

() Graduação (X) Pós-Graduação

**COMPORTAMENTOS DE USUÁRIOS DE ESPAÇOS PÚBLICOS DE BELO
HORIZONTE: Restrições, protocolos e isolamento social frente à pandemia COVID-19**

Germano Leal Laia

**Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – Belo Horizonte - Brasil
germanolaia@gmail.com**

Matheus Henrique Mendes Troian

**Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – Belo Horizonte - Brasil
matheushtroian@gmail.com**

Ítalo Brener de Carvalho

**Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – Belo Horizonte – Brasil
italobrener@hotmail.com**

Luciano dos Santos Diniz

**Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – Belo Horizonte - Brasil
lucianodiniz@cefetmg.br**

Andreia de Oliveira Santos

**Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – Belo Horizonte - Brasil
andreiasantos@cefetmg.br**

RESUMO

A pandemia do Coronavírus mudou os hábitos de usuários espaços públicos em conformidade com as recomendações da OMS (2020) de distanciamento social. Este estudo tem como objetivo identificar possíveis novas formas de uso e consumo de espaço público na cidade de Belo Horizonte. Utilizando um questionário no *Google forms* distribuído em redes sociais obteve-se 141 respondentes válidos. A análise qualitativa e quantitativa dos dados confere credibilidade a afirmação de que alterações no comportamento dos usuários de espaços públicos serão necessárias pelas implicações impostas pela pandemia de Covid-19. Destacando-se a necessidade de protocolos de utilização, como aferição de temperatura e higienização das mãos com álcool em gel na entrada dos espaços públicos, da continuidade do uso de máscaras e do acompanhamento por meio de fiscalização. Este estudo contribui com a gestão pública das cidades dada a expectativa de retorno das atividades ao ar livre.

Palavras-chave: Pandemia. Distanciamento Social. Espaço Público. Padrões de Consumo. Belo Horizonte. Placemaking.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Rissi (2019), o processo de placemaking é a criação (reorganização ou reinvenção) de espaços públicos que visam à melhoria da qualidade dos locais para a comunidade. Para Wyckoff (2014), o processo de placemaking visa promover variáveis disponíveis nos locais públicos: espaços multifuncionais, espaços públicos de qualidade, espaços conectados, acessível, múltiplas opções de uso, preservação da cultura e estrutura local, espaço de arte, dança, criatividade, diversão e com espaços verdes.

Percebeu-se que a frequência a espaços públicos abertos foi consideravelmente reduzida, pelo medo do inesperado e por medidas de distanciamento social. Segundo Aquino, Silveira, Pescarini, Aquino e Souza-Filho (2020) diminuir as interações humanas esta fortemente relacionada com a transmissibilidade do vírus causador da Covid 19. Ou seja, as medidas de distanciamento social impactam diretamente na frequência a locais de convivência e conseqüentemente com aglomerações de pessoas, como parques e praças.

Algumas cidades dependem das áreas de espaços públicos para atrair visitantes locais como: os parques urbanos como espaço de lazer ou turistas, parques aquáticos como do Rio quente em Goiás, parques ecológicos, como Serra Cipó Minas Gerais ou o Parque Nacional do Iguaçu.

Dessa forma, o isolamento e o distanciamento social tem sido um ponto de interrogação de como os ambientes públicos de socialização são usados durante a pandemia e como se preparar para um retorno em um tempo pós pandemia. Este estudo tem como objetivo responder a seguinte pergunta: Como o conceito de Placemaking se correlaciona com os comportamentos dos usuários de espaços públicos frente à pandemia COVID-19?

2 CONCLUSÕES

A pesquisa realizada e seu instrumento foi realizada com bases nos seguintes elementos que relacionam a adaptação de espaços públicos aos conceitos de placemaking:

Quadro 01: Os 11 elementos-chave

Elemento-chave	Conceito
A comunidade é o especialista	Identificar os talentos e ativos dentro da comunidade. Os principais usuários de determinado espaço são os habitantes dessa comunidade, não se deve tomar decisões baseadas em achismos ou em experiências anteriores em locais diferentes com diferentes visões.
Crie um local, não um design	É um erro pensar que a população irá se sentir acolhida em um local que não possa ter um momento proveitoso apenas pelo fato de haver beleza no mesmo.
Procure parceiros	Parceiros irão ajudá-lo a tomar decisões que impactarão de forma positiva no desenvolvimento da comunidade, por meio de reuniões, brainstorms e talvez até financeiramente.
Você Pode Ver Muito Apenas Observando	Uma ferramenta simples e barata de descobrir a melhor forma de implantar melhorias em um determinado local é observar o modo como a sociedade vê determinado espaço, por exemplo, se um local onde não é adequado praticar skate, está sendo um ponto de prática para tal, uma forma de melhorar a vida da comunidade que utiliza esse local, seria delimitar espaços para aqueles que queiram realizar tal atividade, de forma tal que não prejudique nem os praticantes, nem os pedestres.
Tenha uma visão	Deve-se pensar no futuro daquele determinado espaço para a comunidade, pensar nas consequências que as melhorias trarão para o local, não basta apenas fazer algo, é preciso saber por qual razão fazer, vislumbrar perspectivas para o impacto positivo na comunidade local no curto, no médio e no longo prazo.
Comece como Petúnias: Mais leves, mais rápidas e mais baratas	É inegável que trabalhar com espaços públicos não é uma tarefa simples, ou seja, deve-se admitir que não será uma caminhada de acertos seguidos de acertos. Não é possível realizar projetos focados no longo prazo e ter sucesso de primeira, ou seja, vale a pena ir testando pequenas melhorias para ver como a população irá se adaptar a esses ajustes menores.
Triangular	Em placemaking, triangulação consiste em unir elementos de forma que eles sejam interativos entre si, por exemplo, colocar bancos virados para o playground em uma praça para que os pais e responsáveis possam observar suas crianças, colocar lixeiras e bebedouros próximos ao local de caminhada etc. É pensar toda a dinâmica do local para que haja relação e o máximo de proveito do espaço.
Eles sempre dizem: “não pode ser feito”	Segundo a abordagem, “eles” são aqueles que não trabalham com a visão focada no placemaking, ou seja, aqueles que buscam veem apenas uma peça da grande engrenagem que é o espaço público. Por isso, um trabalho para quem busca o incentivo ao melhor aproveitamento do espaço público é também romper a barreira das respostas negativas ditas por aqueles que não sabem do projeto como um todo.
A forma suporta a visão	O design tem sim sua importância para o conceito do espaço, mas não se deve deixar de lado a funcionalidade do espaço e a relevância do mesmo para a comunidade.
Dinheiro não é problema	É preciso colocar na balança não apenas os gastos para a implantação do projeto, mas também os benefícios que serão trazidos para sociedade, ou seja, mesmo que se gaste muito com uma determinada revitalização de uma área, deve-se vislumbrar também o quanto de dinheiro passará a circular nesse local. Também é preciso ressaltar que quanto mais a população estiver envolvida com o placemaking, mais ela estará disposta a contribuir para a melhoria e/ou manutenção do local.
Você nunca está acabado	O espaço público urbano está em constante mudança. É um erro pensar que um dia a cidade estará de uma forma que todos (ou a maioria das pessoas) irão pensar que a cidade não necessita mais de melhorias. A comunidade sempre irá demandar melhorias e, para isso é preciso estar sempre atento às mudanças e tendências apropriadas para cada espaço.

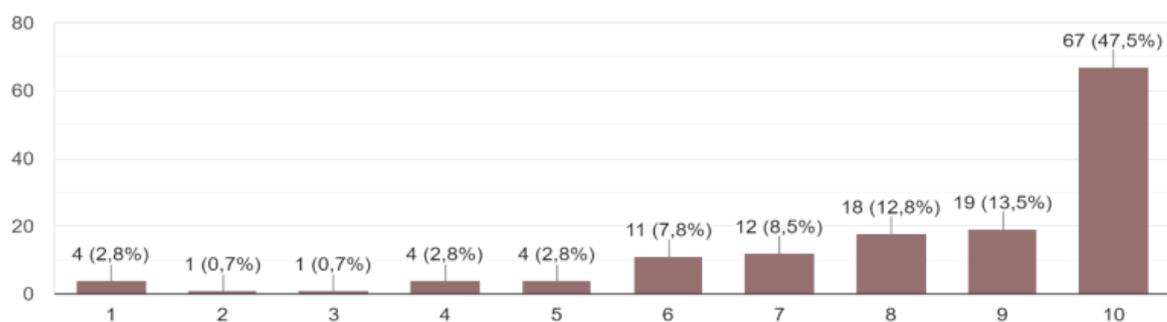
Fonte: Madden (2000) organizado pelos autores

Após a aplicação do questionário, foram validados 141 que responderam a pergunta filtro de que moram em Belo Horizonte e/ou que frequentam espaços públicos abertos na cidade de Belo Horizonte. Com as seguintes características sócio-demográficas: 74,6% são moradores de Belo horizonte e que frequentam os espaços da cidade e ainda 24.6% apensar de não morarem em Belo horizonte frequentam os espaços desta cidade, o que pode representar moradores do entorno de cidades vizinhas se seus arredores. A estratificação por gênero foi considerada homogenia, onde por declaração espontânea é composta de 68 mulheres e 73 homens, com maior frequência de participação do grupo das faixas mais novas classificadas de 18 a 25 anos e de 26 a 32 anos.

Gráfico 01: Posicionamento a respeito dos decretos

Qual seu posicionamento a respeito dos decretos que restringiram as aglomerações em espaços públicos no cenário de pandemia?

141 respostas



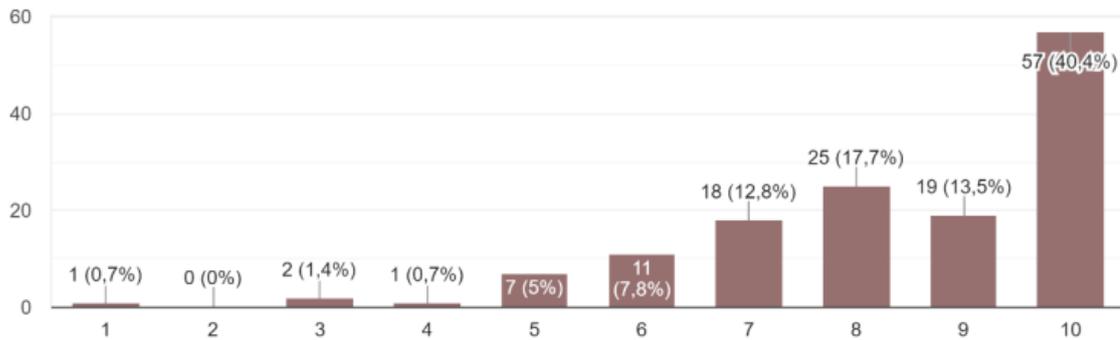
Fonte: dados da pesquisa realizada (2021).

Em uma escala de 1 a 10 onde, um é discordo totalmente e 10 concordo totalmente, 47,5% dos respondentes concordam totalmente com os decretos que restringem as aglomerações em espaços públicos durante a pandemia e ampla maioria concorda mesmo que parcialmente. Aquino *et al* (2020) destaca que o distanciamento social é uma das medidas mais eficazes na contenção da pandemia de covid19. Tais fatos são inegáveis, porém o distanciamento social atinge um outro ponto importante, as necessidades sociais de Maslow (1954), onde o ser humano precisa se relacionar com outros e fazer parte da sociedade.

Gráfico 02: Interferência da pandemia na socialização

Como o distanciamento/isolamento social imposto pela pandemia de covid19 afetou a sua socialização com amigos e outros grupos?

141 respostas



Fonte: dados da pesquisa realizada (2021)

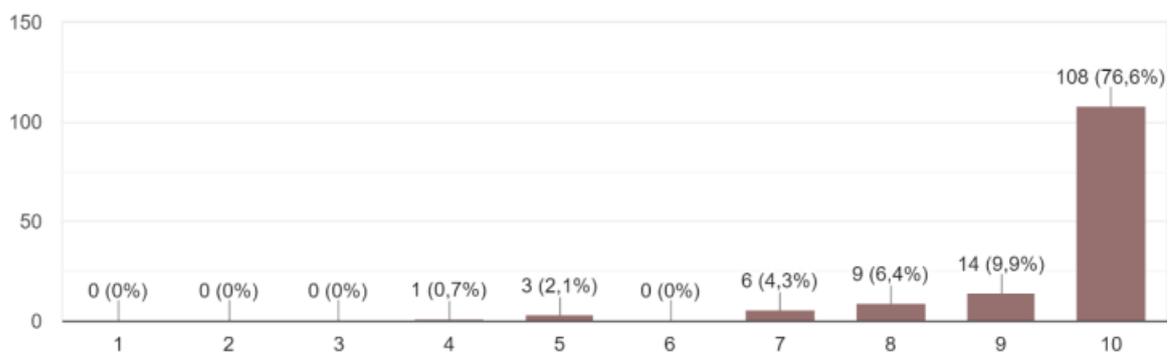
Em uma escala de 1 a 10 onde, um é discordo totalmente e 10 concordo totalmente, 40,4% dos respondentes concordam totalmente que o distanciamento social imposto pela pandemia afeta totalmente a socialização com amigos e outros grupos, demonstrando que há uma supressão no convívio social.

Acerca da temática de *placemaking* um tema não pode ficar excluído das perguntas: A importância dos espaços públicos. Para Indovina (2002), o espaço público é o criador das cidades, sendo eles os principais identificadores de um local. Solomon (2011) destaca que os espaços públicos são os locais onde há trocas sociais.

Gráfico 03: Importância dos espaços públicos para a cidade

Para você, quão importante são os espaços públicos para a cidade?

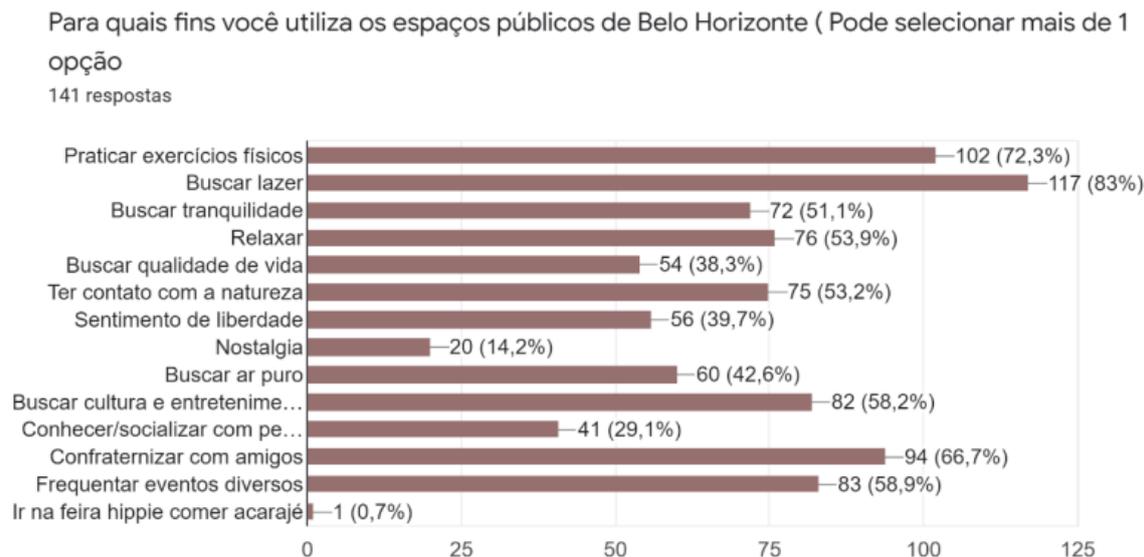
141 respostas



Fonte: dados da pesquisa realizada (2021)

Em uma escala de 1 a 10 onde, um é discordo totalmente e 10 concordo totalmente, 76,6% dos respondentes concordam totalmente, os espaços públicos são considerados importantes. Segundo Jan Ghel (2010) os espaços públicos possuem diversos fins: reunir pessoas, trocas de idéias, comprar e vender, relaxar e se divertir. Em Belo Horizonte a maioria dos respondentes disseram frequentar espaços publicos e principalmente os parques abertos gratuitos por ordem decrescente pelos seguintes motivos: Buscar lazer (83%), praticar exercícios físicos (72,3%), confraternizar com os amigos (66,7%), buscar cultura e entretenimento (58,2%), relaxar (53,9%), ter contato com a natureza (53,2%), buscar ar puro (42,6%), sentimento de liberdade (39,7%), buscar qualidade de vida (38,3%), conhecer/socializar com novas pessoas (29,1%), nostalgia (14,2%) e ir a feira hippie comer acarajé (0,7%).

Gráfico 04: Finalidade de uso dos espaços públicos de Belo Horizonte



Fonte: dados da pesquisa realizada (2021)

A partir do instrumento de pesquisa, pode-se entender qual o perfil de consumo dos espaços públicos de Belo Horizonte, como a prática de exercícios físicos e o lazer sendo predominantes. A pandemia causada pelo coronavírus, apesar de influenciar nos hábitos de consumo dos espaços leva a reflexão de que alterações são necessárias, como aumentar a percepção de segurança aos usuários, seja através de protocolos de utilização, avanço da vacinação ou até mesmo as medidas de distanciamento.

Dentre as principais mudanças destaca-se a necessidade de protocolos de utilização dos mais variados: obrigatoriedade do uso de máscaras, maior fiscalização, aferição de

temperatura e higienização das mãos com álcool em gel na entrada. Além disso, algumas respostas remetem à necessidade de manutenção e melhorias nos espaços públicos.

A presente pesquisa apresenta algumas limitações, em função do tempo curto a que foi submetida, do momento de pandemia mundial que prejudica o trabalho de campo, fazendo com que todas as etapas de elaboração fossem virtuais e sem visitação e observação de reais problemas presentes nos espaços públicos, os respondentes também foram acionados por meio virtual, o que pode não significar a real contribuição das pessoas que frequentam os espaços públicos no dia a dia.

REFERÊNCIAS

AQUINO, E. M.; SILVEIRA, I. H.; PESCARINI, J. M.; AQUINO, R. E.; SOUZA-FILHO, J. A. D. Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciência e Saúde Coletiva**, 25, p. 2423-2446, 2020.

INDOVINA, F. **O Espaço Público: topicos sobre a sua mudança. Cidades, comunidades e territorios**, n. 5, 2002. Disponível em: <<https://revistas.rcaap.pt/cct/article/view/9168/6615>>. Acesso em: 20 mar. 2021.

MADDEN, K. **Creating “places” that work. How to turn a place around: A handbook for creating successful public places**, New York, NY: Project for Public Spaces, 2000.

MASLOW, A. H. **A theory of human motivation**. *Psychological review*, 50(4), 370, 1943.

OMS. Organização Mundial da Saúde. **OMS 2020**. Disponível em: <<https://www.who.int/news/item/15-10-2020-solidarity-therapeutics-trial-produces-conclusive-evidence-on-the-effectiveness-of-repurposed-drugs-for-covid-19-in-record-time>> Acesso em: 24 mar. 2021.

OMS. Organização Mundial da Saúde. **OMS 2021**. Disponível em: <<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/covid-19-vaccines>> Acesso em: 25 mar. 2021.

RISSI, L. **Placemaking & gentrificação a diferença entre requalificar e elitizar um espaço público. 2019**. Disponível em: <<https://www.jornaldebetrato.com.br/colunista/lidiane-rissi/13564/placemaking-gentrificacao-a-diferenca-entre-requalificar-e-elitizar-um-espaco-publico/>>. Acesso em: 10 jun. 2021.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

WYCKOFF, M. A. **Definition of placemaking: four different types**. *Planning & Zoning News*, v. 32, n. 3, p. 1, 2014.