

REVISTA ESPAÇO PÚBLICO

Revista de Políticas Públicas da UFPE, Recife/PE, v. 9, ano 2024. ISSN Eletrônico 2595-5535

ESTUDO DE CASO SOBRE O USO DO ESPAÇO PÚBLICO DE PROPRIEDADE PRIVADA POR MEIO DO PLACEMAKING

Robson Quinello¹

Erika Messias dos Santos Sanches²

Resumo: O estudo de caso analisou a implantação de uma área externa em prédio corporativo localizado na cidade de São Paulo. Inicialmente, o termo *Privately Owned Public Space* (POPS) e *placemaking* sob a ótica de Facility Management (FM) foi teoricamente discutido. Posteriormente, a *Net Promoter Score* (NPS) enquête foi realizada com usuários do prédio para mensuração dos impactos gerados pela implantação dessa área de convivência. Os resultados apontaram que intervenções mínimas nos espaços externos podem melhorar a satisfação dos usuários bem como minimizar os efeitos da arquitetura hostil tão presente na cidade de São Paulo. Atualmente, FM tem sido analisado sob a ótica urbana, ou seja, para além das fronteiras internas das organizações, posicionando-a como elo entre os micros espaços (as organizações) e os macro espaços (equipamentos públicos) numa complexa e interconectada teia social. Poucos estudos brasileiros falam sobre FM sob a perspectiva urbana, sendo assim, o artigo propôs jogar luz sobre técnicas que podem beneficiar esse novo olhar.

Palavras-chave: Urban Facility, Cidades, Gestão de Facilities, Criação de lugares.

CASE STUDY ON THE USE OF PRIVATELY OWNED PUBLIC SPACE THROUGH PLACEMAKING

Abstract: The case study analyzed the implementation of an outdoor area in a corporate building located in the city of São Paulo. Initially, the concept of Privately Owned Public Space (POPS) and placemaking was theoretically discussed from the perspective of Facility Management (FM). Subsequently, a Net Promoter Score (NPS) survey was conducted with the building's users to measure the impacts generated by the implementation of this communal area. The results indicated that minimal interventions in outdoor spaces can improve user satisfaction and help mitigate the effects of hostile architecture, which is so prevalent in São Paulo. Currently, FM is being analyzed from an urban perspective, extending beyond the internal boundaries of organizations, and positioning it as a link between micro spaces (organizations) and macro spaces (public facilities) within a complex and interconnected social network. Few Brazilian studies address FM from an urban perspective, thus this article aimed to shed light on techniques that can benefit this innovative approach.

Keywords: Urban Facility, Cities, Facility Management, Placemaking

¹ Doutor, Professor de Administração no curso de MBA Gestão de Facilities no SENAI Anchieta.
E-mail: rquinello@yahoo.com.br

² Pós-graduada em Gestão de Facilities SENAI SP. SENAI Vila Mariana.
E-mail: erika.sanches@senaisp.edu.br

INTRODUÇÃO

O Facility Management (FM), inserido nas estruturas organizacionais, direciona sua finalidade para a prestação de suporte às Operações por meio da execução de atividades de manutenção, operação e preservação das infraestruturas físicas prediais, abrangendo inclusive áreas como parques. Como decorrência desse propósito, o FM visa atender às demandas de qualidade, segurança e comodidade dos usuários e colaboradores desses ambientes.

No contexto brasileiro, particularmente com o estabelecimento da Associação Brasileira de Facility Management, Property e Workplace (ABRAFAC) em 2004, observa-se o início da disseminação mais formalizada dessa disciplina no mercado nacional. O FM, previamente escasso em presença acadêmica devido à insuficiência de contribuições teóricas no país, encontra sua gênese, predominantemente, nas práticas concretas impulsionadas pelas filiais de multinacionais atuantes no Brasil que já transportavam consigo um histórico de FM proveniente de suas matrizes.

Não obstante a ausência de registros oficiais sobre a entrada do FM no Brasil, destacam-se a formação do Grupo de Administração de Serviços (GAS) e do Grupo de Administração de Serviços e Facility Management (GRUPAS), respectivamente em 1983 e 1984. Esses grupos, constituídos por profissionais atuantes na administração de serviços, mais tarde tornaram-se os alicerces fundadores da ABRAFAC. É plausível supor que as subsidiárias de empresas multinacionais norte-americanas e europeias, antes da década de 1980, possam ter transferido conhecimentos implícitos para suas filiais, especialmente àquelas dotadas de plantas industriais que, assim como nos Estados Unidos, possuíam departamentos de engenharia de planta. A América Latina, entretanto, ainda apresenta uma tendência marcante de embasamento acadêmico oriundo da Europa e Estados Unidos, refletindo uma perspectiva etnocêntrica.

Após a virada dos anos 1990, em consonância com o avanço das agendas ambientais, o FM assume uma orientação mais centrada na sustentabilidade. Tal mudança é impulsionada principalmente pelo notório consumo de recursos como energia e água e pela produção de resíduos e emissões de carbono provenientes das edificações. O impacto desses fatores no ecossistema ganhou relevância sem precedentes nos tempos contemporâneos (PEARCE, 2017).

Esse ecossistema, que engloba tanto espaços privados (organizações) quanto públicos (instalações públicas), passa a incorporar novas agendas no âmbito do FM, abrangendo aspectos de sustentabilidade, introdução de tecnologias da internet, digitalização e conceitos da indústria 4.0 (BRÖCHNER et al., 2019; NOTA et al., 2021). Essas tecnologias inovadoras começam a integrar edificações já automatizadas, agora denominadas *smart* ou *green buildings*, as quais se integram parcialmente às chamadas *smart cities* (ISO 37122:2019) por meio do conceito de gestão de instalações inteligentes (CHEW et al., 2020). Num estágio posterior, emerge a busca pela integração com bairros urbanos (LINDKVIST et al., 2021) e sociedades (CHOTIPANICH, 2004; JENSEN, 2011), criando a perspectiva de um ecossistema singular e integrado, que reduz as fronteiras entre o espaço público e privado, denominado como *urban facilities management*. Alexander (2006) aborda um novo paradigma, a "gestão de facilities baseada na comunidade", enquanto Jensen (2011) introduz o conceito de cadeia de valor em facilities.

Mais recentemente, as influências externas têm-se intensificado, conforme será abordado adiante no artigo, reconfigurando a disciplina para um modelo mais voltado à comunidade e às externalidades. Isso demanda novas abordagens para aproximar os âmbitos público e privado. Uma dessas abordagens é o conceito de *placemaking* (criação de lugares, em tradução livre), que transcende a dimensão física, abrangendo parâmetros como sociabilidade, usos, atividades, acessos, conexões, conforto e imagem, com o intuito de estabelecer laços entre as pessoas e o que é entendido como "lugar". Qual seria o impacto do *placemaking* na transformação de um espaço externo de um edifício corporativo na cidade de São Paulo?

REVISÃO DA LITERATURA

Embora haja muitas controvérsias sobre a origem de FM, de acordo com Lochmann e Köllgen (1998), acredita-se que a implantação dos conceitos, numa perspectiva corporativa, originou-se dentro da “Pan American World Services” e os irmãos Schenelle, da consultoria alemã Quickborner Team, teriam desenvolvido um novo tipo de escritório americano panorâmico que demandariam vários serviços de FM, ainda na década de 1950 (SILVA, 2009). Mesmo que o termo FM não tenha data de surgimento precisa, sua expansão ocorre no final dos anos 1970, principalmente com o forte movimento de terceirização bancária americana, que as grandes corporações na busca de melhoria de desempenho, de competitividade e de participação no mercado, demandaram seus serviços. Diante desse processo de transformação, elas precisavam gerar resposta rápida em seus processos para não perder mercado.

Vale lembrar que nesse primeiro movimento, a área de atuação do FM restringia-se apenas aos setores com atividades em infraestruturas e em técnicas de gestão organizacional. Porém, desde então, seu conceito e sua aplicação vêm sendo ampliados, ganhando cada vez mais espaços em outras áreas de gestão das organizações, visando principalmente o aumento da integração de outros serviços (ANDREAS et. al., 2012).

A área de FM, no Brasil, vem ganhando cada vez mais relevância no mercado, quando se analisa a ABNT NBR ISO 41001:2020: “Facility Management - requisitos com orientações para o uso e elevar o reconhecimento e a qualidade dos serviços prestados pelo FM”. Nela é possível distinguir duas subáreas: a *hard services* (HS) e a *soft services* (SS). Na HS a atuação seria nos serviços mais estruturais como: elétricos, mecânicos, engenharias, manutenções entre outros. No SS a atuação é nos serviços voltados às necessidades dos usuários desses espaços como: limpeza e conservação, segurança patrimonial, recepção, materiais de escritórios, amenidades, dentre outros (RAMOS, 2012). No entanto, segundo (MARTINS et. al., 2014), existem divergências quanto ao escopo de FM, pois as particularidades e as peculiaridades das organizações poderiam impactar nas configurações e formatos da área.

Recentemente a atuação do FM dentro das organizações tem sido ampliada e aberta a discussões para a utilização dessas práticas também na gestão pública, porém a pouca comunicação das estruturas de governança pública com a privada limita seu potencial. Para a perspectiva pública, há o movimento chamado *Urban Facilities Management* (UFM), havendo o estreitamento das relações dos entes privados com os cidadãos criando um ambiente colaborativo e uma governança interativa e, desta forma, melhorando os espaços públicos urbanos, podendo gerar um senso de pertencimento, de compromisso, de confiança, de inclusão e de interação. (ALENKA e CARMEL, 2020).

Com a perspectiva do UFM concretizar a aproximação entre o privado e o público, surge o “*Privately Owned Public Space*” (POPS) ou espaços públicos de propriedade privada, originado na revisão da legislação urbana de Nova Iorque de 1961. Nele se assegura benefícios nas construções e o recebimento de bonificação no regramento edificado (maiores alturas ou áreas construídas) ou isenções fiscais. Em contrapartida, dispor-se-iam a investir nos espaços para o uso público (BORTOLI, 2016). O princípio dos POPS é o incentivo à produção de espaços públicos em áreas ocupadas e com grande potencial, contudo, por questões financeiras, a aquisição dos terrenos pela municipalidade seria inviável. Entretanto, os POPS são considerados instrumentos úteis para prover espaços públicos em áreas centrais e densamente ocupadas.

Segundo Bortoli (2016), somente oferecer o espaço físico não é sinônimo de sucesso, já que a apropriação pública dos POPS pela população depende de outros fatores como: características de uso e densidade do entorno, características físicas do espaço, envolvimento da comunidade de usuários, disposição do proprietário em manter o caráter público do espaço

e regras de uso. De acordo Kayden et al. (2000) deveriam basear-se na crença de que a cidade seria um ambiente melhor se construída de muitos pequenos espaços públicos e de grandes edifícios. Por consequência, a transparência na desoneração da municipalidade na produção e manutenção de espaços públicos resultaria em custo de implantação e manutenção do POPS menor ou igual ao retorno obtido.

Diante da visão de uso dos espaços públicos advindo do UFM e do POPS, cria-se o conceito de *placemaking* definido como um processo de transformação dos espaços públicos, onde se apoia a qualidade de vida e bem-estar, a interação da comunidade com base nas necessidades e aspirações das pessoas que vivem, trabalham e se divertem nesses ambientes compartilhados. (VUKMIROVIC; GAVRILOVI, 2020). No decorrer do processo de desenvolvimento da metodologia de *placemaking*, percebeu-se que os espaços precisam estar conectados com seus arredores, visual e fisicamente, justificando as razões para pessoas tornarem-se frequentadoras. Além disso, consideram-se a segurança e a limpeza do local agentes motivadores que definem quantas vezes o lugar será usado. Dentre as qualidades de *placemaking*, a sociabilidade é imensamente importante, já que a preocupação está no sentimento das pessoas quanto ao uso dos espaços e as suas interações de forma confortável, gerando um senso de pertencimento e atração por esses locais públicos.

A proposta desse conceito não se resume apenas no planejamento de um novo espaço, mas direciona especialmente para a transformação de espaços públicos em locais que apoiem a interação, a troca econômica e o bem-estar, embasado nas necessidades e aspirações das pessoas que vivem, trabalham e se divertem em determinadas localidades. Ao promover a vivacidade e o uso contínuo, favorecem-se ambientes urbanos bem conservados, saudáveis e seguros, tornando as cidades atraentes para convívio social e profissional (UN-Habitat, 2016).

Em uma era marcada pela crescente urbanização e expansão das cidades, o espaço público assume um papel crucial na melhoria da qualidade de vida dos habitantes urbanos. Espaços públicos bem planejados oferecem um ambiente propício à convivência, ao lazer e à interação social, proporcionando um sentimento de comunidade e pertencimento. Segundo (MOURA et al., 2005) a requalificação urbana é um processo dinâmico e estratégico que visa não apenas transformar, mas também revitalizar áreas urbanas, impulsionando o desenvolvimento econômico e promovendo novos padrões de organização e uso do espaço.

Um exemplo dessa requalificação foi a cidade de Detroit, EUA, cuja ênfase nas atividades e no uso eficiente do espaço público consolida-se como uma estratégia fundamental para atrair moradores de toda a região para o coração da cidade. Detroit, apelidada de “Cidade do Motor”, enfrentou desafios econômicos importantes nas décadas anteriores, incluindo a queda na indústria automobilística e a diminuição da população. Em menos de uma década, mais de um bilhão de dólares foram aplicados no setor imobiliário dessa região. Esse investimento não apenas reavivou uma área, mas também atraiu uma nova geração de moradores para o centro de Detroit, embora enfrente ainda resquícios do abandono anterior. No entanto, a cidade tem testemunhado uma notável revitalização e os espaços públicos desempenham um papel central nesse processo, como apontado por Locke et al. (2018).

Outro exemplo é a transformação da área circundante ao Campo de Marte, na cidade de São Paulo. O Parque do Campo de Marte, um avanço para a cidade no seu tricentenário, ilustra como o investimento privado pode ter um impacto significativo no espaço público e no bem-estar da comunidade. Ainda de acordo com (BOTELHO, 2005), no contexto brasileiro, a cidade de Fortaleza oferece uma experiência fascinante de desenvolvimento e renovação de espaços públicos, sobretudo no coração da cidade, em torno do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura. Conquanto tenham realizado esforços isolados para revitalizar outras partes da cidade, como a Praça do Ferreira e a Praça José de Alencar, foi na região desse centro que se inspirou o maior investimento e o maior comprometimento com imóveis de valor histórico.

O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura foi concebido como um meio de estabelecer uma conexão entre a movimentação da Avenida Monsenhor Tabosa, conhecida pelo seu comércio para turistas, e o centro da cidade. O objetivo era resgatar essa área da cidade que havia sido deixada de lado devido ao crescimento urbano. Aproveitando a amplitude do projeto, os especialistas do Departamento de Patrimônio da Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará sugeriram a inclusão de uma zona de preservação no âmbito da intervenção no centro da cidade. O trabalho realizado concentrou-se principalmente na restauração das fachadas, devolvendo-lhes os detalhes originais e aplicando uma nova camada de pintura.

Com a participação simultânea do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, a área rapidamente se tornou o lar de diversas atividades econômicas, alinhadas ao perfil do público que passou a frequentar o local: bares, barcos e, em menor número, lojas de artesanato e espaços de exposição. O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, portanto, transformando-se num ponto de referência no circuito de entretenimento tanto para turistas quanto para a classe média local. Essa foi exatamente a intenção original de sua criação: ser um acontecimento do processo de renovação em seu entorno. Desde sua apresentação, desempenhou parcialmente esse papel.

Não obstante, observa-se falta de envolvimento por parte do poder público municipal, inclusive, em relação às suas obrigações fundamentais, como, por exemplo, a fiscalização das atividades na área. Além disso, a revitalização foi bastante focada, abrangendo apenas um conjunto limitado de quarteirões que cercavam o grande complexo cultural recém-instalado. Neste sentido, o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura segue a lógica mercadológica adotada por muitos museus e centros culturais similares, ou seja, buscar um público amplo. Por último, a área em questão não tinha sido oficialmente reconhecida nem preservada como um conjunto histórico, representando um desafio para sua conservação e valorização (BOTELHO, 2005).

Adicionalmente, é crucial considerar o impacto das chamadas arquiteturas hostis nas áreas urbanas. Essas abordagens de design visam restringir o acesso e a presença de certos grupos, especialmente pessoas em situação de rua. Em contraste, o placemaking busca promover a inclusão e a equidade social, oferecendo uma perspectiva renovada sobre o design urbano. Essa abordagem visa criar ambientes mais acessíveis e acolhedores para todos, desafiando práticas que perpetuam a exclusão e a segregação social (RAMPASI e OLDONI, 2020).

METODOLOGIA

Utilizou-se um estudo de caso único sobre a implantação de área externa de convivência em prédio corporativo localizado na cidade de São Paulo. O emprego da metodologia de estudo de caso, fundamentado nas diretrizes estabelecidas por Yin (2005), envolve uma abordagem sistemática e aprofundada para compreender um fenômeno dentro de seu contexto real, especialmente quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidas. O estudo de caso é particularmente útil quando se busca uma compreensão holística e contextualizada de situações complexas, como a implantação de uma área externa de convivência em um edifício corporativo. Ainda de acordo com Yin, a pesquisa de estudo de caso é aplicável quando se deseja responder a questões “como” e “por que”, buscando explorar processos e relações que ocorrem naturalmente em cenários do mundo real. No caso da implantação da área externa de convivência, essa abordagem permite uma análise aprofundada dos fatores envolvidos, das interações entre as partes interessadas e das influências contextuais que moldam a experiência e percepção dos usuários, ressaltando que um dos autores também atua como gestora de FM nesse prédio.

A pergunta de pesquisa foi:

Como uma área externa de convivência impacta os usuários internos e externos de um prédio corporativo localizado na cidade de São Paulo?

A metodologia adotada contemplou a condução de uma enquete estruturada no formato *Net Promoter Score* (NPS), uma ferramenta reconhecida na avaliação de satisfação, com a seguinte indagação: “Na sua perspectiva, em uma escala de 0 a 10, qual foi o impacto da implementação da área externa do prédio no contexto de suas atividades laborais?”. O NPS é uma métrica utilizada para avaliar a satisfação e lealdade dos clientes em relação a um produto, serviço ou experiência. Introduzida por Reichheld (2003), a metodologia do NPS tem sido amplamente adotada por empresas e organizações de diferentes setores como uma maneira simples e eficaz de medir o grau de satisfação.

A metodologia do NPS baseia-se em uma única pergunta fundamenta, em uma escala de 0 a 10. Com base nas respostas a essa pergunta, os respondentes são classificados em três categorias: 1) Promotores (9-10): os clientes extremamente satisfeitos e leais. Eles têm uma alta probabilidade de recomendar a ação; 2) Neutros (7-8): clientes que estão satisfeitos, mas não têm um nível de entusiasmo tão elevado quanto os promotores, podendo não ter um impacto significativo na recomendação e 3) Detratores (0-6): clientes insatisfeitos ou pouco satisfeitos. Eles têm uma probabilidade menor de recomendar a ação e podem compartilhar experiências negativas com outros. O cálculo do NPS é obtido pela diferença entre a porcentagem de promotores e detratores, resultando em um valor que pode variar de -100 (todos são detratores) a +100 (todos são promotores). Um NPS positivo indica que há mais promotores do que detratores na base de clientes, enquanto um NPS negativo sugere o contrário.

De posse dos resultados do NPS, esses passaram pelo processo de limpeza e transformação por meio do software RStudio, em linguagem R, escolhido por ser de livre acesso. Nessa etapa buscou-se estruturar os conteúdos das respostas abertas de tal maneira que fosse possível extrair as palavras mais significativas. Para isso, formatou-se os comentários feitos pelos respondentes retirando-se as palavras de parada, chamadas de *stopword*, possibilitando a limpeza de termos, gírias e vícios de linguagem que poderiam interferir na leitura dos conteúdos. Numa segunda etapa, obtiveram-se as estatísticas como as frequências de palavras e as mais citadas, averiguando se haveria recorrências, podendo indicar um padrão ou tema emergente.

Na sequência, analisou-se os sentimentos e as emoções de cada comentário, usando o pacote *syuzhet-vignette* que contempla o dicionário de léxico em português, o *Word-Emotion Association Lexicon* (NRC) (JOCHERS, 2020), que analisa oito emoções básicas (raiva, medo, antecipação, confiança, surpresa, tristeza, alegria e aversão) e dois sentimentos (positivos e negativos), resultando em scores que podem ajudar a interpretar o contexto das respostas sob aspectos qualitativos (PLUTCHIK, 1960). Além disso, foram verificadas as trajetórias positivas ou negativas das narrativas ao logo das entrevistas, com o uso da valência emocional que recorta a narrativa em trechos (quartis), verificando cada passagem positiva ou negativa de acordo com o NRC (JOCHERS, *ibid.*).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O edifício objeto de estudo está localizado no bairro Bela Vista, em São Paulo, uma região histórica que combina o passado marcado por forte movimento de imigração com uma nova realidade urbana típica de megacidades. Situado na Zona Oeste da cidade, o Bela Vista é conhecido por sua herança italiana, evidente nas diversas cantinas e *trattorias* locais. O bairro também é um importante centro de eventos culturais e musicais, apresentando uma arquitetura que harmoniza construções históricas com edifícios modernos. A proximidade com a Avenida Paulista, um dos principais centros culturais e financeiros da cidade, torna o Bela Vista uma área estratégica, bem servida por transporte público e com fácil acesso a várias atrações turísticas e comerciais.

A excelente localização confere ao edifício, considerado de alto padrão, uma característica diferenciada. Construído no ano 1993, o prédio conta com 18 andares e lajes de 400m² cada. Embora o espaço abrigue empresas de diversos segmentos, a maioria das unidades é ocupada por consultórios, resultando em uma ocupação diária de quase 1.000 pessoas, entre fixas e flutuantes. Apesar de sua idade, o edifício passou por várias modernizações ao longo dos anos, incluindo a modernização dos elevadores, sistema de ar-condicionado e do controle de acesso. Destaca-se também por sua certificação *Leadership in Energy and Environmental Design* (LEED), que atesta seu compromisso com práticas sustentáveis em operação e manutenção.

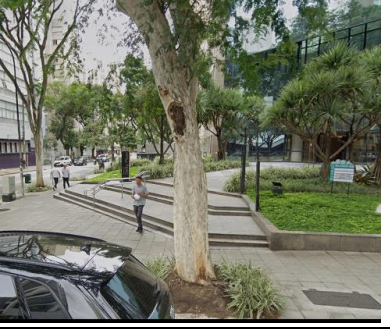
Foto 1 – Imagem do local e do edifício objeto do estudo



Fonte: Google Earth (2024)

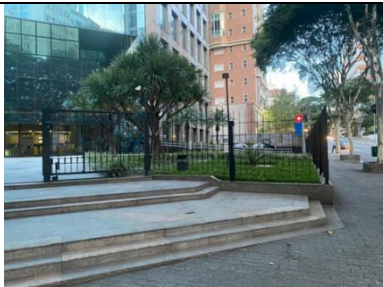
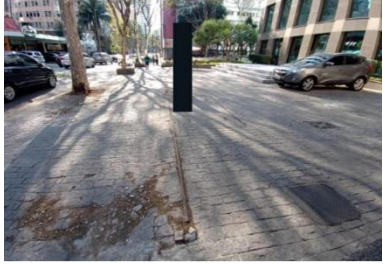
Recentemente, surgiu o desafio de modificar as estruturas perimetrais do edifício, anteriormente cercado. Entre as intervenções realizadas houve a remoção das grades em torno de 450m², a renovação da calçada no total de 700m², o reparo nas floreiras e a substituição da vegetação com a conservação e limpeza diária da área e a instalação de uma cafeteria. Esta última não apenas atende aos usuários internos, mas também está aberta ao público externo, promovendo um ambiente mais acessível e acolhedor. O Quadro 1, inicialmente, traz duas imagens, uma de 2010 e outra de 2024, demonstrando os resultados das intervenções. Na sequência, Quadro 2, detalhes das intervenções que respondem à questão de pesquisa: Como uma área externa de convivência impacta os usuários internos e externos de um prédio corporativo localizado na cidade de São Paulo?

Quadro 1 - Imagem geral das intervenções

Descrição	2010	2024	Comentários
Foto geral			Ações de placemaking, com abertura total da área externa do edifício.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

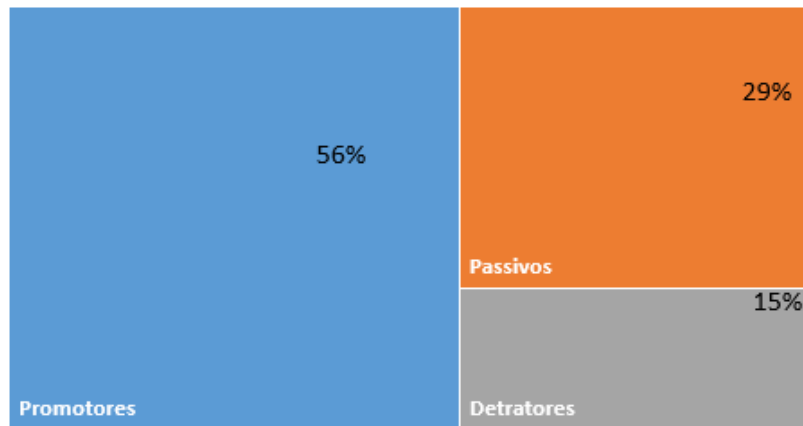
Quadro 2 - Detalhes das intervenções

Descrição	Antes	Depois	Comentários
Gradil			Remoção do gradil de ferro, com altura de 2,00m e extensão total de 450m², que cercava todo o perímetro do edifício.
Pavimentação externa			Substituição de 700m² de piso miracema e instalação de piso pré-moldado em toda a área de calçamento.
Floreiras			Remoção do canteiro em alvenaria e plantio de nova vegetação.
Cafeteria			Instalação de uma cafeteria no edifício, com entradas laterais para acesso do público interno e externo.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Com relação aos resultados dessas intervenções na visão dos usuários fixos do edifício (em torno de 1000 pessoas), o NPS foi respondido por 68 pessoas (90% de nível de confiança e 10% margem de erro), demonstrou que uma parte significativa (56%) ficou bastante satisfeita, embora para outra parte as mudanças propostas não apresentaram grandes impactos, conforme Gráfico 1.

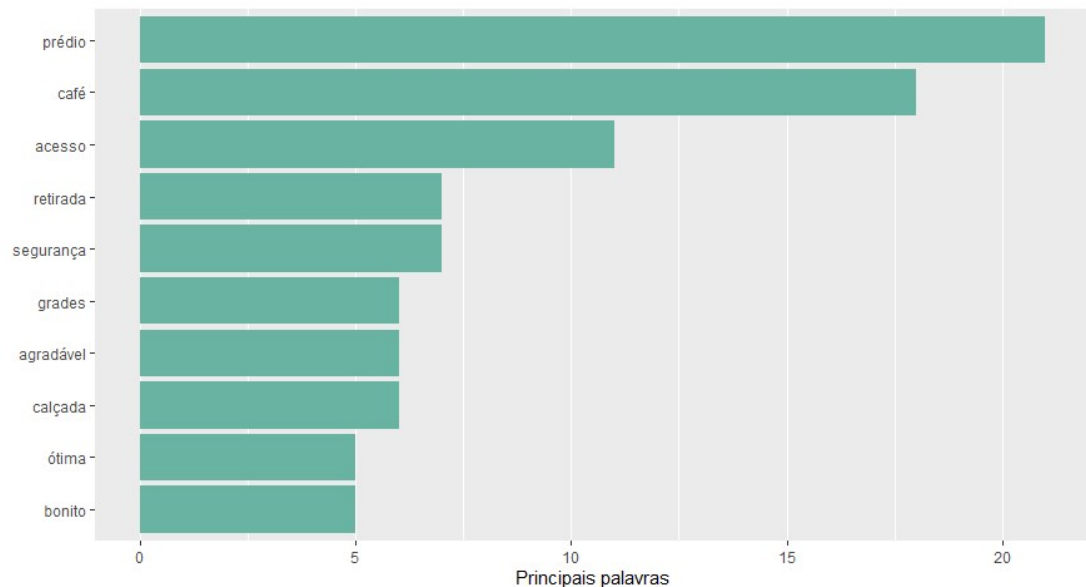
Gráfico 1 – NPS das intervenções realizadas
NPS



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na etapa subsequente, verificou-se que as palavras mais citadas nos comentários gerais foram, além de “prédio”, “café” e “acesso”, ratificando que a implantação de um café de uso misto e a retirada do gradil para facilitação do acesso foram notadas. Observou-se, ainda, que para uma parte dos respondentes “segurança” é uma questão importante, por se tratar de área central da cidade bastante vulnerável.

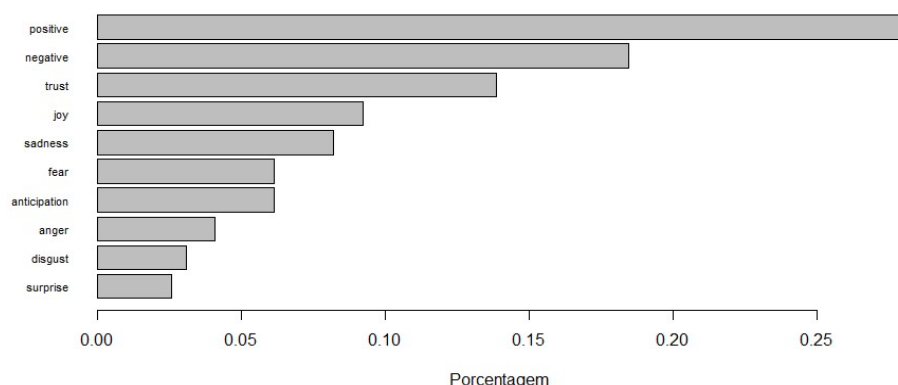
Gráfico 2 – Palavras mais citadas



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Essas conclusões são ratificadas pelo Gráfico 3, extraído dos comentários dos respondentes, onde pôde-se observar que o sentimento predominante é “positivo” e as emoções principais foram “confiança” seguida de “alegria”.

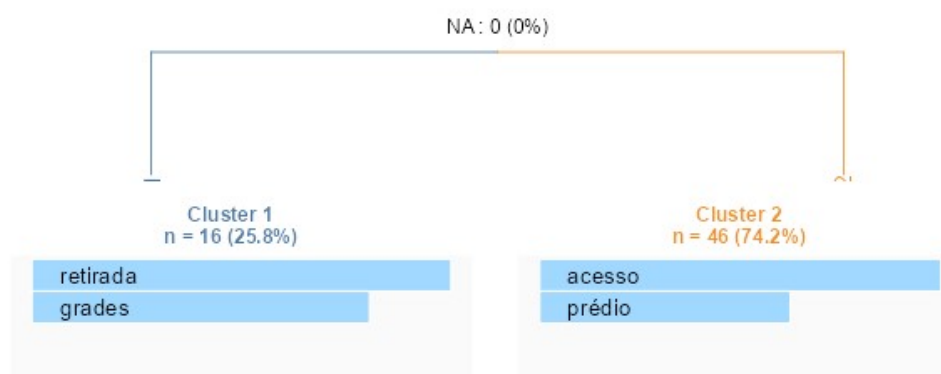
Gráfico 3 – Emoções e sentimentos capturados nos comentários



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Finalmente, analisando a formação de *clusters*, há predominância da questão de “acesso” ao prédio, indicando relativo sucesso na geração de POPS e *placemaking* com pequenas intervenções.

Gráfico 4 – Cluster dos comentários



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo de caso sobre o uso do espaço público de propriedade privada através do *placemaking* revelou *insights* valiosos sobre o impacto de intervenções urbanas em um prédio corporativo na cidade de São Paulo. A análise mostrou que pequenas mudanças, como a remoção de grades, a renovação da calçada e a instalação de uma cafeteria de uso misto, podem melhorar significativamente a satisfação dos usuários e promover um ambiente mais inclusivo e acolhedor. O NPS positivo reforça a eficácia dessas intervenções, embora também indique a necessidade de considerar a segurança, uma preocupação importante para alguns usuários. No entanto, este estudo possui algumas limitações que precisam ser reconhecidas. Primeiramente, o foco em um único edifício limita a generalização dos resultados para outros contextos urbanos. Além disso, a amostra de respondentes, não obstante representativa, pode não capturar todas as perspectivas dos usuários, especialmente daqueles que não responderam ao NPS. A análise qualitativa dos comentários, ainda que rica em *insights*, está sujeita a interpretações que podem variar dependendo do contexto.

Em termos de futuras pesquisas, seria interessante expandir o estudo para incluir uma análise comparativa entre diferentes tipos de POPS em variados contextos urbanos, avaliando

não apenas a satisfação dos usuários, mas também os efeitos a longo prazo sobre a dinâmica urbana, a segurança pública e o envolvimento comunitário. Ademais, explorar como diferentes abordagens de *placemaking* podem influenciar a eficácia dos POPS em criar espaços mais inclusivos e acessíveis para todos, especialmente em áreas com uma alta incidência de arquitetura hostil, proporcionam, inclusive, insights valiosos para o planejamento urbano e o FM. Essas direções futuras poderão fornecer uma compreensão mais profunda das práticas de FM e *placemaking* em contextos urbanos diversificados, ajudando a refinar estratégias para a criação de espaços públicos de propriedade privada que realmente beneficiem a comunidade e contribuam para o tecido urbano de maneira significativa.

REFERÊNCIAS

ALENKA, C. Urban facility management. **Facilities** vol. 39 No 7/8, p. 525-537, 2021. Emerald Publishing Limited.

ALEXANDER, K.; BROWN, M. Community-based facilities management. **Facilities**, V. 24, n. 7-8, P. 250-268, 2006.

ANDREAS, C. R. et al. Facility management: contextualização e desenvolvimento. **Revista Engenho**, v. 6, set. 2012.

BORTOLI, F. O lugar do espaço público de propriedade privada na cidade contemporânea. **Thésis**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 45-62, nov./dez. 2017.

BOTELHO, T. Revitalização de centros urbanos no Brasil: uma análise comparativa das experiências de Vitória, Fortaleza e São Luís. **Revista EURE**, Santiago de Chile, v. 31, n.93, p.53-71, ago. 2005.

BRÖCHNER, J.; HAUGEN, T.; HAUGEN, C. Shaping tomorrow's Facilities Management. **Facilities**, v. 37 n. 7-8, p. 366-380, 2019.

CHEW, M. Y. L. et al. Evaluating the roadmap of 5G technology implementation for smart building and Facilities Management in Singapore. **Sustainability**, v. 12, 10259, 2004.

CHOTIPANICH, S. Positioning facility management. **Facilities**, v. 22, n. 13-14, p. 364–372, 2004.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO). **ISO 37122:2019. Sustainable cities and communities — indicators for smart cities**. Disponível em: <https://www.iso.org/standard/69050.html>. Acesso em: 20 jun. 2023.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO). **ISO 41001:2020. Facility management — management systems — requirements with guidance for use**. Disponível em: <https://www.abntcolecao.com.br/normavw.aspx?q=Dxj4vfrqa1a2yujtdufirvddsnq5c2p4sefzdeozt2gwdevjetlkqtlcz0=>. Acesso em: 20 jun. 2023.

JENSEN, P. A. Organisation of Facilities Management in relation to core business. **Journal of Facilities Management**. v. 9, n. 2, p. 78-95, 2011.

JOCHERS, M. **Introduction to the Syuzhet Package**. Disponível em: <https://cran.r-project.org/web/packages/syuzhet/vignettes/syuzhet-vignette.html?>. Acesso em: 20 jun. 2023.

KAYDEN, J. S.; NEW YORK CITY DEPARTMENT OF CITY PLANNING; MUNICIPAL ART SOCIETY OF NEW YORK. **Privately Owned Public Space: The New York City Experience**. New York: Wiley, 2000.

LINDKVIST, C. et. al. Exploring Urban Facilities Management approaches to increase connectivity in smart cities. **Facilities**, v. 39, n. 1-2, p. 96-112, 2021.

LOCHMANN, H.-D.; K, R. **Facility Management. Strategisches Immobilienmanagement in der Praxis**. Wiesbaden: Gabler, 1998.

LOCKE, M.T.K. et al. Urban Heritage as a Generator of Landscapes: Building New Geographies from Post-Urban Decline in Detroit. **Urban Science**, 2018.

MARTINS, H. C.; B, D. F.; L, D. F. P. Terceirizar a gestão do cliente? Um estudo sobre o impacto da terceirização da atividade de facilities management na satisfação de clientes organizacionais. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 9, n. 1, p. 82-104, 2014.

MICHELL, K. Urban facilities management: A means to the attainment of sustainable cities? **Journal Of Facilities Management**, v. 11, n. 3, 2013.

MOURA, G.S.F et al. **A Revitalização Urbana: Contributos para a Definição de um Conceito Operativo**. QREN, outubro de 2005.

NOTA, G.; PELUS, D.; TORO LAZO, A. The Contribution Of Industry 4.0 Technologies to Facility Management. **International Journal of Engineering Business Management**, v. 13, p. 1–14, 2021.

PEARCE, A.R. Sustainable urban facilities management. In: **Encyclopedia of Sustainable Technologies**, Vol. 2, Myers-Lawson School of Construction, Blacksburg, VA, United States, 2017.

PLUTCHIK, R. The multifactor-analytic theory of emotion. **The Journal of Psychology**, v. 50, n. 1, p. 153–171, 1960.

RAMOS, J.N.M. **Gestão de instalações**. Lisboa: Instituto Superior de Engenharia de Lisboa, 2012.

RAMPASI, O. et al. 2020. Cidade para quem? Uma análise da arquitetura hostil e sua influência no espaço urbano. **Revista Thêma et Scientia** – v. 10, n. 2E, p. 1-xx jul./dez. 2020. Edição Especial Arquitetura e Urbanismo

REICHHELD, F. The One Number You Need to Grow. **Harvard Business Review**, 2003.

SÃO PAULO. **Dados abertos da plataforma 156**. Disponível em: <http://dados.prefeitura.sp.gov.br/dataset/dados-do-sp156>. Acesso em: 06 fev. 2023.

SILVA, R. R. da. HOME-OFFICER: um surgimento bem-sucedido da profissão pós-fordista, uma alternativa positiva para os centros urbanos. **Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 85-94, 2009.

UK GOVERNMENT. **Facilities Management Strategy**, 2022. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/facilities-management-strategy/facilities-management-strategy-html#introduction>. Acesso em: 21 dez. 2022.

VUKMIROVIC, S. et al. Placemaking as an approach of sustainable urban facilities management. **Facilities**, v. 38, n. 11/12, p. 801-818, 2020. Emerald Publishing Limited.