

013

PARCELAMENTO DO SOLO E PERCEPÇÃO NAS COMUNIDADES URBANAS. *Giseli Zuchetto Knak, Iara Regina Castello (orient.) (UFRGS).*

Desenvolvendo um trabalho de pesquisa inserido no "Projeto Práticas Urbanas e Padrões Sócio-espaciais - as Comunidades Residenciais do Novo Milênio", que visa estudar os loteamentos implantados em Porto Alegre a partir de 1990, procuro confrontar duas formas de organização do espaço que ocorrem num dos loteamentos identificados, o Residencial Bonanza. Neste parcelamento, situado na zona norte de Porto Alegre, no bairro Sarandi, pude observar que a ocupação dos lotes demarcados no projeto original obedeceu a duas lógicas diferentes: uma parte foi apropriada por um condomínio fechado (cercado) de residências unifamiliares e, em outro setor, a implantação do loteamento foi feita de modo a se conectar com a malha urbana existente (aberto). Tomando esse fato como base, procuro investigar como a população reage e se identifica com diferentes formas de parcelamento do solo confrontando a opinião dos dois grupos de moradores quanto à identidade do local, a existência ou não de uma relação de vizinhança entre as duas áreas distintas e a visão que cada um tem quanto a morar em uma comunidade aberta ou num conjunto fechado. As informações necessárias estão sendo pesquisadas na unidade de parcelamento da SPM/PMPA, seguindo-se com o levantamento das condições de ocupação no local e, principalmente, com a consulta à população moradora. Quanto a esta última, se dará através da coleta de dados e de entrevistas, bem como a aplicação de mapas mentais (baseado nos métodos utilizados por Kevin Lynch e observados em seu livro: *A Imagem da Cidade*). Partindo do pressuposto de que a configuração espacial é capaz de transmitir percepções específicas aos moradores e usuários, espera-se obter resultados que evidenciem as possíveis diferenças de apreensão do espaço, preferências quanto à forma de organização do local de moradia e os motivos para a escolha de uma ou outra forma de parcelamento do solo.