

055

O SHOPPING CENTER COMO NOVO LUGAR URBANO. *Laura Marques de Marques, Lineu Castello (orient.) (UFRGS).*

A pesquisa é sobre "Lugares Urbanos no Novo Milênio", e trata exatamente de locais onde hoje acontecem a urbanidade, troca de informações e experiências próprias de espaços urbanos. O estudo é baseado na percepção ambiental, no modo como os usuários percebem estes novos lugares. Tomamos como objeto de estudo o shopping center Praia de Belas, em Porto Alegre, por este estabelecimento atender aos questionamentos da pesquisa. Analisamos principalmente dois aspectos. O primeiro seria o fato do shopping ser um espaço privado com apropriação pública. Tentamos encontrar as conseqüências disso, se o público se sente bem com a situação e se o shopping corresponde às suas expectativas. O segundo aspecto refere-se à presença cada vez maior, dentro do shopping, de estratos menos abastados da população. Pesquisamos a que se deve este fenômeno e as conseqüências dele, tanto para os usuários do shopping, quanto para os proprietários. Os métodos utilizados para a pesquisa foram: obtenção de dados históricos sobre o shopping Praia de Belas, através de publicações; observação de comportamento e tipo de público dentro do shopping e entrevistas com usuários e funcionários da administração. Tomou-se como base de comparação os dias em que há passe-livre na cidade, já que esses dias apresentam uma grande diferença social e econômica de público em relação aos outros dias. Portanto, todos os métodos de pesquisa foram aplicados tanto em dias de passe-livre, quanto em dias comuns, e seus resultados foram posteriormente comparados. Entre as conclusões obtidas, a principal é que a diferença de público nos dias analisados se refere à classe de consumo, aos objetivos que as pessoas têm dentro do shopping, às preferências de dia para visitaçao e à satisfação com o público que frequenta aquele espaço. (PIBIC).