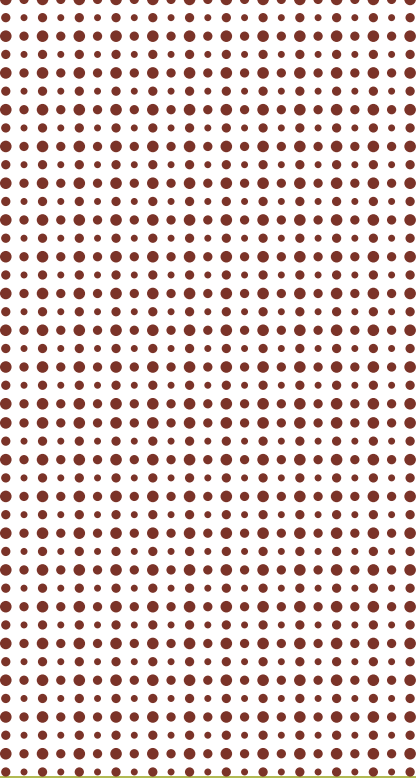




Parques do Brasil

Percepções da População

2022



SEMEIA



Sumário

1. Introdução	3
2. Metodologia	5
3. Agenda, sociabilidade e qualidade de vida	7
3.1 Agenda pública	7
3.2 Interesses intrínsecos em meio ambiente e sustentabilidade	10
4. Parques: conhecimento e fruição de espaços públicos	12
4.1 Parques naturais	13
4.2 Parques urbanos	21
4.3 Imagem dos parques	27
5. Gestão em parceria: caminhos e convergências	29
5.1 Atitudes sobre gestão pública	29
5.2 Modelos de gestão para serviços públicos	32
6. Considerações finais	38



Introdução



**Parque Nacional da
Chapada das Mesas (MA)**
Foto: Otávio Nogueira, CC BY 2.0

Vivemos tempos turbulentos, marcados por incertezas de natureza variada e que atingem quase todas as áreas da vida. A pandemia de Covid-19 intensificou consideravelmente esse cenário de incerteza e provocou mudanças rápidas no estilo de vida, nas relações de trabalho e nas formas de interação com o mundo.

Temáticas direta e indiretamente relacionadas aos parques passaram a ocupar lugar de maior destaque na imprensa e no imaginário das pessoas, o que nos deixou especialmente intrigados a entender a percepção da população sobre esses espaços e sobre o papel deles diante de tudo o que aconteceu no Brasil e no mundo desde a última edição desta pesquisa (divulgada semanas antes do início das medidas sanitárias no país).

Considerando o anseio do Semeia de contribuir para a sociedade com a melhoria dos serviços públicos, mostrando ao país soluções de desenvolvimento que não coloquem em risco a qualidade de vida das próximas gerações, a realização da pesquisa **Parques do Brasil – Percepções da População 2022** em um momento como esse torna-se ainda mais relevante.

Acreditamos que os parques naturais e urbanos, além de todo o papel que desempenham para o meio ambiente, podem ser fonte de riqueza, para o país e colaborar para a geração de oportunidades de lazer, emprego, saúde e bem-estar para a população. E a construção de parcerias para aportar novos recursos e ferramentas para a gestão desses espaços pode ajudar a tornar esse potencial uma realidade, garantindo a oferta de mais e melhores serviços para a sociedade, algo que certamente será ainda mais necessário no cenário de desafios do pós-pandemia.

Compreender como brasileiras e brasileiros utilizaram os parques nesse período, como avaliam sua experiência, assim como o que os motiva ou impede a frequentarem mais, são direcionadores de grande importância para pautar o trabalho daqueles que se dedicam à gestão dos parques do Brasil e ao seu aprimoramento.

Produzir informação de qualidade aprimora o nível das discussões, permite que os agentes reflitam e decidam a partir de bases sólidas e, no caso desta pesquisa, também dá voz à população sobre um tema de fundamental relevância e o qual queremos que, cada vez mais, faça parte da vida das pessoas.

Com esse propósito, procuramos capturar as percepções da sociedade sobre as seguintes dimensões:

- Principais preocupações e o espaço que a reflexão sobre os temas ligados aos parques do Brasil ocupa nesse contexto;
- Conhecimento, lembrança e referências sobre os parques, além da experiência objetiva com eles;
- Reação a alternativas de modelos de gestão que envolvem parcerias entre os setores público e privado e podem aprimorar o atendimento aos cidadãos.

Esta publicação também está estruturada em torno dessas dimensões. Após apresentar em detalhes a metodologia adotada, ela traz a configuração geral e a hierarquia de como as preocupações das pessoas se manifestaram. A seguir, compartilha resultados mais específicos da relação entre a sociedade e os parques: o quanto conhecem e frequentam esses espaços, além de fatores que motivam e/ou desincentivam a visita, sempre categorizando as percepções de acordo com o tipo de parque – natural e urbano. Por fim, reúne as reflexões sobre a visão dos respondentes em relação à gestão pública e ao papel do Estado, assim como ao modelo de parcerias para a gestão de parques.

Boa leitura!



Metodologia



**Parque da Água Branca,
São Paulo (SP)**
Foto: Dornicke, CC BY-SA 4.0

O estudo **Parques do Brasil – Percepções da População 2022** se estrutura a partir de três dimensões: a agenda geral de preocupações da população e a posição relativa ocupada por temas ambientais; o conhecimento sobre parques e a experiência concreta de sua utilização; e a reflexão sobre os modelos de gestão dessas áreas. Esses elementos nos dão um quadro de como estão as preocupações e prioridades das pessoas em relação à agenda pública, revelam o conhecimento que possuem sobre esses equipamentos e como os utilizam, além de lançarem luz sobre como elas percebem o desempenho e as possibilidades de melhorias na gestão dos parques.

Com a presente edição, completamos o terceiro período de observação das atitudes e comportamentos da população em relação aos parques do Brasil. Ao analisarmos variações ao longo do tempo, temos a possibilidade de tentar correlacioná-las com eventos e/ou ações ocorridas nesse período e que podem ter agido para influenciá-las. Essa continuidade nos permite captar o quanto certos aspectos ligados à nossa temática foram ou não impactados por um evento marcante como a epidemia da Covid-19¹.

Assim como o fenômeno que se propõe a analisar, o estudo também é dinâmico e vem se aperfeiçoando ao longo do tempo. Contudo, desde a primeira edição, os parâmetros técnicos são mantidos, de modo a permitir a comparabilidade dos resultados. Assim, a inclusão ou exclusão de perguntas ou alterações na amostragem são previamente avaliadas para que a representatividade seja mantida e a comparação de resultados seja possível.

Nas duas edições anteriores, trabalhamos com seis regiões metropolitanas (RMs). Já nesta edição, aumentamos esse número para dez regiões. Contemplar as duas principais regiões metropolitanas dentro de cada uma das cinco regiões brasileiras foi o critério adotado para essa ampliação. Com os resultados sistematizados, realizamos, então, uma análise para verificar se essas inclusões impactavam as tendências gerais mapeadas até então no resultado Brasil.

¹Em determinados pontos deste relatório, realizamos análises de como a pandemia impactou ou não aspectos que já vinham sendo monitorados em estudos anteriores. Sobre a visão e uso dos parques especificamente durante a pandemia, realizamos o estudo: **Parques e a Pandemia - Comportamentos e Expectativas**, publicado em março de 2022.

Concluimos que, com as inclusões, não houve alterações significativas. Ou seja, vínhamos representando bem o que o brasileiro pensava, mesmo com seis regiões. Mas agora, com as novas inserções, além de termos uma presença maior de RMs como um todo, diminuimos a margem de erro total com o aumento da amostra, obtendo mais robustez para analisarmos um cenário Brasil com uma presença representativa de cidades e regiões brasileiras.

Adotamos uma metodologia quantitativa, com a aplicação de questionário estruturado composto de perguntas fechadas e abertas, por meio de coleta online. O universo representado foi a população adulta (entre 16 e 70 anos) das dez principais regiões metropolitanas (definidas conforme critério apresentado acima).

A coleta dos dados aconteceu entre os dias 8 e 29 de julho de 2021. Foram realizadas 1.541 entrevistas com margem de erro total de 2,5 pontos percentuais. Os resultados foram ponderados para que cada segmento em cada uma das dez regiões correspondesse à proporção efetivamente encontrada na população. Dados oficiais fornecidos pelo IBGE (PNAD e Censo) foram utilizados tanto para o desenho da amostra quanto para estabelecer os fatores de ponderação. Após a coleta, as perguntas abertas foram codificadas e os dados processados e analisados. A seguir, apresentamos a distribuição das entrevistas por região metropolitana e pelas regiões geográficas:

Região metropolitana	Estado	Entrevistas por RM	Região	Entrevistas por regiões
São Paulo	São Paulo	315	Sudeste	519
Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	204		
Porto Alegre	Rio Grande do Sul	141	Sul	261
Curitiba	Paraná	120		
Fortaleza	Ceará	120	Nordeste	241
Salvador	Bahia	121		
Brasília	Distrito Federal	142	Centro-Oeste	273
Goiânia	Goiás	131		
Manaus	Amazonas	121	Norte	247
Belém	Pará	126		
Total				1.541



Agenda, sociabilidade e qualidade de vida



**Parque Nacional da Chapada
Diamantina (BA)**

Foto: Gustavo Couto, CC BY-SA

A primeira forma de análise da agenda pública é considerar a estrutura geral de como as preocupações se configuram. Quais blocos de temas afins se formam? Qual a intensidade dos temas dentro desses blocos? Já a segunda forma, realizada quando possível, é a análise temporal, que verifica se, em dois momentos diferentes, a ordem dessas preocupações mudou ou se manteve estável. Nesse último caso, tivemos a oportunidade de observar, por exemplo, como a pandemia de Covid-19 estava influenciando as principais preocupações dos brasileiros.

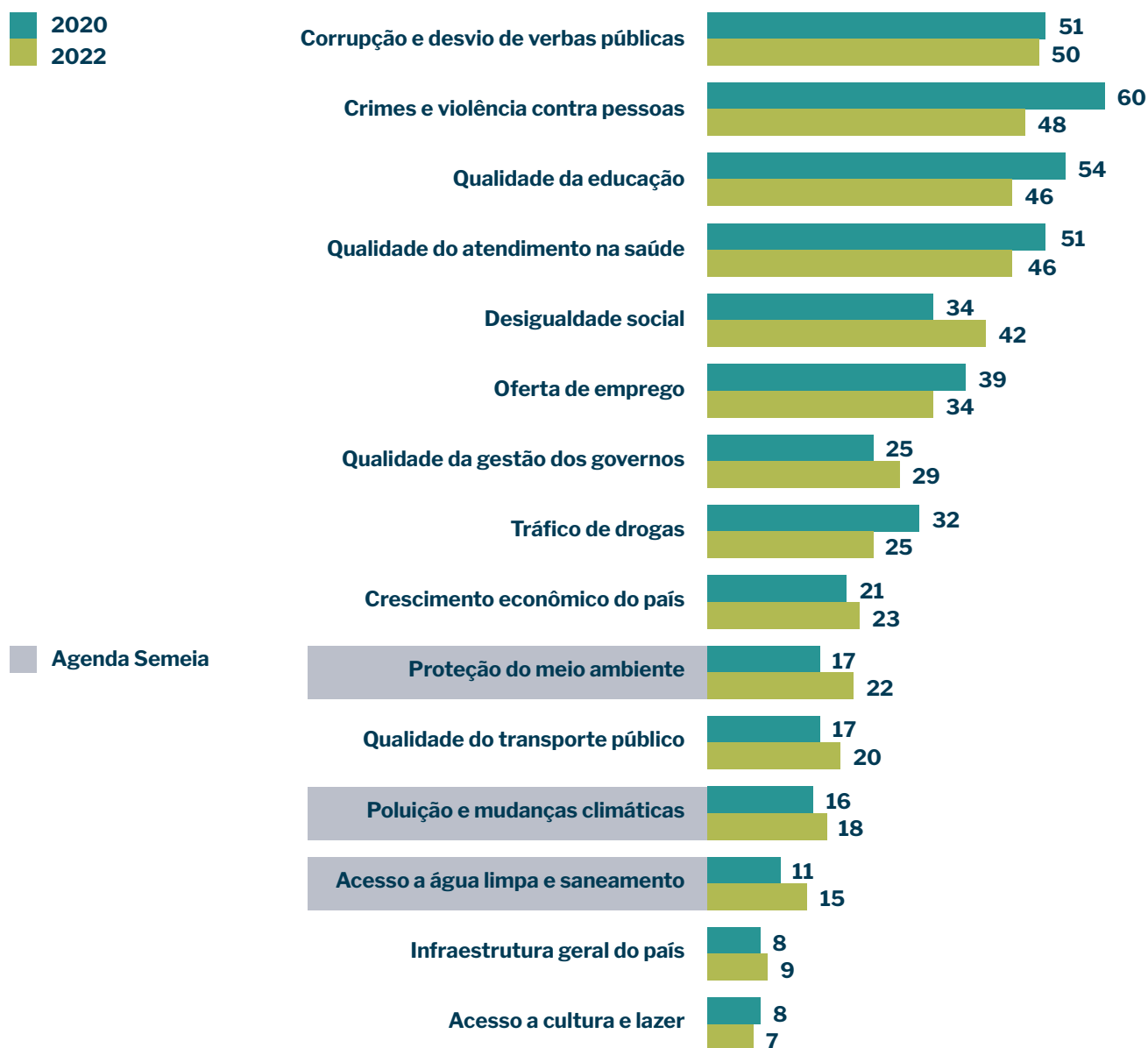
Ao utilizar a mesma metodologia e a mesma lista de preocupações das duas edições anteriores, foi possível identificar o principal fator diferenciador entre os períodos pesquisados: a vivência da pandemia. Como utilizamos exatamente os mesmos critérios de avaliação, nossa hipótese é que parte das mudanças observadas na agenda da população se deve a todo o contexto gerado por essa adversidade: isolamento social, discussões sobre vacinas, impactos econômicos, necessidade de mudanças em estilos de vida, entre outros.

3.1 Agenda pública

As quatro principais preocupações dos brasileiros entre 2020 e 2022 permaneceram as mesmas: “corrupção e desvio de verbas públicas”, “crimes e violência contra as pessoas”, “qualidade da educação” e “qualidade no atendimento na saúde”. Houve, contudo, diminuição na intensidade das menções a esses aspectos.

Vale notar, entretanto, que esse conjunto de temas permanece como foco de atenção da população. Violência, saúde e educação são áreas que há muito tempo são alvo de preocupação, debate e notícia, mas que parecem não encontrar um encaminhamento adequado.

Principais preocupações no Brasil (%)



Base: 2020: 1.198 - 2022: 1.541 - total da amostra.

Fonte: Q11 (RM, 5 menções - EST) - Pensando no seu cotidiano e considerando essas áreas e temas, na sua opinião quais são os principais temas que te preocupam no Brasil hoje?

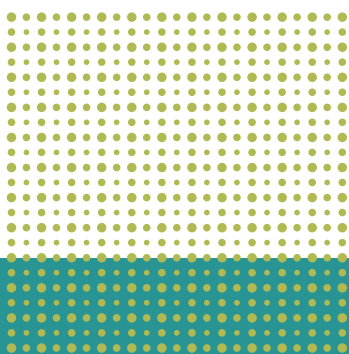
Na sequência observarmos que há um conjunto de preocupações que, no período considerado, se mantem em uma posição intermediária no *ranking* geral. No entanto, alguns temas que compõem esse conjunto apresentam alterações entre os dois estudos. A preocupação com aspectos como “desigualdade social” e “qualidade da gestão dos governos” aumentou, enquanto para “oferta de emprego” e o “tráfico de drogas” diminuiu. O crescimento da preocupação com a desigualdade e com a qualidade da gestão pública é, provavelmente, um efeito da pandemia e pode repercutir na percepção sobre a questão dos parques no Brasil. A forma como a pandemia se alastrou e, posteriormente, como impactou mais diretamente as populações mais vulnerabilizadas explicitou essa questão social. A preocupação com a qualidade da gestão pública está diretamente ligada a esse ponto, na medida em que expôs os limites e as dificuldades governamentais em lidar com uma emergência como essa.

Esses pontos dialogam com os parques uma vez que os benefícios que reconhecidamente oferecem estão à disposição das pessoas em situação de vulnerabilidade de forma universal e gratuita. Outro ponto que está na agenda sobre os parques e que aqui encontra uma convergência com a da população é a possibilidade de aprofundamento do debate sobre eficácia da gestão governamental e alternativas de modelos de gestão e parcerias. Esse é um importante ponto de conexão entre esses dois aspectos: um serviço público mais eficaz beneficia diretamente as populações menos assistidas, aquelas que mais precisam desse tipo de atendimento. Obviamente, isso não representa uma diminuição da desigualdade, mas há aqui uma forma de atuação sobre suas consequências, minimizando os efeitos negativos de uma condição de vida desfavorável para parte significativa da população.

Entre os itens que figuram mais ao final do *ranking* de preocupações podemos observar algumas alterações promissoras. Nesse grupo quase todos os itens apresentam um crescimento entre os dois estudos. Todos os aspectos que são correlatos à discussão sobre parques no Brasil e que denominamos de Agenda Semeia cresceram como preocupação entre os brasileiros: “proteção do meio ambiente” (17 para 22%), “poluição e mudanças climáticas” (16 para 18%) e “acesso a água limpa e saneamento” (11 para 15%). Isso denota uma abertura maior para a discussão sobre o papel dos parques no endereçamento dessas preocupações. Esse tipo de equipamento age mais diretamente sobre a questão da proteção, mas, mesmo de forma incidental, atua pedagogicamente para esclarecer e despertar o interesse na busca de informação sobre os demais temas ambientais.

Observando a configuração geral entre 2019 e 2020 vemos que a ordem geral do *ranking* de preocupações não se altera significativamente, mas entre os primeiros itens diminuem as intensidades de menções, enquanto as porcentagens aumentam entre os últimos aspectos. Ou seja, ouve uma “redistribuição” na escolha das preocupações um pouco mais equânime em 2021. Há uma atenção maior para os itens menos mencionados, sendo que alguns, quando avaliados individualmente apresentam grande relevância.

O acúmulo de problemas na cabeça dos brasileiros e as circunstâncias impostas pela pandemia, de certa forma, levaram a uma reflexão a temas que circunstancialmente estavam em um patamar secundário. Pode ser um indício do que chamamos no último estudo de necessidade do desenvolvimento de agendas paralelas. Significa dizer que a população reconhece que há temas mais urgentes, realmente prementes no dia a dia como saúde, mas aqueles problemas que parecem não ter um impacto tão imediato não devem ficar para trás. A sobreposição e o caráter cumulativo de preocupações reforçam a ideia de que precisamos agir em várias frentes ao mesmo tempo.



3.2 Interesses intrínsecos em meio ambiente e sustentabilidade

Enquanto o *ranking* de preocupações nos mostra como a população hierarquiza suas prioridades, aqui avaliamos o interesse, item a item, por temas ligados ao meio ambiente, parques e sustentabilidade. Para cada aspecto dessa agenda, pedimos que o respondente indicasse seu grau de interesse em uma escala com três possibilidades: 1) muito interesse, 2) pouco interesse e 3) nenhum interesse. Nesta seção, analisamos as menções de muito interesse em cada aspecto.

Ao todo, foram avaliados 14 itens. Entre eles, nove registraram mais de 70% de “muito interesse”, e somente dois computaram menos de 50%. Essa configuração pode revelar um forte envolvimento com as temáticas contempladas nessa lista.

Os quatro aspectos mais mencionados se relacionam a danos ambientais, necessidade de contenção desses impactos e preocupação com a dimensão temporal de reparação deles: “poluição das águas” (82%), “sustentabilidade para as próximas gerações” (79%), “conservação da fauna e flora” (78%) e “desmatamento” (76%).

Interesse em temas ligados ao meio ambiente (%) | Muito Interesse



Base: 2022: 1.541 - total da amostra.
Fonte: Q12 (RU por linha - EST) - De forma geral, como você classifica seu interesse por cada um desses temas? (Muito interesse / Pouco interesse / Nenhum interesse)

No patamar acima de 70% de “muito interesse” temos, ainda, aspectos diretamente ligados aos parques: “estilo de vida saudável” (76%) e “lazer ao ar livre” (71%). A relação desses temas com os parques parece ter se tornado mais evidente e se fortaleceu com a pandemia. Os benefícios do contato com a natureza tem sido bastante discutido nos últimos dois anos, desde que as medidas de distanciamento social começaram a ser adotadas. E, além dos efeitos positivos para a saúde física, houve uma ampliação dessa discussão para os benefícios gerados também para a saúde mental.

Uma das coisas que podemos observar aqui é uma ampliação de espaço para uma maior inserção das temáticas que envolvem todo o espectro ligado aos parques. O interesse intrínseco por esses temas permanece em patamares muito altos, ao passo que a posição relativa de questões ambientais no *ranking* de preocupações cresceu no último ano.

Fato é que a pandemia ressignificou prioridades, mexeu com valores e com diversas dimensões físicas e psicológicas das pessoas. Um evento tão marcante quanto esse tende a provocar uma reflexão sobre mudanças de comportamento. A dúvida é se, depois da pandemia, elas ocorrerão de fato e, se for o caso, como serão essas mudanças.

Há uma série de preocupações, medos e desejos que afloraram durante esse período. Há questões que afligem grande parte da população, como desemprego e saúde. A tensão vivenciada a partir desses problemas poderia prejudicar a movimentação no sentido de transformações na vida, como a implementação de um estilo de vida mais saudável e de maior contato com a natureza. Por outro lado, a noção de tempo e de urgência também tende a se transformar e acelerar processos.

Parque Estadual do Cristalino (MT)
Foto: Carol Da Riva





Parques: conhecimento e fruição de espaços públicos

▲
**Parque Moinhos de Vento,
Porto Alegre (RS)**
Foto: Lechatjaune, CC BY-SA 3.0

Em qualquer estudo que utilize a técnica de *survey*, há sempre dois importantes aspectos que precisam ser considerados: a confiabilidade e a validade dos dados. Confiabilidade se refere à qualidade da amostra, para garantirmos que o estudo de fato represente a população-alvo da pesquisa. Já a validade diz respeito à capacidade do instrumento de medir o que se propõe. Para assegurar que esse processo ocorra da melhor forma possível, é necessário que os conceitos abordados estejam suficientemente claros para os entrevistados. Mesmo que alguns respondentes tragam visões próprias para a interação com o instrumento de coleta, é necessário que equalizemos essas versões para nos certificarmos de que todos estão avaliando, dialogando e interagindo com o mesmo grupo de referências.

Por isso, no início das seções específicas do questionário, explicitamos os conceitos dos dois principais tipos de parques: naturais e urbanos. Esses conceitos descrevem tanto as características físicas, como também as funções e usos mais comuns de cada tipo. As principais diferenciações entre os dois conceitos referem-se à localização (próximos ou não de centros urbanos) e a algumas das principais características de utilização: contemplação e contato com a natureza, no caso de parques naturais, e práticas de lazer e entretenimento no caso dos urbanos².

NATURAIS

São grandes áreas demarcadas pelo governo para conservação do meio ambiente. Estão usualmente mais afastadas dos centros urbanos e são frequentadas por turistas em busca de aventura, contato com a natureza preservada e contemplação de belezas naturais.

URBANOS

São áreas públicas com muito verde dentro das cidades. São usualmente frequentadas pela população para a prática de esportes, atividades de lazer, entretenimento e como opção de contato com a natureza nos centros urbanos.

² Trata-se, aqui, de conceitos baseados na experiência do usuário e não no enquadramento jurídico e regulatório, visto que o objetivo foi o de facilitar a compreensão e estabelecer uma conexão com o olhar e a experiência da população geral que, na maioria das vezes, não tem clareza nem interesse direto sobre a distinção entre os tipos de parque.

A vivência da população com os parques, sejam naturais ou urbanos, é analisada a partir de quatro dimensões, as quais buscam concatenar a forma de aproximação e interação da população com essas áreas:

Conhecimento

Sem conhecimento não é possível nenhum tipo de interação. Mesmo quando o conhecimento é fluido, apenas se ouviu falar, significa que a pessoa tem referências, que pode elaborar e que informações sobre o objeto não lhe serão estranhas.

Experiência

A experiência é vivência, positiva ou negativa, de expectativas que tendem a materializar o conceito do que é um parque.

Motivações

As motivações nos mostram os aspectos mobilizadores que fizeram um grupo de pessoas passar da intenção à ação. Na análise dessa dimensão, é possível identificar pontos que, se reforçados, podem funcionar como gatilhos de visitaçã para aqueles que nunca tiveram essa experiência com parques.

Barreiras

As barreiras nos revelam os impedimentos para que determinados grupos não se mobilizem para viver uma experiência nos parques. Aqui, podemos ter aspectos atitudinais, como no caso de pessoas que não gostam desse tipo de passeio e que dificilmente serão convencidas, ou aquelas que possuem esse desejo, mas não conseguem operacionalizá-lo por questões materiais (dinheiro e distância, por exemplo).

4.1 Parques naturais

Para avaliarmos as percepções sobre os parques naturais é importante ressaltar que iniciamos esta seção dentro do questionário com a avaliação estimulada de conhecimento sobre uma série de unidades – ou seja, apresentamos aos respondentes uma lista com o nome de 16 parques nacionais. Dessa forma, posicionamos mais claramente para o entrevistado as referências sobre o tipo de equipamento que estamos avaliando, pois, além de apresentar o conceito desse tipo de parque, também materializamos suas características por meio dos exemplos listados.

Conhecimento

A quase totalidade dos brasileiros conhece algum parque natural: 97% dos entrevistados reconheceram um parque a partir da lista apresentada no questionário ou mencionaram algum nome espontaneamente.

Essa medida tão expressiva nos dá o grau de familiaridade dos brasileiros com esse tipo de equipamento público. Ela representa o espaço total onde podem trafegar informações sobre parques naturais sem que passem despercebidas, uma vez que, nesse público, tais informações encontrarão um mínimo de referências para torná-las relevantes.

97%

conhecem
pelo menos
1 parque natural

A alta familiaridade é observada em todas as dez regiões metropolitanas estudadas. Significa dizer que, independentemente de particularidades regionais, as características gerais do que seria um parque natural são reconhecidas nas referências sintetizadas no conceito e nos exemplos. Esse cenário é um facilitador para os agentes que fomentam debates sobre temas relacionados a parques. Atualmente, novos argumentos, dados e informações sobre a temática tendem a não cair num vazio, uma vez que as pessoas agora possuem referências com as quais poderão relacioná-los. Nesta pesquisa, pudemos observar que isso ocorre no Brasil como um todo.

Parques Naturais | Conhecimento total

TOTAL	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	PORTO ALEGRE	CURITIBA	SALVADOR	FORTALEZA	MANAUS	BELÉM	BRASÍLIA	GOIÂNIA
2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CONHECE ALGUM PARQUE	97	97	95	94	97	97	100	98	100	98
NÃO CONHECE NENHUM	3	3	5	6	3	3	0	2	0	2
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Base: 2022: 1.541 – total da amostra.
Fonte: Q13 (RM - EST) + Q14 (RM - ESP).

O quadro do reconhecimento específico dos parques também explicita a familiaridade das pessoas com esse tipo de equipamento. Segundo o Cadastro Nacional de Unidades de Conservação (CNUC), gerenciado pelo Ministério do Meio Ambiente, existem no país 74 parques nacionais (isto é, sob a gestão do governo federal)³. Como mencionado anteriormente, apresentamos aos entrevistados uma lista com o nome de 16 parques nacionais, o que equivale a 22% do total. Com o estímulo dessa listagem, 88% da população reconheceu pelo menos uma dessas unidades, e 9% mencionou, espontaneamente, alguma outra.

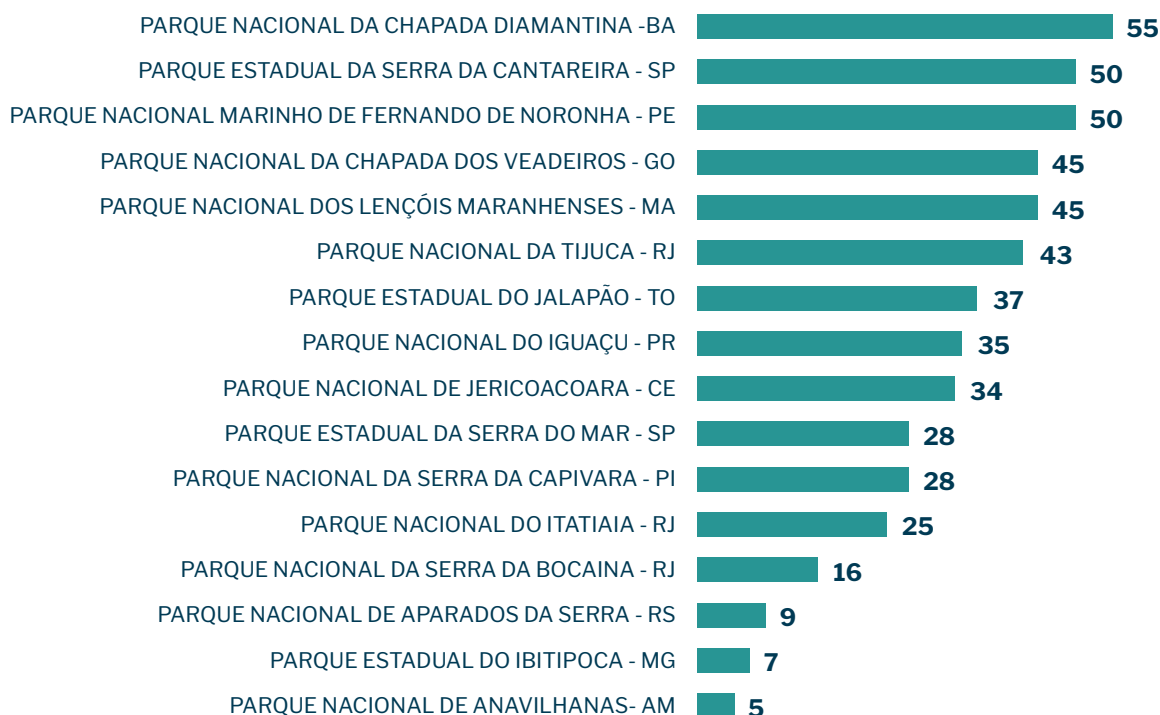
Parque Nacional da Serra da Bocaina (RJ)
Foto: Carol Da Riva



³Consulta em novembro de 2021.

A partir disso, pudemos elencar os parques mais conhecidos do Brasil, os quais são reconhecidos por mais de 50% da população: Parque Nacional da Chapada Diamantina (BA), Parque Estadual da Serra da Cantareira (SP) e Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha (PE).

Parques Naturais | Conhecimento estimulado (%)



Base: 2022: 1.541 – total da amostra.

Fonte: Q13 (RM - EST) - Por favor, marque na lista abaixo todos os PARQUES NATURAIS que você conhece, mesmo que seja só de ouvir falar.

Vale notar que a familiaridade com um dado tema é um dos primeiros aspectos considerados por estrategistas em comunicação e debatedores de determinado assunto. Caso essa base não esteja presente, o desafio de pautar uma determinada agenda é muito maior, pois precisa-se primeiro inserir o tema ou conceito no imaginário e na lembrança das pessoas. No caso dos parques, como vimos até aqui, já se tem um reconhecimento amplo, não só no total Brasil como também em todas as regiões estudadas.

Outro aspecto importante a ser considerado é que esse nível de conhecimento não sofreu uma diminuição durante o período de pandemia. Os indicadores de familiaridade permaneceram no mesmo patamar, o que indica que os parques, em certo sentido, continuaram no radar das pessoas.

Experiência

A experiência é uma dimensão das relações de consumo cada vez mais valorizada. Sua importância não se restringe à utilização de produtos e serviços privados, mas também ao uso de serviços públicos. Essa já se tornou uma área de estudo em si mesma: *User Experience*, mais conhecida como UX, ou, em português, Experiência do Usuário. Isso ocorre porque a experiência é responsável

pelo reforço ou decepção em relação às expectativas quanto a algum tipo de vivência. Os sentimentos, aprendizados, dificuldades e recompensas durante a experiência podem determinar a construção ou consolidação de imagem do ente experienciado, definindo a intensidade e qualidade de um possível relacionamento.

No caso dos parques, significa dizer que o acúmulo de experiências positivas pode transformar o visitante em um *habitué*, como também em um defensor dessas áreas e um propagador dos benefícios que elas oferecem. Para mapearmos a experiência da população com parques naturais trabalhamos com três medidas:

- **Visitação na vida:** fornece a proporção daqueles que já passaram pela experiência de visitar um parque em algum momento da vida. Essas pessoas tendem a ter conhecimento e maior propriedade para absorver informações sobre o tema, avaliá-las, debatê-las e opinar a partir de suas vivências.
- **Frequência:** representa a intensidade da relação com os parques naturais e tende a refletir, simultaneamente, o desejo em manter uma periodicidade regular de visitas e também a possibilidade real de as realizar.
- **Última visita:** revela a dimensão temporal da concretização mais recente do relacionamento com os parques.

Para que pudéssemos ter parâmetros de comparação com as edições anteriores e, ao mesmo tempo, avaliar o impacto da pandemia na visitação a parques naturais, pedimos que os entrevistados informassem a frequência com que costumavam realizar visitas “antes da pandemia” (onde poderíamos avaliar uma eventual continuidade de tendências). Já para capturar os efeitos das medidas de distanciamento sobre a visitação, solicitamos que os respondentes indicassem quando realizaram a última visita a um dessas áreas.

Parques Naturais | Experiência - visitação (%)

	TOTAL	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	PORTO ALEGRE	CURITIBA	SALVADOR	FORTALEZA	MANAUS	BELÉM	BRASÍLIA	GOIÂNIA
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
VISITOU ALGUM PARQUE	66	71	80	54	65	51	62	64	50	62	51
NUNCA VISITOU	34	29	20	46	35	49	38	36	50	38	49
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Base: 2022: 1.541 – total da amostra.
Fonte: Q15 (RM - EST + ESP).

Identificamos que a proporção daqueles que já tiveram a experiência de visitar um parque natural é de 66% do total da população estudada. Entre as regiões pesquisadas, ela varia de 50% (em Belém) a 80% (no Rio de Janeiro). Como veremos nas seções sobre motivações e barreiras, há diversos fatores que podem in-

terferir nesses níveis de visitação, mas é importante destacar que podemos ter desde questões como as diferentes condições socioeconômicas de cada região até a própria localização dos parques. Lembremos, por exemplo, que na cidade do Rio de Janeiro temos a presença de um parque natural – o Parque Nacional da Tijuca – no meio de uma área urbana com grande concentração de pessoas.

Parques Naturais | Frequência (%)

2020
2022

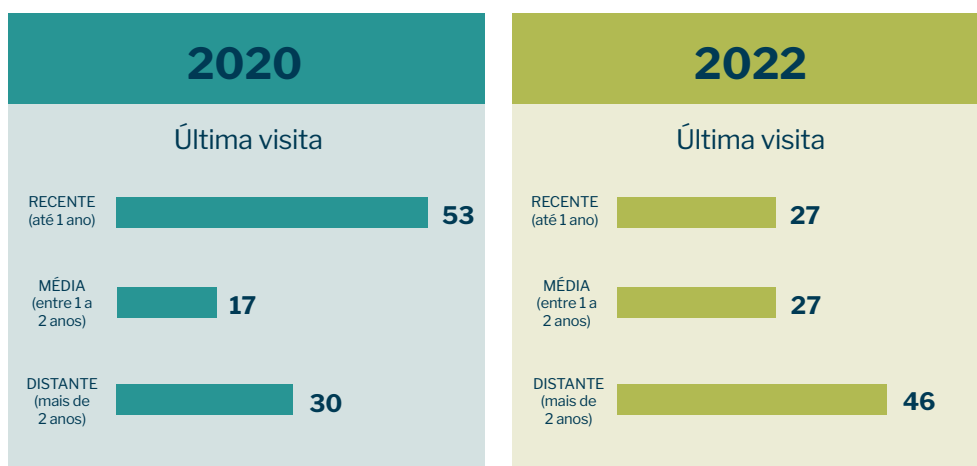


Base: 2020: 770 – 2022: 1.018 – já visitaram parques naturais.
Fonte: Q16 (RU - EST) – Com que frequência você costuma visitar PARQUES NATURAIS?

No conjunto das pessoas que já visitaram um parque natural na vida (66% do total dos brasileiros), a declaração do hábito de visitação apresenta pequenas alterações entre 2020 e 2022. A proporção daqueles que regularmente faziam visitas várias vezes por ano (intensa) passou de 32% para 22%. Essas pessoas que diminuíram as visitas se dividiram entre uma frequência média (28% para 33%) e mais esporádica (40% para 45%).

Entre 2020 e 2022, a declaração de uma última visita recente diminuiu drasticamente. Nesse período, o percentual de pessoas que havia feito sua última visita a um parque natural nos últimos 12 meses passou de 53% para 27%. Considerando que a coleta de dados foi realizada em julho de 2021, esse período corresponde a pouco mais de um ano desde o início da pandemia.

Parques Naturais | Impacto da pandemia na frequência (%)



Base: 2020: 770 - 2022: 1.018 – já visitaram parques naturais.
Fonte: Q17 (RU - EST) – Quando foi a sua última visita a um PARQUE NATURAL?

Motivações

As principais motivações para a frequência a parques naturais estão diretamente ligadas a uma atitude positiva diante do contato com a natureza: “gosto de contato com a natureza e contemplar suas belezas naturais” (35%), “mostrar a natureza para os filhos” (22%) e “fui para conhecer um atrativo famoso do parque” (20%). Esses três motivos, que certamente apresentam sobreposições, evidenciam três importantes dimensões potencializadoras das visitas: **valorização, compartilhamento e informação**.

O gosto pelo contato com natureza, principal motivação, pode revelar uma **valorização** e uma necessidade dessa vivência. A visitação a parques naturais, além de suprir essa necessidade, possivelmente realimenta tal motivação. “Mostrar para os filhos” denota a preocupação em **compartilhar** essa relação positiva com a natureza. Os pais e mães que indicaram essa razão muito provavelmente gostariam que os filhos também desenvolvessem esse mesmo apreço. Por sua vez, o fato de termos 20% dos frequentadores declarando que “foram ao parque para conhecer um atrativo famoso” pode significar uma relação já construída a partir de alguma fonte de **informação**. Essa parcela, a fim de satisfazer um desejo específico, de atender uma necessidade muito objetiva, obteve, de algum modo, informações com amigos, sites, publicações ou outros meios.

Parques Naturais | Motivações para visita (já visitou) (%)



Base 2022: 1.018 – já visitaram parques naturais.

(*) Pequenas diferenças no texto entre 2018 e 2020

Fonte: Q18 (RM – EST) - Qual o motivo dessa sua última visita a um PARQUE NATURAL? Escolha as afirmações que melhor explicam a razão pela qual você visitou esse parque.

Outro destaque são as menções a “proveitei uma oportunidade de viagem nas redondezas do parque” (19%). A visita de oportunidade é um aspecto que ainda pode ser bastante potencializado pelos parques naturais. Como alguns deles estão localizados em áreas de mais difícil acesso, se fossem oferecidos em roteiros turísticos com outros tipos de atrações, poderiam atingir pessoas que possuem motivação para visitar parques. Isso fortaleceria a relação custo-benefício para esses turistas, que não precisariam voltar à região para uma visita específica apenas ao parque.

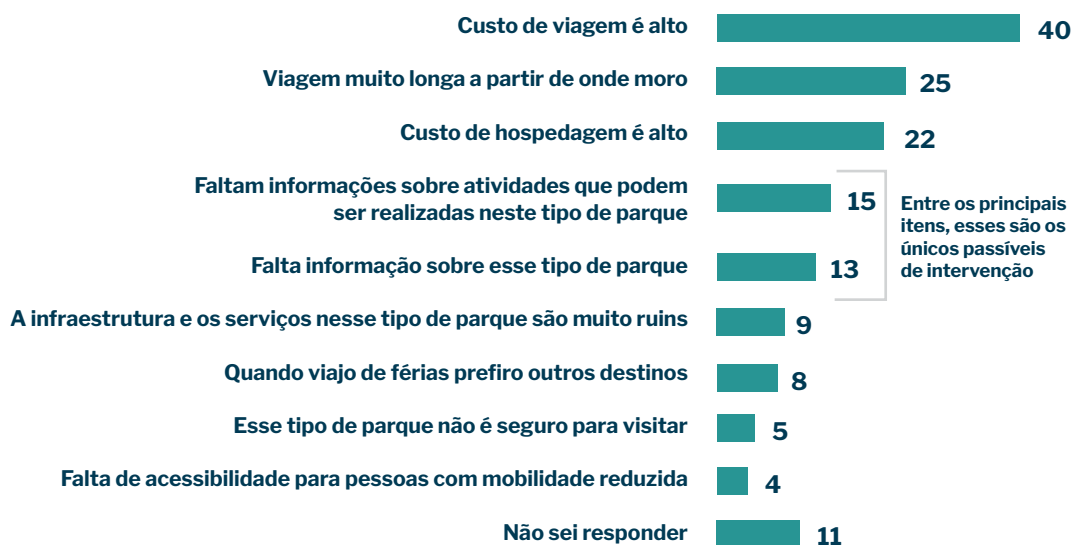
Por fim, entre as principais motivações, temos a “indicação de amigos e familiares” (17%). Esse tipo de recomendação, o famoso “boca-a-boca”, é muito considerado em processos de decisão. Além de contar com a confiança e a credibilidade dos informantes, costuma ser uma indicação baseada na experiência, o que a torna mais concreta e interessante. Possivelmente, são pessoas que já visitaram um parque, tiveram suas expectativas atendidas total ou parcialmente e gostariam que amigos e parentes também experimentassem a mesma vivência. Outro fator que pode potencializar essa recomendação é o fato de, provavelmente, ser feita para pessoas que compartilham daquele mesmo gosto ou atitude.

Barreiras para visitação

As barreiras para a visitação de parques naturais foram analisadas em dois grupos. Ao primeiro, composto por pessoas que já visitaram esse tipo de parque, foi indagado: “Qual o motivo que o impede de ir com maior frequência a um parque natural?”. Com o segundo grupo, formado por pessoas que nunca visitaram esse tipo de parque, investigamos a razão para jamais terem se mobilizado para uma experiência desse tipo.

Verificou-se que, em ambos os grupos, as barreiras são praticamente as mesmas: custos, distância e falta de informa o.

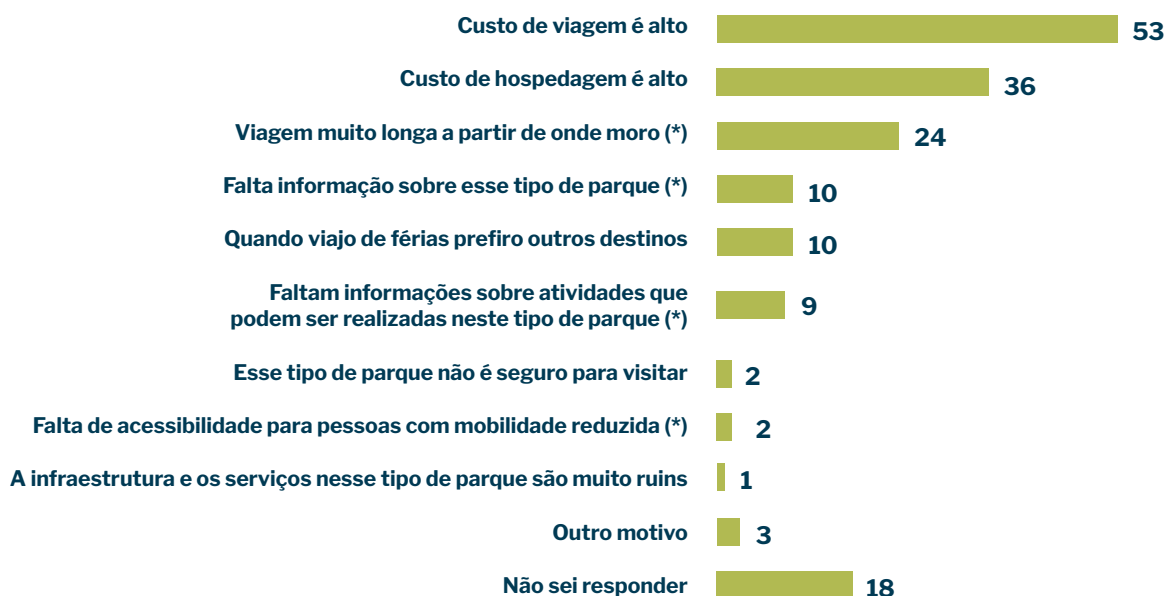
Parques Naturais | Barreiras a uma maior visita o (já visitou) (%)



Base: 2022: 1.018 – já visitaram parques naturais.

Fonte: Q19A (RM – EST) – Qual o motivo que o impede de ir com maior frequência a um PARQUE NATURAL?

Parques Naturais | Barreiras a uma maior visitação (nunca visitou) (%)



Base: 2021: 523 - nunca visitaram parques naturais.

(*) Pequenas diferenças no texto entre 2018 e 2020.

Fonte: Q19 (RM - EST) - Por qual razão você nunca visitou nenhum PARQUE NATURAL? Escolha as afirmações que melhor explicam a razão pela qual você nunca visitou um parque desse tipo.

Apesar dessa aparente convergência, os mesmos motivos podem ter significados diferentes para cada um dos grupos. Para o grupo dos que já têm uma experiência de visitação, a reflexão sobre custo-benefício se dá a partir de uma vivência concreta e, possivelmente, de um desejo de retorno. Apenas 8% colocam uma objeção direta às características e benefícios oferecidos por esses equipamentos, ao declarar que “preferem outros destinos”.

A necessidade de informação também deve ter significados diferentes para esse primeiro grupo. Muito provavelmente, quem já visitou parques naturais não precisa tanto de informações de convencimento, mas de conteúdo de caráter operativo, que ofereça detalhes sobre deslocamento, infraestrutura e atrações. Lembremos que uma das principais motivações para visitação desse grupo é a busca por um “atrativo famoso” do parque.

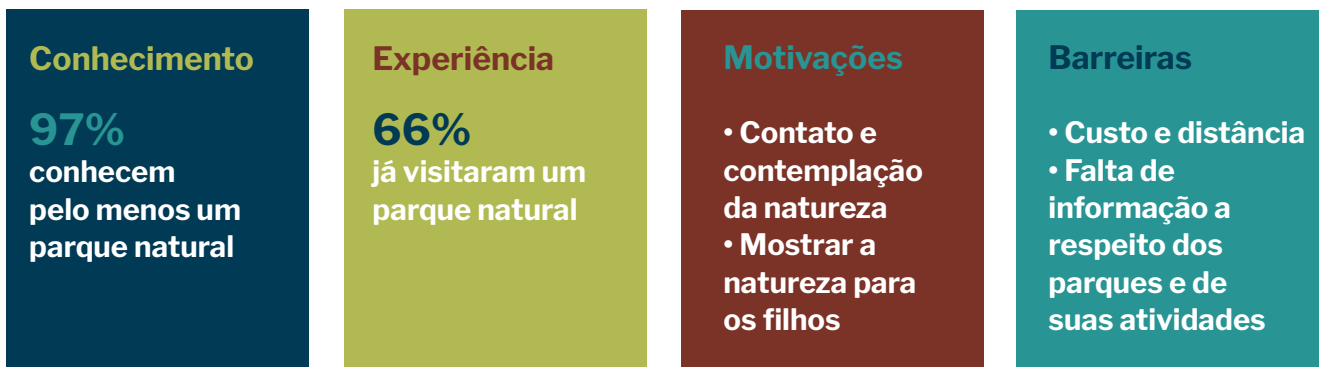
**Parque Nacional dos
Lençóis Maranhenses (MA)**
Foto: Carol Da Riva



Já para as pessoas que nunca visitaram um parque natural, o processo de reflexão para tomar uma decisão nessa direção pode ser bem diferente. Para mobilizá-las, a comunicação precisa ter um caráter de convencimento. É provável haver nesse grupo um número considerável de pessoas que enfatizam os custos de viagem e hospedagem ou que possuem limitações de recursos de difícil superação – ou seja, mesmo que desejem uma experiência desse tipo, lhes pode ser muito difícil realizá-la.

Nesse sentido, a necessidade de informação deveria ser suprida com comunicados que apresentassem alternativas para esse segmento, mostrando, inclusive, que é possível visitar parques naturais com custo igual ou menor a outras viagens e passeios comumente escolhidos pelos brasileiros. O potencial pode ser promissor, pois nesse grupo apenas 10% dos entrevistados declararam a preferência por outros destinos como uma das barreiras à visitação.

Nos dois grupos, há uma parcela de pessoas que não conseguiram explicitar as barreiras para “uma maior visitação” (11%) e para “nunca terem visitado” um parque natural (18%). Esses percentuais apresentaram pequeno crescimento em relação a 2020.

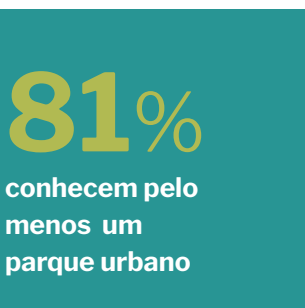


4.2 Parques urbanos

Diversidade talvez seja uma das palavras mais adequadas para descrever as características dos parques urbanos distribuídos pelo Brasil. Com tamanhos, tipos de vegetação, equipamentos de lazer, infraestrutura, horários e funções completamente variados, é fundamental estabelecer um conceito mínimo de referência. Daí a importância de apresentarmos uma definição dos tipos de parque no questionário e, assim, garantir a todos os respondentes uma compreensão minimamente similar.

Conhecimento

A maioria dos brasileiros conhece algum parque urbano: 81% dos entrevistados mencionaram espontaneamente o nome de pelo menos um parque – no total, foram citados 151 parques diferentes. Cotejando esses dados com os números obtidos pelos parques naturais, temos um aparente paradoxo. Enquanto os parques naturais – quase sempre mais distantes das cidades e menos acessíveis – apresentam um conhecimento total de 97%, os urbanos – mais próximos à população da cidade – são citados por uma proporção significativamente menor (81%).



Parques Urbanos | Conhecimento espontâneo (%)

	TOTAL	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	PORTO ALEGRE	CURITIBA	SALVADOR	FORTALEZA	MANAUS	BELÉM	BRASÍLIA	GOIÂNIA
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
MENCIONOU ALGUM PARQUE	81	82	73	83	79	85	83	79	83	76	87
NÃO MENCIONOU NENHUM	19	18	27	17	21	15	17	21	17	24	13
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Base: 2022: 1.541 - total da amostra.

Fonte: Q21 (RM - ESP) - Quais os PARQUES URBANOS que você conhece? Por favor, anote os nomes dos parques que conhece mesmo que seja só de ouvir falar. Anote o nome do parque e o estado.

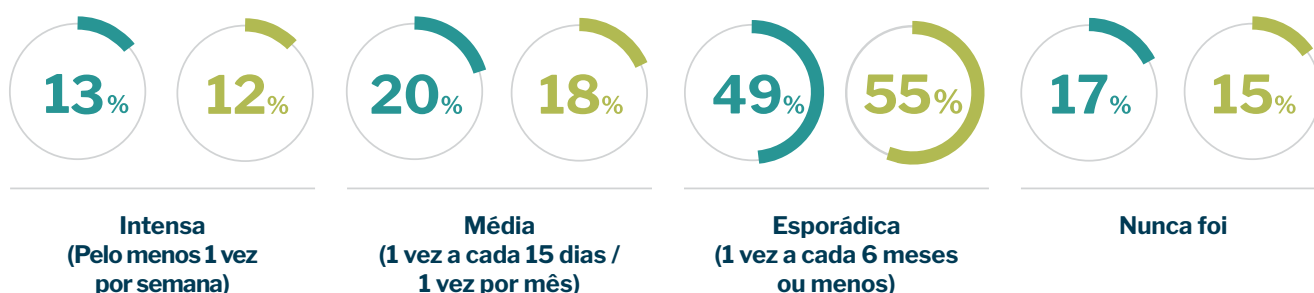
Alguns aspectos podem justificar essa diferença. Por exemplo, o fato de alguns parques naturais serem “famosos”, com frequente presença na mídia, aparições em novelas e programas de TV ou mesmo nas redes sociais de celebridades que os visitam. É estranho, contudo, que os parques urbanos não tenham maior presença na vida dos cidadãos, especialmente se considerarmos que, muitos deles, são pontos de referência geográfica em suas respectivas cidades e atraem visitação não apenas para a contemplação das belezas naturais, como também para atividades correlatas ali desenvolvidas, como shows, exposições e feiras.

Nesse aspecto de familiaridade o destaque é o Parque Ibirapuera, em São Paulo. Ele alcançou a maior porcentagem de lembrança dentro de sua própria região (62%), além de ser o único mencionado por respondentes de todas as outras regiões pesquisadas.

Experiência

Diferentemente do que ocorreu com os parques naturais, a pandemia não mudou tão significativamente a experiência com os parques urbanos. Nesse período, pudemos observar somente um pequeno aumento na visitação esporádica.

Parques Urbanos | Experiência e Frequência (%)



2020
2022

Base: 2022: 1.541 - total da amostra.

Fonte: Q23 (RU - EST) - Com que frequência você costuma frequentar PARQUES URBANOS?

É importante notar que, durante a pandemia, a combinação de motivações e barreiras – cuja resultante é a decisão de visitar ou não um parque – se tornou mais complexa. Somaram-se aos fatores já conhecidos os riscos e os benefícios de manter a visitação em um período tão crítico.

Os riscos sobre aglomerações foram divulgados e endereçados de forma muito diversa de acordo com os estados e cidades. A ênfase foi sempre sobre lugares fechados, o que não é o caso dos parques. Alguns deixaram de estar abertos por um período em certas localidades, mas não todos. Há áreas verdes urbanas cujo fechamento nem sequer é possível e que são percebidas pela população como parques. Em suma, durante a pandemia a gestão de risco em relação aos parques não teve diretrizes padronizadas, pesando muito a posição do poder local.

Já em relação aos benefícios, as posições foram mais consistentes. Vale frisar que vários estudos mostraram as possíveis consequências físicas e mentais de isolamentos prolongados. Destaca-se, nesse sentido, o papel que a imprensa teve na divulgação dessas informações ao público geral, alertando sobre possíveis problemas e sintomas e informando sobre os encaminhamentos necessários. A percepção e a vivência desse benefício do contato com áreas verdes pode ser uma das explicações para a manutenção da frequência a parques urbanos durante a pandemia, apesar dos riscos e das ações de restrição e medidas de distanciamento social.

**Parque do Carmo,
São Paulo (SP)**
Foto: Cecioka, CC BY-SA 4.0



Motivações

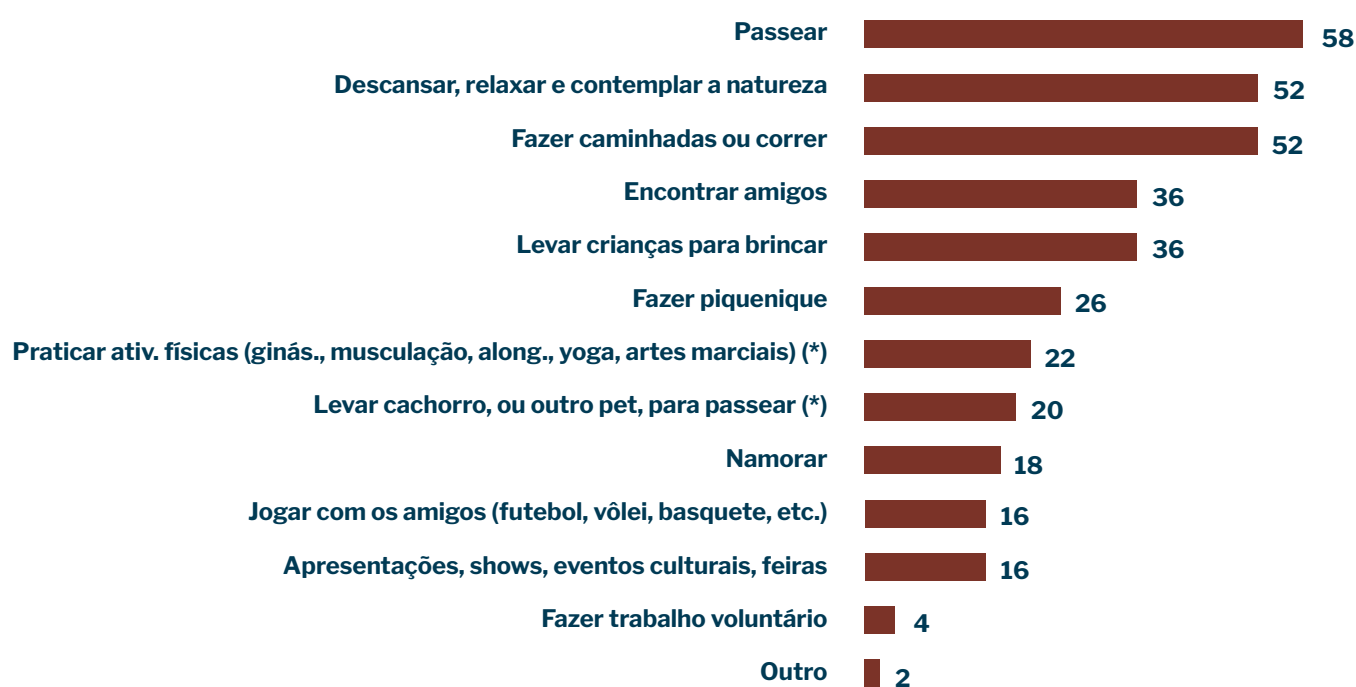
A crise econômica dos últimos anos já posicionava os parques urbanos em um lugar central na vida da população, devido ao fato de esses espaços serem, também, opções de lazer que reúnem diversos benefícios a um custo que pode ser relativamente baixo. As pessoas que já os frequentam com certa habitualidade mencionam claramente esses benefícios quando explicitam suas motivações para fazê-lo. Colocam, dessa forma, aquilo que os parques oferecem e que vai ao encontro de suas necessidades.

As declarações das motivações dos frequentadores apresentam uma estrutura geral que vem se mantendo desde as edições anteriores da pesquisa, com a mesma ordem hierárquica e algumas alterações nas porcentagens das menções. No entanto, a pandemia veio agregar e ressignificar a oferta dos parques e a apropriação pela população durante esse período. Como veremos a seguir, algumas hipóteses para variações nas declarações de motivação podem ajudar a entender como essa acomodação ocorreu:

- “Passear”, o principal motivo para visitação, passou de 66% para 58%. A própria ideia de locomoção e deslocamento foi combatida durante a pandemia, possivelmente diminuindo o grupo que procurou os parques por esta motivação.
- As menções a “caminhar” aumentaram de 46% para 52%. Por esta ser uma prática normalmente solitária, pode ter levado à percepção de um risco menor de contágio. Além disso, para aqueles que a praticam, é um hábito difícil de ser alterado.
- A ida a parques urbanos para “encontro com amigos” passou de 29% para 36%. Durante a pandemia, os encontros e reuniões foram muito desestimulados, principalmente em lugares fechados. A sociabilidade em parques oferecia a vantagem de um lugar aberto e que permitiria um distanciamento seguro.
- “Levar as crianças para passear” também apresentou pequeno aumento, passando de 32% para 36%. A sociabilidade “forçada” e permanente dos pais com os filhos, muitas vezes em espaços reduzidos, foi um efeito bastante divulgado da pandemia. Nesse caso, além dos pontos positivos da vivência ao ar livre e contato com o verde, esses passeios podem ter funcionado como uma válvula de escape tanto para os pais quanto para os filhos.
- A motivação para assistir a “shows e eventos culturais” caiu de 24% para 16%. Aqui, há o efeito óbvio da proibição de eventos e aglomerações, diminuindo a possibilidade daqueles que frequentavam os parques por essa motivação.

Essas variações nas motivações e esse conjunto de hipóteses também mostram como, mesmo durante um momento tão crítico, os parques urbanos conseguiram corresponder a diversas necessidades da população. Além das vivências que já ofereciam, eles se adequaram às limitações e necessidades desse período, ao mesmo tempo em que tiveram alguns de seus benefícios reforçados por diversos estudos e colocados em evidência pela mídia.

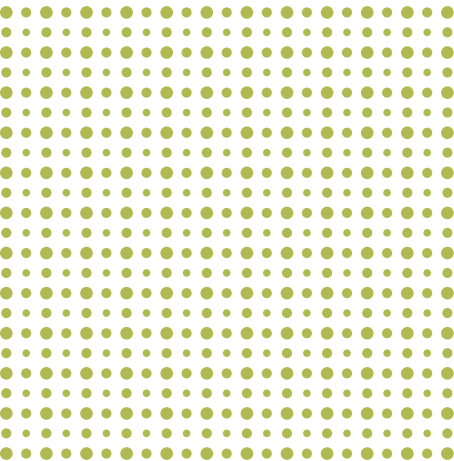
Parques Urbanos | Motivações para visita (já visitou) (%)



Base: 2022: 455 – costumam frequentar parques urbanos.

(*) Pequenas diferenças no texto entre 2018 e 2020.

Fonte: Q24 (RM - EST) - Qual o motivo dessa sua frequência a PARQUES URBANOS? Escolha as afirmações que melhor explicam a razão pela qual você frequenta esse tipo de parque.



Parque Ecológico Francisco Lins do Rêgo (Pampulha), Belo Horizonte (MG)
Foto: Tuami Pricila Matielo, CC BY-SA 4.0

Barreiras

- **Aspectos atitudinais:** Apesar do aspecto subjetivo, representa uma barreira bem concreta. São pessoas que não se identificam com o universo dos parques e com aquilo que eles simbolizam e oferecem.

“Sou caseiro, prefiro ficar em casa” (24%)

“Prefiro outros tipos de passeios, como shopping centers” (7%)

- **Logística:** Esta é uma dimensão crítica, pois ela pode impedir a visita de pessoas que possuem uma predisposição positiva aos parques. Deslocamento implica custos, principalmente se for um passeio em família. Como no perfil dos não frequentadores predominam as pessoas de menor poder aquisitivo, esses fatores estão possivelmente associados.

“São longe de minha casa” (34%)

“Passeio no parque sai caro – transporte, comida, estacionamento etc.” (12%)

- **Infraestrutura:** Os itens desta dimensão representam a expectativa da qualidade da experiência. O planejamento, o esforço e o investimento para uma visita deveriam ser recompensados pelo desfrute de uma experiência que, pelo menos em questões básicas, seja positiva. Vale notar que esta é a única dimensão passível de intervenção direta pelas equipes gestoras dos parques.

“Segurança” (16%)

“Horários de funcionamento” (10%)

“Banheiros” (15%)

“Iluminação” (8%)

Além dessas dimensões de barreiras, há outro aspecto a se considerar: a possibilidade de comunicar suas ações e sua marca. Os parques não têm como atuar diretamente nas questões atitudinais da população, mas a promoção do debate sobre os benefícios que oferecem pode ser abraçada por outras áreas, como educação. Além disso, a infraestrutura dos parques está sob seu controle, então

é importante que eventuais melhorias sejam sempre comunicadas. Um investimento na iluminação ou na qualidade dos banheiros, por exemplo, não terá uma resposta da população se esses aprimoramentos não forem devidamente divulgados.

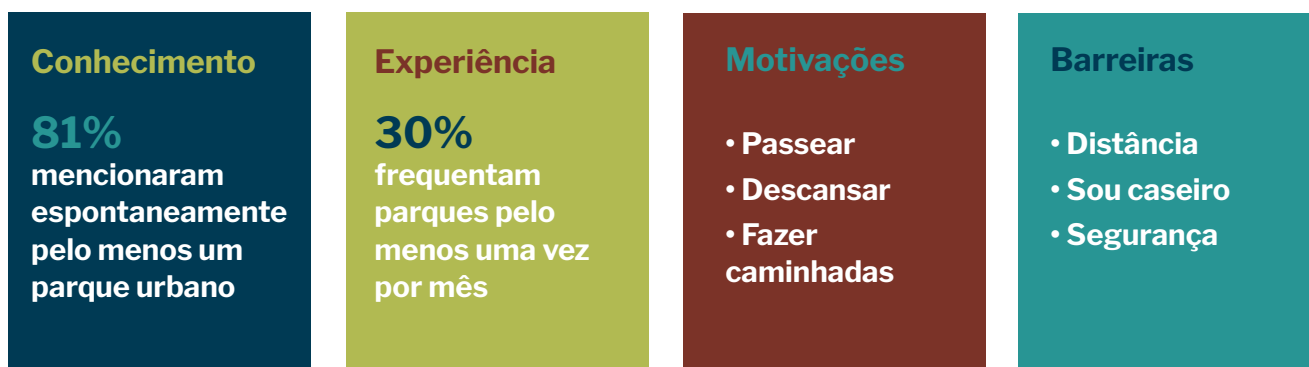
Parques Urbanos | Barreiras à visitação (%)



Base: 2022: 1.086 – não costumam frequentar parques urbanos.

Fonte: Q25 (RM - EST) - Por qual razão você não costuma frequentar muito PARQUES URBANOS?

Escolha as afirmações que melhor explicam a razão pela qual você não frequenta muito parques desse tipo.

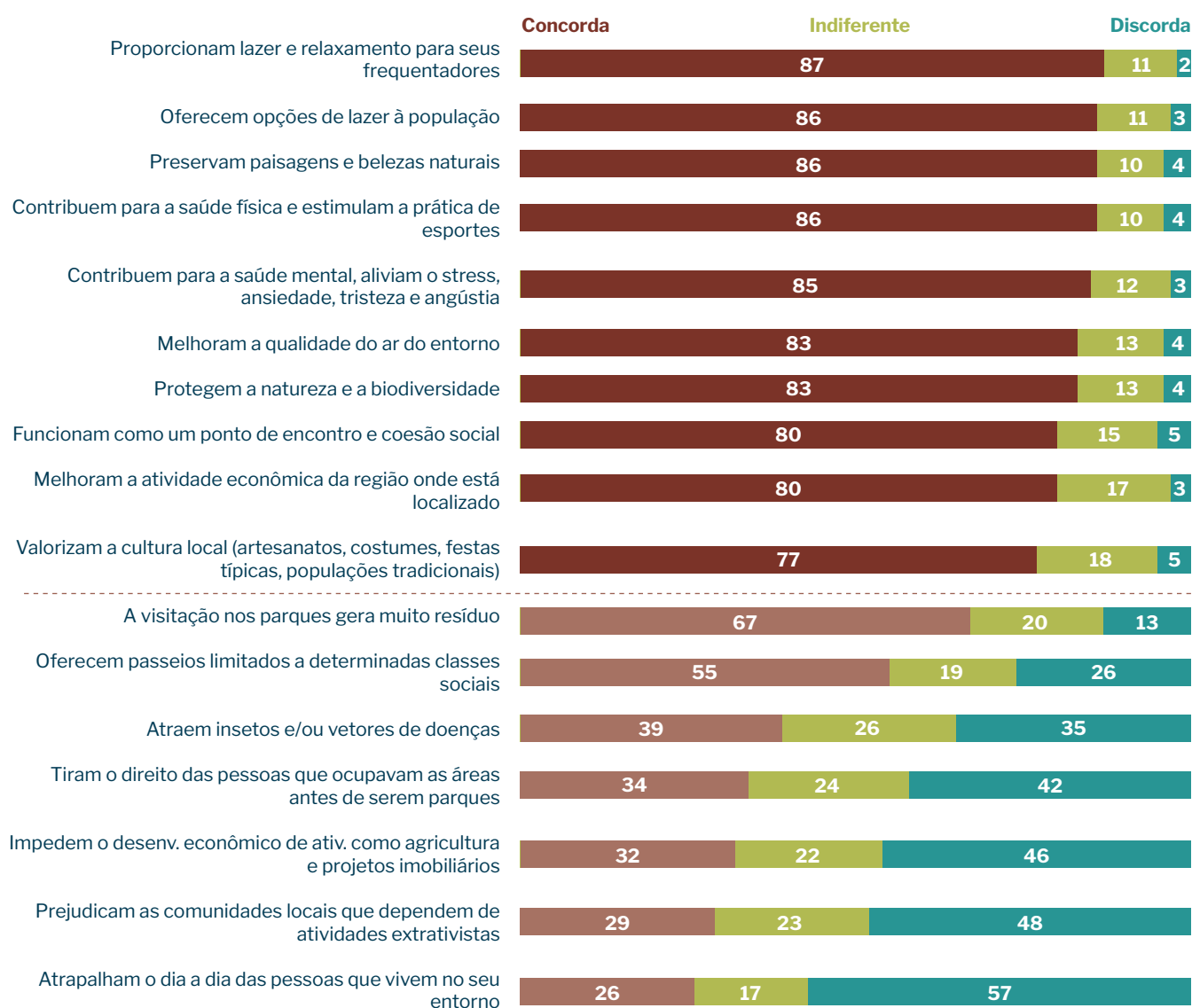


4.3 Imagem dos parques

Um levantamento de imagem normalmente é realizado para ampliar a compreensão sobre o universo simbólico associado a uma categoria ou instituição. Nesse levantamento, os atributos podem ser associados ao objeto em estudo a partir de experiências e informações diretas ou indiretas. Nesta pesquisa, optamos por avaliar a categoria “parque” como um todo, sem especificar a divisão entre naturais e urbanos. De forma coloquial, a configuração de imagem nos dá “o que vem à cabeça das pessoas” quando nos referimos ao elemento pesquisado.

Para essa avaliação, apresentamos nove benefícios da presença e atuação dos parques. Para apurarmos o reconhecimento deles, os respondentes informaram se concordavam ou discordavam de cada afirmação. Como se pode observar no gráfico a seguir, a associação dos parques com esses benefícios foi amplamente confirmada. Apenas um item obteve concordância abaixo de 80%, e mesmo assim num patamar ainda bastante elevado (77%).

Imagem dos parques | Percepções negativas e positivas (%)



Base: 1.541 – total da amostra.

Fonte: Q33C (RU por linha – EST) - O quanto você concorda ou discorda das seguintes frases sobre PARQUES?

Os cinco benefícios com maior percentual de concordância foram: “proporcionam lazer e relaxamento para seus frequentadores” (87%), “oferecem opções de lazer à população (86%), “preservam paisagens e belezas naturais” (86%), “contribuem para a saúde física e estimulam a prática de esportes” (86%) e “contribuem para a saúde mental, aliviam o estresse, ansiedade, tristeza e angústia (85%).

Como quase todos os itens têm porcentagens de concordância muito próximas, não é possível afirmar que exista uma hierarquia nesse reconhecimento. Apenas os três últimos atributos apresentam uma distância significativa em relação ao benefício mais reconhecido: “funcionam como um ponto de encontro e coesão social” (80%), melhoram a atividade econômica da região onde estão localizados” (80%) e “valorizam a cultura local (artesanatos, costumes etc.)” (77%). É importante observar que esses elementos são benefícios colaterais da presença dos parques e não estão direta e necessariamente ligados aos visitantes, como é o caso de lazer, mas ao papel social em frentes que o parque incentiva e ajuda a promover.

Na investigação sobre a percepção de possíveis aspectos negativos que a presença de parques pode acarretar, foram avaliados sete itens. Desses, em apenas dois casos a maior parte dos respondentes concorda que a presença dos parques traz tal consequência indesejável. O primeiro é a imagem de que “a visitação nos parques gera muito resíduo”, com 67% de concordância, 20% de neutros e 13% de discordância. O segundo item é sobre a universalidade da oferta, a maioria (55%) concorda com a afirmação de que os parques “oferecem passeios limitados a determinadas classes sociais”, 19% não concorda nem discorda e 26% discorda dessa posição. São dois pontos de naturezas bem distintas e que afetam a imagem dos parques em dimensões bem diversas.

O primeiro aspecto diz respeito a uma questão administrativa de um impacto gerenciável. Se os resíduos forem adequadamente dimensionados e a estrutura dos parques também se adequar, a percepção sobre esse impacto tende a melhorar. Já o segundo ponto, sobre a universalização da oferta, é um pouco mais complicado. Nesse caso, não estamos nos referindo a alguma questão concreta e objetiva, mas a um aspecto simbólico presente no imaginário das pessoas. Um agravante dessa percepção é que ela pode funcionar como uma barreira à visitação, caso a pessoa considere que os parques não são para “pessoas como ela”.

Um dos outros possíveis impactos negativos divide opiniões. A percepção de que parques “atraem insetos e/ou vetores de doenças” obteve 39% de concordância, 26% de neutros e 35% de discordância. Esse é um aspecto que deve gerar dúvidas e muitos receios. Vale lembrar que, nos últimos anos, tivemos no país várias campanhas de alerta sobre riscos de doenças transmitidas pela picada de insetos, como dengue, chikungunya e zika. Nesta pesquisa, contudo, não investigamos se essa percepção está ligada à possibilidade de geração de resíduos por parte dos parques ou se se refere apenas à presença de matas. É um ponto para futuras investigações.

O restante dos aspectos negativos investigados, que dizem respeito a questões fundiárias e de impacto econômico, não são totalmente validados pela população. Em três itens temos uma concordância em torno de 30%, porém, cerca de 40% das pessoas não concordam que os parques tragam esses problemas. São eles: “tiram o direito das pessoas que ocupavam as áreas antes de serem parques”, “impedem o desenvolvimento econômico (agricultura, imóveis)” e “prejudicam as comunidades locais que dependem de atividades extrativistas”.

A análise de imagem mostra um quadro bastante positivo para os parques. No imaginário dos brasileiros, prevalece uma visão sobre os benefícios oferecidos por esses espaços à sociedade.



Gestão em parceria: caminhos e convergências

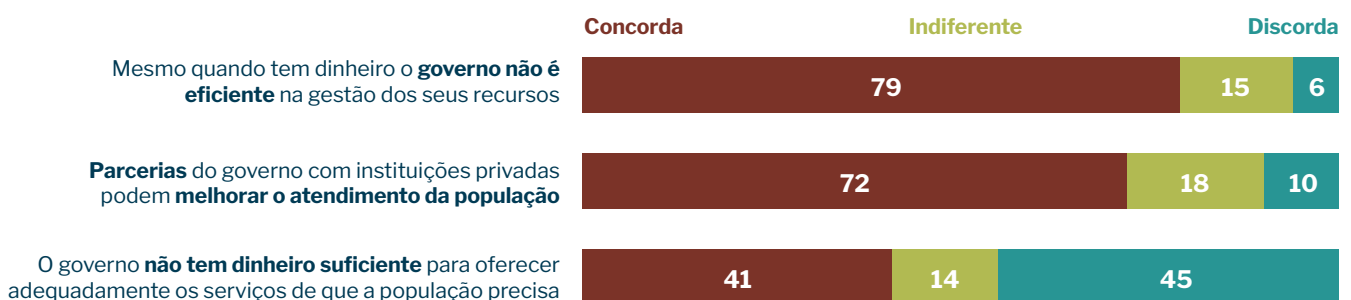
▲
Parque Nacional Cavernas do Peruaçu (MG)
 Foto: Fernando Tatagiba, CC BY-NC 2.0

O debate sobre prioridades governamentais e a qualidade da gestão pública já vinham se intensificando nos últimos anos e ganharam mais força com o advento da pandemia de Covid-19. Especialistas dos mais diversos setores têm contribuído com a avaliação de prós e contras para diferentes e inovadoras alternativas. Neste capítulo, analisamos as posições da população em relação a modelos de gestão e parcerias especificamente para parques.

5.1 Atitudes sobre gestão pública

Qual o papel do Estado? Quais as áreas em que ele deve atuar prioritariamente? Em quais setores sua atuação pode ser mais eficiente? Essas são perguntas que estão constantemente no debate público – e assim deve ser. Afinal, trata-se de temas de grande importância, os quais não podem ficar restritos a grupos de especialistas. Precisam ser disseminados e envolver a cidadania como um todo, pois a forma como a população reflete sobre esses aspectos determina diversas avaliações e decisões: voto em determinadas plataformas eleitorais, utilização ou não de certos serviços públicos, avaliação da qualidade de atendimento em órgãos governamentais, entre outras.

Atitudes em relação ao governo (%) | Gestão, parcerias e recursos



Base: 2022: 1.541 – total da amostra.
 Fonte: Q26 (RU por linha - EST) – Por favor, indique se concorda ou discorda das seguintes frases.

Com esta pesquisa, buscamos entender essas percepções para contextualizar a forma como a população tende a refletir sobre os parques e seus modelos de gestão. As posições observadas nesta edição revelam que tais opiniões já estão relativamente consolidadas.

A primeira posição é que a ineficiência do governo independe da escassez de orçamento. Para 79% dos entrevistados, “mesmo quando tem dinheiro o governo não é eficiente na gestão dos seus recursos”. Além disso, um grupo de 41% dos entrevistados considera que “o governo não tem dinheiro suficiente para oferecer adequadamente os serviços de que a população precisa” – entre eles, é provável que essas duas posições se potencializem.

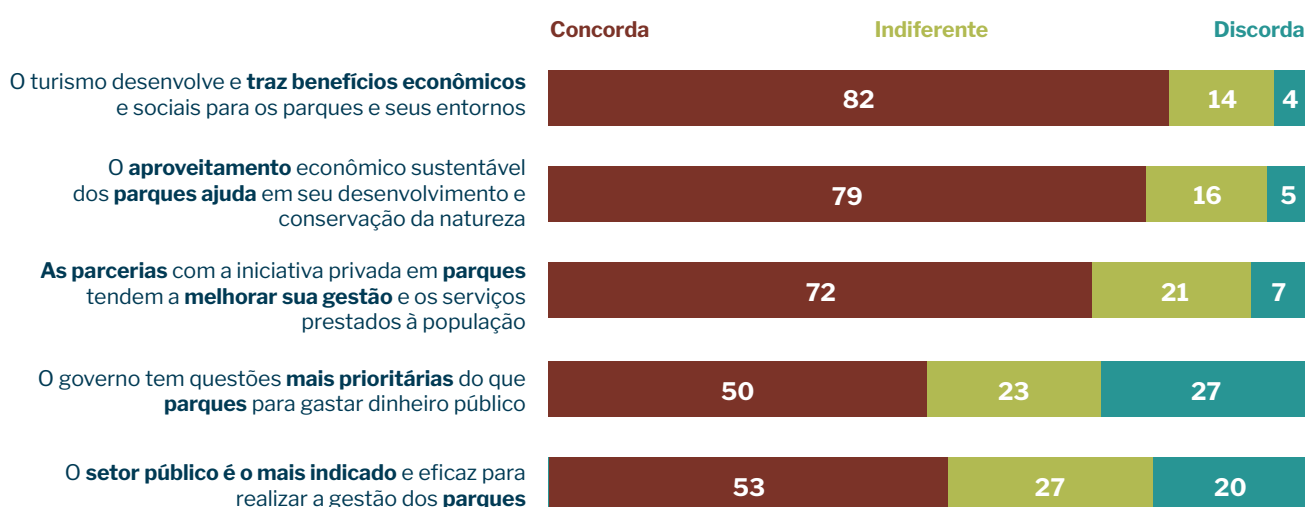
O segundo ponto é o reconhecimento de que pode haver um caminho para a diminuição dessa ineficiência por meio das parcerias entre setor público e setor privado, seja esse último representado por empresas ou organizações não-governamentais. Quando observamos a concordância, por 72% dos cidadãos, de que “parcerias do governo com instituições privadas podem melhorar o atendimento da população” percebemos que uma parte do debate sobre a questão do Estado e seus papéis está ligada à eficiência da prestação do serviço em si e não necessariamente a quem é o prestador.

As visões específicas sobre a gestão de parques incorporam, de certa forma, a avaliação que as pessoas fazem sobre as características da gestão pública e se alinham com elementos que caminham na direção de melhorá-la.

Observamos, por exemplo, ampla aceitação (72% de concordância) para o argumento de que “as parcerias com a iniciativa privada em parques tendem a melhorar sua gestão e os serviços prestados à população”. Na mesma linha, há uma percepção, compartilhada por 50% dos respondentes, de que “o governo tem questões mais prioritárias do que parques para gastar dinheiro público”.

Atitudes em relação a parques (%)

Aproveitamento, parcerias e prioridades



Base: 2022: 1.541 – total da amostra.
 Fonte: Q26 (RU por linha - EST) – Por favor, indique se concorda ou discorda das seguintes frases.

Essa avaliação de prioridades possivelmente revela dois cenários positivos para os parques. O primeiro é que, ao reconhecer que o governo precisa atender demandas mais urgentes, a população abre espaço para argumentos sobre a necessidade das parcerias para ajudar a suprir as lacunas em áreas menos prioritárias, como os parques. Outro ponto é que 27% da população considera que os parques deveriam ser priorizados na alocação de recursos pelo governo.

Nesse contexto de discussão sobre prioridades, escassez de recursos e gestão, chama atenção a contundência das posições sobre o uso sustentável dos parques. A afirmação de que “o turismo desenvolve e traz benefícios econômicos e sociais para os parques e seus entornos” é corroborada por 82% dos brasileiros. Da mesma forma, a grande maioria (79%) concorda que “o aproveitamento econômico sustentável dos parques ajuda em seu desenvolvimento e na conservação da natureza”. O que vemos aqui explicitado, não com essas palavras, é o reconhecimento do chamado custo de oportunidade.

Na avaliação sobre a conveniência ou não do governo conduzir a administração dessas áreas, prevalece a posição de que “o setor público é o mais indicado e eficaz para realizar a gestão dos parques” (53%). Vemos que, mesmo havendo uma postura bastante crítica em relação a vários aspectos sobre a qualidade da gestão governamental, o Estado ainda é considerado, na percepção da população, o agente mais indicado para liderar a gestão desses espaços.

Um elemento que precisa ser aprofundado nessa avaliação é o estabelecimento de comparações. Em geral, as pessoas tendem a considerar que, em determinadas áreas, o setor público é o único agente possível de prestação de serviços. Entretanto, há setores onde já existe uma larga experiência e reconhecimento da utilização de parcerias entre o setor público e o setor privado, como no caso do transporte público e da cultura. Apesar disso, o conhecimento sobre essa forma de gestão ainda não é tão disseminado.

**Parque da Aclimação,
São Paulo (SP)**
Foto: Samantha Olmo Aride, CC
BY-SA 4.0



5.2 Modelos de gestão para serviços públicos

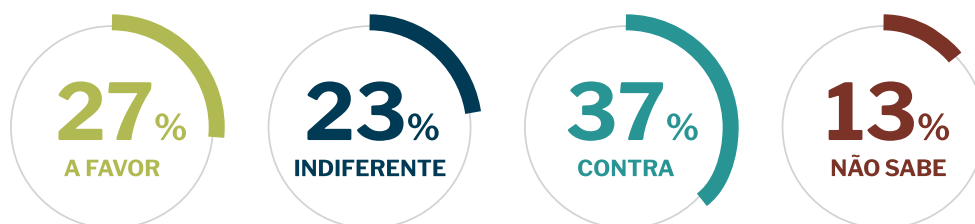
Vimos acima que a reflexão sobre os problemas ligados à qualidade da gestão pública passa por quatro aspectos: 1) percepção sobre o que deva ou não ser papel do Estado; 2) ineficiências e limitações da gestão pública; 3) perspectivas de soluções e 4) incertezas sobre resultados dessas possibilidades de resolução. No Brasil, desde os anos 90, o debate sobre esses pontos passa pela discussão da conveniência e/ou necessidade de o Estado privatizar certas áreas ou realizar a concessão de determinados serviços públicos.

Esses temas se movimentam entre paixões, valores, números e dinheiro e, além disso, muitas vezes não há, para a população, clareza sobre os conceitos utilizados. Devido a esse contexto, para o mapeamento dessa problemática, iniciamos a discussão com a avaliação geral dos conceitos de privatização e concessão/parceria. Nesse primeiro momento, não foi feita nenhuma referência específica a parques. Os conceitos foram apresentados de forma generalista, para que os entrevistados se posicionassem em relação à ideia central de cada uma dessas iniciativas.

O resultado revela que prevalece uma posição contrária a privatizações (37%), porém menor resistência das pessoas em relação às concessões/parcerias (46% se dizem a favor). É importante observar, também, que em ambos os casos há um grupo de tamanho considerável que não se posiciona (aqueles que se disseram indiferentes e os que não souberam responder).

Privatizações x Concessões / Parcerias

Privatizações. Governo vende ativos públicos (como empresas, imóveis e serviços) para empresas privadas, que passam a ser suas proprietárias em caráter definitivo, podendo utilizá-los da forma que lhes for mais conveniente.



Concessões/Parcerias Público-Privadas. Governo concede um serviço público para empresas privadas por meio de um contrato, com tempo determinado, que prevê regras para desenvolvimento das atividades e monitoramento do desempenho da empresa.

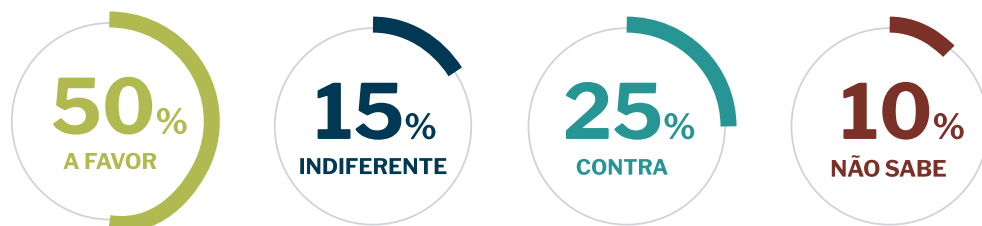


Base: 2022: 1.541 - total da amostra.
Fonte: Q27 (RU por linha - EST) - Por favor, indique se você é a favor ou contra cada um desses temas.

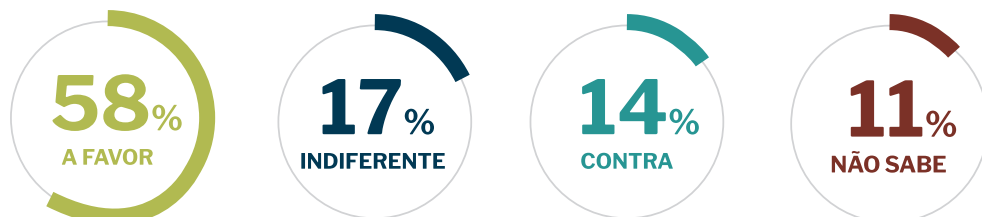
Como mencionado anteriormente, a avaliação realizada até este ponto se refere aos conceitos gerais de privatização e concessão/parceria. Veremos, agora, como o cenário muda quando objetivamos essa questão e trazemos para o caso específico dos parques. Aqui, é importante pontuar que avaliamos a favorabilidade apenas ao modelo de gestão de concessão/parceria, uma vez que não há discussão sobre a possibilidade de privatização de parques, sejam eles naturais ou urbanos.

“Você é a favor ou contra a concessão/parcerias dos parques com empresas ou entidades privadas?”

PARQUES NATURAIS



PARQUES URBANOS



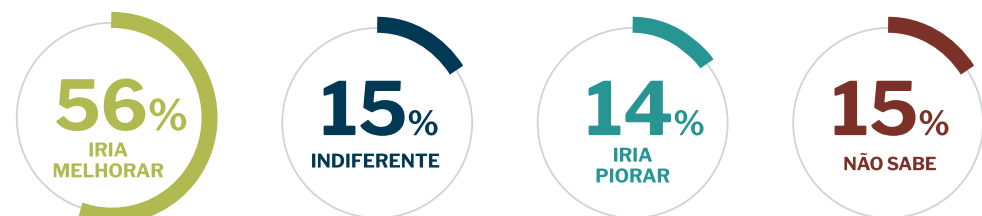
Base: 2022: 1.541 – total da amostra.
 Fonte: Q28 (RU por linha - EST) – Por favor, indique se você é a favor ou contra a concessão/parcerias dos PARQUES com empresas ou entidades privadas. Anote para cada tipo de parque.

Como podemos observar no gráfico acima, identificamos que a favorabilidade para adoção do modelo de concessão/parceria é maior no caso dos parques urbanos (58%). Para os parques naturais, 50% dos respondentes se disseram a favor. Igualmente importante é observar os números daqueles que guardam posição contrária ao modelo: 25% no caso dos parques naturais e 14% quando falamos dos parques urbanos. Por fim, é importante mencionar que a favorabilidade a esse modelo de gestão manteve patamares próximos aos observados nas edições anteriores da pesquisa.

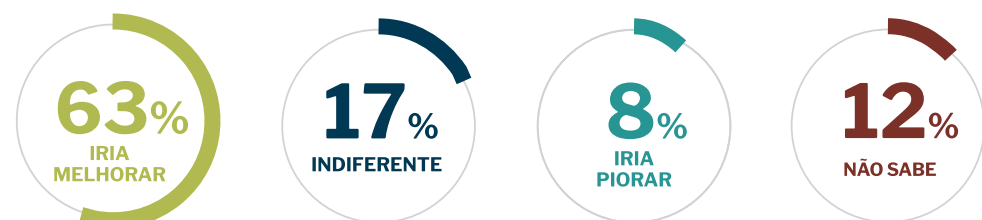
Outro importante elemento no processo de reflexão e avaliação de modelos de gestão é a expectativa em relação a possíveis resultados de sua implementação, principalmente em setores onde não há uma grande experiência acumulada ou divulgação das iniciativas já executadas.

Perspectiva com a concessão/parceria em parques

PARQUES NATURAIS



PARQUES URBANOS



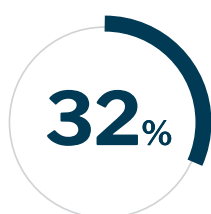
Base: 2022: 1.541 – total da amostra.
 Fonte: Q29 (RU por linha - EST) – De forma geral, o que você acha que aconteceria com a gestão dos PARQUES se eles passassem por um processo de concessão/parceria? Responda para cada tipo de parque.

Nesse aspecto, podemos observar uma expectativa bastante positiva da população. A maioria considera que a gestão dos parques melhorará com a adoção de concessões/parcerias: 56% no caso dos naturais e 63% nos urbanos.

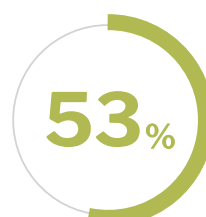
E, se pudessem decidir entre manter a gestão de parques com o setor público ou estabelecer parcerias com empresas ou outras entidades privadas, a maioria da população optaria pelas parcerias: 53% no caso dos parques naturais e 62% nos parques urbanos.

“Qual o caminho que você considera mais adequado para melhorar a manutenção, a gestão e os serviços nos parques?”

PARQUES NATURAIS



Manter a gestão apenas com o setor público

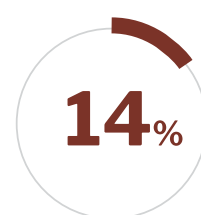
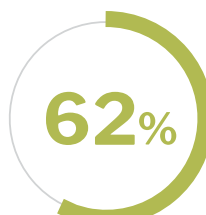
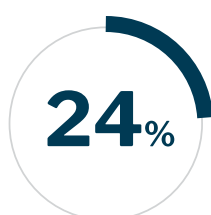


Estabelecer parcerias com empresas ou entidades privadas



Não sabe

PARQUES URBANOS



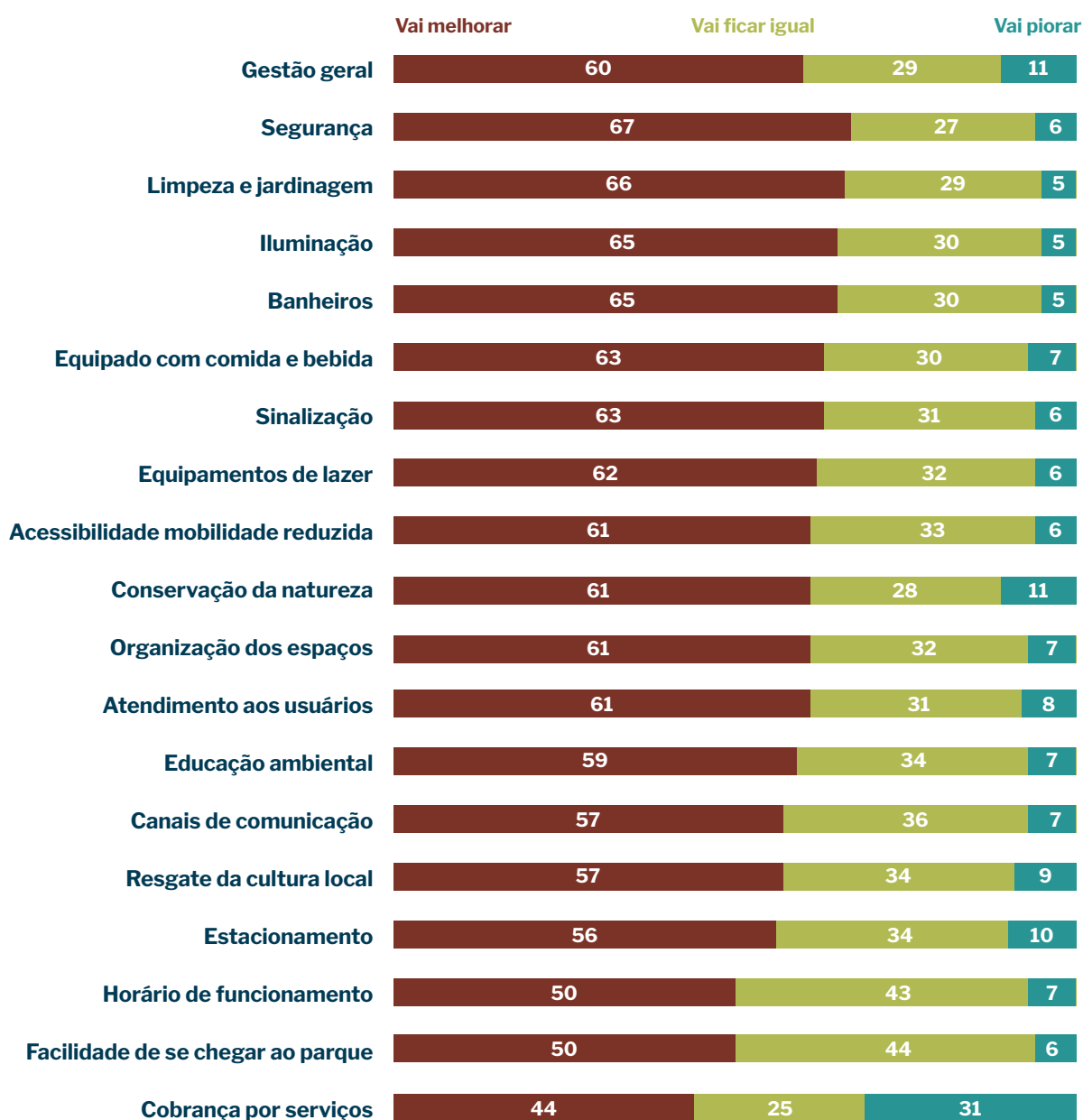
Base: 2022: 1.541 – total da amostra.
Fonte: Q30 (RU por linha - EST) – Qual o caminho que você considera mais adequado para melhorar a manutenção, a gestão e os serviços nos PARQUES? Responda para cada tipo de parque.

Neste capítulo, o mapeamento sobre as posições dos brasileiros revela um percurso complexo. As pessoas reconhecem as dificuldades, problemas e ineficiências do governo, mas, ao mesmo tempo, há para uma parcela o receio de que esses pontos possam significar uma mudança brusca ou mesmo a desestruturação do que existe. Esse sentimento é espelhado, por exemplo, na posição contrária à privatização, como observamos anteriormente.

Já quando avaliam o sistema de concessões/parcerias, a aceitação é boa, tanto conceitualmente como quando ele é objetivado no caso específico dos parques. O encadeamento desses pontos gera uma expectativa positiva para a adoção do modelo de parceria, pois, como já dito, prevalece a ideia de que a gestão dos parques melhoraria caso esse formato de gestão fosse adotado, ao invés de se manter a gestão exclusivamente com o setor público.

Com base nesses aspectos mais macros, avaliamos mais detalhadamente a perspectiva de melhorias em aspectos da gestão cotidiana dos parques. Nessa análise, pudemos observar o tamanho das carências e a percepção sobre onde estão as possibilidades de aprimoramento da gestão.

Parques naturais | Impacto da concessão/parcerias (%)



Base: 1.541 – total da amostra.

Fonte: Q31A (RU por linha – EST) - Para cada atividade abaixo, indique se você acha que ela vai melhorar ou piorar se houver concessão/parceria dos PARQUES NATURAIS com empresas ou entidade privadas

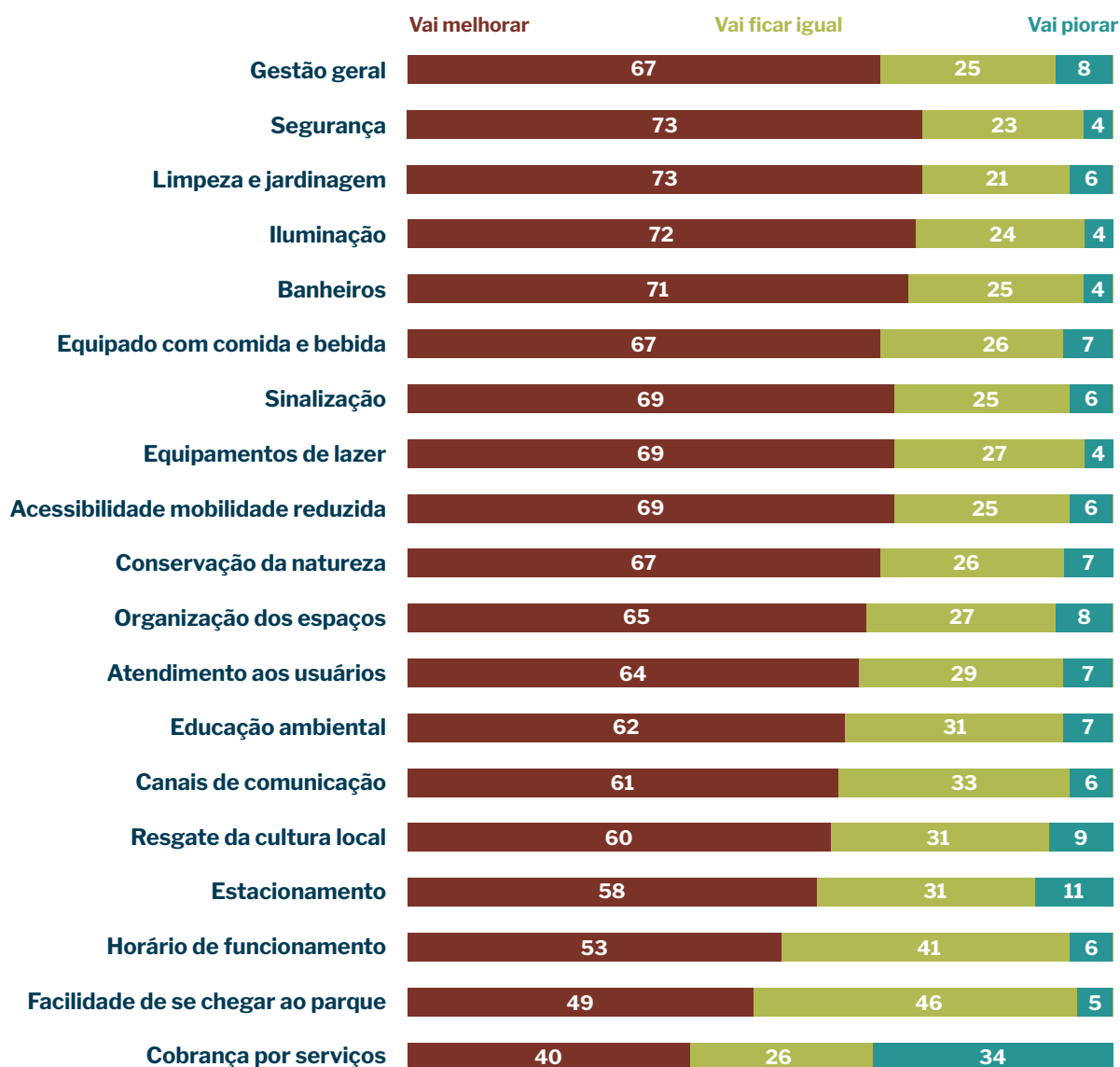
No caso dos parques naturais, prevalece uma percepção geral de que todos os aspectos do dia a dia melhorarão, com poucas pessoas considerando a possibilidade de piora em algum item. A única exceção ocorre em relação à “cobrança por serviços”, onde há uma proporção maior de respondentes que cogitam que esse aspecto pode piorar.

Se considerarmos que a intensidade das expectativas pode estar ligada à percepção de necessidades mais urgentes de melhorias, veremos que os principais pontos dizem respeito a questões básicas de zeladoria: “segurança” (67%), “limpeza e jardinagem” (66%), “iluminação” (65%) e “banheiros” (65%). Na sequência, ainda com porcentagens bem próximas, estão itens de conforto, não tão essenciais, mas que ofereceriam uma experiência mais agradável aos visitantes: oferta de “comida e bebida” (63%), “sinalização” (63%) e “equipamentos de lazer” (62%).

Dentre esses itens, há alguns que exigiriam investimento por parte de um concessionário, mas outros, talvez, dependam somente de organização e gestão. Segurança, por exemplo, é um item de despesa. No entanto, comida/bebida e estacionamento podem ser terceirizados com a possibilidade de auferir alguma receita. É curioso notar que aspectos ligados aos objetivos de criação desses equipamentos não aparecem entre os itens com maior expectativa de melhorias: “conservação da natureza”, “educação ambiental” e “resgate da cultura local”. É importante intensificar, no debate geral sobre modelos de parceria para a gestão de parques, que não se trata apenas de um processo de melhorias na zeladoria, mas que a razão de ser dos parques também precisa ser beneficiada com a adoção das parcerias.

As expectativas de melhorias nos parques urbanos seguem um padrão muito próximo ao que acabamos de observar nos parques naturais. A estrutura geral também recebeu alto número de menções para quase todos os itens. A ordem é praticamente a mesma, com pequenas variações nas porcentagens: “limpeza e jardinagem” (73%), “segurança” (73%), “iluminação” (72%) e “banheiros” (71%).

Parques urbanos | Impacto da concessão/parcerias (%)



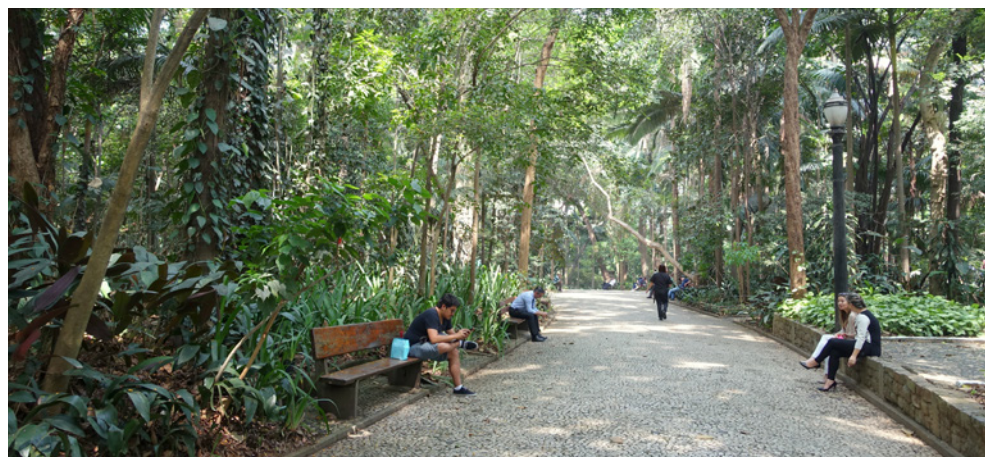
Base: 1.198 – total da amostra.

Fonte: Q31A (RU por linha – EST) - Para cada atividade abaixo, indique se você acha que ela vai melhorar ou piorar se houver concessão/parceria dos PARQUES URBANOS com empresas ou entidade privadas

As diferenças notadas se conectam com as características de cada tipo de parque. A questão da “comida e bebida” ocupa uma posição mais elevada no ranking dos parques naturais, possivelmente em função da dificuldade de acesso a alimentação no entorno dessas unidades, caso esse serviço não seja oferecido internamente. No ranking dos parques urbanos, por sua vez, o item “equipamentos de lazer” ocupa uma posição mais destacada do que nos parques naturais – provavelmente em função de experiências ou informações sobre a ausência ou má conservação desses equipamentos há maior expectativa pela melhoria deles.

Por fim, é importante mencionar que, para os dois tipos de parques, prevalece em todos os itens – até mesmo preço –, a percepção de que, se houver uma concessão/parceria, aquele aspecto irá melhorar. No entanto, ainda é significativa a proporção de pessoas que não têm expectativa de melhoria com uma eventual adoção do modelo. O grupo que acredita que a qualidade dos itens listados “permanecerá igual” representa um contingente de 30% da população.

**Parque Trianon,
São Paulo (SP)**
Foto: Daderot CCO





Considerações finais



**Parque Nacional da
Chapada dos Veadeiros (GO)**
Foto: Carol Da Riva

Esta edição do estudo **Parques do Brasil – Percepções da População 2022** foi realizada em um momento atípico devido à pandemia de Covid-19 e as consequências que ela trouxe ao mundo. Ao prepararmos esse trabalho, havia uma grande expectativa para apurarmos o quanto um evento dessa magnitude impactaria os indicadores que já vinham sendo acompanhados desde 2018. Como esses dados foram levantados em momentos típicos, a hipótese era de que as principais diferenças se justificariam em função da pandemia e de seus impactos. Contudo, de modo geral, os indicadores permaneceram estáveis.

Sabemos que a pandemia mexeu bastante com aspectos simbólicos do imaginário da população. Temas como ciência, saúde física e mental, estresse, bem-estar, alimentação e vida saudável foram (e ainda estão sendo) bastante discutidos. Entretanto, apesar de toda a tragédia que a pandemia representou, algumas dessas questões podem ter desdobramentos positivos para a sociedade. Apresentamos, a seguir, três pontos de destaque desta edição da pesquisa situada em um momento tão peculiar.

Fortalecimento da agenda

A agenda de preocupações da população apresentou pequenas, mas significativas mudanças. Houve uma diminuição das menções aos problemas históricos do país e um pequeno crescimento de temas ligados à área ambiental. Essa mudança é importante por revelar uma possível movimentação na estrutura que compõe a agenda geral.

A pandemia mudou o censo de urgência e ampliou a visão das pessoas sobre as consequências de certas posturas e estilos de vida. O debate gerado durante esse período também foi profícuo em discussões para se atuar sobre essas consequências. Em vários momentos os benefícios oferecidos pelos parques estiveram em evidência, tais como: contato com a natureza, prática de exercícios físicos e convivência ao ar livre. Para muitas pessoas, as reportagens e estudos científicos ocorridos nesse período deram mais concretude a esses benefícios.

Presença de parques no cotidiano

A inserção dos parques no cotidiano da população revelou-se bastante resiliente durante a pandemia. A presença simbólica, representada nesta pesquisa pelo conhecimento sobre os parques, continuou alta para os dois tipos – naturais e urbanos. A experiência e a frequência de visitação sofreram os impactos esperados devido às restrições impostas pelas medidas de distanciamento social, com uma diminuição maior das visitas aos parques naturais do que aos urbanos. Esse comportamento pode indicar que os parques adquiriram uma certa centralidade na vida da população. Entre os frequentadores, provavelmente ocorreu uma dificuldade em mudar as rotinas arraigadas de visitas a esses equipamentos.

A complexidade da interrelação entre motivações e barreiras para a visitação pode se intensificar no pós-pandemia. O reconhecimento dos benefícios dos parques foi reforçado durante o período de alastramento do vírus e de isolamento social, com grande destaque dado à importância do contato com a natureza para uma vida saudável, com a possibilidade de melhorar não apenas a saúde física, mas também o estado mental, com diminuição de ansiedade, estresse e depressão. Por outro lado, uma das principais barreiras – os custos embutidos na visitação – também tende a atingir um número maior de pessoas, devido ao agravamento da crise econômica. Até esse momento, é impossível antecipar qual será a resultante desse processo de escolha, onde motivações e barreiras exercem tamanha influência.

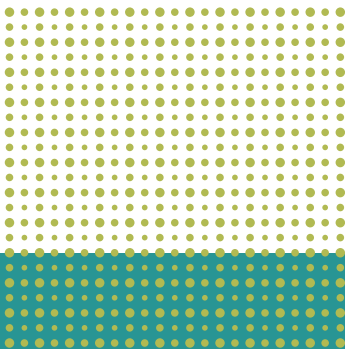
Favorabilidade a concessões e parcerias público-privadas

O cenário favorável às concessões/parcerias permanece em 2022, apesar de pequena diminuição em alguns indicadores quando comparamos com 2020. Quatro aspectos sustentam essa percepção:

1. Favorabilidade ao conceito geral do modelo de concessões/parcerias;
2. Predomínio da posição a favor das concessões/parcerias dos parques com empresas ou entidades privadas;
3. Percepção de que com concessões/parcerias a gestão dos parques irá melhorar;
4. Preferência explícita pelo estabelecimento de concessões/parcerias em detrimento de manter a gestão apenas com o setor público.

Como observamos no capítulo 5, a contundência dos números fala por si, mas não podemos deixar de considerar o contexto em que a população se manifestou. Durante os últimos dois anos, o debate sobre a qualidade da gestão pública e o papel do Estado se intensificou, devido aos desafios de saúde pública enfrentados em decorrência da pandemia. Com isso, ampliou-se o volume e a frequência de informações que sustentavam pontos a favor e contra a alteração nos modelos de gestão pública, o que possivelmente gerou um pouco mais de aproximação entre a população geral e essa temática.

Esperamos que, após todas as agruras trazidas pela pandemia e pelo distanciamento social, os parques consolidem seu ressurgimento como fatores-chave para a construção de soluções capazes de responder aos desafios que a sociedade seguirá enfrentando. Mais do que nunca, esses espaços serão requisitados em suas funções de promotores de saúde e bem-estar e indutores de desenvolvimento. Que, como país, trabalhem para deixá-los em condições adequadas de funcionamento para de fato oferecer à população todos os seus benefícios. E que, ao se sentirem mais inclinados a conhecer e visitar os parques, brasileiras e brasileiros se permitam criar laços, memórias e orgulho por essas áreas que são tão importantes para o nosso futuro e das próximas gerações.





Fotos da capa
**Parque Nacional da
Chapada dos Veadeiros (GO)**
Carol Da Riva
Parque Trianon, São Paulo (SP)
Daderot CCO

Parques do Brasil

Percepções da População

2022

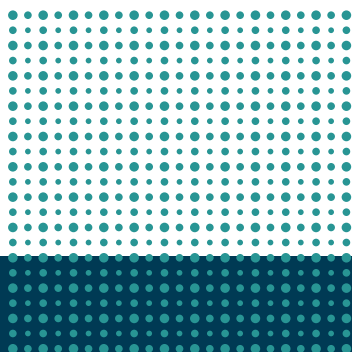
Instituto Semeia

Conteúdo
Havine Research

Consultor Responsável
Paulo Cidade

Design
Tati Valiengo e Tiago Solha Design Gráfico

Abril | 2022





semeia.org.br

