

“A CIDADE DOS PARQUES”: UMA ANÁLISE CRÍTICA DOS NOVOS PARQUES URBANOS EM MONTES CLAROS/MG¹

Isabela Veloso Lopes Versiani²
Priscila Dias Alkimim³

RESUMO

Este trabalho analisa o slogan "A cidade dos parques" promovido pela Prefeitura Municipal de Montes Claros, que visa projetar uma imagem de sustentabilidade e qualidade de vida urbana. Utilizando uma abordagem metodológica mista, com dados georreferenciados e observações de campo, a pesquisa examinou os novos parques urbanos municipais inaugurados a partir de 2018, avaliando sua distribuição, infraestrutura e apropriação pela comunidade. Os resultados revelam que embora o município promova a existência de 14 parques municipais, apenas nove estão de fato inaugurados, com a maioria localizada em áreas de maior renda, como o Ibituruna, e oferecendo melhor infraestrutura. Parques situados em regiões periféricas, enfrentam problemas de manutenção e baixa integração com a comunidade. A pesquisa evidencia a disparidade entre a imagem promovida e a realidade, questionando se os novos parques atendem, de fato, às necessidades de lazer dos moradores. Essa situação reflete uma abordagem de marketing que privilegia a imagem da cidade em detrimento de um desenvolvimento urbano mais equitativo.

¹Esta produção integra projeto apoiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais - FAPEMIG.

²Professora do Departamento de Educação Física e do Desporto e Doutora em Desenvolvimento Social pela Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes). Co-coordenadora do Núcleo Cidadão e do projeto extensionista Encontros Citadinos (Unimontes). Bolsista FAPEMIG através do projeto BIP-00270-24. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7966-187X>. E-mail: isabela.versiani@unimontes.br.

³Doutoranda em Desenvolvimento Social pela Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes). Pesquisadora do Núcleo Cidadão (Unimontes). Bolsista BTCDI FAPEMIG através do projeto APQ-03797-23 (Laboratório Multiusuário Cidadão: consolidação dos estudos urbanos no Norte de Minas). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3406-6772>. E-mail: prialkimim@gmail.com.



Palavras-chave: parques urbanos, marketing urbano, desigualdade espacial.

*"THE CITY OF PARKS": A CRITICAL EXAMINATION OF THE NEW URBAN PARKS
IN MONTES CLAROS/MG*

ABSTRACT

This study analyzes the slogan "The City of Parks," promoted by the Municipality of Montes Claros to project an image of sustainability and urban quality of life. Using a mixed-methods approach with georeferenced data and field observations, the research examines the new municipal urban parks inaugurated since 2018, evaluating their distribution, infrastructure, and community use. Findings reveal that although the municipality promotes the existence of 14 municipal parks, only nine have been inaugurated, with most located in higher-income areas like Ibituruna, providing better infrastructure. Parks situated in peripheral regions face maintenance issues and lack community integration. The study highlights the gap between the promoted image and reality, questioning whether these new parks truly meet residents' leisure needs. This situation reflects a marketing approach that favors the city's image over a more equitable urban development.

Keywords: urban parks, urban marketing, spatial inequality.

*"LA CIUDAD DE LOS PARQUES": UN EXAMEN CRÍTICO DE LOS NUEVOS
PARQUES URBANOS EN MONTES CLAROS/MG*

RESUMEN

Este estudio analiza el eslogan "La Ciudad de los Parques", promovido por el Municipio de Montes Claros para proyectar una imagen de sostenibilidad y calidad de vida urbana. Utilizando un enfoque de métodos mixtos con datos georreferenciados y observaciones de campo, la investigación examina los nuevos parques urbanos municipales inaugurados desde 2018, evaluando su distribución, infraestructura y uso comunitario. Los resultados revelan que, aunque el municipio promociona la existencia de 14 parques municipales, solo nueve han sido inaugurados, concentrándose principalmente en áreas de mayores ingresos como Ibituruna, donde cuentan con mejor infraestructura. Los parques situados en regiones periféricas enfrentan problemas de mantenimiento y carecen de integración comunitaria. El estudio destaca la brecha entre la imagen promovida y la realidad, cuestionando si estos nuevos parques realmente satisfacen las necesidades de ocio de los residentes. Esta situación refleja un enfoque de marketing urbano que privilegia la imagen de la ciudad por encima de un desarrollo urbano más equitativo.



Palabras clave: parques urbanos, marketing urbano, desigualdad espacial.

INTRODUÇÃO

Integrado a diferentes usos, sejam eles paisagísticos/ urbanísticos, de conservação ambiental, de lazer de massa, recreacional, contemplativo por meio da natureza e/ ou para prática de atividades físicas, fato é que a criação de Parques nas cidades está permeada por uma multiplicidade de discursos, justificativas e interesses, que acompanham os processos de produção do espaço urbano e os diferentes papéis assumidos pelos gestores públicos, pelo mercado e por demandas da própria população no jogo político.

Nesse processo, Sakata (2018) destaca um aumento significativo de parques urbanos sendo construídos nas cidades brasileiras, especialmente nesse início do Século XXI, evidenciando as contribuições e avanços da nova legislação ambiental, como meio de preservação de recursos naturais existentes, aliados, quase sempre, à provisão de espaços de lazer e esporte, com valorização dos bairros que recebem esses equipamentos, e de investimentos diretamente associados e/ou como contrapartida de parcerias e compensações ambientais de grandes empreendimentos imobiliários, além de estratégias de marketing/ marca das gestões públicas.

Embora os parques urbanos não sejam um fenômeno recente em Montes Claros, cidade caracterizada por seu porte médio e localizada no norte de Minas Gerais, verifica-se que seus processos de criação têm acompanhado fases bem definidas, semelhantes às de outras cidades do Brasil.

Diante desse cenário, nos últimos cinco anos, observa-se o crescimento de campanhas promovidas pelo poder público, intensificadas no ano de 2023, em que a cidade de Montes Claros passa a adotar o slogan "A cidade dos parques" como uma estratégia de marketing urbano que tenta posicionar o município como um modelo de sustentabilidade e qualidade de vida urbana. Essa campanha, promovida através de postagens nas redes sociais e outros canais de comunicação da



Prefeitura, destaca os 14 (quatorze) parques urbanos municipais distribuídos por diferentes regiões como símbolos do lazer, da interação social e do bem-estar dos cidadãos. Contudo, observa-se que desses parques, apenas nove estão inaugurados, e cinco deles foram abertos nos últimos cinco anos.

Desse modo, esta pesquisa busca explorar o uso do slogan "A Cidade dos Parques" pela Prefeitura Municipal e analisar os novos parques urbanos de Montes Claros, inaugurados a partir de 2018, investigando se de fato atendem às necessidades de lazer e bem-estar dos moradores e como se inserem na estratégia de marketing urbano da cidade. O estudo emprega uma abordagem metodológica mista, combinando pesquisas qualitativas e quantitativas.

Foram elaborados e analisados mapas de georreferenciamento usando o software ArcGIS 10.2, com dados do IBGE de 2022 e do site da Prefeitura Municipal de Montes Claros de 2023, além de visitas a todos os novos parques urbanos municipais da cidade para verificação do entorno, utilização pelos moradores e infraestruturas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No século XIX, o crescimento das cidades industriais europeias trouxe consigo uma gama de problemas ambientais e sociais, como poluição, superlotação e deterioração das condições de vida, nesse contexto, os parques urbanos surgem em uma tentativa de criar um refúgio para lazer e contato com a natureza em meio ao caos da vida na cidade industrial (Williams, 1989).

No Brasil, os parques urbanos chegam junto com a família real portuguesa no Rio de Janeiro, cidade que foi palco de várias reestruturações e modernizações urbanas a fim de deixá-la mais compatível com as grandes cidades europeias da época, como Londres e Paris. Assim, ao contrário do que ocorreu na Europa, no Brasil os parques foram concebidos inicialmente para o lazer e a apreciação das elites, e como símbolos de poder e civilidade, necessários para a construção de uma imagem urbana (Rocha, 2020).



Só a partir da década de 1970, com a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo em 1972, que os parques urbanos passaram a ser vistos na chave de interesse político-social mais ampla, deixando de ser elementos meramente estéticos e simbólicos de status e poder para se passarem a ser vistos como áreas essenciais para bem-estar público, sustentabilidade e qualidade de vida nas cidades (Macedo; Sakata, 2010).

A mudança de percepção sobre os parques urbanos e os movimentos das cidades para implementá-los em seus espaços, não é reflexo tão somente dessa perspectiva ambiental e do lazer, mas também é influenciada pelo modelo do empresariamento urbano, que emergiu na década de 1970, como resposta à recessão econômica e à desindustrialização das grandes cidades no capitalismo avançado, o que passou a exigir dos governos locais a adoção de práticas de competições interurbanas para atração de investimentos, empresas e capital (Harvey, 2020).

Assim, para se vender a cidade como um local favorável para investimentos, turistas e novos residentes, depende-se da criação de uma imagem urbana positiva e atraente. As estratégias são as mais diversas, desde o uso de slogans e campanhas publicitárias até o desenvolvimento de projetos emblemáticos para destacar os atributos positivos da cidade (Harvey, 2020).

A criação de uma imagem urbana impacta, como ressalta Harvey (2020), nos aspectos políticos e sociais, pois pode forjar um senso de orgulho cívico e lealdade à cidade, ao mesmo tempo que camufla problemas sociais em prol dessa pretensa identidade local. Além disso, pode potencializar o desenvolvimento de algumas áreas escolhidas em detrimento de outras, que ficam cada vez mais deterioradas. No aspecto político, o marketing da cidade também funciona como uma propaganda aos próprios gestores, que utilizam dessas estratégias tanto para atrair investimentos/capital, como para construir uma solidariedade social que oculta problemas e melhorar sua imagem política junto aos eleitores. Diante dessa lógica, pouco importa que a realidade seja de crescente empobrecimento e segregação, já



que a imagem vendida da cidade através de seus slogans e propagandas projeta uma ideia de prosperidade e bem-estar coletivo.

Outro ponto a se considerar é o conceito de espaço público, que no plano teórico é idealizado como um espaço de acesso irrestrito, onde todos os cidadãos têm direito à permanência e ao uso, independentemente de distinções sociais, culturais, econômicas ou políticas. No entanto, segundo Serpa (2007), essa concepção ideal raramente se concretiza na realidade, uma vez que os processos de produção do espaço urbano nas cidades brasileiras refletem e reforçam desigualdades socioeconômicas, resultando em espaços públicos que frequentemente não são acessíveis para todos.

Assim, integrado a diferentes usos, sejam eles paisagísticos/urbanísticos, de conservação ambiental, de lazer de massa, recreacional, contemplativo por meio da natureza e/ou para prática de atividades físicas, fato é que a criação de parques nas cidades está permeada por uma multiplicidade de discursos, justificativas e interesses, que acompanham os processos de produção do espaço urbano e os diferentes papéis assumidos pelos gestores públicos, pelo mercado e por demandas da própria população no jogo político.

Nesse contexto, a situação em Montes Claros, com seu slogan "A cidade dos parques", oferece um bom estudo de caso para explorar o marketing urbano aplicado à prática, na tentativa de promoção de uma imagem de sustentabilidade e qualidade de vida através da criação e promoção de parques urbanos municipais. No entanto, para uma maior compreensão desse processo no plano do cotidiano e na apropriação social desses espaços, novas possibilidades de investigação se abrem quando se busca analisar se esses novos parques realmente atendem às necessidades de lazer e bem-estar dos moradores, especialmente considerando a localização e infraestrutura dos mesmos.

DESENVOLVIMENTO DO TEMA

Destaque na região do norte de Minas Gerais, a cidade de Montes Claros passou por um processo acelerado de crescimento urbano, sobretudo a partir da



década de 1970, que se mantém contínuo, por sua centralidade como polo de desenvolvimento regional, nem sempre acompanhado por um planejamento urbano efetivo. Embora a cidade tenha se desenvolvido em aspectos econômicos e sociais nas últimas décadas, sua inserção em uma região com baixos índices de desenvolvimento socioeconômico e grande desigualdade social terá desdobramentos na caracterização de sua dimensão intra urbana, marcada por um processo de ocupação do solo urbano fragmentado e heterogêneo, o que resulta em uma divisão socioeconômica de áreas com maior ou menor grau de infraestrutura, inclusive no que se refere à distribuição dos parques urbanos na cidade.

Corroborando com a tendência mais recente exposta por Sakata (2018), verifica-se na cidade de Montes Claros que, desde 2018, há um nítido direcionamento do poder público municipal para a criação de novos parques que congrega estratégias de marca/marketing à gestão pública e se viabiliza por meio de recursos a partir do cumprimento legal de compensação ambiental, envolvendo grandes empreendimentos que se instalam na cidade e/ou próximos de áreas verdes ainda existentes, ampliando a proteção e segurança dessas áreas de ocupações, agregando valor ao solo urbano e ofertando à população novos espaços para o lazer.

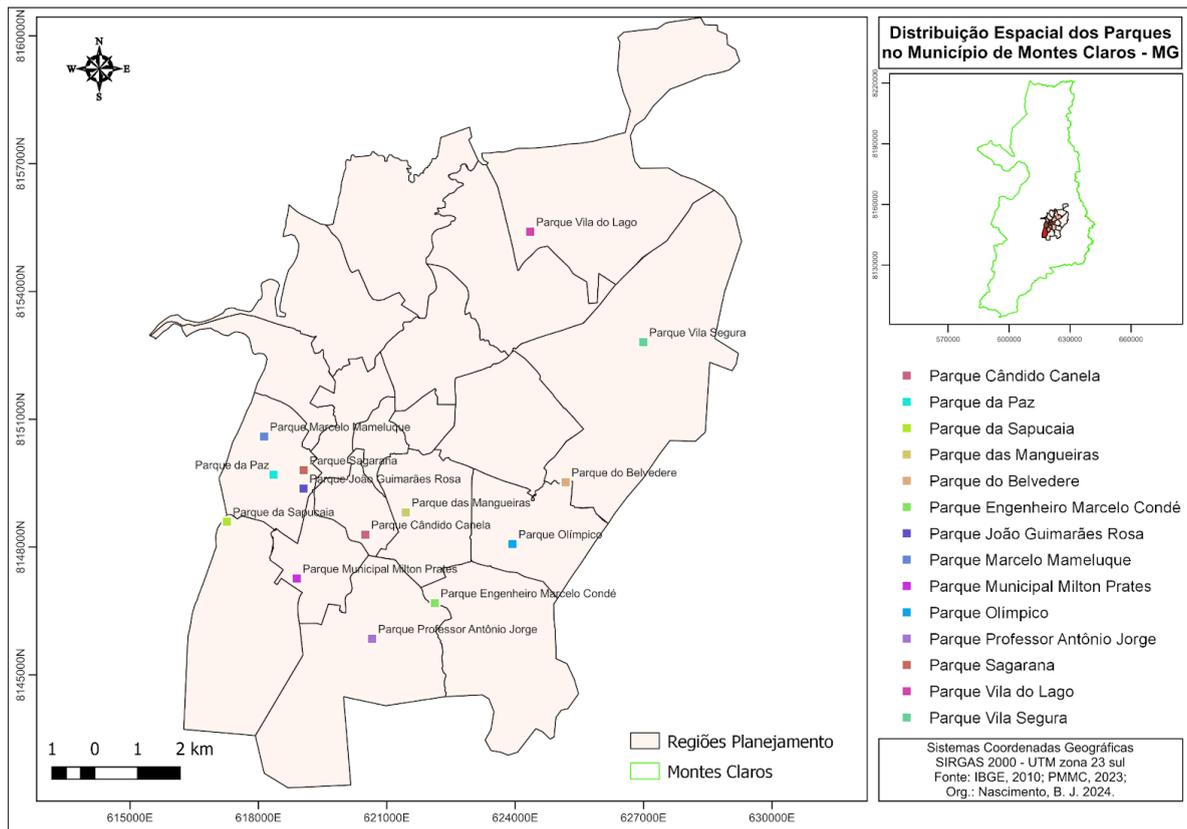
Atualmente, segundo dados e divulgações nas redes sociais pela Prefeitura Municipal de Montes Claros (2023), existem 14 parques urbanos municipais espalhados pela cidade (figura 1). É fundamental destacar que, conforme pesquisa de campo realizada, verifica-se que apenas nove desses parques estão inaugurados, quais sejam, o Parque Municipal Milton Prates (1969), a unidade ambiental Parque Guimarães Rosa, o Parque das Mangueiras - Nilson Espoletão (2012), o Parque Sagarana (2018), o Parque Cândido Canela (2019), o Parque dos Mangues - Professor Antônio Jorge (2022), o Parque da Paz (2023), o Parque Vila Segura (2023) e o Parque do Sapucaia (inaugurado em 1987 e reaberto em 2023).

Por outro lado, parques como Jardim Olímpico e Belvedere, na região leste, Village do Lago, na norte, Marcelo Mameluque, na oeste, e Parque Engenheiro Marcelo Condé, na sul, ainda não foram inaugurados, embora integrem as



campanhas oficiais com o slogan "A cidade dos parques", sem menção de que os mesmo estão apenas previstos sem a efetiva implementação. Isso reflete a clara estratégia de marketing urbano que visa melhorar a imagem e o status da cidade, mesmo que de forma artificial.

Figura 1 - Distribuição espacial dos Parques Urbanos Municipais divulgados pela Prefeitura de Montes Claros/MG



Fonte: elaborado pelos autores (2024).

A pesquisa aqui apresentada foca nos novos parques municipais inaugurados desde 2018, buscando analisar suas localizações, condições do entorno e o uso pela população. Dos nove parques atualmente em funcionamento, cinco foram inaugurados nesse período, representando um marco recente na expansão desses espaços em Montes Claros.\

O Parque Sagarana, inaugurado em 2018, é o primeiro dos novos parques de Montes Claros, fruto de um desmembramento da reserva ambiental do Parque

Guimarães Rosa. Localizado na Região de Planejamento do Ibituruna, que possui a maior renda per capita da cidade (Leite, 2020) e concentra o maior número de parques, o Parque Sagarana desfruta de uma posição estratégica na Avenida José Corrêa Machado, próximo ao Shopping Ibituruna. Com uma infraestrutura completa, que inclui cercamento, bancos, mesas para piqueniques, playgrounds, pista para caminhada e ampla arborização, o parque é amplamente utilizado pelos moradores para atividades de lazer e esportivas, e mantém uma boa manutenção além de ser palco de eventos esportivos e atividades recreativas coordenadas (figura 2).

Figura 2 - Parque Sagarana em Montes Claros/MG



Fonte: Alkimim (2024).

Inaugurado em 2019, o Parque Cândido Canela (figura 3) está localizado na Região de Planejamento da Vila Guilhermina, nos fundos do Shopping Montes Claros. A construção de um novo trecho da Avenida Vicente Guimarães em 2022, juntamente com a revitalização da Avenida Viriato Ribeiro Aquino, que margeia o parque, melhorou significativamente o acesso ao local, ampliando sua utilização por pessoas que frequentam o shopping e por moradores das regiões adjacentes.

Assim como o Parque Sagarana, o Parque Cândido Canela é cercado e dispõe de uma infraestrutura de qualidade, que inclui áreas de convivência com bancos, mesas para piqueniques e playgrounds, além de pistas para caminhada e

uma arborização densa que proporciona sombra e conforto térmico para os visitantes.

Figura 3 - Parque Cândido Canela em Montes Claros/MG



Fonte: Alkimim (2024).

Seguindo a ordem de inaugurações, o próximo é o Parque Professor Antônio Jorge, também conhecido como Parque dos Mangues, aberto em 2022. Situado às margens do Córrego Bicano, próximo ao Conjunto Habitacional José Corrêa Machado, em uma região densamente povoada, este parque difere significativamente dos dois anteriormente mencionados. Ele não é cercado e dispõe de infraestrutura limitada. As instalações incluem algumas esparsas mesas para piqueniques, traves de futebol sem rede e uma pista de corrida inacabada. Além disso, a falta de manutenção é evidente na presença de grama alta e no desgaste geral do espaço, o que torna o ambiente pouco convidativo e subutilizado pela comunidade (figura 4).

A situação do Parque dos Mangues evidencia a desigualdade no tratamento dos parques urbanos de Montes Claros, refletindo uma diferenciação de investimentos e manutenção que favorece algumas regiões em detrimento de outras. Enquanto parques como o Sagarana e o Cândido Canela possuem boas

infraestruturas e atraem um público diverso, o Parque dos Mangues enfrenta desafios básicos de conservação, o que levanta questões sobre a equidade no desenvolvimento urbano e na distribuição de espaços de lazer pela cidade.

Figura 4 - Parque dos Mangues (Professor Antônio Jorge) em Montes Claros/MG



Fonte: Alkimim (2024).

Os dois parques urbanos municipais mais recentes de Montes Claros foram inaugurados em 2023: o Parque da Paz, localizado na região do Ibituruna, e o Parque Vila Segura, situado na região de planejamento do Independência, ao norte da cidade. Embora estejam em lados opostos do mapa urbano, ambos compartilham a característica de estarem adjacentes a extensos muros de condomínios residenciais. O Parque da Paz está localizado ao lado do condomínio de alto padrão Vila das Acácias, enquanto o Parque Vila Segura é vizinho de um condomínio de médio padrão que também lhe dá o nome.

Ambos os parques possuem uma infraestrutura adequada para atividades de lazer e recreação, incluindo áreas para piqueniques, playgrounds e trilhas para caminhada. Apesar de contarem com esses recursos, eles não são cercados, o que poderia facilitar o acesso. No entanto, sua localização ao lado dos muros dos condomínios fechados limita o potencial de apropriação por uma parcela mais ampla

da população, uma vez que se encontram em áreas com menor circulação de pedestres e visitantes que não residem nas proximidades.

O Parque da Paz foi implementado rapidamente graças à mobilização dos moradores do condomínio de alto padrão Portal das Acácias, que contribuíram financeiramente para parte de sua construção. No entanto, embora o parque tenha sido oficialmente criado como um espaço de lazer público, dentre os argumentos expostos para sua criação, no Conselho Municipal de Defesa e Conservação do Meio Ambiente (CODEMA), também foi mencionada a preocupação expressa dos moradores ligada à segurança e proteção do condomínio. Embora o parque possua infraestrutura adequada e esteja localizado próximo às residências da Rua Walter Linhares Frota Machado, facilitando o uso para caminhadas e passeios com animais (figura 5), sua função como espaço público parece secundária aos interesses privados dos moradores.

Figura 5 - Parque da Paz em Montes Claros/MG



Fonte: Alkimim (2024).

Essa percepção é reforçada pela presença de plantas com espinhos ao longo do muro do condomínio, uma barreira que dificulta o uso da pista de cooper adjacente. Em vez de priorizar a integração com o bairro e o incentivo ao uso comunitário, o parque parece ter sido planejado mais como uma espécie de "faixa

de proteção" do muro, do que como um espaço de convivência para todos os cidadãos.

Essa abordagem restritiva também é evidenciada pela ausência de estrutura no ponto de ônibus localizado no parque, que carece de bancos ou cobertura, forçando os usuários do transporte público no local, em sua maioria trabalhadores domésticos e diaristas, a permanecerem em pé ou a se sentarem no meio-fio da calçada. Esse descaso com a infraestrutura básica para quem depende do transporte público contrasta com os recursos direcionados para a implementação do parque e com os equipamentos que ele possui ao longo de sua extensão.

O Parque Vila Segura, além de estar confrontado pelo muro do condomínio que lhe dá nome, é cercado por terrenos cobertos de vegetação densa e desprovidos de edificações, o que resulta em uma falta de integração com o entorno (figura 6). Essa situação é ainda mais problemática devido ao grande condomínio, seu único vizinho, que o isola do bairro Jardim Primavera e compromete sua utilidade e valor como espaço público acessível para os moradores da região.

Esses contrastes evidenciam como os interesses privados podem influenciar a implementação de espaços públicos e revelar a falta de planejamento orientado ao uso efetivo pela população. O Parque da Paz, embora tenha potencial para ser um espaço comunitário de lazer, apresenta seu uso restrito por uma concepção que parece priorizar a segurança e proteção dos interesses privados, enquanto o Parque Vila Segura exemplifica a construção de um parque sem consideração pelo entorno, acesso e localização, comprometendo sua integração com a comunidade.

Figura 6 - Acessos e entorno do Parque Vila Segura em Montes Claros/MG





Fonte: Alkimim (2024).

Assim, observa-se que, apesar dos esforços recentes para implementar novos parques em Montes Claros, vinculados à dinâmica do marketing urbano e à "venda" da cidade como "A cidade dos parques", há, em alguns casos, uma ausência de estratégias que promovam a verdadeira integração dessas áreas com as comunidades locais e até com outras áreas da cidade. Além disso, percebe-se a influência de interesses privados e de objetivos alheios ao lazer e à apropriação comunitária na definição e construção desses novos parques urbanos, o que compromete o potencial de apropriação desses espaços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos novos parques municipais urbanos de Montes Claros, evidencia uma disparidade significativa entre a imagem promovida pela campanha de marketing urbano "A cidade dos parques" e a realidade. Embora a Prefeitura destaque 14 parques municipais, apenas nove estão em funcionamento, e muitos prometidos para as regiões periféricas não foram implementados. O uso de slogans e campanhas visuais é uma forma de projetar a cidade como um produto no mercado, criando uma identidade que visa atrair investimentos e prestígio para a administração pública, mas que frequentemente mascara as desigualdades socioespaciais subjacentes.

Esse tipo de marketing constrói uma cidade mais simbólica do que substancial, onde o foco está na criação de áreas que reforçam a estética e o status, em vez de promover uma integração efetiva dos espaços públicos com as comunidades locais. A imagem idealizada dos parques, propagada pela campanha "A cidade dos parques", se tornou um "ativo" da cidade para elevar seu valor no mercado imobiliário e atrair novos moradores. No entanto, essa estratégia negligencia o propósito social dos parques urbanos de serem áreas de convivência acessíveis e integradoras.

Assim, enquanto regiões de maior renda, como Ibituruna, beneficiam-se de parques com boas infraestruturas e localização estratégica, parques em regiões periféricas, como o Parque dos Mangues, sofrem com manutenção precária e carência na estrutura. A imagem da "cidade dos parques" funciona como uma tentativa de esconder as desigualdades, ao destacar apenas os espaços que reforçam a narrativa de bem-estar. Essa estratégia alinha-se ao conceito de marketing urbano que Harvey (2020) critica, pois privilegia a valorização simbólica da cidade em detrimento do planejamento urbano inclusivo e socialmente igualitário.

A crítica se aprofunda ao analisar como essas práticas de marketing podem deslocar as reais necessidades dos moradores para segundo plano. Em vez de garantir que os parques sejam acessíveis e mantenham infraestrutura adequada para todos, a administração pública utiliza esses espaços como instrumentos de propaganda, priorizando interesses privados e políticos. Assim, o marketing urbano não só cria uma cidade idealizada para o público externo, mas também serve para gerar capital político para os gestores, promovendo uma identidade local que, na prática, pouco reflete as necessidades e desejos da população.

Esse contraste entre a imagem ideal e a realidade vivida exemplifica como essa prática contribui para a exclusão e a fragmentação socioespacial. Os parques, que poderiam ser instrumentos de fortalecimento da comunidade e de inclusão social, são, em alguns casos, apropriados para reforçar interesses privados e econômicos, enfraquecendo seu potencial de promover o bem-estar coletivo.



REFERÊNCIAS

GOMES, Marcos Antônio Silvestre. A espacialização dos parques e a dinâmica da produção, apropriação e valorização do espaço urbano em Ribeirão Preto (SP). **Espaço e Economia**: Revista brasileira de geografia econômica, Ano I, Número 2, 2013;

HARVEY, David. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. **Os sentidos do mundo**. São Paulo: Boitempo, 2020, p. 151-180;

LEITE, Marcos Esdras. **Atlas Ambiental de Montes Claros/MG**. Montes Claros: Editora Unimontes, 2020;

MACEDO, S. S.; SAKATA, F. G. **Parques urbanos no Brasil**. 3. ed. São Paulo: EDUSP, 2010;

MONTES CLAROS, Prefeitura de (@prefeituramontesclaros). “Montes Claros se transformou na cidade dos parques”. Instagram, 8 de maio de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/Cr_IUCVgfqu/?igsh=ZDE1MWVjZGVmZQ>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2024;

ROCHA, Maria Vitória Xavier Dias. **Usos e Significados dos Espaços Públicos Contemporâneos**: Uma Análise dos Parques Urbanos em Montes Claros/MG. Dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Geografia – PPGeo da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes, 2020.

SAKATA, F. **Parques Urbanos no Brasil – 2000 a 2017**. 2018. 348 f. Tese (Doutorado - Arquitetura e Urbanismo) -- Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. 2018.

SERPA, A. (2007) **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Ed. Contexto.

WILLIAMS, Raymond. **O campo e a cidade na história e na literatura**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

