

TRANSFORMATIVE SERVICE RESEARCH E O BEM-ESTAR EM ESPAÇOS COLETIVOS URBANOS

M.S. GOSLING

Universidade Federal de Minas Gerais

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7674-2866>

mg.ufmg@gmail.com

Submetido 21/09/2020 - Aceito 22/09/2021

DOI: 10.15628/holos.2021.11195

RESUMO

As transformações ocasionadas pelos serviços podem levar o indivíduo a aumentar seu bem-estar (BLOCKER; BARRIOS, 2015). Os espaços públicos urbanos promovem a socialização e um padrão de comportamentos transformadores a partir de seu uso (TUAN, 1993). Dessa forma, a relação entre serviços e bem-estar neste estudo se dá tomando por serviço o usufruto das áreas coletivas urbanas, as praças, e tendo resultado a transformação manifestada pelo bem-estar do indivíduo que frequenta a praça, cuja função social é promover a qualidade de vida e bem-estar para a população (MARQUES et al., 2014). Nesta pesquisa, optou-se pela abordagem qualitativa, utilizando-se a

entrevista semiestruturada como método de coleta de dados, que serão analisados por análise de conteúdo. A análise dos dados coletados foi feita em vista do cumprimento dos objetivos específicos da pesquisa. A pesquisa revelou que as praças geram valor e bem-estar aos visitantes a partir da qualidade da experiência que proporcionam. Sugere-se o aprofundamento estatístico destes resultados por meio de um survey, para verificar especificamente quais atributos das praças tem mais influência sobre o bem-estar ou a transformação dos indivíduos, Sugere-se, também, o estudo da solidão voluntária em praças e como esta experiência pode influenciar positivamente o bem-estar dos visitantes.

PALAVRAS-CHAVE: Transformative service research, Bem-estar, espaços coletivos urbanos.

TRANSFORMATIVE SERVICE RESEARCH AND WELL-BEING IN URBAN COLLECTIVE SPACES

ABSTRACT

The transformations caused by the services can lead the individual to increase their well-being (BLOCKER; BARRIOS, 2015). Urban public spaces promote socialization and a pattern of transformative behaviors based on their use (TUAN, 1993). In this way, the relationship between services and well-being in this study is based on taking advantage of the use of urban collective areas, the squares, and resulting in the transformation manifested by the well-being of the individual who frequents the square, whose social function is to promote the quality of life and well-being for the population (MARQUES et al., 2014). In this research, the qualitative approach was chosen, using the

semi-structured interview as a method of data collection, which will be analyzed by content analysis. The analysis of the collected data was made in order to fulfill the specific objectives of the research. The survey revealed that the squares generate value and well-being for visitors based on the quality of the experience they provide. It is suggested the statistical deepening of these results through a survey, to verify specifically which attributes of the squares have more influence on the well-being or the transformation of individuals, It is also suggested, the study of voluntary loneliness in squares and how this experience can positively influence the well-being of visitors.

KEYWORDS: Transformative service research, Well-being, urban collective spaces.

1 INTRODUÇÃO

O primeiro axioma da lógica do serviço dominante afirma que serviço é a base fundamental de troca (VARGO; LUSCH, 2016). Por meio dessas trocas, os indivíduos buscam aumentar o valor em uso durante a experiência de serviço (MEDBERG; GRÖNROOS, 2020) Assim, indivíduos podem buscar suprir suas necessidades, inclusive as de bem-estar e qualidade de vida, por meio do usufruto de serviços (KUPELWIESER; FINSTERWALDER, 2016).

A experiência do consumo de certos tipos de serviço pode provocar transformações no indivíduo, em famílias e até em organizações (ANDERSON et al., 2013), embora este tema não seja tão explorado pela pesquisa em serviços. As transformações ocasionadas pelos serviços, por sua vez, podem levar o indivíduo a aumentar seu bem-estar (BLOCKER; BARRIOS, 2015). Embora a Pesquisa de Serviços Transformadores almeje, em última instância, provocar transformações sociais generalizadas por meio dos serviços, a transformação começa a ocorrer no micronível, ou nível individual, para depois ser alavancada para os níveis comunitário e social (BRENNAN et al., 2016).

Com o processo de urbanização sem precedentes ocorrendo por todo o mundo, a população urbana tem sofrido com uma série de doenças e outras complicações de saúde física ou mental dos indivíduos, decorrentes de tal urbanização, como depressão, ansiedade e pressão alta (SUNDQUIST et al., 2004). No entanto, há o crescente reconhecimento que áreas verdes urbanas podem ser um fator mitigador dos efeitos nocivos da urbanização (SHANAHAN et al., 2016) A existência dessas áreas está relacionada à maior percepção geral de saúde e promove o bem-estar mental e social, além de comportamentos saudáveis (KARDAN et al. 2015).

Os espaços públicos urbanos promovem a socialização e um padrão de comportamentos transformadores a partir de seu uso (TUAN, 1993). A socialização e as interações entre os cidadãos promovem bem-estar para a população, com efeitos em sua saúde física e mental (DAVIS et al., 2016).

O usufruto dos espaços coletivos urbanos, como as praças, pode gerar valor para o indivíduo por meio do aprendizado, tanto de habilidade quanto de novos valores, bem como a melhora de fatores psicológicos como autoconfiança e autoestima (EDGINTON; CHEN, 2014), além de outros benefícios subjetivos, tais como o aumento da percepção de qualidade de vida, o aumento da imunidade, a construção de memórias agradáveis e o comportamento pró-ambiental (BRAGG, 2014).

Dessa forma, a relação entre serviços e bem-estar neste estudo se dá tomando por serviço o usufruto das áreas coletivas urbanas, as praças, e tendo resultado a transformação manifestada pelo bem-estar do indivíduo que frequenta a praça, cuja função social é promover a qualidade de vida e bem-estar para a população (MARQUES et al., 2014).

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Espaços coletivos urbanos

De acordo com Larson et al. (2016), a quantidade de parques públicos é um forte preditor do bem-estar físico individual ou comunitário; segundo os autores, os parques e praças urbanos favorecem a saúde coletiva.

Áreas verdes urbanas, que podem ser desde árvores, até praças, parques, bosques, reservas naturais e jardins botânicos, promovem o bem-estar da população urbana reduzindo o calor, por meio do sombreamento criado pela árvores, causando a instauração, isto é, promovendo novos hábitos, e possibilitando a restauração ou alívio do estresse (SHUVO et al., 2020).

Os serviços que os espaços coletivos urbanos oferecem podem potencializar a transformação da população, por meio da prática do engajamento social, em que o ambiente coletivo urbano promove o encontro e a troca de experiências, o que contribui para o bem-estar, como também promove a interação com animais domésticos ou da fauna natural, o que reduz o estresse e a depressão, portanto, aumentando o bem-estar (TAYLOR; HOCHULI, 2018; PLÉ; CHUMPITAZ, 2010).

Wassal e Salles (2018) afirmam que as praças são ambientes urbanos onde se manifesta a hospitalidade, por meio de suas subcategorias, como sociabilidade, qualidade de vida e pertencimento, combatendo a hostilidade característica dos meios urbanos e criando e recriando relações entre os atores urbanos, identidades comunitárias e históricas, além de outros vínculos sociais.

2.2 Transformative Service Research

Há uma economia de transformação, em que a experiência é a força motriz para a transformação do indivíduo (YE & TUSSYDIAH, 2010). As sensações oriundas da visita aos espaços urbanos são um contexto apropriado para o estudo da relação em que um serviço tem de transformar um consumidor por meio do seu uso (COLEMAN et al., 2011; SCHNEIDER, WILHELM e HEISEY, 2005).

Kotler (2019) comenta que a transformação é a mudança de uma pessoa para outra pessoa diferente e que, sob a perspectiva dos estudos de marketing, isso exige que haja a predisposição do indivíduo para transformar-se, um vendedor e um local para a transformação. Em uma economia de experiência, no entanto, a transformação pode ser co-produzida e “dispensar” o trabalho de um vendedor (YE & TUSSYDIAH, 2010).

A Transformative Service Research (TSR), por integrar a Pesquisa Transformativa do Consumidor (TCR), mantém uma perspectiva voltada para a transformação, sendo o seu foco a pesquisa em serviços e seus impactos no bem-estar do consumidor. Além disso, seu foco é a defesa da geração de bem-estar seja de consumidores ou outras entidades, desde que consumam serviços (ANDERSON et al., 2013).

A TSR e as pesquisas voltadas ao estudo dos serviços trazem enorme potencial de transformação social, ambiental e econômica, por promover o conhecimento sobre a geração de

bem-estar em larga escala para os indivíduos (LEMON, 2013; ANDREASEN et al, 2012; WILKIE; MOORE, 2012).

A TSR, por ser um movimento de engajamento relacional, pode ser usada como ferramenta para gerar consciência e benefícios sociais (DAVIS, 2016), devido ao seu comprometimento com o aumento de bem-estar por meio do impacto prático social dos resultados das pesquisas relacionadas a este movimento.

Inicialmente, a TSR foi definida como uma forma de integração entre serviços e consumidores objetivando criar mudanças e melhorias edificantes no bem-estar dos indivíduos, o que vem a impactar empregados, famílias, grupos sociais, comunidades, nações e ecossistemas inteiros (ANDERSON et al., 2011).

A relevância da TSR manifesta-se também por gerar uma gama de pressupostos, modelos e agenda que pode ser aplicada ao estudo do bem-estar em variados campos de estudos, como nos serviços de caridade e voluntariado (RAPP et al., 2015), bem-estar laboral (EDGAR et al., 2017), e a transformação por meio das atividades turísticas (SAMPAIO et al., 2014).

2.3 Bem-estar

O bem-estar, segundo Santana e Gondim (2016), refere-se a avaliação que o indivíduo faz sobre sua satisfação em relação à vida. Segundo Woyciekoski et al. (2012), o bem-estar subjetivo pode ser determinado por traços de personalidade, fatores econômicos e eventos da vida.

Visando compreender as dimensões do bem-estar, especialmente nos estudos da TSR, são visados dois tipos de bem-estar: o hedônico e o eudaimônico. O bem-estar hedônico refere-se ao prazer e à felicidade, assim como satisfação e alegria. O bem-estar eudaimônico está relacionado à liberdade e ao potencial realizado do indivíduo, o que inclui a capacidade de decidir, a alfabetização, a redução de desigualdades sociais e de bem-estar, engajamento social, poder, respeito e pertencimento (ANDERSON et al., 2013).

Isto significa que fatores externos, como locais e experiências, podem contribuir para o bem-estar do indivíduo. De acordo com Larson et al. (2016), a quantidade de parques públicos é um forte preditor do bem-estar físico individual ou comunitário; segundo os autores, os parques e praças urbanos favorecem a saúde coletiva.

3 METODOLOGIA

Aplica-se nos casos em que o trabalho segue uma linha de desenvolvimento de assuntos contínuos, conforme a estrutura dada abaixo:

Nesta pesquisa, optou-se pela abordagem qualitativa, utilizando-se a entrevista semiestruturada como método de coleta de dados, que serão analisados por análise de conteúdo.

A base para a utilização da análise de conteúdo é aceitar que um texto é dotado de sentidos e significados os quais podem ser interpretados por meio de técnicas sistemáticas apropriadas (CHIZZOTTI, 2006). Bardin (2008) propõe que a análise de conteúdo siga três grandes etapas. 1) Pré-análise; 2) Exploração do Material, 3) Tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A pré-análise é a fase de organização dos dados, tendo como objetivo a sistematização de ideias de forma flexível para a criação de um esquema para o plano de análise. A etapa de exploração de material envolve a administração das técnicas escolhidas e a aplicação das decisões tomadas. A última etapa visa encontrar resultados significativos e válidos por meio da aplicação da técnica de análise de conteúdo.

Foram entrevistadas 93 pessoas que frequentavam uma das dez praças localizadas em Belo Horizonte selecionadas para o estudo: Praça da Liberdade, Praça do Papa, Praça JK, Praça Floriano Peixoto, Praça Duque de Caxias, Praça da Assembleia, Praça Raul Soares, Praça Alaska, Praça da Fleming e Praça da Pampulha. As respostas da entrevista semi-estruturada foram gravadas em arquivos de áudio e transcritas; em seguida, confrontou-se as respostas com os construtos elencados no referencial teórico. 43 dos entrevistados eram homens e 50, mulheres; os entrevistados tinham idade variando entre 17 e 71 anos, e diversas escolaridades e profissões.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise dos dados coletados foi feita em vista do cumprimento dos objetivos específicos da pesquisa.

A maioria dos respondentes (58 deles) vai a praças com frequência, no entanto, as praças podem ser frequentadas como um lugar de passagem, próximo ao trabalho ou a outro evento ou estabelecimento do interesse do visitante, ou como ponto de encontro. Esses tipos de visita a praça são mencionadas na pesquisa de Peng et al. (2019) e são consideradas de acordo com seu impacto na experiência dos visitantes de praças e áreas verdes urbanas.

Por que você escolheu essa praça hoje? Hoje foi na verdade a gente ia na exposição aqui do CCBB (Centro Cultural Banco do Brasil), na verdade hoje foi coincidência. [L., 43 anos, Pça. da Liberdade]

Você costuma ir a praças de BH? No momento sim, porque eu não moro aqui. Eu estou aqui trazendo a minha esposa pra fazer um curso. [D., 33, Pça Floriano Peixoto]

Você costuma ir a praças em BH? Costumo. *Por quê?* Ah, eu trabalho com venda, né. Aí eu circulo muito Belo Horizonte. Vou muito em praças. [T., 33, Pça Floriano Peixoto]

Por que você tá aqui hoje [na praça]? Hoje é porque eu tô fazendo meu horário de almoço [F., 29, Pça Floriano Peixoto]

Por que você escolheu estar aqui hoje? Ah, porque eu vou no CCBB, aí eu estou esperando companhia e eu sentei aqui pra ficar esperando. [M., 20, Pça da Liberdade]

Uma motivação para frequentar as praças - e fazer isso com maior frequência - foi ter um lugar agradável para levar os filhos ou passear com animais de estimação:

Você costuma ir a praças em BH? Só quando tô com a minha enteada. [C., 46, Pça. da Liberdade]

Por que você costuma vir em praças, assim, tem alguma motivação específica? Por causa da nossa bebezinha de dois anos, né, e praça eu acho que é um lugar melhor pra criança, que ela tem, pra correr, né, tem espaço. [W., 51, Pça Floriano Peixoto]

Você costuma ir a praças em BH? Sim. *Por quê?* Pra levar a minha filha, pra brincar com meus cachorros. [F., 35, Pça do Papa]

Por que você veio aqui hoje especificamente? Pra sair com o cachorro. [G1., 26, Pça do Papa]

Do que você gosta nas praças? Então geralmente eu vinha mais na praça pra trazer os meninos, pra eles brincarem, distraírem, extravasar mesmo. [A., 51, Pça Duque de Caxias]

Por quê que você vai na praça? Principalmente por causa do meu filho, pra ele poder brincar. [T., 44, Pça JK]

Segundo Kuhnen e da Luz (2013), as praças proporcionam um ambiente que possibilita a socialização e atividades físicas para crianças, favorecendo o desenvolvimento cognitivo e psicológico por meio das brincadeiras e da interação entre crianças.

Alguns entrevistados afirmaram que a praça cumpre seu papel ao oferecer o ambiente para convivência harmoniosa e relaxamento - o que foi apontado como fonte de bem-estar - daí sua importância enquanto serviço à população. A presença de verde (plantas, grama e árvores) também foi apontada como fator que contribui para o bem-estar. A praça frequentemente foi mencionada como refúgio para a rotina e concreto da ambiente urbano. Estes resultados corroboram Larson et al. (2016), demonstrando que as áreas verdes urbanas, como praças, podem contribuir para o bem-estar individual e social. Também neste sentido, Wassal e Sales (2018) afirmam as praças, enquanto ambientes urbanos, são locais onde se manifesta a sociabilidade e qualidade de vida.

Pra você, uma praça é... Um lugar de convívio agradável também, né. [M., 20 Pça da Liberdade]

Ah, eu acho que praça é um ambiente de paz, também, se você tá estressado, você consegue espairecer, digamos assim, de certa forma interfere no estado que você está. [D., 21, Pça da Liberdade]

Pra você, o que é uma praça? É um local pra gente distrair, descansar, divertir, ver outras pessoas. [D., 33, Pça Floriano Peixoto]

Como uma praça pode interferir na vida das pessoas? Eu acho que interfere mais nisso, mais é família, né, aonde as pessoas se agregam neste lugar conhecido como praça, pra estar divertindo, curtindo, sentindo um pouco mais de calor humano, né. [W., 51, Pça Floriano Peixoto]

E pra você, o que é uma praça? Lazer, né? Pras pessoas, né, onde que elas podem estar curtindo, descansando né, pra mim é isso.

Como as praças podem trazer bem-estar aos visitantes? Estando bem-cuidada, limpa, sempre bem-estar, né, você tá no meio da natureza, no meio da cidade, né. [...] Quais as consequências de uma cidade sem praças? É você tá no meio de uma selva de pedra que você não tem um lugar pra você respirar um ar, uma árvore, ficar debaixo de uma árvore, é triste, né, uma cidade triste, né. [F., 35, Pça do Papa] É um lugar público que tem verde e pessoas [risos]. [N., 17, Pça da Liberdade]

No entanto, na direção oposta dos efeitos positivos consequentes da socialização, um dos entrevistados apontou uma experiência negativa decorrente da disparidade social que a praça possibilita, por ser pública e abarcar toda a gama de classes sociais. Isso vai de encontro ao que afirma Wassal e Sales (2018) que apontam as praças como ambiente em que a hospitalidade prevalece em oposição à hostilidade.

Você se lembra de alguma visita a praça que foi uma experiência marcante? Sim, a Praça da Assembleia, né, uma praça mais voltada pra classe... é... vamos dizer, alta, financeiramente, eu senti um pouquinho excluído com minha filha, eu vi que as pessoas, elas, lá, se interagem mais com a visão delas, elas percebem a pessoa e parece... então lá eu me senti um pouco excluído, até então, nem voltei mais. [W., 51, Pça Floriano Peixoto]

A segurança e o estado de conservação são definitivos na escolha de frequentar a praça, isto é, se a praça não proporcionar a sensação de segurança e sua infraestrutura (por exemplo, bancos e grama), estiverem em mau estado, isso pode demover os indivíduos de visitá-la. Peng et al. (2019) afirmam que os fatores estruturais das praças, como bancos e abrigos (bancos com cobertura),

podem gerar conforto aos ocupantes, isto é, a infraestrutura e design de uma praça tem influência na experiência dos visitantes.

O que levaria você a não frequentar uma praça aqui em BH? Se não fosse bem cuidada e se eu não sentisse seguro nela. [L., 43, Pça da Liberdade]

O que levaria você a não frequentar praças em BH? Uma praça mal-cuidada, suja, pessoas estranhas, né, assim, sem segurança... [C., 46, Pça da Liberdade]

Ela [a praça] tem que ser segura, tem que poder ter atrações pras pessoas, tem que ser preservada, as pessoas tem que se sentir seguras no local, saber que ali é um lugar tranquilo, é isso. [G1., 26, Pça do Papa]

Para alguns respondentes, a presença do verde é fator definitivo para o conceito de praça. Ainda Peng et al. (2019) apontam a abertura do espaço como fator para o conforto percebido pelo visitante do espaço verde urbano, sendo que construções que bloqueiam a visão perimetral ou a visão do verde como fator mitigador do conforto percebido.

Pra você, o que é uma praça? Ah, é um lugar onde tem muitas árvores, você consegue sentar, consegue ler [D., 21, Pça da Liberdade]

Você costuma ir a praças? Sim. Por quê? Pra relaxar, ver as pessoas, a mata, as flores. [F., 29, Pça Floriano Peixoto]

E pra você o que é uma praça? Local público com espaço, agradável, ambiente cheio de planta, arborizado, local tranquilo. [G3., 22, Pça do Papa]

Pra você o que é uma praça? Lugar grande com muitas árvores, cadeiras pras pessoas sentarem, as pessoas vendendo as coisas, espaço isolado, preservado... [G1., 26, Pça do Papa]

Se uma praça é boa, as pessoas vêm de longe para frequentá-la. As praças visitadas são pontos turísticos de Belo Horizonte e apresentam qualidade superior a outras praças, em termos de segurança, espaço e preservação da estrutura, daí o fato de que as pessoas vêm de longe para visitá-las, como é o caso da Praça do Papa e da Praça da Liberdade.

A Praça do Papa, eu adoro aqui, eu sempre venho aqui com os cachorros. Mas você nem mora aqui perto. Não, eu moro lá no Santa Cruz, lá embaixo, não tem nada a ver não, eu venho aqui muito por causa dos cachorros, é um espaço pra eles correrem e também minha filha também [F., 35, Pça do Papa]

Você mora aqui perto? Não. Você vem de longe pra essa praça aqui. Uhum. Por quê? Porque no meu bairro não tem lugar assim espaçoso, que eu sei que é seguro, que vende as coisas próximo, que ela [a cachorra] pode ficar solta, lá não tem. [G1., 26, Pça do Papa]

E você mora aqui perto? Moro aqui perto não. Moro na região de Venda Nova. Mas vem pra essa praça. Venho, saio de lá e venho pra cá, porque lá não tem, igual essa praça aqui, lá não tem não. [T., 33, Pça Floriano Peixoto]

Isso é confirmado indiretamente por Kuppelwiesera e Finsterwalderb (2016), já que os indivíduos buscam bem-estar e qualidade de vida e estão dispostos a locomoção física para tal.

Alguns respondentes apontaram que é uma fonte de entretenimento gratuito. Pan (2014) aponta que a experiência pode ensinar as pessoas a reduzir o materialismo, o que é verificado na busca pela praça, que é uma opção de entretenimento urbano menos onerosa em relação a outras alternativas.

Você costuma ir a praças em BH? Agora sim, antes não. De 5 anos pra cá a gente tá frequentando as praças sim. Por quê? É... eu acho que é mais cômodo e... mais econômico também. [W., 51, Pça. Floriano Peixoto]

[A praça] traz qualidade de vida pra população, pessoa tem onde ir se divertir, desestressar, passear, sem gasto, principalmente no Brasil, com as condições econômicas do país, as praças são importantíssimas... [T., 44, Pça JK]

Pra você, quais as consequências de uma cidade sem praças? Primeiro sem natureza, sem lugar de encontro, gratuito, né, de lazer gratuito a gente não tem muito em BH. [C., 46, Pça da Liberdade]

A praça também pode ser usada como local de solidão e reflexão:

Por quê que você vem, mesmo com essa pouca frequência? Porque que eu venho? Nesse caso aqui na Praça do Papa, pra meditar um pouquinho, pensar um pouco na vida. [G2., 28, Pça do Papa]

Eu nunca interagi com ninguém pra te falar a verdade, porque na verdade eu busco um momento de solidão, eu venho aqui justamente pra ficar só, comigo mesma. [L., 25, Pça JK]

Aqui [na praça] consigo colocar as coisas no lugar na cabeça. [D., 21, Pça da Liberdade]

A reflexão, enquanto uso de lembranças e pensamentos para obter soluções para os problemas da vida, pode ser um fator indireto para o bem-estar subjetivo (ZANON & HUTZ, 2010). No entanto, isso vai de encontro a Wassal e Sales (2018), que apontam para a interação e socialização propiciada pelas praças, sem menção ao uso desses espaços para um momento de reflexão e solidão, que também podem estar relacionados positivamente ao bem-estar. No entanto, foi apontado que na praça ocorrem estes dois tipos de experiência, tanto a de interação quanto a de solidão:

Ah, se você for uma pessoa simpática, a interação vai ser ótima, agora que você quer ficar sozinho, aí também vai ser ótimo, que te dá essa liberdade, você pegar um cantinho com um banquinho e ler um livro, escutar sua música ou ficar com os seus pensamentos. [F., 29, Pça Floriano Peixoto]

Os respondentes também mencionaram que as praças podem ser ambientes de aprendizado e transformação, pois disponibilizam um espaço para o aprendizado da cidadania e da interação harmoniosa com pessoas e com o patrimônio coletivo,

E que tipo de interação você observou aqui? Conversa, respeito, as pessoas se preocupam com os filhos da gente, a gente se preocupa com os filhos das pessoas... [...] É um pelos outros, aqui, nessa praça. [W., 51, Pça Floriano Peixoto]

Como as praças podem ser usadas como ambiente de aprendizado? Tendo sempre cuidado das praças, a natureza dela, né, sempre mantendo os bancos, tudo em perfeitas condições, aí vai ser um bom aprendizado pra população aprender, né, que aquele lugar ali é um lugar pra passeio, diversão, muitas vezes, isso é bom, muitas coisas que eu acho que eu vejo é isso. [T., 33, Pça Floriano Peixoto]

A transformação também pode advir do aprendizado geral sobre a cidade e sobre a cultura:

Como as praças podem ser usadas como ambiente de aprendizado? Uai, eu acho que aqui podia ter oficinas, né, tanto pra criança como adulto, né, aulas, dança. O coreto mesmo, ter show, a [Praça] Duque de Caxias tem muita coisa. [C., 46, Pça da Liberdade]

Então, pra vocês, assim, em termos coletivos, qual o papel da praça na cidade? Integração e cultura... a cultura está sempre presente na praça. Sempre, ou é numa poesia, ou é na música ou é num evento, com bolha de sabão, te leva, te transporta sempre a alguma coisa interessante [...] Acho que o próprio espaço aberto te dá um novo horizonte, uma nova visão. [G., 55, Pça Duque de Caxias]

Na praça da Assembleia também tem o coreto, que é uma coisa que vem da nossa história, que hoje ainda é utilizado em apresentações e em tudo, então tem uma certa tradição. É estar mostrando a ideia de que a praça é historicamente um local importante de encontro de pessoas. [M., 60, Praça da Assembleia]

Além do reconhecimento da necessidade de desacelerar e manter o corpo ativo, por meio das atividades físicas, já que as praças também foram apontadas como espaços promotores de uma vida fisicamente mais ativa.

Quais as suas sensações quando você está aqui? Paz, tranquilidade, parar um pouquinho dessa vida corrida, né. [C., 46, Pça da Liberdade]

Quais são as sensações quando você está aqui? Hmmm, eu sinto paz, paz, relaxamento, descontração, fico observando os idosos se movimentando, é... dá um gás, ver os idosos se movimentando, você pensa assim, meu Deus, eu não consigo fazer aquele agachamento, eu vou ter que dar conta agora [...] Aqui tem até funcional (exercícios), o pessoal dá funcional aqui também, aí vai uma aula de mais pessoas. [L., 25, Pça JK]

Além disso, alguns respondentes apresentaram memórias afetivas transformadoras que os levaram a apreciar mais a vida urbana e conhecer os atrativos urbanos da cidade.

Você se lembra de uma visita a praça que tenha sido marcante? Há muitos anos, eu lembro que aqui era a Feira Hippie e eu vinha aqui quase todo domingo. [C., 46, Pça da Liberdade]

Como as praças podem ser usadas como ambiente de aprendizado? Você acha que isso é possível? Eu acho que sim, se tiver, né, igual, quando eu era mais nova tinha muito desses festivais, é, acho que talvez oficinas também, né, é bom... Igual, a moça tá lendo, acaba que indiretamente, né, é um local bom que a gente pode fazer essas coisas...[G1., 26, Pça do Papa]

Esses resultados são corroborados por Pan (2014) que afirma que as experiências podem transformar a visão de mundo das pessoas, fazendo-as aproveitar um ritmo de vida desacelerado e aproveitar o momento, o que a população urbana tem buscado nas praças. Cunha e Mazo (2015) mencionam o uso das praças como ambiente de práticas corporais e sua consequente geração de socialização. Além disso, Dinarli et al. (2018) apontam que as praças podem ser usadas como local de aprendizado informal, que pode complementar a educação formal e agregar conhecimentos e mudar a visão de mundo das pessoas sobre os ambientes coletivos urbanos. No entanto, muitos entrevistados apontaram o aprendizado em praças como proveniente de eventos ocorridos no espaço dela e não através apenas dos atributos da praça e de seu espaço.

Dessa forma, fica clara a importância das praças para a população urbana, que busca neste espaço um momento de lazer, relaxamento, reflexão e refúgio.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa revelou que as praças geram valor e bem-estar aos visitantes a partir da qualidade da experiência que proporcionam. Espera-se, a partir das respostas dos entrevistados, que uma praça ofereça um ambiente para relaxamento, contato com o verde no meio urbano e interação com conhecidos e demais pessoas, tudo isso tendo por suporte a segurança pública e a infraestrutura da praça, que deve estar em boas condições.

Chama atenção o fato de alguns dos respondentes virem de muito longe em busca de refúgio em praças consideradas de boa qualidade em comparação às praças próximas das residências dessas pessoas. Isso denota a atenção que o poder público deve voltar a esses ambientes como promotores do bem-estar da população urbana.

A pesquisa qualitativa realizada foi superficializada pelo fato da entrevista poder ser interpretada como uma interrupção do momento de lazer dos entrevistados, que podem ter

evitado aprofundar-se nas respostas para reduzir o tempo da entrevista. Além disso, há a possibilidade de enviesamento das respostas por meio das perguntas, sendo que poucos respondentes apontaram fatores negativos das praças. Sugere-se o aprofundamento estatístico destes resultados por meio de um survey, para verificar especificamente quais atributos das praças tem mais influência sobre o bem-estar ou a transformação dos indivíduos.

A partir dos resultados desta pesquisa, sugere-se o estudo da solidão voluntária em praças e como esta experiência pode influenciar positivamente o bem-estar dos visitantes, já que a maioria das pesquisas abordam a socialização nos espaços coletivos urbanos e suas consequências positivas. Além disso, é possível abordar as experiências negativas que podem ocorrer nestes ambientes de trocas sociais e de interação de indivíduos de variados estratos da sociedade. As praças podem ser usados como espaços para eventos culturais, o que pode influenciar a experiência de seus visitantes e torná-las mais atrativas, o que também pode ser objeto de futuras pesquisas.

6 REFERÊNCIAS

- ANDERSON, L. et. al. (2013). Transformative service research: an agenda for the future. *Journal of Business Research*, v. 66, n. 8, p. 1203–1210.
- ANDERSON, L.; OSTROM, A.L.; BITNER, M.J. (2011). Surrounded by services: a new lens for examining the influence of services as social structures on well-being, working paper, W. P. Carey School of Business, Arizona State University.
- ANDREASEN, A. R.; GOLDBERG, M. E.; SIRGY, J. (2012). Foundational research on consumer welfare: Opportunities for a Transformative Consumer Research Agenda. In: MICK, D.; PETTIGREW, S.; PECHMANN, C.; OZANNE, J. (Ed.). *Transformative consumer research for personal and collective well being: reviews and frontiers*. Taylor & Francis, p. 25-65.
- BLOCKER, C.P.; BARRIOS, A. (2015). The transformative value of a service experience. *Journal of Service Research*, Vol. 18 No. 3, pp. 265-283.
- BOSANGIT, C.; HIBBERT, S.; MCCABE, S. (2015) "If I was going to die I should at least be having fun": Travel blogs , meaning and tourist experience. *Annals of Tourism Research*, v. 55, p. 1–14.
- BRAGG, R. et al. (2014) Wellbeing benefits from natural environments rich in wildlife: a literature review for the wildlife trusts. London: [s.n.].
- BRENNAN, L.; PREVITE, J.; FRY, M.L. (2016). Social marketing's consumer myopia. *Journal of Social Marketing*, v. 6 n. 3, p. 219-239.
- CUNHA, M. L. O. da; MAZO, J. Z. (2015). The diffusion of corporal practices in the public squares of city of porto alegre (1920-1940). *Rev. educ. fis. UEM, Maringá*, v. 26, n. 1, p. 79-87.
- DAVIS, B.; OZANNE, J. L.; HILL, R. P. (2016). The Transformative Consumer Research Movement. *Journal of Public Policy & Marketing*.

- DINARDI, A. J.; FEIFFER, A. H. S.; FELIPPELLI, H. E. (2018). O uso de praças públicas como espaço não formal de educação. *Revista Educação, Cultura e Sociedade*, v. 8, n. 1, p. 311-326.
- EDGAR, F. et al. (2017). A transformative service research agenda: a study of workers' well-being, *The Service Industries Journal*, v. 37, n. 1, p. 84-104. DOI: 10.1080/02642069.2017.1290797
- EDGINTON, C. R.; CHEN, P.(2002). *Leisure as transformation*.Sagamore Publishing, 2014. IRVINE, K.N.; WARBER S. L.. Greening healthcare: practicing as if the natural environment really mattered. *Altern Ther Health Med*,v. 8, n. 5, p. 76-83.
- KARDAN, O. et al. (2015). Neighborhood greenspace and health in a large urban center. *Scientific Reports*. DOI: 10.1038/srep11610
- KOTLER, P. (1998). The market for transformation. *Journal of Marketing Management*,v. 35 n. 5-6, p. 407-409, 2019. KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.São Paulo: Atlas.
- KUHNEN, A.; LUZ, G. M. (2016). Use of urban spaces by children: exploring the behavior of playing in public squares. *Psicologia: Reflexão & Crítica*,v. 26, n. 3, 2013. KUPPELWIESER, V. G.; FINSTERWALDER, J. Transformative service research and service dominant logic: Quo Vaditis? *Journal of Retailing and Consumer Services*,v. 28, p. 91–98.
- LARSON, L. R.; JENNINGS, V.; CLOUTIER, S.A. (2016). Public Parks and Wellbeing in Urban Areas of the United States. *PLoS ONE*v. 11, n. 4.
- LEMON, K. A. (2014). Multidisciplinary perspective on service wellbeing. *Journal of Service Research Special Issue on Transformative Service Research*.v. 18, n. 3; p. 243-249, 2013.
- MARQUES V. R. et. al. Uso de áreas verdes em Mogi Mirim: preferência da população. *Revista da Sociedade Brasileira de Arborização Urbana*,p. 46 -59.
- MCCABE, S.; JOHNSON, S. (2013). The Happiness Factor in Tourism: Subjective Well-Being and Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 41. p. 42–65. DOI: 10.1016/j.annals.2012.12.001.
- MEDBERG, G.; GRÖNROOS, C. (2020). Value-in-use and service quality: do customers see a difference? *Journal of Service Theory and Practice*.
- MICK, D. G. et. al. (2012). Origins, qualities, and envisionsments of transformative consumer research. In: MICK, D.; PETTIGREW, S.; PECHMANN, C.; OZANNE, J. (Eds.). *Transformative Consumer Research for personal and collective well being: Reviews and Frontiers*.Boca Raton, FL: Routledge. Taylor & Francis, p.3-24.
- OSTROM, A.L., et. al. (2010). Moving forward and making a difference: research priorities for the science of service.*Journal Service Research*,v. 13,n.1, p. 4–36.

- PAN, T.-J. (2014). Personal Transformation Through Volunteer Tourism: The Evidence of Asian Students. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, v. 41, n. 5, p. 1–26.
- PENG, Y; FENG, T.; TIMMERMANS, H. J. P. (2019). Expanded comfort assessment in outdoor urban public spaces using Box-Cox transformation. *Landscape and Urban Planning*, v. 190.
- PINE, J.; GILMORE, J. H. Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, p. 97-105, 1998.
- PLÉ, L.; CHUMPITAZ, C.R. (2010). Not always Co-creation: introducing interactional co-destruction of value in service-dominant logic. *Journal of Services Marketing*, v. 24, n. 6, p. 430–37.
- PRETTY, J.; BARTON, J.; SELLENS, M.; GRIFFIN, M. (2005). The mental and physical health outcomes of green exercise. *International journal of environmental health research*. v. 15, p. 319-37. DOI: 10.1080/09603120500155963.
- RAPP, J. M. et al. (2015). Consumer transformation through volunteer service experiences. *The Service Industries Journal*, v. 35, n. 15-16, p. 865-882. DOI: 10.1080/02642069.2015.1090981
- SAMPAIO, S. (2014). Tourism and transformation: negotiating metaphors, experiencing change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12:2, 93-101. DOI: 10.1080/14766825.2014.924674
- SANTANA, V. S; GONDIM, S. M. G. (2016). Emotion regulation, psychological well-being and subjective well-being. *Estudos de psicologia (Natal)*, Natal, v. 21, n. 1, p. 58-68.
- SCHNEIDER, I.; WILHELM, S.; HEISEY, J. (2005). Carlyle Lake visitor profile: experiences, benefits and opportunities. Staff Paper Series 177. St. Paul: Department of Forest Resources, University of Minnesota.
- SHANAHAN, D. et al. (2016). Health Benefits from Nature Experiences Depend on Dose. *Sci Rep* 6, 28551. DOI: 10.1038/srep28551
- SHUVO, F. K. et al. ell-Burt, Thomas. Urban green space and health in low and middle-income countries: a critical review. *Urban Forestry & Urban Greening*, 2020. DOI: 10.1016/j.ufug.2020.126662.
- SUNDQUIST, K.; FRANK, G.; SUNDQUIST, J. (2004). Urbanisation and incidence of psychosis and depression: Follow-up study of 4.4 million women and men in Sweden. *The British Journal of Psychiatry*, v. 184, p. 293–298.
- TAYLOR, L.; HOCHULI, D. (2015) Creating better cities: how biodiversity and ecosystem functioning enhance urban residents' wellbeing. *Urban Ecosystems*, v. 18. p. 1-16. DOI: 10.1007/s11252-014-0427-3.
- TUAN, Y. (1993). *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. Trad. Livia de Oliveira. São Paulo: Difel.

- VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. (2016). Institutions and Axioms: An Extension and Update of Service-Dominant Logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 44, n. 1, p. 5–23.
- WASSALL, A. R. A. & SALLES, M. Do R. R. (2019). Cidades e praças: ambivalência da hospitalidade em espaços públicos. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, v. 11, n. 2, p. 386-399.
- WILKIE, W. L. ; MOORE, E. S. (2012). Expanding our understanding of marketing in society. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Seattle, WA, v. 40, n. 1, p. 53-73.
- WOYCIEKOSKI, C.; STENERT, F.; HUTZ, C. S. (2012). Determinantes do Bem-Estar Subjetivo. *PSICO*, Porto Alegre, PUCRS, v. 43, n. 3, pp. 280-288.
- YE, H.; TUSSYADIAH, I. P. (2016). Tourists' Transformation Experience: From Destination Architecture to Identity Formation. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, v. 20.
- ZANON, C.; HUTZ, C. S. (2010). Thinking styles, personality and subjective well-being: advances and polemics. *Aletheia*, Canoas, n. 32, p. 80-91.
- ZEITHAML, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, New York, v. 52, n.3, p. 2-22.

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

GOSLING, M.S. (2021). Transformative servisse research e o bem-estar em espaços coletivos urbanos. *Holos*. 37 (6), 1-13.

SOBRE OS AUTORES

M.S. GOSLING

Pós-Doutora em Gestão de Turismo pela Universidade do Algarve, Portugal; Professora Associada de Marketing e Estratégia e da Faculdade de Ciências Econômicas, da Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG; Doutora em Administração pela UFMG; Professora do Centro de Pós-Graduação em Administração/CEPEAD/UFMG; Coordenadora do NEECIM/TUR; Editora Chefe da *Marketing & Tourism Review* (Brasil). E-mail: mg.ufmg@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7674-2866>

Editor(a) Responsável: Miler D’Anjour

Pareceristas Ad Hoc: Amilcar Bogo e Rafael de Paula Garcia





Recibido 21 de setembro de 2020

Aceito: 22 de setembro de 2021

Publicado: 30 de setembro de 2021

