

291

A CRIAÇÃO DE NOVOS LUGARES NA VIRADA DO SÉCULO XXI. Marcos Amado Petrolí, *Lineu Castello (orient.)* (UFRGS).

Atualmente, há uma crescente demanda pela criação de novos lugares provocada pela expansão globalizada do turismo. Ilhas inteiras e extensas áreas urbanas são planejadas com variadas bases temáticas, como desenhos animados, culturas e áreas históricas. Esses lugares, formulados nas mais criativas técnicas de marketing, são proporcionados pelo desenvolvimento tecnológico atingido na virada do século e têm como propósito econômico atrair visitantes e frequentadores. Entretanto, o grupo de pesquisa em percepção ambiental e desenho urbano concentra-se especificamente em casos onde já havia uma urbanidade manifestada, e a criação de lugares acontece sobre esta, preservando elementos originais. Atribui-se de forma teórica, então, o desígnio de "placemaking" para o surgimento desses lugares; e a referência de "placemarketing" à promoção dos espaços. O trabalho pesquisa e avalia, através de técnicas de pesquisa em percepção ambiental, as consequências da criação de novos lugares, estruturado no viés teórico de lugar. Para validar o embasamento teórico, busca-se o caso dos "Caminhos de Pedra", Bento Gonçalves, RS, inserido, inclusive, numa das Reservas da Biosfera da UNESCO. Nessa região, pesquisas de campo, como questionários aos usuários, e coleta de informações cartográficas, históricas, econômicas e sociais complementam os estudos de caso. Outros exemplos são mencionados, como o caso do "Bund", Xangai; e o caso de "Ruhrgebiet", Alemanha. Analisando os casos estudados e estudando as fundamentações teórico-práticas, observa-se o desenvolvimento global da região e o surgimento de práticas louváveis dignas de sustentar os lugares nos campos social, econômico e ambiental, revitalizando antigas áreas urbanas e proporcionando espaços de melhor qualidade de vida para seus usuários. (PIBIC).