

Área: Ciências Sociais Aplicadas (Arquitetura e Urbanismo)

Projeto: TÍTULO DO PROJETO CADASTRADO NA PROPESQ

Autores: Wellington Araújo Soares Júnior (PIBIC CNPq) e Antonio Ferreira Colchete Filho (ORIENTADOR)

Resumo:

A cidade se trata de um espaço constituído de espaços públicos, abertos a toda a população, e espaços privados, de acessibilidade limitada. Apesar de ser uma expressão historicamente recente, “espaços públicos” designa espaços e intervenções que já possuem certa carga histórica, no que diz respeito ao seu planejamento urbanístico. (MATOS, 2010).

Desde a implantação de bancos nas praças para descanso, a construção de canteiros no centro de vias ou até mesmo a transformação de uma área em reserva de proteção ambiental, são intervenções realizadas nos espaços públicos para atender as necessidades das populações que os utilizam.

É possível também direcionar o tipo de uso que aquele espaço ou intervenção receberá da população. A criação de um parque ecológico, por exemplo, dá àquele espaço a função de proporcionar lazer e convivência social às pessoas que o frequentam, além de ser um local de preservação ambiental e higiene. O mesmo ocorre com outros tipos de logradouros; quadras esportivas em praças atraem pessoas que tenham interesse em realizar certas atividades nestes espaços.

As constantes intervenções com o intuito de mitigar ou minimizar problemas urbanos, nem sempre atende aos interesses e demandas de toda a população. À medida que a economia se torna espacialmente seletiva dentro de um meio urbano – a cidade, os investimentos e intervenções realizadas também passam a ser regidos por essa ótica.

Inseridas num mercado cada vez mais competitivo, as cidades necessitam de insumos promotores que as coloquem numa posição de vantagem em relação às demais, sendo capazes de atrair investidores e empreendimentos nacionais e, principalmente, internacionais, projetando-as no cenário mundial (VAINER, 2000).

O *marketing* urbano, então, cria estratégias que evidenciam a imagem “positiva” das cidades, e somadas às políticas públicas, difundem ideias dissimuladas a respeito do ambiente construído, sob a ótica de uma minoria associada à valorização imobiliária. (MARICATO, 2011). Esta dinâmica cria uma situação dual: ao mesmo tempo em que o retrato distorcido da cidade torna-se atrativo de investimentos, a falta de políticas públicas que motivem um planejamento urbano democrático legitima a segregação no meio urbano.

Nesse sentido, as áreas verdes das cidades e seu conjunto de espaços públicos são peças-chave para o entendimento da relação homem-ambiente na contemporaneidade.