoas que preferam ficar fora de vista

podem fazer uso para atividades que demandem silêncio e concentração (Çolpa, 2015; Silva, 2009; Project for Public Spaces, 2000). A acessibilidade simbólica se refere a clareza e fácil leitura dos símbolos, dos gestos sutis e sinais, assim como percepções de lugares calmos, seguros, inclusivos e públicos (Alves, 2003). A acessibilidade do meio digital nos espaços públicos é outra vertente e se refere ao livre acesso à informação. O Decreto Federal Brasileiro nº 5.296/2004, artigo 8, estabelece que a acessibilidade “é a condição para utilização, com segurança e autonomia dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte, dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa portadora de deficiência ou mobilidade reduzida. Portanto, a acessibilidade digital neste contexto, é um direito ao livre acesso e usufruto da internet e conteúdos disponibilizados através dela, sem exclusão.

4.4.2. CONFORTO E USUFRUTO

O conforto físico num ambiente tem influência direta sobre sua atratividade (Guedoudj et al., 2020; Fabiani et al., 2019). O conforto tem a ver com a habilidade das pessoas se sentirem seguras e totalmente relaxadas no espaço, sem preocupação com a possibilidade de algo perigoso acontecer. Além disso, envolve uma série de fatores perceptivos ligados à visibilidade, limpeza, segurança e conforto bioclimático. Podem ser listados alguns componentes físicos que impactam o conforto e relaxamento: mobiliários e equipamentos adequados ao desenvolvimento de atividades e a vegetação (Silva, 2009; Beck, 2009; Project for Public Spaces, 2000).

A possibilidade de escolha garante às pessoas o poder da liberdade dentro do espaço, seja em relação a qual lugar se deseja sentar ou quanto tempo será passado nele (Silva, 2009). O fato é que sentir-se confortável está muito além da materialidade exposta e óbvia, pois sentir-se bem no espaço é querer estar aberto a ele, fazer parte de sua envoltória e acolhê-lo. O conforto impulsiona a atração, que gera uso e novas funções para o espaço (Silva, 2009). É mais fácil aproveitá-lo quando o espaço se mostra cômodo para tal, oferecendo autonomia de ser e viver para as pessoas. A percepção do conforto gerado ao espaço os garante um sentido emocional e social, atrelado ao sentimento de pertencimento. Os usuários costumam interligar o conforto ao bem-estar e satisfação pessoal, podendo transmiti-los a um grupo do qual faz parte, multiplicando este sentimento (Fabiani et al., 2019; Carmona, 2015).

Portanto, a ligação criada entre os indivíduos e os espaços por meio do conforto, seja ele térmico ou físico, reflete em sua qualidade espacial e a maneira como eles irão se comportar e permanecer no espaço por mais ou menos tempo (Guedoudj et al., 2020).

4.4.3. IDENTIDADE E PATRIMÔNIO

O patrimônio imaterial refere-se à identidade de um povo, ao sentimento de vínculo dentro de uma comunidade (Nunes, 2011). Ainda que os membros desta não se conheçam, partilham da mesma história, hábitos, costumes e tradições. Trata-se de uma construção social que resulta do conhecimento adquirido de um determinado grupo (Devine-Wright, 2013; Nunes, 2011). O patrimônio imaterial envolve a memória, tempo, valor artístico e expressões. A memória é uma ponte direta entre o passado e o presente e gira em torno da mudança humana. Ela, portanto, funciona como um forte instrumento para a composição histórica de uma sociedade, promovendo a perpetuação (Goya, 1992).

A identidade é assimilada como um sentimento pessoal, cultural e ancestral, que desenvolve no indivíduo uma ligação emocional e dependência física, esta muitas vezes intitulada “apego funcional”, quando a dependência de um lugar se refere à habilidade deste satisfazer às necessidades e objetivos dos indivíduos através de atividades, serviços e entretenimento (Scannell & Gifford, 2017; Brown &

Raymond, 2007). A identidade do lugar também pode ser definida como uma subestrutura cognitiva do indivíduo baseada no mundo físico, que inclui história, sentimentos, atitudes, preferências, experiências e comportamento, compreendida como uma construção fruto de experiências pessoais e psicológicas. Uma vida equilibrada e sustentável em cidades que exalam identidade aumenta a sensação de pertencimento e vínculo entre pessoa e ambiente, tornando-as parte de um todo, estabelecendo conexões em atividades harmônicas e dinâmicas no espaço urbano (Ponte et al., 2017; Çolpa, 2015; Lengen & Kistemann, 2012)

Portanto, pode-se afirmar que a identidade de um local é o reflexo de um conjunto patrimonial onde diferentes pessoas e ecossistemas se relacionam, dando origem então a padrões de vida que se estendem pela paisagem. A paisagem é reflexo direto da cultura e experiências individuais e coletivas das pessoas que residem nas cidades. Este resultado de intervenções é um produto de transformações ao longo do tempo, que revelam esquemas mentais de uma determinada época e período histórico. A salvaguarda destes valores materiais garante sua vertente imaterial, para que a memória do lugar possa ser difundida e preservada por meio da população (Bonametti, 2020; Campos, 2017). A memória de um lugar é um fragmento do passado e significa a identificação de uma cultura popular (Pereira & Vidal, 2018; Brandão, 2002).

4.4.4. IMAGEM E SIMBOLOGIA

A imagem representa o cartão de visitas dos lugares. A forma e a estética colaboram na construção de uma paisagem perceptivamente atrativa, cujo objetivo vem a ser conferir valores visuais capazes de causar boas impressões e embelezamento do espaço (Guedoudj et al., 2020). Alguns lugares com elevada qualidade visual são convidativos aos sentidos, capazes de fornecer agradabilidade. Sendo o espaço um lugar de atração visual é, portanto, capaz de provocar interesses cognitivos no indivíduo e, por consequência, fazer crescer sua capacidade de interação e formação de laços, diferente de um espaço monótono e estéril (Carmona et al., 2010; Project for Public Spaces, 2000).

A imagem, no entanto, possui um significado mais denso do que puramente figurativo e estético. O potencial dos elementos visuais presentes nos espaços públicos realça os outros valores da cidade, provenientes de edifícios históricos, pontos marcantes ou arte local (Silva, 2009). Desta forma, contribuem para a qualidade do entorno e o aprofundamento de experiências imersivas no significado do espaço. Este significado pode ser adquirido através da experiência visual de um espaço público com base em atributos que expressam ou não seus valores de identidade, como também são percebidos por memórias e experiências passadas. Além disso, a formação da imagem do espaço pode emergir através da mídia, influenciadora das massas, que contribui de forma positiva ou negativa para a construção figurativa com base em informações divulgadas (Gehl, 2013; Silva, 2009; Lynch, 1960).

Dar sentido ao lugar e sua paisagem também irá depender de um conjunto edificado, atribuindo valores como a “cor, luz, sombra, ritmos, dissonâncias, cheios e vazios, plasticidade, relação com o exterior, sons, água, vegetação, heranças históricas, hábitos sociais e étnicos, características antropológicas e antropométricas, entre outros” (Alves, 2003, p. 119). O desenho urbano deve produzir uma imagem que unifique o espaço e que seja sentida e perpetuada. É relevante a concepção de um espaço público que tenha atenção à satisfação das diferentes cargas simbólicas que ele possui e as fortaleça juntamente com a vegetação envolvente e suas referências históricas (Alves, 2003).

A legibilidade é uma qualidade visual e perceptiva da imagem urbana estrutural. Um espaço legível é aquele que apresenta de imediato uma clara leitura e compreensão, tornando-o facilmente distinto dos outros. Esta qualidade está relacionada à comunicação dos acessos visuais, identidade, localização

geográfica e percepção tridimensional (Brandão, 2002; Lynch, 1960). A legibilidade pode ser entendida como uma maneira de organizar e apreender as partes de uma cidade ou espaço específico e seus símbolos que, quando legíveis, poderão ser rapidamente identificáveis. Para isso, a cidade e seus edifícios precisam possuir diferentes faces, ou correrão o risco de confundir as pessoas (Gelpi & Kalil, 2016; Bentley et al., 1985).

4.4.5. SEGURANÇA

O sentimento de segurança é um fator decisivo para a escolha de uso dos espaços. Em algumas cidades, é um pré-requisito que irá determinar se um espaço é ideal para o desenvolvimento de atividades ou não (Fabiani et al., 2019; Çolpa, 2015). A segurança é preocupante não só para os habitantes da cidade, mas para visitantes e empresas que pretendem investir em determinada região. É um fato conhecido que as pessoas enfrentam no cotidiano diversas ameaças, muitas delas chegam a impedir que elas saiam de casa e vivenciem a vida pública, como: zonas de grande fluxo motorizado, alta incidência de criminalidade, problemas de poluição ambiental, pouca iluminação, dentre outros (Tavares, 2020; Carmona et al., 2010).

As primeiras impressões sobre a segurança de um lugar é o ponto de partida de categorização, seja positiva ou negativa. A segurança é similar à proteção, estar enclausurado com familiares e amigos num ambiente desprovido de negatividade e riscos (Carmona et al., 2010). O medo de se pôr em risco ou enfrentar situações desagradáveis leva à constante vitimização por parte do indivíduo, portanto, este se expõe a uma posição constantemente alerta, em resposta às notícias divulgadas pela mídia ou membros de seu círculo social. Muitas pessoas deixam de frequentar determinado espaço na cidade por causa de um simples ato isolado, o que ocasiona a propagação de um sentimento em massa que se espalha até virar um fato (Cardoso et al., 2013; Carmona et al., 2010).

Com isso nota-se que o sentimento de segurança está ligado ao conforto, à maneira como a pessoa se deixa descansar e ser ela mesma no espaço, abrindo-se como parte dele (Tavares, 2020; Wolkart et al., 2019; Çolpa, 2015; Gehl, 2013; Beck, 2009). Espaços vivos, onde há um grande volume de atividades acontecendo em simultâneo, tendem a gerar o sentimento de segurança, pois os indivíduos estão a monitorar-se constantemente, cuidando indiretamente um do outro (Fabiani et al., 2019; Gehl, 2013; Carmona et al., 2010).

Sendo assim, a sensação de segurança tem poder sobre a qualidade de vida da população. O medo do crime nos espaços urbanos afeta as condições físicas, psicológicas e emocionais dos indivíduos e acabam tomando as rédeas de suas vidas. O medo em altas escalas leva ao hábito de frequentar espaços semipúblicos ou privados, como é o caso dos *shoppings centers* (Cardoso et al., 2013; Corrêa, 2010).

4.4.6. VITALIDADE

A vitalidade nos espaços é influenciada por diversos elementos que juntos contribuem para a formação das ações espaciais, como a qualidade do material utilizado no mobiliário urbano, o sentimento de presença e identidade locais e acessibilidade física e visual (Sepe, 2017). Montgomery (2008) enumera uma lista de indicadores de vitalidade, as mais relevantes para o estudo se referem à disponibilidade de espaços públicos, jardins, atividades em que pessoas possam monitorar-se constantemente. A existência de funções noturnas no espaço é outra forma de garantir seu vigor por mais tempo durante o dia (Fabiani et al., 2019; Gehl, 2013).

Segundo Lynch (1960), a vitalidade é o grau em que a forma dos espaços suporta funções, requisitos biológicos e as capacidades humanas, o que significa que o bem-estar se apoia no que o ambiente tem a oferecer. A vitalidade urbana compreende um conceito que busca sintetizar um conjunto de qualidades de um assentamento onde as pessoas prezam. Está voltada para a interação social e a diversidade de usos, o que acaba por desenvolver uma atmosfera de alegria, companheirismo e bem-estar nas ruas (Jacobs, 1961). A vitalidade está associada ao ritmo e pulsar urbanos, ao movimento acelerado de pessoas em seu contexto social (Nielsen et al., 2016).

A vitalidade dos espaços, portanto, se refere a um lugar desejável, seguro e atrativo, com a capacidade de oferecer escolhas de uso e atividades sociais que permitam a troca cultural e sensorial. A vitalidade se torna então uma propriedade qualitativa fundamental para a qualidade de vida nas cidades, pois reduz a taxa de crime e aumenta a vida ativa nas ruas (Tran et al., 2020; Oktay & Jalaladdini, 2012).

4.5. CONCLUSÃO SÍNTESE

A atratividade urbana é definida por fatores materiais e imateriais do espaço, entendido como um conjunto de qualidades que o torna suscetível ao bem-estar físico e emocional. Sendo assim, a qualidade do espaço e seus valores intangíveis estão conectados às percepções, como visto na subseção 4.3.1, influenciadas por estímulos sensoriais presentes de forma distinta em cada indivíduo e expressa no ambiente através de trocas. A partir das experiências e fatores espaciais é possível formular uma opinião positiva ou negativa do espaço, gerando um conceito próprio sobre ele que determinará seu retorno ou não. Como visto, os fatores de qualidade imateriais, em sua essência, estão interconectados aos fatores materiais, consistindo em um vínculo capaz de traduzir as necessidades de um espaço ideal e como as pessoas o veem e o sentem. O mais importante está na compreensão de como se dão as trocas perceptivas e o que de fato afeta a mente do utilizador do espaço ao utilizá-lo.

De forma geral, o capítulo procurou abordar alguns conceitos subjetivos com relação aos principais pilares para a formação de uma cidade mais atrativa. No entanto, foi preciso focar no tema subjetivo para poder estabelecer a dimensão imaterial como um destes pilares e o quão interligado está a dimensão física em face a dimensão intangível. O resultado é um conceito de atratividade urbana onde o utilizador possui participação na determinação de um grau atrativo por meio das percepções colhidas por ele, através de fatores qualitativos. O engajamento entre pessoa e ambiente é uma forma de compreender o conforto, segurança e vitalidade de um espaço, dentre outros fatores imateriais. Estas relações são o resultado de interações sociais e físicas, e constitui em uma ferramenta importante para criar espaços adequados, inclusivos e atrativos para as pessoas, e com isso aumentar a qualidade visual, econômica, social, política e ambiental nas cidades.

5

METODOLOGIA DE ANÁLISE

5.1. INTRODUÇÃO

No capítulo anterior foram discutidos os conceitos das propriedades qualificadoras imateriais que afetam a percepção da atratividade sobre os indivíduos. O presente capítulo envolve, de maneira prática, o uso de cada propriedade imaterial a fim de que se possa obter o grau de atratividade de um determinado espaço. Dessa forma foi criado um método de análise cujo modelo poderá ser replicado em qualquer outro espaço, possibilitando o entendimento de novas ferramentas e a importância dos fatores imateriais para a atração do espaço público.

Este capítulo da dissertação tem o objetivo de apresentar a proposta metodológica para a análise do estudo de casos a serem desenvolvidos no capítulo seguinte. Sendo assim, os procedimentos técnicos referentes à metodologia de investigação e apuração de dados iniciam-se com a seleção dos espaços e seu desenvolvimento conforme as etapas do método.

5.2. O MÉTODO MAEP

O método de análise da atratividade dos espaços públicos (MAEP) consiste em um sistema simplificado de seleção, análise e resultados, a fim de que seja possível a elaboração de diretrizes projetuais que ajudem a qualificar o espaço e torná-lo mais atrativo. O método é composto por cinco fases (Figura 7), pré-seleção, seleção, análise, diagnóstico e diretrizes. O objetivo do método é expor, através da análise, as principais deficiências do espaço que atrapalham o desempenho da atratividade.



Figura 7 – Diagrama das fases do método MAEP.

Partindo do princípio, é feita uma triagem dos espaços levando em consideração os critérios de pré-seleção estabelecidos na primeira fase. Estes critérios são formados por: espaços com limite de dimensões; espaços que se enquadrem nas tipologias previamente estabelecidas; espaços com potencial para melhorias. Em seguida, os espaços aptos provenientes da fase 1 passarão para a próxima fase, de caráter eliminatório.

A fase 2 é composta por critérios de seleção distintivos, específicos para tornar a triagem assertiva, como: presença de serviços relevantes; acessibilidade física ao local; simbologia e identidade; mobiliário urbano; usos mistos; resiliência; percepção urbana.

Dando continuação, a fase 3 é composta pelas análises, dividida em duas partes: análise da área de estudo e análise dos fatores imateriais. A primeira parte, análise da área de estudo, constitui: enquadramento; setorização; pontos de interesse; fluxos. Tem como função introduzir e localizar geograficamente o espaço na pesquisa, assim como destacar elementos físicos importantes para o desenvolvimento da etapa seguinte. A segunda parte da fase 3 tem como proposta analisar os fatores imateriais, provenientes das propriedades qualificadoras do espaço. A estes fatores será atribuída uma nota no valor de 1 a 5 para cada. Ao final, será extraída uma média aritmética que definirá o grau de atratividade do espaço. As análises seguirão o padrão da observação incorporada, de natureza empírica, que segundo Rheingantz et al. (2009) pode ser definida como o conjunto de observações sob o ponto de vista da experiência do observador. Os resultados obtidos serão processados e discutidos ao final de cada estudo de caso.

Na fase do diagnóstico, serão reunidos os principais problemas e potencialidades encontrados nas praças estudadas, e assim chegar a uma conclusão sobre as necessidades de cada espaço. O diagnóstico proveniente da fase 4 permitirá a elaboração de uma lista de diretrizes projetuais que servirão como um guia de recomendações para o aumento ou manutenção da atratividade do espaço estudado. A tabela 4 apresenta, de forma sucinta, os objetivos, ações e o produto de cada fase do método.

Tabela 4 – Método MAEP

Fase	Objetivos	Ações	Produto
1	Pré-selecionar os espaços para análise.	Avaliar os espaços que se encaixam nos critérios gerais estabelecidos nesta fase; escolha das tipologias espaciais.	Espaços aptos para a fase 2.
2	Selecionar os espaços definitivos para a análise.	Aplicar dos critérios de seleção de forma a se obter uma lista final de espaços aptos.	Espaços definitivos e prontos para a fase 3.
3	Analisar a atratividade dos espaços de acordo com a área de estudo e os fatores imateriais.	Contextualizar os espaços com as principais características; aplicar uma nota de 1-5 aos espaços avaliados, em relação aos fatores imateriais.	Determinação do grau de atratividade dos espaços; material para a execução do diagnóstico.
4	Desenvolver um diagnóstico.	Expor os problemas e potencialidades.	Resultados; material para a produção das diretrizes.
5	Elaboração de diretrizes projetuais.	Desenvolver uma lista de recomendações.	Diretrizes baseadas nas necessidades dos espaços analisados, a fim de aumentar o potencial atrativo.

O método, portanto, estabelece uma maneira de analisar o espaço público com atenção à sua atratividade e como os fatores imateriais se comportam nele. Utilizando-se ferramentas de observação e percepção ambientais, o espaço poderá ser lido e compreendido por uma ótica intangível.

5.2.1. CRITÉRIOS DE PRÉ-SELEÇÃO

Os critérios de pré-seleção auxiliam na 1ª fase de escolha preliminar dos espaços públicos a serem estudados. Esta fase aborda requisitos gerais, de maior abrangência, de modo que na fase seguinte sejam aplicados critérios mais pertinentes à investigação. É recomendável que estes critérios de pré-seleção sejam corretamente aplicados. Os critérios são:

- Espaços com limite de dimensões: os espaços não devem ultrapassar os 25.000 m², pois acima disso dificultará a análise. Lugares muito grandes tendem a não serem absorvidos por inteiro e com isso complexifica sua leitura e seu entendimento.
- Espaços que se enquadrem nas tipologias previamente estabelecidas: nesta fase são escolhidas as tipologias espaciais a serem analisadas. Antes da escolha é necessário investigar quais tipologias do espaço são predominantes na cidade. É importante ter mais de uma tipologia, garantindo assim a combinação de diferentes pontos de vista com relação ao uso e atividades. Para esta análise foram escolhidas as seguintes tipologias: praça, praça-jardim e mirante.
- Espaços com potencial para melhorias: espaços que evidenciem, numa primeira análise visual, um potencial para mudança/melhoramento em termos de incremento da sua atratividade, seja através dos fatores materiais ou imateriais.

5.2.2. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

Os critérios de seleção abordam requisitos específicos de caráter eliminatório, de forma a filtrar os espaços mais relevantes para o processo de análise da atratividade. Os critérios se baseiam nos fatores imateriais do espaço a serem aplicados na segunda parte da fase 3. São eles: a presença de serviços relevantes; acessibilidade física ao local; simbologia e identidade; mobiliário urbano; mistura de usos; resiliência; percepção urbana.

1. Presença de serviços relevantes: as imediações do espaço devem conter serviços, comércio ou edificações, o que possibilita a existência de circulação de pessoas e melhor aproveitamento do espaço. Fortalece o engajamento entre pessoa e ambiente.
2. Acessibilidade física: o espaço precisa estar habilitado à entrada sem obstrução, assim como proporcionar qualidade pedonal e elementos que favoreçam a circulação de pessoas com alguma deficiência mental ou locomotora.
3. Simbologia e identidade: o espaço deverá apresentar valor histórico e/ou cultural que evidenciem a identidade do lugar do qual está inserido.
4. Mobiliário urbano atrativo: existência de espaços propícios a sentar-se e acomodar-se, incitando o usuário a permanecer no espaço.
5. Usos mistos: a envoltória do espaço deve apresentar mais de um uso, seja ele comercial, residencial, industrial, entre outros. É importante haver a mistura ativa de elementos que compõe a paisagem e, de certa forma, impede o espaço de tornar-se monótono.
6. Resiliência: espaços que continuam a serem utilizados, apesar do período de distanciamento social.
7. Percepção urbana: espaços que permitam a rápida leitura e apreensão sensitiva de seus usuários, com características de legibilidade.

5.2.3. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO E FATORES IMATERIAIS

A fase de análise dos espaços é composta por duas partes: análise da área de estudo e fatores imateriais, estes responsáveis por coletar informações apreendidas em campo através das propriedades dos espaços, conceitos previamente discutidos no subcapítulo 4. A primeira parte da análise tem a função de contextualização do espaço através do enquadramento; setorização; pontos de interesse e fluxos.

- Localização e síntese histórica: para analisar um espaço é preciso, primeiramente, entender onde ele está inserido. A envoltória é tão importante quanto o espaço em si, pois é ela quem irá caracterizá-lo devido às influências culturais, econômicas e sociais. A história do lugar é essencial para conceber a visão da paisagem com relação ao tempo, como também conhecer sua origem.
- Setorização: mapa de divisão do espaço com base na organização de setores e atividades.
- Pontos de interesse: construções, prédios ou outros elementos emblemáticos que suportam o espaço público e lhe garante alguma visibilidade. Pontos importantes e/ou famosos próximos ao lugar, como por exemplo uma igreja, um prédio institucional, um monumento, museus, entre outros.
- Fluxos: representados através da observação do grau de movimentação do espaço, de forma a compreender quais pontos são mais aproveitados do que outros. As zonas de alto fluxo caracterizam-se por espaços onde mais pessoas caminham ou fazem uso, de modo que ele nunca está vazio. As zonas de médio fluxo contam com a presença de pessoas de modo mais moderado. As zonas de baixo fluxo são aquelas que se encontram com movimento esporádico. E por fim as zonas sem fluxo são aquelas completamente vazias de movimento.

Tendo em vista a discussão introdutória dos aspectos físicos e históricos do espaço a ser analisado, é possível prosseguir para a segunda parte da fase 3, onde serão aplicados os fatores imateriais para avaliar o grau de atratividade do espaço. A cada um dos fatores imateriais será atribuída uma nota de 1 a 5:

- 1- inexistente;
- 2- tênue;
- 3- regular;
- 4- bom;
- 5- excelente.

Em seguida, extrai-se a média aritmética, que irá representar o valor de cada fator imaterial sobre o espaço analisado e, por fim, será permitido avaliar o grau de atratividade. A tabela 7 apresenta os fatores imateriais e suas características, de forma a introduzir sistematicamente os respectivos conceitos para o uso na análise.

Tabela 5 – Propriedades e fatores imateriais do espaço público

Propriedades do espaço	Fatores imateriais	Características
1. Acessibilidade	1.1. Acessibilidade visual	Presença/ ausência de barreiras relativas à visibilidade sobre o espaço.
	1.2. Acessibilidade simbólica	Grau de referenciação do espaço quanto à sua natureza.
	1.3. Acessibilidade digital	Acesso a meios ou dispositivos de tecnologia virtual.
2. Conforto e usufruto	2.1. Fruição do espaço	Possibilidade de tirar partido das atividades e equipamentos.
	2.2. Conforto térmico	Conforto sentido pelo usuário através de fatores climáticos
	2.3. Conforto de utilização	Conforto percebido pelo usuário através de elementos físicos/ espaciais.
3. Identidade e patrimônio	3.1. Valor cultural	Relevância do espaço face ao patrimônio histórico e cultural.
	3.2. Noção de lugar	Sentido de pertença e apego ao espaço.
	3.3. Valor da paisagem	A paisagem qualifica o espaço e reflete sua importância cultural.
4. Imagem e simbologia	4.1. Legibilidade	Leitura espacial através de seus símbolos, qualidades e pontos marcantes.
	4.2. Layout Espacial	Desenho e organização do espaço propícios a atraírem pessoas.
5. Segurança	5.1. Sentimento de segurança	Percepção de segurança do espaço a partir de sensações pessoais.
6. Vitalidade	6.1. Padrão espaço-tempo	Atividades e funções no espaço que geram ritmo e pulsar urbano.

O método de medição dos fatores imateriais se constitui em parâmetros, estes subdivididos nos seguintes grupos: (i) percepção; (ii) estrutura; (iii) conhecimento (Tabela 8).

Tabela 6 – Parâmetros de análise divididos em grupos.

Grupos	Características	Fatores
Percepção	Análise através das experiências, sentimentos e pontos de vista de um ou mais observadores.	Acessibilidade simbólica; conforto térmico; conforto de utilização; fruição do espaço; noção de lugar; legibilidade; sentimento de segurança.
Estrutura	Fatores que podem ser medidos diante de informações visuais e materiais disponíveis no espaço.	Acessibilidade visual; acessibilidade digital; layout espacial; padrão espaço-tempo.
Conhecimento	Fatores que demandam conhecimento prévio acerca de sua história e características culturais.	Valor cultural; valor da paisagem.

A avaliação dos fatores imateriais se dá por consequência das propriedades qualificadoras da dimensão física. Desse modo, as dimensões material e imaterial estão relacionadas, porém a avaliação pelos fatores imateriais são o principal foco de análise. A partir da aplicação dos fatores imateriais e por conseguinte a média final, os espaços passarão pela discussão dos resultados a fim de que se possa identificar seus problemas e potencialidades na próxima fase.

5.2.4. DIAGNÓSTICO E DIRETRIZES

Na fase do diagnóstico é apresentada uma compreensão de seus principais problemas e suas maiores potencialidades. Visto isso, cada praça terá um grau de atratividade variado, porém podem possuir problemas semelhantes, o que será discutido nesta fase.

As diretrizes são um conjunto de recomendações com base no diagnóstico espacial de cada espaço analisado. A proposta tem o objetivo de melhorar o aspecto atrativo da praça, com inclinação aos fatores imateriais em sua maioria, e com isso exaltar suas diferenças, que a tornam única. As diretrizes, portanto, almejam beneficiar os usuários recorrentes e atrair novos eventos, visitantes e serviços, reunindo ações personalizadas para cada espaço.

5.2.5. FERRAMENTAS DE ANÁLISE

Identificou-se a necessidade de adoção de ferramentas de análise a fim de fortalecer o conjunto de dados percebidos. As ferramentas expostas a seguir sugerem uma abordagem experiencial. Segundo Rheingantz et al. (2009), o observador se transforma em sujeito ou protagonista de uma experiência gerada através do processo de interação entre pessoa e ambiente. A abordagem experiencial visualiza o espaço de maneira somativa, mantendo a postura aberta e atenta ao ambiente, pessoas e objetos. Dessa forma, foram selecionadas duas ferramentas propostas por Rheingantz et al. (2009), a serem aplicadas na análise.

- Walkthrough: percorrer a área e descrevê-la. Primeiro contato registrado entre o observador e o ambiente. Elaboração de apreciações diversas sobre o espaço.
- Observação incorporada: percepção da experiência do homem no lugar. Entendimento do espaço por meio dos sentidos, linguagem corporal e verbal. Reflexão sobre os resultados obtidos.

As ferramentas têm função sensitiva e emocional, remontam conceitos previamente abordados no capítulo 4, sobre a atratividade por meio de percepções e interações ambientais.

6

ESTUDO DE CASOS

6.1. INTRODUÇÃO

O município de Maceió é a capital do estado de Alagoas. Está localizado no litoral do nordeste brasileiro, com população estimada em 1.025.360 em 2020 e área territorial de 509,320 km² (IBGE, 2020). Em face a grande quantidade de espaços públicos presentes nas cidades, os critérios de pré-seleção e seleção tiveram a intenção de filtrar aqueles que melhor se encaixavam no contexto da investigação. O tema da dissertação propõe uma abordagem dos fatores imateriais, provenientes das propriedades qualificadoras do espaço. Portanto, de forma a compreender seus efeitos sobre os espaços da cidade, este capítulo constitui um enquadramento, as características imateriais que constroem o cenário da praça e os resultados encontrados.

6.2. PRÉ-SELEÇÃO E SELEÇÃO DOS ESPAÇOS

Partindo do princípio da aplicação do método, é feita uma pré-seleção dos espaços com base em critérios gerais: espaços de até 25.000 m² de dimensão que se enquadram nas tipologias previamente estabelecidas e que possuam potencial para melhorias. Os critérios da fase 1 tem o objetivo de coletar os espaços que se encaixam nestas categorias, mas possuem caráter provisório, ou seja, estes espaços terão de ser reavaliados na fase 2 com critérios mais aprofundados e específicos.

Neste sentido, acompanhando os critérios de pré-seleção obteve-se um total de 12 espaços públicos na cidade de Maceió aptos para a fase 1 (Tabela 7).

Tabela 7 – Espaços pré-selecionados

	Nome dos espaços	Características	Dimensão
1	Mirante de Santa Terezinha	Espaço de contemplação disposto próximo à Paróquia Universitária de Santa Terezinha, com a vista para o mar e a lagoa Mundaú.	1.367m ²
2	Praça Marechal Deodoro	Praça disposta na região central da cidade, cercada por edifícios públicos e comerciais.	5.540 m ²
3	Praça Dom Pedro II	Praça disposta na região central da cidade, cercada por edifícios públicos, institucionais, comerciais e religiosos.	2.586 m ²
4	Praça do Centenário	Praça Jardim com marcos culturais e variadas espécies vegetais.	19.000 m ²
5	Praça Dr. Manoel Valente de Lima	Praça em região central da cidade, utilizada principalmente para comércio.	1.195 m ²
6	Praça das Graças	Praça disposta em frente à igreja Nossa Senhora das Graças, palco de diversos eventos religiosos e apoio para o comércio.	1.800 m ²
7	Praça do Bicentenário	Praça de lazer e recreação localizada em bairro residencial, cercada por comércio e serviços.	4.290 m ²
8	Praça José Barreto	Praça de lazer e recreação em bairro predominantemente residencial.	2.937 m ²
9	Praça do Skate	Praça de lazer e recreação em zona comercial e residencial.	8.997 m ²
10	Praça da Faculdade	Praça localizada em bairro tradicional da cidade.	19.000 m ²
11	Mirante São Gonçalo	Espaço para a contemplação da cidade.	580 m ²
12	Praça dos Martírios	Praça disposta de frente da igreja dos Martírios e envolta por edifícios públicos.	6.245 m ²

Em geral, os espaços públicos pré-selecionados são constituídos por praças e mirantes em regiões estratégicas da cidade, alguns com valores históricos e comerciais que beneficiam a população e oferece lazer, conexão com a natureza e contemplação. A figura 8 apresenta um conjunto de imagens cuja ordem dos números se encontra alinhada à tabela 7.



Figura 8 – Praças avaliadas com base nos critérios de pré-seleção. Numeração conforme a Tabela 5. Fonte: Google Maps – (25/05/2021).

A partir da breve avaliação dos critérios de pré-seleção é possível categorizá-los para a próxima fase. Os espaços dispostos na tabela 7 passarão por critérios mais aprofundados que irão além de suas condições físicas gerais, portanto, muitos deles sofrerão eliminação. Os critérios são: (i) presença de serviços relevantes; (ii) acessibilidade física; (iii) simbologia e identidade, (iv) mobiliário urbano, mistura de usos, (v) resiliência e percepção urbana.

Os critérios devem ser aplicados de forma a simplificar a escolha final e garantir o caminho certo para guiar as análises do estudo de casos (Tabela 8). Tais critérios possuem como base algumas das propriedades físicas, portanto, o método aborda ambas as dimensões: física e subjetiva. O motivo disso se deve à dependência que estas dimensões têm uma da outra.

Tabela 8 – Avaliação com base nos critérios de seleção

	Nome dos espaços	1	2	3	4	5	6	7	Elegibilidade
1	Mirante de Santa Terezinha	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não elegível
2	Praça Marechal Deodoro	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Elegível
3	Praça Dom Pedro II	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não elegível
4	Praça do Centenário	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Elegível
5	Praça Dr. Manoel Valente de Lima	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Não elegível
6	Praça das Graças	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não elegível
7	Praça do Bicentenário	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não Elegível
8	Praça José Barreto	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não elegível
9	Praça do Skate	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não elegível
10	Praça da Faculdade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Elegível
11	Mirante São Gonçalo	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Não elegível
12	Praça dos Martírios	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Não elegível

Os critérios de seleção, de valor eliminatório, foram aplicados através da ótica de seus conceitos, visto que a observação e a percepção são as principais ferramentas para a análise dos espaços e a produção de seus resultados. Para isso deve-se entender a função de cada critério, qualidade e fator dispostos no método, a fim de que erros não venham a ser cometidos em nenhuma etapa. Os espaços listados na tabela 6 passaram por uma avaliação que eliminou 75% do total dos pré-selecionados, restando então três espaços aptos para a continuidade da investigação, por preencher todos os 7 critérios de seleção. Portanto, para a fase 3 serão analisados os espaços: (i) Praça da Faculdade; (ii) Praça Marechal Deodoro; (iii) Praça do Centenário.

6.3. PRAÇA DA FACULDADE

A Praça da Faculdade é um espaço público conhecido por sua importância simbólica para o bairro do Prado, um dos bairros tradicionais do município de Maceió. O bairro do Prado abriga o interesse histórico da população, devido aos diversos eventos ocorridos nele, inclusive a demarcação do primeiro cemitério da cidade e o quartel do 33º Batalhão de Caçadores. No final do século XX o bairro foi ganhando notoriedade e passou a abrigar construções residenciais de modelo modernista, adensando a avenida principal e gerando a necessidade de um espaço de lazer para seus residentes (Gonçalves, 2018).

6.3.1. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO

6.3.1.1. Enquadramento

A Praça da Faculdade está localizada em um dos bairros mais antigos do município de Maceió, o Prado, do qual faz divisa com o Centro, Levada e Trapiche da Barra (Figura 9). Possui a forma trapezoidal e

aproximadamente 19.000 m² de área livre para a prática de atividades como circulação, contemplação, alimentação, exercícios físicos e jogos de mesa.

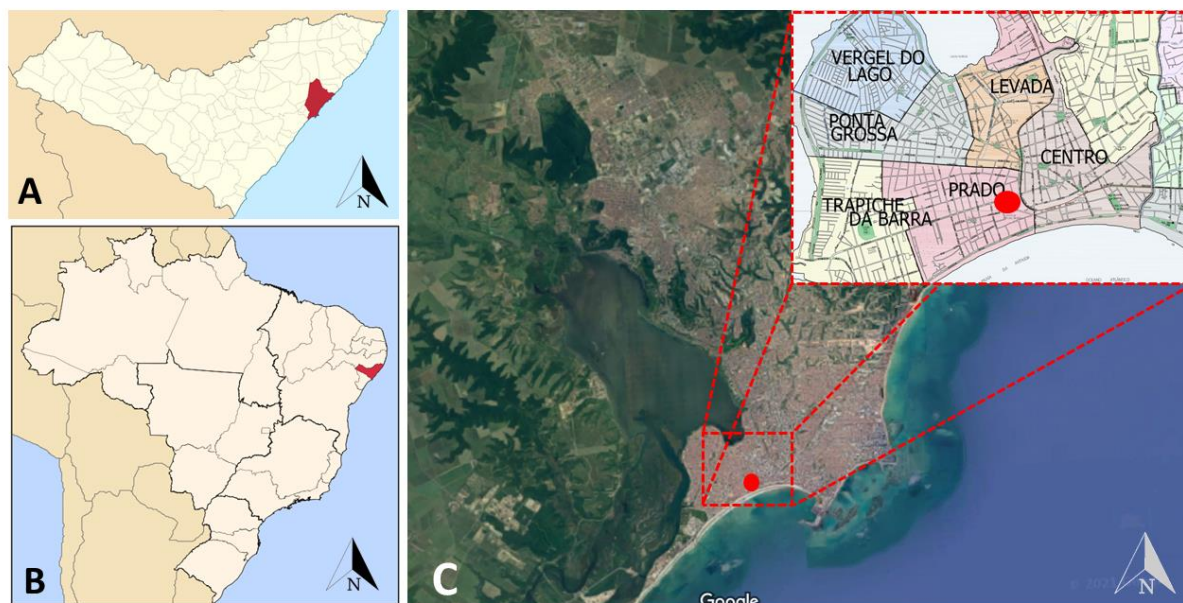


Figura 9 (A, B, C) – Localização da Praça da Faculdade. Fonte: A e B por Raphael Lorenzeto, 2011, (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazil_Alagoas_location_map.svg); C adaptado de Google Maps, 30/04/21, e arquivos digitais da Prefeitura Municipal de Maceió, 30/04/2021, (<http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf/2018/11/Bairros-de-Maceio%C3%B3.pdf>).

A praça da faculdade teve sua origem datada no fim do século XIX, mas ela nem sempre foi conhecida por esse nome. De início, a praça era um grande espaço que dava suporte ao quartel do 33º batalhão de caçadores, foi primeiro nomeada como Praça do Quartel de Linha, logo depois passou a se chamar Praça Calabar, em homenagem à memória de um mártir popular (Costa, 1981). Em 1922 passou a ser chamada de Praça Siqueira Campos, em homenagem a um herói dos movimentos armados do Rio de Janeiro. Os nomes recebidos até meados do século XX tem ligação com a sua função cívica naquele momento, pela proximidade do quartel e o fato de que a maioria das atividades desenvolvidas em seu espaço serviam como uma extensão das atividades do quartel (Ticianeli, 2015).

A praça, desde o seu surgimento, serviu como ponto de encontro para eventos sociais, cívicos e religiosos (Figura 10). Na década de 1950 a praça foi nomeada com o nome de Praça Dr. Afrânio Jorge, em homenagem a um médico local. Porém, essa nomeação não se fixou na memória da população maceioense (Gonçalves, 2018). Neste período, a Faculdade de Medicina de Alagoas substituiu o antigo quartel, o edifício sofreu modificações internas para abrigar as novas funções. Sendo assim, no conhecimento popular, o espaço ficou mais conhecido como Praça da Faculdade, pois era bastante frequentada pelos estudantes, que estendiam as atividades da faculdade para a praça. Em 1991 a praça teve seu nome oficializado através de lei municipal nº 4.067 de 1991 (Gonçalves, 2018).



Figura 10 - Evento cívico na praça, 1930. Fonte: Ticianeli, 2015.

Em meados do séc. XX, a praça recebeu um monumento no estilo clássico greco-romano, intitulado Pantheon. Este símbolo, alocado ao centro da praça, foi destinado a homenagear três dos ilustres alagoanos que foram fundamentais para a história de Alagoas e do Brasil: Marechal Deodoro da Fonseca, Floriano Peixoto e Tavares Bastos. No entanto, o Pantheon não chegou a exercer seu papel para o qual foi previamente destinado, mas desempenhou a função de espaço para exposições culturais e outras festas religiosas (Gonçalves, 2018; Machado et al., 2014). Nos dias atuais, a Praça da Faculdade atua como espaço de convivência num bairro de uso misto, comercial e residencial. A Tabela 9 sintetiza a linha do tempo com relação às funções desempenhadas pela praça desde seu surgimento.

Tabela 9 – Progressão das funções da Praça da Faculdade entre 1890 a 2000. Fonte: Gonçalves, 2018.

	1890	1900	1950	1960	2000
Funções da Praça	Uso cívico	Uso cívico	Uso cívico	Uso religioso	Convívio social
		Uso Religioso	Uso Religioso	Convívio social	Lazer cultural
			Convívio social	Lazer cultural	Lazer esportivo
					Recreação
					Comércio

6.3.1.2. Setorização

A maioria das praças apresentam características diferentes dentro de um mesmo espaço, destinada a atender aos usos de natureza distinta. A figura 11 apresenta a Praça da Faculdade categorizada por setores de atividades. Percebe-se que este espaço tem sido designado para receber uma diversidade de eventos e atender aos princípios de lazer e contemplação. A venda de alimentos, representada pelo ícone correspondente, compreende pequenas lanchonetes com esplanadas que se integram totalmente ao espaço da praça, de forma aberta e inclusiva. Os estacionamentos, na parte leste e oeste da praça possibilitam que os usuários de outras localidades possam deixar o carro para poder aproveitar seus recursos. As quadras poliesportivas, o playground, a academia ao ar livre e a pista de skate fazem parte dos setores de recreação e atividades, que gera parte da movimentação do espaço.

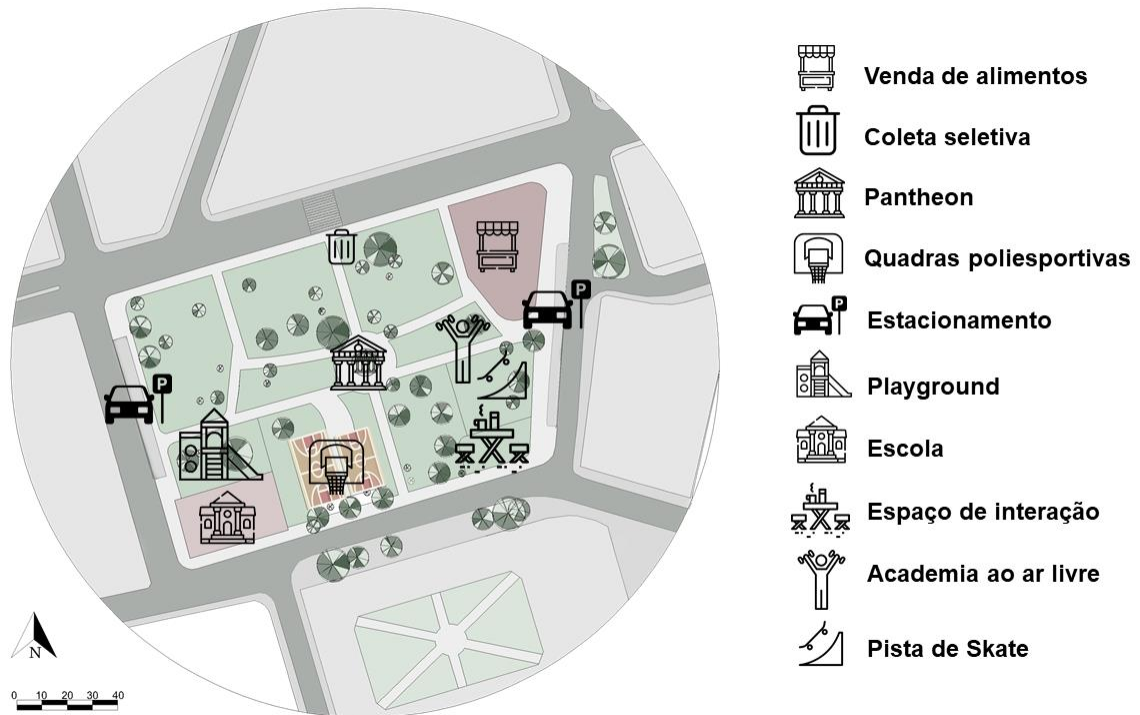


Figura 11 - Mapa de setorização.

A praça possui uma grande área com a presença de vegetação do tipo rasteira, constituída por grama. O Pantheon, localizado na parte central da praça, consiste em um elemento visual de valor simbólico, e por consequência os passeios se ligam a ele. O espaço de interação, é constituído por mesas e bancos fixos que permitem o convívio entre os horários de almoço, e se tornam pontos de leitura e jogos nos fins de tarde (Figura 12). Ao sul, a praça abriga uma escola infantil temporariamente fechada por consequência da pandemia.



Figura 12 (A, B, C, D) – Equipamentos da Praça da Faculdade. A – Pantheon; B – quadras poliesportivas; figura C – lanchonetes; D – área gramada (Abril, 2021).

O espaço da praça, como exposto, separa suas atividades de modo que não sejam sobrepostas ou confundida pelos usuários, e tendem a se concentrar nas extremidades leste e sul da praça, onde as ruas secundárias de médio e baixo tráfego oferecem conforto ao sentido auditivo.

6.3.1.3. Pontos de interesse

O bairro do Prado é conhecido por seus cemitérios, a antiga faculdade de medicina e a praça, na qual ocupa uma quadra inteira e está cercada por comércio (Figura 13). O antigo edifício da faculdade de medicina agora suporta o museu de ciências naturais de Alagoas. O edifício, de grande valor arquitetônico, artístico e cultural do Estado foi tombado e integrado ao patrimônio histórico, com o objetivo de ser restaurado para abrigar o Memorial da UFAL¹. O tombamento e restauração irá garantir a preservação e a valorização do patrimônio arquitetônico, bem como as memórias do povo maceioense (Galvão, 2019).



Figura 13 - Mapa de pontos de interesse. Fonte: adaptado de Google Maps, 30/04/2021.

O cemitério Nossa Senhora da Piedade é um ponto de interesse marcante para a praça, além de compreender um espaço de referência para buscas, que associam ambos os espaços como um conjunto de espaços públicos que se integram e atuam como elementos simbólicos da origem do bairro do Prado (Gonçalves, 2018).

¹ Universidade Federal de Alagoas

6.2.1.4. Fluxos

Os fluxos determinam os pontos de maior uso e atividade do espaço, sejam elas atividades de circulação temporária, ou de maior tempo de permanência. A praça possui maior fluxo em suas zonas oeste e noroeste, devido à proximidade da avenida Siqueira Campos, como também a localização da maioria dos serviços e comércios, principalmente os relacionados à venda de alimentos. Em médio fluxo tem-se as quadras poliesportivas, a academia ao ar livre, a pista de skate e o espaço de interação, previamente locados no mapa de setorização. Os passeios interiores de importância secundária e o playground representaram fluxo reduzido no momento das observações, o que tornou esses pontos menos atrativos pela falta da movimentação ativa de pessoas (Figura 14).

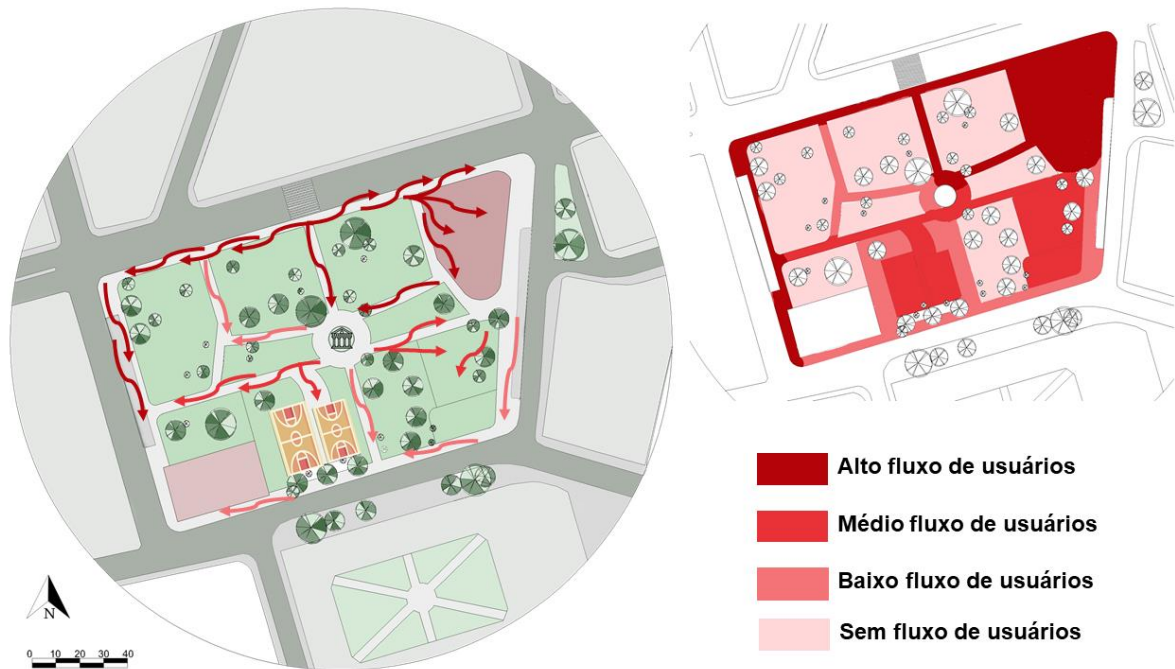


Figura 14 – Mapa de fluxos.

A partir disso é possível concluir que os pontos de maior movimento são aqueles onde o comércio possui maior influência, pois as pessoas utilizam o espaço como passagem para o acesso de lojas, escolas e lanchonetes, assim como também manuseiam o espaço para atividades esportivas e recreativas que se estendem para fora de suas casas.

6.3.2. ANÁLISE DOS FATORES IMATERIAIS

A Praça da Faculdade foi analisada segundo os fatores imateriais. Os valores atribuídos a ela foram somados e transformados a partir da média aritmética. A partir disso foi possível constatar o grau de atratividade em cada fator imaterial (Tabela 10). Os valores de pontuação vão desde inexistente (1) até a nota máxima, excelente (5).

Tabela 10 – Análise dos fatores imateriais da Praça da Faculdade

Propriedades do espaço	Fatores imateriais	Nota	Média final
1. Acessibilidade	1.1. Acessibilidade visual	4	3,33
	1.2. Acessibilidade simbólica	5	
	1.3. Acessibilidade digital	1	
2. Conforto e usufruto	2.1. Fruição do espaço	3	3,33
	2.2. Conforto térmico	5	
	2.3. Conforto de utilização	2	
3. Identidade e patrimônio	3.1. Valor cultural	4	4,33
	3.2. Noção de lugar	4	
	3.3. Valor da paisagem	5	
4. Imagem e simbologia	4.1. Legibilidade	5	5
	4.2. Layout espacial	5	
5. Segurança	5.1. Sentimento de segurança	2	2
6. Vitalidade	6.1. Padrão espaço-tempo	3	3

O fator imaterial da acessibilidade visual analisou a habilidade do olhar humano ao avistar o espaço de seu lado externo, ou mesmo interno (Figura 15). A praça possui valor 4 na acessibilidade visual, pois seu amplo desenho permite o espaçamento moderado dos elementos e vegetação de modo a não produzirem barreiras significativas no campo de visão do usuário. Com o passar do tempo a praça foi aumentando sua funcionalidade ao introduzir novos elementos de uso coletivo, como as quadras, aparelhos de ginástica e parque infantil. Embora eles representem um objeto físico que pode ocasionar barreiras visuais, o efeito de obstrução da ótica é relativamente baixo. Por consequência, o espaço não apresenta símbolos que passem o sentimento de privatização ou domínio de uma só classe, sendo, portanto, pontuada com nota 5 no quesito acessibilidade simbólica. Quanto à acessibilidade digital, a praça não fornece informação interativa ou rede gratuita de internet sem fio, ficando assim com a pontuação 1.



Figura 15 – Vista da Praça da Faculdade (Abril, 2021).

O conforto e usufruto está presente, mas não de maneira homogênea, no espaço. Foi percebido que há bastante engajamento entre as pessoas e os equipamentos de recreação dispostos na praça, com uso variado, mas a mesma interação não se aplica ao uso dos espaços verdes e bancos, estes poucos utilizados. A pontuação do fator fruição do espaço se deu em 3, regular. A vegetação da praça, constituída em maioria por espécies arbóreas de grande porte cria um microclima agradável com sombra e frescor, além de abafar os ruídos provenientes das vias de maior tráfego. Ao fator conforto térmico foi atribuída a nota 5, dada a excelência em seu desempenho. Quanto ao último fator, conforto de utilização, foi observado que parte dos bancos estão deteriorados e, portanto, inaptos ao uso, o que reduz a escolha do indivíduo em sentar-se onde preferir. A nota 2 foi atribuída a este fator, pois o conforto de utilização se encontra tênue na Praça da Faculdade.

A praça, bem como o Bairro do Prado, possui importância histórica, como apresentado na análise da área de estudo. O caráter identitário e simbólico gera o sentimento de pertença no indivíduo, embora este último seja mais sutil. Dessa forma, a praça consegue convencer as pessoas de sua história, como também de seu sentido no bairro (Figura 16). É possível notar estas características ao apreender o espaço como um todo, assim como as pessoas que o utilizam. Aos fatores valor cultural e noção do lugar, foi atribuída a nota de valor 4 a ambos. A paisagem que envolve a praça é uma parte importante da memória da cidade e das pessoas que vivem próximas, pois ela ajuda a contar sua história, bem como as transformações ao longo do tempo, que reflete a cultura local. O valor da paisagem, carregada com vestígios de uma época distante, foi classificada com a nota máxima 5.



Figura 16 – Paisagem histórica: antiga faculdade de medicina (Abril, 2021).

A clareza do layout permite uma rápida assimilação da praça, de maneira que seus equipamentos são facilmente reconhecidos e distintos pelos usuários (Figura 17). Há um marco no meio da praça que indica seu centro, e a partir dele os passeios se originam, de forma radial. Os passeios largos e curvos ajudam na compreensão da formação da praça, e evitam a sensação de confusão e a falta de sentido em sua fluidez espacial. Ambos os fatores, legibilidade e layout espacial estão conectados um ao outro, portanto, dividem a mesma pontuação no valor 5. Há uma ligação de sentido entre a acessibilidade visual e a legibilidade, ambas dividem a conotação de movimentação pelo espaço sem que haja obstrução e confusão de sua imagem. Sendo assim, a Praça da Faculdade é de fácil compreensão e leitura visual, o que justifica a nota excelente.

A percepção da segurança humana apresentou a nota 2, com base nos sentimentos do observador. O medo da violência se mostrou maior em pontos da praça desertos ou com baixo movimento de pessoas, enquanto os índices de sensação de segurança aumentaram conforme a proximidade a outras pessoas ou comércios próximos. Por possuir cerca de 20.000 m², a Praça da Faculdade reúne diversos pontos que não são constantemente usados, principalmente em simultâneo. O que gera um misto de sensações ora de segurança ora de insegurança, embora este último prevaleça.



Figura 17 – Vista da Praça da Faculdade (Abril, 2021).

A quantidade de comércio e serviços presentes no entorno mantém a praça em constante pulsar, respondendo à vitalidade. No entanto, como foi possível constatar na figura 14, apenas uma parte da praça mantém o ritmo. Foi observado que este ritmo associado à grande movimentação da avenida principal, não flui diretamente em alguns dos espaços da praça e concentra-se prioritariamente em suas extremidades. Sendo assim, apresenta uma situação regular no fator imaterial espaço-tempo, com a nota 3, regular.

6.3.3. RESULTADOS

A Praça da Faculdade é cativante por sua história e o que ela significa para os habitantes do Bairro Prado, principalmente para os residentes de longa data. A praça enfrenta alguns desafios que acabam refletindo em sua atratividade e integridade físicas, como o mobiliário deteriorado, a falta de experiências relacionadas ao meio virtual e o sentimento de segurança comprometido constituem esses desafios. Apesar disso, o resultado da análise indicou a forte inclinação ao sentido visual de leitura e acesso, bem como a funcionalidade de seu desenho e o valor patrimonial. Os fatores imateriais analisados ajudaram a desvendar e mapear o que retarda a atratividade da praça, como pode ser visto na tabela 10. Fica claro que o sentimento de segurança é um problema social que afeta não só a percepção, mas a função que a praça exerce na cidade. Sem função, os espaços públicos se sujeitam ao abandono, o que apenas piora suas condições físicas e imateriais. Tendo estes problemas em vista serão elaboradas as diretrizes.

O desempenho da praça obteve a média final de 3,49, estando assim na posição regular. Isto significa que a praça não está em sua melhor forma atrativa, como também não está em sua pior forma. Há potencialidades a serem exploradas, como a estética já presente, embora não muito marcada; a forma simples de apreensão de seu espaço e a maneira como a vegetação típica existente garante o conforto climático.

6.4. PRAÇA MARECHAL DEODORO

A Praça Marechal Deodoro é um importante espaço histórico do centro do município de Maceió. Carrega consigo uma marca simbólica a partir de seus monumentos. A praça foi nomeada em homenagem ao general que na época passou a ser considerado um herói para o Brasil. A partir de seu surgimento, se tornou uma das maiores atrações da cidade na década de 1910, período em que a estátua de Marechal Deodoro da Fonseca foi inaugurada (Ticianeli, 2017). Este subcapítulo tem a premissa de contextualizar a localização, origem histórica e fatores imateriais, assim como os aspectos físicos de seu entorno.

6.4.1. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO

6.4.1.1. Enquadramento

A Praça Marechal Deodoro está localizada na região central do município, uma zona de comércio e serviços variados, cercada pelos bairros Prado, Levada, Poço, Jaraguá e Farol, bairros igualmente antigos que tiveram sua origem a partir do Centro (Figura 18). Apresenta aproximadamente 5540 m² de área, aproveitada pela população como lugar de encontro, passeio e outras atividades passivas.

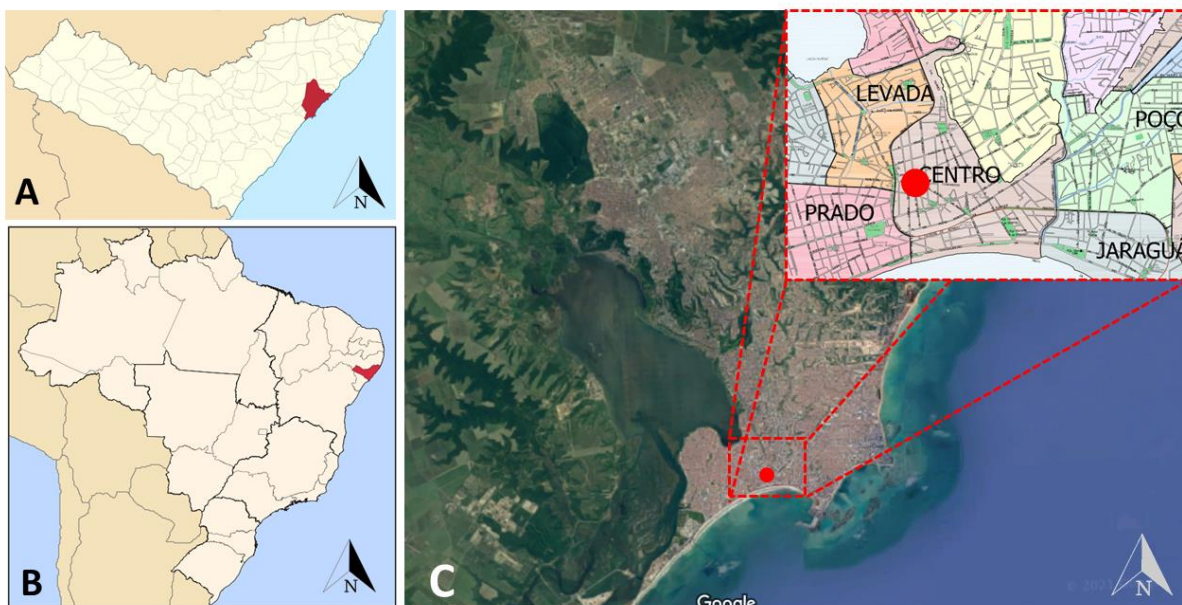


Figura 18 (A, B, C) – Localização da Praça Marechal Deodoro. Fonte: A e B por Raphael Lorenzeto, 2011, (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazil_Alagoas_location_map.svg); C adaptado de Google Maps, 30/04/21, e arquivos digitais da Prefeitura Municipal de Maceió, 30/04/2021, (<http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf/2018/11/Bairros-de-Macei%C3%B3.pdf>).

O espaço original se tratava de um largo, primeiramente nomeado como Largo das Princesas, em homenagem à princesa Isabel e a princesa Leopoldina. Após a Proclamação da República, foi proposto que o antigo largo recebesse o nome de Praça Generalíssimo Manoel Deodoro da Fonseca, atualmente conhecida como Praça Marechal Deodoro (Figura 19). Neste período (1910), foi inaugurado o Teatro de mesmo nome, projetado pelo arquiteto Luigi Lucarini. O teatro tinha a premissa de abarcar tanto as classes mais baixas quanto a elite da época, a fim de oferecer divertimento à população e fortalecer o

poder cultural da cidade. A praça se tornou um elemento de valorização à fachada do teatro, assim como um local de interação antes e depois dos espetáculos (Ticianeli, 2017; Ferrare & Leão, 2016).

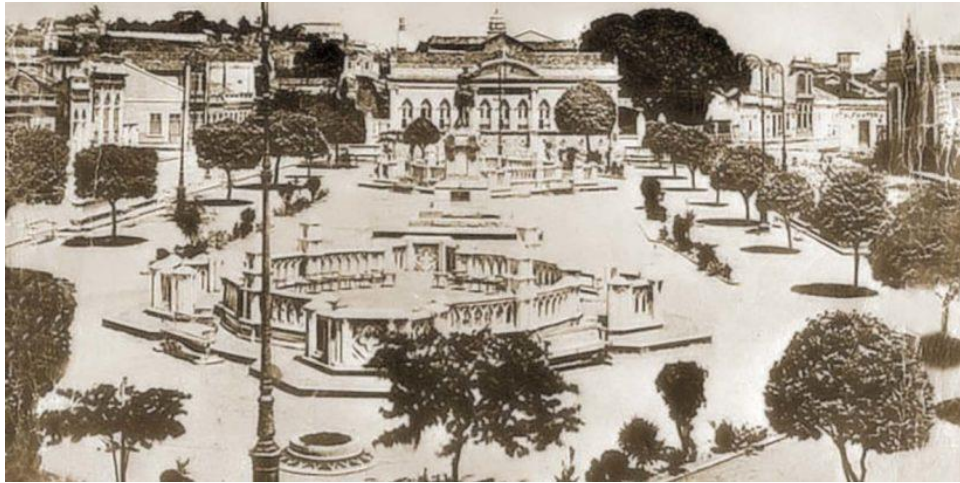


Figura 19 – Praça Marechal Deodoro, 1910. Fonte: Ticianeli, 2017.

A maior atração da praça estava concentrada no monumento do primeiro presidente (Figura 20), inaugurado em 3 de maio de 1910, planejado por Rosalvo Ribeiro, bem como o planejamento da praça. Marechal Deodoro da Fonseca foi o primeiro presidente da república, embora ele mesmo não fosse republicano. Sua origem provém do interior do estado de Alagoas, razão pela qual foram-lhe concebidas tais homenagens. Sua imagem representava o símbolo do salvador do Brasil (Ticianeli, 2017; Ferrare & Leão, 2016).



Figura 20 – Praça Marechal Deodoro (Abril, 2021).

6.4.1.2. Setorização

De organização simples e desenho simétrico, a Praça Marechal Deodoro está organizada em: área de interação e símbolo marcante. (Figura 21).

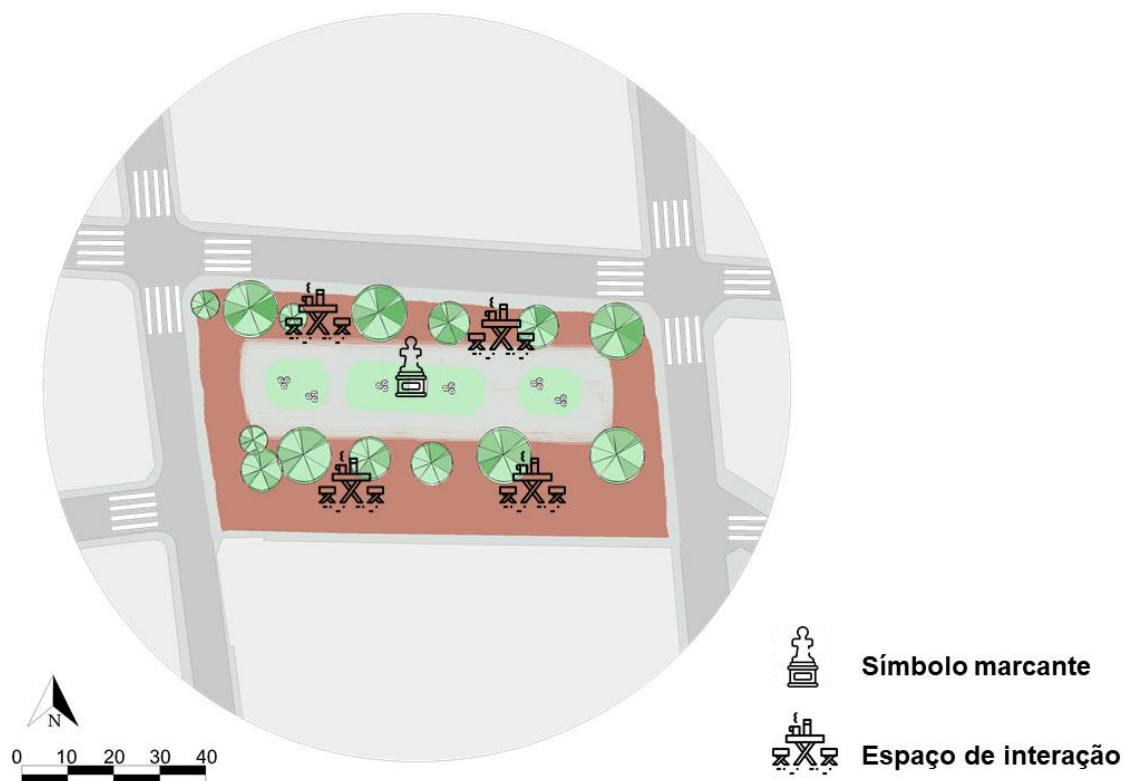


Figura 21 – Mapa de setorização da Praça Marechal Deodoro.

Na área de interação é onde se concentra o mobiliário da praça, constituído por bancos de concreto em formato circular, o que permite uma melhor visualização entre usuários durante um encontro. No momento da pesquisa os bancos estavam ocupados por uma até 3 pessoas, que estavam tentando respeitar o distanciamento social sem deixar de desenvolver um diálogo.

O monumento de valor simbólico representa o primeiro presidente montado num cavalo. A imagem do monumento transfere informações que aconteceram em seu entorno, perpetuando por gerações e simbolizando o herói popular que pôs fim à monarquia no Brasil (Ticianeli, 2017). A área gramada é protegida por uma pequena cerca que impede os usuários de adentrar o espaço vegetal. Os passeios são largos e abertos, o que permite a otimização do fluxo de pessoas.

6.4.1.3. Pontos de interesse

A praça está situada num ponto estratégico, próxima a comércio e serviços, um teatro, um complexo cultural e o tribunal de justiça (Figura 22). O comércio mantém a praça ativa durante o dia, porque as pessoas costumam utilizá-la como uma extensão das atividades comerciais. O espaço costuma estar frequentemente associado ao teatro e o complexo Deodoro pela memória local, o que o torna uma parte de uma tríade cultural.

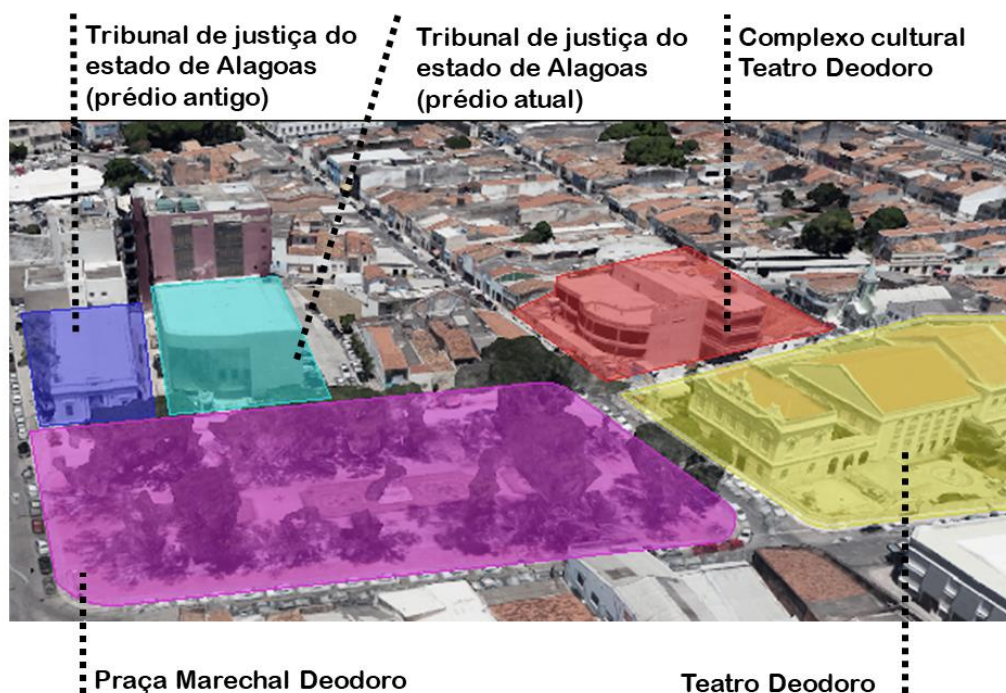


Figura 22 – Mapa de pontos de interesse. Fonte: adaptado de Google Maps - (30/04/2021).

O antigo tribunal de justiça do estado permanece em sua integridade arquitetônica, atribuindo valor histórico à paisagem. Em contraste, tem-se um prédio de estilo contemporâneo, utilizado como o atual tribunal de justiça.

6.4.1.4. Fluxos

O espaço tende a possuir maior atividade na extremidade norte e oeste, devido ao shopping popular, feira livre, comércio e serviços. A extremidade leste da praça foi integrada à antiga Travessa Dias Cabral, hoje uma rua de uso exclusivo do pedestre, o que aumentou a área útil do espaço e promoveu sua qualidade visual. A zona central da praça é utilizada somente para passagem, por não possuir equipamentos para o lazer ou mobiliário para descanso e contemplação (Figura 23). Além de que a área gramada na zona central é cercada, tendo seu acesso limitado.

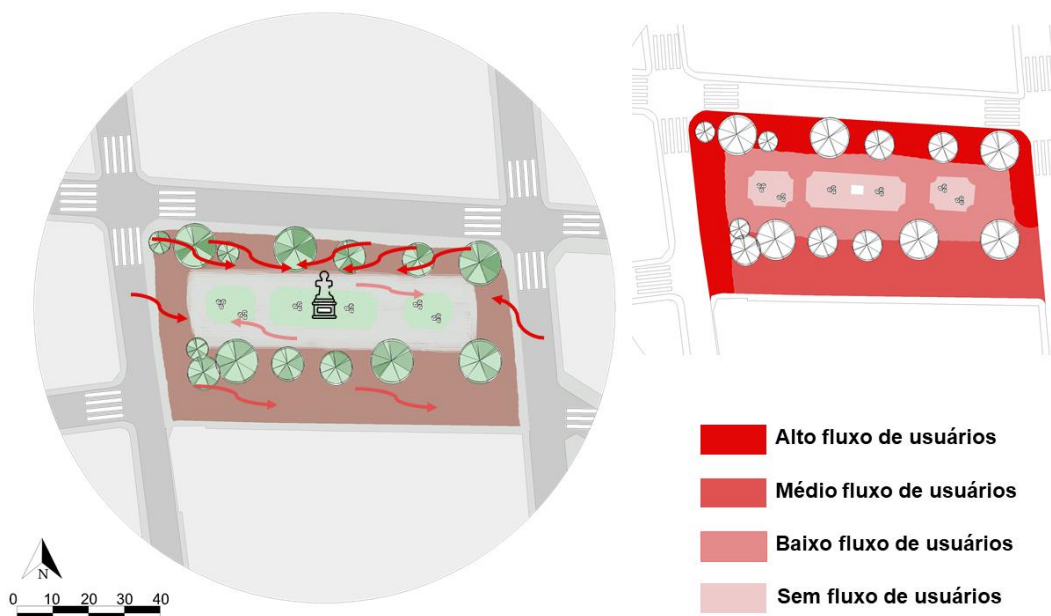


Figura 23 – Mapa de fluxos: Praça Marechal Deodoro.

6.4.2. ANÁLISE DOS FATORES IMATERIAIS

A Praça Marechal Deodoro foi analisada segundo os fatores imateriais. Os valores atribuídos a ela foram somados e transformados a partir da média aritmética. A partir disso foi possível constatar o grau de atratividade em cada fator imaterial (Tabela 11).

Tabela 11 – Análise dos fatores imateriais da Praça Marechal Deodoro

Propriedades do espaço	Fatores imateriais	Nota	Média final
1. Acessibilidade	1.1. Acessibilidade visual	5	3,33
	1.2. Acessibilidade simbólica	3	
	1.3. Acessibilidade digital	2	
2. Conforto e usufruto	2.1. Fruição do espaço	2	1,66
	2.2. Conforto térmico	1	
	2.3. Conforto de utilização	2	
3. Identidade e patrimônio	3.1. Valor cultural	5	4,66
	3.2. Noção de lugar	5	
	3.3. Valor da paisagem	4	
4. Imagem e simbologia	4.1. Legibilidade	5	5
	4.2. Layout espacial	5	
5. Segurança	5.1. Sentimento de segurança	5	5
6. Vitalidade	6.1. Padrão espaço-tempo	5	5

A Praça Marechal Deodoro não possui barreiras visuais que impeçam a apreensão do seu espaço como um todo (Figura 24). Por não possuir vegetações de grande porte ao centro, somente nas laterais, a visão fica completamente desobstruída. Ainda que exista a vegetação das extremidades, estas foram podadas, de modo que não representa ameaça ao alcance visual. Portanto, a praça recebeu nota máxima neste sentido, no valor 5. A acessibilidade simbólica é atribuída com nota regular, no valor 3. Embora o espaço deixe claro de que se trata de um lugar sem vínculo ao privado, como por exemplo seu próprio nome, Marechal Deodoro, uma homenagem à república, ele apresenta restrição às áreas gramadas, onde há a presença de pequenas cercas que simbolizam a restrição daquele ponto. O acesso à internet se dá de maneira indireta por meio da rede sem fio das lojas presentes nos limites externos do espaço, embora a praça sozinha não ofereça tal serviço. As informações contidas em uma placa de ferro sob a estátua estão ilegíveis em grande parte, de modo que não se percebe o que está escrito nela. A pontuação de acessibilidade digital atingiu o valor 2.



Figura 24 – Vista da Praça Marechal Deodoro (Abril, 2021).

A Praça Marechal Deodoro é uma praça tradicional, o que significa que ela deixa de fora alguns conceitos referentes ao lazer recreativo, quando se comparada a Praça da Faculdade. No entanto, há alguns outros pontos a serem observados quanto ao fator da fruição do espaço, sentidos pelos utilizadores, dos quais se trata da forma como a praça é aproveitada e utilizada para determinados fins. Em relação ao fator da fruição do espaço, foi atribuída a nota 2, tênue. A praça não oferece meios suficientes para que o usuário se sinta confortável ao tirar proveito de seus equipamentos para benefício próprio. Seja pela falta destes equipamentos ou pela manutenção negligenciada dos aspectos que tornam possíveis serem usufruídos. Como discutido anteriormente, a praça apresenta um excelente desempenho também com relação à acessibilidade visual, o que está diretamente relacionado a falta de vegetação em seu interior e a rara folhagem das árvores das extremidades. Isto ocasiona a ineficiência do conforto térmico, derivado da sensação das sombras e frescor no espaço. Dessa forma, o fator imaterial do conforto térmico apresentou a nota mínima 1: inexistente. O conforto de utilização alcançou a nota 2, devido ao mobiliário urbano desconfortável e desprovido de manutenção recorrente. Os bancos não apresentam comodidade e configurações que atendam ao conforto físico sentido por quem o utiliza.

Em homenagem ao primeiro presidente do Brasil, nascido numa cidade do estado de Alagoas, a praça ganhou valor cultural, se tornando um dos pontos turísticos do município e fazendo parte do patrimônio do Estado. Dessa maneira o fator imaterial de valor cultural recebeu a nota 5. A história e cultura transmite a sensação de integração a uma comunidade, gerando um sentimento de orgulho nacionalista, principalmente ao apreender a estátua de Marechal Deodoro da Fonseca, situada ao centro do espaço. A nota 5 foi atribuída ao fator imaterial de noção do lugar. A paisagem constitui três edifícios do século XIX, que contam a história através de seus símbolos arquitetônicos (Figura 25), embora modificados com o tempo, são eles: teatro Deodoro, o antigo tribunal de justiça e a antiga academia de letras. A paisagem também abriga prédios e instalações comerciais que geram movimento e fluxo desordenado de bens e pessoas, tornando-a caótica e fora de ordem. Sendo assim a este fator aplicou-se a pontuação 4, por não ser possível atingir a excelência.



Figura 25 – Teatro Deodoro (Abril, 2021).

Livre de barreiras e de fácil apreensão, a Praça Marechal Deodoro expressa através de seu desenho a forma simplificada de seus atributos, de modo que uma rápida leitura espacial seja feita e desvendada por seus traços retos e precisos. Aos fatores da legibilidade e layout espacial foi pontuada a nota máxima de 5 a ambos.

O sentimento de segurança é gerado a partir do movimento constante de pessoas e o pulsar urbano, de modo que a praça raramente está vazia. A aproximação de pessoas atrai mais pessoas, embora o mundo apresente a situação pandêmica. Em controle, os usuários da Praça Marechal Deodoro procuram por lugares para descanso e contemplação, e inconscientemente criam uma atmosfera de segurança e vitalidade umas para as outras. Em conjunto, ambos os fatores do sentimento de segurança e vitalidade expressam as vontades e escolhas do tempo de permanência no lugar e o quão livres os usuários se sentem nele por se sentirem fora da zona de perigo. O valor 5 foi atribuído ao fator do sentimento de segurança e o valor 5 ao fator padrão espaço-tempo.

6.4.3. RESULTADOS

Percebe-se que a Praça Marechal Deodoro apresenta algumas divergências com relação aos fatores imateriais de conforto e usufruto, provenientes da má gestão e manutenção do mobiliário urbano. Além disso, há o problema da ausência de conexão gratuita à rede sem fio de internet e a falta de cuidado com uma placa informativa que está presente no espaço há mais de 100 anos. Dessa forma se torna difícil e às vezes impossível a leitura clara das palavras escritas em ferro, que conta uma breve história e fornece informações sobre a estátua e a praça.

A vegetação escassa devido à poda das copas das árvores, torna a permanência durante a manhã e parte da tarde insuportável. Como Maceió apresenta clima quente e úmido é necessário haver estratégias no espaço que garantam a proteção contra esse tipo de clima, que variam desde a vegetação até soluções não naturais, aproveitando-se de elementos arquitetônicos. Apesar das divergências encontradas, a praça alcançou uma nota alta em atratividade a partir dos fatores imateriais. Rica em história, cercada por comércio e edifícios de alto valor cultural e vitalidade ativa durante todo o dia, a Praça Marechal Deodoro resultou na nota 4,10, indicando um bom desempenho de sua atratividade.

6.5. PRAÇA DO CENTENÁRIO

A Praça do Centenário nasceu de um evento histórico do município de Maceió. Marcou o aniversário de 100 anos da cidade e recebeu, por um tempo, a icônica Estátua da Liberdade, que atualmente se localiza na Praça Dezoito de Copacabana. Este subcapítulo traz o estudo de caso da Praça do Centenário, enquadrando sua localização e origem histórica. Em seguida os fatores imateriais da praça passarão por análise cujo resultado será o grau de atratividade do espaço.

6.5.1. ANÁLISE DA ÁREA DE ESTUDO

6.5.1.1. Enquadramento

A Praça do Centenário está localizada no bairro Farol, na cidade de Maceió (Figura 26). É uma praça jardim situada entre as avenidas Tomás Espíndola e Moreira e Silva, que conectam a região costeira à zona norte da cidade. Possui aproximadamente 19.000 m² de área e uma diversidade em espécies nativas que produzem um microclima agradável em meio a duas avenidas de alto tráfego.

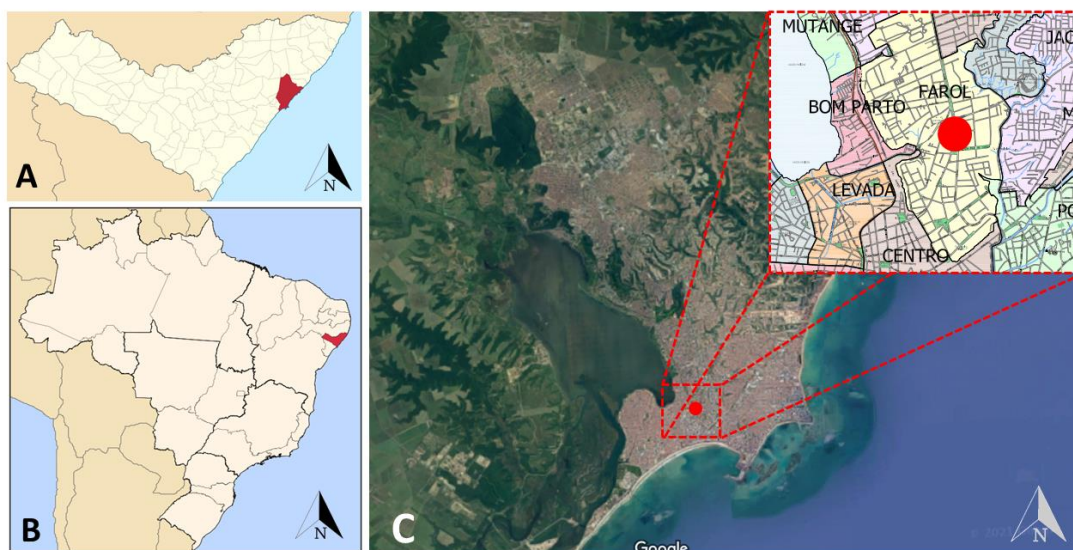


Figura 26 – Localização da Praça do Centenário. Fonte: A e B por Raphael Lorenzeto, 2011, (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazil_Alagoas_location_map.svg); C adaptado de Google Maps, 30/04/21, e arquivos digitais da Prefeitura Municipal de Maceió, 30/04/2021 (<http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf/2018/11/Bairros-de-Macei%C3%B3.pdf>).

A praça era conhecida por Praça Jonas Montenegro, antes de receber a denominação de Parque do Centenário, vindo a ser reconhecida como praça somente no início dos anos 1960, quando sua envoltória passou a ser fortemente urbanizada. O antigo parque recebera este nome por sustentar as comemorações do centenário da capital da província alagoana, em 9 dezembro de 1939, e receber a Estátua da Liberdade, hoje localizada no bairro de Jaraguá. (Figura 27). Nos anos de 1960, ao ficar conhecida como praça, passou por uma requalificação de seu espaço a fim de oferecer uma melhor experiência aos usuários. Durante a requalificação foi construído um símbolo cultural, representado pelo mapa do estado de Alagoas em concreto e duas figuras indígenas de cada lado do mapa (Figura 28) (Ticianeli, 2015).



Figura 27 – Inauguração do Parque do Centenário e festividades dos 100 anos da capital alagoana. Fonte: Ticianeli, 2015.



Figura 28 – Praça do Centenário (Abril, 2021).

A Praça do Centenário, portanto, foi um marco da história da independência e reconhecimento do município de Maceió como a capital da província de Alagoas.

6.5.1.2. Setorização

A praça possui desenho orgânico e área verde vasta, composta por espécies vegetais de pequeno a grande porte. Estão distribuídos pela praça monumentos simbólicos e culturais, representados pelos ícones correspondentes. Outros elementos de recreação podem ser citados, como a academia ao ar livre, composta por algumas peças para atividades físicas, o playground e a banca de revistas (Figura 29).



Figura 29 – Mapa de setorização da Praça do Centenário.

O espaço da praça possui passeios livres e espaçosos, com entradas secundárias de terra dentro da área gramada, permitindo a maior permeabilidade física aos jardins de flores, arbustos menores e palmeiras.

6.5.1.3. Pontos de interesse

O bairro Farol é um dos bairros tradicionais do município de Maceió e suporta atividades mistas com variedade de comércio e serviços. A praça é constantemente utilizada como ponto de referência para as atividades realizadas em suas proximidades. No entanto, os pontos de interesse representados na figura 30 possuem alta relevância para as atividades desenvolvidas na praça.

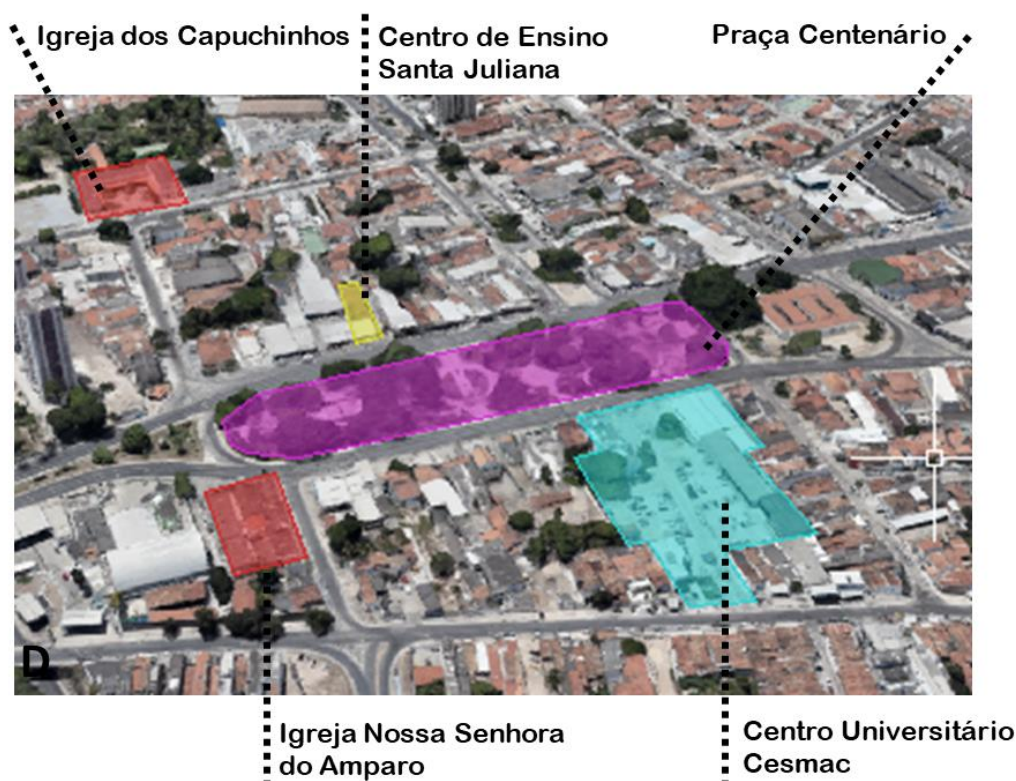


Figura 30 – Mapa de pontos de interesse. Fonte: adaptado de Google Maps – (30/04/2021).

A igreja e convento dos capuchinhos é um complexo religioso nas proximidades da praça e possui relevante valor para o bairro Farol, assim como a igreja Nossa Senhora do Amparo, situada dentro da escola tradicional de mesmo nome. Em frente à Praça Centenário está um dos campi do Centro Universitário Cesmac e o centro de ensino Santa Juliana, de nível superior e técnico respectivamente. Estes espaços agregam valor e interesse à praça, que ganha visitantes durante o período letivo e recebe atividades de lazer ativo e passivo.

6.5.1.4. Fluxos

O perímetro e o eixo central da praça, representados pela cor vermelha na figura 31, são alvos de grande fluxo de pedestres, que a utilizam como meio de passagem para atravessar de um lado a outro as avenidas de alto tráfego. Os passeios internos na zona sul da praça apresentam médio fluxo. A zona norte da praça é menos utilizada, embora haja mobiliário e passeios para o acesso ao espaço.

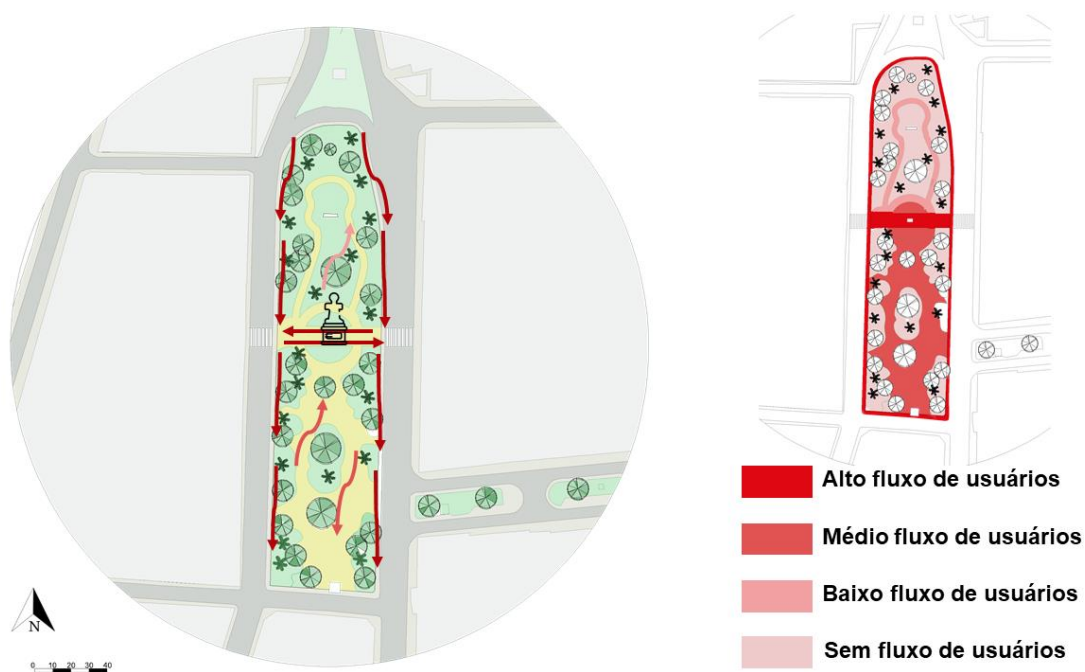


Figura 31 – Mapa de fluxos da Praça do Centenário.

A partir da setorização é possível perceber a forma como a praça foi organizada, de modo a suportar as atividades desenvolvidas. No entanto, nota-se que a maior parte das atividades ativas estão concentradas na zona sul de seu espaço, o que por vezes acaba induzindo o usuário a utilizar somente esta área.

6.5.2. ANÁLISE DOS FATORES IMATERIAIS

A Praça do Centenário foi analisada segundo os fatores imateriais, pontuados conforme o ponto de vista do observador em contato com o espaço (Tabela 12). Os valores a ela atribuídos foram somados e transformados para gerar a média aritmética.

Tabela 12 – Análise dos fatores imateriais da Praça do Centenário

Propriedades do espaço	Fatores imateriais	Nota	Média final
1. Acessibilidade	1.1. Acessibilidade visual	2	3,33
	1.2. Acessibilidade simbólica	5	
	1.3. Acessibilidade digital	3	
2. Conforto e usufruto	2.1. Fruição do espaço	3	3,33
	2.2. Conforto térmico	5	
	2.3. Conforto de utilização	2	
3. Identidade e patrimônio	3.1. Valor cultural	5	4
	3.2. Noção de lugar	5	
	3.3. Valor da paisagem	2	
4. Imagem e simbologia	4.1. Legibilidade	2	2
	4.2. Layout espacial	2	
5. Segurança	5.1. Sentimento de segurança	3	3
6. Vitalidade	6.1. Padrão espaço-tempo	3	3

Por consequência da diversidade em vegetação, a Praça do Centenário não oferece a possibilidade de visualização do espaço desde seu início ao fim ou até mesmo fora dele. Alguns pontos de encontro se tornam mais privativos e sombreados, o que pode causar a sensação de estar longe dos olhos alheios e da sociabilidade. Mas em alguns casos gera aversão a esses pontos, por estarem escondidos demais e longe da segurança. Ao fator da acessibilidade visual atribui-se uma nota no valor 2. Subentende-se que o espaço é de uso referente a toda a população, isto está bem descrito pela maneira como as pessoas o utilizam sem apresentar o sentimento de desconfiança e receio, por isso a nota do fator da acessibilidade simbólica apontou o valor 5. Ao centro da praça um painel com informações sobre a história está exposto junto a um código QR que possibilita o acesso a informações mais detalhadas num site interativo e acessível disponibilizado pela prefeitura do município (Figura 32). A única desvantagem é a falta de acesso livre à rede sem fio, a fim de que os utilizadores possam acessar as informações adicionais de forma gratuita. A acessibilidade digital recebeu a nota 3.



Figura 32 – Informativo sobre a Praça do Centenário (Abril, 2021).

O espaço disponibiliza uma academia ao ar livre e um playground simples, mas de possível fruição por parte de crianças (Figura 33). Apesar de apresentar elementos recreativos, estes são pouco usados e aproveitados pelos usuários, devido à ausência de manutenção regular. Com isso, a nota do fator fruição do espaço foi regular (3). A presença de densa vegetação disposta num conjunto de jardins agrupados faz com que a praça tenha um microclima próprio e apresente elevado conforto térmico e acústico, abafando os sons provenientes das vias externas. Ao fator conforto foi atribuída a nota no valor 5. A fraca fruição do espaço está diretamente relacionada ao conforto sentido pelo usuário. Embora a praça possua meios de oferecer uma quantidade variável de escolhas ao longo dos jardins, estes não oferecem o devido conforto para o relaxamento. Os bancos são de concreto extensos, rachados em alguns pontos e não possuem encosto. Dada a estas observações o conforto de utilização foi pontuado com a nota 2, tênue.



Figura 33 – Espaços de lazer na Praça do Centenário (Abril, 2021).

Como discutido previamente, na síntese histórica, a Praça do Centenário marcou os 100 anos da nomeação do município de Maceió como a capital do estado de Alagoas. Desde então tem sido ponto de referência para os cidadãos e exerce forte influência no valor social de ruas e estabelecimentos próximos. O símbolo do mapa do estado com duas figuras indígenas de cada lado representa a cultura da cidade, bem como do estado, ao homenagear os nativos da região. Sendo assim, o fator valor cultural recebeu a nota máxima (5). O espaço transmite a sensação de fazer parte de uma unidade com a natureza e do sentido de presença da mata atlântica. Este sentimento acolhedor transmite calma em contraste com a paisagem ao redor da praça, com isso recebeu a nota 5, excelente. A paisagem é ilustrada por edifícios comerciais, educacionais e serviços, que utilizam a praça como uma extensão do passeio ou local de descanso do movimento acelerado das ruas e calçadas opostas à praça. Ainda que os edifícios possuam grande relevância para a praça graças ao fluxo de pessoas que a utilizam, não há uma consolidação da história ou de seu valor cultural expressos na paisagem. Com isso, a nota 2 foi atribuída ao fator da paisagem.

Os símbolos construídos na praça possuem um tamanho do qual é possível visualizar mesmo através dos arbustos e folhagem espessa das árvores (Figura 34). No entanto, não é fácil formular uma imagem clara de seu espaço ou mesmo guiar-se por ele sem sentir a falta de ordenamento, o que atrapalha a tentativa de dinamizar os jardins. O desenho da praça é pouco desenvolvido e falta a demarcação dos limites entre passeio e canteiro de vegetação, dessa forma se mantém cada vez mais distante de um sentido de setorização destes jardins. Portanto, sem harmonia, padronização e sentido, os fatores legibilidade e layout espacial receberam ambos a nota 2, apresentando uma presença tênue no espaço.



Figura 34 - Símbolo da praça (Abril, 2021).

O sentimento de segurança está apto a apresentar rupturas, de acordo com o ponto de vista do observador. Alguns pontos da praça apresentam dificuldades em transferir a consciência de que o indivíduo se encontra livre de ser acometido pela criminalidade. A vegetação em excesso contribui para criar lugares longe da sociabilidade, ou seja, distante dos olhos que se monitoram. Isto acaba gerando apreensão e a não confiança de estar nestes determinados pontos. No entanto, parte da praça oferece o sentimento contrário, pois há maior vitalidade e fluxo de pessoas, proveniente dos edifícios educacionais

e comerciais que se localizam nos limites da praça. Sendo assim, ao fator sentimento de segurança e padrão espaço-tempo, receberam a nota 3, regular.

6.5.3. RESULTADOS

A Praça do Centenário possui diversos aspectos a serem trabalhados a fim de que sua atratividade resulte em um melhor desempenho. Assim como a Praça da Faculdade e a Praça Marechal Deodoro, a Praça do Centenário se encontra desprovida de acessibilidade virtual, na qual as pessoas não encontram acesso à uma rede estável de internet sem fio. É importante salientar a ausência da conexão gratuita, pois atualmente as pessoas se encontram mais conectadas do que os anos anteriores. A presença deste fator atrairia os usuários e os faria passar mais tempo no espaço. Além disso, outro problema observado foi em relação à sua leitura e desenho espacial, ambos sem algum indicativo de lógica ou organização. Não há comunicação de leitura por meio da imagem e símbolos, o espaço parece estar terrivelmente desprovido de alguma concordância funcional, restando apenas um caráter mais básico.

O ideal é que o espaço seja atrativo de maneira homogênea, não pontual, como observado na Praça do Centenário. A vegetação em excesso pode ser um fator importante na qualidade do conforto ambiental, no entanto foi constatado que pode ser um inconveniente para a acessibilidade visual e o sentimento de segurança. As barreiras de vegetação acabam criando espaços privativos, onde geralmente as pessoas não se sentem seguras em habitá-los, ficando então constantemente inutilizados e vazios.

Como todo espaço público, para que este funcione é preciso que haja a manutenção de seus equipamentos e arredores, evitando a exposição do usuário à uma peça de má qualidade que somente atuará contra a sensação de conforto. Com isso, a média geral obtida através dos fatores imateriais foi 3,11, regular.

6.6. DIAGNÓSTICO: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Através do enquadramento da área de estudo foi possível situar os espaços na malha urbana e entender os princípios de seu surgimento, bem como a dinâmica de utilização face à paisagem que os envolve. Neste sentido, introduziu-se a história e funções do espaço no passado, de forma que sua trajetória construiu a representação do lugar e suas características culturais distintas. O envolvimento destes fatores, como o enquadramento da localização, origem histórica, setorização, pontos de interesse e fluxos, resultaram numa parte vital para a continuação da segunda parte da análise dos espaços selecionados, constituindo o estudo de caso desta dissertação.

Os fatores imateriais, traduzidos nas propriedades do espaço, foram aplicados de maneira avaliativa a fim de que sua pontuação justificasse o grau de atratividade do espaço público com base em fundamentos perceptivos. Os espaços públicos analisados passaram por todo o procedimento metodológico que consiste na seleção dos espaços por meio de critérios. Ainda que os três espaços possuam problemas semelhantes, foi verificado que também há potencialidades a serem exploradas para a satisfação dos usuários. Os problemas e potencialidades apontados através dos resultados da análise, determinaram a compreensão das necessidades de cada espaço, de modo a identificar quais melhorias pontuais poderiam ser capazes de influenciar a atratividade.

O mobiliário urbano, assim como os outros equipamentos da praça, deve estar em situação propícia ao uso, o que significa que a manutenção pode agregar valor, função e estética quando feita de forma contínua no espaço. As praças analisadas carecem desse tipo de suporte, apresentando rachaduras, deterioração de bancos de madeira e a destruição total do mobiliário, dificultando sua fruição. Dentre as

praças, a que mais apresentou problemas referentes ao mobiliário urbano combinado à fruição de seu espaço, foi a Praça Marechal Deodoro. As pessoas optam por trazer o próprio mobiliário móvel.

A análise mostrou que há diversos pontos de baixo fluxo na Praça do Centenário e Praça da Faculdade – esta última se contar suas áreas gramadas, cuja presença de atividades é mínima, às vezes inexistente. Isso se deve à ampla dimensão que elas apresentam, em torno de 19.000 m², cada uma, o que gera inevitáveis pontos menos habitados que outros. O que deve ser feito é a introdução de novas atividades nestes espaços.

A presença dos pontos de baixo fluxo na Praça do Centenário e na Praça da Faculdade faz parte de um conjunto de motivos que diminuem a sensação de segurança dos usuários. Também estão incluídas a vegetação em abundância, presente em maior parte na Praça do Centenário, e a falta de manutenção dos equipamentos da praça. Pela impossibilidade de uso, as pessoas acabam por evitá-los, o que resulta em menor vitalidade e monitoramento. Os pontos de baixo fluxo na Praça Marechal Deodoro não influenciam a variação do sentimento de segurança. Por ser uma praça menor, com vegetação escassa e bastante movimento em suas extremidades norte e oeste, as pessoas se sentem constantemente monitoradas e o fluxo de uma parte dela acaba por alimentar indiretamente as outras extremidades, ainda que de maneira sutil. É possível então compreender, através dessa comparação, o motivo da Praça Marechal Deodoro ter alcançado nota máxima em relação aos fatores de sentimento de segurança e padrão espaço-tempo, enquanto as outras duas praças indicaram fragilidades. Embora a Praça Marechal Deodoro apresente mais dificuldades em relação ao seu mobiliário, isso não parece afetar a vitalidade da mesma maneira com que as outras são afetadas. Esta razão se deve à sua localização, no coração da cidade, e proximidade a prédios administrativos, culturais e comerciais, que de certa forma se apropriam do espaço para extensão de suas atividades.

Como visto na análise dos espaços, a ausência da acessibilidade digital e o que ela representa para a liberdade de informação e comunicação resulta no esquecimento de sua importância histórica e social. Assim como a diminuição do tempo de permanência, cujo um dos motivos se deve à falta de internet gratuita. Pequenos detalhes como esse poderiam direcionar o rumo da atratividade de um espaço. Este detalhe é um incentivo e um convite a habitar o espaço e permanecer nele por mais tempo.

Apesar da quantidade de problemas ser superior às potencialidades, estas ainda assim podem ser encontradas no espaço, como: uso dos símbolos culturais; áreas para eventos ou expansão; vegetação estratégica para o conforto térmico. Os símbolos culturais e históricos são capazes de fornecer uma ideia geral do que o espaço representa para a cidade e seus habitantes, eles podem atrair turistas fascinados por história ou mesmo seus habitantes nostálgicos com a essência do próprio lugar. As áreas livres presentes nas praças constituem um vazio dentro dela, que poderia ser preenchido com mais atividades, sejam elas sazonais ou mais duradouras, como feiras culturais, teatros ao ar livre, eventos religiosos, parque de diversões, entre outros.

A vegetação pode transmitir a sensação de abrigo, conforto térmico e qualidade visual ao espaço público. A Praça da Faculdade e a Praça do Centenário possuem o potencial de aperfeiçoamento dessa vegetação para agir a favor da atratividade, seja minimizando pontos mais escuros infligidos pela vegetação em demasia, ou ofertando mais plantas típicas da região para a formação de um paisagismo funcional. Na Praça Marechal Deodoro a presença de vegetação resultaria num desempenho superior do conforto térmico, convidando as pessoas a permanecerem mais tempo, bem como oferecer alívio temporário contra os raios solares.

Deste modo, a análise dos fatores imateriais possibilitou a descoberta das fragilidades e potencialidades, abordados previamente e então dispostos na tabela 13 para identificar quais espaços analisados os

possuem. Sendo assim, de maneira sintética e direta, estes problemas e potenciais atrativos serão relacionados com os espaços analisados.

Tabela 13 – Problemas e potencialidades

Diagnóstico: problemas e potencialidades			
	Praça da Faculdade	Praça Marechal Deodoro	Praça do Centenário
Problemas	Sem ligação à internet	X	X
	Sem acesso à informação	X	
	Mobiliário parcialmente deteriorado	X	X
	Equipamentos sem manutenção	X	X
	Pontos de baixo fluxo	X	X
	Ausência de vegetação	X	
	Existência de área restrita	X	
	Mau planejamento do layout		X
	Vegetação em excesso		X
Potencialidades	Símbolos culturais e históricos que marcam uma época	X	X
	Áreas livres que podem acomodar eventos sazonais	X	X
	Presença de vegetação que proporciona conforto térmico e acústico	X	X
	Áreas de expansão para novas modalidades	X	X

Portanto, os resultados apontaram problemas e potencialidades que ajudarão no processo de desenvolvimento das diretrizes projetuais para os espaços especificamente discutidos no estudo de casos.

6.7. DIRETRIZES PARA OS ESTUDOS DE CASO

Os espaços analisados se encontram em regiões próximas na cidade de Maceió, portanto compartilham da maioria dos problemas e potencialidades, seja pela região histórica na qual se localizam ou por causa dos mesmos valores culturais. Dado isso, muitas das diretrizes elaboradas irão atender aos três espaços em simultâneo, o que pode acontecer em qualquer análise que venha a ser feita com este método. A análise permitiu explorar os espaços, enquanto o diagnóstico revelou suas necessidades com base nas fragilidades e capacidades de cada praça.

Estas estratégias compõem soluções para o crescimento atrativo da maioria dos fatores imateriais: acessibilidade digital; fruição do espaço; conforto térmico; conforto de utilização; legibilidade; layout espacial; sentimento de segurança e padrão espaço-tempo. A partir da exploração de suas potencialidades e dos resultados obtidos através da observação incorporada, foram propostas as seguintes diretrizes (Tabela 14):

Tabela 14 – Conjunto de diretrizes para a atratividade dos espaços públicos avaliados

Diretrizes			
	Praça da Faculdade	Praça Marechal Deodoro	Praça do Centenário
Disponibilizar acesso gratuito – wireless.	X	X	X
Disponibilizar informação sobre a praça – mapas, folhetos, textos interativos, virtuais ou físicos.	X	X	
Manutenção regular da vegetação, equipamentos e mobiliário.	X	X	X
Distribuição de atividades pelo espaço, de forma a dividir a concentração de fluxos.	X	X	X
Criar eventos culturais, religiosos e cívicos.	X	X	X
Acesso não restrito às áreas gramadas.		X	
Renovar o desenho dos passeios.			X
Criar equipamentos lúdicos e acessíveis.	X		X
Arborização estratégica e jardins sensoriais.	X	X	X
Reservar espaços na praça para quiosques de variados tipos, estimulando a vitalidade e a sensação de segurança.	X		X

As diretrizes constituem um conjunto de recomendações a fim de que se possa elevar o caráter atrativo dos espaços públicos analisados nesta investigação. Com a avaliação das praças foi possível identificar os desafios que elas enfrentam para conquistar a atratividade por meio dos fatores imateriais. As diretrizes concluem as necessidades mais importantes dos espaços e apontam as estratégias de intervenção como meio de solução de seus problemas.

Como previamente discutido, as praças não dispõem de conexão com a internet e duas delas não oferecem qualquer tipo de informação ao público, seja por meio de imagens ou textos, como na Praça do Centenário. Portanto, foram elaboradas duas diretrizes para esta finalidade: disponibilizar acesso gratuito via wireless e informações sobre a praça por meio de mapas, folhetos, textos interativos, virtuais ou físicos.

O mobiliário e a vegetação precisam estar sempre em estado passível de utilização, para que isso ocorra é necessário haver a manutenção regular dos equipamentos, evitando assim que eles pereçam e sejam evitados pela população.

Com o objetivo de equilibrar os fluxos e evitar a concentração de pessoas e atividades num ponto só – causando também a falta de segurança em outros pontos da praça – foi sugerida uma diretriz para a distribuição de atividades atuais ou novas pelo espaço, com o intuito de dividir os fluxos e proporcionar

vitalidade por todo o espaço de forma homogênea. A criação de eventos culturais, religiosos e cívicos também é importante para crescer o sentimento de pertencimento com o lugar e formar vínculos. Como também ocasiona vitalidade e segurança.

Não é indicado haver áreas restritas ao livre uso da população, o que acontece na Praça Marechal Deodoro, que possui uma pequena cerca ao redor do gramado, uma mensagem clara de que ali não se deve adentrar. Portanto, foi criada a diretriz de acesso não restrito às áreas gramadas. Estas devem ser encorajadas a serem utilizadas.

Quanto à renovação dos passeios, foi observado que apenas a Praça do Centenário carece de uma melhor delimitação entre suas áreas verdes e passeios. O desenho urbano precisa ser renovado para a funcionalidade e estética da praça.

A criação de equipamentos lúdicos e acessíveis se refere a um meio de oferecer atividades de lazer inclusivas para os portadores de necessidades especiais e crianças. Estes equipamentos devem trabalhar com a percepção cognitiva e estimular os sentidos, seja com cores, texturas, sons, água entre outras estratégias que qualifique o lazer na praça, aumentando seu valor e atração.

A arborização estratégica e os jardins sensoriais são diretrizes cujo objetivo é tornar as praças mais organizadas, sem vegetação em demasia ou em falta. Além de criar uma mistura de espécies que intrigue o usuário, que o chame para perto e o faça se sentir confortável no espaço, como uma parte da natureza e do espaço que o envolve.

Por fim, os quiosques variados foram sugeridos como diretrizes em favor da vitalidade. Sabe-se que o comércio atrai visitantes, que almejam consumir determinado produto, o que gera um constante movimento de pessoas. Podem ser implementados quiosques de venda de alimentos de rápido consumo, artesanato, objetos para uso pessoal, entre outros.

A aplicação das diretrizes pode se tornar um desafio aos órgãos responsáveis, de modo que o avanço das soluções dos problemas encontrados pode não ser imediato. A Prefeitura de Maceió, com seus setores de planejamento e infraestrutura urbana possuem o papel de ação para que as diretrizes sejam empregadas, elas servirão como sugestões para futuras revitalizações. Seus princípios são claros e básicos, e seu cumprimento terá como consequência o avanço das características imateriais como forma de atrair o usuário ao espaço. Apesar das dificuldades encontradas em cada praça, este método alcançou os resultados esperados.

7

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

A presente investigação apresentou um debate teórico acerca de conceitos relacionados à atratividade urbana e como se dão os processos cognitivos de percepção espacial de cada usuário do espaço. Através da revisão de literatura foi possível compreender as diferentes características do espaço, bem como suas tipologias e fatores que o tornam importantes para a vida em comunidade. O espaço público é fundamental para a qualidade de vida dos habitantes de uma cidade, principalmente quando este funciona adequadamente e possui aspectos ambientais e sociais que desenvolvem o interesse de comunicação entre os usuários.

A literatura abordou variados princípios que vieram a ter importância na análise dos casos. A atratividade urbana irá depender de fatores tanto imateriais quanto materiais, que juntos possuem a capacidade de atrair um indivíduo a um local e torná-lo uma parte integrante do espaço. As percepções cognitivas têm o poder de transferir sensações e trocas de experiências entre o ambiente e o ser humano, que formam a memória do lugar, bem como o sentimento de pertença e apego. Todos estes conceitos se interligam ao fundamento das propriedades e fatores imateriais, que não podem ser materializados diretamente, porém conseguem exercer um alto grau atrativo sobre o espaço e os sentimentos das pessoas que o utilizam.

Com base na análise dos casos levantados e nas experiências observadas em cada um deles, foi possível relatar com precisão suas maiores necessidades para o alcance da atratividade por meio de fatores imateriais. O método de análise teve como premissa a simplificação assertiva da seleção e avaliação dos estudos de caso, cujo resultado proporcionou uma lista de recomendações para futuras renovações dos espaços. Ainda que cada praça possua seus atributos únicos, que garantem a sua distintividade, o caminho percorrido se deu de maneira semelhante. A Praça da Faculdade, a Praça Marechal Deodoro e a Praça do Centenário possuem aspectos em comum relacionados à cultura, paisagem e morfologia, visto que se localizam em regiões urbanas de uso misto e com domínio do setor comercial. As três praças relataram necessidades semelhantes, e compartilharam grande parte de seus problemas e potencialidades, bem como as diretrizes.

No entanto, o método MAEP apresenta aspectos passíveis de melhoria futura. A análise do observador é a ferramenta mais importante do processo, visto que não foi possível a realização de entrevistas e mapas cognitivos por parte dos utilizadores do espaço, em razão da pandemia de COVID-19. O que se recomenda para futuras pesquisas e análises do espaço através dos fatores imateriais é que o observador/investigador esteja disposto a entender o espaço através da perspectiva das pessoas que o utilizam. Mais ferramentas podem ser atribuídas, como o uso de desenhos, questionários, mapas – comportamentais e mentais – e entrevista formal ou informal. Sendo assim, o MAEP possui potencial para o futuro, podendo ser aplicado em diferentes zonas de uma cidade, como também em outras cidades.

Com isso, conclui-se que a temática abordada nesta dissertação teve o objetivo de criar uma metodologia de análise que fosse capaz de identificar o nível de atratividade dos fatores imateriais presentes no espaço público, possibilitando o descobrimento de suas fragilidades e características positivas. As diretrizes, de certo modo, compõem a colmatação das necessidades apresentadas a partir dos fatores imateriais. Espera-se suprir as falhas apontadas para os espaços com as recomendações apresentadas, melhorando a sua qualidade e por consequência aumentando a qualidade de vida dos habitantes de Maceió.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Águas, P., & Brás, M. (2007). *Percepção de Segurança Pública dos Turistas Estrangeiros no Algarve*. Revista encontros Científicos.
- Alves, F. B. (2003). *Avaliação da Qualidade do Espaço Público Urbano*. Fundação Calouste Gulbenkian. Fundação para a ciência e a tecnologia., 2003.
- Arantes, A. A. (2009). *Inovação Cultural, Patrimônio e Educação*. (392 p.)
- Arendt, H. (2007). *A condição humana* (10ª). Forense Universitária, Rio de Janeiro.
- Beck, H. (2009). *Linking the quality of public spaces to quality of life*. Journal of Place Management and Development. 240–248. <https://doi.org/10.1108/17538330911013933>
- Begg, I. (2002). *“Investability”: The Key to Competitive Regions and Cities ?* Regional Studies. 187–200. <https://doi.org/10.1080/00343400220121972>
- Bentley, I., Alan, A., Murrain, P., MacGlynn, S., & Smith, G. (1985). Responsive environments: a manual for designers. [https://doi.org/10.1016/0169-2046\(88\)90064-3](https://doi.org/10.1016/0169-2046(88)90064-3)
- Berg, V. Den, & Meer, V. De. (2006). *The attractive city : Catalyst of Sustainable Urban Development*. 485–491.
- Birch, L. (1989). *Public and Private Space in Urban Areas : House , Neighborhood , and City*. 118–128.
- Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2019). *Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux*. Journal of Destination Marketing and Management.
- Bonaiuto, M., Fornara, F., & Bonnes, M. (2003). *Indexes of perceived residential environment quality and neighbourhood attachment in urban environments : A confirmation study on the city of Rome* *Indexes of perceived residential environment quality and neighbourhood attachment in urban environments*. [https://doi.org/10.1016/S0169-2046\(02\)00236-0](https://doi.org/10.1016/S0169-2046(02)00236-0).
- Bonametti, J. (2020). *Paisagem urbana*. Terra e Cultura. 107–123.
- Borja, J., & Muxí, Z. (2003). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Electa.
- Bourdieu, P. (2013). *Espaço físico, espaço social e espaço físico apropriado*. 133–144.
- Bravo, L. (2012). *Public spaces and urban beauty - The pursuit of happiness in the contemporary European city*.
- Brown, G., & Raymond, C. (2007). *The relationship between place attachment and landscape values: Toward mapping place attachment*. Applied Geography. 89–111. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2006.11.002>
- Campos, J. (2017). *A paisagem urbana histórica como valor de projeto urbano*. In Estudos de paisagem: Vol. III.
- Cardoso, G. R., Monteiro, F. M., Seibel, E., & Ribeiro, E. (2013). *Percepções sobre a sensação de segurança entre os brasileiros: investigação sobre condicionantes individuais*. 144–161.
- Carmona, M. (2015). *Re-theorising contemporary public space: a new narrative and a new normative*. Journal of Urbanism.
- Carmona, M., Tiesdell, S., Heath, T., & Oc, T. (2010). *Public Places, Urban Spaces: the dimensions of urban design*. In Journal of Chemical Information and Modeling. <http://jurnal.unmer.ac.id/jbm/article/download/70/11%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/5617/6/BA>
B III nita -
revisi.pdf%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/id/eprint/5617%0A%0Ahttp://repository.ut.ac.id/4408/2/SKOM4101-M1.pdf

- Carvalho, P. (2017). *Turismo Cultural , Patrimônio e Políticas Públicas em Territórios Rurais de Baixa Densidade : Eixos Vertebradores*. In *Turismo Cultural, territórios e Identidades*.
- Cerqueira, Y. M. S. F. (2013). Espaço público e sociabilidade urbana apropriações e significados dos espaços públicos na cidade contemporânea.
- Choi, H. (2020). *Ph . D . Dissertation of Public Policy Urban Quality Follows the Rules of Bureaucracy : Urban Attractiveness , Bureaucracy , and Regulation*.
- Çolpa, Z. M. (2015). *Convivial Urban Spaces: the case of Sakarya Street, Ankara*. In Middle East Technical University.
- Comissão Europeia. (2007). *State of European Cities Report: Adding Value to the European Urban Audit*.
- Corrêa, A. L. M. (2010). *Privatização do Espaço Público em Loteamentos Andreia Lopes Muniz Corrêa Privatização do Espaço Público em Loteamentos Residenciais em Maceió-AL*. Universidade Federal de Alagoas.
- Costa, S. (1997). *Contextos da construção do espaço público no Brasil*. *Novos Estudos CEBRAP*. 179–192.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59968203/Contextos_da_construcao_do_espaco_public20190709-127032-15ihl0s.pdf?1562695124=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DContextos_da_Construcao_do_Espaco_Public.pdf&Expires=1605109371&Signature=Vk1-
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2008). *The attractiveness and competitiveness of tourist destinations : A study of Southern Italian regions*. *Tourism Management*. 336–344.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>
- Cullen, G. (2010). *Paisagem Urbana*.
- Das, D., Mohapatra, P., Sharma, S., & Sarkar, A. (2007). *Factors influencing the attractiveness of a tourist destination: A case study*. *Journal of Service Research*. 103–134.
- Decreto Federal Brasileiro nº 5.296/2004.
- Deffner, A., & Metaxas, T. (2005). *Shaping the vision , the identity and the cultural image of European places Theodore Metaxas*. 45Th Congress of the European Regional Science Association Land Use and Water Management in a Sustainable Network Society.
- Dines, N., Cattell, V., Gesler, W., & Curtis, S. (2006). *Public spaces, social relations and well-being in East London*. The Policy Press. <http://www.amazon.com/Public-spaces-social-relations-well-being/dp/1861349238>
- Fabiani, D., Pandolfo, A., & Kalil, R. (2019). *Requalificados Para O Lazer Com Base Na Percepção E Comportamento Dos Usuários*. 273–286.
- Fernandes, A. C. F. D. (2012). *Metodologias de avaliação da qualidade dos espaços públicos*. 109.
- Fernandes, D. L. (2012). *A Paisagem Urbana e a Formação da Imagem Turística da Cidade de Curitiba : A Percepção de Visitantes e Visitados*.
- Ferrare, J., & Leão, T. (2016). *As praças como símbolos da modernidade e os projetos de rosário ribeiro durante a era*. *In Situ*, 2, 133–153.
- Ferreira, A. (2012). *Comércio e espaço coletivo*.
- Florida, R., Mellander, C., & Rentfrow, P. J. (2013). *Le bonheur des grandes villes*. *Regional Studies*. 613–627. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.589830>

- Francisco, M. D. (2005). *Espaço público urbano: oportunidade de identidade urbana participada*. 1–16. http://www.apgeo.pt/files/docs/CD_X_Coloquio_Iberico_Geografia/pdfs/053.pdf
- Gehl, J. (2013). *Livro Cidade para Pessoas*. Perspectiva.
- Gelpi, A., & Kalil, R. (2016). *a Cidade Comentada Expressões Urbanas*.
- Glaeser, E., Kolko, J., & Saiz, A. (2001). The consumer city. *Cities and the Urban Land Premium*, 1, 58–75. <https://doi.org/10.4337/9781784717445.00009>
- Gomes, P. (2002). *A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade*. Bertrand Brasil.
- Gonçalves, J. (2018). A Praça da Faculdade: referência cultural do bairro do prado e Maceió. In *Programa de pós-graduação em arquitetura e urbanismo*. Universidade Federal de Alagoas.
- Goodsell, C. T. (2003). The concept of public space and its democratic manifestations. *American Review of Public Administration*, 33(4), 361–383. <https://doi.org/10.1177/0275074003254469>
- Guedoudj, W., Ghenouchi, A., & Toussaint, J. Y. (2020). Urban attractiveness in public squares: The mutual influence of the urban environment and the social activities in Batna. *Urbe*, 12, 1–22. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.012.e20190162>
- Hårsman Wahlström, M., Kourtit, K., & Nijkamp, P. (2020). Planning Cities4People—A body and soul analysis of urban neighbourhoods. *Public Management Review*, 22(5), 687–700. <https://doi.org/10.1080/14719037.2020.1718190>
- Hernández, B., Carmen Hidalgo, M., Salazar-Laplace, M. E., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310–319. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.06.003>
- Hernández, B., Martín, A., & Hidalgo, C. (2010). *The role of place identity and place attachment in breaking environmental protection laws*.
- Hidalgo, M. C., & Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273–281. <https://doi.org/10.1006/jevps.2001.0221>
- Kohn, M. (2004). Brave new neighborhoods: The privatization of public space. In *Brave New Neighborhoods: The Privatization of Public Space*. <https://doi.org/10.4324/9780203495117>
- Kourtit, K., Nijkamp, P., & Wahlström, M. H. (2020). How to make cities the home of people – a ‘soul and body’ analysis of urban attractiveness. *Land Use Policy*, May, 104734. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104734>
- Krueger, R., Gibbs, D., & Carr, C. (2018). Examining regional competitiveness and the pressures of rapid growth: An interpretive institutionalist account of policy responses in three city regions. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 36(6), 965–986. <https://doi.org/10.1177/2399654418767661>
- Kyttä, M., Broberg, A., Haybatollahi, M., & Schmidt-Thomé, K. (2016). Urban happiness: context-sensitive study of the social sustainability of urban settings. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 43(1), 34–57. <https://doi.org/10.1177/0265813515600121>
- Lança, M. (2008). O conceito de esfera pública nas obras de Hannah Arendt e Jürgen Habermas. *Revista Três Pontos*.
- LEFEBVRE, H. (1974). *Produção do espaço*.
- Leite, H. (2015). *As incivilidades e o sentimento de insegurança dos turistas internacionais: Um estudo Exploratório na Cidade de Lisboa*.
- Lengen, C., & Kistemann, T. (2012). *Sense of place and place identity: Review of neuroscientific evidence*. *Health and Place*, 18(5), 1162–1171. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2012.01.012>

- Leyden, K. M., Goldberg, A., & Michelbach, P. (2011). *Understanding the pursuit of happiness in ten major cities*. Urban Affairs Review, 47(6), 861–888. <https://doi.org/10.1177/1078087411403120>
- Lopes, M. (2015). *The Changing Publicness of Urban Spaces*. In Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.10.130>
- Lynch, K. (1960). *A imagem da cidade*. Massachusetts Institute of Technology and the President and Fellows of Harvard College.
- Macedo, S. S. (1997). *Paisagem urbana*.
- Machado, M. L., Cavalcanti, P., Melo, F., Silva, C., & Carlos, J. (2014). *Das memórias à utopia*.
- Madanipour, A. (2003). Public and private spaces of the city. In *Public and Private Spaces of the City*. <https://doi.org/10.4324/9780203402856>
- Malinoski, J., & Silva, S. (2004). *Felicidade: o bem supremo, no livro i da obra*: 1–4.
- Massey, D. (2008). *Pelo Espaço*. Bertrand Brasil.
- Matos, F. (2010). *public spaces and quality of life in cities*. 17–33.
- Mehta, V. (2014). *Evaluating Public Space*. In Journal of Urban Design (Vol. 19, Issue 1, pp. 53–88). Taylor & Francis. <https://doi.org/10.1080/13574809.2013.854698>
- Melo, R. (1991). *Psicologia ambiental: uma nova abordagem da psicologia*. Psicologia USP.
- Metaxas, T. (2007). *Place marketing , strategic planning and competitiveness : The case of Malta*. <https://doi.org/10.1080/09654310903053539>
- Mora, M. A. R. (2009). *Indicadores de calidad de espacios públicos urbanos, para la vida ciudadana, en ciudades intermedias*. 53° Congreso Internacional de Americanistas, 21. http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/33817/indicadores_calidadespacio.pdf;jsessionid=2225A183361DFB562EC2E846400CBF38?sequence=1
- Moser, G. (1998). *Psicologia Ambiental* 1. 3(1), 121–130.
- Nasermoadeli, M. (2014). *Robustness as an Essential Quality of Responsive Environments : Building and Public Space Relationships in Çukurambar , Ankara*.
- Newman, O. (1996). *Creating Defensible Space_Book Review*. 123.
- Nielsen, H. W., Jørgensen, G., & Braae, E. (2016). *Big cities – ‘quiet places’: tracing relationships between material and immaterial qualities of urban spaces*. Spool, 3(1), 67–82. <https://doi.org/10.7480/spool.2016.1.1417>
- Nisa, C. F., Bélanger, J. J., & Schumpe, B. M. (2020). *On solid ground: Secure attachment promotes place attachment*. Journal of Environmental Psychology, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101463>
- Nunes, L. (2009). *A construção da esfera pública no planejamento urbano. Um percurso histórico na cidade de Santos*. A Construção Da Esfera Pública No Planejamento Urbano. Um Percurso Histórico Na Cidade de Santos, 21, 233–245. <https://doi.org/10.1590/5964>
- Oktay, D., & Jalaladdini, S. (2012). *Urban Public Spaces and Vitality: A Socio-Spatial Analysis in the Streets of Cypriot Towns*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 664–674. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.02.135>
- Oliveira, L. A. De, & Mascaró, J. J. (2007). *Análise da qualidade de vida urbana sob a ótica dos espaços públicos de lazer*. Ambiente Construído, 59–69.
- Paes, M. T. (2017). *patrimonial e turismo : os novos sentidos da paisagem urbana na renovação das cidades Gentrificação , preservação patrimonial e turismo : os novos sentidos da paisagem urbana na renovação das*. 21(3), 667–684. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2017.128345>

- Pengfei, N., & Qinghu, H. (2005). *Comparative Research on the Global Urban Competitiveness*. 1–14. http://www.stats.gov.cn/english/specialtopics/iaos/Papers/Concurrent_Session_30b.pdf
- Pereira, C. N., & Vidal, D. G. (2018). *Patrimônio (s) e Lugares de Memórias : uma reflexão sobre a cidade do Porto , Portugal*. *Revista Café Com Sociologia*, 98–112. <https://revistacafecomsociologia.com/revista/index.php/revista/article/view/1012>
- Pfeiffer, D., & Cloutier, S. (2016). *Planning for Happy Neighborhoods*. *Journal of the American Planning Association*, 267–279. <https://doi.org/10.1080/01944363.2016.1166347>
- Piana, C. (2020). *O espaço coletivo em projetod de habitação social: concursos de arquitetura no Distrito Federal*. *Implementation Science*, 1–15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nature10402%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nature21059%0Ahttp://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577%0Ahttp://>
- Ponte, A. Q., Bomfim, Z. Á. C., & Pascual, J. G. (2017). *Considerações Teóricas Sobre Identidade De Lugar À Luz Da Abordagem Histórico-Cultural*. *Psicologia Argumento*, 345–354. <https://doi.org/10.7213/psicolargum.v27i59.20169>
- Pringle, S., & Guaralda, M. (2018). *Images of Urban Happiness: A Pilot Study in the Self-representation of Happiness in Urban Spaces*. *The International Journal of the Image*, 97–122. <https://doi.org/10.18848/2154-8560/cgp/v08i04/97-122>
- Rheingantz, P. A., Azevedo, G. A., Brasileiro, A., Alcantara, D. De, & Queiroz, M. (2009). *Observando a qualidade do lugar: prcedimentos para a avaliação pós-ocupação*.
- Richards, G. (2009). *The development of cultural tourism in Europe*. *Cultural Attractions and European Tourism*, 3–29. <https://doi.org/10.1079/9780851994406.0003>
- Rogers, R. (2001). *Cidades para um pequeno planeta* (1ª). Editorial Gustavo Gili, SA.
- Rolim, E. (2014). *A Percepção do Espaço Urbano Estudo das Ambientes Urbaines Architecturales*. <http://www.laboratoriourbano.ufba.br/wp-content/uploads/2014/09/Artigo-URBICENTROS-4.pdf>
- Rolnik, R. (1998). *O que é cidade*. Brasiliense, São Paulo.
- Romão, J., Kourtiti, K., Neuts, B., & Nijkamp, P. (2018). *The smart city as a common place for tourists and residents : A structural analysis of the determinants of urban attractiveness*. *Cities*, 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.11.007>
- Sáez, L., & Periañez, I. (2015). *Benchmarking urban competitiveness in Europe to attract investment*. *Cities*, 48, 76–85. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.06.002>
- Santos, M. (1988). *Metamorfoses do Espaço Habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia*. Hucitec. <https://doi.org/10.30612/mvt.v5i09.6981>
- Santos, M. (2004). *Por uma Geografia Nova* (6ª). Editora da Universidade de São Paulo.
- Scalcon, B. (2019). *Atratividade urbana e mobilidade pedonal: o caso de Parma*.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2017). *The Psychology of Place Attachment*.
- Seixas, R. A. C. (2015). *Qualidade do espaço público: metodologias de avaliação*. <http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/8549>
- Sennett, R. (1988). *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. Companhia das letras.
- Sepe, M. (2017). *The role of public space to achieve urban happiness*. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 12(4), 724–733. <https://doi.org/10.2495/SDP-V12-N4-724-733>

- Sepe, Marichela. (2017). *Placemaking, livability and public spaces. Achieving sustainability through happy places*. The Journal of Public Space, 2(4), 63. <https://doi.org/10.5204/jps.v2i4.141>
- Servillo, L., Atkinson, R., & Russo, A. P. (2012). *Territorial attractiveness in EU urban and spatial policy: A critical review and future research agenda*. European Urban and Regional Studies, 19(4), 349–365. <https://doi.org/10.1177/0969776411430289>
- Sgarbossa, G. (2016). *O papel dos espaços públicos centrais para o desenvolvimento urbano sustentável*. 4, 2105–2111.
- SHEN, J. (2004). *Urban Competitiveness and Urban Governance in the Globalizing World*. Asian Geographer, 23(1–2), 19–36. <https://doi.org/10.1080/10225706.2004.9684110>
- Silva, A. M. Da. (2009). *Atratividade e dinâmica de apropriação de espaços públicos para o lazer e turismo*. Propur, 250. <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/18676>
- Silva, E. A. P. C., Silva, P. P. C., Oliveira, L. dos S., dos Santos, A. R. M., Rechia, S., & de Freitas, C. M. S. M. (2016). *Percepção da qualidade do ambiente e vivências em espaços públicos de lazer*. Revista Brasileira de Ciencias Do Esporte, 38(3), 251–258. <https://doi.org/10.1016/j.rbce.2016.02.005>
- Sinkiene, J., & Kromolcas, S. (2010). *Concept, Direction and Practice of City Attractiveness Improvement*. Public Policy and Administration, 2603(31), 147–154. https://www.mruni.eu/lt/mokslo_darbai/vpa/archyvas/dwn.php?id=241520#page=148
- Snieska, V., & Zykiene, I. (2015). *City attractiveness for investment : characteristics and underlying factors*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 213, 48–54. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.402>
- Soares, G. A. D. (2007). *O sentimento de insegurança : teorias , hipóteses e dados*. In Pesquisa de condições de vida e vitimização. <https://doi.org/10.13140/2.1.2669.4406>
- Sobarzo, O. (2006). *a produção do espaço público : da dominação à apropriação*. 93–111.
- Song, Z., Daryanto, A., & Soopramanien, D. (2019). *Place attachment, trust and mobility: Three-way interaction effect on urban residents' environmental citizenship behaviour*. Journal of Business Research, 105(July), 168–177. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.08.001>
- Soriano, A. G. W. (2006). *O Espaço Público e a Cidade Contemporânea : as praças de Salvador entre o discurso e a intervenção*. 126.
- Squires, J. (2018). *Public and private*. Political Concepts, 131–144. <https://doi.org/10.4337/9781784718671.00043>
- Stancu, A., Ariccio, S., De Dominicis, S., Cancellieri, U. G., Petruccelli, I., Ilin, C., & Bonaiuto, M. (2020). *The better the bond, the better we cope. The effects of place attachment intensity and place attachment styles on the link between perception of risk and emotional and behavioral coping*. International Journal of Disaster Risk Reduction, 51(57), 101771. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101771>
- Tavasoliara, F., & Bashiri, S. (2015). *The Role of Behavioral Sciences in Environmental Design: An Emphasis on the Need for Collaboration between Psychologists and Architects*. J. Appl. Environ. Biol. Sci, 5(11S), 359–364.
- Tran, M. T., Chu, N. H., Phan, T. H., Nguyen, T. H., & Pham, T. M. L. (2020). *Attractiveness and Livability in New Urban Areas of Hanoi: When Their Public Spaces Are “Socialized.”* IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 869(2). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/869/2/022036>
- Valera, S. (1996). *Psicologia ambiental : Bases teóricas y epistemológicas*.
- Valera, S., & Pol Urrutia, E. (1994). *El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre*

- la psicología social y la psicología ambiental*. Anuario de Psicología / The UB Journal of Psychology, 62, 5-24–24.
- Van Berg, L. Den, & Braun, E. (1999). *Urban competitiveness, marketing and the need for organising capacity*. Urban Studies, 36(5–6), 987–999. <https://doi.org/10.1080/0042098993312>
- Viana, A. (2018). *Funções dos espaços públicos na cidade contemporânea*. <https://doi.org/10.5752/P.2316-1752.2018v25n37p84>
- Vianna, N. F. (2007). *Espaços coletivos. Espaços privados com áreas coletivas*. 83. [http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/2611/1/Norma Fonseca Vianna1.pdf](http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/2611/1/Norma+Fonseca+Vianna1.pdf)
- Webster, D., & Muller, L. (2000). *Urban competitiveness Assessment in developing country urban regions: The road forward*. The World Bank.
- Woolley, H. (2003). *Urban Open Spaces*.
- Yazdi, A. K., Barati, N., & Zarei, M. (2017). *Comparative Assessment of People's and Experts' Perception of Urban Space (Case study of urban collection of Emamzadeh Saleh, Tajrish, Tehran)*. Bagh-E Nazar, 13(45), 15–30.
- Zanirato, S. (2009). *Usos sociais do patrimônio cultural e natural*. Patrimônio e Memória, 5(1), 137–152.

ANEXO I

TABELA DE AVALIAÇÃO DOS FATORES IMATERIAIS

Nome do espaço: _____

Hora de avaliação: _____

Propriedades do espaço	Fatores imateriais	Nota	Média final
1. Acessibilidade	1.1 Acessibilidade visual	_____	
	1.2 Acessibilidade simbólica	_____	
	1.3 Acessibilidade digital	_____	
2. Conforto e usufruto	2.1 Fruição do espaço	_____	
	2.2 Conforto térmico	_____	
	2.3 Conforto de utilização	_____	
3. Identidade e patrimônio	3.1 Valor cultural	_____	
	3.2 Noção de lugar	_____	
	3.3 Valor da paisagem	_____	
4. Imagem e simbologia	4.1 Legibilidade	_____	
	4.2 Layout Espacial	_____	
5. Segurança	5.1 Sentimento de segurança	_____	
6. Vitalidade	6.1 Padrão espaço-tempo	_____	