

GESTÃO DO ACOLHIMENTO EM ESPAÇOS PÚBLICOS LIVRES DE PARANAPIACABA

RESUMO

Os turistas esperam em uma viagem ter experiências memoráveis e essas experiências podem acontecer nos espaços públicos da cidade. Desta forma, fazer a gestão do acolhimento destes espaços públicos gera oportunidades de melhoria na construção dessas experiências. Este trabalho tem por objetivo contribuir com estudos sobre o desenvolvimento local ao analisar formas de gestão do espaço público, segundo conceitos de *placemaking* para fazer uma ótima gestão do acolhimento do turista. Escolheu-se Paranapiacaba que fica em Santo André no estado de São Paulo para este estudo. Esta escolha se deve à importância que o espaço público tem para o desenvolvimento do Turismo nesta vila. Esta é uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório e descritivo que utiliza o modelo de *placemaking* do *Project for Public Space*, por ser o mais usado internacionalmente. Conclui-se nesta pesquisa que Paranapiacaba é um espaço de *Placemaking* pelo fácil acesso e visibilidade, pela apropriação dos espaços pelas pessoas por meio de atividades prazerosas. Este estudo contribui para um olhar diferenciado para os espaços públicos como potencial de desenvolvimento local em localidades históricas e turísticas, possibilitando gerar uma experiência memorável ao turista.

Palavras-chave: Turismo, *Placemaking*, Experiência.

1 INTRODUÇÃO

Turistas não esperam apenas uma estada interessante. Esperam vivenciar, sobretudo, experiências inesquecíveis. Nesse sentido, o *placemaking* traz contribuições relevantes. “A palavra *Placemaking* pode ser traduzida para o português como ‘fazer lugares’. Os ‘lugares’ mencionados aqui são espaços públicos que estimulam interações entre as pessoas em si e entre as pessoas e a cidade, promovendo comunidades mais saudáveis e felizes” (PROJECT FOR PUBLIC SPACES, 2015).

A gestão do acolhimento em espaços públicos se faz necessária para que se possa identificar oportunidades de melhoria de espaços livres de forma a permitir experiências memoráveis aos turistas para que eles voltem, divulguem e promovam o desenvolvimento local, que pode ocorrer por meio da geração de trabalho e renda, a partir de um local agradável e acolhedor para os moradores locais e para os turistas.

Foi feito um levantamento bibliométrico sobre *placemaking* e turismo nas bases de dados *Scopus*, *Web of Science* e *Google Scholar*, tendo sido encontrados 47 artigos e, após análise de seus conteúdos, somente 14 foram identificados como relevantes para o escopo desta pesquisa, evidenciando *gap* nesta temática, o que induziu à pesquisa apresentada neste artigo.

Desta forma, estabeleceu-se a pergunta problema da pesquisa: como o espaço público livre (núcleo urbano) de um município pode se preparar, segundo os conceitos de *placemaking* e do modelo do *Project for Public Spaces*, para fazer uma ótima gestão do acolhimento de turistas?

O objetivo desta pesquisa é contribuir com estudos sobre desenvolvimento local ao analisar formas de gestão de espaço público livre (núcleo urbano) de um município, segundo os conceitos de *placemaking* e do modelo do *Project for Public Spaces*, para acolher turistas.

A localidade escolhida para o estudo de caso é Paranapiacaba, uma Vila pertencente ao município de Santo André, localizado na região do Grande ABC Paulista, no estado de São Paulo. Essa Vila tem em seu núcleo urbano grande valor histórico, equipamentos ferroviários e

área natural tombados pelas três instâncias de governo, sendo pela estadual via Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico e Turístico – CONDEPHAT, em 1987, pela federal via Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional -IPHAN, em 2002 e pela municipal via Conselho Municipal de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico, Arquitetônico-Urbanístico e Paisagístico de Santo André - COMDEPHAAPASA, em 2003, o que por si só já é um importante atrativo turístico. Trata-se de uma peculiar Vila, com pouco mais de 900 habitantes e com um calendário de eventos que abarca quase todos os meses do ano, conforme se verá no item 4. O número de visitantes em um ano por causa desses eventos e visitas de final de semana sem eventos, chegou a 150.000 transeuntes em 2013 (PREFEITURA DE SANTO ANDRÉ, 2013), dado mais recente da prefeitura.

O turismo é essencial para Paranapiacaba, pois é visivelmente a sua maior fonte de receita e, por consequência, gestores e moradores da Vila devem pensar em como está sendo e como poderia ser a melhor experiência que o turista possa ter, de forma a atrair grande número de pessoas. A maior parte das atividades turísticas ocorre nos finais de semana, com ou sem eventos específicos, sobretudo nos espaços livres públicos (COLANTUONO; CESTARO, 2017). Registre-se que não foram encontrados e nem mesmo disponibilizados dados solicitados sobre receitas da localidade e nem o percentual que a atividade turística representa economicamente para o município de Santo André.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Gehl (2013), as cidades são locais onde as pessoas residem ou visitam, se encontram, trocam ideias ou simplesmente relaxam e o domínio público da cidade (ruas, praças, parques) são o palco catalisador dessas atividades.

Segundo Bernal (2018), *placemaking* conceitua espaços públicos de forma que não possam ser considerados somente como acessórios do desenvolvimento imobiliário e sim como elemento estratégico de acolhimento de pessoas na localidade. *Placemaking* é, não só uma filosofia, como um processo prático para a transformação dos espaços públicos. Tem foco em observar, escutar, tanto as pessoas que lá vivem, como as que trabalham ou se divertem nesses espaços para que se possa entender, promover e gerir suas necessidades e aspirações para melhorar o espaço de vida e o sentimento de pertencimento a uma comunidade ou regionalidade.

O espaço público não é somente um lugar de trânsito de pessoas, podendo ser um lugar de encontro e de qualidade de vida, quando ativado da maneira adequada e pode ainda gerar o sentimento de pertencimento e apropriação (BERNAL, 2018). O uso adequado deste espaço público pode convertê-lo em um lugar excelente para se viver ou visitar. Nesse sentido, os benefícios de um lugar excelente vão desde acolher, promover a comodidade e o bem-estar, promover a vida comunitária, criar maior acessibilidade, promover a saúde, promover a socialização ainda desenvolver e apoiar a economia local.

Segundo Cohen *et al.* (2018) *placemaking* pode ser dividido em quatro dimensões: padrão, estratégico, criativo e tático. *Placemaking* padrão é a manutenção física e a manutenção de um ambiente construído em particular, pode ser planejado, incremental ou descoordenado e depende do orçamento do proprietário. *Placemaking* estratégico se refere a uma abordagem de cima para baixo, para a construção da identidade sendo que um espaço pode ter desenvolvedores privados e públicos e deve fazer parte de uma política governamental. *Placemaking* criativo refere-se à utilização de práticas artísticas baseadas em eventos, em festivais, performances temporárias para que o lugar se torne mais interessante. *Placemaking* tático é uma abordagem de baixo para cima, muitas vezes liderada por alguns grupos

comunitários que procuram mudar e melhorar os aspectos de sua localidade. Ainda segundo Cohen *et al.* (2018), *placemaking* pode ser tangível, intangível ou misto. Tangível referindo-se a construções e paisagens. Intangível referindo-se à imagem mental de um lugar. E misto ao envolver práticas de pessoas, eventos, ativações por meio de indivíduos e comunidades.

Cohen *et al.* (2018) afirmam que os indicadores de valor do *placemaking* abordam as categorias de sustentabilidade ambiental, social e econômica. Ambiente (construído e natural) no que tange às atualizações e investimentos para a esfera pública, capacidade de caminhar pela cidade e os benefícios ambientais associados. Social no que tange à participação da população, saúde e bem-estar, nível de conexão individual e comunitária com o lugar, memória cultural e redução do crime. Econômica com relação à educação e desenvolvimento de habilidades, empregabilidade, incremento no investimento em infraestrutura, valorização imobiliária, incremento dos negócios locais, turismo e valor da imagem da cidade turística.

Kent (2019) afirma que *placemaking* nasce com os ideais de Jane Jacobs e William H. Whyte (1960), que, por sua vez, influenciaram outros autores como Jan Ghel (1971). Os autores escreveram seus livros nas décadas de 1950 e 1960 e defendiam a ideia de que o planejamento do espaço livre público deve ser feito em pequena escala, aprimorando a interação humana. Whyte foi o pioneiro em analisar conforto e sociabilidade em espaços públicos e Jacobs defendia a ideia de que para a cidade ter vida, teria que ter usos diferenciados para gerar vida na cidade 24 horas ao dia (KENT, 2019).

Em 1975, Freud fundou o *Project for Public Spaces* (PPS), uma organização sem fins lucrativos para popularizar as ideias de Whyte e colocar suas ferramentas em prática em todo os EUA, com uma doação da *Rockefeller Family Foundation* (KENT, 2019). Com base no sucesso dessas abordagens o PPS, em 1997, desenvolveu o *placemaking* como um processo de planejamento do espaço público para apoiar as comunidades a fazerem tudo certo desde o início. Partiam do ponto de vista que a comunidade é o especialista. Em 2003, no PPS, começaram a estudar sobre criação de lugares. Em 2006 a ideia de *placemaking* ganha força como movimento global. Em 2010, o PPS lança a campanha “Mais leve, mais rápido, mais barato”. Em 2013 o PPS cria um Conselho de Liderança *Placemaking*, em Detroit. Lançam o programa Futuro dos Lugares, com o UN-Habitat e o Axel and Margaret Ax:son Johnson Foundation for Public Benefit, da Suécia. Em 2018, na Conferência de *Wuhan*, na China, foi publicada a Declaração de *Placemaking*, pela primeira vez definida em um documento da Organização das Nações Unidas - ONU (KENT, 2019).

Entendendo que o *placemaking* acontece no espaço público livre e, para que gere todos os benefícios para a localidade, precisa estar infraestruturalmente preparado, inclusive com acessibilidade, e ser bem gerido. Richards (2015) afirma que *placemaking* e eventos oferecem oportunidade para que as cidades selecionem, direcionem e conectem pessoas, lugares, experiências e processos a fim de melhorar a qualidade de vida do morador e do visitante.

Por sua vez, turismo criativo é uma extensão do turismo cultural, sendo assim, os turistas se envolvem ativamente na construção do lugar e interagem com a população local, permanecendo mais tempo no destino e a ele retornando (RICHARDS, 2015). O turismo criativo traz fatores qualitativos como: interesse na cultura popular do destino; consumo do patrimônio imaterial do lugar; as artes no turismo cultural; e o aumento da relação do turismo com criatividade (HEEMANN; SANTIAGO, 2015; RICHARDS, 2015).

Richards (2015) afirma que o turismo criativo é uma opção para o desenvolvimento econômico de destinos turísticos, pois responde à necessidade constante do turismo reinventar o destino. Afirma, ainda, que *placemaking* auxilia na vivência e na construção do lugar turístico a partir da participação do turista na interação com o lugar. Sendo assim, o *placemaking* criativo

integra a cultura, comunidade e o desenvolvimento local. Também conduz à união das pessoas e organizações para a criação de uma vida melhor por meio da identidade do lugar e da sua trajetória histórica, gerando assim uma melhor experiência para o turista. Assim, entende-se que lugar turístico deve ser construído de modo cooperativo, pois o espaço é compartilhado, especialmente sob a ótica de *placemaking*.

Para que um lugar turístico seja criativo, para que coloque em prática o *placemaking* criativo, necessita estar com o espaço público preparado para tais eventos. Nesse sentido, requisita algumas metodologias para ser implementado. Para este trabalho foi escolhida a metodologia do PPS (2015), pois avalia a qualidade do espaço para que depois possa-se pensar em criar algo no lugar ou dar vazão para a criatividade no local.

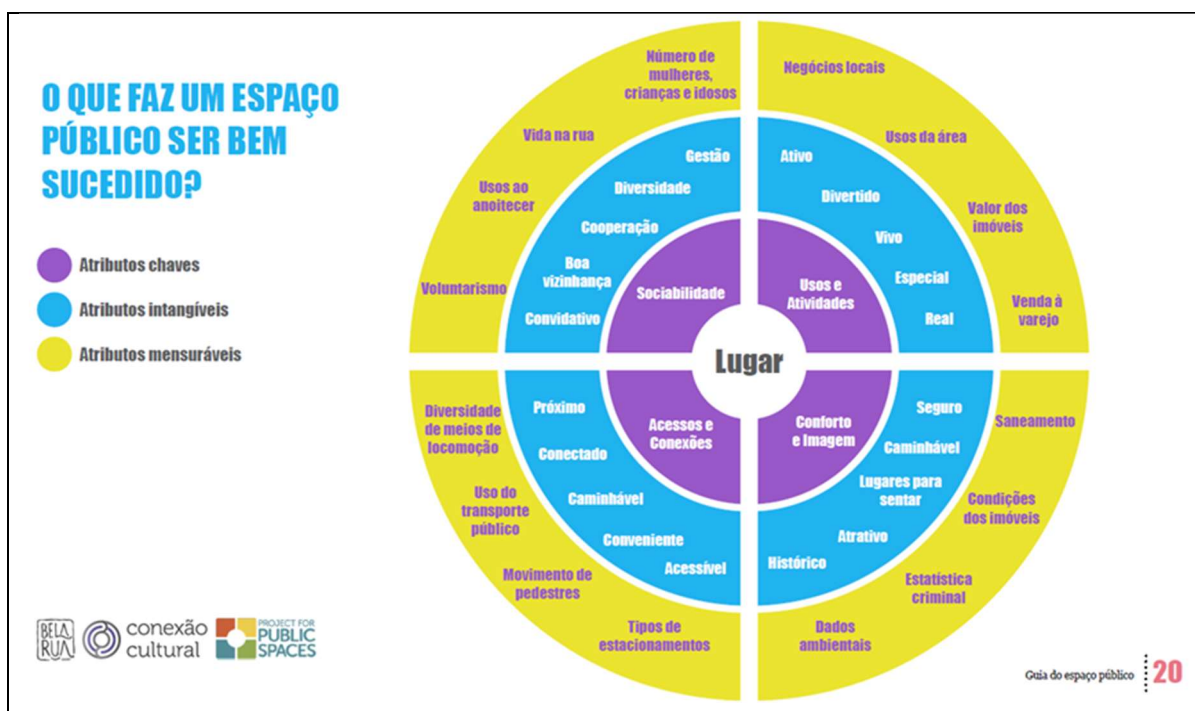
3 METODOLOGIA

Esta pesquisa de abordagem qualitativa e empírica é, quanto aos objetivos, exploratória e descritiva (GERHARDT; SILVEIRA, 2009), do tipo estudo de caso e que utiliza várias fontes de evidência, tais como pesquisa documental, visitas técnicas, observação, conversas com moradores e outros atores locais, além da aplicação do modelo do PPS de *Placemaking* para fazer uma avaliação, o que lhe concede caráter bastante inovador. O modelo PPS, escolhido para ser aplicado nesta pesquisa por ser bastante disruptivo trata de observar se um espaço público é bem-sucedido, a partir da avaliação de quatro atributos:

1. Acessibilidade: Pessoas de todas as idades e condições físicas (inclusive aquelas que têm grande dificuldade para se locomover) conseguem chegar ao espaço e se locomover nele;
2. Ativo e com Boa Imagem: Oferece diferentes atividades e formas de as pessoas usarem o espaço;
3. Confortável: O espaço tem lugares para sentar-se, uma vista agradável e outros atributos que o tornem mais convidativo;
4. Sociável: Um lugar onde as pessoas encontram amigos ou até conhecem novos amigos. (PPS, 2012, p.9)

Essas qualidades deram origem ao Diagrama *Place* (Figura 1) que é uma ferramenta que auxilia na verificação sobre um espaço público ser bom ou ruim em termos de acolhimento turístico. Para o estudo de caso, utilizou-se esse diagrama para avaliar os espaços livres públicos com conceito de *placemaking em Paranapiacaba*.

Figura 1 – Modelo de *Placemaking* da *Project for Public Space*



Fonte: Project For Public Spaces, 2015.

Esse modelo avalia os atributos: acessos e conexões; conforto e imagem; usos e atividades; e sociabilidade, demonstra os atributos intangíveis e os mensuráveis relacionados. Por meio dele pode-se identificar o quão aproveitável é o lugar e o quão adequado é às pessoas, visto que procura mensurar atributos-chave e atributos intangíveis.

Como se pode observar, o lugar é o objeto e o objetivo central, para onde os esforços de gestão pública devem convergir, contando com a participação de outros atores locais, tais como o setor privado, o terceiro setor, os municípios e os próprios turistas da localidade.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O lugar turístico escolhido para esta pesquisa é Paranapiacaba, conforme mencionado. Segundo dados fornecidos pelo Departamento de Gestão de Paranapiacaba e Parque Andreense (2020) é uma localidade com um pouco mais de 900 pessoas, sendo 91 entre 0 e 10 anos; 194 entre 11 e 23 anos; 132 entre 24 e 34 anos; 350 entre 35 e 59 e 122 com mais de 60 anos, concentrando-se em moradores adultos.

Segundo a Prefeitura de Santo André (2013), o nome Paranapiacaba tem por significado “lugar de onde se vê o mar”, em tupi-guarani. Localiza-se no topo da Serra do Mar e era um dos caminhos dos índios desde tempos pré-coloniais. Por volta de 1850 foi construída a ferrovia que gera a fundação da Vila de Paranapiacaba. Essa construção foi muito importante porque por meio dela a produção do interior do Estado de SP podia ser escoada pelo porto de Santos, no litoral paulista. Com essa construção, algumas pessoas tiveram a necessidade de se estabelecerem na Vila, de forma a poderem cuidar da manutenção do sistema. Então, os primeiros habitantes do Vilarejo eram os funcionários da ferrovia e suas famílias. Quando acaba a concessão da rodovia para a São Paulo Railway, em 1946, todo o patrimônio foi incorporado à União e inicia-se a decadência da Vila. Em 1986 foram finalizados os restauros necessários ao sistema funicular e em 1987 o núcleo urbano, os equipamentos ferroviários e a área natural de Paranapiacaba são tombados pelo CONDEPHAAT, conforme mencionado.

Não foram encontrados dados específicos e detalhados sobre a localidade nem no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE e nem no *website* da prefeitura de Santo André. Dados detalhados foram solicitados por contatos via e-mails e telefônicos com a referida prefeitura, via secretarias, mas nada foi obtido além dos dados apresentados neste artigo, o que já evidencia, de imediato, a necessidade de gestão específica e detalhada da Vila para que sejam formuladas políticas públicas específicas para a localidade.

Trata-se de um lugar turístico que possui 39 estabelecimentos de alimentação, entre bares, lanchonetes e restaurantes, 16 de hospedagem, quatro de artesanato, três de monitoria, três serviços, sendo um mercadinho, um foto antiga e um trenzinho, 40 monitores culturais e ambientais cadastrados, uma creche municipal para crianças entre 0 e 3 anos de idade, uma Escola Municipal de Educação Infantil e Ensino Fundamental - EMEIEF para crianças entre 4 e 15 anos de idade e uma escola estadual com Ensino Fundamental II e Ensino Médio para crianças e jovens entre 11 e 18 anos. Em termos de saúde pública há uma Unidade de Pronto Atendimento - UPA que funciona 24 horas por dia e há atendimento pelo Serviço de Atendimento Móvel de Urgência - SAMU. E um Posto da Guarda Civil Metropolitana GCM, um Posto da Polícia Militar PM, um Posto de Bombeiros, um Posto de Atendimento Municipal SIM e a sede da Secretaria de Meio Ambiente.

Paranapiacaba apresenta ao menos 23 pontos de interesse histórico-cultural e de turismo (Figura 2), além da beleza natural que atrai muitos visitantes.

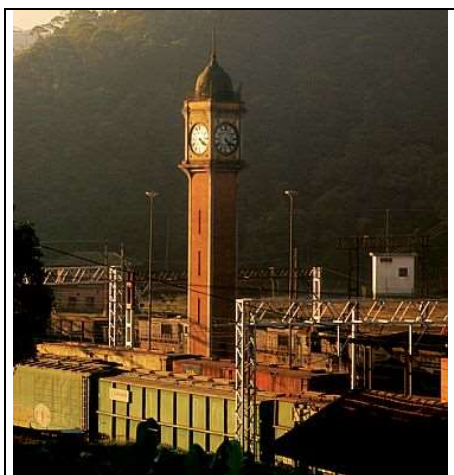
Figura 2 – Mapa da Vila Ferroviária de Paranapiacaba



Fonte: Prefeitura de Santo André, 2021.

Um dos mais bonitos e interessantes pontos turísticos é o Relógio da Estação, que badalava e marcava os horários de trabalho e descanso dos ferroviários, bem como os horários de partidas e chegadas dos trens (Figura 3).

Figura 3 - Relógio da Estação



Fonte: Prefeitura de Santo André, 2020.

O Museu Funicular, operado pela Associação Brasileira de Preservação Ferroviária - ABPF, conserva um pouco da história da ferrovia com suas locomotivas, vagões, máquinas e ferramentas utilizadas na manutenção dos trens, permitindo que as pessoas possam conhecer um pouco dessa história. Mas, há várias peças expostas ao ar livre nessa Vila (Figura 4).

Figura 4 – Locomotiva exposta na Vila Paranapiacaba



Fonte: Prefeitura de Santo André, 2020.

Outros espaços são o Centro de Documentação em Arquitetura e Urbanismo – CDARQ, que mantém uma exposição permanente sobre a formação urbana e arquitetônica da outrora chamada Vila Martim Smith e a Casa Fox, também conhecida como Casa da Memória, que na verdade são duas casas germinadas, no estilo de casas de trabalhadores que foram restauradas para divulgar as memórias individuais e coletivas dos moradores locais da época áurea da Vila.

O Mercado mantém arquitetura similar à tradicional do local e é atualmente um espaço multi-cultural que abastece a localidade com produtos secos e molhados. Durante o festival de inverno abriga o Espaço Cambuci, feira de produtos gastronômicos com cambuci, um fruto típico da Mata Atlântica, tradicionalmente utilizado por moradores em diversas receitas do cardápio local, tais como bebidas, sucos, doces e até mesmo pratos salgados.

Outro espaço interessante é o Museu Castelo, uma construção de 1898 que servia de residência para o engenheiro-chefe da ferrovia e atualmente expõe móveis e objetos que resgatam a história da ferrovia. Há ainda o Clube União Lyra Serrano, outro espaço de lazer dos trabalhadores da ferrovia, erguido na década de 1930, que abriga atualmente importantes

eventos da localidade. A Vila conta também com um Campo de Futebol ULS, do Serrano Athletic Club, famoso por ter recebido entre outros o pai do futebol brasileiro, o ferroviário Charles Miller.

Há na Vila uma unidade de conservação, o Parque Nascentes de Paranapiacaba, parte da Mata Atlântica, onde encontram-se exuberantes espécies de fauna e flora samambaias, bromélias e orquídeas, além de animais, como, por exemplo, sanhaços, beija-flores, pica-paus, tangarás, macucos, morcegos, felinos, bichos-preguiça, peixes, entre outros. Registre-se a relevante existência de nascentes do Rio Grande, principal formador da Represa Billings. Há monitores de TV que apresentam um vídeo institucional do Parque e uma maquete da área do Parque, contendo *banners* informativos, com visita gratuita, permitida desde acompanhada por monitores da prefeitura.

Paranapiacaba promove diversos eventos, tais como o Carnaval Paranapiacaba, o Festival do Cambuci, no mês de abril, a Convenção de Bruxas e Magos Paranapiacaba, em maio e em junho a Festina Junina. No mês de julho promove o Festival de Inverno, no mês de agosto ocorre a Festa do Padroeiro Bom Jesus de Paranapiacaba, em setembro a Feira do Livro, em outubro, a Roda da Primavera, com danças e muitas brincadeiras. No mês de novembro há o Encontro de Motociclistas, que reúne milhares de motociclistas de vários moto-clubes, além de amantes de Rock'n Roll, pois o evento bandas tocam ao vivo, enquanto ocorre o Encontro de Ferreomodelismo, com exposição de maquetes de Ferrovias, fotos, exibição de filmes e palestras com ferreomodelistas de várias partes do Brasil (PARANAPIACABA ECOTUR, 2020).

Consta que recebe, em um fim de semana, cerca de 2.000 turistas que buscam desfrutar do ambiente histórico, participar de eventos ou apreciar o ecoturismo (COLANTUONO; CESTARO, 2017).

Para a realização desta pesquisa foram realizadas visitas ao núcleo urbano de Paranapiacaba em 2020. Havia turistas em busca de apreciar o espaço histórico e desfrutar de comida local e comprar produtos feitos à base de cambuci. Havia grupos de ciclistas que visitavam a cidade, o que se constatou ser recorrente prática. Para avaliar o local segundo a metodologia do PPS, os pesquisadores se fizeram, as perguntas do modelo, que são a seguir apresentadas e analisadas.

4.1 Acessos e Conexões

1. *Você pode ver o espaço de uma distância considerável? Você vê o que acontece dentro do espaço mesmo estando longe dele?*

É possível visualizar totalmente a Vila de Paranapiacaba, tanto quando se acessa pela parte superior, quanto quando se acessa pela parte inferior, até por ser um lugar de dimensões pequenas, chegando-se até a perceber massas de pessoas circulando nos espaços livres públicos.

Figura 5 – Imagens de Paranapiacaba





Fonte: dados da pesquisa.

2. *Há uma boa conexão entre o espaço e os edifícios ao redor, ou o espaço é cercado por paredes brancas? As pessoas dos edifícios ao redor usam o espaço?*

Todos os espaços da Vila têm boa conexão, não existindo espaços cercados por paredes brancas, visto que todos as edificações estão voltadas para a rua, sem nem haver barreiras de muros e, quando há, são cercas baixas. As pessoas, tanto moradores, quanto visitantes, usam muito o espaço público, não se limitando a circular pelas calçadas, mas sobretudo circulando a pé pelas ruas.

Figura 6 – Circulação de pessoas em Paranapiacaba



Fonte: dados da pesquisa.

3. *As pessoas podem caminhar facilmente até o local? Por exemplo: elas têm que se “jogar” entre os carros em movimento para chegar ao lugar?*

Foi possível observar que as pessoas caminham facilmente pela Vila, mas não somente pelas calçadas, que muitas vezes são pequenas e não estão com uma boa manutenção, mas transitam no meio das ruas. Apesar disso as pessoas não disputam o lugar com os carros, pois eles servem somente para levar as pessoas de outras localidades até a Vila, sendo a circulação dentro da Vila para seu uso e ocupação feita somente a pé.

Figura 7 – Lugares para caminhar em Paranapiacaba



Fonte: dados da pesquisa.

4. *As calçadas levam para as áreas adjacentes?*

As calçadas estão por toda a Vila e conduzem as pessoas por todo o espaço, mas como não têm um tamanho adequado e não estão com a manutenção adequada e, ainda por se tratar de um espaço tombado, não conduzem as pessoas de forma confortável.

Figura 8 – Imagem do calçamento



Fonte: dados da pesquisa.

5. *O espaço é acessível para pessoas com necessidades especiais?*

Pode-se observar na imagem a seguir uma pessoa em cadeira de rodas que desce a ladeira pela rua na parte alta da Vila. Ou seja, mesmo de forma precária, as pessoas conseguem circular, embora o tipo de piso não facilite a acessibilidade dessas pessoas. E para passarem da parte alta para a baixa ou vice-versa, não conseguem fazer pela passarela existente, não pela sua largura, mas pela impossibilidade de acesso por causa da instalação de bastonetes que impedem qualquer tipo de carrinho ou cadeira de rodas.

Figura 9 - Acessibilidade



Fonte: dados da pesquisa.

6. *As ruas e os caminhos do espaço levam as pessoas onde eles realmente querem ir?*

Como as ruas e os caminhos conduzem as pessoas por toda a Vila, então conseguem levar as pessoas onde elas querem ir dentro da Vila.

Figura 10 – Caminhos na Vila.



Fonte: dados da pesquisa.

7. *As pessoas podem usar uma variedade de opções de transporte – trem, ônibus, carro, bicicleta etc. – para chegar ao local?*

Para chegarem à Vila, as pessoas podem usar o trem, pois há um trem turístico que sai da Estação da Luz, em São Paulo, e passa por várias estações de Santo André, cidade onde fica a Vila de Paranapiacaba. A vista que se tem nessa viagem de trem é deslumbrante. Mas, pode-se ainda chegar à localidade de carro, ônibus, moto ou bicicleta.

Figura 11 - Transportes



Fonte: dados da pesquisa.

8. *Os semáforos estão convenientemente localizados próximos a destinos como bibliotecas, correios, entrada do parque/praza etc.?*

Não foram observados semáforos na Vila, nem mesmo há biblioteca e correio.

Feita a observação e registro das respostas às oito perguntas relacionadas à Acessos e Conexões, passa-se a descrever sobre Conforto e Imagem.

4.2 Conforto e Imagem

1. *A primeira impressão do espaço é positiva?*

Ao chegar à Vila, tanto pela parte baixa quanto pela alta, as pessoas têm uma impressão positiva do espaço, visto que é um espaço com construções antigas, tombadas e que estão inseridas no meio do natural.

Figura 12 – Vista de Paranapiacaba, ao se chegar na Vila



Fonte: dados da pesquisa.

2. *Há mais mulheres do que homens?*

A percepção nos dias de visita é de que há mais mulheres no espaço do que homens, inclusive morando no local.

3. *Existem lugares suficientes para sentar? São lugares convenientemente localizados? As pessoas têm uma escolha de lugares para sentar, seja no sol ou na sombra?*

Não há lugares suficientes para se sentar, muitas vezes são convenientemente localizados, mas muitas vezes não são confortáveis, fazendo com que as pessoas escolham outras áreas públicas na cidade para se sentar, como um restaurante que tem parte aberta ou jardins das casas da Vila. Observou-se, em uma das visitas à Vila, que as áreas com espaço planejado para sentar são as que têm menos pessoas sentadas.

Figura 13 – espaços para sentar-se



Fonte: dados da pesquisa.

4. *São espaços limpos e sem lixo? Quem é responsável pela manutenção? O que eles fazem? Quando?*

Os espaços são limpos e sem lixo. Há departamentos que cuidam disso na administração pública, a exemplo do Serviço Municipal de Saneamento Ambiental de Santo André. Por ter poucos moradores e todos dependerem do turismo para sua sobrevivência, os moradores contribuem muito e por verem o espaço limpo e organizado, os visitantes também contribuem.

5. *A área é segura? Existe seguranças no espaço? Se assim, o que eles fazem? Quando eles estão de plantão?*

A área é segura, apesar de não se ter observado seguranças no lugar. Há um controle da própria população e entre os próprios visitantes que muitas vezes visitam regularmente a Vila, visto que muitos praticam o ciclismo e, de tempos em tempos, retornam à Paranapiacaba.

6. *As pessoas estão tirando fotos? Existem muitas oportunidades de fotos disponíveis?*

Pode-se observar muitas pessoas tirando fotos, seja para registrar um momento do grupo, ou da família na visita e pessoas fazendo fotos para registrar momento de casamento, gravidez, nascimento dos filhos. Vale ressaltar que para produção de imagem com fim comercial, publicitária ou jornalística; educacional, cultural, artística, científica ou acadêmica; e produção de imagem feita por terceiros com finalidade pessoal, tais como álbum de casamento, catálogo fotográfico, entre outros, em logradouro público ou local a céu aberto, necessitam solicitação de autorização de uso de imagem e deve ser feito por formulário próprio enviado por e-mail viladeparanapiacaba@santoandre.sp.gov.br. Se a imagem for com fins comerciais, publicitários ou jornalísticos há pagamento de taxa.

7. *Os carros dominam mais que os pedestres, impedindo esses de chegar ao local?*

Os carros servem somente para levarem as pessoas à Vila e são estacionados ao longo da rua, na entrada da localidade. Há poucos carros dentro da Vila, em sua maioria de moradores, mas não competem com os pedestres, que ocupam as ruas, visto que os carros estão parados e as pessoas só circulam a pé dentro da Vila.

Como se pode observar, há conforto e imagem agradável na localidade, contribuindo para o *placemaking*.

4.3 Usos e Atividades

1. *As pessoas estão usando o espaço ou ele está vazio?*

As pessoas estão usando o espaço, sejam as ruas, praças, lanchonetes, restaurantes e no mercado existente no local. Espaços com alimentação, que exploram muito o cambuci, uma fruta típica da região com a qual fazem doces, sucos, cachaças, são os espaços mais usados.

2. *É usado por pessoas de diferentes idades?*

Há pessoas de diferentes idades, desde crianças de colo até idosos, mas foi possível observar concentração de adultos, especialmente os grupos de ciclistas mencionados.

3. *Há pessoas em grupos ou apenas pessoas sozinhas?*

A grande maioria das pessoas circula na Vila em grupos. Há os ciclistas e há os que parecem ser pertencentes a uma mesma família, ou ainda grupo de amigos.

4. *Quantos tipos diferentes de atividades estão ocorrendo – pessoas andando, comendo, jogando futebol, xadrez, relaxando, lendo?*

Observou-se pessoas comendo, bebendo, conversando, relaxando, andando ou tirando fotos.

5. *Quais partes do espaço estão sendo utilizadas e quais não estão?*

Os espaços mais utilizados em Paranapiacaba são os que fornecem alimentação e a área onde tem o mercado e uma praça ao lado demonstra o que acontece na Vila. Lugares com alimentos e bebidas estavam bastante ocupados, enquanto praças com alguns lugares para se sentar estavam vazios. Registre-se que nos dias de visitas estava sol e calor. Visto que esses lugares não são muito adequados para a ocupação, não são muito confortáveis e parecem não se relacionar com os outros usos da cidade.

6. *Há opções de coisas para fazer?*

O que há para fazer em Paranapiacaba em um fim de semana normal está mais ligado à alimentação. Mas há a prática de ecoturismo na região, o que movimenta muita gente na Vila, mas essa prática não acontece no núcleo urbano. Ao longo do ano há eventos programados que movimentam as pessoas pela sua programação atrativa.

7. *Existe uma presença de gestão, ou você identifica que qualquer pessoa é responsável pelo espaço?*

Foi percebida a presença de pessoas do poder público distribuindo álcool em gel, informações sobre o destino e agendamento de visitas à área natural. Por tratar-se de área tombada pelo patrimônio, é essencial que haja gestão. A gestão de Paranapiacaba é feita por órgãos municipais de Santo André.

4.4 Sociabilidade

1. *Este é um espaço que você escolheria para encontrar seus amigos? Existem outras pessoas no espaço encontrando amigos?*

É um ótimo espaço para encontrar amigos e pode-se ver muitos grupos de amigos que vão para a Vila, seja com as bicicletas, seja para fazer as atividades de ecoturismo, seja para degustar as delícias gastronômicas ou para conhecer o patrimônio tombado.

2. *As pessoas estão em grupos? Eles estão falando um com o outro?*

As pessoas estão em grupos e falando um com o outro, inclusive entre grupos, pois as pessoas se identificam ou porque praticaram ciclismo, ou atividades de ecoturismo e isso pode ser percebido pela roupa e utensílios que as pessoas carregam, o que atrai o outro para uma conversa.

3. *As pessoas parecem se conhecer, por nome ou de vista?*

Muitas pessoas parecem se conhecer, mesmo porque a Vila está muito próxima de cidades da Grande São Paulo, o que traz pessoas de modo constante à Vila. Parece ser possível afirmar que alguns são habitués, pela forma tranquila e natural como agem.

4. *Será que as pessoas trazem seus amigos e parentes para ver o lugar ou mostrar alguma de suas características com orgulho?*

As pessoas trazem seus amigos e parentes por causa das atividades de ecoturismo e ciclismo, para conhecerem o patrimônio cultural, ou mesmo para degustarem alimentos à base de cambuci. Parecem ter orgulho do local.

5. *As pessoas estão sorrindo? Será que as pessoas fazem contato visual com o outro?*

As pessoas estão sorrindo e conversando alegremente e muitas vezes fazendo contato visual com quem está no seu grupo, e menos contato com quem não está.

6. *Será que as pessoas usam o local regularmente e por escolha própria?*

Usam o local regularmente por ser um local de práticas esportivas como ecoturismo e ciclismo. É também um local tranquilo e peculiar, favorecendo a visita para um dia em família.

7. *Existe uma mistura de idades e grupos étnicos que geralmente refletem a comunidade em geral?*

Observou-se mistura de idades e grupos étnicos e de pessoas que gostam de coisas diferentes e escolhem o turismo em Paranapiacaba por motivos diferentes: lazer em família, passeio de bicicleta por grupos que gostam do esporte, ecoturismo e exoterismo.

8. *As pessoas tendem a recolher o lixo quando o veem?*

As pessoas mantêm o lugar limpo.

Feita aqui a descrição em resposta às perguntas ao modelo de investigação proposto, passa-se a apresentar a Conclusão.

CONCLUSÃO/CONTRIBUIÇÕES

Resgatando-se a pergunta problema: como o espaço público livre (núcleo urbano) de um município pode se preparar, segundo os conceitos de *placemaking* e do modelo do *Project for Public Spaces*, para fazer uma ótima gestão do acolhimento de turistas?, pode-se concluir que os objetivos foram atingidos.

Analisando-se separadamente as quatro categorias de análise do modelo PPS, tem-se que, quanto à:

ACESSOS E CONEXÕES: é uma localidade em que se pode chegar facilmente tanto de carro, ônibus, trem ou bicicleta. Tem uma boa visibilidade porque é visível tanto de longe, quanto de perto. Há estacionamentos e transporte público. Mas a Vila não é acessível às pessoas com deficiência.

CONFORTO E IMAGEM: o espaço tem uma primeira impressão positiva, é retrô, calmo, limpo e seguro, as pessoas se apropriam do espaço e se sentem à vontade, os pedestres dominam o espaço. Mas não há lugares apropriadamente confortáveis para essa caminhada do pedestre e nem espaços adequados para sentar-se e conviver com conforto.

USO E ATIVIDADES: as pessoas se apropriam do espaço, e este é usado por diferentes idades e conforme tipos de interesse. A maior parte das pessoas está desfrutando do lugar e da gastronomia que há nele. Sendo assim, os usos são de alimentação, hospedagem e compra de recordações e alimentos, em sua maioria.

SOCIABILIDADE: as pessoas usam o espaço, socializam em grupos, contemplam individualmente, trazem amigos em novas visitas ao local e parecem bem felizes ao circularem pela Vila.

Após a análise documental e aplicação do modelo PPS é possível concluir que Paranapiacaba é um espaço de *Placemaking* porque é de fácil acesso e visibilidade, porque as pessoas se apropriam dos espaços, porque os usam de maneira que as deixam felizes e com atividades prazerosas. Mas, há indicações de melhorias para esses espaços, como por exemplo melhorar a acessibilidade aos deficientes, criar espaços de sentar mais aconchegantes e adequados, contemplar e socializar que sejam confortáveis e acessíveis e que se liguem às atividades e usos já existentes na Vila e, assim, gerar uma experiência memorável ao turista.

Com isso, pode instigar o interesse em investimento, sob a ótica do *placemaking*, na localidade, desenvolvendo-a e gerando trabalho e renda.

Entende-se como limitações da pesquisa a aplicação de um modelo que se pauta mais na observação dos pesquisadores e no modelo PPS. Sugere-se, a partir desta pesquisa, que sejam realizadas novas visitas e entrevistas com os empreendedores, moradores e gestores públicos, o que será realizado pelos pesquisadores após a pandemia da COVID-19. Pode-se sugerir também que pesquisas futuras comparem esta localidade com outras similares.

A pesquisa contribui para estudos de desenvolvimento local, para gestores públicos, especialmente em Paranapiacaba e, ainda, para promover *placemaking* em localidades desse tipo, tombadas pelo patrimônio, que não podem, portanto, ser muito modificadas, mas que poderiam conseguir adequar-se de forma a atrair turistas e, conseqüentemente, geração de trabalho e renda, contribuindo com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e maior acolhimento aos turistas, gerando experiências memoráveis.

REFERÊNCIAS

- BERNAL, Guillermo; DAVID, Louise; GUILGUET, Hélène. **Libro Blanco de Placemaking**: Programa de urbanismo táctico e innovación en el espacio público. México, novembro de 2018.
- COHEN, Michael; GAJENDRAN, Thayaparan; LLOYD, Justine; MAUND, Kim; SMITH, Cathy. **Communities of practice collaborative Project**. Valuing creative place making: development of a toolkit for public and private stakeholders. Stage 1: literature review 2018. Landcom, 2018.
- COLANTUONO, Aline Correia de Sousa; CESTARO, Natália Galindo. Paranapiacaba: dinâmica econômica em função de seus eventos. **Revista Grifos**. v. 2, n. 42, 2017.
- GEHL, Jan. **Cidade para pessoas**. Trad. Anita Di Marco. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolf. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.
- HEEMANN, Jeniffer; SANTIAGO, Paola Caiuby. **Guia do espaço público para inspirar e transformar**. Project for Public Spaces. Mountain View, 2015.
- KENT, Ethan. **Liderando mudanças urbanas com espaços públicos movidos a pessoas**. A história e os novos rumos do movimento de criação de lugares. Junho 2019. Disponível em: <https://www.placemakingx.org/article/leading-urban-change-with-people-powered-public-spaces> . Acesso em 02 fev. 2021.
- PARANAPIACABA ECOTUR. **Eventos turísticos e culturais**. Disponível em: <http://www.paranapiacabaecotur.com/guia-shows-eventos-sp/> . Acesso em 07 jun. 2020.
- PREFEITURA DE SANTO ANDRÉ. **Vila de Paranapiacaba**. 2013. Disponível em: <https://www2.santoandre.sp.gov.br/index.php/paranapiacaba>. Acesso em: 15 out. 2020.
- PROJECT FOR PUBLIC SPACES. **What is Placemaking?**. Disponível em: <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking#:~:text=Strengthening%20the%20connection%20between%20people,order%20o%20maximize%20shared%20value.&text=Placemaking%20shows%20people%20just%20how%20powerful%20their%20collective%20vision%20can%20be>. Acesso em: 02 fev. 2021.
- RICHARDS, Greg. **Placemaking and events in the network Society**. Risk in travel and tourism: Geographies, behaviours and strategies. Association for Tourism and Leisure Education and Research – Atlas Reflections, 2015.