

072

ANÁLISE COMPORTAMENTAL DOS USUÁRIOS DO ENTORNO DO MERCADO CENTRAL DE PELOTAS-RS. *Michele de M. Sedrez, Andréa Q. Mussi, Carla Lobo, Miguel Martins, Maria da Graça A. da S. Duval, MsC* (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, UFPel).

O presente trabalho visa analisar o Mercado Central de Pelotas e seu entorno, o qual situa-se numa área visivelmente degradada na zona central da cidade. Tal análise será desenvolvida do ponto de vista perceptivo, a partir da avaliação das manifestações comportamentais dos usuários do referido espaço e da avaliação física da área. Objetiva-se com isso identificar os fatores determinantes dessa degradação e a partir daí elaborar diretrizes que sirvam de subsídio a futuras intervenções. A metodologia do trabalho foi estruturada em três etapas descritas a seguir. A primeira refere-se a elaboração de um levantamento histórico com ênfase na identificação do caráter das atividades desenvolvidas na área ao longo do tempo. A segunda diz respeito aos levantamentos em campo que serão divididos em levantamento físico da área (tipos de uso, características das edificações, dimensões), observação das manifestações comportamentais (registrados em mapas comportamentais), realização de entrevistas semi-estruturadas e questionários, sendo que estes três últimos itens visarão diagnosticar atitudes e percepções dos usuários. A última etapa da pesquisa será a de análise qualitativa e quantitativa dos dados obtidos nas etapas anteriores, com o objetivo de entender as atitudes dos usuários em relação à área e de identificar elementos físicos e funcionais que determinam essas atitudes e a degradação do local. Até o presente momento foi verificado, através de uma análise expedita do levantamento histórico e dos usos observados, que o Mercado e seu entorno apresentam três caracteres relevantes: o comercial, o comunitário e o simbólico. Dentre esses caracteres o que supostamente apresenta uma mudança mais significativa ao longo do tempo é o comercial que, a princípio, correspondia as necessidades da população. Osurgimento de outras formas de comércio que se aproximam aos anseios do usuário contemporâneo e a não adaptação do Mercado aos mesmos, surge como uma hipótese que explica a menor utilização e conseqüente degradação do espaço em questão.