

A PROMOÇÃO DA PRAÇA DO FERREIRA COMO INSTRUMENTO PARA A REDUÇÃO DO DÉFICIT HABITACIONAL DE FORTALEZA

XXXVII Encontro de Iniciação Científica

Beatrice Borges Nojosa, PEDRO SALES ALBUQUERQUE, KAUANY BARBOSA DOS SANTOS DUARTE, Silvia Helena Belmino Freitas

A presente proposta é fruto do material produzido durante a disciplina “Tópicos Especiais em Marketing”. Na ocasião, tivemos a oportunidade de refletir, com base em textos e em técnicas de marketing, sobre o espaço urbano. Esse conhecimento possibilitou a aplicação do método em uma praça pública no centro da cidade de Fortaleza, com o intuito de restabelecer as funções idealizadas para aquele lugar. A partir disso, o seguinte trabalho busca abordar e comprovar a viabilidade acerca da promoção do espaço da Praça do Ferreira como um instrumento de melhora para a ocupação dos demais espaços naquela região, ligando isso à redução do déficit habitacional da cidade, questão interligada e bastante presente na realidade dos entornos da praça. Esse recorte específico da Praça do Ferreira leva em consideração a sazonalidade do centro da cidade, as diversas funções atribuídas ao local, sua estrutura e as dificuldades e oportunidades ligadas a cada um desses aspectos. Por meio de medidas de média complexidade que exigem um nível de colaboração entre diversas instituições públicas e privadas, espera-se estabelecer mais espaços acolhedores para as pessoas que se encontram em situação de rua. Simultaneamente, espera-se estabelecer, com incentivos fiscais e parcerias público/privadas, um zoneamento urbano especializado no entorno da praça para a instauração de estabelecimentos alimentícios e culturais que se proponham a funcionar no período noturno. Dessa forma, a proposta buscou tornar a praça mais atrativa para novos frequentadores e mais receptiva para outras atividades comunitárias, isso por meio de um projeto que considera e estimula o uso alternativo por todos os tipos de públicos e abriga, com a estrutura existente dos entornos, os atuais habitantes que precisam recorrer ao espaço da praça como um ambiente de moradia.

Palavras-chave: Marketing de lugares. Praça do Ferreira. déficit habitacional. Cidade.