



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA (POS GEO)**

HENRIQUE BARROS NEVES DE ARAUJO

**A PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA NA GESTÃO DE ÁREAS
PÚBLICAS PELAS EMPRESAS E SUAS ESTRATÉGIAS DE
MARKETING NA CIDADE DE SALVADOR - BAHIA**

**Salvador
2015**

HENRIQUE BARROS NEVES DE ARAUJO

**A PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA NA GESTÃO DE ÁREAS PÚBLICAS
PELAS EMPRESAS E SUAS ESTRATÉGIAS DE *MARKETING* NA CIDADE
DE SALVADOR – BAHIA**

THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE MANAGEMENT OF PUBLIC
AREAS BY THE COMPANIES AND THEIR MARKETING STRATEGIES IN
THE CITY OF SALVADOR - BAHIA

Dissertação de mestrado apresentada como requisito para avaliação final do mestrado em Geografia, na Universidade Federal da Bahia, departamento de Geografia, sob a orientação dos Professores Dr. Angelo Serpa.

Salvador

2015

“A educação é um processo social, é desenvolvimento. Não é a preparação para a vida, é a própria vida”.

John Dewey

“Quando a educação não é libertadora, o sonho do oprimido é ser o opressor”.

Paulo Freire

AGRADECIMENTOS

Aos meus familiares, pela orientação, dedicação e incentivo nessa fase, que foi cheia de novidades e obstáculos e sem o seu total apoio não poderia chegar a essa parte do processo.

Ao meu orientador professor Dr. Angelo Serpa, pelas orientações ao longo do meu desenvolvimento na academia, são 6 anos de colaboração e persistência acreditando na minha capacidade. Por toda sua paciência e cumplicidade. Sem sua ajuda se tornaria inevitável a não apresentação desse estudo, pelas dificuldades encontradas durante o seu processo.

Aos colegas do Grupo Espaço Livre de Pesquisa-Ação, pelas contribuições prestadas para o desenvolvimento do trabalho e pela ótima companhia de todos em momentos de tensão e descontração.

Aos meus amigos de graduação e pós-graduação, pois sem dúvida existe um pouco de cada um dentro dessa pesquisa desenvolvida.

Agradeço aos docentes por toda dedicação, sabedoria e ajuda para a conclusão dessa pesquisa.

Enfim, sou grato a todos que contribuíram de forma direta ou indireta para realização desta dissertação.

RESUMO

Na Salvador contemporânea, as estratégias de *marketing* de grandes empresas vêm se aproximando das gestões municipais na busca do compartilhamento de parcerias público-privadas, para a gestão de áreas públicas urbanas. Essa lógica, aqui, é entendida a partir dos planos estratégicos, do *city marketing* e do urbanismo-espetáculo. Dessa maneira, buscou-se compreender como essas parcerias passam a se organizar dentro do espaço intraurbano do município de Salvador a partir da análise do programa institucional de adoção de áreas públicas (Praças, Parques e Jardins) “Verde Perto”. São objetivos desse estudo: levantar dados sobre as principais formas de parceria na gestão de áreas públicas urbanas em Salvador; identificar as principais empresas que vêm promovendo parcerias de gestão de áreas públicas em busca de publicidade e *marketing* social para suas marcas; mapear locais de maior ocorrência das ações de *marketing* em áreas públicas na cidade de Salvador e analisar os principais programas públicos que incentivaram/incentivam essas parcerias de gestão de áreas públicas urbanas. Para tal, fez-se necessária uma comparação entre três diferentes espaços que foram submetidos ou não a essas ações institucionais, expondo, assim, as contradições e movimentos existentes na análise espacial proposta. Foram elas: a Praça Vinicius de Moraes, no bairro de Itapuã, a Praça 2 de Julho (Largo do Campo Grande), no bairro do Campo Grande, e a Praça João Martins, no bairro de Paripe. Também foram utilizadas técnicas de coleta de dados e informações, foram eles: a documentação indireta (livros, revistas, jornais e sites) e a documentação direta, a partir de entrevistas semiestruturadas com representantes de órgãos públicos vinculados ao programa “Verde Perto”, entrevistas com representantes de empresas adotantes de áreas públicas, assim como enquetes com usuários das áreas públicas selecionadas para os estudos de caso. Percebeu-se que se mantém a mesma lógica de programas institucionais pré-existentes, com poucas mudanças no que tange à espacialização de áreas a serem adotadas. Foram observadas, no entanto, mudanças, principalmente nas formas como ocorrem as parcerias de gestão desses espaços, o que pode apontar para transformações futuras na lógica de adoção dos espaços públicos urbanos na cidade. A pesquisa permitiu também constatar que as parcerias público-privadas podem ser importantes instrumentos de suporte à gestão pública como um todo e à urbana, especificamente, notadamente para projetos voltados para a realização de infraestrutura, a implantação e o gerenciamento de equipamentos públicos bem como a viabilização de empreendimentos urbanos. Contudo, o que vem sendo feito em Salvador, em matéria de “parcerias público-privadas urbanas”, representa apenas uma prévia para a execução de acordos mais efetivos, para os quais o poder público, os setores produtivos e a sociedade precisam estar melhor preparados, a fim de que elas ocorram de modo satisfatório.

Palavras-Chave: Parceria público-privada; Programas de adoção de áreas públicas; Gestão; Espaço Público; Salvador; Programa Verde Perto.

ABSTRACT

In contemporary Salvador, the marketing strategies of large companies are approaching the municipal administrations in the pursuit of sharing public-private partnerships for the management of urban public areas. This logic here is understood from the strategic plans, marketing city and urban-show. Thus, we sought to understand how these partnerships are to be organized inside of the urban space of the city of Salvador from the institutional analysis program to adopt public areas (squares, parks and gardens) "Green Close". The objectives of this study: to collect data on major forms of partnership in the management of urban public areas in Salvador; Identify key companies that are promoting public areas of management partnerships in search advertising and social marketing for their brands; map higher incidence of local marketing actions in public areas in the city of Salvador and analyze the main public programs that encouraged / encourage these urban public areas of management partnerships. To this end, a comparison between three different spaces that were submitted or not to these institutional actions was necessary, exposing thus the contradictions and movements in spatial analysis proposal. They were: the Vinicius de Moraes Square in Itapuã neighborhood, the square July 2 (Largo do Campo Grande), in the neighborhood of Campo Grande, and John Martins Square in Paripe neighborhood. Were also used data collection and information techniques, they were: the indirect documentation (books, magazines, newspapers and websites) and direct documentation, from semi-structured interviews with representatives of public institutions linked to the "Green Close" interviews with representatives of companies adopters of public areas, as well as surveys with users of public areas selected for the case studies. It was noticed that remains the same logic of pre-existing institutional programs, with few changes with regard to spatial areas to be adopted. Were observed, however, changes, particularly how does occur the management partnerships of these spaces, which may point to future changes in the logic of adoption of urban public spaces in the city. The research also found that public-private partnerships can be important tools to support the public administration as a whole and to urban, specifically, especially for projects for the realization of infrastructure, deployment and management of public facilities and the viability of urban developments. However, what is being done in Salvador, on "urban public-private partnerships" is just a preview for the implementation of more effective agreements, for which the government, the productive sectors and society need to be better prepared in order that they occur satisfactorily.

Keywords: Public-private partnership; Adoption of programs of public areas; Management; Public Space; Salvador; Near Green Program.

LISTA DE FIGURAS

FIGURAS

Figura 01	Pássaro voando de Marienne Peretti	82
Figura 02	Placas Informativas da Praça Aquarius	82
Figura 03	Publicidade na praça de Stella Maris	84
Figura 04	Publicidade na praça de Stella Maris	84
Figura 05	Praça Adotada pelo Hospital Português durante o Programa Nossa Praça	85
Figura 06	Praça de Santa Luzia no bairro do Uruguai	97
Figura 07	Praça de Santa Luzia no bairro do Uruguai	97
Figura 08	Praça de Santa Luzia no bairro do Uruguai	98
Figura 09	Placa da Praça Vinicius de Moraes	103
Figura 10	Estátua de Vinicius de Moraes	104
Figura 11	Fachada do Hotel Mar Brasil, em frente à Praça Vinicius de Moraes	105
Figura 12	Placas alusivas a adoção da praça e ao adotante	108
Figura 13	Localização da Praça 2 de Julho	111
Figura 14	Identidade Visual da empresa Impacto outdoor	112
Figura 15	Áreas de atuação da empresa Impacto Outdoor	112
Figura 16	Localização da Praça João Martins	117
Figura 17	Comércios existentes no entorno da Praça João Martins	118
Figura 18	Áreas sem manutenção da Praça João Martins	118

IMAGENS

Imagem 1	Espacialização das áreas dispostas para adoção no Diário Oficial de Salvador do dia 24 de abril de 2013	19
-----------------	---	----

MAPAS

Mapa 01	Estados Brasileiros com Capitais que possuem Programas de Adoção de Áreas públicas	69
----------------	--	----

Mapa 02	Programas de adoção de áreas públicas por região	70
Mapa 03	Programas por município	74
Mapa 04	Áreas para Adoção Por Região Administrativa	90
Mapa 05	Áreas Adotadas por Região Administrativa	93
Mapa 06	Áreas não Adotadas por Região Administrativa	100

QUADROS

Quadro 01	1ª Etapa: Praças e Largos credenciados para adoção	17
Quadro 02	2ª Etapa: Canteiros credenciados para adoção	18
Quadro 03	3ª Etapa: Áreas Verdes credenciadas para adoção	19
Quadro 04	Áreas Selecionadas Para Estudo	24
Quadro 05	Participação Financeira em (%) por região do Brasil	71
Quadro 06	Municípios que têm legislação sobre Programas de Adoção de Praças	72
Quadro 07	Leis selecionadas	75
Quadro 08	Programação da Praça Aquarius no mês de Junho de 2013	76
Quadro 09	Programação da Praça Aquarius no mês de Julho de 2013	76
Quadro 10	Praças adotadas nos diversos programas de adoção de áreas públicas da Prefeitura de Salvador	89
Quadro 11	Credenciamento para adoção de espaços e equipamentos públicos – “Projeto Verde Perto” 1ª Etapa – Praças e Largos	91
Quadro 12	Credenciamento para adoção de espaços e equipamentos públicos – “Projeto Verde Perto” 2ª Etapa – Canteiros	91
Quadro 13	Credenciamento para adoção de espaços e equipamentos públicos – “Projeto Verde Perto” 3ª Etapa – Áreas Verdes	92
Quadro 14	Relação de Praças disponibilizadas e Praças adotadas	94

GRÁFICOS

Gráfico 01	Como avalia a manutenção do espaço e dos mobiliários urbanos locais?	106
Gráfico 02	Porque frequenta o local?	107
Gráfico 03	Com qual frequência vem até o local?	107

Gráfico 04	Associa esse espaço a alguma empresa e ou marca?	108
Gráfico 05	Costuma olhar as placas de publicidade e propaganda existentes nos mobiliários urbanos locais?	109
Gráfico 06	A publicidade local influencia nas suas escolhas?	109
Gráfico 07	Como avalia a manutenção do espaço e dos mobiliários urbanos locais	113
Gráfico 08	Porque frequenta o local?	114
Gráfico 09	Com qual frequência vem até o local?	115
Gráfico 10	Costuma olhar as placas de publicidade e propaganda existentes nos mobiliários urbanos locais?	115
Gráfico 11	A publicidade local influencia nas suas escolhas?	116
Gráfico 12	Associa esse espaço a alguma empresa e ou marca?	116
Gráfico 13	Com qual frequência vem até o local?	120
Gráfico 14	Porque frequenta o local?	120
Gráfico 15	Costuma olhar as placas de publicidade e propaganda existentes nos mobiliários urbanos locais?	121
Gráfico 16	Associa esse espaço a alguma empresa e ou marca?	122

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADEMI – BA – Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário da Bahia

GAMBA – Grupo Ambientalista da Bahia

IPTU – Imposto Predial Territorial Urbano

JOGUELIMPO – Organização Sócio Ambientalista Jogue Limpo

OACNOBI – Organização de Amigos e Apoiadores a Comunidade de Nova Brasília de Itapuã

OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

OUC – Operação Urbana Consorciada

PPP – Parceria Público-Privada

SECIS – Secretaria Cidade Sustentável

SUCOM – Superintendência de Controle e Ordenamento do Uso do Solo do Município

SUCOP – Secretaria de Ordem Pública

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	13
	Justificativa	20
	Objetivo	21
	Objetivo Específico	21
	Procedimentos Metodológicos	21
1.0	O ESPAÇO PÚBLICO	25
1.1	Público e privado na discussão do espaço público	25
1.2	A vida pública	28
1.3	Cidadania x espaço público	34
1.4	O Espaço público e o marketing	41
2.0	O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E OS PROGRAMAS DE ADOÇÃO E GESTÃO DE ÁREAS PÚBLICAS NO BRASIL	45
2.1	O planejamento estratégico e suas ações na cidade	45
2.2	As parcerias público-privadas no urbano	51
2.3	A legislação vigente	62
2.4	Programas de adoção no contexto do Brasil	68
2.5	Avanços e permanências nos processos de parceria público-privado de áreas públicas em Salvador	80
3.0	O PROGRAMA VERDE PERTO E A PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA NA GESTÃO DE ÁREAS PÚBLICAS EM SALVADOR-BA	87
3.1	As Praças pesquisadas	102
3.2	Praça Vinicius de Moraes	103
3.3	Praça 2 de Julho	111
3.4	Praça João Martins	117
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
	REFERÊNCIAS	129
	APÊNDICES	135