

Vanessa Cardoso Santos Eleutheriou

**IDENTIDADE E PERTENCIMENTO EM CIDADES  
HUMANAS INTELIGENTES: O CASO DE SANTA MARIA/RS**

Dissertação submetida ao Programa de  
Pós-Graduação em Engenharia e  
Gestão do Conhecimento da  
Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Mestra em Mídia e Conhecimento  
Orientador: Prof. Dr. Eduardo Moreira  
da Costa

Florianópolis  
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Eleutheriou, Vanessa Cardoso Santos  
IDENTIDADE E PERTENCIMENTO EM CIDADES HUMANAS  
INTELIGENTES : O CASO DE SANTA MARIA/RS / Vanessa  
Cardoso Santos Eleutheriou ; orientador, Eduardo  
Moreira Da Costa, 2017.  
147 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de  
Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós  
Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento,  
Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

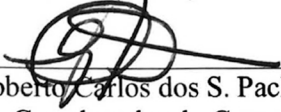
1. Engenharia e Gestão do Conhecimento. 2.  
Cidades humanas inteligentes. 3. Identidade. 4.  
Senso de pertencimento. I. Da Costa, Eduardo  
Moreira. II. Universidade Federal de Santa  
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e  
Gestão do Conhecimento. III. Título.

Vanessa Cardoso Santos Eleutheriou

# IDENTIDADE E PERTENCIMENTO EM CIDADES HUMANAS INTELIGENTES: O CASO DE SANTA MARIA/RS

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de Mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento e aprovada em sua forma final pelo Programa do Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 08 de Março de 2017.



Prof. Roberto Carlos dos S. Pacheco, Dr.  
Coordenador do Curso

## Banca Examinadora:

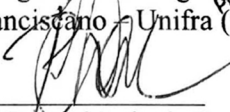


Prof. Eduardo Moreira da Costa, Dr.  
Orientador

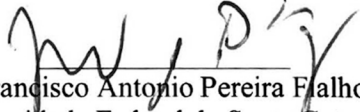
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.ª Solange Binotto Fagan, Dr.ª  
Centro Universitário Franciscano - Unifra (videoconferência)



Prof. Richard Perassi Luiz de Sousa, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Francisco Antonio Pereira Filho, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina

**Prof.ª Dra. Gertrudes Aparecida Dandolini**  
Coordenadora  
Pós-Grad. Eng. e Gestão do Conhecimento  
Portaria nº 742/2017/GR  
Centro Tecnológico  
Universidade Federal de Santa Catarina



## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer imensamente a todos aqueles que acreditaram em minha capacidade e apoiaram o processo de desenvolvimento de minha identidade como pesquisadora e mestra, em especial: minha família, que compreendeu e aguentou a distância física – mãe, vó, tios, primas e os melhores amigos do (meu) mundo; ao meu namorado e parceiro de tudo, que por sua vez acompanhou bem de perto em todos os momentos e suportou mais do que eu jamais poderia pedir; aos colegas e professores do EGC/LabCHIS que ofereceram suas horas, seu conhecimento e sua empatia para lidar com toda a jornada, que afinal construímos juntos; e ao pessoal de Santa Maria, que têm todo meu coração.

Nomes são desnecessários quando o sentimento é real e compartilhado. Afirmo com convicção que não teria chegado aqui sem eles. *Happiness – and knowledge – only real when shared.*



*By infusing us with their spirit and identity, our cities may, in fact, help to empower humanity to face the most difficult challenges of the 21st century.*

(Daniel Bell & Avner De-Shalit, 2011)

## RESUMO

Uma das maiores críticas ao modelo tradicional de *smart cities* é a aparente falta de conexão com o elemento humano e a “homogeneização” e “robotização” de cidades que um desenvolvimento focado em tecnologia pode trazer. Nesse sentido, surge a visão das cidades mais humanas, inteligentes e sustentáveis (CHIS), que percebe a importância do investimento em capital humano e social e de processos participativos de governança para o estabelecimento de uma *smart city*. Uma das maiores dificuldades no tema das cidades inteligentes é, ainda, como promover de fato esse envolvimento dos cidadãos no processo. Sugere-se, então, o fortalecimento da imagem da cidade em conexão com a identidade local para fazê-lo funcionar e ser sustentável a longo prazo, principalmente através das mídias do conhecimento. Os temas se conectam através da relação entre o sentimento de pertencimento com o lugar e o comprometimento da população em trabalhar por sua melhoria, além da atração de investimentos e turismo e retenção de talentos. A pesquisa revelou que ainda não há muitos estudos relacionando os conceitos de identidade e imagem da cidade com o de *humane smart cities*; destaca-se, porém, o projeto europeu *My Neighbourhood*, que considera o senso de pertencimento na criação de uma plataforma de colaboração para CHIS. Assim, o objetivo deste estudo é trazer para o debate, principalmente para o gestor público, a importância deste fator na melhoria do bem-estar e da qualidade de vida de uma cidade, tornando-a mais humana. Utilizado o método qualitativo com entrevistas semiestruturadas, realizou-se o estudo de caso em Santa Maria/RS, com o propósito de investigar como atores locais enxergam a identificação com a cidade e quais potencialidades podem ser trabalhadas para o fortalecimento de sua imagem. A cidade foi selecionada por possuir um interesse no tema das CHIS e ter passado por uma tragédia que não só afetou sua imagem externamente, mas como ainda é uma memória vívida e dolorosa na mente de seus moradores e no próprio território, já que o prédio da boate se mantém em escombros tal como foi deixado após o incêndio em 2013. Através da comparação das falas dos entrevistados com os conceitos relacionados à identidade, percebeu-se que ainda falta um cuidado da administração pública com relação ao tema, especialmente na ausência de compensação pela tragédia - tanto de indenização para as famílias das vítimas, quanto na definição do que fazer com o prédio destruído -, mas também a falta de visão que considere os conceitos de identidade como fatores para o desenvolvimento. Por fim, a autora sugere o uso de *workshops* para o



entendimento e captura da imagem da cidade por participação direta de seus cidadãos, através de ferramentas de *design thinking*.

**Palavras-chave:** Cidades humanas inteligentes. Identidade. Senso de pertencimento.



## ABSTRACT

One of the biggest criticisms of the traditional model of smart cities is the apparent lack of connection with the humane element and the “homogenization” and “robotization” of cities that a technology-focused development can bring. In this sense, the vision of the most humane, smart and sustainable cities (CHIS) emerges, which realizes the importance of investing in human and social capital and participatory governance processes for the establishment of a smart city. One of the greatest difficulties in the theme of smart cities is also how to actually promote this involvement of citizens in the process. It is suggested, then, the strengthening of the image of the city in connection with local identity to make it work and be sustainable in the long term, mainly through the knowledge media. The themes connect through the relationship between the feeling of belonging with the place and the commitment of the population to work for its improvement, besides the attraction of investments and tourism and retention of talents. The research revealed that there are still not many studies relating the concepts of identity and image of the city with that of humane smart cities; however, the European project MyNeighbourhood, which considers the sense of belonging in the creation of a collaboration platform for CHIS, stands out. Thus, the purpose of this study is to bring to the debate, especially for the public manager, the importance of this factor in improving the well-being and quality of life of a city, making it more humane. Using the qualitative method with semi-structured interviews, the case study was carried out in Santa Maria / RS, Brazil, in order to investigate how local players see identification with the city and what potential can be worked to strengthen their image. The city was selected for having an interest in the subject of the CHIS and to have gone through a tragedy that not only affected its image externally, it is a vivid and painful memory in the minds of its residents and in the own place, since the building of the nightclub is Remains in debris as it was left after the fire in 2013. By comparing the interviewees’ speeches with the concepts related to identity, it was perceived that there is still a lack of care by the public administration regarding the subject, especially in the absence of some compensation for the tragedy - both compensation for the families of the victims and the definition of what to do with the destroyed building - but also the lack of vision that considers them development factors. Finally, the author suggests the use of workshops for the understanding and capture of the image of the city by direct participation of its citizens, through design thinking tools.

**Keywords:** Humane smart cities. Identity. Sense of belonging.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tríade pessoas-lugar-tecnologia na smart city.	36
Figura 2 - Metodologia para HSC, conforme aplicada no projeto MyNeighbourhood	41
Figura 3 - Modelo de Urban Living Lab para HSC.	42
Figura 4 - Representação da relação entre identidade e cidades humanas inteligentes.	52
Figura 5 - Metodologia de pesquisa deste trabalho.	58
Figura 6 - Modelo da Quádrupla Hélice.	60
Figura 7 - Vista da cidade de Santa Maria, centro.	62
Figura 8 - Largo da Gare em Santa Maria.	64
Figura 9 - Vila Belga em Santa Maria.	64
Figura 10 - Mensagens de apoio a Chapecó/SC no viaduto Evandro Behr, próximo à praça Saldanha Marinho, em Santa Maria/RS.	74
Figura 11 - O prédio da Kiss 3 anos após a tragédia.	75
Figura 12 - Calçada Salvador Isaía, rua comercial fechada para carros no centrinho da cidade de Santa Maria/RS.	86
Figura 13 - Praça Saldanha Marinho, Santa Maria/RS.	87
Figura 14 - Canteiros centrais na Av. Rio Branco, centro de Santa Maria/RS.	89
Figura 15 - Mapa estratégico do movimento Santa Maria Que Queremos.	90
Figura 16 - A Estação da Gare de Santa Maria/RS.	91
Figura 17 - Representação da cidade de Santa Maria como CHIS.	93



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Referências da revisão de literatura com o termo "human smart cit*".	53
Quadro 2 - Elementos relacionados à construção da imagem do lugar.	55
Quadro 3 - Dores/fraquezas de Santa Maria reportadas por entrevistados.	84
Quadro 4 - Ganhos/forças de Santa Maria reportadas por entrevistados.	85





## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas  
ADESM – Agência de Desenvolvimento de Santa Maria  
AGITTEC – Agência de Inovação da UFSM  
APLs – Centro Universitário Franciscano arranjos produtivos locais  
CAPES – Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel  
CHIS – Cidades mais Humanas, Inteligentes e Sustentáveis  
CNPq – National Council for Scientific and Technological Development  
EGC – Graduate Program in Engineering and Knowledge Management  
EU – European Union  
HSC – Human Smart Cities  
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IoT – Internet das Coisas  
ITSM – Incubadora Tecnológica da UFSM  
LabCHIS – Laboratório Internacional de Cidades mais Humanas, Inteligentes e Sustentáveis  
MC – Mídias do conhecimento  
MyN – Projeto My Neighbourhood União Europeia  
PPEGC – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento  
TIC – Tecnologia, Informação e Comunicação  
TICs – Tecnologias da Informação e Comunicação  
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina  
ULBRA – Universidade Luterana do Brasil  
Unifra – Centro Universitário Franciscano



## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	21
1.1	JUSTIFICATIVA E MOTIVAÇÃO .....	25
1.2	OBJETIVOS .....	28
1.2.1	Objetivo geral.....	28
1.2.2	Objetivos específicos .....	29
1.3	ADERÊNCIA DO OBJETO DE PESQUISA AO PPGEGC	29
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	32
2.1	CIDADES MAIS HUMANAS, INTELIGENTES E SUSTENTÁVEIS (CHIS).....	32
2.1.1	Senso de pertencimento e identidade no projeto MyNeighbourhood .....	40
2.2	IDENTIDADE E PERTENCIMENTO.....	43
3	METODOLOGIA .....	53
4	PROCESSO DE PESQUISA DE CAMPO.....	57
4.1	PROCEDIMENTO METODOLÓGICO DA PESQUISA....	57
4.2	A CIDADE DE SANTA MARIA/RS .....	61
4.2.1	Contextualização: histórico e Kiss .....	61
5	DESDOBRAMENTOS DO ESTUDO DE CAMPO .....	68
5.1	DISCUSSÃO .....	68
5.2	RESULTADOS.....	83
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	95
	REFERÊNCIAS.....	103
	APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – modelo assinado pelos entrevistados na pesquisa qualitativa .....	114
	ANEXO A – Memorial Descritivo do Grupo Governança Para o Workshop De Cocriação De Soluções Urbanas Para o Bairro da Lagoa Da Conceição (Florianópolis/SC) .....	116
	ANEXO B – Matéria do Diário de Santa Maria 4 anos da tragédia - O que será deste prédio? .....	139

ANEXO C – Mapa Estratégico Do Movimento A Santa Maria Que Queremos ..... 140

## 1 INTRODUÇÃO

Vivemos em uma época de novos paradigmas em nossa organização urbana. Se com a sociedade industrial tivemos um *boom* produtivo que gerou a criação e melhoria exponencial das tecnologias da informação e comunicação (TICs), especialmente com a difusão do uso da internet evoluímos para a sociedade da informação, que hoje já mostra sinais de modificação. Inicia-se agora a “sociedade do conhecimento”, onde a preocupação não é apenas disseminar a informação, mas tratá-la e aplicá-la para melhorar a vida nas cidades e, cuja complexidade se torna cada vez maior com o aumento do número de interações interpessoais propagadas pelas TICs.

Na sociedade do conhecimento, o maior bem ou ativo de uma empresa é o próprio conhecimento. Tal característica não implica na extinção da economia industrial, mas a tendência é que este tipo de atividade venha a ser majoritariamente executada por artefatos tecnológicos, enquanto que o papel do ser humano se reforça na produção de conhecimento – atividade esta que máquinas não possuem capacidade de realizar.

Manuel Castells chamou esse novo paradigma, decorrente da revolução tecnológica das TICs e as mudanças sociais que ela provocou, de sociedade em rede – caracterizada pela difusão das tecnologias da informação e a convergência das mesmas em um sistema descentralizado, porém altamente integrado e flexível, dentro da lógica de redes (rede virtual e rede de organização). Na atual economia em rede, a concorrência acontece no âmbito da própria rede de interação, ou seja: limites territoriais ou de abrangência se tornam permeáveis, e também refletidos na rede interação virtual (CASTELLS, 1999).

Assim sociedade do conhecimento adquire também o caráter de *cibersociedade*, por estar inserida na *cibercultura*, qual seja “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do *ciberespaço*” (LEVY, 1999).

As formas de interação entre os seres humanos mudaram; a própria forma de se relacionar mudou, incluindo também a interação com os artefatos tecnológicos em si, as mídias do conhecimento, o que se reflete na vida nas cidades:

“A cidade informacional é a cidade do espaço de fluxos, no qual uma série de transformações sociais, econômicas e políticas, potencializadas

pelas novas TICs, tem prenunciado novas formas de interação do cidadão com o espaço urbano” (CASTELLS, 1992).

O sujeito pós-moderno de que nos fala Hall (2006) pode ser visto como o sujeito da globalização e da *cibersociedade*. Se o sujeito sociológico construía sua identidade a partir da relação com o outro, o contato intenso com pessoas de todos os cantos do mundo nesta nova interação provocou um deslocamento ou fragmentação de sua identidade, afetando as identidades culturais nacionais - enquanto identidades comunitárias, regionais ou locais estariam sendo fortalecidas. O autor, assim, debate a transformação das identidades dentro dessa tensão entre o global e o local (HALL, 2006).

O tema das *smart cities*, ou cidades inteligentes, emerge deste contexto, “descendo o foco” do desenvolvimento para as cidades, e não em termos nacionais. É justamente nas cidades que as pessoas podem encontrar uma oposição à globalização e sua tendência de “achatar culturas” (BELL; DE SHALIT, 2011) e fragmentar identidades.

Enquanto a cidade *high-tech* parecia um bom ideal para se buscar na era da informação, agora não se mostra mais suficiente; a *cibersociedade* aspira por cidades que reflitam a mudança tecnológica, mas onde as novas tecnologias não desempenhem um papel de meras ferramentas, mas processos a se desenvolver. Usuários, por sua vez, tornam-se criadores, considerando que a mente humana é a força direta de produção. Enquanto nas revoluções tecnológicas anteriores a informação agia na tecnologia, na atual a tecnologia age na informação (CASTELLS, 1999).

Conforme o conceito de *smart cities* ou cidades inteligentes se populariza, variações vão sendo criadas para atender diferentes realidades e interesses de quem o veicula; de maneira geral, todas se concentram no objetivo de aplicar as novas tecnologias a serviço da cidade de forma a combater os desafios que vão surgindo nas grandes aglomerações urbanas, tais como mobilidade e sustentabilidade ambiental. O foco continua sendo bastante tecnológico, aliado à Internet das Coisas - IoT. Porém, este modelo de cidade já começa a ser criticado por sua tendência a ignorar as peculiaridades de cada região (indo contra a onda pós-fordismo que difundiu a customização de produtos e serviços) e não trabalhar a questão da adaptação dos possíveis usuários a essas novas mídias – que muitas vezes as veem com desconfiança, principalmente no que tange à proteção de informações e a inteligência artificial (os efeitos *Big Brother* e *Blade Runner*), ou não conseguem

acompanhar o fluxo intenso de informação e novidade, ocasionando mesmo problemas de saúde como ansiedade e depressão, e a crise de identidade do sujeito pós-moderno.

A geração mais recente do tema das cidades inteligentes, porém, se deu conta desse vácuo de aprendizagem e aderência à dimensão humana e colocou as pessoas no centro da questão. Indo além da customização, pretende-se de fato envolver o cidadão em um processo de cocriação não só dos produtos de que será usuário, mas também dos serviços e da gestão pública, incentivando mecanismos de governança participativa – que vem sendo exigida com vigor por movimentos e manifestações sociais pelo mundo, principalmente a partir de 2013. Trata-se da visão das *humane smart cities* ou “cidades mais humanas, inteligentes e sustentáveis”, que lida com os problemas da cidade pensando na construção, a longo prazo, de um lugar melhor para as pessoas morarem, trabalharem, estudarem e se divertirem – todas as dimensões para uma boa qualidade de vida no meio urbano.

Neste contexto, a IoT continua sendo extremamente importante, porém não imperativamente necessária, pois muitos dos problemas urbanos se mostram contornáveis a partir do uso da criatividade ou de tecnologia frugal - o que é interessante e abrangente do ponto de vista dos países em desenvolvimento. Por sua vez, as mídias da informação e comunicação mantêm uma posição de destaque no processo, assumindo um caráter descentralizado, por facilitarem a troca entre um grande número das pessoas interessadas na mudança e mobilizarem a participação em massa através de redes sociais virtuais. Assim, contribuem para a identificação da relevância de certa questão urbana, para o surgimento de possíveis ideias para se lidar com ela, o desenvolvimento em si das soluções, a adesão da solução escolhida, e o *feedback* após seu uso.

Dentro da *cibercultura*, o que nós somos, ou seja, nossa identidade, é uma narrativa em constante redefinição, influenciada pelas mídias e as pessoas com quem interagimos através delas, que fornecem material para uma comparação do que somos com outras condições de vida ou possibilidades do que poderíamos ser (RÜDIGER, 2002).

Se na nova economia surgida no final do século XX, chamada por Castells economia informacional e global, a produtividade e a competitividade dos agentes nessa economia (incluindo aqui empresas, nações e regiões) “dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimento” (CASTELLS, 2000) - então a atenção à identidade e à imagem como grandes fatores de diferenciação neste ambiente

altamente competitivo se estende à cidade e sua capacidade de atentar à aplicação destes fatores em seu próprio desenvolvimento.

Daniel Bell e Avner de-Shalit destacam a questão no livro *The Spirit of the Cities: Why the Identity of a City Matters in a Global Age* (2011), onde abordam a existência de um *ethos* ou espírito da cidade, sugerindo que as pessoas precisam ter alguma identificação com o lugar para se sentirem compelidas a se engajarem nele, e assim desenvolverem uma cidade de fato inteligente e, ao mesmo tempo, humana:

*If people identify with their cities – and they are more likely to do so if they feel their city expresses a particular identity – they are more likely to have a sense of social responsibility, to care about and be civil towards fellow ‘city-zens’ (BELL; de-SHALIT, 2011).*

Biologicamente falando, é um instinto animal a necessidade de viver em grupo (ou sociedade) para aumentar as chances de sobrevivência dos indivíduos. Com o advento da globalização e do desenvolvimento das TICs, principalmente a difusão da internet, o número de pessoas com quem nos relacionamos cresceu consideravelmente, e a identidade se fragmentou. Diante disto, na *cibersociedade* torna-se natural que cada indivíduo busque mais intensamente destacar-se de alguma forma, ou destacar seu grupo, para criar um sentimento de identificação – com aqueles que compartilham dos mesmos valores, idioma, cultura, entre outros. Por isso, muitas vezes a ideia de transformar a cidade em que ele vive em uma cidade tecnológica “inteligente” e globalizada parece ir de encontro a desta necessidade de identificar-se e buscar a coesão social em um senso de pertencimento, pois a longo prazo todas as cidades poderiam tornar-se mais ou menos iguais, ultramodernas, robotizadas e insípidas. Faz-se uma nova versão do velho contraste tecnologia e humanidade:

*Although the quality of life improved across many dimensions with the evolution of technology, the social cohesiveness of the small groups does not seem to have equally benefited. It is still weak and diluted and cities have lost the strength of inter-personal social interaction that used to make people feel more connected to each other. However, from a social point of view, citizens seem to be in a great need of a sense of belonging*



*and identity, looking for further social inclusion and social integration* (OLIVEIRA; CAMPOLARGO, 2015).

É neste contexto que o presente estudo busca trabalhar o conceito de identificação e imagem da cidade junto ao tema das cidades inteligentes (*smart cities*), mais especificamente a visão recente das *humane smart cities*. Pretende-se entender a identidade e a imagem como elementos emergentes do sistema complexo da cidade, inseridos no contexto da nova gestão participativa das cidades com protagonismo popular, referente ao movimento das cidades inteligentes humanas e da sociedade do conhecimento. Visto que a identidade está intimamente ligada a elementos subjetivos e essenciais para o indivíduo que se relaciona coletivamente, faz sentido trabalhar com uma vertente das *smart cities* que pensa no elemento humano em primeira instância.

## 1.1 JUSTIFICATIVA E MOTIVAÇÃO

A pesquisa foi inicialmente motivada pelos estudos realizados por identidade durante a graduação da autora, que é bacharel em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Naquele momento, porém, trabalhou-se o constructo identidade voltado à área de conhecimento da graduação, qual seja, Relações internacionais. Visto que a lógica *mainstream* das Relações Internacionais trabalha com o nível de análise do Estado soberano, ou seja, os países como atores do sistema internacional, a questão da identidade geralmente era reduzida à identidade nacional e por vezes se mostrava difusa, pois na maioria das vezes grupos identitários transpassam a fronteira dos Estados ou um único Estado é capaz de comportar múltiplas identidades. Desta forma, uma redução do nível de análise (ONUF, 1995) se mostrava essencial para a compreensão do fenômeno:

*Identity: consists of the answer to the question “who am I and with whom do I identify?”. In international relations the answer is usually in terms of identification with a nation that may or may not be associated with an existing state. Identity, however, can be transnational, such as*

*religious or gender identification* (VIOTTI; KAUPPI, 1997).

O estudo observou que identidade em Relações Internacionais pode ser entendida como emergência da relação de pertencimento, através de interações complexas e não lineares entre indivíduos diferentes. É uma propriedade que os organiza como um grupo humano bem definido; apesar de nossa origem biológica comum, é forma de diferenciação e sobrevivência. Ter uma identidade e se sentir pertencendo a um grupo seria um mecanismo evolutivo de competição.

Além de a pesquisadora já vir trabalhando com a questão identitária desde a graduação, esta também apareceu espontaneamente durante os estudos da pós-graduação na área de mídias e conhecimento, incluindo os aprendizados nas disciplinas do Programa e dentro do LabCHIS, laboratório de Cidades mais Humanas, Inteligentes e Sustentáveis (CHIS) coordenado pelo professor Eduardo Moreira da Costa, também orientador do presente trabalho.

A autora tem se envolvido nos *workshops* de cidades inteligentes promovidos pela equipe do laboratório desde 2014, atuando como participante e, depois, facilitadora dos grupos de trabalho nas dimensões segurança e governança. O maior problema que costuma emergir neste tipo de trabalho, cujo propósito é gerar ideias para a transformação de determinada região em CHIS, é como fazer as pessoas se motivarem a fazer parte das decisões e tomar parte do processo de geração e desenvolvimento de soluções para os problemas locais, além de aderir às tecnologias e projetos desenvolvidos pelos outros grupos<sup>1</sup>.

A governança tem como base o processo de redemocratização nas políticas públicas, como o compartilhamento de responsabilidades entre atores sociais e a ampla participação da sociedade civil nas decisões sobre investimentos em projetos de intervenção social, conceitos nos quais a gestão de políticas públicas deve se basear (SOUSA et al., 2014); e “compreende a relação entre os atores sociais engajados na construção de espaços de compromissos e nos diversos papéis desempenhados por eles dentro de um processo de cooperação” (LEFÉBVRE, 1998 apud MOREIRA, 2007). Percebeu-se que o engajamento, no caso, seria o primeiro fator a ser impulsionado para o funcionamento de uma boa comunicação e cooperação entre os atores, e

---

<sup>1</sup> Se o grupo de trabalho na dimensão mobilidade, por exemplo, apresentasse um novo modelo de transporte aquático, o que faria as pessoas abandonarem o uso dos carros e aderirem ao uso desse modal? Quais incentivos teriam para mudar um comportamento já enraizado e testar uma coisa “nova”?

assim o desenvolvimento da cidade ou bairro em questão *humane smart*.<sup>2</sup>.

A falta de engajamento costuma ser reflexo de uma desconfiança com relação ao governo, e da responsabilização pesada que colocam sobre dos órgãos públicos, como se transferir a responsabilidade para estes anulasse a necessidade da população de “tomar uma atitude”. Todas as soluções que surgiram e foram apresentadas ao final dos *workshops*, portanto, tinham o propósito maior de empoderar a população, fazendo-a perceber que é parte extremamente importante nessa construção, inclusive protagonista. Isto se torna ainda mais urgente ao se tratar do novo paradigma de cibernociedade, onde a população encontra nas mídias sociais uma ferramenta para mover encontros e manifestações em torno dos mesmos objetivos.

Em todas as edições dos *workshops*, através das ferramentas de *design thinking* que foram utilizadas durante o processo, a resposta emergiu da própria população, sem influência dos estudos prévios da pesquisadora/facilitadora: as pessoas que se envolvem nas questões da comunidade, naturalmente, são aquelas que possuem maior identificação com o lugar, ou seja: um senso de pertencimento e comunidade baseado na conexão pessoal com valores e costumes locais, laços afetivos que desenvolveram ali, e o reconhecimento da história local. A partir do momento em que a pessoa possui essa ligação com o lugar através destes elementos, ela não apenas deseja que se torne um lugar melhor para que ela mesma e as pessoas com quem se relaciona vivam melhor, mas também sente como sendo seu dever, naturalmente, cuidar dele<sup>3</sup>.

Por outro lado, quem mora há muito tempo em determinado local, ou mesmo foi “nascido e criado” ali, apesar de possuir uma conexão muito profunda com ele, já vivenciou todas as tentativas de melhoria que falharam durante esse tempo; de onde surge um sentimento de descrença. Além disso, muitas vezes é difícil para quem está tão inserido dentro do contexto se desvincular dessa realidade e idealizar maneiras diferentes de se resolver determinada questão, pois de certa forma o pensamento se consolidou, portanto não é mais contestado. Também

---

<sup>2</sup> Afinal, como poderia ocorrer a cooperação sem, em primeiro lugar, ter claro quais são esses atores e incentivá-los a manifestarem seus interesses, sob a perspectiva de que seriam de fato ouvidos?

<sup>3</sup> No Anexo A deste trabalho, como exemplo, é possível conferir o memorial descritivo do grupo de trabalho em Governança referente ao *workshop* realizado na Lagoa da Conceição, Florianópolis/SC (LabCHIS/EGC/UFSC, 2014), que explicita o processo que os levou a esta conclusão.

existe a acomodação típica relacionada a essas questões, caracterizada pelo pensamento de que “sempre foi assim” (logo, não vale a pena o esforço para mudar, ou não será possível mudar).

Esta questão é, portanto, mais complicada de se trabalhar quando a cidade é conhecida como local de passagem, com alta movimentação de visitantes temporários como turistas, que não a frequentam inicialmente com o intuito de ficar. Em cidades com alto fluxo de estudantes é ainda mais delicado, pois os estudantes costumam ficar um tempo maior (cerca de 4 anos no mínimo com a graduação), o que já consiste em tempo demais para se abster das questões relativas à melhoria da cidade – porém, muitas vezes, pouco tempo para a geração de um laço forte o suficiente que os motive a “investir” nela.

Especialmente, se essa for a característica mais destacada do lugar, a exemplo da cidade escolhida para se realizar o estudo de caso no presente trabalho. Dificilmente, os naturais da cidade, sendo uma parcela em alguns casos até menor da população, irão conseguir fazer essa transformação para a cidade inteligente sem o suporte e participação ativa desse grupo de jovens estudantes. Além disso, em alguns casos existe um sentimento de divisão na cidade ou bairro justamente pela presença de grupos distintos, o que gera mais uma quebra na coesão urbana, indesejável para a construção de uma cidade mais humana.

Todas essas questões apareceram nos *workshops* e reforçaram a indispensabilidade de se alcançar soluções que sejam adequadas e contemplem as necessidades, desejos e interesses dos grupos que fazem parte da região estudada, chegando-se a um acordo entre eles, naquilo em cada um estiver disposto a ceder ou compartilhar – e assim, criando-se uma imagem fiel e multifacetada da cidade, a qual só será possível construir e funcionar através da identificação dos fatores de conexão dos indivíduos com a cidade.

## 1.2 OBJETIVOS

Os objetivos deste trabalho se dividem em geral (aquele que irá responder à pergunta de pesquisa) e os específicos (aqueles que ajudarão a encaminhar o estudo para se atingir o objetivo geral), sendo definidos da seguinte forma:

### 1.2.1 Objetivo geral

Apreciar a importância da identidade e da imagem da cidade para o debate da cidade humana inteligente (*humane smart city* ou CHIS).

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar fatores relacionados à questão da identidade e à construção da imagem da cidade na literatura de *smart cities*;
- Destacar como a identidade da cidade se desenvolve no Projeto europeu *My Neighbourhood*;
- Relacionar os fatores encontrados conforme aparecem no caso de Santa Maria /RS, cidade que sofreu uma tragédia muito noticiada pela mídia em 2013, e seu potencial de desenvolvimento em uma CHIS.

### 1.3 ADERÊNCIA DO OBJETO DE PESQUISA AO PPGEGC

Podemos relacionar o estudo à linha de pesquisa Teoria e Prática em Mídia e Conhecimento, pois visa entender o papel e a construção da imagem e da marca de cidades como mídias do conhecimento, ou seja, artefatos mediadores da informação. Mídias podem ser entendidas como tudo que suporta, armazena ou expressa informação, ou seja, o veículo condutor ou canal, ou repositório de informação. Informação, por sua vez, é o ato de dar forma ou expressar uma ideia (PERASSI & MENEGHEL, 2011). Considerando que conhecimento não dispõe de expressão própria e necessita ser expresso por diversos sinais ou informações em canais ou mídias, e é um processo relacional entre a percepção e a memória de um ou mais indivíduos, o presente trabalho considera que as marcas ou imagens da cidade transmitam informação sobre os elementos identitários que as pessoas percebem que representam a cidade, tais como valores, marcos históricos, ícones culturais, etc., transmitindo mensagens baseadas no conhecimento que se tem da cidade, de forma a diferenciá-la e suportar o senso de pertencimento. Nas mídias do conhecimento deve ser considerada a subjetividade, constituição da dimensão humana.

Além disso, o trabalho também utiliza os conceitos “ba” e “cyber ba” como os espaços de interação que a cidade inteligente deve promover para que as pessoas troquem informações e consigam transformar o conhecimento tácito em conhecimento explícito, assim, compartilhando seu entendimento dos elementos subjetivos relacionados à cidade e sua identificação com ela, assim como seus desejos,

interesses e necessidades que devem ser trabalhados dentro da construção das cidades inteligentes humanas.

O “ba” e o “cyber ba” incluem a nova forma de participação das pessoas na vida em sociedade, a partir da facilitação da comunicação, do contato com seus iguais e diferentes, e da troca de experiências e valores comuns através do mundo virtual, contribuindo assim tanto para a área de mídia do conhecimento como para a de gestão.

Mídias do Conhecimento são extensões de nós mesmos capazes de armazenar e transmitir conhecimento explícito no tempo e no espaço. Em um sentido amplo, Mídias do Conhecimento refere-se a qualquer meio capaz de armazenar conhecimento. Em um sentido estrito, Mídias do Conhecimento significa espaços para a troca de conhecimento resultante em torno da mídia digital. Dada a interação, funcional, de caráter multimídia e mídias digitais, não são apenas extensões de nós mesmos, mas também criação de espaços virtuais, proporcionando um significado para comunicação em que o conhecimento pode ser usado, partilhado e comunicado” (STANOEVSKA-SLABEVA, 2002))

Consequentemente, o trabalho também pode se enquadrar na área de gestão do conhecimento do Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, linha Teoria e Prática em Gestão do Conhecimento, por trabalhar dentro do contexto das cidades do conhecimento conhecidas pelo termo “*smart city*” ou cidade inteligente; considerando-se ainda que o estudo das Mídias está ligado à Gestão do Conhecimento nas Organizações Sociais (STANOEVSKA-SLABEVA, 2002), já que a gestão se utiliza das mídias do conhecimento para transmitir valores da organização e melhorar a comunicação organizacional.

O trabalho foca em uma questão fundamental (motivação e engajamento dos cidadãos) para a sociedade do conhecimento, mais precisamente dentro de uma cidade inteligente humana; questão esta que, se ausente, pode prejudicar o desenvolvimento econômico e sustentável voltado para a produção de riqueza e qualidade de vida das pessoas que nela residem, além de seu acesso à informação, a codificação do conhecimento e sua disseminação, armazenagem e aplicação em inovações tecnológicas e sociais. Assim como todos os problemas reais da cidade são complexos, a solução, portanto, também é complexa e intermultidisciplinar, e o Departamento consegue trabalhar dentro desta perspectiva. O trabalho contribui para o debate acrescentando o componente da necessidade humana de se identificar com alguma coisa, especialmente, com o território (em termos físicos)

no qual se insere, fator fundamental para a cooperação com a sociedade e assim o alcance de interesses e bens comuns.

O trabalho pode se relacionar com as seguintes áreas de conhecimento: cidades / planejamento urbano, design, marketing, complexidade, psicologia, sociologia; e possui conexão com os seguintes trabalhos anteriores produzidos no departamento: KLEIN, 2016; DEPINÉ, 2016; MARQUES, 2016; NARDI, 2016; OLIVEIRA, 2009; e SANTOS, 2006.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As subseções a seguir trabalham os conceitos selecionados dentro do propósito da presente pesquisa.

### 2.1 CIDADES MAIS HUMANAS, INTELIGENTES E SUSTENTÁVEIS (CHIS)

Apesar da ideia de cidades inteligentes ter aparecido antes mesmo do surgimento da internet, ela se desenvolveu na década de 90, baseada principalmente na aplicação das tecnologias da informação e comunicação (TICs) na vida da cidade, com o intuito de facilitar a vida do cidadão e resolver parte dos problemas comuns causados pela aglomeração urbana de crescimento rápido e desordenado, principalmente focado na sustentabilidade, como: falta de mobilidade, escassez de água, desenvolvimento de fontes de energia sustentáveis, poluição, pobreza, entre outros. Com isso, foram desenvolvidos inúmeros estudos que incluem o uso de sensores de presença, iluminação pública inteligente, *wifi* aberto em praças e vias, câmeras de vigilância e outras tecnologias antigas ou novas – agora inseridas no conjunto IoT - aplicadas para manter uma cidade conectada, com um fluxo de informações bem-distribuído.

Alguns termos utilizados para tratar dos modelos para cidades do futuro são: *smart* ou *intelligent* (inteligentes); *sustainable* (sustentáveis); *green* (verdes); *digital* (digitais); *creative* (criativas); *ubiquitous* (ubíqua); *knowledge* (do conhecimento); entre outros. Na revisão realizada pelos autores, os conceitos relacionados a cidades inteligentes, como a construção da “a cidade ideal do século 21”, discorrem dentro de 5 perspectivas – ecológica, tecnológica, econômica, organizacional e societária – e 4 abordagens – infraestrutura e TICs; economia criativa e desenvolvimento urbano centrado em conhecimento<sup>4</sup>. Todas, porém,

---

<sup>4</sup> O desenvolvimento urbano baseado em conhecimento (DUBC, ou *knowledge-based urban development* – KBUD) é uma perspectiva para cidades que também leva em conta o conhecimento como fator de desenvolvimento, a economia do conhecimento como força motriz da competição no mercado global (CARILLO, 2004), buscando constantemente a criação, desenvolvimento e compartilhamento do conhecimento (YIGITCANLAR, 2007). O tema foi abordado na tese de doutorado da colega de laboratório e departamento Jamile Marques. Ver: MARQUES, Jamile Sabatini. **Reforming technology company incentive programs for achieving**



ressaltam a presença da tecnologia e da inovação em seu desenvolvimento, principalmente se pensarmos em sua relevância para a competitividade de empresas, comunidades e das próprias cidades (PRADO et al, 2016), que ajudam em sua sustentabilidade econômica e no desenvolvimento regional. No entanto, a maioria dos autores trabalha com o tema de forma prescritiva, com foco operacional.

De acordo com Neirotti *et. al* (2014), essa confusão de termos e muitas vezes a pouca definição do que é uma cidade inteligente é altamente prejudicial a seu desenvolvimento, pois os gestores da cidade ainda não compreendem a importância e necessidade de investir em iniciativas desse tipo. Caragliu, Del Bo e Nijkamp (2011) sugerem que uma cidade seja inteligente quando “investimentos em capital humano e social e infraestrutura de comunicação tradicional (de transporte) e moderna (TICs) propiciam crescimento econômico sustentável e alta qualidade de vida, com uma gestão sábia dos recursos naturais, através da governança participativa” (CARAGLIU; DEL BO; NIJKAMP, 2011). Prado *et. al* (2016) buscaram resumir todos os conceitos em uma definição abrangente, centrada nas pessoas e livre de contexto, similar à de Caragliu *et. al*: “uma comunidade que promove, sistematicamente, o bem-estar para todos seus membros, flexível o suficiente para proativamente e sustentavelmente se tornar um lugar cada vez melhor para se viver, trabalhar e divertir” (PRADO *et. al*, 2016)

O modelo mais conhecido e aceito de *smart cities* é o publicado por Giffinger (2007), focado em 6 dimensões e listando uma série de indicadores através dos quais analisou 70 cidades de médio porte europeias. Estas seis são definidas como:

- Economia inteligente – baseada na competitividade, a cidade cuja economia é inteligente é caracterizada por: Espírito inovador; Empreendedorismo; Imagem econômica e marca; Produtividade; Mercado de trabalho flexível; Inserção internacional; e a Habilidade de transformar.
- Mobilidade inteligente – baseada em sistemas de transporte seguros, sustentáveis e inovadores, incluindo também o uso das TICs em uma infraestrutura que facilite a acessibilidade local e (inter)nacional.
- Estilo de Vida ou Qualidade de Vida inteligente – a cidade oferece Serviços culturais, ótimas condições de saúde;

Segurança individual; Qualidade habitacional; Serviços de educação; Atratividade turística; e Coesão social.

- Meio Ambiente Inteligente – valoriza o uso consciente dos recursos naturais e sua atratividade, observando as condições do meio ambiente; Poluição; Proteção ao meio ambiente e a Gestão sustentável de recursos.
- Governança Inteligente – baseada na participação das pessoas no processo de tomada de decisões; Serviços públicos e sociais; Transparência; e Estratégias e perspectivas políticas.
- E finalmente, Pessoas inteligentes – baseada na presença de capital humano e social com altos níveis de qualificação e afinidade com o aprendizado contínuo, valorizando a Diversidade étnica e social; Flexibilidade; Criatividade; Espírito cosmopolita e “mente aberta”; e a Participação na vida pública (GIFFINGER *et. al*, 2007).

Entendendo a dificuldade de se realizar medições para indicadores, de forma mais abrangente Caragliu, Del Bo e Nijkamp (2011) resumem as características comuns de uma cidade inteligente:

- A utilização de uma infraestrutura em rede, que melhore a eficiência econômica e política, permitindo desenvolvimento social, cultural e urbano;
- A ênfase no desenvolvimento urbano baseado em negócios;
- Um forte foco em atingir a inclusão social dos cidadãos com relação ao acesso a serviços públicos;
- O papel crucial de indústrias criativas e de alta tecnologia no crescimento urbano, a longo prazo;
- Atenção profunda no papel do capital relacional e social para o desenvolvimento; e
- Sustentabilidade social e ambiental como componentes estratégicos (CARAGLIU; DEL BO; NIJKAMP, 2011).

No entanto, conforme as tecnologias foram avançando, a *smart city* foi começando a ser “vendida” como uma “plataforma de prestação de serviços centralizada, prevista para otimizar e melhorar os principais indicadores de desempenho das cidades - e gerar um mercado rentável”, com implementação *top-down*, que de fato ajuda áreas como mobilidade, energia e saúde, mas não se adequam à dinâmica de governança e valores de democracia liberal (FOTH et al., 2015). A

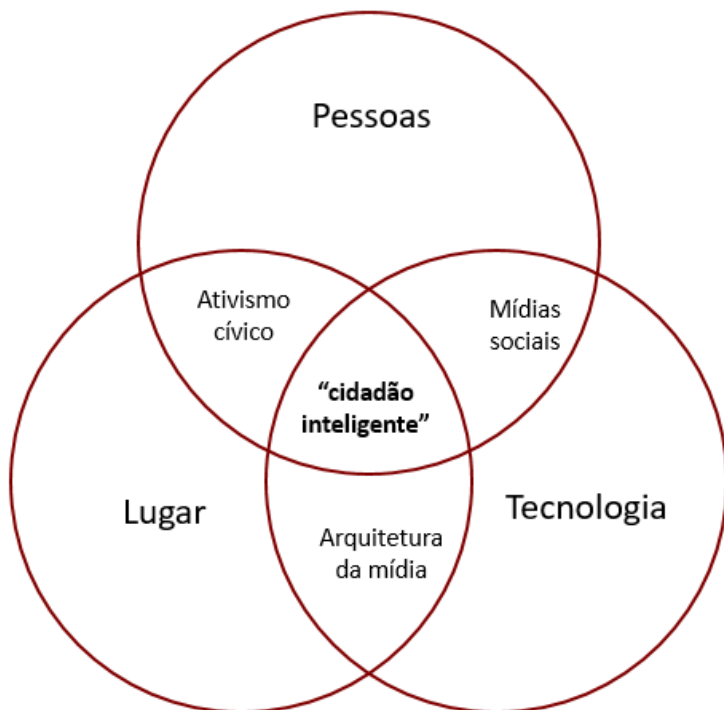
atenção a estes vem sendo exigida por movimentos e manifestações sociais em todo o mundo aproximadamente a partir de 2013, motivados pela crise financeira que afeta o fornecimento de serviços públicos básicos além de investimentos em infraestrutura – movimentos estes que, por sua vez, se utilizam das novas tecnologias e mídias do conhecimento, as redes sociais virtuais, para mobilizar a participação em massa em torno de uma governança mais aberta, transparente e confiável (OLIVEIRA; CAMPOLARGO, 2015).

Assim, este modelo de cidade já começa a ser criticado por sua tendência a ignorar as peculiaridades de cada região (indo contra a onda pós-fordismo que difundiu a customização de produtos e serviços) e não trabalhar a questão da adaptação dos possíveis usuários a essas novas mídias – que muitas vezes as veem com desconfiança, principalmente no que tange à proteção de informações e a inteligência artificial ou não conseguem acompanhar o fluxo intenso de informação e novidade.

A visão das *human smart cities* (HSC ou aqui também chamadas cidades mais humanas, inteligentes e sustentáveis - CHIS, na terminologia do laboratório) se mostra como uma “melhoria” com relação às *smart cities*. O novo modelo tem como característica fundamental a participação das pessoas na vida da cidade, ou seja, seu envolvimento não só no uso das tecnologias, mas no próprio *design* das mesmas, em um processo de cocriação que envolve também os próprios instrumentos de gestão da cidade.

Neste caso as tecnologias inteligentes devem também ser empregadas, porém apenas como ferramenta, e não fim em si mesmo; em certos casos, é mesmo possível pensar em soluções inteligentes que não se utilizem de tecnologia, caso esta não esteja disponível em determinado local ou não haja suporte financeiro para seu desenvolvimento. Esta característica inclui no movimento e empodera cidades menos desenvolvidas ou abastadas, em termos tradicionais, inclusive valorizando as *grassroots innovations* (inovações populares ou de base). Foth et al (2015) ilustram o relacionamento entre os três elementos principais de uma cidade inteligente da seguinte forma:

Figura 1 - Tríade pessoas-lugar-tecnologia na smart city.



Fonte: traduzido de Foth et al (2015).

As HSC são ecossistemas onde infraestruturas físicas e digitais são implementadas em uma relação sistêmica com o capital humano da cidade. Buscam suprir as necessidades da cidade se apoiando em inovações sociais, áreas que possibilitem a criação de relações sociais baseadas na empatia e nas parcerias com *stakeholders* de vários níveis, sendo cidades sistemáticas e antropocêntricas ao mesmo tempo. Principalmente, baseiam no envolvimento dos atores locais para o desenvolvimento de soluções locais que possam ser escalonadas e possui uma natureza *bottom-up* no design de serviços centrados nas pessoas, mas que deve estar relacionada aos objetivos estratégicos de desenvolvimento da cidade (RIZZO et al, 2015). Neste sentido, a resiliência urbana não estaria alocada na infraestrutura e na tecnologia, mas em desenvolver relações fortes entre atores, como fator crucial (COCA-STEFANIAK; CARROLL, 2015).

Assim, a administração municipal continua tendo papel fundamental na implementação e manutenção dessas soluções e na articulação dos *stakeholders*, mantendo a coesão no ambiente urbano. Cidades, comunidades e autoridades públicas interagem de forma colaborativa, explorando o poder dos serviços inovadores cocriados e centrados no ser humano. Essa nova gestão participativa, baseada em uma relação aberta, transparente e confiável entre as partes, se preocupa com o empoderamento e a motivação dos cidadãos para que a transformação ocorra e seja sustentável com o passar do tempo: “*The Human Smart City concept aims at developing a citizen-driven, smart, all-inclusive and sustainable environment, with a new governance framework in which citizens and government engage in listening and talking to each other*” (COSTA; OLIVEIRA, 2017).

É necessário enfatizar este aspecto porque ele não só traz o grande diferencial no modelo de cidade democrática como conhecemos hoje, mas é o que faz ela funcionar dentro da sociedade do conhecimento, e muitas vezes pode parecer um assunto polêmico. Uma gestão participativa de forma alguma se assemelha à anarquia ou acarreta à extinção do governo. O “contrato social” se mantém, apenas trabalha dentro de outras formas de comunicação, o que é natural considerando o novo paradigma de tecnologias midiáticas descentralizadas. O acesso à informação se torna cada vez mais amplo, e assim a vontade de contribuir com opiniões também aumenta e deve ser valorizada.

Este modelo não extingue o papel da gestão pública em administrar a cidade, pelo contrário, facilita este trabalho, no sentido em que conta com total apoio da população (afinal, foi ela mesma que

ajudou a criar a solução) e diminui a cobrança exagerada da suposta “falta de atitude” dos órgãos públicos, ao dividir a responsabilidade e incluir todos os setores. Desta maneira, todos monitoram a todos, garantindo que as decisões sejam de fato cumpridas. O governo é quem encaminha o processo, implementa e garante sua manutenção através da implementação de mecanismos, políticas e conscientização.

Quando se fala em uma governança inteligente, trata-se de compreender que a liderança contemporânea é um pouco mais líquida (pegando o termo emprestado de Bauman<sup>5</sup> na sociedade do conhecimento, estando distribuída na rede, já que o conhecimento está ela; reconhece que existem associações de moradores, redes do setor privado, grupos nas redes sociais e outros ajuntamentos que representam os desejos de parcelas da sociedade. E isso não é um problema, desde que todas estejam em contato umas com as outras, se sintam representadas em suas solicitações e compartilhamento de dores, e principalmente estejam alinhadas em seus objetivos para a região e trabalhando em conjunto. Para Prado et al, uma das principais funções da cidade seria criar ambientes que ajudem a promover a felicidade e o bem-estar de seus cidadãos (PRADO et al, 2016). Assim, a governança inteligente deve assegurar a existência desses espaços de interação entre os setores e entre indivíduos, onde possam manifestar seus desejos, interesses e necessidades, e se sentirem ouvidos: *“Human Smart Cities empower citizens to co-design and co-create solutions for their Wishes, Interests and Needs, recreating a new sense of belonging and identity, leading to a better and happier society”* (OLIVEIRA; CAMPOLARGO, 2015). Nesse sentido, as TICs podem ser de bastante ajuda e apoiarem a cooperação em ambientes virtuais, porém a interação face-a-face costuma gerar melhores resultados a partir da geração de empatia e o reconhecimento de que estamos trabalhando com pessoas reais.

Prado *et. al* também destacam a importância da participação direta dos atores locais / *stakeholders* no processo de pensar, definir, planejar e executar as transformações sociais, tecnológicas e urbanas no contexto das cidades. Petersen, Concilio e Oliveira resumem:

*The visions of a Human Smart City no doubt poses challenges in the governance models of the cities by putting emphasis on transparency, public-private partnerships, participatory*

---

<sup>5</sup> Ver BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

*democracy and empowering citizens and decentralising decision making. It emphasizes the need for trust among neighbours and trust in the city administration.* (PETERSEN ; CONCILIO ; OLIVEIRA, 2015).

A cidade humana inteligente reconhece a complexidade dos problemas que emergem nas grandes concentrações urbanas, e assim lida com eles de maneira interdisciplinar, envolvendo estudos sociais, de distribuição espacial, de redes sociais virtuais, governo eletrônico e participativo, conexões ultrarrápidas e outros artefatos tecnológicos, porém com foco primário nas necessidades das pessoas (COSTA; OLIVEIRA, 2017) – depois de definidas é que entra a tecnologia, trazendo ou criando soluções voltadas diretamente para estas questões. A definição da “inteligência” de uma cidade reside nas pessoas, e não na tecnologia (OLIVEIRA; CAMPOLARGO, 2015).

A visão não demoniza a cidade como forma de organização urbana causadora de problemas; pelo contrário, afirma que cidades são ótimos lugares para se viver, pois são o principal *locus* para desenvolvimento pessoal, oportunidades de trabalho, variedade de opções de lazer, compartilhamento de conhecimento, entre outros. O sucesso da cidade, inclusive, é afirmado pelo contínuo êxodo rural contemporâneo que prevê que no ano de 2050 a cada 10 pessoas, 7 viverão em ambiente urbano (WHO, 2014). Ao mesmo tempo, também não envolve a “criação” de cidades novas e ultramodernas, mas uma adaptação das que já existem. A ideia, claro, parte de trazer o melhor dos dois mundos, ressaltando as vantagens de se morar em uma cidade, mas tratando os problemas causados pelo crescimento urbano rápido e não-planejado. Ao buscar um desenvolvimento global, sustentável e produtivo, a cidade inteligente com foco no humano estimula a competitividade saudável e instala um ecossistema de inovação e cooperações, fomentando a economia criativa. Ela resgata a identidade sociocultural do território e a integração social com a consciência de grupo e a construção de uma comunidade, desenvolvendo tecnologias apropriadas para sua realidade local e processos de governança que ajudam a construir uma comunidade alinhada com a cultura, os valores e o estilo de vida que seus residentes desejam manter ou abraçar. (ELEUTHERIOU et. al, 2015), por isto fatores relacionados a este senso de pertencimento e à imagem que a cidade transmite devem ser enfatizados no debate. É necessário entender como estes fatores influenciam na participação das pessoas na vida urbana.

### 2.1.1 Senso de pertencimento e identidade no projeto MyNeighbourhood

Conforme revisão realizada pela autora, há poucos trabalhos que tratam do tema identidade e imagem da cidade forma interligada ao tema das cidades inteligentes, e dentre estes não foram encontradas referências relacionadas com o tópico das cidades humanas inteligentes exceto pelo projeto *My Neighbourhood* (MyN), executado pela União Europeia, que considera o senso de pertencimento na criação de uma plataforma de colaboração para CHIS.

O MyN é um projeto parcialmente fundado pelo *European Commission ICT Programme* para *Smart Cities*, iniciado em janeiro de 2013, que usa o *codesign* como metodologia para desenvolver serviços colaborativos para fortalecer e criar parcerias complexas entre os atores que podem produzir esses serviços, apoiando o desenvolvimento de uma plataforma de serviços virtual e estreitando laços sociais e interações dentro da comunidade. O projeto enfatiza que o processo de desenvolvimento começa com as pessoas e não com o paradigma tecnológico disponível (RIZZO; DESERTI; COBANLI, 2015), um bairro/vizinhança (*neighbourhood*) por vez, identificando e apoiando o desenvolvimento e escalonamento de práticas de inovação social. Ao invés de focar em infraestruturas de tecnologia, elas são apenas os facilitadores; o foco são as pessoas e em seu bem-estar, ajudando a criar o novo conceito de *human smart city* (OLIVEIRA; CAMPOLARGO; MARTINS, 2014). Atualmente, está em operação em 4 *neighbourhoods* na Europa: Lisboa, Milão, Aalborg e Birmigham.

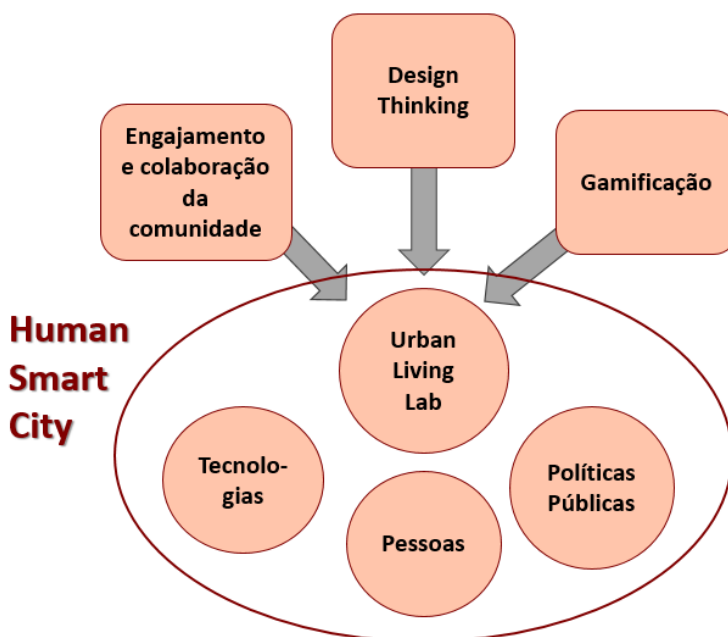
O objetivo é lançar um novo olhar na cidade através da recreação e fortalecimento de laços sociais entre bairros, utilizando os valores das comunidades tradicionais, onde as pessoas se conectam de maneira socioespacial. Assim, a comunidade tem à sua disposição uma plataforma que combina dados e funcionalidade de aplicativos já existentes para transformação urbana, com novas ferramentas como a Gamificação e o *Design Thinking*, para “reconectar uns com os outros, compartilhar ideias, criar novas formas de interação e ajudar a tornar sua vida diária” mais inteligente “nas áreas de: saúde, meio ambiente, participação e transporte, entre outros” (OLIVEIRA; CAMPOLARGO, 2014).

O *Design Thinking* participa como uma das metodologias essenciais para fazer o projeto funcionar, fornecendo suporte para *codesign* e cocriação de soluções. Juntamente com isso, as práticas



envolvem metodologias *Urban Living Labs* (incentivando as pessoas a irem além da comunidade virtual e se comunicarem no ambiente físico, para compartilhar interesses e necessidades comuns) e *Gamificação* (usando um sistema de pontuação e desafios para motivar os cidadãos a participar e se envolver com suas vizinhanças). O esquema abaixo demonstra o funcionamento dessas metodologias no contexto de cidades inteligentes humanas, conforme aplicado em MyN:

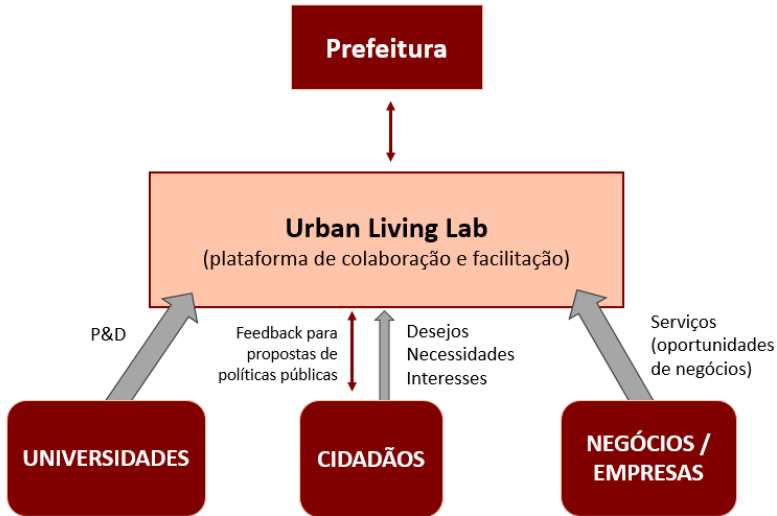
Figura 2 - Metodologia para HSC, conforme aplicada no projeto MyNeighbourhood



Fonte: traduzida de Oliveira (2013).

O governo da cidade pode utilizar a plataforma para implementar medidas como mapeamento de dados do cidadão, serviços de bem-estar, tomada de decisões participatória, gestão de reclamações e orçamentos participatórios, inovação da democracia; conforme o ecossistema *Urban Living Lab* mencionado acima e descrito na Figura 3.

Figura 3 - Modelo de Urban Living Lab para HSC.



Fonte: traduzida de Oliveira (2014).

O framework do projeto envolve 3 momentos, baseados nos “níveis” de implantação da inovação social: Fase 1: Reconstruir bairros; Fase 2: Empoderar bairros; Fase 3: Escalonar o valor dos bairros. A ideia inclui a transformação da governança ao engajar os cidadãos em um diálogo aberto, transparente e de confiança, que depois se espalhará em efeito viral (PETERSEN; CONCILIO; OLIVEIRA, 2015).

Ao fazer os atores colaborarem juntos dentro da plataforma, fazendo comunidades já existentes interagirem de forma diferente, o *MyNeighbourhood* conseguiu fortalecer e ampliar o senso de pertencimento de uma comunidade; garantir interdependência mútua entre os *stakeholders*; e transformar o mecanismo de isolamento, típico de sociedades urbanas contemporâneas, em uma rede super-conectada. Além disso, em cada um dos lugares-piloto focou em uma questão diferente, de acordo com o perfil ou identidade natural do “bairro” (*neighbourhood*): em Lisboa, apoiou a criação de novos produtos e serviços através de processos de mentoria, e com outra ferramenta também promoveu trocas de serviços e produtos entre vizinhos; em Milão, promoveu a cooperação de uma escola de hotelaria e um grupo de idosos, a quem os estudantes prepararam e servem refeições; e em Aalborg, se concentrou em motivar trabalhos voluntários entre a

comunidade; entre outros (OLIVEIRA; CAMPOLARGO; MARTINS, 2014).

## 2.2 IDENTIDADE E PERTENCIMENTO

Tornamo-nos conscientes de que o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos por toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – são fatores cruciais tanto para o ‘pertencimento’ quanto para a ‘identidade’.  
(Zygmunt Bauman, 2005)

Os conceitos de identidade, imagem e marca muitas vezes se confundem na literatura de cidades. Enquanto alguns autores consideram que a imagem da cidade é formada pelo meio-termo entre a identidade que representa e a marca do lugar, outros não explicitam a definição de seus termos ou sua precedência ontológica (muitas vezes sendo usados como sinônimos), como veremos a seguir. Hoje, dentro dos estudos relacionados a cidades inteligentes humanas, busca-se exaltar esta questão identitária trazida pelo ser humano, pois não é desejável viver em uma cidade altamente tecnológica e digital, moderna, mas que não tenha conexão com uma história e uma cultura locais com as quais sua população possa se identificar; por isto, tem menos conexão com os conceitos de “smart city” focados em tecnologia.

Para iniciar o debate, é válido trazer a perspectiva da sociologia através da Escola de Frankfurt, onde Adorno e Horkheimer contestam o conceito e perguntam como a identidade de sociedade se constitui, e porquê o “eu” e o “nós” existem. Para eles, “eu” e “nós” são a humanidade em si. O homem perdeu a noção de identidade na modernidade, pois não vê nada além de si próprio. Os autores definem o sujeito através do conceito de liberdade: o homem é o ser que busca a liberdade, e para isso ele precisa articular o “eu” com o “nós”. O foco é no indivíduo, diferentemente da teoria de Karl Marx, que abordava as classes sociais. Além disso, os autores se distanciam de Weber, Marx, Lênin e Gramsci porque estes, em suas teorias, partem de uma identidade que já existe, enquanto Adorno e Horkheimer vão perguntar se ela pode mesmo ser um pressuposto, e para isso vão perguntar como ela se constitui. A identidade da qual estes autores falam é a identidade

com relação à sociedade, não individual (ADORNO & HORKHEIMER, 1985 e HORKHEIMER, 1983). A princípio, porém, os autores não incluem a relação com o espaço físico.

Anthony Giddens, sociólogo pós-moderno, também pensava deste modo. A identidade, para ele, não seria uma coisa dada individualmente, e sim partiria de uma construção societal, pois o ser humano é racional, social e comunicativo. Giddens trabalha, portanto, com identidade coletiva; o indivíduo não é dono de sua identidade, está somente usando uma identidade, e ele não a controla (GIDDENS, 2003). Para Gramsci, ainda, não existe o sujeito pronto e dado. Mas existe uma “noção de sociedade” que é possível definir objetivamente, por causa de costumes, valores, crenças (GRAMSCI, 1991). Isso faz com que exista uma noção de todo, de uma identidade coletiva que foi produzida socialmente.

Indo para a psicologia, de acordo com Proshansky, Fabian e Kaminoff (1983), identidade não é apenas diferenciar si mesmo dos outros, mas considera uma socialização com o espaço físico, considerando também a relação com as coisas e os lugares. Twigger e Uzell destacam que identidade de lugar é totalmente diferente de identidade social, porque não expressa o pertencimento de um indivíduo a um grupo, mas o de um indivíduo ou grupo a um lugar (físico) (TWIGGER; UZELL, 1996).

Existem alguns constructos da psicologia que trabalham com a identidade relacionada a um lugar, incluindo “*place attachment*” (o laço emotivo que desenvolvemos com relação a algum lugar) e “*sense of place*”. Eles trazem uma tendência a se manter próximo a este lugar, pois envolve um sentimento de afeto, conhecimento, crenças e comportamentos que façam referência a ele (KNEZ, 2005). Hauge Lappegard (2007) ressalta que conceitos como “*sense of place*”, “*place attachment*”, “*place-identity*”, “*place dependence*”, que são usados para a relação com o lugar, são difíceis de separar e definir, mas focam em laços afetivos positivos. Twigger e Uzell consideram “lugar” um memorial do passado da pessoa, porque inclui as memórias que se quer preservar (TWIGGER; UZELL, 1996). Esses laços podem ser definidos como concepções emocionais e cognitivas dos ambientes físicos que se relacionam às pessoas como atores e parte de grupos sociais (KNEZ, 2005). Ou seja, levam em consideração os significados que as pessoas dão ao lugar, através de seus processos de vivência nele como espaço físico (RYDEN, 1993, apud KNEZ, 2005).

É importante lembrar que a identidade pode ser considerada como *place-identity* ou *place identity*; embora alguns autores não o

façam diferenciação do uso do hífen, outros entendem o tópico como a identidade do indivíduo é construída por sua relação com o lugar, e não o contrário. É claro que não existe um caso sem o outro; entende-se que é uma co-construção, já que não há identidade individual sem a referência ou oposição a outro indivíduo; é na relação com o outro que se entende a diferenciação do *self*. Sendo assim, considera-se que uma “identidade” seja necessariamente um posicionamento coletivo, na condição do ser humano como ser político e social; até porque trabalhamos com o indivíduo inserido dentro de uma sociedade, desde seu nascimento.

Proshansky, por sua vez, em “The City and Self Identity” (1978), observa a identidade que se insere no indivíduo, e não a identidade do lugar – quer dizer, como a cidade influencia a criação de um “tipo urbano” de indivíduo; como ela altera sua “identidade pessoal” (em termos de ideias, crenças, preferências, comportamentos e objetivos) baseado no lugar. O autor enfatiza que as avaliações que cada indivíduo faz de um lugar, o posicionando como seu “lugar favorito”, na verdade refletem as dimensões afetivas da identidade de lugar desse indivíduo. O autor, ainda, fala da imagem da cidade, como sendo um conjunto de imagens que guiam e determinam respostas apropriadas do indivíduo para o mundo físico – porém não explica como essa imagem se forma, ou sua relação com a identidade.

No caso das cidades do conhecimento, dificilmente seria possível trabalhar com uma (cidade) que não possua esses elementos identitários, pois este é um agrupamento essencialmente humano; pode acontecer, porém, que os indivíduos que fazem parte de uma cidade não se identifiquem mais com os aspectos culturais, históricos, valores que ela representa ou simboliza. Neste momento, surge a preocupação da gestão pública em trabalhar estes elementos, entendendo o que o público-alvo deseja, e aplicá-lo na criação ou fortalecimento de uma imagem que tenha mais convergência nesse sentido; ou vender a marca da cidade para quem se deseja atrair - de forma que sua comunidade, dentro de um território, seja formada por pessoas que possuam estes traços em comum, ou seja, se identifiquem com ele. Essa incongruência na identificação do lugar pelas pessoas está ligada ao fator que Knez, baseado em Twigger e Uzell (1996), chama de “*place-congruent continuity*”, que é a forma de identificação do indivíduo com o lugar que se baseia na compatibilidade de valores ou crenças. Nesse sentido, quando essa identificação falha, mudar-se de uma cidade para a outra significaria o distanciamento de seu “eu” antigo, e a oportunidade de se

desenvolver novas identidades (KNEZ, 2005). As outras formas de identificação são:

- *Place-related distinctiveness* (identificação baseada no distinguir-se dos outros; sentimento de ser único)
- *Place-referent continuity* (o lugar de alguma forma faz referência a algum elemento do passado da pessoa, especialmente da infância) / *place-congruent continuity* (compatibilidade de valores ou crenças atuais)
- *Place-related self-esteem* (o orgulho de morar ali, não apenas avaliar positivamente o lugar, mas sentir-se bem; o lugar faz a auto-estima da pessoa aumentar)
- *Place-related self efficacy* (atende a todas as necessidades e se relaciona com a habilidade de atingir objetivos pessoais, ou seja, onde o indivíduo vai poder desenvolver de forma bem-sucedida suas atividades).

Identidade, laços (afetivos) podem ser vistos como motivação para a participação, o engajamento, o envolvimento, o “cuidado” com a cidade onde as pessoas moram. A marca, então, se apresenta como mídia dessa identidade, seu elemento representante que ajuda no fortalecimento da identidade local e, conseqüentemente, na participação. No entanto, estudos mostram que a marca turística também funciona mais se estiver de fato ligada à identidade local. Locmele et al (2016) trabalham esta questão, analisando identificação, formulação e comunicação em casos de re-branding em 2 cidades, e como a resposta dos moradores a esse novo posicionamento pode fazer as prefeituras voltarem atrás; isso aconteceu porque, nos dois casos, a redefinição da imagem foi "de cima para baixo", e não "de baixo para cima" – ela deveria considerar todos os stakeholders da cidade no início do processo, acordar uma visão comum e partir daí uma negociação sobre a marca. Na tentativa de achar uma voz para a cidade que falasse em nível global, a cidade “perdeu sua identidade” a nível local, porque a nova marca contradizia sentimentos, tradições, desenvolvimentos e o entendimento compartilhado pelos cidadãos. (LOCMELE *et. al*, 2016)

Voltando à imagem, para Lynch (1960), a imagem pública é formada pela sobreposição de imagens individuais; ou uma série de imagens públicas, criadas por um número significativo de cidadãos. Essas imagens de grupo são necessárias sempre que se espera que um indivíduo atue com sucesso em seu ambiente e coopere com seus concidadãos. Uma vez que o desenvolvimento da imagem é um processo interativo entre o observador e a coisa observada, é possível

reforçar a imagem tanto através de artifícios simbólicos e do reaprendizado de quem a percebe, como através da reformulação do seu entorno (LYNCH, 1960)

Símbolos, representações e arquitetura, tais como praças, prédios, desenho de ruas, também fazem parte desta significação. Ao passo que a imagem da cidade tem uma faceta interna e outra externa, incluindo a imagem mental que seus habitantes e visitantes frequentes fazem dela, e a faceta externa, guiada principalmente pelas informações difundidas pela mídia (que podem ou não fazer jus à imagem que os residentes fazem dela). Nota-se, curiosamente, que a tendência da mídia é divulgar fatores que contribuem a uma imagem negativa, enquanto os habitantes se concentram em uma imagem positiva (para justificar sua permanência no local ou seus laços com a cidade). Isto pode ser respondido pela "teoria da comparação social" de que fala Hauge Lappegard (2007), onde afirma que pessoas costumam ver a si mesmas e ao seu grupo de forma positiva do que negativa, geralmente. Isso acontece porque estamos motivados a ganhar e preservar uma autoestima positiva, como autodefesa; com isso, escolhemos lugares onde encontramos símbolos que nos façam nos sentir bem. A identificação com o lugar acontece porque os lugares possuem símbolos que têm significado para nós. Os lugares, assim, não têm significado permanente, já que representam memórias pessoais e compartilhadas (cria-se novas memórias, significado muda) (LAPPEGARD, 2007).

Gilboa *et. al* (2015), mais recentemente, trouxe a palavra “imagem” para trabalhar a questão de atração e retenção de pessoas, baseando-se na referência de Kotler (1997): a “imagem mental” é aquela que se forma para aquele objeto na cabeça de uma pessoa, ou seja, o conjunto de crenças, ideias e percepções de uma pessoa com relação a um objeto. Pensando em cidades, ele destaca que a identidade pode ser diferente da imagem, conforme as audiências a percebem, pois se baseia na forma como residentes, turistas e investidores experienciam a cidade. É claro, também, que cada observador vai ter uma identidade diferente com relação à mesma cidade, principalmente entre classes econômicas diferentes, ou moradores do centro e da periferia, entre outros. Assim, deve-se construir um debate entre os diferentes setores da sociedade, de forma contínua, para gerar um discurso único; a mesma troca deve acontecer entre gestores e consumidores. Porém, para os autores imagem da cidade vem antes de marca da cidade (*city brand*), que por sua vez influencia a atração de turistas e residentes; todas as cidades são “marcadas” por suas identidades. Determinar a imagem, portanto, deve ser o primeiro passo. O processo de branding, por sua

vez, deve considerar todos os “stakeholders” da cidade, sejam eles moradores ou turistas, que devem ser o público alvo (GILBOA, 2015)

Considerando que “as atitudes das pessoas com relação a uma cidade estão altamente condicionadas pela imagem que se têm dela” (Kotler 1997 apud ), têm se a relevância de entendê-la. Nesse sentido, as imagens podem ter efeitos no declínio ou crescimento dos lugares. Dentro do contexto da globalização, a identidade nacional acaba tendo menos destaque do que outras identidades, por isso trabalhar no nível da cidade tem uma importância adicional – estas, que precisam assim fortalecer suas identidades, ganhar mais vantagens competitivas e serem reconhecidas no cenário regional e global, e conseqüentemente, investimentos. As demandas de residentes, empresários ou turistas de uma cidade específica conseguem ser melhor atendidas em cidades atreladas a uma imagem e identidade positivas:

*Cities that have a positive image and identity are better able to meet the demands of their stakeholders, whether they are residents, business people, or visitors. In order to gain competitive advantage, cities must attain a localized, regional or global awareness, recognition and identity. In an era of globalization, the identity of nation states may become overshadowed economically and politically by regional entities (...) (GILBOA, 2015)*

Assim, o propósito do estudo de Gilboa et al, 2015, era tentar criar esta escala universal para medir a imagem da cidade entre turistas e residentes. Ao final, foi necessário fazer duas escalas, uma para turistas e outra para residentes, mostrando que essas medidas são multi-dimensionais, tangíveis e intangíveis. Porém esse conjunto de dimensões não pode ser encontrado na revisão de literatura; mas foi realizado um estudo da frequência com que certos temas apareciam, sendo 17 temas mais frequentes nos 39 estudos analisados pelos autores. No total, os autores compilaram 36 itens que descrevessem as dimensões de imagem da cidade baseado nesses estudos, que por sua vez foram reduzidos a 4 fatores para residentes (instalações municipais, lazer, segurança e serviços públicos) e 5 para turistas (*caring*, turismo e entretenimento, seguranças, serviços públicos e entretenimento e lazer).

Não foram incluídas no estudo de Gilboa et al, 2015, mas estão indicadas para trabalhos futuros, questões quanto a *place attachment*, intenções de ficar (para residentes), intenções de ir morar (moradores



em potencial) e intenções de visitar (para turistas), além dos níveis de satisfação desses grupos. Além disso, 3 cidades analisadas foram cidades grandes, portanto uma escala diferente se aplicaria a cidades médias ou pequenas; e por fim, pode ser que nem todos os itens escolhidos para avaliação fossem vários para todas as cidades, pois foram derivados de estudos anteriores na literatura. Uma lista mais abrangente e relevante de componentes da imagem da cidade poderia ser identificada através de um estudo qualitativo por turistas e residentes da cidade que se pretende estudar.

Marca, ou *brand*, se definem por um nome, termo, desenho, símbolo ou qualquer outro que identifique os produtos de uma organização ou serviço, distintos de outros (PEREIRA e FIALHO, 2014). Portanto as marcas são sinais que transportam informações sobre a origem dos produtos e/ou serviços, bem como a identidade da organização que os produz (American Marketing Association). Embora a marca se apresente em duas realidades: a (1) física, por meio de marcas físicas, que podem ser visíveis e a (2) mental, por meio de marcas internas e não comunicáveis, o tratamento do tema de *city branding* na maioria dos casos limita sua análise aos elementos visuais da comunicação da cidade, como logotipos e slogans, e é trabalhado principalmente por profissionais e acadêmicos da área de *design* e *marketing*. Além disso, quando se fala de marca, geralmente trata-se da marca turística da cidade. Como o interesse aqui não é trabalhar com estes símbolos gráficos e também com a marca que se volta para dentro da cidade, ou seja, a que afeta seus moradores (que devem se engajar nela), com toda a composição que constrói a imagem mental que se tem de cidades, decidiu-se usar o termo “imagem da cidade”. Um conjunto de marcas, porém, poderia constituir a imagem da cidade. No entanto, se considerarmos a definição de Aaker e Joachimsthaler (2007), *city/place branding* é a área que propõe, através das mídias, o controle e o estabelecimento das relações comunicativas com o público interessado (AAKER; JOACHIMSTHALER, 2007). Neste caso, se encaixaria com a visão aqui proposta. A cidade, através de seu ambiente urbano, reflete as necessidades e valores da população que a compõe. Escolhemos viver em determinadas cidades não somente por sua infraestrutura, por ter convenientemente todo tipo de serviço à sua disposição, mas principalmente porque nos identificamos com ela (VERHAAR, 2012). Isso é importante porque vale não somente para atrair pessoas (de fora) como para criar um sentimento de pertencimento de grupo (para dentro). Ao envolver os usuários, gera orgulho e comprometimento (CABRAL DE ARRUDA, 2008), além de um sentimento de segurança,

e distingue as cidades. Dessa forma, também cumpre com as funções da marca.

Destaca-se que 86% das campanhas de branding falham, mas se os moradores puderem participar dessa atividade, há muito mais chances de elas darem certo. A mudança apenas pode acontecer se forem observadas a conscientização dos *stakeholders* e as associações e qualidade de marca percebida por eles. Pode ser liderada pela prefeitura, mas tem que incluir os cidadãos; deve pensar no futuro, porém ter raízes fortes no passado, pois cidadãos precisam ter algo a que se apegar na história para conectar suas memórias coletivas. A influência da mídia, por outro lado, pressiona as prefeituras a focar mais na dimensão externa da identidade e do branding (LOCMELE et al, 2016).

Kim e Kaplan (2004), colocam todos estes termos em relação ao “senso de comunidade”, separados ainda em 4 domínios, que compõem o framework do senso de comunidade. São eles: *community attachment* (apego à comunidade - ter laços com ela), *community identity* (identidade de comunidade - identificar-se com a comunidade), interação social (estar envolvido com ela, participar) e *pedestrianism* (pedestrianismo - conhecer a comunidade, principalmente através do ato de andar por ela). Enquanto isso, Uziene (2013) vai além, observando esta questão como partes que integram o capital intelectual de uma cidade, através de um framework que ajuda a medir sua competitividade. O capital intelectual se apresentaria em três categorias: capital humano, capital relacional e capital estrutural. Assim, a identidade urbana seria parte do capital humano no quesito “valores sociais da comunidade”; e a imagem da cidade seria um capital relacional, no quesito “conexões urbanas” (UZIENE, 2013).

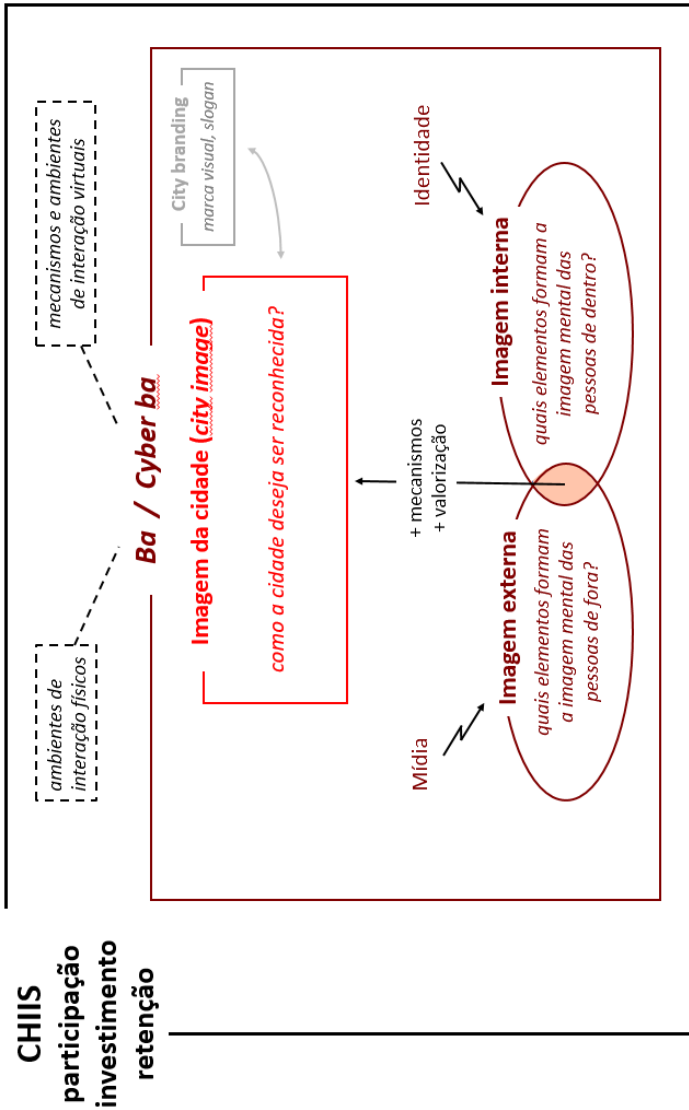
O estudo se baseia na hipótese de que a participação e o engajamento das pessoas na cidade são motivados por sua identificação com o local. Portanto, para promovê-los, é necessário ter uma clara consciência da identidade da cidade, que está ligada ao território físico que ela apresenta e à imagem mental que fica da cidade na memória das pessoas que a conhecem:

*What we “remember” depends not on personal experience but on oral traditions, cultural transmissions or own motivation to do the detective work in discovering the past. place attachment may be a product of different place identities and thus of different place meanings. (LEWICKA, 2008)*

Lembrar-se é fazer associações mentais com alguma coisa que a pessoa já conhece. Assim, a memória é formada por associações que fazemos a um determinado conjunto de signos que reconhecemos no âmbito da cidade (MATOS et al, 2010). Assim, a identidade pode estar relacionada a seus marcos históricos, eventos que promove e também sua vocação, ou seja, a potencialidade que apresenta para investimentos em determinada área. A identidade pode ser desenvolvida em marca e trabalhada dentro do *place branding* e do *place marketing*; porém, nem sempre essa marca de fato reflete a identidade local, estando muitas vezes associada a uma marca turística, que é voltada para fora (público externo - turistas e instituições de fora) e não para dentro (público interno – moradores, passantes costumeiros, empresas locais, associações, entre outros).

Após a observação da literatura mencionada, chegou-se ao entendimento utilizado como referência para as seções seguintes do presente trabalho, qual seja: a identidade da cidade como elemento emergente da interação entre valores, cultura, tradições, laços afetivos, laços históricos, conhecimento compartilhado, com que o indivíduo se identifica e reconhece dentro do contexto físico-territorial que compõe a cidade (e sua representação virtual, também como espaço de interação entre os indivíduos; o *ba* e o *cyber ba* de que nos falam Nonaka e Konno, 1998). Podemos considerar como a essência, algo bastante interno ou íntimo do indivíduo, porém construído a partir da interação social. Lynch explicita que cada imagem individual é única e possui algum conteúdo que nunca ou raramente é comunicado, mas ainda assim ela se aproxima da imagem pública que, em ambientes diferentes, é mais ou menos impositiva, mas menos abrangente (LYNCH, 1960). Para melhor visualizar, ilustrou-se a interação entre estes componentes, dentro da concepção da CHIS, na Figura 4.

Figura 4 - Representação da relação entre identidade e cidades humanas inteligentes.



Fonte: elaborada pela autora.

### 3 METODOLOGIA

Para embasar a construção do conhecimento sobre o assunto, é necessário apresentar e debater brevemente os conceitos e temáticas utilizados neste estudo, conforme a revisão da literatura disponível nas bases de dados. A pesquisa, além de fornecer as bases para a fundamentação teórica como seção indispensável de um trabalho acadêmico científico, seguiu o propósito de verificar como as publicações tratam o tema da imagem e da identidade da cidade em relação à visão das *smart cities*. A revisão de literatura foi conduzida nas bases *Scopus* e *Web of Science* e mostrou a lacuna neste sentido.

Foram realizadas algumas tentativas de termos-chave de pesquisa até se alcançar a busca desejada. Como a visão mais humana das cidades inteligentes ainda é bastante recente, as buscas realizadas com o termo “*human smart cit\**”, combinado a outros ou sozinho, não produziu resultados suficientes (dos 9 resultados pelo termo sozinho, somente foi obtido acesso a 5 trabalhos, listados no Quadro 1). Portanto, a pesquisa nesta visão se desenvolveu a partir da análise destes trabalhos, somados à bibliografia utilizada nestes, e aquelas relativas à cidade inteligente que a autora já tinha acesso anteriormente, dentro do laboratório de pesquisa LabCHIS.

Quadro 1 - Referências da revisão de literatura com o termo "human smart cit\*".

A three-layer approach for protecting smart-citizens privacy in crowdsensing projects	Blasco, S.	2016
<b>Traditional or experiential places? Exploring research needs and practitioner challenges in the management of town centres beyond the economic crisis</b>	<b>Coca-Stefaniak, A.</b>	<b>2015</b>
Human smart cities: A new vision for redesigning urban community and citizen's life	Marsh, J. et al	2016
<b>Constructing human smart cities</b>	<b>Oliveira, Á</b>	<b>2015</b>
<b>From smart cities to human smart cities</b>	<b>Oliveira, A.</b>	<b>2015</b>

Playful interactions for the citizens' engagement. The musical language as a possible application	Opromolla, A.	2016
<b>Smart neighbourhood learning - the case of myneighbourhood</b>	<b>Petersen, S. A.</b>	<b>2015</b>
Designing for neighbourhoods and citizen engagement the case of myneighbourhood	Petersen, S. A.	2016
Small scale collaborative services: The role of design in the development of the human smart city paradigm	Rizzo, F.	2014

Fonte: a autora (2016)

Enquanto isso, existem muitos trabalhos que tratam da importância da imagem para a cidade, portanto decidiu-se assim trabalhar com o conceito mais amplo de “*cit\* identity*” e “*cit\* image*”, as quais retornaram respectivamente 18 e 15 resultados considerados válidos para a investigação, selecionados por serem relacionados ao tema proposto, aparecerem como disponíveis e que melhor respondessem à pergunta de pesquisa.

Os documentos eliminados dessa categoria incluíam aqueles que: não especificavam diretamente os termos ‘identidade’ ou ‘imagem’ ou os utilizavam em outro sentido não relacionado a um senso de pertencimento de grupo urbano; pesquisas relacionadas a outras áreas do conhecimento, como medicina e criptografia; o tema era abordado em discussão secundária; os documentos se encontravam duplicados, constando em ambas as bases de dados; não eram textos científicos; focavam em grupos específicos de pessoas como mulheres, homossexuais, idosos e negros.

Como o tema se aplica a todos os habitantes de uma localidade (por exemplo, as cidades ou bairros) e à sociedade como um todo, a pesquisa teria sua abrangência limitada e poderia alcançar conclusões equivocadas considerando apenas parcelas da população. Além disso, foram retiradas da seleção os resultados de artigos cujo idioma fosse diferente do inglês e do português, por entendimento da autora, e aqueles às quais não se obteve acesso. Os critérios de seleção se basearam em Tacconelli (2010). Aos artigos encontrados nas bases, foram acrescentados aqueles indicados em suas referências bibliográficas, selecionados por seu grau de relevância ao entendimento

da questão, com o intuito de trazer mais corpo à base teórica do presente estudo.

O fato de que a pesquisa não retornou muitos resultados implica que este é um tema ainda a ser explorado e cuja contribuição precisa ser melhor trabalhada. Existem poucos estudos conectando o sentimento de identificação com o lugar e CHIS; em particular destacam-se aqueles realizados com análise de estudo de caso junto ao projeto *MyNeighbourhood*, porém muitas vezes quando se fala em imagem de uma cidade, se trabalha com o conceito turístico, ou seja, a marca (geralmente gráfica) de uma cidade voltada para visitantes ou pessoas de fora, e não moradores.

Porém, quando se considera a temática de uma cidade mais humana, inteligente e sustentável, pensa-se em uma cidade que seja boa de se visitar, porém, e principalmente, boa para se morar, trabalhar, estudar e se divertir – para os próprios cidadãos que de fato vivem na cidade. Ser uma cidade turisticamente atrativa, em geral, acaba sendo consequência deste investimento, aliado a suas belezas naturais – e isto está profundamente relacionado com o sentimento de pertencimento à cidade.

Assim sendo, a pesquisa destacou 19 elementos relacionados à questão identitária e imagética de uma cidade conforme aparecem na literatura, a saber:

Quadro 2 - Elementos relacionados à construção da imagem do lugar.

<b>Termo no original</b>	<b>Termo em português</b>
<i>Affective bonds</i>	Laços afetivos
<i>Being a part of</i>	Ser parte de
<i>Being proud of</i>	Ter orgulho de
<i>Beliefs</i>	Crenças
<i>Belonging to</i>	Pertencer a
<i>City/place brand(ing)</i>	Marca ( <i>branding</i> ) de lugar ou cidade
<i>City/place identity</i>	Identidade de lugar ou cidade
<i>City/place image</i>	Imagem da cidade ou lugar
<i>City/place marketing</i>	<i>Marketing</i> de lugar ou cidade
<i>Ethos</i>	(idem)
<i>History and culture</i>	História e cultura
<i>Memory</i>	Memória
<i>Place attachment</i>	“Apego” ao lugar
<i>Sense of belonging</i>	Senso de pertencimento
<i>Sense of cohesion</i>	Senso de coesão

<i>Sense of community</i>	Senso de comunidade
<i>Spirit of cities</i>	Espírito das cidades
<i>Urban consciousness</i>	Consciência urbana
<i>Values</i>	Valores

Fonte: a autora, com base na literatura revisada (2016)



## 4 PROCESSO DE PESQUISA DE CAMPO

A história da vida, como a vejo, é uma série de situações estáveis, pontuadas em intervalos raros por eventos importantes que ocorrem com grande rapidez e ajudam a estabelecer a próxima era estável.

(Stephen Gould, 2005)

### 4.1 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO DA PESQUISA

O propósito desta pesquisa é o avanço do conhecimento, caracterizando-se assim como científica, de acordo com os métodos, técnicas e etapas detalhados a seguir e descrita na Figura 5.

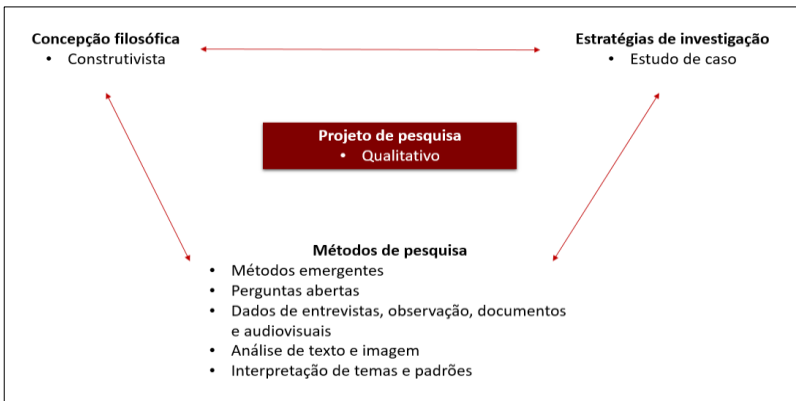
O presente trabalho guiou-se pela concepção filosófica construtivista, que tem conexão com a pesquisa qualitativa. Esta visão também é chamada construtivismo social, pois os significados que devem ser captados pelo pesquisador, de maneira subjetiva, são construídos pela interação do participante/entrevistado com outras pessoas, objetos, coisas ou normas culturais e históricas, e pelas experiências vividas; ou seja, quando se engajam no mundo. O pesquisador, por sua vez, deve tentar compreender a complexidade dessas relações, obtendo os significados por trás delas, embora sejam variados e a própria vivência (pessoal, cultural e histórica) do pesquisador influa na interpretação delas – o que deve ser reconhecido e levado em consideração na análise de resultados, assim como o contexto onde se inserem os participantes. De acordo com Crotty (1998), “os seres humanos se engajam em seu mundo e extraem sentido baseados em suas perspectivas históricas e sociais, pois todos nós nascemos em um mundo de significado que nos é conferido por nossa cultura” (CRESWELL, 2010). O processo de captação destes sentidos é, desta forma, indutivo; e não pretende necessariamente gerar uma categorização de pontos de vista. A teoria da complexidade então também vale ser destacada como concepção este trabalho, por considerar elementos (identidade e imagem) que emergem a partir da interação dos componentes de um sistema (a cidade, comunidade ou grupo social estudado) (MITCHEL, 2009).

Se observarmos a visão de realidade (ou seja, os paradigmas em que o estudo se insere), a partir das categorias de Gareth Morgan, classifica-se como interpretativo, pois considera que a “realidade social” não existe de forma concreta, mas advém das experiências dos sujeitos

que nela se relacionam; ontologicamente falando, ela é um produto das ações dos indivíduos, ou um entrelaçamento de múltiplas realidades. Consequentemente, não é possível se chegar a uma ciência objetiva, já que o conhecimento científico se encontra em uma rede de jogos de linguagem e conceitos e regras subjetivas (MORGAN, 1980).

O método escolhido para o desenvolvimento da pesquisa foi a abordagem qualitativa, considerando a existência de poucos trabalhos anteriores que relacionassem os dois conceitos (identidade e *smart cities*, conforme revisão realizada pela autora), e nenhum outro tendo sido realizado em cidades brasileiras. Desta forma, a pesquisadora conhece superficialmente as variáveis a serem estudadas no contexto escolhido e, para compreender o fenômeno, faz-se relevante uma pesquisa exploratória como a qualitativa (MORSE, 1991, apud CRESWELL, 2010). A abordagem também se ajusta às preferências pessoais da pesquisadora quanto à forma de escrita e às possibilidades de realizar entrevistas e observar o fenômeno *in loco* (CRESWELL, 2010).

Figura 5 - Metodologia de pesquisa deste trabalho.



Fonte: elaborada pela autora, baseada em CRESWELL, 2010.

O método qualitativo observa um número reduzido de casos, porém em maior profundidade, buscando enfatizar aspectos comuns e padrões; e aplica conceitos teóricos para analisar e estudar o caso, não somente descrevê-lo. Desta forma, a estratégia de investigação, ou tipo de pesquisa realizada segundo seus objetivos – encontrar convergência

entre os fatores de capital social relacionados ao constructo identidade em uma cidade com o potencial de se tornar uma CHIS –, foi o estudo de caso. Utilizando a técnica de indução analítica, enfatiza-se os pontos comuns e aprimora-se a imagem da sociedade como um todo - pois seria difícil chegar a conclusões a partir de somente a análise de um caso, com a *theoretical sampling*, em um tema tão complexo (KING; KEOHANE; VERBA, 1994). O nível de análise utilizado é, portanto, a sociedade, como grupo que convive, coopera, e, por conseguinte compartilha informações e conhecimentos (DAVENPORT; PRUSAK, 1998).

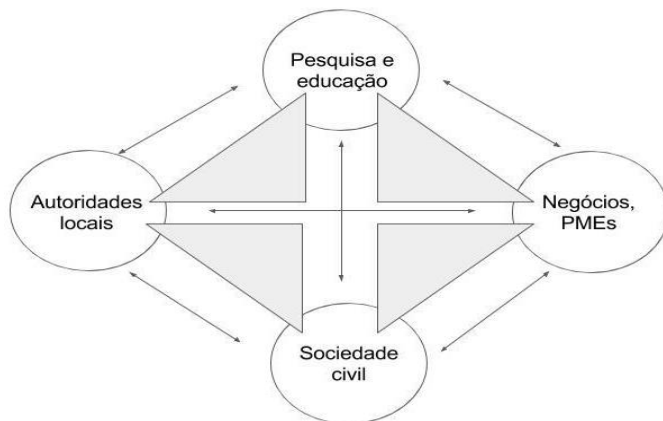
Com relação à fonte dos dados, foi realizada uma pesquisa de campo na cidade de Santa Maria, no ano de 2016, com o apoio do Centro Universitário Franciscano – Unifra. Em campo, a pesquisadora teve a oportunidade de passar alguns dias no local para “sentir a cidade”, transcorrendo as etapas de entendimento e observação da rotina de seus moradores e visitantes, conversando informalmente com as pessoas nas ruas, conhecendo seus hábitos e comportamentos e visitando o local onde ocorreu o incêndio que abalou sua imagem interna e externamente. Tal experiência foi essencial na definição dos indivíduos e atores a serem entrevistados na etapa seguinte, para captação do ponto de vista. Assim, o procedimento de coleta de dados deu-se por entrevistas semiestruturadas com seis (6) participantes, englobando todos os setores ou *stakeholders* da chamada hélice quádrupla, sejam eles indústria/empresas, governo, academia e sociedade civil, conforme Figura 6.

Isto foi motivado pelo fato de que cada setor apresenta um papel específico a cumprir, que se mistura ao papel individual de cada pessoa que os compõe e, assim, todos devem ser igualmente valorizados dentro de sua atuação, para colaborarem no desejável processo de cocriação para o desenvolvimento de cidades mais humanas, inovadoras, inteligentes e sustentáveis.

Além disso, como o estudo de caso deve ser visto como oportunidade de aprender, equilíbrio e variedade são essenciais para a escolha dos entrevistados (STAKE, 1995). Por sua vez, a escolha pelas entrevistas semiestruturadas foi motivada pela possibilidade do indivíduo falar mais abertamente sobre os tópicos, relacionando-os entre si de acordo com sua linha de pensamento e prioridade pessoal; embora houvesse um momento anterior de explanação da pesquisa sendo realizada, a informação a ser coletada pôde ir surgindo espontaneamente dos entrevistados, apenas com a instigação e orientação da pesquisadora para que não se fugisse muito da temática (CRESWELL, 2010).

Em um estudo de caso qualitativo, valoriza-se as experiências pessoais do entrevistado, assim como suas histórias, para descrever certo episódio ou conectar falas para chegar a uma explicação; por isso, é natural que siga caminhos diferentes para cada participante. Questões são formuladas previamente com o intuito de servir como guia (STAKE, 1995), e assim os entrevistados podem mais livremente “construir o significado de uma situação caracteristicamente baseada em discussões ou interações com outras pessoas” (CRESWELL, 2010), dentro da concepção filosófica construtivista explicitada anteriormente. Junto a isso, adicionou-se ao levantamento de dados fontes secundárias como matérias de jornais e vídeos.

Figura 6 - Modelo da Quádrupla Hélice.



Fonte: traduzido e adaptado de Creating Local Innovation through a Quadruple Helix (CLIQ, 2011).

Lembrando que no paradigma interpretativo a sociedade é compreendida pelo viés do participante da ação em vez do viés do observador, as subseções a seguir demonstram o cenário que caracteriza atualmente a cidade de Santa Maria a partir das falas dos entrevistados, com uma rápida contextualização histórica e a relação com a tragédia na boate Kiss.

## 4.2 A CIDADE DE SANTA MARIA/RS

### 4.2.1 Contextualização: histórico e Kiss

Santa Maria localiza-se a 970km da capital Porto Alegre e tem uma população de 300 mil habitantes, sendo considerada uma cidade de médio porte, majoritariamente urbana. Possui uma localização central no Rio Grande do Sul, o que lhe conferiu o título de “coração do Rio Grande”. É referência em serviços de excelência na área da saúde, atendendo inclusive a municípios vizinhos, além de registrar “taxa de 100% de cobertura de serviços de coleta de lixo na cidade e índice equivalente a zero de poluição”, se classificando em um dos melhores índices de qualidade de vida do Brasil (ADESM, 2012). Apresenta baixos índices de criminalidade (muito graças ao seu grande efetivo militar, que lhe deu o título de segunda maior concentração militar brasileira – exército e base aérea):

[Fala do Entrevistado 4] “Você vê que, geograficamente, a cidade em tese estaria privilegiada. Então porque Santa Maria não tem uma melhora, uma maior incidência de sucesso nos seus empreendimentos. Talvez porque ela não tem descoberto ainda a sua vocação. Então anteriormente era muito comum que fora de Santa Maria, em outros estados, que fizessem uma menção a questão da cidade que tem várias unidades militares. Que é um ponto estratégico na defesa nacional. Hoje ainda, mais robustecidos o ponto de vista de que ainda existe um pólo de defesa funcionando aqui”.

Comércio e serviços também possuem grande relevância devido à sua variedade e qualidade, sendo uma das três cidades do RS com maior potencial de consumo. A área de empreendedorismo e inovação apenas começa a se fortalecer na cidade, principalmente com a atuação da AGITTEC (Agência de Inovação da UFSM) e incubadoras como a ITSM (Incubadora Tecnológica, da UFSM) e a incubadora da Unifra:

[Fala do Entrevistado 5] “É uma cidade basicamente de economia baseada em serviços, justamente porque tem muito funcionário público, e a economia é movimentada muito pelo funcionalismo público, até por causa da universidade, por causa do pólo de defesa. (...)

Figura 7 - Vista da cidade de Santa Maria, centro.



Fonte: foto tirada pela autora (2016).

Até porque Santa Maria é uma cidade com grande concentração de funcionários públicos, então a questão do empreendedorismo e da inovação não é muito avançada, porque o funcionário público, ou servidor, seja lá, ele tá garantido, ele é bastante acomodado, e isso passa pros filhos e os filhos pensam em fazer concurso em vez de pensar em gerar trabalho e renda, gerar empresas, e coisa e tal.

[Fala do Entrevistado 2] “ Possui grande potencial na área do turismo por conta de seu patrimônio histórico, principalmente com relação à rede ferroviária, à paleontologia e e à diversidade étnico-cultural’ (ADESM, 2012, lendo), mas que não parecem ser tão bem aproveitados. O turismo religioso também é grande fator de atração da região em épocas festivas, principalmente católica, mas também espírita e evangélica, demonstrando diversidade e boa convivência. No geral, por ser tradicionalmente um lugar de passagem e de movimentação, possui grande diversidade de pessoas e culturas”.

[Fala do Entrevistado 2] “Santa Maria é uma cidade muito acolhedora. Ela tem uma formação de diferentes etnias, pega desde a minha herança italiana, herança alemã, a questão dos judeus, também tem a primeira migração aqui, libaneses, negros. Então é bem diversificada, é uma cidade muito acolhedora, aberta. Até por ser esse polo militar, ela recebe muitas pessoas, então 1 ano, 2 anos, tá sempre

trocando de comando. E a gente vê que quem serviu em Santa Maria se apegou muito à cidade. Muitos acabam até casando aqui, pessoal da base aérea, do exército, conhece sua futura esposa aqui, cria algum vínculo com a cidade. Também acabam gostando pela qualidade de vida que tem e o baixo custo de vida aliado à cidade”.

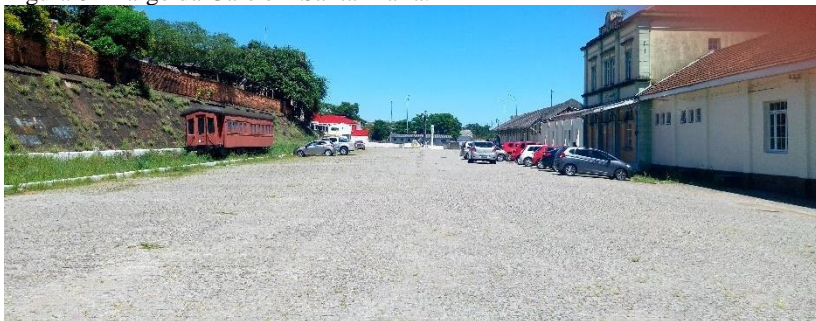
Inicialmente povoada pelos índios Minuanos e Tapes, havia sido local de catequização jesuítica, mas seu desenvolvimento populacional e elevação ao status de vila deram-se somente por volta de 1784, com a instalação de uma comissão de delimitação de território, composta por um grupo misto de representantes das coroas portuguesa e espanhola que acamparam ali para resolver de quem pertenciam as terras. A comissão não conseguiu chegar a um acordo, porém os militares que haviam trazido suas famílias acabam ficando; assim, tem tradição militar desde a sua origem, que hoje ainda é mantida e chegou a se desenvolver em um arranjo produtivo local, o APL Polo de Defesa.

[Fala do Entrevistado 3] “No sul a gente tem o reconhecimento da cidade como um centro regional, né? Justamente por causa do militar, por causa da saúde, por causa da educação. Não só da universidade federal, porque a gente tem a Ulbra e Unifra, mas as outras que tão se fortalecendo”.

A chegada da estação ferroviária, em 1885, foi o segundo momento importante para o desenvolvimento de Santa Maria e seu exponencial aumento populacional, servindo de local para escoamento de produtos para o sul do país e os países vizinhos, da América Latina. A Estação da Gare de Santa Maria, como é conhecida, era um local de fervilhante troca de mercadorias, conhecimentos e pessoas, inclusive com uma estrada de ferro que chegava até São Paulo. Com o declínio do movimento ferroviário no Brasil, esta foi abandonada e depredada, até que no ano de 2012 decidiu-se por sua revitalização, porém hoje claramente exige reparos (Figura 8). Ainda assim, é reconhecida como Patrimônio Ferroviário Nacional pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e é considerada um símbolo local, de interesse turístico, e é utilizada como instalação da Secretaria de Cultura. Logo a seu lado, está o Largo da Gare, um grande espaço aberto eventualmente utilizado para eventos, mas que em outros dias fica bastante deserto; e a Vila Belga, que abrigou os funcionários da companhia ferroviária belga que um dia administrou toda a Viação Férrea do Rio Grande do Sul e tinha ali sua sede. Hoje, ainda é uma área unicamente residencial, mas

desde 2015 se transforma com a realização do evento Brique da Vila Belga (feira de cultura, arte, artesanato e gastronomia), que acontece em apenas alguns finais de semana no ano, mas é grande animador da região. No resto do tempo, assim como a Gare, praticamente não é frequentada.

Figura 8 - Largo da Gare em Santa Maria.



Fonte: foto tirada pela autora (2016).

Figura 9 - Vila Belga em Santa Maria.



Fonte: foto tirada pela autora (2016).

A educação é um de seus setores mais fortes; Santa Maria é uma cidade conhecida como uma cidade universitária, e assim possui grande parcela de população jovem. Além de possuir grande variedade de cursos universitários, com seis instituições de ensino superior (entre elas, a Universidade Federal de Santa Maria e o Centro Universitário



Franciscano – Unifra) que possuem reconhecimento nacional e fazem do município um grande polo de atração, possui altos índices também nas formações de ensino fundamental e médio, com mais de 95% de alfabetizados e 80% de escolarizados (IBGE, 2010). Junto a essas instituições, também possui potencial para ser referência na área de pesquisa e inovação, notadamente nas áreas da saúde, química e bioquímica. Foi a primeira cidade do Brasil a oferecer curso de mestrado em Nanociências (na Unifra) (ADESM, 2012) e desenvolveu a iniciativa do Santa Maria Tecnoparque, localizado no Distrito Industrial, buscando se tornar um complexo industrial de inovação em saúde; porém esta é uma iniciativa mais recente (2014), que ainda busca consolidação. O mesmo vale para os arranjos produtivos locais (APLs) CentroSoftware e Metal Mecânico.

[Fala do Entrevistado 2] “Aliada ainda à questão militar, é uma cidade acadêmica, então... tem 300 mil habitantes arredondando né. Quinta maior cidade do RS. Mas 35 mil são de estudantes universitários, então de 12% a 15% da população tá cursando a universidade. Isso também tem um fluxo muito grande, são pessoas que já vem do entorno pra fazer o ensino médio na cidade, se preparar, ingressa nas universidades e aqui ficam vivendo por 5, 6, 7 anos... Muitos depois vão embora porque a cidade não absorve todo esse conhecimento formado, mas depois de algum tempo acabam voltando porque gostam da cidade”.

Estes elementos compõem um pouco da imagem de Santa Maria, principalmente como “cidade universitária” ou “cidade de passagem”, como apresentou na fala dos entrevistados. Alguns entendem isto como sendo algo real e mostram preocupação com a “retenção de talentos”, enquanto outros veem esta alegação como um discurso falho no campo político, que na verdade deveria trabalhar neste sentido. Como nos destacam os entrevistados durante esta pesquisa:

[Fala do Entrevistado 4] “Tem essa problemática da retenção de talentos, né? Aquela pesquisa ali é até recente, mas a imagem de ser berço, de ser uma cidade universitária onde as pessoas só vêm e estudam talvez é a imagem que pra quem é do RS. (...) Não é uma coisa ruim, mas também só isso é insuficiente”.

[Fala do Entrevistado 5] “É outro discurso bobo dos nossos políticos. Santa Maria é uma cidade que traz uma porção de gente de

fora pra estudar aqui. E essas pessoas vão sair daqui. Ou alguns vão ficar. Eu vim pra cá e fiquei. Mas muitos ficam e muitos saem. Hoje a gurizada... em princípio ela não quer ficar na cidade onde nasceu. Pelo menos enquanto essa cidade for uma cidade pequena. Ela quer ir pra uma cidade maior. A juventude hoje é assim. Ela não fica porque tu quer ou coisa e tal. Mas alguns ficam se tu criar um sistema, uma cidade com qualidade de vida. Hoje vale mais do que riqueza e fama, qualidade de vida. Porque tem a opção de lazer, tem a opção de cultura”.

[Fala do Entrevistado 3] “A gente tem as duas situações: é legal porque oxigena as ideias, mas também essas pessoas saem logo em seguida, entendeu? Então o que precisa trabalhar é um pouco mais o pertencimento aqui da cidade. Mesmo que seja transitória, mas saber que é importante que eles contribuam com o que eles tão usufruindo. O pessoal chega e vai embora, mas o que fica? Então a gente acaba sendo simplesmente um hospedeiro, será que é isso? E o hospedeiro, coitado, normalmente sofre. Então a gente precisa transformar isso, mostrar que ao receber também, pra ter uma sustentabilidade, a gente precisa contribuir de alguma certa forma. Ou se mantendo aqui, ou propondo coisas novas pra cá... Não digo só de morar, de fixar, mas na inovação, nas ideias (...)E a gente tá acostumado só a servir, na verdade só tem que começar a mostrar isso. E isso se trabalha muito na educação, né? Só com educação, pra entender os que estão recepcionando e devolver algumas coisa. Pra entender que a gente quer tornar Santa Maria melhor!”.

Um episódio, porém, trouxe outro tipo de reconhecimento para Santa Maria. Fora da região Sul, para muitas pessoas a cidade ficou bastante conhecida pelo incêndio ocorrido na boate Kiss, em 2013, tragédia esta que gerou comoção nacional.

O dia 27 de janeiro de 2013 foi difícil de se esquecer em Santa Maria. Uma festa de universitários em uma boate famosa no centrinho da cidade, acabou em incêndio quando os integrantes da banda que tocava na festa tiveram problemas com um equipamento de sinalização. O fogo pegou rapidamente no forro utilizado para isolamento acústico da casa, feito de material tóxico e ilegal, e o formato labiríntico de seus ambientes, unido à falta de janelas e saídas de emergência, impediu a saída das pessoas, que estavam em um número muito acima do limite de lotação da boate. A tragédia ocasionou 242 mortes, a maioria, por 7asfixia, e mais de 600 feridos (ILHA, 2017). O segundo incêndio mais mortal do Brasil foi transmitido ao vivo pela televisão e plataformas

virtuais, junto a relatos desesperados das famílias querendo mais informações sobre quem estava no local, e gerou comoção nacional e internacional em larga escala. A situação da casa, completamente inadequada em termos de segurança e proteção contra acidentes, porém em pleno funcionamento, foi agravada por uma série de fatores que se desenrolaram durante o período de luto coletivo e que, até hoje, se encontram obscuros e não-solucionados.

O inquérito inicial da polícia indiciou 16 pessoas e apontou mais 12 como responsáveis pelo evento, inclusive o prefeito da época, Cezar Schirmer. No entanto, o Ministério Público denunciou apenas quatro bombeiros, onde 1 foi absolvido e os outros três condenados, porém cumprem pena em liberdade; e outras quatro pessoas foram denunciadas por homicídio, incluindo os donos da boate e integrantes da banda, que também continuam em liberdade enquanto recorrem da decisão de ir ao tribunal do júri (FANTÁSTICO, 2017). Até o final do presente o estudo, o caso seguia em análise pelo Tribunal de Justiça.

## 5 DESDOBRAMENTOS DO ESTUDO DE CAMPO

### 5.1 DISCUSSÃO

É fato que quando acontece algum evento que por motivos quaisquer não haja consequências ou indicação de responsabilidade criminal, as pessoas não sintam um fechamento da questão, fazendo com que seja muito mais lento e doloroso superá-la. No entanto, no caso da Kiss, uma série de fatores pode ser apontada como responsável pelo incêndio, incluindo falta de controle quanto alvarás e licenças de funcionamento da boate por parte dos bombeiros, com legislação falha (na época, em todo o país, questões de segurança eram observadas de maneira mais frouxa, o que gerou um movimento posterior por reformas do tipo em casas de entretenimento e o desenho da Lei Kiss<sup>6</sup>), burocracias relacionadas a processos criminais, autorizações da prefeitura, responsabilidade da banda e seus empresários em usar equipamentos de pirotecnia com pouco treinamento e em local pequeno, fechado e com segurança inapropriada, dos donos da casa de eventos em aceitar operar sob tais condições e deixar entrar em seu estabelecimento um número maior de pessoas do que o limite recomendado, se utilizar de materiais inflamáveis e tóxicos no revestimento interno, e assim por diante. Com tantos fatores intervenientes e que possuem sua parcela de culpabilidade na questão, o cenário constitui-se por uma acumulação de erros<sup>7</sup> em várias instâncias, que aos poucos foi sendo revelado nos desdobramentos da tragédia e, principalmente, na pressão midiática e popular por respostas, tais como condensadas no propósito sem fins lucrativos da Associação dos Familiares de Vítimas e Sobreviventes da Tragédia de Santa Maria:

---

<sup>6</sup> A chamada “Lei Kiss” refere-se à Lei 14.376, criada em decorrência da tragédia, em vigor desde 2014 no estado do Rio Grande do Sul e em votação no Congresso Nacional. O intuito era padronizar e regula regras de segurança contra incêndio obrigatórias para o funcionamento de bares, restaurantes e boates, porém o documento já foi alterado 3 vezes pela Assembleia Legislativa para “afrouxamento” das restrições (G1 RS, 2016).

<sup>7</sup> Ver LUIZ, Márcio. Dois anos depois, veja 24 erros que contribuíram para tragédia na Kiss. **G1 RS**, jan 2015. Disponível em <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-dosul/noticia/2015/01/dois-anos-depois-veja-24-erros-que-contribuiram-para-tragedia-na-kiss.html>>.

“Reunir e organizar os familiares das vítimas e os sobreviventes da tragédia da Boate Kiss de Santa Maria/RS, ocorrida em 27/01/2013;  
 Auxiliar no amparo recíproco das famílias e dos sobreviventes;  
 Promover a busca e a divulgação de toda e qualquer informação referente à tragédia;  
 Lutar pela defesa dos direitos e interesses dos que sofreram com a morte de seus entes queridos, bem como daqueles que sobreviveram ao ocorrido;  
 Exigir a apuração, em todas as esferas, das causas que levaram à tragédia na Boate Kiss, em cumprimento das atribuições legais que incumbem ao Poder Público, bem como a responsabilização de todos os envolvidos;  
 Promover a busca junto ao Poder Público, em todas as suas esferas e órgãos, por providências para a alteração na legislação e na fiscalização, de modo a evitar que tragédias como a ocorrida em 27/01/2013 jamais voltem a ocorrer” (AVTSM, 2013).

Era de se esperar, com tamanho acompanhamento midiático do caso, que a imagem da cidade acabasse marcada pelo ocorrido; mais ainda, muitas pessoas, principalmente de fora da região sul, somente vieram a conhecer a cidade a partir deste momento. Para os entrevistados, porém, a imagem de Santa Maria não é composta pelo quadro da tragédia, a princípio - embora quando indagados considerassem melhor a questão, e se lembrassem de situações em que ao viajar para fora da cidade perceberam que esta era reconhecida por tal fato:

[Fala do Entrevistado 2] “O que acontece é que fora, infelizmente, quando a gente viaja muito, pega um táxi, vai conversando sobre Santa Maria... escuta ‘Ahh, lá da cidade daquela da tragédia’. Então ficou reconhecida realmente como a cidade da tragédia da Kiss. E a cidade que até então era conhecida como um polo de conhecimento, um polo de defesa, pro interior do Rio Grande do Sul é um polo de saúde também, perdeu um pouco dessa visibilidade por ser reconhecida como a cidade da tragédia da Kiss”.

[Fala do Entrevistado 4] “À medida que a gente sai daqui, eu particularmente nas minhas viagens a serviço, a trabalho, era bastante

questionado por essa questão. ‘Pô, Santa Maria tem exército e aeronáutica bastantes fortes’. Então é possível que depois dessa tragédia que aconteceu na boate Kiss, as pessoas passaram a referenciar Santa Maria a esse infeliz acontecimento; que eu acho que a partir de agora, deve ter um trabalho de redescobrir a real vocação de Santa Maria”.

[Fala do Entrevistado 5] “Eu vou te dizer mais essa sensação que eu vejo nos outros e na própria imprensa... É lógico que uma tragédia dessas muda totalmente... totalmente não, mas muda bastante a visão das coisas. Então vai mais ou menos pela linha de que, quando a gente sai de Santa Maria, é lógico, a primeira coisa que vem quando tu fala com um taxista, é isso. Já não são todos, antigamente era direto, agora já passou um tempo, mas vários ainda perguntam. Quer dizer, Santa Maria ficou mais conhecida por um fato negativo”.

Vale lembrar que a maioria dos entrevistados é natural da cidade ou mora lá há mais tempo, ou seja, desde antes do incêndio; seu contato ou “laços” com a cidade se estendem a antes desta questão, portanto as outras características do local se destacam bastante na composição da imagem mental que se tem de Santa Maria.

À primeira vista, pode-se supor que a imagem da cidade se apresenta abalada pela tragédia somente para pessoas de fora, e internamente, se caracteriza como um episódio que se deseja esquecer ou obter justiça. A um exame mais atento, percebe-se de maneira mais subjetiva, a partir da observação da pesquisadora no local, que o evento abalou profundamente os cidadãos e deixa marcas até hoje, considerando que fazem questão de mencioná-lo, de forma até bastante emocionada, mesmo quando não são perguntados diretamente sobre ele. Todo mundo perdeu alguém que conhecia - amigos, colegas ou parentes - no incêndio. Várias pessoas que saíram mais cedo da festa, por acaso, e se salvaram sentiram como se tivessem renascido. Um dos entrevistados destaca o clima pesado que se perpetuou por meses após o ocorrido:

[Fala do Entrevistado 6] “Mesmo depois do período de choque e tristeza, por muito tempo não se podia dar um sorriso, dar risada com os amigos na rua, que já te olhavam atravessado, como se ninguém mais tivesse o direito de ser feliz aqui. Sair para boate, muito menos. E em uma cidade universitária, os jovens precisam de entretenimento. A maioria das casas ficou fechada por um tempo, para reformas de acordo com as novas regulamentações de segurança, mas mesmo que

estivessem abertas não havia clima para ir. Hoje já voltou ao normal, mas nunca mais as boates foram iguais”.

Existe uma preocupação, no entanto, em mostrar que Santa Maria não é só isso, o que demonstra um orgulho com relação ao local, porém bastante ferido não só pelas perdas em termos de vidas humanas – amigos, colegas, filhos, irmãos dessas pessoas – mas principalmente pelos entraves relacionados a algum tipo de compensação por elas, que se sucederam nos meses e anos seguintes ao acontecimento e perduram até a publicação do presente trabalho, por fatores que não podem ser trabalhados dentro do escopo da presente pesquisa:

[Fala do Entrevistado 5] “Eu acho que nós precisamos fazer uma redescoberta, e não permitir até que a questão da Kiss seja um referencial pra cidade porque é um referencial bastante triste e que tem vários equívocos. Serviu como um marco legal pra algumas situações, mas eu acho que a cidade tem que trabalhar numa perspectiva de que ela seja, talvez, conhecida como uma cidade empreendedora e inovadora da região”.

A AVTSM até hoje permanece atuante e trabalhando no amparo de sobreviventes e das famílias das vítimas, atividade que na visão de muitas pessoas deveria estar sendo realizado pelo poder público – não só por considerarem ser este o papel de uma prefeitura diante de uma fatalidade, mas principalmente pela parcela de responsabilidade atribuída aos órgãos públicos no caso. O suporte básico exigido inclui à prestação de serviços de saúde, apoio psicológico e fornecimento de medicamentos, que muitos não possuem condições de pagar. Ao passo em que a prefeitura não conseguiu atender a essas solicitações, a própria sociedade se organizou para buscar estes objetivos através da Associação, dentro de seu alcance e poder de atuação, se utilizando notadamente da mídia e de redes sociais para chamar a atenção ao caso, além de instalar um quiosque em caráter semipermanente na Praça Saldanha Marinho, localizada a uma quadra de distância de onde ocorreu o incêndio e promover vigílias e manifestações todo 27 de Janeiro.

No entanto, a outra parcela da cidade que não está envolvida diretamente na Associação mostra descontentamento com algumas de suas atividades, não no que tange ao amparo às famílias e aos sobreviventes, mas justamente em sua (relatada) “imposição de presença”, o fato de estarem sempre ali “incomodando” e exigindo

compensação. O problema, segundo eles, não é a vontade de cobrar respostas e justiça, pois também consideram que, de fato, ocorreu a omissão por parte dos órgãos públicos; porém, a cobrança deve ocorrer de forma que “não atrapalhe o fluxo e o desenvolvimento da cidade”. Tal argumento, por mais que possa ser difícil de aceitar pelas pessoas que perderam seus entes queridos, pode ser encarado de maneira menos hostil, não como falta de empatia ou desapego a valores humanos, mas em relação a outra característica humana básica de sobrevivência: nossa capacidade de superação e resiliência. É natural que se deseje justiça pelos acontecimentos, porém isto não pode minar a vontade coletiva de “seguir em frente”. Segundo os entrevistados, depois de alguns meses, o sentimento que tomava conta dos jovens era de querer superar esse “baixo-astral”, mas continuava se sentindo puxados para baixo. Esta busca pelo “ver o lado bom vida” e buscar a superação de adversidades através do raciocínio lógico é inerente ao ser humano e é fator essencial de sobrevivência da espécie, logo não pode ser condenável. Conforme explica a especialista em Emergências e Desastres, Gestão de Crise e Programas de *Family Assistance* Rosana D’orio Bohrer,

O que me preocupa é se as pessoas compreendem quais as consequências resultantes dessa tragédia e qual a dimensão que ela teve na vida de todos os envolvidos. A vida se despedaça diante de uma tragédia. Não é em um ano que a dor pela perda de uma pessoa amada termina. Não serão em dez anos, tampouco. Talvez ela nunca seja superada, mas podemos conviver com ela conforme somos acolhidos ou respeitados. (...) Desde o primeiro dia o que se viu foi muita solidariedade. Mas aí, talvez pelo despreparo e o descuido, a maioria dessas pessoas se afastou e se distanciou da dor do outro (ARANGUIZ, 2017).

Ao mesmo tempo, apesar das críticas também deve-se olhar com outros olhos a proatividade por parte da parcela da população que se organizou para buscar seus interesses em torno da Associação; ela é notável e faz jus ao papel de protagonismo que se espera dos cidadãos interessados em construir uma cidade mais inteligente e humana.

Já ao final deste estudo, ocorreu outra tragédia que emocionou o país e a mídia internacional, também envolvendo uma cidade do Sul do Brasil, que, no entanto, não coube na delimitação do presente trabalho. Em 29 de novembro de 2016, o avião que transportava os jogadores,



equipe técnica e de apoio do time de futebol Chapecoense, de Chapecó/Santa Catarina, caiu, matando 71 pessoas (G1, 2016a).

As causas foram identificadas como falhas no plano de voo, que incluía gasolina insuficiente para o trajeto. O governo da Bolívia, de onde o avião decolou, apurou o caso e em menos de dois meses responsabilizou e deteve o gerente geral da empresa aérea LaMia e funcionários da Administração de Aeroportos e Serviços Auxiliares à Navegação Aérea (AASANA) e da Direção Geral de Aeronáutica Civil (DGAC) (G1, 2016b).

O acidente gerou grande comoção não só pelo número grande de vítimas, mas também pelo seu simbolismo de ter acontecido com representantes do esporte mais amado do Brasil, o “país do futebol”, com um time inteiro de jovens talentos que somente começava a se destacar, aparentemente limando suas chances de se reerguer no esporte. Porém, o apoio da população brasileira quanto ao caso foi tão forte que muitas pessoas colocaram temporariamente seus próprios times de lado para torcer ao lado dos chapecoenses nas disputas esportivas, gerou massivas contribuições financeiras para o clube e outras demonstrações de apoio, que enfim ajudaram a alavancar a participação do clube em campeonatos nacionais e internacionais após a tragédia – nos quais tem apresentado, assim, ótimos resultados.

Vale acrescentar que a pesquisadora esteve em Santa Maria, por acaso, na semana do acidente da Chapecoense, e pôde observar além do choque com o acontecido, várias demonstrações de solidariedade e parceria entre os santa-marienses e Chapecó, ambas as cidades unidas em empatia em um momento de sofrimento e dor, como frisou posteriormente a representante da Chapecoense que participou do evento de 4 anos da tragédia de Santa Maria:

É um prazer dolorido estar aqui. A Chapecoense sentiu-se na necessidade de ter um representante aqui. As similaridades são imensas. Mas o que nos traz aqui é a solidariedade que Santa Maria levou a Chapecoense e para a cidade de Chapecó. Amor e solidariedade, foi isso o que nos levaram. Chapecó agradece imensamente (CURCINO, 2017).

Figura 10 - Mensagens de apoio a Chapecó/SC no viaduto Evandro Behr, próximo à praça Saldanha Marinho, em Santa Maria/RS.



Fonte: foto tirada pela autora, novembro de 2016.

Tal evento não foi incluso neste trabalho por questões de escopo, tempo e também por suas diferenças com relação à Santa Maria, que devem ser destacadas. Em termos de complexidade, o acidente possuiu menos fatores causais e de agravamento, sendo relativamente fácil o desdobramento na justiça no que tange à identificação de responsáveis e fechamento da questão. No contexto da relação com a cidade, que é objeto deste estudo, também há uma grande distinção: o fato do acidente não ter ocorrido *in loco*, ou seja, não ocorreu na cidade-sede do clube e das pessoas envolvidas. Desta forma, apesar do estádio da Chapecoense trazer de certa forma a memória do acidente, não possui o mesmo peso do prédio da Kiss – é uma memória distante, pois não aconteceu de fato ali; assim o estádio, quase de imediato, virou um símbolo de esperança e amparo, sustentando homenagens e demonstrações de apoio e colegismo de pessoas de todas as partes do Brasil e do mundo.

Desta maneira, o local não ficou carregado de energia pesada e negativa, pelo contrário, virou símbolo de superação. Já em Santa Maria, a tragédia foi acompanhada ali, fisicamente, por centenas de pessoas que viram com seus próprios olhos o desespero, a angústia, os esforços de salvamento, sentiram o cheiro de material queimado, possuem suas peles marcadas com lembranças do incêndio, continuam

ouvindo alegações vazias e até acusações<sup>8</sup> da boca daqueles que deveriam oferecer o suporte e a responsabilidade pelo caso. Tal evento foi um atentado aos cinco sentidos, chamado até mesmo de massacre, e por isso, constitui uma imagem mental muito mais forte e vívida na memória dos santa-marienses; além de atingir a um número maior de pessoas.

Figura 11 - O prédio da Kiss 3 anos após a tragédia.



Fonte: foto tirada pela autora, 2016.

Depois daquele dia, cidadãos ainda passam rotineiramente em frente ou pelos arredores do recinto onde várias pessoas queridas perderam a vida ou foram marcadas para sempre, sendo constantemente lembrados disso – afinal, a Rua dos Andradas é uma via bastante tráfegada e o prédio continua intacto desde a fatídica noite, tal como foi abandonado após o incêndio, como um macabro e despropositado *memento mori*. Tal estado afeta bastante o fluxo da cidade, principalmente quando protestos por justiça são promovidos no local. Segundo relatos dos participantes, algumas pessoas até mesmo deixaram de fazer compras no supermercado em frente, cujo estacionamento serviu de “depósito” para os corpos que iam sendo retirados do local, e até hoje tentam evitar passar demais por aquela rua:

<sup>8</sup> Ver Prefeitura de Santa Maria culpa as vítimas por mortes na boate Kiss. G1/Fantástico, fev. 2017. Disponível em <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/02/prefeitura-de-santa-maria-culpa-vitimas-por-mortes-na-boate-kiss.html>>.

[Fala do Entrevistado 3] “Passa muito carro pelo circuito [Rua dos Andradas] pra chegar no centro, né? Então realmente é ruim, e mais essa sensação... Eu conheço um da polícia, eles tinham que fazer plantão pra ninguém invadir [o prédio da Kiss] por causa das investigações, então eles ficavam sempre sentados ali no estacionamento [do supermercado], olhando pro prédio. Aí teve um que teve que ficar lá, foi ele que tirou vários corpos, e disse: “olha, não tenho condições psicológicas pra ficar lá de plantão, olhando pra um prédio lembrando tudo que aconteceu”. Realmente não só os vitimados e os familiares próximos, tem todo um outro grupo também [que foi afetado]. É um contraste grande pra cidade, então a cidade sofreu bastante, mas agora o que que ele [o prefeito] fez pra reverter isso? Eu acho que fez muito pouco, ao que precisava. Às vezes a gente ficou... sei lá se a gente ainda tá em inércia, fragmentado, ainda tentando se recuperar, mas as pessoas sofreram e... às vezes é difícil até tocar no assunto”.

Quatro anos após o acontecido, começa a emergir a preocupação com a memória sobre o acidente e o destino que será dado ao prédio, que carrega esta imagem negativa para a cidade, já que “a manutenção do prédio como ele está atualmente não permite que as famílias e a população em geral encerrem o luto” (DIÁRIO DE SANTA MARIA, 2017). Apresentam-se opiniões diversas na sociedade, mas de maneira geral, existe um entendimento de que o incêndio não pode ser esquecido, embora sua narrativa deva ser transformada para direcionar o reerguimento da cidade e não a colocar para baixo; e de que a reforma da área do prédio é fator de suma importância para esta questão:

Nós também somos sobreviventes. Nós sobrevivemos todos os dias, e essa é uma luta constante. A memória é uma forma de reconstrução. E hoje nós vivemos dessa memória, dessa lembrança. Quando vemos a impunidade e o descaso das autoridades, a dor aumenta. Quem devia nos dar respostas, virou as costas. E se não fosse o acolhimento, mesmo que falho em algumas vezes, a gente ia sucumbir (ARANGUIZ, 2017).

O destino do prédio deve ser observado atentamente, pois uma transformação relativamente simples, dentro do âmbito da prefeitura, pode ajudar a apaziguar os sentimentos de omissão nos familiares e ser uma forma de homenagear os falecidos, influenciando fortemente nos

aspectos emocionais e subjetivos da questão, que se refletem na imagem da cidade como um todo. Além disso, posteriormente é possível que o investimento no prédio se transforme em capital turístico, virando um marco da cidade, o que aparece na fala dos entrevistados:

[Fala do Entrevistado 5] “Eu acredito que o município poderia já ter encaminhado essa opção numa homenagem, dum memorial, mas não andou nada. É que o prefeito na época ficou muito chocado, e a partir daí (...) ele perdeu a dinâmica, nos primeiros 4 anos foi uma coisa, a tragédia da Kiss abalou bastante o prefeito e equipe, e isso lógico tem o reflexo em toda a sociedade. (...) fazer uma praça, fazer alguma coisa diferente ali que desse uma motivação. Um memorial, bem bonitinho, bem ajeitado, tudo combinado, de acordo com os familiares. Aí as pessoas vão achar legal e tu pode capitalizar inclusive pra turismo: vem aqui pra conhecer todas as instalações educacionais, militares, as religiosas, visitar a Kiss, ver o que aconteceu”.

O professor Márcio Seligmann-Silva, da Unicamp, esteve presente no evento que marcou os 4 anos da tragédia, em janeiro de 2017, e trabalhou justamente o tema Memória, Trauma e Reconstrução, afirmando que “os santamarienses devem, coletivamente, construir uma nova cultura da memória contra a imposição do esquecimento”:

A esfera pública tem que aceitar esse encontro. A falta de compaixão é incompreensível. Temos que aprender a nos colocar no lugar dos outros. O reencontro com a esfera pública é fundamental. Todos têm de estar envolvidos. Devemos viver um renascimento a partir das cinzas, da memória. Construir a cultura da solidariedade e da compaixão. Que tipo de sociedade nós queremos? (ARANGUIZ, 2017).

Opinião que é reforçada pela professora da Universidade Federal de Santa Maria Virginia Vecchioli, que também busca montar um espaço que lembre às vítimas dentro da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM):

Essa tragédia traz um forte sentimento de comunhão, mas também de indignação moral, pelo descaso dos poderes públicos e com os interesses privados que se colocam à frente. Os

sobreviventes e seus familiares têm que lutar também contra a incompreensão e o preconceito. A procura por justiça é a principal busca, o que pode explicar a demora pela busca da memória. O memorial é importante não só para os familiares das vítimas, mas para toda a comunidade de Santa Maria. Isso significará que a cidade se reconhece neles e que eles não serão esquecidos. Mas é algo que precisa ser adotado por toda a comunidade, para não correr o risco de ser esquecido e abandonado (CURCINO, 2017).

Indicou-se que tais reformas ainda não foram conduzidas por questões relacionadas à desapropriação do prédio, que deveria aguardar o percurso das investigações criminais, e possivelmente a falta de recursos ou mobilização para a captação destas. O prédio da boate era alugado e foi devolvido aos donos em 2016; como os proprietários eram uma empresa do setor de empreendimentos turísticos e hotelaria, especulou-se a princípio construir um hotel no local da Kiss, o que os entrevistados consideraram “um absurdo”. A quadra da Kiss ficou sendo uma “área morta”, marcada pelo evento; algumas pessoas se mudaram dali e empreendimentos fecharam<sup>9</sup>. Em 2016 ainda, o prefeito da época assinou decreto afirmando que o prédio seria de utilidade pública – apenas falta-se decidir em que ele irá se transformar.

As ideias que se apresentam com maior frequência são para um memorial, um centro de referência para direitos humanos ou um centro de estudos relacionado à segurança. Algumas pessoas, porém, encaram o memorial como sendo algo triste e que pode perpetuar a imagem negativa; outras reforçam a intenção positiva para o lugar através da palavra “homenagem”, vinculando-a com centros culturais ou outros tipos de atividades que fossem frequentadas por todo tipo de pessoa, não só os familiares em sofrimento, mas um lugar dinâmico e que gere algo positivo para a sociedade:

[Fala do Entrevistado 3] “Nas discussões veio justamente um memorial, não fúnebre, mas uma leitura contemporânea. A gente gostaria que tivesse uma linguagem que pudesse transformar a dor em si, entender que aquilo ali foi na verdade um desastre incalculável e que

---

<sup>9</sup> Ver <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/tragedia-santa-maria-boate-kiss-um-ano-depois/noticia/2014/01/um-ano-depois-odor-e-peregrinacao-alteram-rotina-de-vizinhos-da-kiss.html>>.

aquele momento ali era realmente pra refletir ou pra sentir a saudade. Um lugar que fosse bom pra estar, e não ruim como é hoje. A gente sentia essa necessidade que aquilo ali se transformasse nesse ponto mais espiritual. E o outro era de fazer um centro de referência a questões de segurança; a falta de segurança foi justamente foi o que aconteceu ali”.

Quando existe grande catástrofe, um holocausto, a população recorda o tempo todo para que nunca mais aconteça. Poderíamos pensar por este viés quanto à Kiss. Faz-se um memorial para que nunca mais ocorra. Mas existe a questão emocional das pessoas. Um memorial sozinho marca muito. Acredito que poderia ser um centro cultural, onde tivessem oficinas, atividades. Ninguém vai esquecer do seu familiar ou de quem se foi, mas precisamos seguir em frente.

- *Roselaine Casanova, coordenadora do curso de História da Unifra* (DIÁRIO DE SANTA MARIA, 2017)

Não há nada de perigoso ou nostálgico na ideia. A existência de um memorial impulsiona um tipo de memória que atua como ligação entre passado, presente e futuro. Ao mesmo tempo, nos devolve uma imagem que faz parte da nossa identidade de santa-marienses. Do ponto de vista coletivo, nos ajuda a não esquecer o que houve para que algo semelhante não se repita e, do ponto de vista individual, compõe o conjunto das nossas lembranças.

- *Volnei Antonio Dassoler, psicanalista* (DIÁRIO DE SANTA MARIA, 2017).<sup>10</sup>

Assim, é possível perceber os seguintes fatores em operação na cidade de Santa Maria, a partir do ponto de vista dos entrevistados:

- Há uma **cisão da cidade** em dois interesses distintos pós-Kiss (o de exigência de justiça, e o de superação), ao passo que os gestores públicos parecem manter-se calados; o que

---

<sup>10</sup> O veículo Diário de Santa Maria publicou uma pesquisa de opinião realizada nas ruas e através de sua página nas redes sociais, abrangendo pessoas de variados setores da sociedade, dizendo o que elas acham que deve ser feito com o prédio. Os resultados se mostraram de acordo com as perspectivas apresentadas no presente trabalho, por isto, estão replicados no Anexo A.

por si só já demonstra uma **quebra na coesão e no senso de comunidade** e uma **falta grave de comunicação** entre setores e indivíduos, que enfraquece o movimento para uma CHIS.

- Além destes dois grupos, existe o daqueles que sentiram mais fortemente desamparados pela tragédia e pela falta de resolução do caso junto à prefeitura e, ao contrário de gerar mais motivação para buscar reparações e trabalhar junto para que a cidade se reerguesse, gerou um **êxodo da cidade**. Muitas pessoas não viram mais motivo para continuar vivendo ali<sup>11</sup>, os **laços com a cidade se romperam**.
- O incêndio ainda se faz muito presente na vida das pessoas em **termos visuais**, representado fisicamente na presença do **prédio destruído**, nas pichações em seus tapumes, no quiosque da Associação com fotos das vítimas, e a **relembração constante da mídia** de que não houve resolução do caso.
- Em busca da resolução de litígio para o caso, a Associação e movimentos buscam apoio do poder público federal e órgãos internacionais como a Organização dos Estados Americanos<sup>12</sup>. A **responsabilização difusa e a omissão dos órgãos públicos municipais e estaduais** vão contra a necessidade do ser humano de um fechamento, levando a um sentimento de mágoa profunda e injustiça, que acaba travando o desenvolvimento não só individual, humano, mas de toda a comunidade, visto que tal tragédia afetou pessoas de todos os setores da sociedade santa-mariense.
- A gestão pública parecia não reconhecer que a situação foi mal conduzida ou trabalhar pela mudança nesse sentido, assim como estudar **que tipo de impacto uma tragédia essas proporções pode trazer para a imagem da cidade** – tanto internamente, com a **motivação** dos cidadãos em trabalhar cooperativamente para o desenvolvimento da

---

<sup>11</sup> Ver <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2013/08/santa-maria180-dias-apos-o-incendio-da-b-boate-kissb.html>> e <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2017/01/27/quatro-anos-depois-abandono-e-revolta-mobilizam-pais-e-sobreviventes-da-kiss.htm>>.

<sup>12</sup> Ver <<http://avtsm.org/2017/02/24/deputado-valdeci-propoe-audiencia-para-apresentacao-do-litigio-internacional-da-kiss/>>.



cidade, quanto externamente, afetando possibilidades de receber **investimento, turismo, e retenção** do grande número de estudantes de fora que vêm para a cidade durante o ano letivo. Se existe, de fato, uma preocupação da prefeitura com as consequências deste evento para a cidade, ela **não está explícita ou não está sendo transmitida para a população**, que não escuta, não vê, não sente a mudança ou intencionalidade de mudança em seu dia-a-dia.

Acredita-se, porém, que a posse do novo prefeito, Jorge Pozzobom, que aconteceu em janeiro de 2017, pode agora trazer uma nova perspectiva para a situação, visto que o político já demonstrou maior proatividade na vontade em apoiar as famílias, respeitando a história da cidade:

A palavra omissão não vai fazer parte do nosso governo. Esse livro não pode ser fechado. Assumimos o compromisso com os donos do prédio de buscar uma solução amigável. (...) já me entregaram a chave do prédio, que está lá em meu gabinete. O memorial é uma dívida que Santa Maria tem com os familiares das vítimas e com todo o mundo (CURCINO, 2017).

Durante as atividades dos quatro anos da tragédia, lançou-se o Núcleo de Gestão Estratégica de Acolhimento, “encarregado de promover a aproximação entre o Poder Público Municipal e a associação dos familiares e sobreviventes”, dado suporte e acolhendo os sobreviventes e familiares das vítimas (DIÁRIO DE SANTA MARIA, 2017). Enquanto isso, o ex-prefeito Cezar Schirmer foi, sob intensa demonstração contrária<sup>1314</sup> da população, nomeado Secretário de Segurança Pública do Rio Grande do Sul em 2016:

---

<sup>13</sup> Ver **Nota de repúdio à nomeação de Cezar Schirmer como secretário de Segurança do Estado**. AVTSM, set. 2016. Disponível em <http://avtsm.org/2016/09/02/nota-de-repudio-a-nomeacao-de-cezar-schirmer-como-secretario-de-seguranca-do-estado/>.

<sup>14</sup> O processo movido contra o prefeito por omissão no caso Kiss foi arquivado pelo Ministério Público.

O sentimento de que essa nomeação trata-se de um deboche à população do Rio Grande do Sul não é só nosso, mas é compartilhado por milhares de gaúchos que rapidamente se manifestaram indignados nas redes sociais lançando o nome de Schirmer aos *trend topics* seguido pelo nome da boate Kiss. Isso porque o Estado e também o Brasil sabem que Schirmer é um prefeito negligente, que não fiscalizou e permitiu que uma tragédia (...) [Schirmer] foi sim, covarde, se escondeu, não deu respostas, não assumiu sua parcela de responsabilidade, não abriu investigação alguma para apurar os fatos dentro da prefeitura (AVTSM, 2016).

Além da questão da mudança de prefeito, os entrevistados disseram perceber que uma transformação da cidade está em curso, tendo se iniciado mais ou menos há uns 5 anos, o que é bem recente. Porém entende-se que a mudança é um processo, às vezes lento, relacionado a sensibilização e mobilização de atores, como é enxergado por alguns dos entrevistados:

[Fala do Entrevistado 3] “Às vezes são pequenas coisas que tu faz que consegue transformar de fato uma cidade, fazer ela ser reconhecida, né? Mas ela precisa ser trabalhada. E acho que tá mudando, o cenário empresarial, o olhar dos agentes, estão reconhecendo e percebendo que teve esse período de certo velório e que agora eles querem uma cidade feliz de novo. Voltar a ser a cidade que a gente conhecia, que era uma cidade quase de jovens por causa das universidades, que vem e sai muita gente. Então tinha um astral ótimo, né? E por várias razões, apesar de ser uma cidade de serviços militares e educacionais mais fortes. Mas se queria realmente promover a questão mais empresarial e industrial e inovadora. Então isso é o que tá tentando ser alavancado, mas também precisa de uma caminhada. (...)”

Quem promove uma mudança de cultura são os vereadores, os empresários, os agentes, os próprios moradores. A gente precisa constantemente através de discussões, de sensibilizações da população, compreender os motivos de um planejamento. Os motivos de uma transformação social, a importância de tornar as cidades mais humanas. Tudo isso realmente é uma caminhada longa. (...)”

Olha, normalmente [os santa-marienses] são difíceis. Sempre tem aqueles que não acreditam. Santa Maria é difícil mesmo de transformar.

Questão de audiências públicas mesmo são poucos participativos, teve um período que até teve mais, mas agora... sei lá... a incredibilidade eu acho... vem acontecendo com relação ao governo geral - então não vê que as coisas acontecem, e acabam deixando de lado. “Ah, não vai dar em nada, não vou perder meu tempo”. Isso acaba incentivando o individualismo, e uma cidade só se transforma com todos. E aí é que precisa de um fôlego a mais pra superar esse passo e voltar a acreditar”.

A ADESM (Agência de Desenvolvimento de Santa Maria) foi mencionada algumas vezes pelo excelente trabalho de articulação de atores, principalmente com movimento “A Santa Maria que queremos”:

[Fala do Entrevistado 1] “Pra desenvolver essa cultura, de empreendedorismo, de trazer pessoas que elas não se preocupem só com elas mesmas, que elas tenham uma visão, ou pelo menos as pessoas que ajudam a desenvolver esse tipo de cultura. Se tu for ver, em vários lugares elas geralmente tem uma preocupação com a coletividade, desenvolver algo mais amplo. Que tragam mais pessoas pra ser protagonista de uma mudança, isso aí a gente já conversou com algumas outras pessoas também, e elas compartilham também essa mesma opinião - que pra haver mudança é preciso trazer essas pessoas que tenham esse senso de também de coletividade, não só de individualismo exacerbado”.

## 5.2 RESULTADOS

A pesquisa de campo permitiu a elaboração do Quadro 3, listando as fraquezas (dores) e do Quadro 4, os pontos positivos (ganhos) que mais se destacam no município segundo as pessoas entrevistadas.

Quadro 3 - Dores/fraquezas de Santa Maria reportadas por entrevistados.

<b>Dores</b>
Prédio da Kiss (Figura 11)
Quiosque da AVTSM
Comodismo - difícil de mudar
Falta de atitude empreendedora
Repercussão da Kiss
Área da Gare pouco aproveitada, deserta (Figura 8)
Cidade de passagem
Vocação incerta
Fachada de prédios feia, mal cuidada
Faltam parques
Vila Belga (Figura 9)
Aparência de degradação
“Quadra morta” do prédio da Kiss
Trânsito na Rua dos Andradas
Omissão / falta de resolução do caso Kiss
Baixa opção cultural
Obras na Faixa Velha (Camobi)

Fonte: elaborado pela autora, 2017.

Quadro 4 - Ganhos/forças de Santa Maria reportadas por entrevistados.

<b>Ganhos</b>
Cursos universitários fortes e variados
Capital humano
População universitária jovem
Calçada Salvador Isaía (Figura 12)
Receptividade
Diversidade religiosa, bom convívio
Diversidade de perfis
Custo de vida razoável
Oferta de serviços
Ciclovia/pista multiuso da UFSM
Brique da Vila Belga
Presença dos militares – segurança
Vila Gastronômica
Articulação da ADESM
Praças públicas
APLs

Fonte: elaborado pela autora, 2017.

A questão da cidade ser vista como lugar de passagem não precisa ser encarada como algo ruim; na verdade, tal imagem tem conexões históricas, considerando a instalação dos acampamentos que deram origem à cidade, que também inicialmente eram “de passagem”. Está ligada a aspectos identitários da cidade, por isto é uma imagem

difícil de se quebrar; mas pelo contrário, pode passar a ser valorizada, simbolizando a dinamicidade e a diversidade de pessoas que compõem o local, um mosaico de capital humano e intelectual que flui pela cidade, que já possui mesmo um reconhecimento como cidade amigável e receptiva.

Figura 12 - Calçadão Salvador Isaía, rua comercial fechada para carros no centrinho da cidade de Santa Maria/RS.



Fonte: foto tirada pela autora (2016).

Isto também pode se relacionar com outra construção imagética da cidade que pode ser reforçada, que a caracteriza como “o coração do Rio Grande”: um coração de mãe (Maria), que acolhe, cuida (relacionando também com o fato de a cidade ser referência na área da saúde, com um dos melhores cursos universitários de medicina do país, e no atendimento a pessoas de municípios vizinhos), e conforta aqueles que passam por ela. Neste sentido, reforça-se a urgência e o simbolismo em acolher e cuidar também os movimentos de familiares de vítimas da tragédia, que por sua vez manifestam-se em vários grupos, como os nomeados “Mães de Janeiro” e “Movimento Santa Maria do Luto à Luta”, cujo lema é “Meu Partido é um Coração Partido”.

Os avanços em fatores de desenvolvimento – especialmente, no trabalho de articulação executado pela ADESM e a organização nos APLs Polo Defesa, CentroSoftware e Metal Mecânico – também demonstram um grande potencial do município, embora sejam um movimento bastante recente. Existe o entendimento da importância da cooperação entre e intra-setores para qualquer passo em direção a uma

“Santa Maria melhor” funcionar, embora ainda se esteja caminhando para como fazer esta interação funcionar, de fato, com a participação de representantes de todas as hélices e percepção sobre onde a articulação ainda precisa ser trabalhada – também podendo atentar à comunicação e “reintegração” dos grupos relacionados ao incêndio Kiss, trazendo mais coesão para a cidade.

Em tempos de sociedade do conhecimento, a indústria não precisa mais ser o fator principal de desenvolvimento regional; muitas vezes faz mais sentido investir em vocações locais já descobertas do que em um setor industrial que talvez não seja perfil da cidade. O APL Polo Defesa, por sua vez, representa uma conexão de tradição com a raiz militar da cidade e tem papel fundamental no desenvolvimento de tecnologia e inovação, forças motrizes de economia; podendo também investir no setor de segurança e fortalecer na cidade uma imagem oposta àquela veiculada a partir do incêndio. Em uma sociedade servidora, que é o perfil natural de Santa Maria, agora também emerge um embrião de cultura empreendedora – que, por sua vez, está ligada ao papel de protagonismo e empoderamento de seus cidadãos, favorecendo uma governança mais participativa.

Figura 13 - Praça Saldanha Marinho, Santa Maria/RS.



Fonte: foto tirada pela autora (2016).

Para catalisar o processo de mudança, é necessário observar a situação do prédio da boate Kiss, que continua sendo o maior símbolo da tragédia e compondo uma imagem negativa para a cidade. O fato do

mesmo continuar exatamente como ficou após o incêndio, fechado, e posteriormente coberto de manifestações por justiça, fotos dos falecidos e ser alvo de constantes protestos reflete a imagem de omissão e abandono que se soma ao sofrimento de 242 vidas perdidas. Após sua desapropriação e demolição, a construção que tomará seu lugar tende a virar um novo símbolo para a cidade, e por isto, deve estar alinhado à imagem (positiva) que se deseja construir para a cidade. Existe a necessidade de que a cidade tenha também seu aspecto poético e simbólico, que fale das pessoas, suas aspirações e tradições históricas, além de ser um ambiente organizado (LYNCH, 1960). O design e arquitetura de seus prédios refletem valores sociais e culturais diferentes, onde monumentos públicos geralmente marcam episódios politicamente importantes e formas diferentes de se honrar os mortos. A instalação destes prédios ou monumentos icônicos (chamados *flagship buildings*) costuma estar atrelada a projetos maiores de desenvolvimento ou revitalização da cidade, não somente como forma de diferenciação e destaque, pois além de seus propósitos funcionais e estéticos, os *flagship buildings* possuem o poder de aprimorar a imagem da cidade, reforçar a identidade local, desenvolver o turismo, incentivar uma maior participação, desenvolver as economias urbanas e regenerar os espaços urbanos (SMITH; VON KROGH STRAND, 2010). Portanto, não é suficiente derrubar o prédio; não é suficiente construir um memorial para apaziguar relações com as famílias das vítimas da Kiss; é necessário construir algo icônico, que se conecte às intenções da cidade e aos desejos dos cidadãos, que seja um local movimentado e acessível a todas as pessoas, geralmente envolvido com atividades culturais. É necessário erguer um *flagship building*, a exemplo do Museu Guggenheim em Bilbao (Espanha), que impacte positivamente no resto da cidade, a ponto de ser praticamente sozinho um vetor de mudança<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> É necessário destacar que, embora o museu Guggenheim de fato tenha sido símbolo para o desenvolvimento de Bilbao e seu estabelecimento como um dos principais pontos turístico-culturais da Europa, existem críticas ao fato de que esse tipo de construção poderia ter sido feito em qualquer lugar do mundo e obteria o mesmo resultado, porque não possui conexão com o local onde se insere; assim, com o tempo, o interesse no prédio diminuirá consideravelmente, principalmente para turistas de fora, que desejam ver algo característico dali ao visitar um lugar novo. Para gerar participação e motivação interna, também, frisa-se que o *flagship building* precisa estar atrelado a elementos identitários, represente valores ou realce a história local. Assim, ajudará a produzir um orgulho e um senso de pertencimento com relação ao lugar, entre seus cidadãos (GRODACH, 2010).



Figura 14 - Canteiros centrais na Av. Rio Branco, centro de Santa Maria/RS.

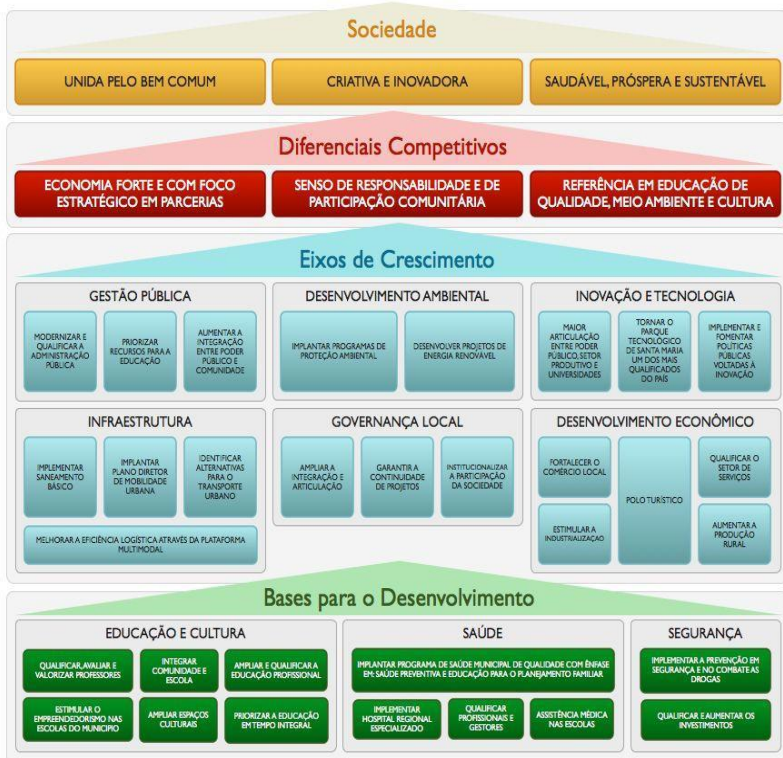


Fonte: foto tirada pela autora (2016).

O Movimento Santa Maria Que Queremos também possui muitas potencialidades para o desenvolvimento do município no caminho das CHIS. Ele se iniciou em 2009, onde através de reuniões juntando representantes da quádrupla hélice (professores, trabalhadores, empresários, profissionais liberais, militares, políticos, religiosos e representantes do poder público), compartilharam o objetivo de “construir uma visão conjunta de longo prazo para o desenvolvimento de Santa Maria e região”. Várias prioridades foram apontadas na primeira reunião, que se desdobrou em entrevistas de validação com 250 lideranças no ano seguinte, e em seguida uma pesquisa através de questionários online e pessoalmente, com a ajuda da União das Associações Comunitárias. De posse de todas estas informações (na linha “desejos, interesses e necessidades” apontadas pela população), chegou-se a um mapa estratégico (Figura 15) e um caderno de propostas com planos de ação, incluindo com Macro-Objetivos, Objetivos, Indicadores, Métricas Propostas, Entraves e Ações Viabilizadoras.

Figura 15 - Mapa estratégico do movimento Santa Maria Que Queremos<sup>16</sup>.

## SANTA MARIA: ARTICULADA, INOVADORA E FELIZ



Fonte: ADESM, s/d.

Cada Plano de Ação prevê atividades de curto, médio e longo prazo para alcançar o que a sociedade almeja para Santa Maria. Frentes de trabalho nas seguintes dimensões: Desenvolvimento, Infraestrutura, Segurança e Meio Ambiente foram criadas e continuam trabalhando na articulação dos *stakeholders*, para alcançar as metas estabelecidas. A sociedade santa-mariense ideal, indicada pelo movimento, se uniria pelo bem comum, sendo criativa e inovadora, saudável, próspera e sustentável; e possuiria o senso de responsabilidade e participação comunitária como um de seus diferenciais competitivos (Figura 15). Cada um dos eixos indicados possui muitas similaridades com o ideal

<sup>16</sup> Replicado em Anexo C.

das cidades mais humanas, inteligentes e sustentáveis, principalmente por se apoiarem nos elementos de governança participativa, conforme a ADESM busca articular.

Figura 16 - A Estação da Gare de Santa Maria/RS.



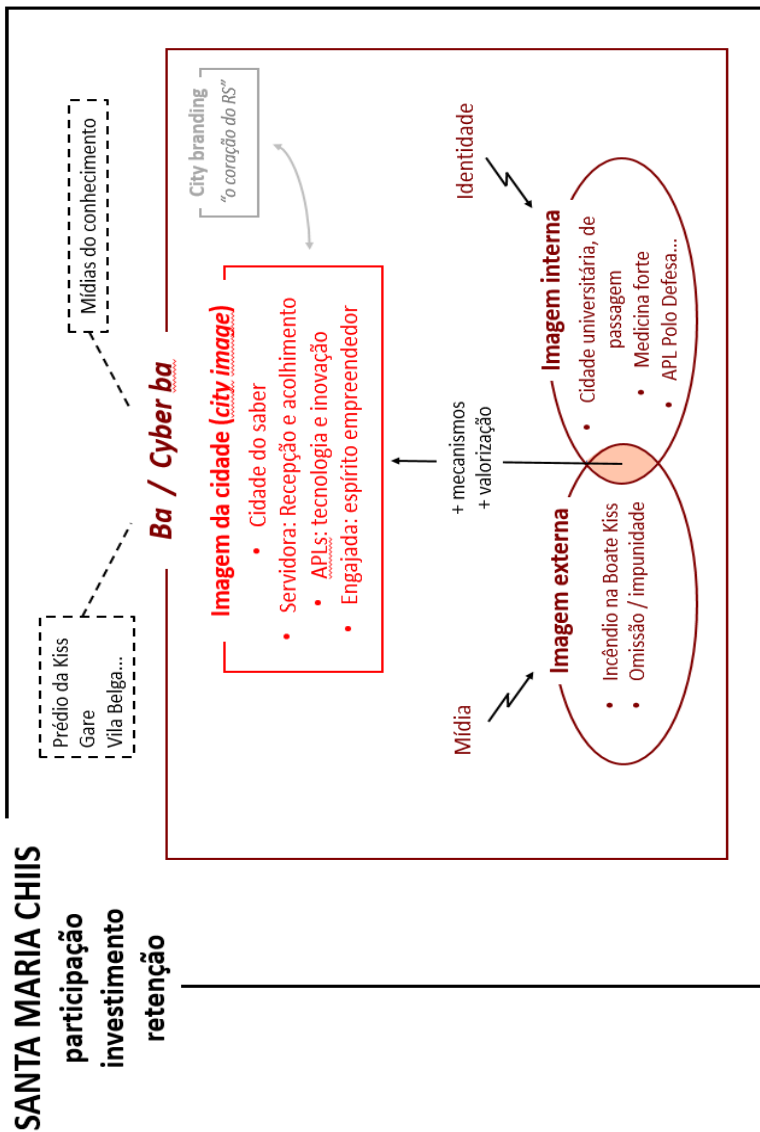
Fonte: foto tirada pela autora (2016).

Unindo o planejamento à atenção à imagem e identidade local e o posterior desenvolvimento de estratégias de *city marketing/branding*, o caminho para as CHIS se torna muito mais claro e viável para o município. A Figura 17 ilustra esta segunda abordagem, a partir dos fatores indicados durante a pesquisa de campo deste estudo. Considerando o que dizem a imagem interna (baseada, principalmente, em elementos identitários como cultura, valores, história, memória e signos da cidade) e a imagem externa (baseada no que se escuta, lê ou ouve na mídia e nas redes sociais sobre a cidade), é possível desenvolver uma imagem da cidade que valoriza e desenvolve os elementos positivos a partir da interação das pessoas dentro do “ba” e do “cyber ba”. Estes, por sua vez, são espaços de compartilhamento de conhecimento, convivência e interação em que a imagem desejada será transmitida e debatida. Alguns “ba” que devem ser trabalhados nesse sentido, conforme apontados por este estudo, são o prédio da Kiss, a Estação da Gare e o Largo da Gare e a Vila Belga<sup>17</sup>; já o “cyber ba”,

<sup>17</sup> O IPLAN (Instituto de Planejamento de Santa Maria, uma autarquia municipal) já possui os planejamentos de revitalização das áreas indicadas, neste sentido, exceto pelo prédio da Kiss e sua quadra. Destacam-se o Plano Diretor e de mobilidade e o

como espaço virtual de interação, deve ser trabalhado a partir das mídias do conhecimento como redes sociais e aplicativos, principalmente considerando que o público jovem/universitário costuma ser usuário frequente destas mídias, e devem ser integrados ao desenvolvimento urbano.

Figura 17 - Representação da cidade de Santa Maria como CHIS.



Fonte: elaborada pela autora, 2017.

A Figura 17 representa o cenário de Santa Maria conforme emergiu na pesquisa, onde sua força se concentra na contribuição de uma imagem renovada, que valoriza seu perfil como cidade do saber (baseada em conhecimento, e na variedade de cursos universitários); servidora (baseada na força do setor de serviços e nas características de lugar amigável e receptivo); tecnológica e inovadora (baseada no incentivo ao desenvolvimento dos APLs); e engajada (baseada na atitude empreendedora que começa a ser desenvolvida, e implica em protagonismo dos cidadãos).

Os elementos apresentados, levantados junto às entrevistas conduzidas, conversas informais, observações no local e fontes jornalísticas durante o estudo, mostram pelo menos algumas facetas da complexidade que compõe Santa Maria - tanto aquelas problemáticas, que devem ser trabalhadas, quanto as positivas, que devem ser reforçadas. Não se deseja construir uma nova identidade para a cidade, mas fortalecer aquela que existe e permeia as interações na sociedade, utilizando-a para reerguer um local manchado por uma tragédia que - embora não seja possível medir estatisticamente, por sua característica complexa e subjetiva - afetou sua imagem tanto externa quanto internamente. Deseja-se resgatar o senso de comunidade e de pertencimento vinculado ao território e as pessoas, religar laços quebrados, promover o empoderamento da população um ambiente de interação e cooperação que facilite, enfim, seu desenvolvimento em uma cidade mais humana, inteligente, inovadora e sustentável: a “Santa Maria que queremos” de fato.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Motivada pela emergência recorrente da questão da identificação das pessoas com o local para o desenvolvimento e a implementação bem-sucedida de ideias e projetos relacionados a cidades inteligentes durante *workshops* desenvolvidos pela equipe LabCHIS em cidades brasileiras, a autora percebeu que existe uma lacuna na literatura de *smart cities* no tratamento dessa questão, e observou que uma perspectiva mais humana pode ajudar a entender sua importância. O engajamento das pessoas na vida do lugar está baseado no sentimento de identificação local, com suas histórias e experiências. Quando a cidade transmite uma imagem ruim, ou compõe uma imagem mental ruim a partir das associações que são feitas a ela na cabeça das pessoas, a motivação é prejudicada, o que constitui um obstáculo ao desenvolvimento da cidade.

O paradigma das cidades humanas inteligentes parece ser o caminho, e a saída, para os problemas que emergiram no estudo de campo aplicado a Santa Maria. Esta nova visão da gestão e desenvolvimento da cidade em torno da participação e o engajamento das pessoas se apresenta como uma boa saída, principalmente para a resolução de questões relacionada à diminuição da confiança no governo após a falta de encaminhamento do processo Kiss.

A autora relembra que o propósito da pesquisa não contemplava a definição da identidade que a cidade de Santa Maria apresenta; apenas aponta algumas questões, que por sua vez foram levantadas pelos entrevistados. Em acordo com os conceitos de cidade humana inteligente apresentados na seção 2, o reconhecimento dos valores, costumes, laços afetivos e fatos históricos e culturais que compõem a identidade de um lugar e se refletem (ou não) em sua imagem pode apenas ser realizado pelas próprias pessoas que interagem com e se sentem pertencentes a ele. Também não cabe aqui, pelos mesmos motivos, dizer se a imagem refletida pelos entrevistados é compartilhada de fato pela população como um todo, ou fazer julgamentos sobre sua validade; para algumas cidades, ser reconhecida por determinada característica pode ser considerado ofensivo, enquanto para outras, esta mesma característica é motivo de orgulho. É justamente esta diversidade entre as cidades que se deseja manter, e quem vai dizer sua importância são seus cidadãos. A essência do lugar é algo que faça sentido para aqueles que vivem nele, e também é justamente aquilo que atrai pessoas de fora e até têm o poder de fazê-las ficar no local, caso se identifiquem com ela. Como observadora externa, cabe à pesquisadora somente o

papel de reforçar a importância de se atentar a esse fator, já que ele influi não somente no fluxo turístico ou de investimentos externos, mas no próprio envolvimento dos cidadãos na cocriação da cidade em que desejam viver.

O presente estudo não inclui o estudo das emoções individuais relacionadas à perda e outros sentimentos que venham a ser causados por uma tragédia de grande porte, pois não é seu objetivo ou a área de conhecimento da autora; mas sim o impacto de tal evento na forma como as pessoas veem a cidade e lidam com ela. Do mesmo modo, justifica-se a não inclusão de entrevistas diretas com sobreviventes e familiares envolvidos na Associação, representantes do corpo de bombeiros, sócios da boate, ou outros grupos privados relacionados diretamente ao incêndio, e perguntas relacionadas a isso também não foram direcionadas aos entrevistados selecionados.

É válido ressaltar que o foco não é apenas estudar o caso de Santa Maria em particular, mas mostrar principalmente aos formadores de políticas públicas a importância de se atentar para a relação dos fatores de identidade da cidade para o desenvolvimento de uma cidade melhor, num modelo mais humano, inteligente, inovador e sustentável. Santa Maria foi escolhida como estudo de caso para esta questão por ter sido altamente noticiada na mídia brasileira e mundial por um incêndio que ocorreu em 2013 e continua, para muitas pessoas, sendo reconhecida por este aspecto; o qual compõe uma imagem negativa para a cidade e não necessariamente se relaciona com a imagem que a população local construiu para ela, nem com seus valores e fatores de identificação.

A identificação com o local não está necessariamente ligada à questão do nascimento do indivíduo; mas sim com os valores e costumes históricos e culturais que compartilha com ele, o senso estético que lhe agrada, os vínculos afetivos que cria com as pessoas do lugar. É com essas referências que o indivíduo cria sua memória da cidade, que se mistura com relatos de outras pessoas, do que ouve e lê nos meios de comunicação, do que sente quando anda por suas ruas. A narrativa do local é criada por seus cidadãos - sejam eles nascidos e criados ali, moradores antigos, moradores temporários, visitantes frequentes ou ex-moradores; todos aqueles que têm sua história pessoal ligada ao lugar de alguma forma. É possível afirmar que quanto maior é essa conexão com aspectos territoriais, culturais, históricos e de compartilhamento de valores e bons relacionamentos com outras pessoas em um local, maior é a participação e o engajamento. A identificação com a cidade é fator de motivação para as pessoas querem cuidar dela, pois possuem laços



afetivos com o território, boas lembranças vinculadas a ele, ou pessoas queridas que ali vivem e desejam que vivam bem.

Quanto à questão da imagem do lugar, ressalta-se que o estudo se baseia na imagem mental que moradores locais possuem quanto à cidade em que vivem. A construção imagética da cidade está relacionada à memória que as pessoas têm dela, refletindo ou não a identidade original. A veiculação da mídia também influencia na criação de uma imagem da cidade, porém transmite uma ideia que pode ou não ser condizente com a realidade local. Na visão trabalhada, espera-se que a imagem externa, ou seja, a imagem que pessoas de fora possuem da cidade, reflita a ideia que os próprios moradores fazem dela; ou seja, tenham a noção a mais próxima possível da realidade, e sejam capazes de atestá-la conhecendo-a pessoalmente. É necessário, portanto, atrair mais mídia positiva do que negativa, criando experiências (consideradas boas) relacionadas com a cidade, sua história e aspectos culturais. Desta forma, a cidade poderia atrair mais visitantes, turistas e investimentos que estivessem de fato alinhados com a identidade local e com os desejos, necessidades e interesses daqueles realmente importam na questão: seus moradores. Isto é construir uma cidade inteligente e humana de fato.

O papel do gestor público, nesse sentido, é de suma importância para apoiar a construção dessa narrativa; em primeiro lugar, fornecendo e buscando de maneira sustentável o fornecimento da infraestrutura básica que comporte a quantidade de pessoas que a cidade abriga, atendendo à suas necessidades; e a seguir ou concomitantemente, moldando ou reforçando a imagem vinculada aos elementos da identidade local que contribuem para o futuro que se deseja construir - tendo em mente sempre a gravidade de se falhar nessa comunicação, construindo uma imagem desconectada da realidade local.

Caso se quisesse verificar de forma abrangente e estatística a existência desta imagem negativa da cidade, ter-se-ia aplicado uma pesquisa quantitativa através de questionário, que poderia ter sido relacionada à taxa de retenção de estudantes ou taxa de evasão da cidade, que também precisariam ser contabilizados. Talvez ainda seja recente demais para se quantificar este impacto, mas pode ser trabalhado futuramente.

Do mesmo modo, a partir de uma pesquisa quantitativa também seria possível criar um quadro apresentando quais elementos específicos compõem o quadro identitário do local e relacioná-lo a essa imagem, para verificar se a imagem que os cidadãos possuem dele refletem realmente esses fatores. No entanto, considerando a subjetividade da

questão e a quantidade de pessoas que precisariam responder a pesquisa para validá-la, optou-se aqui pela pesquisa qualitativa; além disto, na visão das cidades humanas inteligentes, este quadro deve ser construído a partir de um trabalho conjunto dos setores da sociedade, impulsionado pelo setor público (NEACSU, 2009), de forma que todas as pessoas se sintam representadas no processo.

Compreende-se que trabalhar com valores relacionados à identidade de uma cidade é complicado pelo grau de subjetividade envolvido; entretanto, ignorá-los é ignorar que a cidade é composta por pessoas, seres humanos com seus interesses, necessidades, desejos, dores e dificuldades. A gestão de uma cidade verdadeiramente inteligente deve entender a essencialidade destes fatores para seu desenvolvimento e sustentabilidade dos serviços e estilo de vida oferecido, para a construção da cidade que se deseja no futuro.

Aliás, é necessário também atentar ao fato de que a própria gestão da cidade é realizada por indivíduos, igualmente condicionados por tais fatores subjetivos. Seus interesses e dores não devem ser subtraídos do problema, pelo contrário, são parte igualmente relevante; deve-se, assim, buscar as convergências e trabalhar em cima das divergências entre grupos e setores, pensando em um novo modelo de comunicação mais livre de amarras hierárquicas e *top-down*, conforme a tendência descentralizada das novas mídias do conhecimento. A importância de cada setor da hélice quádrupla, ou de cada grupo identitário, deve ser reconhecida com o mesmo peso, considerando-se que cada um destes atores possui atribuições, abrangências e limitações dentro de seus papéis. A cooperação faz-se essencial para um quadro que seja de fato, de mudança, no que atinja a todos. Trabalhar em competição, com o tempo, periga mostrar efeitos desastrosos para a vida nas cidades – destacando que, por esta caracterizar-se como um sistema complexo, a maioria dos problemas da cidade afeta a todos, sem distinção, de alguma forma, além de terem sua própria causa igualmente complexa e interdisciplinar.

Não se pode deixar dominar por estas aflições, contudo. O novo paradigma de sociedade do conhecimento, embora aumente a complexidade de relações principalmente pelos desdobramentos da cibercultura, ao mesmo tempo fornece os mecanismos para a resolução destas problemáticas: a valorização do pensamento criativo e a difusão de tecnologias de informação e comunicação. Não é possível fazer, ou “obrigar”, as pessoas criarem laços entre si e com o lugar, mas criar mecanismos para reforçar aspectos identitários que as façam se lembrarem, criarem associações, ou experiências que comporão a

imagem mental que se tem dele; mesmo que sejam virtuais. De acordo com Manuel Castells, a pesquisa acadêmica ainda tem um longo caminho a percorrer no que tange a avaliação de “padrões de sociabilidade” em interações baseadas na web, mas hoje possuímos ferramentas suficientes para formular hipóteses e interpretações sobre o assunto (CASTELLS, 2003).

Plataformas como a do projeto *MyNeighbourhood* são um destes mecanismos de governança participativa que ajudam a fortalecer a imagem da cidade e o senso de comunidade, motivando o engajamento das pessoas nas tomadas de decisão, tendo desenvolvimentos tanto no mundo virtual como no físico; outros exemplos de mecanismos incluem aplicativos de denúncia/fiscalização e monitoramento de problemas urbanos como o Colab e o Central 156 (aplicativos brasileiros), o Olhares Urbanos (ferramenta de participação da Prefeitura de São Paulo), aplicativos de boa vizinhança para o compartilhamento e empréstimo de coisas como Tem Açúcar?, o uso de páginas institucionais em redes sociais (a exemplo da página no *Facebook* da Prefeitura de Curitiba), entre outros. Todos estes exemplos, embora utilizem tecnologias, são produzidas e mantidas a um investimento muito baixo em termos financeiros, e seu maior ganho consiste na abertura de canais de interação entre os setores e uma gestão mais transparente, que funcionam bem a partir do momento em que as pessoas se sentem representadas e se identificam com os valores que estão sendo disseminados ali; desde que se garanta que, de fato, as pessoas usarão estes meios.

Um dos maiores fatores de sucesso para plataformas como a página da Prefeitura de Curitiba no *Facebook* é, indiscutivelmente, sua abordagem em torno da exaltação de símbolos da cidade, como a capivara e o Jardim Botânico, misturando-os com elementos da cultura pop, que são gostos compartilhados pelo público-alvo que se deseja atingir, reforçando os potenciais de compartilhamento e viralidade de suas postagens e assim, atingem um número maior de pessoas (que compartilhem dos mesmos interesses, portanto). O mesmo se dá no exemplo estudado aqui do *My Neighbourhood*, cujo objetivo na primeira fase é fortalecer laços sociais e interações dentro do bairro (OLIVEIRA; CAMPOLARGO, 2015).

Por sua vez, o novo paradigma de mudança não pode estar presente somente no mundo virtual, já que este não substitui o físico, mas conversam entre si. Isto acontece pois o mundo da internet pode ser considerado um reflexo, uma reinvenção da sociedade através de comunidades online, e não um mundo paralelo à realidade “física”: ele é

“tão diverso e contraditório quanto a própria sociedade” (CASTELLS, 2003). É necessário trabalhar com representações físicas desta mudança, como a reforma de prédios ou a revitalização urbanística de uma área, assim como a imagem representada e disseminada virtualmente, nas mídias sociais:

*The concept of “smart city” (...) introduced the idea that the development of contemporary cities must be based on the capability to design and manage the interaction between the traditional physical structure and the new digital information infrastructure, through the introduction of “smart” service ideas and solutions responding to the needs emerging from citizens experiences. These new urban services invert the relation between the material substrate and the digital layer of the city: they do not just fit in the existing spaces, but actually modify the physical substrate and remodel the city by changing the ways in which people interact (CONCILIO, DESERTI; RIZZO, 2014).*

Não é porque um fator seja emergente da interação entre vários elementos dentro de um sistema complexo, que ele não possa ser pensado ou trabalhado; pelo contrário, essa incerteza deve ser gerida no sentido de orientar o crescimento do lugar ao caminho considerado “certo” ou desejável por aqueles que o compõem, que assim irá se desenvolver naturalmente. Caso contrário, seria dizer que a própria gestão e o planejamento da cidade fossem desnecessários por serem difíceis demais de se controlar. É possível criar mecanismos para lidar com isso, o que é justamente um dos maiores fatores de reivindicação nos atuais movimentos sociais, os quais adquirem nova configuração através do uso das TICs e a mobilização pelas mídias sociais. Esses mecanismos, por sua vez, podem apoiar-se de modo crescente nessas mesmas tecnologias, fazendo uso de sua abrangência para acessar os desejos, interesses e necessidades da população e implementá-las como ferramentas para um fim maior. Além disso, reforça-se que implementações pontuais dessas ferramentas, ou reformas urbanísticas pontuais, também não fazem sentido se não estiverem atreladas a um planejamento maior, pensando-as como passos para a realização de metas que se deseja atingir para o futuro da cidade, dentro de um desenvolvimento que se sustenta.

Um sistema complexo, embora se desenvolva sozinho de forma descentralizada, apenas funciona porque os papéis de cada um de seus componentes estão sendo bem executados, de forma natural, e não porque são constrangidos a agir de tal maneira ou punidos se agirem ao contrário. Cada elemento possui sua função, e basta que a cumpra bem para que o conjunto funcione, cooperativamente. A cidade flui da mesma maneira. Embora haja um poder executivo, ele não tem o poder de controlar minimamente o que acontece dentro de cada instância (e nem se pode esperar que o faça); a complexidade de fatores, eventos e componentes é grande demais, e emergem questões inesperadas da interação entre eles. Isto não deve ser encarado como um problema irresolúvel, pois o sistema complexo continua a funcionar mesmo assim. Para que funcione bem, e se desenvolva, cada setor da cidade deve garantir o cumprimento das funções que se espera, porém em contato com os outros, em comunicação contínua, e sem perder a visão do “todo”.

No mais, como foi visto, os temas do *place/city branding* e *place/city marketing* estão relacionados à imagem da cidade, porém focando principalmente na imagem externa; além disso, considera-se que estas estratégias de criação/fortalecimento da marca (gráfica) do lugar apenas fazem sentido se estiverem em concordância com a imagem e a identidade locais; do contrário, poderia revelar-se uma tentativa cara e infrutífera de “vender” o local como “propaganda enganosa”, enquanto em primeiro lugar ele deveria ouvir as necessidades das pessoas que ali vivem, moram, trabalham e estudam. A marca da cidade deve ser uma mídia de sua identidade, e observada em suas realidades físicas e mentais. Isto é dizer que o branding e o marketing devem vir depois – originarem-se – do reconhecimento de *place image/identity*, portanto justifica-se começar estudando estas questões, deixar as outras como recomendação para trabalhos futuros.

Por fim, sugere-se a aplicação de *workshops* baseados em *design thinking*<sup>18</sup>, no mesmo modelo dos workshops para cidades humanas inteligentes desenvolvidos pelo LabCHIS e que ajudaram a motivar a hipótese que guiou esta pesquisa, como forma de se absorver e entender quais elementos fazem parte da identificação com o lugar e devem ser reforçados, ou qual imagem mental o local representa. O *design thinking*

---

<sup>18</sup> Ver DEPINÉ, Agatha; AZEVEDO, Ingrid Santos Cirio de; ELEUTHERIOU, Vanessa Cardoso Santos; TEIXEIRA, Clarissa Stefani. Smart Cities and Design Thinking: sustainable development from the citizen’s perspective. In **IV Conferência de Planejamento Regional e Urbano**. Aveiro, 2017.

é especialmente aplicável por sua convergência com a questão das *smart cities*, sua abordagem multidisciplinar e facilitadora da transformação do conhecimento tácito para o explícito. Muitas vezes, o indivíduo não consegue colocar em palavras quais são suas dores e vontades, porém o *design thinker* (facilitador do processo) consegue ler nas entrelinhas, observar e gerar a empatia necessária para desenhar essa perspectiva. A sugestão considera os resultados de sucesso dos *workshops* desenvolvidos pelo laboratório em cidades brasileiras até o momento, principalmente no que tange à participação da população local no processo e o alcance aos elementos subjetivos que compõem o cenário da imagem de uma cidade.

## REFERÊNCIAS

- AAKER, David; JOACHIMSTHALER, Erich. Liderança de marca. Planeta DeAgostini, SA, Lisboa, 2007.
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A dialética do esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DE SANTA MARIA. Santa Maria em dados. Disponível em: <<http://santamariaemdados.com.br/>>. Acesso em: 6 nov. 2016.
- AHONEN, Laura; HÄMÄLÄINEN, Tuija. CLIQ: a practical approach to the quadruple helix and more open innovation. In: Sustaining Innovation. Springer, New York, NY, 2012. p. 15-29.
- AMIN, Ash. The good city. Urban studies, v. 43, n. 5-6, p. 1009-1023, 2006.
- ARRUDA, Patrícia Cabral de. Cidades líquidas. 2008.
- Associação dos Familiares de Vítimas e Sobreviventes da Tragédia de Santa Maria - AVTSM, set. 2016. Disponível em <http://avtsm.org/2016/09/02/nota-de-repudio-a-nomeacao-de-cesar-schirmer-como-secretario-de-seguranca-do-estado/>
- Associação dos Familiares de Vítimas e Sobreviventes da Tragédia de Santa Maria - AVTSM, set. 2016. Disponível em: <<http://avtsm.org/2017/02/24/deputado-valdeci-propoe-audiencia-para-apresentacao-do-litigio-internacional-da-kiss/>>.
- BAUMAN, Zygmunt, Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BELL, Daniel A.; DE-SHALIT, Avner. The spirit of cities. Why the Identity of a City Matters in a Global Age, Princeton-Oxford, 2011.

BLASCO, Sebastian et al. A three-layer approach for protecting smart-citizens privacy in crowdsensing projects. In: Chilean Computer Science Society (SCCC), 2015 34th International Conference of the. IEEE, 2015. p. 1-5.

CAMARGO, Z. Fantástico relembra piores tragédias por incêndios no Brasil. [Internet]. 2013 Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2013/01/fantastico-relembra-piores-tragedias-por-incendios-no-brasil.html>.

CARAGLIU, Andrea; DEL BO, Chiara; NIJKAMP, Peter. Smart cities in Europe. *Journal of urban technology*, v. 18, n. 2, p. 65-82, 2011.

CARRILLO, Francisco J. Capital cities: a taxonomy of capital accounts for knowledge cities. *Journal of Knowledge Management*, v. 8, n. 5, p. 28-46, 2004.

CASTELLS, Manuel. *The informational city: information technology, economic, restructuring, and urban-regional process*. Oxford: Blackwell Publishers, 1992.

CASTELLS, Manuel; DA INFORMAÇÃO, A. Era. CONCLUSÃO: DEPREENDENDO NOSSO MUNDO. 1999.

CASTELLS, Manuel. Prefacio: " Autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de Internet". Manuel Castells (UOC y University of California, Los Angeles). *Anuario del Conflicto Social*, v. 1, n. 1, 2000.

CASTELLS, M. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHEN, Y. Smart Urban Governance: An Institutional and System Perspective. *ICEGOV2013*, pp. 22-25. 2013.

COCA-STEFANIAK, Andres; CARROLL, Shanaaz. Traditional or experiential places? Exploring research needs and practitioner challenges in the management of town centres beyond the economic crisis. *Journal of Urban Regeneration & Renewal*, v. 9, n. 1, p. 35-42, 2015.



COSTA, Eduardo M.; OLIVEIRA, Álvaro D. Humane smart cities. The Oxford handbook of interdisciplinarity, p. 228-240, 2017.

Creating Local Innovation through a Quadruple Helix (20--). CLIQ Project - CLIQ in brief. Access: <[http://www.cliqproject.eu/en/cliq\\_project/cliq\\_in\\_brief/?id=92](http://www.cliqproject.eu/en/cliq_project/cliq_in_brief/?id=92)>.

CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. In: Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. Artmed, 2010.

CROTTY, Michael. The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process. Sage, 1998.

CURCINO, Naiôn. Memorial às vítimas foi o principal tema de roda de conversa sobre a Kiss. Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2017/01/memorial-as-vitimas-foi-o-principal-tema-de-roda-de-conversa-sobre-a-kiss-9630881.html>>. 2017.

DAVENPORT, Thomas H. et al. Working knowledge: How organizations manage what they know. Harvard Business Press, 1998.

DE OLIVEIRA, Álvaro; CAMPOLARGO, Margarida; MARTINS, Maria. Constructing human smart cities. In: Smart Cities, Green Technologies, and Intelligent Transport Systems. Springer, Cham, 2015. p. 32-49.

DEPINÉ, Ágatha Cristine et al. Fatores de Atração e Retenção da Classe Criativa: o potencial de Florianópolis como cidade humana inteligente. 2016.

DEPINÉ, Agatha; AZEVEDO, Ingrid Santos Cirio de; ELEUTHERIOU, Vanessa Cardoso Santos; TEIXEIRA, Clarissa Stefani. Smart Cities and Design Thinking: sustainable development from the citizen's perspective. In IV Conferência de Planejamento Regional e Urbano. Aveiro, 2017.

DIÁRIO DE SANTA MARIA. 4 anos da tragédia. Disponível em <<https://diariodesantamaria.atavist.com/4-anos-da-tragedia>>. 2017.

DOS SANTOS, Flávio Marcelo Risuenho; DE SOUSA, Richard Perassi Luiz. O conhecimento no campo de Engenharia e Gestão do Conhecimento. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 15, n. 1, p. 259-281, 2010.

ELEUTHERIOU, Vanessa et al. O Design Thinking como ferramenta colaborativa para o desenvolvimento de cidades humanas e inteligentes em prol do bem comum. *Blucher Design Proceedings*, v. 2, n. 3, p. 51-56, 2015.

FANTÁSTICO. Prefeitura de Santa Maria culpa vítimas por mortes na boate Kiss. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/02/prefeitura-de-santa-maria-culpa-vitimas-por-mortes-na-boate-kiss.html>>

FOTH, Marcus et al. From Users to Citizens: Some Thoughts on Designing for Polity and Civics. In: *Proceedings of the Annual Meeting of the Australian Special Interest Group for Computer Human Interaction*. ACM, 2015. p. 623-633.

G1. Avião com equipe da Chapecoense cai na Colômbia e deixa mortos. Disponível em <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/11/aviao-com-equipe-da-chapecoense-sofre-acidente-na-colombia.html>> . 2016a.

G1. Diretor da LaMia é detido na Bolívia. Disponível em <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/diretor-da-lamia-e-detido-na-bolivia-diz-imprensa.ghtml>>. 2016b.

G1 RS. Decreto com alterações na Lei Kiss é publicado e passa a vigorar no RS. Disponível em <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2016/11/decreto-com-alteracoes-na-lei-kiss-e-publicado-e-passa-vigorar-no-rs.html>>. 2016.

GIDDENS, Anthony (Ed.). *The progressive manifesto: New ideas for the centre-left*. Polity, 2003.

GIFFINGER, Rudolf et al. City-ranking of European medium-sized cities. *Cent. Reg. Sci. Vienna UT*, p. 1-12, 2007.

GILBOA, Shaked et al. A summated rating scale for measuring city image. *Cities*, v. 44, p. 50-59, 2015.

GRAMSCI, Antonio. *Concepções dialéticas da história*. Rio de Janeiro: civilização brasileira, 1991.

GRODACH, Carl. Beyond Bilbao: Rethinking flagship cultural development and planning in three California cities. *Journal of Planning Education and Research*, v. 29, n. 3, p. 353-366, 2010.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. TupyKurumin, 2006.

HAUGE, Åshild Lappegard. Identity and place: a critical comparison of three identity theories. *Architectural science review*, v. 50, n. 1, p. 44-51, 2007.

HORKHEIMER, Max. *Teoria Tradicional e Teoria Crítica*. In: BENJAMIN, Walter, HORKHEIMER, Max, ADORNO, Theodor W., HABERMAS, Jürgen. *Textos escolhidos*. (Col. Os Pensadores, vol. XLVIII). São Paulo: Abril Cultural, 1983. pp. 117-161.

IBGE, 2010. Disponível em <[www. ibge.gov.br/censo2010](http://www.ibge.gov.br/censo2010)>, 2010.

ILHA, Flavio. Quatro anos depois, abandono e revolta mobilizam pais e sobreviventes da Kiss. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2017/01/27/quatro-anos-depois-abandono-e-revolta-mobilizam-pais-e-sobreviventes-da-kiss.htm>>.

INSTITUTO DE PLANEJAMENTO DE SANTA MARIA. Disponível em: <http://iplan.santamaria.rs.gov.br/site/home>

JANSSON, André. The negotiated city image: symbolic reproduction and change through urban consumption. *Urban Studies*, v. 40, n. 3, p. 463-479, 2003.

KIM, Joongsub; KAPLAN, Rachel. Physical and psychological factors in sense of community: new urbanist Kentlands and nearby Orchard Village. *Environment and behavior*, v. 36, n. 3, p. 313-340, 2004.

KING, Gary; KEOHANE, Robert O.; VERBA, Sidney. *Designing social inquiry: Scientific inference in qualitative research*. Princeton university press, 1994.

KLEIN, Vinicius Barreto. Uma Proposta de Modelo Conceitual para Uso de Big Data E Open Data para Smart Cities. Dissertação, 2016. Universidade Federal de Santa Catarina.

KNEZ, Igor. Attachment and identity as related to a place and its perceived climate. *Journal of environmental psychology*, v. 25, n. 2, p. 207-218, 2005.

KOTLER, Philip. Marketing management, analysis, planning, implementation, and control, Philip Kotler. London: Prentice-Hall International, 1997.

LARA, Alexander Prado et al. Smartness that matters: towards a comprehensive and human-centred characterisation of smart cities. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, v. 2, n. 1, p. 8, 2016.

LAZZERI, Thais. Santa Maria 180 dias após o incêndio da boate Kiss. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2013/08/santa-maria180-dias-apos-o-incendio-da-b-boate-kissb.html>

LEFEBVRE, Henri. A Produção do Espaço. Paris: Ed anthropos, 1974.

LÉVY, P. Cibercultura. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LEWICKA, Maria. Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, v. 28, n. 3, p. 209-231, 2008.

LYNCH, Kevin. The image of the city. MIT press, 1960.

LOČMELE, Gunta; MOUSTEN, Birthe. A tale of two re-branded cities: Riga, Latvia and Aarhus, Denmark. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, v. 231, p. 208-215, 2016.

MATOS, Luana Marinho; SOUSA, Richard Perassi Luiz de. Semiótica peirciana aplicada à leitura da representação arquitetônica. São Paulo: USJT, 2010.

MÁRCIO, Luiz. 2015. Dois anos depois, veja 24 erros que contribuíram para tragédia na Kiss [Online]. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2015/01/dois-anos-depois-veja-24-erros-que-contribuiram-paratragedia-na-kiss.html>>. Acesso em Novembro de 2016.

MARQUES, Jamile Sabatini. Reforming technology company incentive programs for achieving knowledge-based economic development: a Brazil-Australia comparative study. 2016. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina.

MARSH, Jesse et al. Human smart cities: a new vision for redesigning urban community and citizen's life. In: Knowledge, information and creativity support systems: Recent trends, advances and solutions. Springer, Cham, 2016. p. 269-278.

MARX, K. and F. ENGELS. Capital 1. London. 1867.

MIRANDA, Cristiane Fontinha et al. Fotografia, imagem e criatividade: formas de expressão e implicações político-sociais. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 11, n. 2, p. 533-539, 2014.

MITCHELL, Melanie. Complexity: A guided tour. Oxford University Press, 2009.

MOREIRA, Tomás. Limites e potencialidades da governança urbana no Brasil. XII Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional. Belém: Instituto Polis, 2007.

MORGAN, Gareth. Paradigms, metaphors, and puzzle solving in organization theory. Administrative science quarterly, p. 605-622, 1980.

MORO, Carolina; BRIGNOL, Liliane Dutra. Usos do Facebook para ações coletivas no caso da Boate Kiss. Anais do V SIPECOM-Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria\UFSM, Santa Maria-RS-Brasil, 2013.

NADOLNY, Adam. Henri Lefebvre's concept of urban space in the context of preferences of the creative class in a modern city. 2015.

NARDI, Bárbara Zardo de. *Conhecimento da Marca de Gestão Jurídica Trabalhista*. Dissertação, 2016. Universidade Federal de Santa Catarina.

NEACSU, Mihaela. *Hans J. Morgenthau's theory of international relations: disenchantment and re-enchantment*. Springer, 2009.

NEIROTTI, Paolo et al. *Current trends in Smart City initiatives: Some stylised facts*. *Cities*, v. 38, p. 25-36, 2014.

NONAKA, Ikujiro; KONNO, Noboru. *The concept of “Ba”: Building a foundation for knowledge creation*. *California management review*, v. 40, n. 3, p. 40-54, 1998.

OLIVEIRA, Thiago P. S. de. *Sistemas Baseados em Conhecimento e Ferramentas Colaborativas para a Gestão Pública: Uma Proposta ao Planejamento Público Local*. Dissertação, 2009. Universidade Federal de Santa Catarina

OLIVEIRA, A. D., *The Human Smart Cities Vision*. Human Smart Cities Conference, Forum PA, Rome, (2013).

OLIVEIRA, Álvaro; CAMPOLARGO, Margarida. *From smart cities to human smart cities*. In: *System Sciences (HICSS)*, 2015 48th Hawaii International Conference on. IEEE, 2015. p. 2336-2344.

OLIVEIRA, Álvaro; CAMPOLARGO, Margarida; MARTINS, Maria. *Human smart cities: a human-centric model aiming at the wellbeing and quality of life of citizens*. In: *eChallenges e-2014, 2014 Conference*. IEEE, 2014. p. 1-8.

OPROMOLLA, Antonio; VOLPI, Valentina; MEDAGLIA, Carlo Maria. *Playful Interactions for the Citizens' Engagement. The Musical Language as a Possible Application*. In: *International Conference on Human-Computer Interaction*. Springer, Cham, 2016. p. 71-76.

PERASSI, R.; MENEGHEL, T. *Conhecimento, mídia e semiótica na área de Mídia do Conhecimento*. *Mídias do conhecimento*. Florianópolis: Pandion, v. 1, p. 47-72, 2011.

PETERSEN, Sobah Abbas; GRAZIA CONCILIO; OLIVEIRA, Manuel. Smart Neighbourhood Learning-the case of MyNeighbourhood. IxD&A, v. 27, p. 66-78, 2015.

PETERSEN, Sobah Abbas et al. Designing for Neighbourhoods and Citizen Engagement. In: International Conference on Social Computing and Social Media. Springer, Cham, 2016. p. 209-220.

PROSHANSKY, Harold M. The city and self-identity. Environment and behavior, v. 10, n. 2, p. 147-169, 1978.

PROSHANSKY, Harold M.; FABIAN, Abbe K.; KAMINOFF, Robert. Place-identity: Physical world socialization of the self. Journal of environmental psychology, v. 3, n. 1, p. 57-83, 1983

RIZZO, Francesca; DESERTI, Alessandro; COBANLI, Onur. Design and social innovation for the development of human smart cities. Nordes, v. 1, n. 6, 2015.

RIZZO, Francesca; DESERTI, Alessandro. Small scale collaborative services: the role of design in the development of the human smart city paradigm. In: International Conference on Distributed, Ambient, and Pervasive Interactions. Springer, Cham, 2014. p. 583-592.

RÜDIGER, F. Elementos para a crítica da cibercultura. São Paulo: Hacker Editores, 2002

RYDEN, Kent C. Mapping the invisible landscape: Folklore, writing, and the sense of place. University of Iowa Press, 1993.

SANTOS, Cristina Souza. O acesso ao conhecimento em sistemas inteligentes de gestão e análise estratégicas – uma aplicação na segurança pública. Dissertação, 2006.

SOUSA, M.; JESUS, L.; JÚNIOR, J. C.; VASCONCELOS, A. M. Gestão Social e Governança Urbana: O caso do portal da Amazônia. Administração Pública e Gestão Empresarial, Vol. 6, No. 1, pp. 27-34, 2014.

SMITH, Andrew; VON KROGH STRAND, Ingvild. Oslo's new Opera House: Cultural flagship, regeneration tool or destination icon?. *European Urban and Regional Studies*, v. 18, n. 1, p. 93-110, 2011.

STAKE, Robert E. *The art of case study research*. Sage, 1995.

STANOEVSKA-SLABEVA, K. *The Concept of Knowledge Media: The Past and Future*. St. Gallen, Suíça: University of St. Gallen, 2002.

TACCONELLI, Evelina. Systematic reviews: CRD's guidance for undertaking reviews in health care. *The Lancet Infectious Diseases*, v. 10, n. 4, p. 226, 2010.

TRUDA, Felipe. Um ano depois, odor e peregrinação alteram rotina de vizinhos da Kiss. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/tragedia-santa-maria-boate-kiss-um-ano-depois/noticia/2014/01/um-ano-depois-odor-e-peregrinacao-alteram-rotina-de-vizinhos-da-kiss.html>>.

TWIGGER-ROSS, Clare L.; UZZELL, David L. Place and identity processes. *Journal of environmental psychology*, v. 16, n. 3, p. 205-220, 1996.

UZIENE, Lina. City's Intellectual Capital framework: The performance measurement point of view. *Economics and Management*, v. 18, n. 2, p. 198-208, 2013.

VENHAAR, H. *Urban Identity: Citizens and their Cities. This Big City*. Recuperado em 19 maio, 2014, de <<http://thisbigcity.net/urban-identity-citizens-cities/> . 2012>.

VIOTTI, Paul R.; KAUPPI, Mark V. *International relations and world politics: Security, economy, identity*. Prentice-Hall; 1997.

WHO/UNICEF JOINT WATER SUPPLY; SANITATION MONITORING PROGRAMME. *Progress on drinking water and sanitation: 2014 Update*. World Health Organization, 2014.

World Health Organisation - Global Health Observatory 2014, Urban Population Growth. Disponível em



[http://www.who.int/gho/urban\\_health/situation\\_trends/urban\\_population\\_growth\\_text/en/](http://www.who.int/gho/urban_health/situation_trends/urban_population_growth_text/en/).

YIGITCANLAR, Tan A. The making of urban spaces for the knowledge economy: global practices. 2007.

**APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido –  
modelo assinado pelos entrevistados na pesquisa qualitativa**

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC  
Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do  
Conhecimento - PPGEGC

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E  
ESCLARECIDO (TCLE)**

Eu, \_\_\_\_\_,  
declaro participar voluntariamente da pesquisa científica intitulada  
“Construindo uma imagem positiva após uma tragédia: o caso de Santa  
Maria sob a ótica das cidades humanas inteligentes” (título provisório),  
sob responsabilidade da mestranda Vanessa Cardoso Santos Eleutheriou  
e seu orientador Prof. Eduardo Moreira da Costa.

O objetivo do estudo é entender a evolução da imagem da cidade  
de Santa Maria – RS (principalmente após o incêndio na Boate Kiss) e  
identificar atores envolvidos no desenvolvimento da mesma, e  
tendências futuras que possam servir de base para uma reconstrução  
positiva da imagem da cidade.

Minha participação se dará na fase de coleta de dados da  
pesquisa, por meio de uma entrevista de no máximo 60 minutos, durante  
a qual não haverá desconforto, risco ou constrangimentos. Concordo  
com a gravação em áudio da conversa, que após transcrição será  
deletada.

Concordo que as informações obtidas com a entrevista possam  
ser publicadas para a pesquisa científica de Mestrado e, posteriormente,  
possam ser integradas a materiais para aulas, congressos, eventos  
científicos, palestras ou periódicos científicos relacionados.

É garantida a mim a liberdade de decidir sobre minha  
participação, podendo retirar meu consentimento, desde que informe à  
pesquisadora, em qualquer fase da pesquisa e sem prejuízo algum. Fica  
acordado que minha participação na pesquisa não envolverá nenhum  
ônus ou ganho financeiro de minha parte.

Também fica garantida a manutenção de sigilo e privacidade,  
exceto caso eu explicitamente me manifeste em sentido contrário,  
mesmo após o término da pesquisa.

A pesquisadora se disponibiliza a prestar esclarecimentos e informações em qualquer fase da pesquisa, mesmo após a realização da entrevista, assim como fornecerá o acesso aos resultados da pesquisa.

Se eu tiver qualquer dúvida, poderei entrar em contato com a pesquisadora, pelo telefone [REDACTED] e através do e-mail veleutheriou@gmail.com, e/ou com o professor orientador, Eduardo Costa, pelo e-mail educostainovacao@gmail.com.

Declaro recebimento de uma via original deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Nome por extenso:

\_\_\_\_\_

Cargo/posição:

\_\_\_\_\_

Local e Data: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Participante da pesquisa

\_\_\_\_\_  
Assinatura da pesquisadora

**ANEXO A – Memorial Descritivo do Grupo Governança Para o  
Workshop De Cocriação De Soluções Urbanas Para o Bairro da  
Lagoa Da Conceição (Florianópolis/SC)**

**EGC 510039 – DISCIPLINA CIDADES DO  
CONHECIMENTO 2014.2 – PPGE GC / UFSC**

**WORKSHOP DE COCRIAÇÃO DE SOLUÇÕES  
URBANAS  
PARA O BAIRRO DA LAGOA DA CONCEIÇÃO**

**Grupo de Trabalho: Governança**

Cesar Verissimo de Souza

Júlio César Costa Casaes – Doutorado Regular – UFSC/EGC

Luciano Antônio Costa – Doutorado Regular - UFSC/EGC

Marina Von Meusel – Mestrado Regular – UFSC/PósArq

Marisa Araújo Carvalho – Professora Titular - UFSC/EGR

Rafael Zanelato Ledo – Doutorado Regular - UFSC/EGC

Vanessa Eleutheriou – Mestrado Regular - UFSC/EGC

Tatiana Marcela Rotta – Doutorado Regular – UFSC/Saúde

Coletiva

## **Sumário**

<b>A – Introdução .....</b>	<b>3</b>
<b>B - Experiência Interessantes em outros lugares .....</b>	<b>3</b>
<b>C - Situação atual da Lagoa da Conceição .....</b>	<b>5</b>
<b>D – Processo .....</b>	<b>5</b>
1. Metodologia e Fluxo de Trabalho .....	5
2. Atuação dos Participantes/Rumos Tomados/ Dificuldades e Benefícios .....	14
<b>E – Proposta .....</b>	<b>15</b>
<b>F - Resultados esperados .....</b>	<b>21</b>
<b>G - Próximos passos .....</b>	<b>22</b>
<b>H – Conclusões .....</b>	<b>23</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>24</b>

## **A – Introdução**

Em julho de 2014, ocorreu em Florianópolis, na localidade da Lagoa da Conceição, o Workshop de Cidades Inteligentes promovido pelo Departamento de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e organizado pelo ÁgoraLab. Como parte da dinâmica do evento criou-se cinco grupos de trabalho (GTs) para aprofundar as discussões, sendo eles: Meio-Ambiente; Segurança e Saúde; Economia e Pessoas; Mobilidade; e Governança. Durante uma semana, foram apresentados para os participantes os conceitos do tema das cidades humanas inteligentes, o histórico da localidade da Lagoa e as visões de moradores e stakeholders, de forma que ao final do evento cada GT apresentasse em plenária aberta uma proposta prática de solução para as dificuldades observadas na localidade em relação à dimensão específica do GT. Este memorial descritivo visa registrar e apresentar o conhecimento produzido pelo GT Governança durante as atividades do Workshop.

Inicialmente na seção “Experiência” serão abordadas as experiências e cases interessantes de outros lugares relacionados ao tema, sendo seguido pela “Situação atual da Lagoa da Conceição” que contextualizará o tema com o histórico e a situação da localidade. Os processos e metodologias adotados para realização estão registrados na seção “Processo”, que também apresentará as adaptações e ferramentas empregadas. Em “Proposta” são apresentadas as ideias concebidas com base nas diretrizes de cidades humanas, inteligentes e sustentáveis e que apoiam as propostas dos demais grupos e poderão contribuir para a melhoria da governança na localidade. O relato nas seções “Resultados Esperados” e “Próximos Passos” visam ilustrar as expectativas das contribuições e os trabalhos futuros necessários para viabilizar a realização dessas ideias. Por fim em “Conclusões” apresenta-se o fechamento do assunto, bem como as oportunidades e dificuldades vivenciadas pelos integrantes.

## **B - Experiência Interessantes em outros lugares**

De acordo com o entendimento do grupo, o conceito de governança no âmbito de Cidades Inteligentes pode ser expresso por um conjunto de parcerias e ações de cooperação envolvendo organizações e sociedade que visam prover acesso a recursos, transparência e engajamento da população através da realização de ações integradas e distribuídas em benefício da região. Nesse contexto, o emprego de

tecnologias de informação e comunicação (TICs) exerce importante papel na interação entre os agentes e a disseminação da informação.

Dessa forma, em relação a experiências que se destacam em outros lugares, com o tema Governança, na perspectiva conceitual e de práticas de projetos de Cidades Inteligentes, cita-se que o Centro de Globalização e Estratégia, juntamente com a Universidade de Navarra, que elaborou o **Índice Cities in Motion (ICIM)** que, entre 2011 e 2013, analisou dez indicadores (*Governo, Planejamento Urbano, Gestão Pública, Tecnologia, Meio-Ambiente, Projeção Internacional, Coesão Social, Mobilidade e Transporte, Capital Humano e Economia*) em 135 cidades de 55 países. A partir deste estudo foi elaborado um ranking das 10 cidades mais inteligentes do mundo, classificadas numa escala de 1 a 100 que dão origem ao Índice Cities in Motion (ICIM).

A primeira colocada foi a cidade Tóquio no Japão com 100 pontos, nota máxima, dos indicadores categoria Capital Humano, Gestão Pública. Com menores índices dos indicadores de Meio Ambiente e Coesão Social, e com menor índice em desenvolvimento das comunidades. Seguida por Londres no Reino Unido, com indicadores maiores em Tecnologia e Projeção Internacional. Enquanto que o primeiro mensura a presença das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) e a massificação do desenvolvimento tecnológico, o segundo tem como foco melhorar a imagem que projeta a cidade para atrair os investidores financeiros. Os resultados mais baixos de Londres aparecem nos índices Gestão Pública e Coesão Social. No primeiro que analisa à eficiência na administração, Londres obteve 28º lugar, e no segundo, o 96º, sendo Coesão Social o pior dos aspectos analisados da capital britânica.

Podemos citar a cidade de Helsique na Finlândia, por apresentar o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) entre os maiores do mundo, e reforçado por políticas em prol de um governo transparente. O governo da cidade promove o engajamento dos moradores com eventos e ações, facilitado pela disponibilização de documentos, que são mais de 1000, para acesso a população. Também a cidade têm sediado fóruns e congressos mundiais sobre a temática de Governança Inteligente.

Em relação a cases sobre a temática no Brasil, o projeto *Meu Rio – Rio de Janeiro*, funciona como uma rede para mobilização e colaboração das estratégias que possam influenciar as tomadas de decisão da cidade desde 2011. O projeto conta com mais de 100 mil pessoas da rede de moradores da cidade que encontram na plataforma digital uma forma democrática de mobilização em prol do Rio de Janeiro.

### **C - Situação atual da Lagoa da Conceição**

A Bacia da Lagoa encontra-se no limbo das possibilidades. Todas as influências sofridas até o presente momento não conseguiram concatenar todas as possibilidades, quer sejam de cunho histórico e ou atuais, com o que chamamos de desenvolvimento sustentável, ou urbanização humana e inteligente.

Há uma contraforça que dissocia do morador e do nativo a busca desse estágio de concepção de desenvolvimento que prega-se como ideal. Ao observar o ambiente urbano por eles preconizado, nos deparamos com o apego ao bucólico, beirando a figura do intocado. Para trazer lógica de conectividade com seus anseios e as necessidades do urbano atual, existem conflitos que precisam ser dirimidos e flexibilizados entre todos que co-abitam aquele espaço.

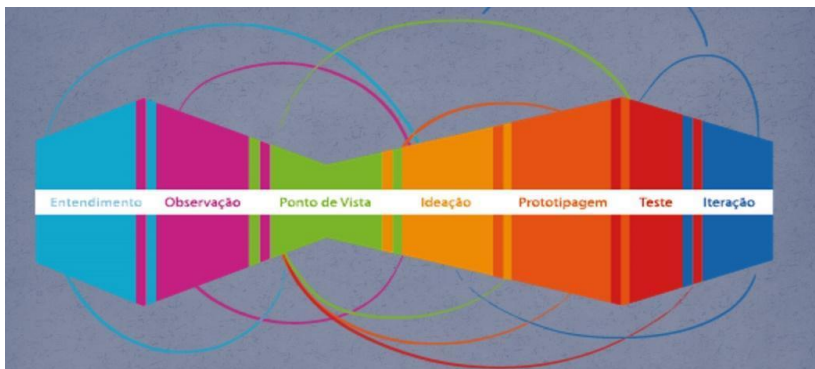
É importante ressaltar que trata-se de uma comunidade não superior a 10 (dez) mil habitantes, o que por si só nos remete a uma análise segmentada e particularizada, com observância inequívoca de que já existe um sofrimento revestido de sentimento de incompreensão para com o futuro do lugar.

### **D – Processo**

#### **1. Metodologia e Fluxo de Trabalho**

A metodologia adotada pelo grupo seguiu uma sequência de ações pré-organizadas pelo ÁgoraLab baseada no Design Thinking, modelo apresentado no início da semana de trabalho, que visou dar as condições para que houvesse expressiva participação de todos os integrantes do grupo, troca de informações entre os grupos e possibilitasse a apreensão da realidade da Lagoa da Conceição pelos participantes.





*Fig. 1 – Sequência de ações e iterações do Design Thinking.*

A partir desta metodologia proposta pelo ÁgoraLab para o evento, o grupo absorveu as atividades a serem desenvolvidas e organizou seu fluxo de trabalho com suas características específicas. Na Figura 2, a sequência de dias e as atividades principais.

O primeiro dia ficou voltado ao entendimento dos conceitos de Cidades Inteligentes e Sustentáveis e o conceito de Design Thinking através da exposição respectivas dos professores Eduardo Costa e Francisco Fialho; o conhecimento do local, através de visita guiada e a formação do Grupo de Governança. Estas atividades formaram a abordagem padrão inicial a todos os os grupos de trabalho. No primeiro dia também um primeiro Stakeholder apresentou a situação da Lagoa, o jornalista americano Jeffrey Hoff, morador local.

A partir do segundo dia é que o processo e a metodologia de cada grupo sofreram alguma diferenciação. Além dos stakeholders gerais, que palestraram para todos os grupos pela parte da manhã (Aléssio, Heitor e Maurício), houve mais dois específicos selecionados para o Grupo de Governança: Aléssio dos Passos – Presidente da AMOLA (Associação de Moradores da Lagoa) e Edison Andrino - Deputado Estadual e ex-prefeito de Florianópolis.

A entrevista com os Stakeholders específicos ocorreu no período vespertino de terça. A dinâmica adotada foi a de que todos os membros do grupo fizessem perguntas buscando trazer as respostas para dentro do quadro conceitual do Mapa de Empatia utilizado pelo Design Thinking. O foco era extrair dos entrevistados seus sentimentos com relação ao bairro, cada um com sua visão de mundo. O morador Aléssio trouxe uma visão da Lagoa ocupada pelos açorianos com sua riqueza

cultural e Andrino trouxe a visão mais empreendedora e política do bairro.



*Fig.2 – Fluxo de trabalho dos cinco dias do Workshop Lagoa da Conceição*

Para complementar o estudo com stakeholders, o grupo sentiu a necessidade de convidar Antônio Chraim - Chefe da Procuradoria da Câmara Municipal da Capital - a fornecer sua visão do local. O convite oportuno a Chraim veio dentro do contexto dos acontecimentos recentes que estão alarmando os moradores locais: a possibilidade de demolições de casas à beira da lagoa da Conceição devido a não cumprimento de legislação ambiental.

Chraim foi entrevistado dentro do mesmo objetivo de extrair sentimentos constantes no Mapa de Empatia, e trouxe grande

contribuição em mostrar como se dá a relação do bairro com a prefeitura, seus principais articuladores.

Durante as entrevistas, os integrantes tomaram nota das palavras chaves que exprimiam os sentimentos em relação a atual situação do bairro. Estas palavras chaves possibilitaram criar e montar o quadro de empatia, sintetizado abaixo:

<b>O que Escuta</b>
Conflitos de competências do executivo, legislativo e judiciário
Plano diretor inverso, ajusta-se por necessidades individuais
Retaliação de controles externos do legislativo
Desgraça no poder político
Falta de mídias colaborativas para informações pertinentes a comunidade
Comunidade sem paixão
Deseometria das relações igual ao denunciismo barato
Identificar ou mapear forma de abordagem aos moradores
Perda de referências: identidade, pessoas, natureza
Trânsito que só vem a saída não é pela lagoa
Sonhos de uma Avenida das Rendeiras alargada cheia de iluminação

<b>O que fala e faz</b>
Propagar a cultura
Traz o passado para o presente
Projetos políticos
Gosta de sentar e olhar a lagoa
Memórias vivas de histórias
Mediação de escuta de conflito de poderes

<b>O que vê</b>
Falta de propostas dos empreendedores locais com relação a cultura
Falta de conscientização dos limites e espaços
Falta de comunicação entre grupos de moradores
Desconhecido e o místico
O diferente
Governança está dentro de um modelo de conflito

Deslocamento para consulta de viabilidade no centro
Falta de relacionamento entre as pessoas
Ocupação desordenada
Passividade do poder empresarial
O poder público trava e não sei o porque
Falta de manutenção
Falta de agilidade pela briga de poderes
Falta de gestão
Falta de urbanização dos espaços
Carinho pela lagoa
Ex-vereador local não contribui
Moradores do Village e Saulo Ramos não se misturam
Invasão de turista
Perda cultural
Definição de limites, infraestrutura e mobilidade
Características cosmopolitas
Sistema de esgoto igual a 27 anos para 970 residências
Estamos num mundo urbanizado

<b>O que pensa</b>
Ter um Pasquim - Comunicação
A Unidade na diversidade foi perdida
Registro da memória
Criação de oficina de projetos locais empreendedorismo
História da cidade
Valorizar a cultura existe muito enfoque ambiental
A lagoa tem alma
Diversidade é cristalina
Pode público é inconsequente sem projeto
Qualidade de vida do trabalho se perdeu
Falta de estrutura para interação homem-natureza
Sentimento, paixão, simplicidade e diversidade
Saudosismo da cidade dos sonhos da personalidade
Discriminação
O amor
Descaracterização cultural
Sentir a riqueza da diversidade
Manezinho é esperto

Lagoa é um convite
Enfoque na sabedoria popular
Experiência forte
Sentir o ambiente é cultural
Identidade, o feminino, a lagoa, a história, as mulheres e as bruxas

<b>Sonho</b>
Preservação
Deck na lagoa e ciclovias
Empregabilidade para os jovens
Intervenção moderadas
Desarme de espíritos de conflitos
Lagoa despoluída e urbanizada a volta do pescar
Respeito aos espaços coletivos
Resgate cultural
Projetos arquitetônicos culturas e histórico em comércio
Limitação de lancha e jet-ski na lagoa
Oficina de geração de ideias e projeto
Túnel de vidro debaixo da duna
Teleférico
Biblioteca cultural
Mediar as causas urbanísticas com as necessidades da comunidade
Central de informação culturais e redes
Cidade da saúde
Aprovar PEC 53 – usucapião de terras da marinha, levantamento dos beneficiários, mapeamento e controle da nova realidade de moradias
Resgate de memória e raízes
Utilizar espaços para valorizar as narrativas da história e da cultura
Reativar do comitê de gerenciamento da lagoa
Utilização, organização e catalogação do acervo do Alécio
Aproveitamento de conhecimento especialistas dos moradores
Falta de articulação público-privada
Parque da lagoa
Ideias criativas
Atividade cultural lúdica
Modelo que deu certo (ex: cooperativa de pescadores)
Espaço de artes – função do casarão
Estimular espaços religiosos e festas nativas

Uma nova ponte na lagoa ligando a Osni Ortiga
Aproveitar trabalhos acadêmicos já produzidos
Projetos criativos
Mapeamento para moderar o controle

<b>Dores</b>
Invasão de fora para dentro
Perda da beleza e da dor
Frustração e falta de financeiro na questão política
Perda de identidade
Proximidade nativo e local
Desrespeito de ir e vir
Falta de valorização da sabedoria popular
Falta de entendimento da alma da lagoa
Precisam se comunicar
Solução para todos na relação da desocupação na lagoa
Amor
Desrespeito pela história das pessoas e do lugar
Desconhecimento da cidade
Inversão de valores
Perda cultural
Perdeu-se a capacidade de se entrosar
Uso desregrado de veículos aquáticos

A série de palavras registradas pelo Mapa de Empatia definiram as sensações dos stakeholders, que foram compiladas na estruturação conceitual da proposta. Esta conceituação foi discutida pelo grupo e foi pensada como a governança deveria ser entendida.

Nessa conceituação, foi observada pelo grupo a necessidade de resgate da “alma da Lagoa” na tríade pessoas-natureza-beleza.



Fig. 3 Figura conceitual do Grupo Governança

Dentro da tríade apresentada, há a preocupação de que a governança leve em consideração as pessoas e a natureza do local, a qual compõe a beleza conjuntural da região. Ao se pensar sobre as pessoas, a governança deve dar voz, engajá-las, garantir sua identidade cultural, fortalecer o vínculo entre elas e promover solidariedade na busca de soluções.

No que se refere à natureza, a governança deve trabalhar no sentido de tornar as questões de preservação do meio ambiente uma pauta presente nas reivindicações das pessoas e no próprio processo de fiscalização da própria comunidade. Neste momento, o grupo observou que : **1) os canais da governança têm que estar abertos para viabilizar várias ações que compactuam com esses conceitos e por consequência com os anseios da comunidade; 2) o engajamento das pessoas na vida do lugar está baseado no sentimento de identificação local, com suas histórias e experiências**<sup>19</sup>. Portanto, a proposta de governança deveria estar pautada no compartilhamento de

<sup>19</sup> “If people identify with their cities – and they are more likely to do so if they feel their city expresses a particular identity – they are more likely to have a sense of social responsibility, to care about and be civil towards fellow citizens” (Bell; de-Shalit, 2011)

informação/ fortalecimento dos meios de comunicação e no fortalecimento da identidade local (a qual teria ficado um pouco difusa com o tempo, principalmente a partir do aumento do fluxo de turistas e novos moradores vindo de fora - “a alma da Lagoa está poluída”).

Na plenária do dia 23/07, a conceituação da tríade pessoas-natureza-beleza foi apresentada aos outros grupos. Vale lembrar que os outros GTs, neste momento, apresentaram seus trabalhos em uma fase mais avançada, já com brainstormings de propostas iniciais para a Lagoa, seguindo o cronograma do evento. No entanto, o grupo de Governança cedeu um tempo maior para a fase da Empatia e do Ponto de Vista, o que mais tarde provou-se essencial para a emergência de uma proposta coesa, que fizesse sentido para a comunidade e também para cada participante do GT.

Após a apresentação conceituação inicial, a metodologia seguiu no intuito de converter os conceitos em propostas de governança. Baseada na fala dos stakeholders, que deixava clara a necessidade de uma Governança Local, a discussão com todo o grupo direcionou-se para o fortalecimento e criação da mesma (pelo grupo denominada GOLLA), que pudesse gerir todas as necessidades apresentadas e dar continuidade as boas iniciativas no nível do bairro.

Este processo, ocorrido nos dias 23 e 24/07, foi discutido também com participantes de outros grupos de trabalho que visitaram o grupo de Governança durante as atividades do workshop. Observou-se aqui que o trabalho de todos os grupos convergiria para o trabalho do grupo de Governança. É através dos mecanismos da Governança que diversas propostas em mobilidade, meio ambiente, segurança etc. se viabilizarão ao longo do tempo.

Estruturada a proposta, ela foi apresentada dia 25/07 a todos os grupos. Esta foi pauta para a criação de uma Governança Local com uma estrutura física e virtual para facilitar o acesso à comunidade, como mostraremos adiante.

## **2. Atuação dos Participantes/Rumos Tomados/ Dificuldades e Benefícios**

A divisão de tarefas dentro do grupo Governança ficou em 04 frentes de trabalho: Apresentação, Integração, Conceituação e Propostas.

A apresentação ficou a cargo de Júlio com a síntese das ideias e montagem slides e Rafael na colaboração com gráficos.

A integração consiste na visita aos outros grupos e no convite, conversa e organização dos Stakeholders. Todos participaram das



entrevistas, sendo que o convite e a procura de novos entrevistados ficaram sob responsabilidade de César e Tatiana. A visita aos outros grupos ficou sob responsabilidade de Marina.

A conceituação teve a participação de todos, mas se concentrou nas indicações da prof. Marisa pelo conhecimento do Design Thinking e na síntese do mapa de Empatia feita pela Tatiana.

Todos os integrantes do grupo tiveram total participação na criação das propostas, o que favoreceu a construção coletiva, que é em princípio, o próprio espírito da Governança.

A princípio, a organização do grupo encontrou barreiras em se adaptar à metodologia Design Thinking pois nem todos a conheciam, e isso trouxe dificuldades na distribuição das atividades. Foi percebido que o próprio tema Governança é uma questão complexa para gerar proposições no início do processo, pois traz um nível de abstração diferente de outros temas como meio ambiente e mobilidade, por exemplo.

O benefício da organização do processo de trabalho do GT Governança ficou em conseguir organizar as atividades dentro do máximo que cada um poderia contribuir com sua experiência prévia. Isso acaba sendo uma estratégia importante em atividades a serem desenvolvidos num período curto de tempo. No grupo, isso apareceu em diversas situações, como por exemplo na busca de stakeholder - facilitada pela experiência prévia de César, por ter trabalhado na prefeitura; nas sugestões conceituais - pela experiência prévia com Design Thinking da prof. Marisa; ou na contribuição do infográfico do Rafael - por trabalhar com design gráfico. De um modo geral extraiu-se a experiência prévia de todos para otimizar as atividades durante o processo de trabalho. Trazer o conhecimento de cada um pra dentro do Grupo de Trabalho se constituiu numa grande atividade interdisciplinar.

## **E – Proposta**

A gestão de políticas públicas tem se alicerçado nas bases do conceito de governança, desde o processo de redemocratização nas políticas públicas, como o compartilhamento de responsabilidades entre atores sociais, e ampla participação da sociedade civil nas decisões sobre investimentos em projetos de intervenção social (SOUSA et al., 2014).

Para Sousa et al. (2014 apud FREY, 2007, p.29), a governança ocorre a partir de uma legitimidade de democracia do poder local. A abordagem democrático-participativa garante as relações sociais mais dialógicas, por meio dos quais diversos grupos de interesses articulam,

negociam e exercem influência e poder nas decisões e ações (SOUSA et al. Apud KNOPP; ALCOROFADO, 2014, P.29).

A governança urbana é um tipo de governança cujo conceito se insere no questionamento do papel regulador do Estado e suas interfaces com a sociedade civil, principalmente no que se refere à gestão local e regional, como estruturas e modos de gestão flexíveis, de participação e regulamentações coletivas Sousa et al. (2014 apud MOREIRA, 2007, p.29).

A ideia das cidades inteligentes está fortemente inter-relacionada com a governança urbana, uma vez que para o desenvolvimento de um local, ou região, se faz necessário uma visão de futuro, envolvendo a comunidade em busca de uma equidade social, permitindo o desenvolvimento de ambientes sustentáveis, e principalmente na relação com a comunidade local, baseada no engajamento de seus participantes.



*Fig. 4 – Modelo de governança*

*Fonte: elaboração própria*

O quadro abaixo apresenta as várias definições de governança urbana, dentre as quais destaca-se as definições de Le Galès, Lefèvre e Harvey.

Conceito de Governança Urbana	Autor
“A capacidade de integrar e dar forma aos interesses locais, organizações e grupos sociais, representando-os internamente como também externamente, e neste âmbito, desenvolve estratégias unificadoras com vistas ao mercado, ao Estado, as cidades e aos diversos níveis de governo”.	Le Galès (1999)

<p>“Compreende a relação entre os atores sociais engajados na construção de espaços de compromissos e nos diversos papéis desempenhados por eles dentro de um processo de cooperação”.</p>	<p>Christian Lefèvre (1997)</p>
<p>“Representa o instrumento de organização e de gestão dos espaços derivados de um complexo de forças mobilizadas pelos diversos atores sociais. Forças, nas quais a tradicional iniciativa local é integrada às capacidades empresariais do governo local, a fim de atrair os recursos externos, os novos investimentos e os novos empregos”.</p>	<p>David Harvey (1996)</p>

FONTE: ADAPTADO DE SOUSA ET.AL (2014)

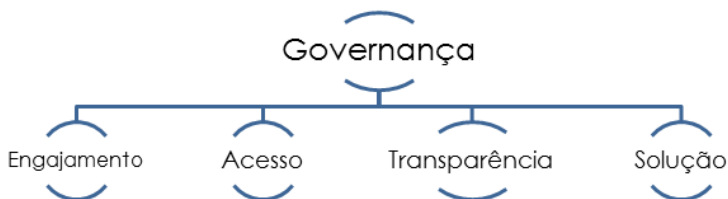
Chen (2013) classifica um sistema de governança urbana inteligente em três componentes interligados: instituições, atores e processos (ações e interações). Inteligência implica na utilização de tecnologias de informação e comunicação (TICs) e outros sistemas que interagem com o sistema de governança urbana e são considerados informações no momento da tomada de decisão de governança urbana.

Para este trabalho utilizamos os conceitos de governança urbana por meio da palavra Governança. A estrutura da governança é sustentada por quatro pilares:

- **engajamento** é a forma pelo qual as partes envolvidas são motivadas na proposição de realização de ações. Para tanto, no caso da Lagoa da Conceição, é necessário o envolvimento do que chamamos entidades: 1) Comunidade, com participação efetiva seja na elaboração de propostas, seja na realização das ações; 2) Setor Público, por meio de disponibilização de serviços e envolvimento ativo na realização das ações; e, 3) Setor Privado, não somente promovendo patrocínio de ações de interesse local como nas suas realizações;
- **acesso** é o meio que possibilita que as entidades (comunidade, setor público, setor privado) se envolvam no processo da governança. O acesso permite não se limita apenas a participação das entidades, como também a colaboração e divulgação nos resultados alcançados. A disponibilização do acesso tem impacto direto na comunidade, já que este é

responsável na modificação de sua forma de pensar e agir, ou seja, atua na cultura da comunidade;

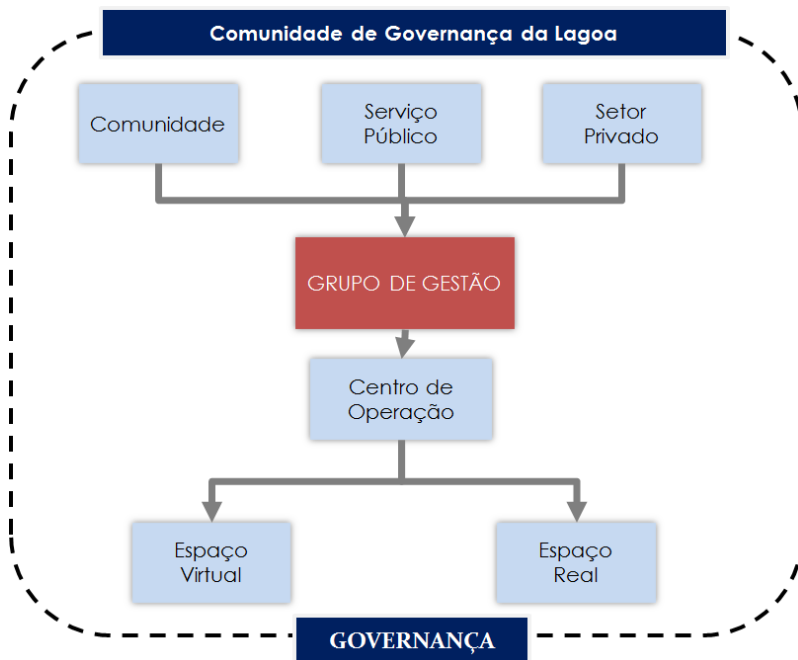
- **transparência** é responsável pela comunicação entre as entidades. A comunicação ocorre por meio da disponibilização da informação, sendo esta o elemento chave para o sucesso da governança, pois ao mesmo tempo que comunica os produtos resultantes das ações implementadas, ela é insumo para elaboração de propostas, priorização de ações, definição de papéis e responsabilidades; e,
- **solução** tem como finalidade realizar programas, projetos e ações voltados para o benefício da comunidade. Para implementações das soluções é necessário o envolvimento do setor público e privado. Os programas, projetos e ações devem ser factíveis e coerentes com a realidade local. Os resultados colhidos devem ser evidenciados como conquistas do trabalho em conjunto das entidades e não apenas de um dos envolvidos.



*Fig. 5 – Estrutura de Governança*

*Fonte: elaboração própria*

Neste sentido é proposto a criação de um Grupo de Gestão de Governança da Lagoa (GOLA), que tem por objetivo definir diretrizes e ações para a Lagoa da Conceição. Este grupo deve ser composto por representantes da comunidade da Lagoa da Conceição, por representantes do Setor Público (Estado, Prefeitura e Ministério Público Federal), e por representantes do Setor Privado (associação comercial e indústria locais).



*Fig. 6 – Governança da Lagoa*

*Fonte: elaboração própria*

As atribuições do GOLA são importantes e cruciais para o sucesso da governança, para tanto é preciso:

- consultar a comunidade, entender seus desejos e anseios;
- promover eleição de representantes da comunidade para participação no grupo de gestão;
- sensibilizar e envolver entidades do setor público-privado, sendo esta uma atividade constante;
- definir papéis e responsabilidade dos integrantes do grupo de gestão; e,
- definir e priorizar programas, projetos e ações em benefício da Lagoa da Conceição.

Sob a tutela do GOLLA, é proposto, também, a criação de um Centro de Operação, responsável por comunicar e executar as diretrizes e ações definidas. O Centro de Operações tem como suas atribuições:

- definir e implementar processos de trabalho; e,
- criar e operacionalizar espaço virtual e um espaço real.

O espaço virtual é um portal onde serão dispostas as informações sobre a estrutura, atribuições e realização do GOLLA. Será também uma ferramenta de interação entre comunidade com e demais partes interessadas, como por exemplo: local para sugestões e reclamações; divulgação da cultura e lazer da região; e, acesso a serviços e informações.

O espaço real é um local físico e tem o intuito de ser um centro de referência com a disponibilização de serviços do Setor Público e divulgação da cultura local. A disponibilização de serviços públicos objetiva facilitar e dar acessibilidade à comunidade. Já a divulgação da cultura local permite realizar um resgate histórico e sua manutenção, por meio das histórias e estórias da Lagoa da Conceição, da promoção das festas populares e dos artesanatos produzidos pelos “manezinhos” locais.

Para a realização dos programas, projetos e ações é fundamental a obtenção de recursos físicos-financeiros. Nem sempre os recursos obtidos do setor público e/ou setor privado são suficientes para execução das diretrizes ou para a manutenção dos resultados alcançados. Como proposta, sugerimos que o Centro de Operação promova ações que gerem recursos para sua sustentabilidade, engajamento da comunidade e financiamento das diretrizes, por meio da criação da taxa de turismo e do programa de pontuação “Ceixa”.

A taxa de turismo seria uma contribuição não obrigatória, cobrada nos serviços prestados aos turistas da Lagoa da Conceição. O valor dessa taxa seria um percentual a ser definido pelo GOLLA, assim como o processo e repasse dessa cobrança pelo Setor Privado. O fundo angariado deve ser investido exclusivamente em benefício a comunidade local.

O programa de pontuação seria uma forma de envolvimento da comunidade e do Setor Privado. O programa prevê a criação de uma moeda (ou pontos) denominado “Ceixa”. Por meio da atuação individual de integrantes da comunidade, na participação e envolvimento das diretrizes do GOLLA, o participante receberá moedas (ou pontos). O acúmulo dos pontos permitirá a troca de por produtos ou serviços no

comércio local. Os processos e forma de pontuação devem ser definidos pelo GOLA, como forma de engajamento das partes interessadas.

## **F - Resultados esperados**

Os resultados esperados a partir das propostas formuladas pelo GT referem-se principalmente à boa aplicação da democracia (dar voz à população) e da valorização da cultura local (fortalecimento da identidade) através de estratégias que garantam a ação comunitária juntamente com a ação política.

Nesse contexto, a aplicação destas ideologias deve ocorrer através da união da população local, afim de que todos simpatizantes da Lagoa da Conceição se unam e lutem pelo mesmo objetivo: restaurar a alma da Lagoa.

Para isso, a aplicação das estratégias desenvolvidas pelo grupo tornam-se imprescindíveis através da valorização da cultura, que deixou de ser reconhecida e fez com que a Lagoa se tornasse um espaço somente de contemplação e de práticas de atividades de lazer.

Como meta principal, esperamos que através da união desta comunidade os espaços já concebidos da Lagoa, os quais possuem valor cultural, sejam reconhecidos. Para isso, propomos a utilização da praça principal e da Casa das Máquinas como locais de governança política e de democracia, aplicando a eles o conceito da “ágora”, espaço greco-romano onde os antigos se reuniam para discutir ideologias e praticar atividades de lazer.

Nesse sentido, através da análise das estratégias propostas e partindo do princípio de que para que estas sejam desenvolvidas, necessita-se principalmente do engajamento da população. A partida do processo poderia dar-se com a aplicação dos pontos “Ceixa”, tendo como pano de fundo a valorização do comércio local e espaços da Lagoa, trazendo o sentimento de carinho e cuidado pelo espaço de vivência, pois através da análise do GT percebeu-se que o engajamento e participação na vida em sociedade ocorre a partir do momento em que existe uma relação de identificação com o local.

Esperamos que a equipe do ÁgoraLab com muito trabalho e persistência consiga dar continuidade aos trabalhos desenvolvidos pelos GTs, e para isso acreditamos que seja necessária a junção das estratégias desenvolvidas durante o workshop para cada tema em um documento único de proposta para a região. Assim, sugerimos a junção de integrantes de cada grupo como forma a conseguir implementar as ideias e soluções propostas para os espaços da Lagoa.

Confiamos que, com a adoção das propostas, a comunidade local da Lagoa bem como seus usuários reconheçam a importância do espaço que usufruem, buscando conferir aos moradores uma sensação de pertencimento à cidade, obtendo resultados importantes para a mesma, através da recuperação da alma da Lagoa.

### **G - Próximos passos**

Para elaboração de um protótipo em relação a Governança no modelo de Cidades Humanas Inteligentes, com viés em Governança Comunitária, é de extrema relevância que se estabeleçam alguns pontos essenciais que permitam a implementação concreta de um projeto ou propostas viáveis na Bacia da Lagoa da Conceição, dos quais cita-se:

§ - A priori para Elaboração de um projeto, é necessário um diagnóstico junto a órgãos públicos como IPUF, SUSP, SESP, Pró-cidadão, CELESC, CASAN, Polícia Militar, Polícia Civil, FATMA, Ministério Público Federal, Fundação Franklin Cascaes, FLORAM, SPU, entre outros, que tenham relação ou jurisdição sobre a Bacia da Lagoa da Conceição, em relação as dinâmicas já existentes de atendimento, às demandas e possibilidades projetadas dentro da ótica do desenvolvimento inteligente, englobadas aqui as propostas levantadas pelos outros grupos dessa disciplina.

§ - Necessidade de investigar quais são os Stakeholders relevantes, para elaboração de um projeto aplicável na realidade da comunidade estudada, com base no conceito de Governança em Cidades Inteligentes e Humanas;

§ - Pesquisa de campo com número de pessoas pertencentes a grupos representativos stakeholders (moradores, transeuntes, empreendedores, empresários, gestores, trabalhadores, cooperados e turistas);

§ - Para validação da proposta estruturada com esse trabalho, reaplicar o processo com a necessária abrangência e consistência, de forma a consolidar as demandas e expectativas reais da comunidade em sua versão ampliada;

§ - Há a necessidade, em função de legislação, da abertura de editais para praticamente todas as iniciativas que envolvam uso de espaço público pelo setor privado, mesmo dentro das propagadas parcerias público/privadas (PPP). Teremos então, fatores limitadores que suplantam, muitas vezes, o desejo do coletivo, mesmo que gestores públicos sejam favoráveis aos



processos, respeitando-se o status quo ambiental da Lagoa e seu entorno, por si só, muito restritivo;

§ - Dentro do conceito de Cidades Inteligentes, teremos limitadores contidos na legislação que não prevê a projeção de autonomia de Governança Comunitária, o que não ocorre em boa parte das cidades citadas como modelos mundiais, posto que, dispõem de alternativas de gestão compartilhada.

## **H - Conclusões**

Através da participação no workshop, os participantes do grupo de Governança tiveram a oportunidade de se aproximarem da região da Lagoa e das pessoas que ali moram, trabalham ou percorrem em seu dia-a-dia, oferecendo então uma visão de fora para a resolução dos problemas encontrados na região.

Pudemos observar que, muitas vezes, as questões tratadas no tema de governança de um local refletem, em menor esfera, na dinâmica do próprio grupo de trabalho; porém, a partir da aplicação das ferramentas do Design Thinking, foi possível alcançar o objetivo esperado no workshop como disciplina e finalizar o trabalho com uma proposta que não só satisfaria questões locais (o que confirmado na fase de validação do trabalho, ao apresentarmos a alguns moradores da Lagoa nossas ideias) como também faria sentido para todos os integrantes do grupo de trabalho, que não se conheciam anteriormente e possuem backgrounds bastante distintos.

Por fim, gostaríamos de ressaltar que esta proposta seria apenas um chute inicial na retomada da questão, pois para sua aplicação um trabalho mais profundo (e com mais tempo) na pesquisa sobre o histórico do local, suas lideranças e projetos de governança feitos por órgãos locais seria fundamental para o sucesso da aplicação da solução apresentada.

## Referências Bibliográficas

CHEN, Y. **Smart Urban Governance**: An Institutional and System Perspective. ICEGOV2013, pp. 22-25. 2013.

BELL, D; DE-SHALIT, A. **The spirit of cities**: why the identity of a city matters in a global age. New Jersey: Princeton University Press, 2011.

SOUSA, M.; JESUS, L.; JÚNIOR, J. C.; VASCONCELOS, A. M. **Gestão Social e Governança Urbana**: O caso do portal da Amazônia. Administração Pública e Gestão Empresarial, Vol. 6, No. 1, pp. 27-34, 2014.

**ANEXO B – Matéria do Diário de Santa Maria 4 anos da tragédia -  
O que será deste prédio?**

## ANEXO C – Mapa Estratégico Do Movimento A Santa Maria Que Queremos

### SANTA MARIA: ARTICULADA, INOVADORA E FELIZ

