

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Instituto de Geociências e Ciências Exatas

Campus de Rio Claro

**O TURISMO NO CONTEXTO DO PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA
DE CURITIBA**

ISABELA DE FÁTIMA FOGAÇA

Tese de doutorado elaborada junto ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, área de Organização do Espaço, para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientadora: Professora Doutora Sílvia Aparecida Guarnieri Ortigoza

Rio Claro/SP
2011

338 4791 Fogaça, Isabela de Fátima
F655t O Turismo no contexto do planejamento e gestão
estratégica de Curitiba/ Isabela de Fátima Fogaça. - Rio Claro
:[s.n.], 2011
178 f. : il., figs., gráfs., tabs., quadros, fots., mapas

Tese (doutorado) – Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Orientador: Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza

1. Turismo. 2. Cidade. I. Título

Ficha Catalográfica elaborada pela STATI – Biblioteca UNESP
Campos de Rio Claro/SP

ISABELA DE FÁTIMA FOGAÇA

**TURISMO NO CONTEXTO DO PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA DE
CIDADES**

Tese de doutorado elaborada junto ao
Programa de Pós-Graduação em Geografia,
área de Organização do Espaço, para obtenção
do título de Doutor em Geografia.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profa. Dra. Sílvia A. Guarnieri Ortigoza
UNESP – Rio Claro
(Orientadora – Presidente)

Profa. Dra. Olga Lúcia Castreghini de Freitas Firkowski
Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Prof. Dr. Carlos Henrique Costa da Silva
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) - Sorocaba

Profa. Dra. Bernadete Aparecida C. de C. Oliveira
UNESP – Rio Claro

Prof. Dr. Auro Aparecido Mendes
UNESP – Rio Claro

Isabela de Fátima Fogaça
(Doutoranda)

Rio Claro, 04 de novembro de 2011

Resultado: APROVADA

*Aos amores da minha vida, Mathilde, Tuca, Teófilo e Lélío.
[...] Ainda que eu tivesse o dom da profecia, o
conhecimento de todos os mistérios e de toda a ciência [...] se não tivesse amor eu não seria nada. (1 CORÍNTIOS 13,
1-2)*

AGRADECIMENTOS

Acredito que na vida nada se constrói sozinho. Para elaboração dessa pesquisa isso também não foi diferente. Foram muitas as pessoas que contribuíram para que eu conseguisse concluir mais essa etapa de minha vida acadêmica. Foram quatro anos de muitos desafios e sempre estive acompanhada de anjos abençoados.

Assim, antes de iniciar a lista de pessoas queridas e instituições que me acompanharam até essa vitória, agradeço a Deus que por meio do Espírito Santo iluminou meus caminhos e me deu sabedoria. Somente a certeza de que em Deus tudo é possível foi meu alimento diário para chegar até aqui.

Agradeço de modo muito especial, à professora e amiga Doutora Sílvia Guarnieri Ortigoza, minha orientadora, por todos os momentos em que pegou em minha mão para me guiar na elaboração dessa síntese. Obrigada pela paciência e pelo exemplo de profissionalismo.

À Professora Doutora Olga C. de F. Firkowski e ao Professor Doutor Carlos Henrique C. da Silva pelas contribuições no momento de qualificação da pesquisa e na visita que fiz à Professora Olga em Curitiba. É um prazer poder compartilhar minhas ideias e receber contribuições de pessoas tão brilhantes como vocês.

À Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, especialmente, ao Departamento de Administração e Turismo pelo apoio institucional e pelo afastamento parcial apesar de meu tão recente ingresso na instituição. Também, aos meus colegas do Curso de Turismo pelas discussões, indicações de bibliografia e estímulo constante. Juntos construiremos uma Universidade melhor.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) pela concessão de bolsa de Pós Graduação durante um ano de minha pesquisa.

A todos as pessoas que entrevistei em Curitiba para a realização desta pesquisa. Obrigada pela receptividade e disposição em ajudar. Fico com uma impressão muito boa de todos vocês.

Aos colegas do Programa de Pós-Graduação em Geografia, especialmente ao Pedro Henrique (BH) e Elias Sales, por todos os momentos de discussões que enriquecem nossos trabalhos e, principalmente, pela amizade e alegria que me proporcionaram em Rio Claro. Também, à colega de doutorado, mas amiga de alguns anos, Alissandra. Ali, você é a irmã que eu escolhi adotar, muito obrigada sempre por sua alegria que ilumina meu coração.

Aos amigos Sérgio e Elani que nesse final de jornada trouxeram alegria para minha casa e muito cuidado e carinho para me estimular para vencer essa batalha.

Não poderia concluir meus agradecimentos sem destacar a contribuição dos amores da minha vida.

Mãe e Vó obrigada por me ensinarem a ter fé, todas as orações foram escutadas podem ter certeza. Vocês são os exemplos de mulheres que quero ser e repassar aos meus filhos que ainda virão.

Ao meu companheiro, marido, amor, Lélío, que, mesmo antes de pensarmos em sermos uma família, foi a pessoa que me incentivou a seguir pelo caminho deste doutorado e, durante toda essa jornada, esteve comigo. Obrigada pelas infindáveis transcrições que realizou. Peço que me perdoe pelos momentos em que não pude dedicar o amor que você merece. Mas sei que estamos realizando apenas um dos sonhos que sonhamos juntos.

Mesmo se falta pão, o circo prospera. O triunfo da imagem sobre a substância é total (HARVEY, 2006, p. 186)

RESUMO

Nesta pesquisa, com aporte geográfico, nos propomos a estudar o turismo como uma prática social, política e econômica contemporânea, e seu papel no contexto que envolve a organização socioespacial de cidades. A partir do imperativo da globalização capitalista e da dissolução das barreiras espaciais, a concorrência entre os lugares passa a ser uma das características mais marcantes da dinâmica espacial contemporânea. Sob essa perspectiva, emerge um consenso de que somente se beneficiarão as cidades que tiverem suas gestões orientadas por meio de posturas empreendedoras, no sentido de gerar positivities que lhes deem atributos para inserção em um mercado mundial de cidades. Dessa forma, incorpora-se a racionalidade concorrencial à cidade, que passa a ser conduzida como empresa e, ao mesmo tempo, vendida como mercadoria. Nesse sentido, o planejamento estratégico de cidades, de corte neoliberal, emerge como o principal instrumento de empreendedorismo urbano. Diversos são os elementos que fazem parte das práticas do empreendedorismo urbano e do planejamento estratégico, entre os quais se destacam as ações com foco na economia política do lugar e no *marketing* urbano, a partir dos quais o turismo, tanto como uma atividade que lança uma sombra benéfica à cidade quanto como uma atividade que dá visibilidade à cidade, passa a ser uma prática recorrente. Curitiba constitui-se em um dos grandes exemplos brasileiros cuja gestão está, desde a década de 1990, direcionada a uma postura empreendedora e estratégica. Como resultado dessa postura e das intervenções espaciais direcionadas a partir dela, Curitiba passou a ser conhecida, nacional e internacionalmente, como a Capital Ecológica, e entre os produtos urbanos dessa realidade está o turismo. Logo, o principal objetivo desta pesquisa é compreender como o turismo se desenvolve e se integra à ótica do planejamento e gestão estratégica em Curitiba. Para tanto, julgamos ser necessário identificar, no processo de planejamento e gestão urbana de Curitiba, os marcos temporais e políticos a ele relacionados, e, a partir da construção histórica desse processo, avaliar como o turismo se articula na reprodução do espaço, por meio de uma análise dialética. Dessa forma, consideramos que o turismo em Curitiba é resultado das ações do planejamento estratégico, desenvolvidas a partir da década de 1970, e mais especificamente a partir da década de 1990, as quais resultaram em uma cidade fragmentada e excludente. E como resultado desse processo de planejamento e gestão, o turismo também se consolida como tal.

Palavras-chave: Turismo; Planejamento e Gestão Estratégicos; Cidade; Curitiba.

ABSTRACT

In this study, with geographical contribution, we propose to study tourism as a contemporary social, political and economic practice, and its role in involving the sociospatial organization of cities. From the imperative of capitalist globalization and from the dissolution of spatial barriers, competition between places becomes one of the most striking features of the contemporary spatial dynamics. Under this perspective, a consensus is emerging that will benefit only the cities that have guided its actions through entrepreneurial attitudes to generate positive aspects that give them attributes for insertion into a cities global market. So it also incorporates the city competitive rationality, which shall be conducted as a company and, at the same time, sold as a commodity. In this sense, strategic planning of cities, of neoliberal ideology, emerges as the main instrument of urban entrepreneurialism. There are several elements that are part of the practices of urban enterprising and strategic planning, among which we highlight the stocks with a focus on the local political economy and on urban marketing, from which the tourism, both as an activity that casts a beneficial shadow to the city and as an activity that yields visibility, becomes a recurrent practice. Curitiba is one of the great Brazilian examples where management is, since the 1990s, directed at a strategic and entrepreneurial attitude. As a result of this posture and spatial interventions directed from it, Curitiba has been known nationally and internationally as the Ecological Capital, and one of the urban products of this reality is the tourism. Thus, the main objective of this research is to understand how tourism develops and integrates itself to the perspective of strategic planning and management in Curitiba, To this end we believe it is necessary to identify, in the process of urban planning and management in Curitiba, the temporal and political marks related to it and, from the historical construction of this process, assess how tourism articulates itself in the space reproduction through a dialectical analysis. Thus, we consider that tourism in Curitiba is resulted from the actions of strategic planning, developed from the 1970s, and more specifically since the 1990s, which resulted in a fragmented and excludent city. And as a result of this process of planning and management, the tourism is also consolidated in this way.

Key words: Tourism, Strategic Planning and Management, Cities, Curitiba.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Mapa 1: Localização de Curitiba na RMC no Estado do Paraná, no Brasil e na América do Sul.....	31
Mapa 2: Localização dos Shopping Centers de Curitiba.....	98
Mapa 3: Concentração da renda em Curitiba	128
Mapa 4: Localização dos parques urbanos de Curitiba	130
Mapa 5: Localização dos espaços culturais de Curitiba	133
Mapa 6: Localização da Linha Turismo no município de Curitiba.....	139
Mapa 7: Localização dos Hotéis e Flats do município de Curitiba.....	141
Fotografias 1 e 2: Teatro Guaíra e/ Biblioteca Pública do Paraná	40
Fotografias 3e 4: Teatro Paiol/ Centro de Criatividade de Curitiba, localizado no Parque São Lourenço.....	47
Fotografias 5 e 6: Parque São Lourenço/ Parque Barigüi	48
Fotografia 7: Bosque do Papa.....	50
Fotografia 8: Vista do Jardim Botânico.....	60
Fotografia 9: Parceria público-privada na gestão de equipamentos urbanos	61
Fotografias 10 e 11: Estação Tubo/ ônibus biarticulado	62
Fotografias 12 e 13: Universidade Livre do Meio Ambiente/ Ópera de Arame	64
Fotografias 14 e 15: Farol do Saber nas proximidades da Ópera de Arame/ Rua da Cidadania em Santa Felicidade.....	74
Fotografias 16 e 17: Memorial da cidade fachada/ interior.....	74
Fotografias 20 e 21: Bosque Alemão/ Memorial Árabe.....	78
Fotografia 22: ônibus Double deck	108
Fotografias 23 e 24: Paço da Liberdade e Piso em vidro colocado na praça Tiradentes sobre sítio arqueológico encontrado por ocasião de seu restauro	110
Fotografias 25 e 26: Fila de acesso ao MON e área de entretenimento do Museu	119
Fotografias 27 e 28: Jardim do MON, que nos fins de semana se transforma no “Parcão” ...	119
Fotografias 29, 30, 31 e 32: Loja Leve Curitiba localizada no aeroporto Afonso Pena/ Mosaico de fotografias de <i>souvenirs</i> vendidos nas lojas Leve Curitiba.....	143

Figura 1: Evolução da Rede Integrada de Transporte (RIT) de 1974 a 1980.....	43
Figuras 2 e 3: <i>Lovemark I Love NY / Curta Curitiba</i>	107
Figura 4: Roteiro da Linha Turismo	118
Figura 5: Atrativos Turísticos de Curitiba e RMC	158
Gráfico 1: Número de turistas que visitaram Curitiba de 1992 a 1997	79
Gráfico 2: Participação da Receita Turismo no PIB municipal de 1992 a 1997	79
Gráfico 3: Número de turistas que visitaram Curitiba de 1997-2004.....	91
Gráfico 4: Evolução quantitativa dos hotéis presentes em Curitiba de 1996 a 2004	95
Gráfico 5: Áreas Verdes presentes em Curitiba em 2011	105
Gráfico 6: Número de embarques na Linha Turismo nos meses de dezembro de 2006, 2007 e 2008	109
Gráfico 7: Procedência dos visitantes de Curitiba no ano de 2010	114

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1: Relação de prêmios, certificações, condecorações, referências, entre outros, recebidos por Curitiba desde a década de 1990 a 2010.....	33
Tabela 1: Parques e Bosques criados ou implantados antes e durante as décadas de 1970 e 1980.....	51
Tabela 2: Parques e Bosques criados ou implantados entre 1989 e 1992	62
Tabela 3: Parques e Bosques criados ou implantados entre 1993 e 1996	77
Tabela 4: Parques e Bosques criados ou implantados entre os anos de 1997 e 2004.....	89
Tabela 5: Parques, Bosques e RPPNM criados ou implantados entre os anos 2005 e 2011 ..	104
Tabela 6: Áreas Verdes presentes em Curitiba em 2011.....	104
Tabela 7: Número de Turistas que visitaram Curitiba de 2005 a 2010 e Taxa de crescimentos da visitação no mesmo período	113
Tabela 8: Principais motivações que trouxeram turistas a Curitiba nos anos de 2009 e 2010.	114
Tabela 9: Atrativos mais visitados durante a viagem por turistas de Curitiba (2009 e 2010)	116
Tabela 10: Definição dada da imagem da cidade pelos visitantes nos anos de 2001, 2003, 2009 e 2010.	121
Tabela 11: Síntese do número de turistas que vieram a Curitiba de 1992 a 2010 destacados pelas gestões políticas respectivamente de Rafael Greca, Cássio Taniguch e Beto Richa	154

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABAV – Associação Brasileira de Agencias de Viagem

ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira seção Paraná

ABRINQ – Fundação Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos

ACC – Associação Comercial de Curitiba

APA – Área de Proteção Ambiental

APP – Áreas de Preservação Permanente

APPUC – Assessoria de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento;

BIRD – Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento;

CCV&B – Curitiba *Convention and Visitors Bureau*

CEPAC – Centro Paranaense de Cidadania

CIC – Cidade Industrial de Curitiba

CIC – Cidade Industrial de Curitiba;

COHAB-CT – Companhia Municipal de Habitação;

COMEC – Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba

CONIP – Congresso Nacional de Informática Pública

COPLAC – Comissão de Planejamento de Curitiba;

CURITIBA TURISMO – Instituto Municipal de Turismo

CVBC – *Convention and Visitors Bureau* de Curitiba;

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

FAMTUR – Viagens de familiarização

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisa Econômica

FMI – Fundo Monetário Internacional;

GLT – Global Technology Center

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICCA – *International Congress & Convention Association*

IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

IFDM – Índice Firjan de Desenvolvimento

INTSOY – *International Soybean Program*

IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba;

ISMA – *International Stress Management Association* no Brasil

MON – Museu Oscar Niemeyer

OMC – Organização Mundial do Comércio;

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas;

OSCIP – Organização Social Civil de Interesse Público

PIB – Produto Interno Bruto

PSF – Programa Saúde da Família

RIT – Rede Integrada de Transporte

RMC – Região Metropolitana de Curitiba;

RPPNM – Reserva Particular do Patrimônio Natural Municipal

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SETU – Secretaria Estadual de Turismo

SIATE – Serviço Integrado de Atendimento ao Trauma em Emergência

SICT – Secretaria Municipal de Indústria Comércio e Turismo

SMMA – Secretaria Municipal de Meio Ambiente

UFPR – Universidade Federal do Paraná

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura;

UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância e Adolescência

UNILIVRE – Universidade Livre do Meio Ambiente

UNITAR – Instituto para Pesquisas e Treinamento das Nações Unidas

URBS – Urbanização de Curitiba S/A;

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
CAPÍTULO I – CURITIBA: DA CIDADE PLANEJADA À CIDADE COMPETITIVA.....	29
1.1. Planejamento e gestão urbana de Curitiba: a estruturação urbana de Curitiba “cidade planejada” – as décadas de 1970 e 1980.....	38
1.2. Da cidade planejada à cidade competitiva: A construção da Capital Ecológica – Terceira gestão do arquiteto urbanista Jaime Lerner, de 1989 a 1992.	57
1.3. Turismo na “cidade planejada” e “capital ecológica”.	65
CAPÍTULO II – CURITIBA - CIDADE COMPETITIVA E TURÍSTICA.	69
2.1. O entusiasmo com a cultura e o turismo – Gestão de Rafael Greca de Macedo (1993-1996) na prefeitura de Curitiba.....	70
2.2. Cidade das Oportunidades – As claras evidências da gestão estratégica de Cássio Taniguchi (1997-2000) (2001-2004) na prefeitura de Curitiba.....	81
2.3. Condições para Curitiba tornar-se uma metrópole moderna.....	91
2.4. Cidade da Gente e Cidade Sustentável – As gestões de Carlos Alberto Richa (2005-2008) (2009) e Luciano Ducci (2010-2012) na prefeitura de Curitiba e a eminente necessidade da integração regional.....	100
2.5. O Turismo na Curitiba contemporânea.	112
CAPÍTULO III – A COMPREENSÃO ALÉM DAS APARÊNCIAS.....	123
3.1. Desvendando o planejamento e gestão de Curitiba.....	124
3.2. A seletividade espacial da cidade modelo: o foco mais direcionado à economia política do lugar.	129
3.3. A seletividade também espacialmente definida pelo turismo.....	138
3.4. O encontro entre Economia e Cultura para a reconversão das políticas urbanas contemporâneas <i>versus</i> Modelos Copiados e as Repetições na agenda estratégica.....	147
3.5. As fragilidades e potencialidades da atividade turística.....	153
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	159
REFERÊNCIAS.....	164
APÊNDICE.....	173
Apêndice 1: Termo de autorização para divulgação de informações.....	173
ANEXOS.....	175

Anexo 1: Síntese das representações urbanas de Curitiba construídas desde a década de 1970 até os anos 2000.....	175
Anexo 2: Mosaico de Unidade de Conservação de Curitiba.....	177

INTRODUÇÃO

As estruturas sociais, econômicas e políticas contemporâneas têm como um de seus aspectos marcantes a configuração de novas dinâmicas espaciais. Compreender estas novas dinâmicas, seus movimentos e as pluralidades nelas existentes são desafios à Geografia.

Nesta pesquisa, com aporte geográfico, nos propomos a estudar o turismo como uma prática social, política e econômica contemporânea e seu papel no contexto que envolve a organização socioespacial de cidades.

O imperativo do capitalismo globalizado e da consequente dissolução das barreiras espaciais, seja para o movimento de bens, pessoas e moedas, seja para o movimento de informação, bem como o corte neoliberal da política contemporânea, realçaram a importância cada vez maior do espaço e das qualidades por este apresentadas.

Segundo Harvey (2006), estamos vivendo em um contexto em que os elementos monopolísticos “naturais” de competição espacial, como custo de transporte, distância do mercado ou da matéria-prima, entre outros elementos antes importantes em um regime rígido de produção, tornam-se menos importantes para a decisão localizacional do capital.

Com a flexibilização do regime de acumulação da produção e a consequente proeminência da capacidade do capital de exercer maior seleção espacial sobre sua localização, realça-se a importância das qualidades locais específicas para a produção.

Assim, de acordo com Harvey (2006, p.179),

As pequenas diferenças na oferta de mão-de-obra (quantidade e qualidade), nas infra-estruturas e nos recursos, na regulamentação e tributação governamental, assumem muito maior importância do que quando os custos elevados de transporte criavam monopólios ‘naturais’ para a produção local em mercados locais.

Nesse sentido, segundo Benko (1999), a concorrência entre os lugares torna-se uma das características mais marcantes desse novo contexto de acumulação flexível. O autor observa que passa a haver “[...] uma hierarquia funcional entre as cidades [...] que lhes reconhece funções supralocais nas quais se possa basear uma nova hierarquia urbana”, o que pode ser explicado pelas mudanças sobrevindas da Divisão Internacional do Trabalho (BENKO, 1999, p.71).

Essa problemática reflete o papel que a cidade representa no novo contexto mundial. Segundo Ascher (2004), desde a antiguidade a cidade expressa os valores que constituíam os grupos sociais que as habitavam.

De este modo, la idea de la ciudad antigua expresaba precisamente los preceptos religiosos y militares que constituían las justificaciones principales de las ciudades y de los grupos sociales que las habitaban. En un mundo poco seguro, las ciudades medievales se parapetaban detrás de las murallas y se organizaban en corporaciones en torno de la plaza del mercado, de las atalayas e los campanarios, expresando espacialmente, por medio de la superposición, la solidaridad y dependencia que caracterizaban a las poblaciones de las ciudades en el seno de la sociedades feudales. Más tarde, el desarrollo de las sociedades modernas imprimió progresivamente nuevas lógicas en la concepción y el funcionamiento de las ciudades.

La actuación urbanística hoy día necesita, por tanto, comprender las lógicas que se establecen en la sociedad contemporánea (ASCHER, 2004, p.10).

Portanto, a cidade contemporânea expressa a sociedade moderna e, no que Ascher (2004) denomina de uma terceira revolução urbana, representa a transição de um capitalismo industrial para um capitalismo cognitivo. Ou seja, na primeira revolução urbana, que ocorreu entre a idade média à revolução industrial, a cidade emerge a partir da emancipação política, do Estado-Nação, do desenvolvimento da ciência e do capitalismo, a cidade racional. Na segunda revolução urbana a cidade emerge a partir da especialização, da mobilidade e do desenvolvimento tecnológico do transporte de mercadorias, pessoas e informações, no sentido de atender às necessidades da cidade e da sociedade industrial e mercantil, que produz e consome em massa. Agora, na terceira revolução urbana, é abandonado o racionalismo simplista e as certezas das fases anteriores. Logo, a sociedade caracteriza-se por uma racionalidade mais complexa, individualista e diferenciada, há a emergência de novos paradigmas científicos que anunciam a crise da razão moderna demonstrando a importância das avaliações sucessivas para se agir estrategicamente em contextos incertos e de risco. Esse período caracteriza-se também pela autonomia em relação aos condicionalismo espaciais e temporais.

Dessa forma, a transição do capitalismo industrial ao cognitivo é marcada pela globalização capitalista e pela transferência da regulação dos rumos da economia e da urbanização ao mercado, o que determina um futuro imprevisível e de difícil planejamento. As cidades transformam-se em territórios produtivos cabendo a seus governantes estimular sua valorização e acessibilidade (ASCHER, 2004).

Logo, sob o aporte da competitividade, as cidades passam a ser adaptadas¹ para atender às novas demandas da economia global, em que todos os campos da vida social são

¹ A palavra de ordem agora é “adaptar” (CHESNAIS, 1996) sobre a mundialização e a necessidade de atendimento das exigências e obrigações do capital mundial.

submetidos à valorização do capital, no sentido de adquirirem atributos para concorrer em um mercado de cidades.

Significa dizer que o processo de reprodução do capital sinaliza um movimento em direção ao mundial, anunciado pela expansão do capitalismo e trazendo como consequência a reprodução de lugares capazes de atender às exigências para essa realização e, por outro lado, a decadência dos lugares que não se adaptarem a essa realidade. Isso demonstra a transição do capital industrial para o capital financeiro como indutor do processo de urbanização da cidade (CARLOS, 2005a)

Vivemos, então, em um contexto mundial em que, segundo Sánchez (2003, p.50),

‘Colocar as cidades no mapa do mundo’ passou a ser uma meta recorrente dos governos locais, um objetivo ordenador das ‘ações estratégicas’ que concentram na cidade-mercadoria a possibilidade de ‘transcender as crises’ produzidas pela reestruturação econômica e construir um futuro de progresso e recuperação econômica sintonizado com as exigências da nova ordem mundial, de modo a viabilizar o crescimento econômico em novos parâmetros.

Dessa forma, o consenso no mundo capitalista avançado é de que serão beneficiadas as cidades que tiverem suas feições reorganizadas a partir de uma postura empreendedora, a qual, conforme Compans (2005, p.25), consiste na “[...] transferência de técnicas de gestão empresarial à administração urbana”. Nesse contexto, vemos a racionalidade concorrencial incorporada à cidade, que passa a ser conduzida como empresa e, ao mesmo tempo, vendida como mercadoria.

A cidade empreendedora pressupõe líderes carismáticos e governos inovadores e criativos, capazes de negociar diretamente com o capital financeiro, no sentido de vender os atributos da cidade-mercadoria (GÜELL, 1997). Além disso, como coloca Vainer (2010), a cidade-empresa se relaciona diretamente à gestão eficiente, que, por sua vez, pressupõe a capacidade de aproveitar as oportunidades mais rapidamente que os concorrentes. No caso da gestão eficiente de cidades, passa-se ao pressuposto de que se sobressairá aquela que tiver a capacidade de aproveitar as oportunidades mais rapidamente que suas concorrentes.

A partir desse contexto, instaura-se, portanto, uma verdadeira “guerra dos lugares” (SANTOS, 2006), em que os lugares passam a perseguir e a criar diferenças positivas, combinando as ações dos diferentes agentes que compõem sua governança, para alcançar esse fim.

Nessa visão de mundo que se impõe como dominante, a cidade torna-se sujeito, e sua função é a de comando. Logo, a cidade passa a ser configurada como um centro de fluxos de

capitais de uma verdadeira economia de rede, e deve também ser um centro de serviços altamente especializados, que atendam às necessidades do capital (SÁNCHEZ, 2003).

Assim, na cidade-empresa, e ao mesmo tempo mercadoria, o planejamento estratégico de corte neoliberal emerge como o principal instrumento de empreendedorismo urbano, que, segundo Vainer (2009), é fortemente difundido pelas ações combinadas de agências de cooperação e instituições multilaterais e de consultores internacionais.

Essa nova perspectiva de planejamento urbano se evidencia, uma vez que, segundo Lima Junior (2010), a estratégia indica a eficácia política e a combinação de ações diversas e meios diferentes, no intuito de alcançar objetivos.

Gerada no universo militar, na década de 1960, a estratégia ganhou espaço no meio empresarial americano, originalmente, tendo seus conceitos sistematizados na *Harvard Business School*. Nas décadas seguintes, passou ao setor público, tornando-se uma prática a partir da década de 1990, tendo como experiência emblemática e difundida ao mundo o Plano Estratégico de Barcelona, que configurou o modelo Barcelona Olímpica. No Brasil, essa prática se popularizou tendo o Rio de Janeiro e Curitiba como um de seus principais exemplos de difusão².

Portanto, segundo Lima Junior (2010, p.61), o planejamento estratégico se fundamenta na ideia de que

[...] as instituições devem minimizar suas fraquezas e maximizar suas forças, de modo a aproveitar suas oportunidades e enfrentar as ameaças que caracterizam o ambiente na qual elas se encontram inseridas. Por esse motivo o método pressupõe um domínio técnico equivalente àquele requerido na empresa [...].

Nesse sentido, o estilo empresarial passa a ser sinônimo de eficácia na gestão pública. Todavia, esses pressupostos encobrem diferenças significativas entre os dois setores. Uma das principais diferenças é a referência que orienta cada setor. Na empresa, temos a eficácia com o objetivo de vantagens econômicas, já no poder público temos como objetivo a equidade social.

Também, como bem evidencia Lima Junior (2010, p.66-67) “[...] ao contrário da empresa, organizada em torno a interesses bem definidos, na cidade coexistem interesses antagônicos, o que dificulta o consenso e a estipulação de objetivos comuns e dos limites da ação”, assim sua gestão lida com sua natureza contraditória e não com o consenso.

² Para compreender melhor como esse processo se deu no Rio de Janeiro ver Lopes (1998), Compans (2005), Vainer (2009) e Lima Junior (2010). Em Curitiba ver Sánchez (1997), Sánchez (2003), Frey (1996).

Nesse sentido, para poder alcançar, na gestão pública, o patamar do domínio técnico equivalente ao da empresa, desenvolvem-se estratégias para anular suas diferenças e o planejamento e gestão urbana passam a ser vistos como um desdobramento da eficácia econômica, que teoricamente irá difundir os benefícios aos demais aspectos que envolvem a realidade de uma cidade.

Esta, certamente, é uma das grandes críticas ao planejamento estratégico, pois quando a cidade passa a ser gerida como um agente econômico, que segue regras de mercado e que um “suposto consenso” é reinante, perde uma de suas características mais marcantes – a sua dimensão de território de democracia (ARANTES, VAINER, MARICATO, 2009)

Portanto, segundo Compans (2006, p.27),

O discurso do empreendedorismo utiliza-se, portanto, dessa linguagem figurada, metafórica – na qual a cidade torna-se ‘empresa’, equipamentos, serviços e trabalhadores tornam-se ‘mercadorias’, e a competitividade das empresas torna-se ‘competitividade da cidade’ –, como um recurso discursivo pelo qual se atribuem novos papéis e objetivos à administração urbana. Esse discurso justifica e viabiliza novas práticas políticas e relações sociais, bem como uma agenda de investimentos predeterminada pelo imperativo da ‘competitividade’ interurbana. Ele evoca não só a eficácia administrativa como o valor supremo norteador da ação pública – em vez do ‘interesse geral’ ou do ‘bem comum’ que a idéia do Estado-nação condensava e representava –, mas, antes de tudo, atribui a ela o objetivo primordial da valorização dos capitais localizados em dado território, operando assim uma fusão entre as noções de ‘interesse público’ e ‘interesse privado’.

Assim sendo, segundo Harvey (2006), na cidade-empresa, sob a perspectiva capitalista, a preocupação passa a envolver a criação de infraestruturas sociais e físicas que sustentem a circulação do capital, e o mercado passa a ter no espaço as condições que necessita para a reprodução do capital.

Deste modo, a escolha dos lugares de implantação de qualquer empreendimento passa a ser relacionada à potencialidade dos espaços de se autovalorizarem, o que pode ser facilitado graças às condições preexistentes. Nesse sentido, o provimento destas condições passou a ser a principal função das governanças públicas nas últimas décadas.

Sánchez (2003) elenca, entre os imperativos do planejamento urbano capitalista contemporâneo, capazes de tornar as cidades atrativas e competitivas, as seguintes estratégias:

- construção de infra-estrutura para facilitar a passagem do modelo espacial industrial para o do terciário avançado [...];

- criação de distritos empresariais e financeiros com estações de telecomunicações, os chamados ‘teleportos’, capazes de propiciar economias de aglomeração;
- produção de espaços residenciais de alto padrão associada à oferta de bens e serviços de topo de mercado, destinadas aos quadros executivos das empresas e aos segmentos sociais emergentes, gestores da modernização. [...];
- criação de novas centralidades através da construção de rede hoteleira de luxo e espaços seletivos de lazer e consumo, como *shopping-centers*, centros culturais e de lazer;
- renovação de áreas centrais, ‘revitalização de áreas degradadas’, recuperação de frentes marítimas e áreas portuárias, investimento em espaços públicos tornados emblemas da modernidade (SÁNCHEZ, p.61-62).

Destacamos ainda, de forma pontual, apesar de estarem incutidos nas colocações de Sánchez (2003), os imperativos das políticas de “parcerias estratégicas”, das “intervenções e ações cujo foco está na economia política do lugar e não na economia do território”, e o “*marketing urbano*”, no sentido da criação e promoção de uma imagem para o lugar.

No que tange às parcerias estratégicas, além das parcerias entre entes públicos, dos diferentes níveis (municipais, estaduais e federais), e entre o poder público e as agências multilaterais, no planejamento estratégico privilegia-se a parceria público-privada, portanto, a ideologia do pensamento neoliberal.

A noção de parceria público-privada refere-se à aliança entre a iniciativa tradicional local e o capital privado, no intuito de atrair fontes externas de financiamento para o projeto competitivo urbano e, com isso, novos investimentos para a cidade.

Estas parcerias, aparentemente, trazem um benefício imediato aos lugares. Todavia, na maioria das vezes, o setor público local é que assume os obstáculos e riscos do negócio, favorecendo a iniciativa privada que, em momentos pretéritos, era quem assumia os riscos (HARVEY, 2006).

A parceria público-privada, também, em grande parte das vezes, vem carregada do que Vainer (2011a; 2011b) denomina imperativos da “cidade de exceção”. Ou seja, a cidade que, para favorecer os investimentos, cria ou altera a legislação para aproveitar as oportunidades de negócios para a cidade.

Quanto ao foco na econômica política do lugar e não na economia do território, trata-se de ações pontuais no espaço, com o argumento de irradiar seus benefícios por todo o território. Estão entre as ações com foco no lugar, as intervenções urbanas, por meio da arquitetura icônica; a captação de megaeventos, cujo argumento principal é o legado deixado após sua finalização; o incremento à indústria cultural, entre outros, ou seja, intervenções que objetivam trazer centralidade e visibilidade ao lugar.

Segundo Harvey (2006), estes investimentos são entendidos pelas governanças estratégicas como verdadeiras máquinas de crescimento urbano. Exercem um fascínio tanto social quanto político, que faz com que cidades do mundo invistam em grandes obras assinadas por arquitetos de grife e renome; façam planos milionários para atração de megaeventos, como Jogos Olímpicos e Copa do Mundo; contratem consultorias de projetos aceitos como bem-sucedidos; fomentem o turismo como uma atividade de consumo de luxo; incentivem o consumo cultural, entre outros.

Todavia, o autor destaca que “no entanto, geralmente, sua forma torna indiretos todos os benefícios, e, possivelmente, resulta maior ou menor em escopo do que a jurisdição em que se encontra” (HARVEY, 2006, p.174). Além disso, estes projetos, em função de sua representatividade política, muitas vezes acabam desviando a atenção e até mesmo os recursos que deveriam ser destinados a problemas mais abrangentes, que afetam a totalidade do território, favorecendo a fragmentação do lugar. Nesse caso, os problemas mais urgentes são deixados para serem resolvidos a longo prazo.

São investimentos, quase sempre, especulativos, que logo que se mostram rentáveis estimulam novas ondas de investimentos. Contudo, apesar de produzirem ajustes acelerados com relação a problemas urbanos, por serem usualmente muito especulativos, são também projetos de alto risco, que podem, com facilidade, não obter sucesso.

Por fim, o *marketing* urbano ou *city marketing* vem se transformando em dos principais instrumentos para a administração pública estratégica. Cidades são transformadas em cenários para espetáculos em que o cidadão se resume a espectador.

Por meio do *marketing* urbano, a cidade é produzida de forma espetacular para atender à demanda de consumo no e do espaço, e leituras parciais da cidade são difundidas como representação de sua totalidade.

Além disso, o *marketing* urbano, da mesma forma que vende uma imagem parcial da cidade para o mundo, internamente, segundo Vainer (2009), cria consenso, seja pela representação ideológica, seja pelo senso de pertencimento carregado de alienação. Isto favorece a eliminação do debate e da diversidade da cidade, na medida em que legitima o projeto e consolida a perspectiva da cidade-empresa, em que todos comungam do mesmo objetivo.

Assim, o mercado de cidades movimenta e é movimentado por diversificados mercados. Entre os ramos movimentados estão: o mercado para as decisões de localização de empresas e corporações; o mercado imobiliário; o mercado de consumo, tanto entre cidadãos consumidores de espaços renovados e de mercadorias, quanto entre visitantes e consumidores

de serviços especializados; o mercado das boas práticas urbanas, em que cidades que se destacaram vendem suas experiências a outras como modelos a seguir; o mercado de políticas públicas e de consultorias em planejamento, em que atores locais, como prefeitos e especialistas em planejamento, cujos projetos alcançaram reconhecimento, passam a orientar cidades a alcançar os mesmos êxitos, e, por fim, o mercado de turismo (SÁNCHEZ, 2003).

O mercado de turismo tem fortes imbricações com o mercado de cidades, pois, segundo Beni (2003), o turismo tem como uma de suas funções:

[...] promover a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais; [...] abrir novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural regional; [...] integrar socialmente, incrementar (em determinados casos) a consciência nacional; [...] desenvolver a criatividade em vários campos; [...] promover o sentimento de liberdade mediante a abertura ao mundo, estabelecendo ou estendendo os contatos culturais, estimulando o interesse pelas viagens turísticas (BENI, 2003, p.39).

Pelo turismo são reforçadas as relações de produção e reprodução do capital, uma vez que esta atividade viabiliza o consumo do e no espaço.

Assim, no intuito de compreender os desdobramentos do turismo, nos imperativos das formas de planejamento e gestão empreendedora e estratégica, escolhemos a cidade de Curitiba, capital do Paraná, como objeto de estudo de nossa pesquisa.

A escolha de Curitiba, para análise empírica de nossa pesquisa, se deu pelo fato da mesma se constituir em uma das cidades brasileiras precursoras na aplicação dos fundamentos de um modelo de planejamento urbano empreendedor e estratégico, no qual a economia de mercado prevalece e práticas que favoreçam a valorização do espaço, como o turismo, passam a ter lugar privilegiado.

Curitiba, capital paranaense, desde a década de 1970, ainda no regime militar, mesmo quando ainda não havia se difundido a gestão empreendedora e estratégica no mundo, muito menos no Brasil, já contava com uma governança que demonstrava indícios de posturas empreendedoras e estratégicas, identificada pela figura do seu líder político, o arquiteto Jaime Lerner.

Essa postura se justifica a partir das colocações de Pereira e Kahil (2007), quando apresentam que no Brasil o período em que estivemos sob a ditadura do regime militar teria sido um momento preparatório para o triunfo do processo da globalização da economia e das posturas neoliberais, que se consolidaram na década de 1990.

Nesse período, sob o regime militar, Curitiba foi escolhida como vitrine urbana do Brasil desenvolvido e moderno, uma versão urbana do milagre brasileiro. Portanto, da mesma forma como o “Brasil Potência” passava pela modernização de suas infraestruturas, favorecendo agentes e setores específicos da economia, Curitiba era modernizada e estruturada para ser uma cidade-modelo do Brasil.

Assim, segundo Sánchez (2003), na década de 1970, por meio da implantação de um plano urbanístico, mudanças profundas, de cunho físico-estrutural e econômico, foram produzidas em Curitiba.

No tecido urbano, foram definidos eixos estruturais associados a um zoneamento que promovia a alta densidade e um eficiente sistema de transporte. No âmbito econômico, por meio de generosos subsídios, Curitiba migrou de um modelo de desenvolvimento agrícola para um modelo industrial, que lhe proporcionou um significativo dinamismo econômico.

Na década de 1990, após o período de transição para a democracia, quando já se encontrava esgotado o modelo desenvolvimentista, a ideologia neoliberal nos era apresentada como a única forma de sobrevivência no mundo globalizado (PEREIRA; KAHIL, 2007). Assim, seguindo as tendências nacionais, as transformações urbanas em Curitiba deixaram de ser estruturais, com vistas a atender à totalidade da cidade, e passaram a ser pontuais e a fragmentar o espaço urbano, a partir de uma perspectiva estratégica e competitiva da cidade, no intuito de vender a imagem de “Capital Ecológica do Brasil”.

Assim, nesse período, passaram a se destacar obras urbanísticas que favorecessem a formatação de uma imagem e a venda da cidade, como a construção de parques, centros culturais e áreas lazer. Segundo Sánchez (2003), obras emblemáticas para o período, que traziam mais presença à nova imagem da cidade.

Ainda segundo a referida autora,

Junto a essas operações fragmentadas de renovação urbana, alguns programas ambientais [...] deram notoriedade ao projeto de cidade, impulsionado pelo espaço a eles concedidos na mídia internacional, através das premiações concedidas pelo BID, BIRD e ONU³. Foi nesse período, [...] que foi construída a imagem-síntese ‘Capital Ecológica’. Imagem que, no final dos anos 90, evoluiu para ‘Capital Tecnológica’, dada a reestruturação industrial urbano-metropolitana, associada à política de promoção das chamadas indústrias tecnológicas, sobretudo de software (SÁNCHEZ, 2003, p.207-208).

³ Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID); Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD) uma instituição do Banco Mundial; Organizações das Nações Unidas (ONU)

Na contemporaneidade, sua imagem síntese de Capital ecológica evolui para “Capital Tecnológica”, “Capital Mundial da Cultura”, cidade dos serviços, cidade turística, entre muitas outras, que destacam sua dinâmica de metrópole.

Segundo Moura (2007, p.348), nas campanhas de promoção da cidade, por meio do *city marketing*,

[...] ganham peso a renovação de infra-estruturas de mobilidade e de telecomunicações, a renovação de áreas para fins residenciais e de lazer, o incentivo ao crescimento de atividades de serviços, o desenvolvimento de atrações culturais, a realização de convenções e de grandes eventos esportivos, culturais ou de negócios e a promoção do turismo. Todas essas iniciativas baseiam-se e dirigem-se ao próprio consumo do espaço.

Assim como na década de 1970, em que a indústria aparecia como uma condição fundamental para a cidade se colocar em sintonia com o país e com o mundo, na contemporaneidade os serviços e o espetáculo ocupam um papel bastante similar, e a cultura, o lazer e o turismo passam a ser privilegiados por essa nova configuração.

Segundo Moura (2007, p.344), no processo de formação do espaço turístico de Curitiba:

[...], contribuem práticas de renovação urbana, de criação de ícones na paisagem construída, de oferta de serviços inusitados que sirvam tanto como atratividades quanto à valorização do solo e da cidade, ativando, assim, vários segmentos do capital.

Portanto, o turismo em Curitiba contribui para melhorar sua posição competitiva com respeito à divisão espacial de consumo.

Nesse sentido, trabalhamos com a tese de que o turismo em Curitiba é resultado das ações do planejamento estratégico, desenvolvidas de forma incipiente, a partir da década de 1970, e mais especificamente a partir da década de 1990. Esse tipo de planejamento adotado em Curitiba consolida-se pela configuração da cidade-mercadoria, gerando uma cidade excludente, o que se reflete também no turismo. Nos anos mais recentes, dada a pressão das contradições socioespaciais da Região Metropolitana de Curitiba (RMC), esse planejamento vem sofrendo alterações que acenam para uma mudança de paradigma que prevê a urgência de integração com as cidades da região e uma perspectiva mais humana da cidade. Da mesma forma, as perspectivas de mudança de paradigmas para a cidade passam a condicionar o desenvolvimento do turismo a uma adequação às novas exigências socioespaciais

contemporâneas e nos direciona a vislumbrar uma atividade turística mais integrada à vida da cidade e da RMC e, também, menos excludente.

Assim, compreender como o turismo se desenvolve e se integra à ótica do planejamento e gestão estratégica, e aos seus desdobramentos em Curitiba, é o principal objetivo desta pesquisa. Para tanto, julgamos necessário identificar, no processo de planejamento e gestão urbana de Curitiba, os marcos temporais e políticos a ele relacionados, e, a partir da construção histórica desse processo, avaliar como o turismo se articula na reprodução do espaço.

Pretende-se, assim, responder aos seguintes questionamentos: qual é a expressão do turismo em Curitiba? Como se deu sua materialização espacial? Qual a sua interligação com outras atividades e práticas que atuam produzindo e reproduzindo o espaço? Qual a leitura que podemos fazer do turismo na Curitiba metropolitana e contemporânea? E qual o seu papel na reprodução do espaço urbano?

Diante da necessidade de compreensão dos questionamentos formulados acima e dos desdobramentos deles decorrentes, e por acreditarmos que a realidade é rica e conflituosa e, portanto, contraditória, uma vez que é produto e condição social, buscou-se nessa pesquisa a superação do facilmente visível por meio de uma análise dialética.

Assim, optou-se pela periodização dos fatos, pois como Santos (2004, p.255) apresenta, “a reconstrução dos sucessivos sistemas temporais e dos sistemas espaciais sucessivos é um dado fundamental quando se busca uma explicação para as situações atuais”. Logo, para compreensão da realidade social é necessário identificar e recuperar temporalidades desencontradas e coexistentes.

Nossa periodização privilegiou as sucessivas gestões políticas que construíram o modelo estratégico de Curitiba, tentando resgatar em cada período as principais ações, planos e estratégias, conflitos e resultados, com vista a encontrar nexos entre o planejamento urbano e o turismo.

Espera-se, a partir da superação do facilmente visível, elaborar a construção de um pensamento crítico sobre a dinâmica geral de produção do espaço urbano, tendo como foco central o turismo.

Evidenciamos o papel do turismo na reprodução do espaço, mas compreendemos que essa prática socioespacial, no caso da área objeto de estudo desta pesquisa, Curitiba, e em grande parte dos casos que conhecemos, não tem autonomia nesse processo, ela se combina com uma infinidade de outras práticas e fenômenos que interferem na dinâmica do espaço.

Como afirma Silva (2008), o turismo participa do processo de reprodução do espaço, uma vez que constitui uma atividade econômica e uma prática social que se materializam através do consumo do espaço, revertendo-se em prática espacial, que se apropria e reforça a centralidade produzida no espaço capitalista, competindo ou auxiliando outras atividades e fenômenos.

Para a realização dessa pesquisa, fez-se necessária a pesquisa bibliográfica e documental, bem como a realização de trabalho de campo, realizado durante estadas esporádicas no município de Curitiba, durante os anos de 2009, 2010 e 2011.

No trabalho de campo, além da observação sistemática, coleta de material fotográfico, coleta de material bibliográfico e documental, foi privilegiada a realização de entrevistas com técnicos que participaram do processo de planejamento urbano do município, de instituições como o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) e a Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SMMA); com líderes políticos diretamente relacionados ao objeto de estudo⁴; pesquisadores tanto das questões específicas do planejamento e gestão urbana de Curitiba quanto dos processos relacionados ao turismo⁵; técnicos de órgão e instituições relacionadas ao turismo, ao meio ambiente e à cultura em Curitiba, como o Instituto Municipal de Turismo (CURITIBA TURISMO), a Secretaria Estadual de Turismo (SETU), o Museu Oscar Niemeyer (MON) e o Curitiba *Convention and Visitors Bureau*; além da sondagem informal junto à população local (ver termo de autorização no APÊNDICE 1).

Nessa perspectiva de alcançar o objetivo proposto e responder aos questionamentos apresentados, esta pesquisa está dividida em três capítulos.

No primeiro capítulo, no intuito de compreender como o desenvolvimento da atividade turística se constituiu dentro do planejamento e gestão urbana de Curitiba, apresentamos uma análise do processo histórico do planejamento e gestão urbana de Curitiba, a partir do início da década de 1970 ao ano de 1989, cujo foco não são os estudos turísticos, mas que oferecem subsídios ao estudo da cidade, a partir do momento em que o turismo passa a fazer parte de sua dinâmica. Assim, busca-se analisar a gênese da problemática, no intuito de compreender o presente e poder visualizar as perspectivas de futuro.

⁴ Jaime Lerner, Rafael Greca de Macedo e Julio Zaruch que foi Diretor de Turismo em Curitiba de 1993 a 2001.

⁵ Fernanda Sánchez Garcia; Leticia Peret Antunes Hardt; José Manuel Gandara; Miguel Bahl; Marcos Aurélio Tarlombani da Silveira.

No segundo capítulo, continuamos a analisar o processo de planejamento e gestão da cidade de Curitiba, todavia, dando destaque para mais um elemento e sua influência nesse contexto, o turismo.

No terceiro capítulo, realizamos uma análise do planejamento e gestão estratégica de Curitiba, com vista nos fundamentos do método dialético, no qual procuramos abordar de forma aprofundada todas as contradições descobertas no andamento da pesquisa, conjugando o teórico e o empírico. Nesse contexto, o turismo foi analisado como um elemento que se destaca entre os estratagemas de reprodução do espaço do planejamento contemporâneo, segundo a vertente da cidade competitiva/ mercadoria.

Após apresentarmos a problemática que fundamenta nossa tese, fica evidente a inspiração do título de nossa pesquisa “O turismo no contexto do planejamento e gestão estratégica de Curitiba”. Assim, passaremos, nas páginas seguintes, a analisar as complexidades aqui envolvidas.

CAPÍTULO I – CURITIBA: DA CIDADE PLANEJADA À CIDADE COMPETITIVA

Nos últimos 40 anos, Curitiba tem passado por grandes transformações, tanto físicas, quanto econômicas e sociais.

Com uma área total de 435,3 Km², Curitiba, localizada no estado do Paraná (Mapa 1), constitui-se, segundo o Censo de 2010 (IBGE, 2011), num município de características urbanas, em sua totalidade. Na década de 1970, contava com uma população de aproximadamente 700 mil habitantes e, em 2010, com 1.751.907 habitantes, conformando uma densidade demográfica de 4024,84 habitantes/Km², o que o conforma como o maior município da região sul do Brasil no que tange à população e a habitantes/Km².

Curitiba é o núcleo da Região Metropolitana de Curitiba (RMC)⁶, que abriga uma população de 3.493.742 (IBGE, 2011) habitantes, distribuídos em 26 municípios (Mapa1).

Por meio de um planejamento e gestão urbana, na década de 1970, sob o regime militar, Curitiba passou por uma arrojada estruturação urbana, que lhe trouxe dinamismo econômico e visibilidade nacional. Apoiada em fortes estímulos fiscais e na instalação de infraestrutura por parte do poder público local, nessa mesma década Curitiba teve como base econômica um projeto industrial relacionado ao setor metal-mecânico, o qual dinamizou sua economia.

Após 20 anos de consolidação do crescimento econômico, na década de 1990, a configuração de planejamento e gestão do município foi reestruturada de forma mais estratégica/empreendedora e passou a definir suas ações de estruturação do espaço urbano, bem como suas atividades econômicas foram recompostas em função de sua nova dimensão, a metropolitana.

Dentro do projeto de cidade perseguido [a partir da década de 1990], a política urbana de Curitiba promove a renovação de certas áreas da cidade mediante a agregação de valor e determina a criação de novas centralidades,

⁶ Firkowski (2001) considera que a Região Metropolitana de Curitiba (RMC), constituída legalmente na década de 1970, somente passou a constituir-se de fato como uma área com dinâmica metropolitana na década de 1990, mas nem todos os seus 26 municípios desenvolvem estas relações. Assim, a autora julga ser mais aconselhável a utilização do termo Aglomerado Metropolitano, sendo este aglomerado composto pelos municípios de Almirante Tamandaré; Araucária; Campina Grande do Sul; Campo Largo; Campo Magro; Colombo; Fazenda Rio Grande; Pinhais; Piraquara; Quatro Barras e São José dos Pinhais, além de Curitiba, pois são estes municípios na RMC constituída por lei que emanam relações de cunho metropolitano. Neste trabalho, utilizaremos tanto a expressão Região Metropolitana quanto Aglomerado Metropolitano, mas estaremos nos referindo, na maioria das vezes, à trama de municípios que compõem, segundo Firkowski, o Aglomerado Metropolitano. Quando este não for o recorte analisado faremos as devidas distinções.

para atrair novos investimentos e fluxos de consumo. A face industrial da metrópole é reestruturada, prevalecendo as ‘indústrias tecnológicas’, com um deslocamento de indústrias para além dos limites da cidade principal. Paralelamente, em Curitiba vem ocorrendo uma crescente concentração de atividades de serviços, e uma especialização em torno aos serviços do terciário superior e de apoio à gestão das empresas (SÁNCHEZ, 2003, p.199).

Assim, na década de 1990, a economia da RMC se dinamizou pela instalação de novos segmentos industriais, com grande destaque para empresas de capital externo, e, principalmente, do segmento automobilístico, montadoras internacionais de veículos como a Renault, a Audi/ Volkswagen e a Chrysler, além de seus fornecedores diretos, o que resultou em grandes mudanças na configuração socioespacial contemporânea da “Curitiba Metrópole” (FIRKOWSKI, 2001).

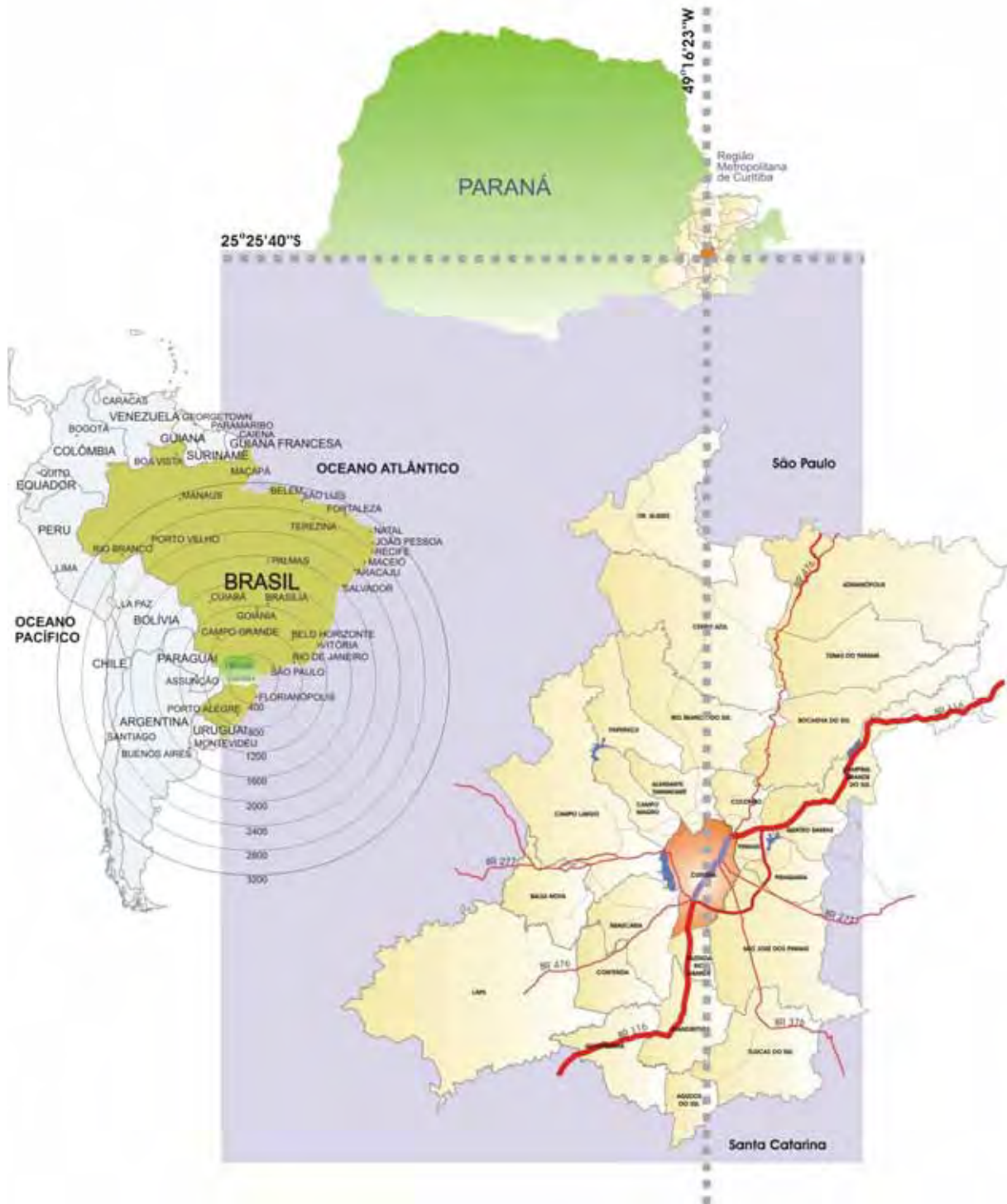
Além dos fortes estímulos públicos, também muito presentes na década de 1990, tanto na cidade de Curitiba quanto na RMC, por parte dos governos locais e estadual, outro fator que favoreceu a expansão da economia da RMC se refere à sua localização, em um dos vetores de desconcentração econômica da região sudeste do Brasil e em uma região concentrada de metrópoles – Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Florianópolis, Porto Alegre, parte do Mato Grosso do Sul, Goiás e Espírito Santo. Estas metrópoles reúnem a maior parte das indústrias e atividades relacionadas à pesquisa e ao conhecimento do país, concentram renda e pessoas, estão próximas do grande mercado consumidor e em uma posição geográfica estratégica para negociações relacionadas a países que compreendem o Mercosul (FIRKOWSKI, 2001), como se verifica no Mapa 1.

Nesse contexto, o núcleo metropolitano se consolida como um centro de prestação de serviços, com suas atividades direcionadas a se concentrar no setor terciário para atender às demandas da metrópole, no qual se inclui o turismo, e tendo como moradores e visitantes consumidores de alta renda.

Sobre o setor terciário, Sánchez (2003, p.194) afirma que:

De 1994 a 1998 o setor triplicou a movimentação financeira [em Curitiba], passando de R\$ 1,5 milhões a R\$ 4,5 milhões, com novos hotéis, restaurantes, escolas, bancos, seguradoras e empresas de publicidade e comunicação [...]. Dentro desse setor o ramo do turismo é um dos que mais cresce, com uma participação em 2000, de 5% no PIB da cidade, e com uma ampliação de 50% no número de leitos na rede hoteleira em estabelecimentos de 3 e 4 estrelas, entre os anos 1998 e 2001, além dos novos hotéis de grupos internacionais, segundo dados da Associação da Indústria Hoteleira (ABIH).

Mapa 1: Localização de Curitiba na RMC no Estado do Paraná, no Brasil e na América do Sul.



Fonte: IPPUC, 2011

Assim, a face “cidade planejada”, transformada em metrópole, influenciou a visitação a Curitiba, mas não somente isso, também a vida e o cotidiano na cidade foram se transformando.

Na contemporaneidade, Curitiba pode ser considerada uma cidade com quadro demográfico diversificado. Na década de 1990, a cidade sofreu um grande adensamento populacional e, segundo o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), em 2000 somente 52,32% da população era natural de Curitiba. Um total de 17,4 mil é de estrangeiros de várias nacionalidades, com destaque para portugueses, japoneses e alemães, o que transforma Curitiba em uma metrópole cosmopolita. Assim, de acordo com Firkowski (2004, p.106), “no âmbito do cotidiano da vida na metrópole, alteram-se formas e padrões de consumo, tempo e destino dos deslocamentos, origem e tamanho da população, dentre outros”.

Na década de 1990, houve a diversificação dos produtos e serviços oferecidos ao consumo cotidiano de seus cidadãos. Atualmente, a cidade conta com restaurantes de gastronomia internacional, nas mais variadas especialidades culinárias; *shoppings centers* de padrões internacionais; lojas com produtos de grifes famosas e exclusivas, entre outros serviços de topo de mercado, típicos de metrópoles globalizadas.

Curitiba apresenta moderna infraestrutura de comunicação e logística, como supervias digitais (*backbones*), cobertura por rede de fibras óticas, satélites, estações radiobases (ERBs), *internet* com sistema de banda larga e sem fio, boas rodovias, um aeroporto de pequeno porte e um aeroporto internacional (localizado em um dos municípios da RMC, que faz divisa com Curitiba) e de portos (Paranaguá e Antonina, no Paraná, e Itapoá, São Francisco do Sul e Itajaí, em Santa Catarina). Para a formação de profissionais qualificados, o município possui 56 instituições de ensino superior e dezenas de cursos de ensino tecnológico e profissionalizante (GUIA DO INVESTIDOR, 2010).

Segundo o Caderno Estatístico Município de Curitiba do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES, 2011), em 2008, seu Produto Interno Bruto (PIB) superou R\$ 43 bilhões, dos quais, aproximadamente R\$ 29 bilhões são referentes aos serviços. Seu Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), em 2000, foi de 0,856

e o Índice IPARDES de Desenvolvimento Municipal de 2008 foi de 0,8509⁷. Sua taxa de alfabetização em 2000 foi da ordem de 96,63%.

Em 2010, foi eleita como a cidade mais sustentável do mundo, ao receber os prêmios *Globe Award Sustainable City*, concedido pelo *Globe Forum*, na Suíça, e *Sustainable Transport Award 2010*. Segundo o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), foi a primeira cidade brasileira a receber o prêmio do *Institute for Transportation and Development Policy*. Curitiba é festejada e aclamada como a “cidade modelo brasileira”, desde a década de 1970, e mais intensamente na década de 1990, seja como “cidade planejada”, “capital com melhor qualidade de vida do país”, “capital ecológica”, “capital social”, “melhor cidade do país para se fazer negócios”, seja como “cidade turística”, entre outros títulos, reiterados nestes 40 anos por dezenas de instituições do mundo, que corroboram com a difusão do “modelo Curitiba” (ver Quadro 1 com os títulos e prêmios dos últimos 20 anos), e divulgados pelas estratégias de marketing urbano (*city marketing*).

Quadro 1: Relação de prêmios, certificações, condecorações, referências, entre outros, recebidos por Curitiba desde a década de 1990 a 2010.

Data	Local	Prêmio
08/08/1990	Japão – Osaka	EXPO -90 "A Cidade e o Verde" - Foram dois prêmios concedidos a Curitiba. O primeiro em função da qualidade das flores cultivadas nas ruas da cidade, e o segundo, por uma réplica da Rua das Flores montada especialmente na exposição, onde era mostrado o predomínio do pedestre sobre os veículos, em pleno centro da cidade.
05/09/1990	EUA - Nova York	Prêmio máximo para o Meio Ambiente, conferido pela Organização das Nações Unidas (ONU), no Congresso Mundial de Governos Locais para um futuro auto-sustentável, devido aos programas "Lixo que não é Lixo" e "Câmbio de Lixo Doméstico em Locais de Difícil Acesso".
05/12/1990	EUA – Washington	“Conservação de Energia”, concedido pelo Instituto Internacional para Conservação de Energia, devido ao desenvolvimento dos programas de gerenciamento de resíduos.
1991	EUA	O <i>Worldwatch Institute</i> , um dos maiores institutos de pesquisa ambiental dos Estados Unidos, classificou com exemplar o sistema de transporte urbano de Curitiba. No relatório intitulado "Cidades

⁷ Procura avaliar a situação dos municípios paranaenses, considerando, com igual ponderação, as três principais áreas de desenvolvimento econômico e social: emprego, renda, e produção agropecuária; educação; e saúde (IPARDES, 2011).

		Exemplares: Dimensões Humanas e Ambientais", que foi distribuído no mundo pela instituição. Curitiba foi comparada a Portland e Oregon, onde a redução de distância de tráfego entre domicílios e locais de trabalho diminuiu em alto percentual os congestionamentos e a dependência de combustíveis fósseis.
05/05/1992	Brasil - Rio de Janeiro ECO 92	"Honra ao Mérito a Prefeitos", conferido pelo Conselho Internacional para Iniciativas Locais, órgão da ONU, concedido à cidade de Curitiba devido a programas de revitalização ambiental, recuperação de fundos de vale e projetos direcionados às áreas sociais, que beneficiaram a população carente e menores de rua.
Julho/1993	Brasil - Paraná- Curitiba – UFPR	"Recuperação de áreas degradadas", concedido pela Comissão Organizadora do Curso sobre Recuperação de Áreas Degradadas, realizado junto ao Centro de Engenharia Florestal da Universidade Federal do Paraná (UFPR).
Março/1995	Japão – Tóquio	Prêmio da União Nacional das Sociedades em Defesa do Meio Ambiente, como reconhecimento ao modelo de gestão ambiental adotado em Curitiba, em especial pela iniciativa do sistema de incineração móvel do lixo hospitalar.
Outubro/1997	Alemanha –Bonn	<i>World Habitat Awards -97</i> . "Planejamento em Curitiba - a Construção de uma Cidadania Plena." Este prêmio foi concedido pela " <i>Building and Social Housing Foundation</i> " (Inglaterra).
Agosto/1998	EUA - San Diego	Categoria "Geoprocessamento Urbano". Concedido pelo " <i>Esri 1998 User Conference</i> ".
Dezembro/1998		"Hospital Amigo da Criança", concedido pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância e Adolescência (UNICEF). Este prêmio é dado para hospitais que adotam uma filosofia de trabalho direcionada para o incentivo do aleitamento materno.
Dezembro/1998	Brasil - São Paulo - Fundação ABRINQ	"Criança" da Fundação Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos (ABRINQ), concedido ao programa "Nascer em Curitiba Vale a Vida".
Agosto/1999	Argentina – Córdoba	"Mercocidades de Tecnologia", concedido ao "Programa Olho D'Água".
Dezembro/1999	Brasil - Brasília - Distrito Federal	"Saúde Brasil: uma questão de qualidade, categoria excelência" da Agência da ONU para educação e ciência (UNESCO), concedido ao Programa Saúde da Família (PSF).
Setembro/2000	Argentina – Rosário	"Mercocidades de Tecnologia", concedido ao "Programa Sistema Curitiba de Tratamento de Esgotos".

Dezembro/2000	EUA – Ilinois	Prêmio em reconhecimento ao trabalho Nutrisoja. Placa Concedida pela <i>International Soybean Program</i> (Intsoy) - entidade associada à Universidade de Ilinois/EUA. Prêmio entregue na Central de Produção de Alimentos da Prefeitura pelo diretor técnico da Perfecta Equipamentos para Panificação.
2000	Brasil	“Melhor cidade do país para se fazer negócios”, concedido pela Revista Exame
Junho/2001	Brasil - SP - São Paulo	O 7º Congresso Nacional de Informática Pública (CONIP) 2001 concedeu ao programa "Digitando o Futuro" dois prêmios: - o site (portal) da primeira rede pública de Internet do país foi eleito pelo júri popular como o melhor na categoria municipal no 3º Prêmio Cidadania na Internet; - e, no júri oficial, formado por representantes do Consulado da França e do Canadá, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de SP, USP, Fundação Getúlio Vargas e Sucesu - SP, "Digitando o Futuro" ficou em 2º lugar entre 37 candidatos.
Junho/2001	Brasil - Paraná – Curitiba	O Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) concedeu o “selo de Município Prioritário para o Turismo” para a cidade de Curitiba, durante o III Encontro de Secretários e Monitores Municipais de Turismo, no Centro de Convenções de Curitiba. Os municípios premiados com o selo passam a ser considerados como "prioritários para o desenvolvimento turístico", ou seja, têm grande potencial para a atração de turistas brasileiros e estrangeiros.
Junho/2002	Suécia – Estocolmo	"Parcerias de Estocolmo para Cidades Sustentáveis", concedido pela ONU, durante a comemoração dos 30 anos da primeira conferência voltada ao meio ambiente, pelo programa "Alfabetização Ecológica" que foi considerado como uma das 60 melhores práticas do mundo em educação e cidadania.
Julho/2002	Brasil - SP - São Paulo	“Polo de Informática” concedido pela Revista InfoExame, em função do desempenho global das empresas de tecnologia instaladas na cidade. Curitiba foi a primeira cidade a receber esse prêmio.
Julho/2002	França – Lyon	Curitiba é a única cidade americana escolhida pelo Instituto para Pesquisas e Treinamento das Nações Unidas (UNITAR) para ser sede de um centro de excelência para o treinamento de autoridades locais em planejamento urbano com foco social.
Setembro/2002	África do Sul – Johannesburgo	No "Encontro Mundial para o Desenvolvimento Sustentável", foi conferido, pela ONU/UNITAR à Curitiba, prêmio pela contribuição da cidade para o desenvolvimento sustentável das cidades e por ser

		um exemplo de gestão democrática e planejamento voltado ao cidadão.
2003		Capital Americana da Cultura, pela ONG Capital Americana de la Cultura
Março/2003	Brasil - Paraná – Curitiba	Certificado ISO 9001 para a Secretaria Municipal de Obras Públicas. Reconhecimento internacional de que as obras executadas pela Prefeitura de Curitiba obedecem ao requisito de qualidade e atendem às necessidades dos seus cidadãos.
Abril/2004	Brasil	O Ministério da Saúde conferiu à Diretoria de Trânsito de Curitiba (DIRETRAN), um prêmio pela campanha Fique Vivo, dirigida aos motociclistas, como experiência de êxito em segurança no trânsito. A campanha reuniu agentes municipais de trânsito, educadores de trânsito e equipes da secretaria Municipal da Saúde e do Serviço Integrado de Atendimento ao Trauma em Emergência (SIATE).
Junho/2004	Brasil - Brasília - Distrito Federal	Na 2ª Mostra Nacional de Produção em Saúde da Família, foi conferido, pelo Ministério da Saúde, como a terceira melhor experiência do país em saúde da família, o programa "Alfabetizando com Saúde". A mostra em Brasília comemorou os 10 anos do programa Saúde da Família.
Junho/2004	Brasil - Brasília - Distrito Federal	O Ministério da Saúde concedeu ao Programa Mãe Curitibana menção honrosa do prêmio David Capistrano. O Mãe Curitibana, programa de atenção à gestante durante o pré-natal, parto e puerpério, é considerado, a partir desse Prêmio, referência nacional.
Junho/2004	Brasil - Rio Grande do Sul - Porto Alegre	"Hans Selye", conferido pela <i>International Stress Management Association</i> no Brasil (ISMA), ao programa Qualidade de Vida do Trabalhador, desenvolvido e executado pela Companhia de Desenvolvimento de Curitiba / CIC. O programa é levado às empresas da capital e envolve ações de saúde, alimentação, lazer e até cidadania.
Dezembro/2004	Brasil - Paraná – Curitiba	“Dignidade Solidária 2004”, concedido pelo Centro Paranaense de Cidadania (CEPAC) ao programa Justiça no Bairro. O principal objetivo do Programa era garantir soluções de pendências judiciais de famílias carentes de forma rápida e totalmente gratuita. Também foi selecionado como uma das três melhores iniciativas sociais da América Latina para ser apresentado no Fórum Mundial da Família, promovido pela ONU na China.
Janeiro/2005	Brasil	O site da Prefeitura de Curitiba (www.curitiba.pr.gov.br) foi um dos dez melhores sites do país na categoria "Governo" pela 4ª vez consecutiva. Prêmio instituído pelo iBest.

2005	Brasil	Melhor Qualidade de Vida do Brasil, segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento (IFDM)
2005	Brasil	2ª Melhor Cidade do Sul do Brasil para se Trabalhar, pela Revista Você S.A
2005		2ª Melhor Cidade para Negócios no Brasil e 5ª Melhor Cidade da América Latina para Negócios, segundo a Revista América Economia
2006		2ª Melhor Cidade para Negócios no Brasil e 5ª Melhor Cidade da América Latina para Negócios, segundo a Revista América Economia
2006	Brasil	3ª Colocada entre as Campeãs de Infraestrutura, Revista Exame
2006	Brasil	4ª posição no <i>ranking</i> das Melhores Cidades do Brasil para Viagens e Turismo, segundo a revista Viagem e Turismo
Junho/2006	Brasil	"Inovação em Governo Eletrônico" como melhor portal em e - administração do Brasil em 2005. Concedido pela empresa Plano Editorial aos projetos de tecnologia de informática na área pública considerados mais inovadores e avançados.
2007	Brasil	3ª cidade brasileira mais procurada por estrangeiros para o turismo de negócios e eventos, segundo pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisa Econômica (FIPE)
2007	França	54º. Entre as 72 melhores cidades do mundo "cidades verdes, pela revista <i>Reader's Digest</i>
2007	Brasil	Melhor Destino de Negócios, de acordo com a Revista Veja
2008	Brasil	Melhor Destino Cultural e o Melhor Custo-Benefício para Turismo da região Sul pela revista Veja/Guia O Melhor do Brasil
2009		3ª cidade mais "esperta" do mundo, título que traduz a cidade que se preocupa, de forma conjunta, em ser ecologicamente sustentável, com qualidade de vida, e em possuir boa infraestrutura e dinamismo econômico, pela Revista <i>Forbes</i> .
2009		Única cidade da América Latina entre as dez mais sustentáveis do mundo, pelo <i>Institute Ethimosphere</i>
2010		6ª cidade brasileira com o maior número de eventos internacionais, segundo o <i>International Congress & Convention Association (ICCA)</i>
Janeiro/2010	EUA – Washington	" <i>Sustainable Transport Award 2010</i> ", concedido pelo <i>Institute for Transportation and Development Policy (ITDP)</i> pela implementação da Linha Verde.
29/04/2010	Estocolmo – Suécia	" <i>Globe Award Sustainable City</i> ", concedido pelo <i>Globe Forum</i> , que elege cada ano a cidade mais sustentável do mundo.

Fonte: Secretaria Municipal de Comunicação Social/ Revista exame, 2000/ Guia do Investidor 2010.
Elaboração: IPPUC – Bancos de Dados (2010) – com acréscimos e adaptações da autora.

Todavia, apesar de, nos 40 anos de visibilidade das ações de planejamento e gestão, Curitiba ter sido tão premiada e por isso escolhida para sediar grandes eventos sobre o meio ambiente, desenvolvimento social e planejamento urbano, além de apresentar dados promissores entre o rol de cidades brasileiras, é preciso observar que em Curitiba, como em qualquer cidade do mundo, há contradições que devem ser analisadas mais profundamente, inclusive relacionadas ao desenvolvimento e configuração atual, que atividades como o turismo podem mostrar.

Para compreensão da organização dessa pesquisa, é importante entender que, desde o início do planejamento e gestão de Curitiba, há períodos marcados por objetivos bem específicos. O primeiro materializado nas décadas de 1970 e 1980, e o segundo desenvolvido a partir da década de 1990 até a contemporaneidade, ainda, tendo como marco inicial o ano de 1989.

Nesse sentido, para compreender como o desenvolvimento da atividade turística se constitui dentro do planejamento e gestão urbana de Curitiba, e das complexidades envolvidas, torna-se necessário analisar a gênese da problemática, no intuito de compreender o presente e poder visualizar as perspectivas de futuro. Assim, é importante nessa etapa da pesquisa a análise do processo histórico do planejamento e gestão urbana de Curitiba, cujo foco não são os estudos turísticos, mas que oferecem subsídios ao estudo da cidade a partir do momento em que o turismo passa a fazer parte de sua dinâmica.

Apesar deste capítulo apresentar elementos que remontam à fundação de Curitiba, estes dados têm a função de apenas introduzir a discussão, sendo que, no intuito de se definir um recorte e limites para a pesquisa, a descrição se aprofunda a partir de meados da década de 1960 e, mais precisamente, da década de 1970, pois este seria um marco temporal para o planejamento e gestão de Curitiba. Nesse sentido, buscou-se descrever o processo histórico, não em uma versão pura e simples dos fatos, mas a partir de uma fundamentação teórica.

1.1. Planejamento e gestão urbana de Curitiba: a estruturação urbana de Curitiba “cidade planejada” – as décadas de 1970 e 1980.

Curitiba originou-se a partir da vila de Nossa Senhora da Luz de Pinhais, aproximadamente no final do século XV. Os registros das primeiras determinações que regulamentavam as autorizações e tipologias de construções de casas da vila datam do início do século XVI – as casas não poderiam ser construídas sem autorização da câmara e deveriam

ser cobertas por telhas, bem como as ruas, já iniciadas, deveriam ser continuadas para que houvesse uniformidade no desenvolvimento da vila (RIBEIRO e SILVEIRA, 2006).

No século XIX, registram-se as primeiras iniciativas de intervenção urbana para a recuperação de áreas que degradavam a qualidade ambiental de Curitiba e de equipamentos coletivos que servissem aos curitibanos (IPPUC, 2009). Existem registros de que, na década de 1850, foi definido um traçado para as ruas, e que escolas e teatros foram construídos, uma vez que Curitiba seria a nova capital do recém criado Estado do Paraná – criado em 1853. Estas determinações foram conhecidas como “Plano Taulois”, em virtude da atuação do engenheiro francês Pierre Taulois no estabelecimento destes novos traçados. (CUSTÓDIO, 2006).

Ribeiro e Silveira (2006) destacam que foi em 1886 que, em uma área de banhado do Rio Belém, construiu-se o primeiro parque urbano de Curitiba. Com uma área de 70.000 m², o Passeio Público de Curitiba foi criado com o intuito de sanear as margens do Rio Belém, visando conter inundações e proporcionar a higienização da área. No Passeio Público foi instalado o primeiro zoológico da cidade, posteriormente, aos poucos, desativado.

Também é do final do século XIX o primeiro Código de Postura de Curitiba. Elaborado em 1895, o Código de Postura de Curitiba vislumbrava o grande crescimento demográfico que Curitiba sofria, em função das correntes imigratórias que ali se instalavam. Este documento determinava que as casas deveriam ter janelas e obedecer a um recuo umas das outras, por uma questão de sanidade (IPPUC, 2009).

As décadas que seguiram foram marcadas por novas regulamentações de ordenação do espaço e de instalação de equipamentos inovadores – foram proibidas as casas de madeira no centro da cidade, ruas centrais e calçadas foram alargadas, e o transporte de tração animal foi substituído por bondes elétricos (RIBEIRO e SILVEIRA, 2006).

Em 1912, constituiu-se um marco cultural para a cidade (IPPUC, 2009) a instalação da primeira Universidade do Brasil, a Universidade Federal do Paraná (UFPR), a qual transformou Curitiba em um forte polo cultural e educacional. É de 1912 também a criação da Companhia Municipal de Habitação (COHAB-CT), para ordenação das áreas residenciais da cidade.

Ainda no início do século XX, em 1919, a reformulação do Código de Postura da Cidade propôs diretrizes de regulamentações para atividades comerciais, nas quais se incluíam os hotéis e pousadas (CUSTÓDIO, 2006)

As ações relatadas demonstram uma preocupação no sentido de ordenação do espaço urbano, o que culminou com a elaboração do primeiro Plano Diretor de Curitiba, concebido

no início da década de 1940 (1943). Conhecido como “Plano Agache”, por ter sido elaborado pelo urbanista francês Alfredo Agache, tinha como diretrizes o saneamento, a circulação – crescimento radial da cidade – e a funcionalidade da cidade – definição de áreas específicas (IPPUC, 2009).

No saneamento, o Plano Agache visava à construção de rede de esgoto, canalização de rios e ribeirões, drenagem de banhados, arborização da cidade e criação de um horto municipal. Na circulação, construção de perimetrais externas para descongestionamento do centro da cidade. E para sua funcionalidade visava à criação de centros diferenciais – administrativo (proporcionando a criação do Centro Cívico), comercial (o centro tradicional), militar (onde se localiza, na contemporaneidade, a base aérea Bacacheri e outras instalações do exército), de abastecimento (onde se localiza o Mercado Municipal, construído na década de 1950), industrial (onde estão os bairros Capanema e Rebouças) e universitário (Centro Politécnico), este último na então periferia. Essas ações se desdobraram, culminando na primeira lei de zoneamento urbano de Curitiba, em 1953 (IPPUC, 2009).

Foi resultante do Plano Agache a construção do Teatro Guaíra e do prédio da atual Biblioteca Pública (Fotografias 1 e 2), e também foi elaborado neste período o primeiro plano de transporte coletivo de Curitiba.

Fotografias 1 e 2: Teatro Guaíra e/ Biblioteca Pública do Paraná



Fonte: TEATRO GUAÍRA, 2011; BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARANÁ, 2011

Todavia, até a década de 1960, várias etapas do “Plano Agache” ainda não haviam sido implementadas e a população de Curitiba, de aproximadamente 140 mil habitantes na década de 1940, já havia alcançado 361 mil na década corrente (1960), e até o final da mesma saltou para 609 mil habitantes (FIRKOWSKI, 2001). Portanto, a partir de um forte

adensamento populacional, iniciou-se a discussão para a elaboração de um novo Plano Diretor de Urbanismo, visto que os limites populacionais e de expansão da cidade previstos pelo Plano Agache já estavam extrapolados.

Assim, em 1963, foi criada a Urbanização de Curitiba S/A (URBS), que iniciou suas atividades em função da ordenação da urbanização da cidade em pleno crescimento, mas que, posteriormente, passou a regular somente o sistema de transporte de Curitiba, pois, em 1965, com o intuito de acompanhar a execução de um novo Plano Diretor de Urbanismo para Curitiba foi criado a Assessoria de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (APPUC) que passaria a ser a instituição de ordenação da urbanização do município. A APPUC teve vida curta e quatro meses após sua criação foi transformada no Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) constituindo como uma autarquia municipal. Logo, o IPPUC passou a ser responsável pelo planejamento urbano do município, e é esse o contexto que remonta à atual configuração de planejamento e gestão de Curitiba.

Segundo Sánchez (2003, p. 165), "o objetivo manifesto quando da criação do IPPUC consistiu em 'preparar a cidade para o futuro' transcendendo a burocracia dos departamentos municipais, com um staff técnico qualificado". É interessante observar que estas instituições (URBS, IPPUC, entre outras), como empresas de economia mista, dispunham de certa autonomia, podendo inclusive receber recursos de beneficiados com suas obras, o que fez com que ocupassem, em pouco tempo, um papel chave na implementação da infraestrutura urbana para Curitiba (OLIVEIRA, 2000)

Nesse contexto, e sob a perspectiva do desenvolvimentismo, fortalecido no período militar, em 1965 foi elaborado o Plano Preliminar de Urbanismo de Curitiba, no intuito de resolver os problemas imediatos ocasionados pelo crescimento sem precedentes da população. Esse plano previa intervenções no sentido de uma estruturação global para a cidade, perseguindo diretrizes de uso do solo, transporte coletivo, localização industrial e áreas de lazer.

Assim, derivado do Plano Preliminar de Urbanismo, em 1966 foi elaborado o Plano Diretor de Urbanismo de Curitiba, pela empresa paulista Serete Engenharia S. A., em associação com o escritório de arquitetura de Jorge Wilhem, de grande prestígio, e acompanhado por uma equipe formada por membros do IPPUC e URBS, da qual o arquiteto urbanista Jaime Lerner, líder político que viria a implantar o novo plano de Curitiba, fazia parte como um dos técnicos envolvidos (OLIVEIRA, 2000).

Este plano previa projetos que visavam o zoneamento do uso do solo; hierarquização do sistema viário, desprivilegiando o uso do automóvel particular; regularização de

loteamentos; renovação urbana; revitalização de áreas históricas tradicionais, e oferta de serviços públicos e equipamentos comunitários, com a proposta da criação de novos pontos de encontros para seus habitantes (IPPUC, 2009; OLIVEIRA, 2000).

Segundo Sánchez (2003), o projeto de Curitiba sofreu influência das ideias empregadas na construção de Brasília e da escola modernista de urbanismo, de cunho estrutural, pautada na ideias do *master-plan*. Todavia, também há indícios de outra matriz, a contextualista/ culturalista, principalmente com relação às intervenções no centro e setor histórico da cidade, de influência européia.

Assim, segundo Oliveira (2000, p.50),

O principal instrumento de indução e controle do crescimento da cidade seria o sistema viário. Buscavam os idealizadores do plano evitar que o crescimento da malha urbana se desse de forma concêntrica e, portanto, descontrolada. Dessa forma, foi proposta a criação de vias lineares de circulação, ditas 'estruturais', onde se concentraria uma oferta adequada de meios de transporte coletivos, além de se incentivar ali o adensamento populacional (OLIVEIRA, 2000, p. 50).

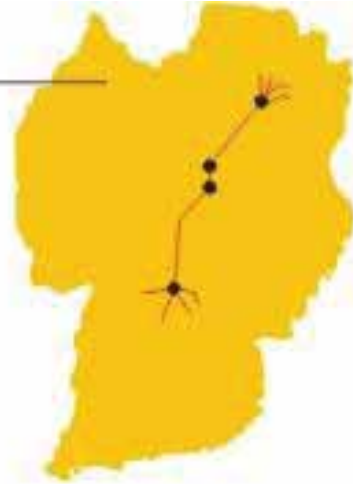
Foram, então, através dos padrões históricos de crescimento da cidade (também fundamentados no Plano Agache), definidos um eixo estrutural no sentido norte-sul, outro leste-oeste, e um terceiro eixo a sudeste (Figura 1). Portanto, eixos indutores de desenvolvimento da cidade.

Ao sistema viário foram acopladas normas de uso do solo, como a construção de prédios de maior altura somente nas vias estruturais, no intuito de proporcionar o adensamento populacional dos eixos. As vias prioritárias, de ligação aos eixos, deveriam ser de uso residencial, para evitar um tráfego intenso comum em áreas comerciais. Nas vias conectoras, que davam acesso ao Distrito Industrial, deveria ser incentivada a ocupação residencial por população trabalhadora, que iria se dirigir à área que viria a se tornar a Cidade Industrial de Curitiba (CIC) (OLIVEIRA, 2000).

É importante, no entanto, observar que os projetos previstos no Plano Diretor Urbanístico de Curitiba, de 1966, foram iniciados, efetivamente, na década de 1970, a partir da primeira gestão do já citado arquiteto urbanista Jaime Lerner (1971-1975), e, segundo Sánchez (2003), com financiamento do Banco Internacional de Desenvolvimento (BID) e por linhas de crédito do governo federal e estadual. Sua continuidade se deu na gestão de Saul Raiz (1975-1979) e na segunda gestão de Jaime Lerner (1979-1983), pois ambos comungavam da mesma orientação política.

Figura 1: Evolução da Rede Integrada de Transporte (RIT) de 1974 a 1980

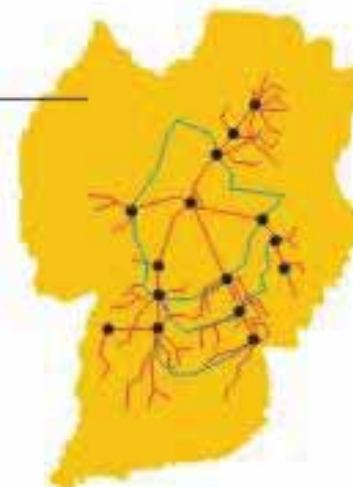
1974



1977



1980



Fonte: IPPUC, 2010.

Assim, em um período pouco superior a uma década, o Plano Urbanístico de Curitiba, elaborado em 1966, foi praticamente todo implantado, recebendo somente algumas modificações para viabilizar sua implementação.

Entre as contribuições e adaptações, destacam-se: o Sistema Trinário, que se estrutura em grandes artérias de deslocamento de transporte coletivo, este priorizado como indutor do desenvolvimento, com linhas expressas e construção de terminais, estações de transbordo de passageiros e abrigos equipados, e o transporte individual; o Plano Massa, que modificou a concepção de prédios residenciais isolados no meio de parques e jardins para um maior adensamento no entorno dos eixos estruturais, e também permitiu a instalação de estabelecimentos comerciais nos andares inferiores destes prédios; e a Rede Integrada de Transporte (RIT), proporcionando o uso integrado de diversos tipos de ônibus em circulação

É notório que algumas dessas modificações se deram em função de embate com o mercado imobiliário local, como, por exemplo, as taxas e coeficientes de ocupação dos terrenos, que acabaram sendo modificados favorecendo a elite empresarial local do ramo imobiliário, o que gerou desenfreada especulação imobiliária nas áreas de forte investimento do poder público local, nas décadas subsequentes (OLIVEIRA, 2000)⁸.

Essa aliança e o favorecimento de grupos empresariais específicos, já nesse período, sob o regime militar, davam indícios de que, a partir da década de 1990, passaríamos a observar o que Vainer (2011a, 2011b) irá denominar de “cidade de exceção”.

Mas, ter conseguido a implantação de um plano com tanta ousadia, em um período tão estreito de tempo, não foi por acaso, já que os gestores locais receberam todo o apoio necessário para o alcance das metas traçadas.

Segundo Sánchez (2003, p.153),

à época do chamado ‘milagre econômico’, durante o regime militar, a cidade de Curitiba foi escolhida como vitrine urbana do Brasil desenvolvido e moderno. Em outras palavras, a experiência de renovação ali realizada passou a ser vinculada como versão urbana do milagre brasileiro.

E Lerner, prefeito por indicação do governo militar representou a liderança política desse milagre.

⁸ Há discussões de que estas alterações trouxeram problemas com a ausência de insolação e na circulação do ar nas áreas estruturais em função da ocupação excessiva de torres (VEJA PARANÁ, 1990, apud OLIVEIRA, 2000).

Além do desenvolvimento e expansão urbana por vias estruturais, o Plano de Curitiba também visava à promoção de sua industrialização. Assim, em 1972, foi criada a Cidade Industrial de Curitiba (CIC) (IPPUC, 2009), numa área de 43 milhões de m², ocupando aproximadamente 10% do município. E foi a partir da criação da CIC que se iniciou uma agressiva política de atração de investimentos para Curitiba.

Segundo Oliveira (2000, p.54), com a CIC,

o objetivo era aproveitar as vantagens comparativas da cidade nas áreas de transporte, comunicação e infra-estrutura urbana, somadas à concessão de generosos subsídios para atrair um volume de novos investimentos industriais que mudasse a face da economia urbana, assegurando o desenvolvimento da capital.

O autor observa que, para isso, a interação entre o empresariado industrial e os planejadores da administração pública foi decisiva. "[...] os órgãos públicos subsidiaram clara e pesadamente a instalação e ampliação dessas empresas" (OLIVEIRA, 2000, p.130), por meio da isenção de impostos, participação acionária, venda ou concessão de bens imóveis, entre outros. Houve também um explícito incentivo a empresas multinacionais, sob o argumento de que estas desencadeariam novos investimentos para o município.

Como resultado de tal política, uma série de novos investimentos foram atraídos para Curitiba, com destaque para: Siemens (equipamentos e aparelhos de telecomunicações), New Holland (máquinas agrícolas), Philip Morris (cigarros), White Martins, Furukawa Industrial (cabos telefônicos e acessórios), Robert Bosch (peças e equipamentos para diesel), Giben do Brasil (máquinas para corte de alta precisão), Bernard Krone do Brasil (reboques e semi reboques rodoviários) e Volvo (caminhões e ônibus), para citar algumas dentre as de capital internacional que de fato se implantaram (FIRKOWSKI, 2001, p.36).

Também nesse período, em Araucária, na RMC, houve a implantação da Refinaria "Getúlio Vargas" da Petrobrás, o que possibilitou a implantação, em seu entorno, de uma série de indústrias que demandam essa matéria-prima, o que também favoreceu o desenvolvimento da CIC.

Logo, a partir dessa nova configuração, o empresariado industrial institucionalizou um padrão permanente e consistente de representação política junto aos órgãos de planejamento urbano de Curitiba. Algumas figuras políticas do planejamento urbano de Curitiba passaram a compor conselhos administrativos de importantes empresas, nacionais e estrangeiras, que se instalaram na CIC (OLIVEIRA, 2000).

No que diz respeito à requalificação de áreas da cidade, a partir do Plano Diretor de Urbanismo de Curitiba de 1966, houve a proposta de tombamento das edificações do setor histórico da cidade, área com concentração de casarões do final do século XIX e início do século XX, o que mais tarde se efetivou pela criação por Decreto do setor histórico. Houve, ainda, a criação de legislação específica para áreas como o Centro Cívico e proposta de pedestrianização das principais vias do centro tradicional, reservadas ao uso exclusivo de pedestres (OLIVEIRA, 2000)

Ainda no intuito de criar novos pontos de encontro para os habitantes, bem como em virtude das preocupações ambientais que começavam a se evidenciar, surgiram as primeiras ideias de implantação de parques e áreas verdes no município. Até então, o município contava somente com o Passeio Público e o parque da Barreirinha, construído na década de 1950, e seu índice de áreas verdes por habitante era baixíssimo. Desse modo, “foram então levantadas e desapropriadas áreas de várzeas de rios, impróprias para quaisquer tipos de construção face ao risco permanente de enchentes, as quais foram destinadas à instalação de parques e áreas de lazer” (OLIVEIRA, 2000, p.53).

Todas estas propostas de um novo padrão de urbanização, segundo Oliveira (2000), ambicionavam no plano político configurar uma paisagem própria, reconhecível como sendo típica de Curitiba. Mas não só a paisagem deveria ser característica, também o perfil do curitibano. Essa ambição de mudança de mentalidade passava pela importância dada à área cultural que, posteriormente, se materializou, desde a transformação de um quartel general na Fundação Cultural, em 1971, com o argumento de viabilizar as transformações culturais e artísticas da cidade e promover a defesa de seu patrimônio histórico e artístico, à construção ou conversão de espaços tradicionais da cidade, alguns até abandonados ou depreciadores da paisagem urbana, em salas de espetáculo, cinemas etc.

São ações da década de 1970, na perspectiva da política de preservação do patrimônio cultural de Curitiba, a restauração de um antigo paiol de pólvora, construído em 1906, e transformando no Teatro Paiol, considerado uma intervenção que marca o desenvolvimento cultural da cidade; a reconversão de uma antiga fábrica de cola no Centro de Criatividade de Curitiba (Fotografias 3 e 4), e a criação da feira de artesanato do Largo da Ordem, como uma opção de passeio e compras para o curitibano. Também nesse período, foram criados inúmeros espaços culturais espalhados pela cidade, núcleos comunitários nas periferias, centros sociais urbanos e projetos de desfavelamento – dentro de uma nova política habitacional executada pela COHAB- CT, de diversificação de habitações e integração aos

bairros, evitando formação de “guetos”, como era comum em inúmeras cidades brasileiras (IPPUC, 2009).

Portanto, observa-se que, nesse período, todas as transformações materiais previam ações sociais que desencadeariam modificações na visão de mundo dos curitibanos.

Promover a ‘integração do homem à cidade’ fazer com que ‘o cidadão tivesse orgulho de sua cidade’, fazer ‘de cada curitibano um urbanista’ e fazer uma cidade ‘humana’ eram objetivos recorrentemente colocados pela elite do planejamento. Assim, a criação de um leque de oportunidades de cultura e lazer, utilizando ao máximo os equipamentos disponibilizados pela reforma urbana, além da política de preservação do patrimônio histórico, foram instrumentos acionados recorrentemente pelos administradores para consecução desses objetivos (OLIVEIRA, 2000, p.56)

Fotografias 3e 4: Teatro Paiol/ Centro de Criatividade de Curitiba, localizado no Parque São Lourenço.



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011.

Segundo o IPPUC (2009), a nova realidade colocada a partir do plano de 1966 significou para Curitiba uma “revolução física, econômica, social e cultural”. Discutiremos esta afirmação, no decorrer deste estudo, buscando entender até que ponto ela foi realmente efetivada em seus âmbitos social e cultural.

Portanto, foi com fundamento na implantação do Plano de 1966 que se iniciou o projeto de cidade-modelo, erigido pelo planejamento e gestão urbana de Curitiba, e que encontra legitimidade pela adesão do cidadão curitibano à nova face de Curitiba. Foi na década de 1970 que alguns dos maiores ícones da imagem moderna contemporânea de Curitiba, hoje explorados pelo *marketing* urbano (*city marketing*) e pelo turismo, foram construídos ou implantados, como alguns de seus parques, área para pedestre no centro da cidade, entre outros.

Segundo Moura (2007, p.349), estes ícones da imagem construída de Curitiba, símbolos da modernidade emergente dos anos 1960, foram incorporados à imagem síntese da cidade na década de 1970, com significativa importância no projeto da cidade-modelo, cidade-moderna.

Destacam-se, na década de 1970, a construção do calçadão da rua XV, conhecido também como “Rua das Flores”, a primeira via para pedestres do país, que visava, segundo Camargo (1992, p.63-64), a “recuperação dos valores culturais dos espaços de circulação na cidade, com seus bancos e possibilidade de contemplação e encontro”, e a criação de alguns dos parques urbanos – Parque São Lourenço (Fotografia 5), com 203.918 m²; Regional do Iguaçu, o maior em extensão com 8.264.316 m², que possui um zoológico; Parque Náutico de Curitiba; Peladeiros, e uma Reserva Ecológica, o Parque Barigüi (Fotografia 6) com 1.400.000 m². Também foi reestruturado o parque Barreirinha, já criado na década de 1950, com 275.380 m² – também em cumprimento da lei e decreto municipais pioneiros de proteção ambiental, quando isso ainda era função somente da União e dos Estados (IPPUC,2009).

Fotografias 5 e 6: Parque São Lourenço/ Parque Barigüi



Fonte: FOGAÇA, I. F. , 2011

Os Parques Barigüi, São Lourenço e Regional do Iguaçu foram criados na década de 1970, com o objetivo de solucionar problemas ambientais de áreas de ocupação desordenada, que apresentavam graves problemas de disposição de resíduos sólidos (lixo) e líquidos (esgoto). Passaram a atuar regulando a vazão das águas das chuvas e auxiliando na redução de enchentes em suas regiões e na inibição das ocupações irregulares no entorno dos rios

Barigüi, Belém e Iguaçu. Serviram e servem, até a contemporaneidade, de espaço de lazer à comunidade e de visitação por parte de turistas. Visavam também preservar áreas verdes e possibilitaram que Curitiba tivesse suas áreas verdes destacadas, já na década de 1970.

Foi criado, ainda nesse período, o Bosque Boa Vista/ Dr. Martin Lutero, em 1974, uma área de 11.682 m², em grande parte com remanescentes de mata de araucária, com churrasqueiras e parque infantil.

É importante observarmos que a concretização destas obras emblemáticas não aconteceu sem o enfrentamento da resistência popular. A pedestrianização da Rua das Flores evocou grandes discussões e resistência para seu fechamento, o que fez com que seu idealizador, Jaime Lerner, enfrentasse a opinião popular e, mesmo a revelia, em uma sexta-feira, após as 17 horas, quando já não havia mais instituições que pudessem impedir a obra, iniciasse a reestruturação da rua. Para legitimar essa obra, foram realizados ali projetos culturais com crianças, como o projeto que, aos sábados, reunia dezenas de crianças para desenhar e pintar um rolo de papel de 200 metros, estendido pela via fechada ao automóvel.

Neste episódio já percebíamos uma ação que viraria prática na contemporaneidade, a utilização do meio ambiente, da cultura e da promoção social, das raridades da cidade (LEFEBVRE, 1973), como alibi para camuflar o autoritarismo e ações impopulares dos governos estratégicos (ARANTES, 2009).

Com o tempo a população e, principalmente, os comerciantes, que temiam que a medida diminuísse o movimento de seus estabelecimentos, acabaram aceitando e legitimando a obra em função da aclamação de pioneirismo, vanguarda, modernidade, priorização do pedestre, entre outros elogios ao planejamento urbano de Curitiba.

Sánchez (2003, p.155) comenta que

A imagem da cidade, construída já na década de 70, apresenta e legitima esse conjunto de ações urbanísticas com uma associação a representações de 'inovação', 'modernidade', 'eficiência' 'simplicidade e baixo custo' e 'preocupação com o meio ambiente'. São essas representações que acompanham as intervenções nas áreas de transporte coletivo, uso do solo e preservação do patrimônio. Por meio das imagens produzidas a partir dessas representações procurava-se destacar Curitiba como 'cidade planejada', 'cidade-modelo' entre as cidades brasileiras, como também entre as do Terceiro Mundo. De fato essa imagem começou a se impor na escala nacional a partir da década de 70.

Na década de 1980, Curitiba já se encontrava com uma população superior a um milhão de habitantes, e com a passagem legal da gestão de áreas verdes à responsabilidade da municipalidade, incentivos e demais benefícios fizeram com que ícones ambientais

reforçassem a imagem de Curitiba. Foram criados novos parques, bosques e praças, e grande extensão de áreas, com remanescentes de vegetação nativa e margens de rios, foi desapropriada para criação futura de novos parques (IPPUC, 2009), como se verifica na Tabela 1, que traz um resumo das áreas verdes criadas até a década de 1980, em Curitiba.

Segundo Firkowski (2001), mesmo o projeto industrial da década de 1980 da capital paranaense e de toda a RMC prezava pelas questões ambientais. Remetendo a um seminário realizado em 1981, pela Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC), para discutir perspectivas para a configuração da RMC quanto à indústria, a autora elucida que nele se pretendia uma convivência harmoniosa entre a indústria que se instalasse ali (não poluente) e o desenvolvimento da RMC. Nestas perspectivas, as áreas de mananciais eram protegidas do uso conflitante. Tais pretensões se alteraram profundamente nas décadas de 1990 e 2000, quando se consolidou a dimensão metropolitana para a cidade de Curitiba, e quando os marcos regulatórios passaram a ser manipulados para o favorecimento do capital.

Entre os parques e bosques criados nesse período está o Bosque do Papa (Fotografia 7), criado em 1980, com 48.000 m², por ocasião da visita de João Paulo II ao Brasil, e que fez com que a atenção do evento internacional também fosse dedicada à capital paranaense. Este bosque, de apelo religioso e étnico, conta com o Museu da Habitação Polonesa, o Museu Agrícola e uma capela em homenagem à padroeira da Polônia. Nesse mesmo período, também foram criados o Bosque do Capão do Imbuia, em 1981, onde se localiza o Museu de História Natural, o Bosque Gutierrez/ Chico Mendes, implantado em 1986, e o Parque General Iberê de Mattos, em 1988, com 152.000 m².

Fotografia 7: Bosque do Papa



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011

Tabela 1: Parques e Bosques criados ou implantados antes e durante as décadas de 1970 e 1980.

PARQUES/ BOSQUES	INAUGURAÇÃO/ IMPLANTAÇÃO	M ²
Passeio Público	1886	69.285
Parque Barreirinha	1972	275.380
Parque Barigui	1972	1.400.000
Parque São Lourenço	1972	203.918
Bosque Dr. Martim Lutero (Boa Vista)	1974	11.682
Parque Iguaçu	1978	8.264.316
Bosque João Paulo II	1980	48.000
Bosque Pilarzinho	1980	28.146
Bosque do Capão da Imbuia	1981	42.417
Bosque Gutierrez	1986	35.586
Parque General Iberê de Mattos	1988	152.000
TOTAL		10.530.730

Fonte: SMMA, 2011

Ainda na década de 1980, também dando destaque à importância cultural, foram criados o Museu de Arte Sacra, em 1981; a Casa da Memória, em 1981, com “incumbência de preservar, conservar e ampliar constantemente o acervo histórico de Curitiba” (CASA DA MEMÓRIA, 2011); o cinema Groff, em 1981; o novo Cine Ritz, em 1985 (apesar de ter sido iniciada a negociação para sua reabertura pelo menos dois anos antes), e o Cine Luz, também em 1985. Com isso, buscou-se a conjugação de boas práticas ambientais com a cultura, o que se fortaleceria, a partir da década de 1990, como uma estratégia política.

Foi nesse contexto que a cidade se fortaleceu a partir do planejamento, bem como a partir da industrialização, o que resultou no surgimento de novos serviços urbanos. Mossato (2007), a partir de um estudo sobre a hotelaria curitibana, afirma que

De 1970 a 1989 o setor hoteleiro de Curitiba viu sua capacidade se ampliar consideravelmente. Os números são bastante expressivos, [...]. A ampliação do setor hoteleiro traz consigo o incremento na capacidade do setor. Um salto quantitativo de aproximadamente 5.400 leitos [...].[...] no critério classificação: instala-se o primeiro estabelecimento cuja classificação atual aponta para um hotel ‘muito confortável’. O referido hotel que alcança a classificação ‘muito confortável’ é, ainda, um dos primeiros

empreendimentos que hoje fazem parte de uma rede que, apesar de origem local, tem atualmente atuação regional, trata-se da rede Mabu. (MOSSATO, 2007, p.66)

Também é desse período (1982) a criação da Lei 6.337, “Lei do Solo Criado”, que propôs a transferência de potencial construído em edificações de valor histórico, cultural ou arquitetônico, para outra área da cidade, desde que o patrimônio fosse preservado. Exemplos da utilização dessa lei (regulamentada em 2001 pela lei 10. 257 do Estatuto da Cidade) são as ações de restauro na Universidade Federal do Paraná, na Catedral Metropolitana de Curitiba e na Sociedade Garibaldi (SIVIERO, 2005).

E utilizando-se do argumento de preservação do patrimônio histórico e cultural de Curitiba, de uma forma bastante contraditória, na década de 1980 o primeiro *shopping center* de Curitiba foi inaugurado. O Shopping Müller instalou-se em meio a polêmica sobre o favorecimento do empreendedor e de irregularidades no processo que permitiu sua construção.

Trata-se de uma área de uma quadra, ocupada pela edificação de metalúrgica desativada, que já havia despertado interesse de vários incorporadores, mas, em função das restrições que a legislação local de uso e ocupação do solo colocava àquela região, nunca houve a possibilidade de instalar ali um empreendimento que fomentasse grande movimento de automóveis.

No entanto, com uma exceção aberta à lei de preservação do patrimônio histórico e cultural da cidade, em 1980 foi autorizada a instalação do *shopping center* na integridade do terreno, contrariando a postura até ali vigente, que já havia impedido que outra incorporadora executasse projeto similar. Essa autorização causou grandes questionamentos, culminando na abertura de duas Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI): a primeira sobre o *Shopping Müller* e a segunda sobre IPPUC, em função desse problema com o *shopping* e de denúncias de vazamento de informações privilegiadas sobre a construção de uma importante via de acesso da cidade, a Conectora 5⁹. Esta obra sofreu inúmeras denúncias de ter favorecido empreendedores do mercado imobiliário de luxo, relacionados ao atual conjunto de condomínios verticais Ecoville, em uma área que deveria ser destinada à habitação popular (OLIVEIRA, 2000; POLUCHA, 2010).

Segundo Firkowski (2001), o empreendimento Ecoville surgiu por iniciativa de quatro construtoras e da prefeitura municipal de Curitiba, que, em 1994, promoveu a alteração

⁹ Este projeto é apresentado por Polucha (2010) em sua dissertação denominada “Ecoville: Construindo uma cidade para poucos”, que discute a produção das desigualdades socioespaciais em Curitiba.

da lei de uso do solo, modificando as regras de ocupação, construção e uso, por meio de negociações para atender às demandas das incorporadoras que desejavam ali, em área reservada à moradia de trabalhadores que atuavam na CIC, construir vários edifícios de alto padrão. Estas incorporadoras se anteciparam na aquisição de áreas desvalorizadas para expansão futura.

Estes fatos evidenciavam a grande força que, já nessa época, a parceria público-privada operava na produção do espaço urbano de Curitiba. A esse respeito, Harvey (2006), apresenta que os lugares se configuram por meio da construção especulativa do lugar, deixando para segundo plano as melhorias das condições num território específico, resultando em uma cidade excludente, pois aqueles que não podem arcar com os altos custos que a especulação condiciona ao espaço são expulsos para áreas menos privilegiadas pelos investimentos.

É interessante destacar que, a partir do início da década de 1970, Curitiba foi gerida pelo mesmo grupo político liderado pelo arquiteto urbanista Jaime Lerner, tendo sido interrompida essa gestão somente no período de 1983 a 1989, em que a gestão da cidade esteve nas mãos de grupos opositoristas a Lerner (SÁNCHEZ, 2003). Assim, o grupo político relacionado a Lerner, representado por esse líder, é considerado como o idealizador do modelo de cidade então vigente.

Oliveira (2000) destaca que a implantação do Plano Diretor Urbanístico de Curitiba, de 1966, se definiu na primeira gestão de Lerner (1971-1975) como irreversível. O que se observa é que o marco temporal na mudança de paradigma do planejamento urbano de Curitiba representa, por meio da figura do arquiteto urbanista Jaime Lerner, também um forte marco político, reconhecido por todos os gestores públicos brasileiros. Segundo Sánchez (2003)

Personagem da elite do planejamento, o arquiteto Jaime Lerner foi quem melhor tirou proveito das oportunidades de realização de um ambicioso programa político associado ao projeto de renovação urbana. Lerner foi o primeiro presidente do IPPUC nos anos 60 e o primeiro Prefeito de Curitiba a deslanchar a implementação do Plano de Curitiba em 1971. Necessário pontuar que sua administração tinha especial respaldo político para decidir o momento certo para o início da renovação da cidade, [...], as instâncias centrais do Governo Federal identificavam nele uma liderança-chave e adequada para desencadear o programa, o que também facilitou o financiamento, nacional e internacional, dos grandes projetos de renovação urbana (SÁNCHEZ, 2003, p.169).

Entre 1983 e 1988, a orientação política vigente foi de oposição ao “lernismo”. Houve a tentativa de esvaziar politicamente a tecnocracia vigente, principalmente limitando a atuação e poder do IPPUC, e uma reorientação para o planejamento participativo junto a bairros periféricos da cidade. Segundo Oliveira (2000, p.57), “o fato se deve à conjuntura ideológica vigente que privilegiava no debate político temas como o resgate da dívida social, a participação popular na administração, a condenação à ‘tecnoburocracia’ etc.”. Foi o período de transição que culminou na primeira eleição após o regime militar, e a vitória de Roberto Requião se fez embalada pelas demandas que surgiam pelas manifestações de eleições diretas no país. Requião era o “representante do povo” (OLIVEIRA, 2000, p.58).

Nesse período, como uma forma de oposição ao perfil político do grupo de Lerner, a gestão pública da cidade se voltou às ações de cunho mais sociais, priorizando ações de expansão de equipamentos sociais, como os que visaram o melhoramento do transporte público – Rede Integrada de Transporte (RIT), criação de creches, mercados populares, recuperação de menores abandonados, entre outras ações (IPPUC, 2009; OLIVEIRA, 2000).

No entanto, o jogo político e a postura das lideranças políticas locais, assumida no período de 1983 a 1988, pelo grupo de oposição a Lerner, ocasionaram o desencanto da população (OLIVEIRA, 2000).

Dessa forma, apesar da gestão de Lerner ter passado pelos escândalos apresentados na época, por meio da CPI que discutiu as irregularidades para liberação de alvarás para implantação do *Shopping Müller*, e sobre o IPPUC, em especial quanto ao vazamento de informações confidenciais sobre a obra da Conectora 5, e de seu desgaste junto à população, em função da postura impopular, o desempenho da implantação do Plano Urbanístico de Curitiba, já implementado em quase sua totalidade de 1971 a 1983, de forma irreversível, e legitimado pela adesão cultural da população aos seus objetivos, e a forte aliança do lernismo com a classe empresarial, política e elites do planejamento de Curitiba, do Estado e do país, fizeram com que, em 1989, Jaime Lerner fosse eleito, pelo voto direto, prefeito de Curitiba, em uma campanha histórica de apenas 12 dias.

Lerner passou então a ser o líder símbolo da Curitiba próspera e modelo para o Brasil, como apontado por Güell (1997), o líder carismático, erudito, dotado de competência técnica, uma verdadeira autoridade reconhecida para falar da cidade tão necessária no novo período que viria, o período da gestão empreendedora e competitiva.

Desta vez, eleito prefeito pelo voto popular, Lerner ganhou popularidade junto à população simples da cidade, mas não somente a ela. Ganhou também popularidade,

especialmente, entre os interessados no projeto de cidade-modelo. Segundo Sánchez (2003, p.173), à época

o tom elogioso das associações classistas em relação à administração pública e às gerações de Jaime Lerner evidencia o amplo entusiasmo dos empresários diante do aquecimento de suas práticas. [...].

Na verdade, a análise das opções políticas dos planejadores mostra uma subordinação da técnica às necessidades e imperativos das empresas, subordinação quase sempre velada, mas às vezes acintosa. É o caso da abrupta passagem da proibição legal à transmutação em incentivo velado para a construção de *shopping centers* em determinadas áreas, como é exemplar o tratamento privilegiado dado à construção do shopping Müller no início da década de 80 (SÁNCHEZ, 2003, p. 173).

Lerner e seu grupo tornaram-se elementos essenciais à história e ao destino que seria dado a Curitiba.

Dessa forma, as ações realizadas entre 1983 e 1988 somente serviram para reforçar a imagem de cidade-justa junto às sínteses criadas para Curitiba, sendo incluídas no projeto de cidade, iniciado na década de 1990.

É importante observar que, mesmo tentando diferenciar a gestão de 1983 a 1988 do perfil da equipe de Jaime Lerner, a força das ações de implementação do Plano de 1966 impôs a continuidade das ações. Exemplo disso foi a criação, durante a gestão oposicionista, do Parque General Iberê de Mattos, e espaços culturais como Cine Ritz e Cine Luz, supracitados. Também houve destaque para a postura política dos governadores desse período, que, apesar de aliados dos movimentos sociais, possibilitaram parceria com grupos empresariais para elaboração de propostas de alteração do Código de Obras de Curitiba ou por meio da nomeação de pessoas relacionadas à elite empresarial para cargos de gestão pública, tanto na gestão de Maurício Fruet quanto na de Roberto Requião (OLIVEIRA, 2000).

Houve, inclusive, o fortalecimento das questões ambientais, com a criação de uma Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SMMA), a qual favoreceu a mudança de enfoque da gestão que Lerner iria empreender a partir de 1989, como, por exemplo, a criação do programa de coleta de lixo reciclável, criada por Lerner na primeira semana de sua nova gestão¹⁰. Este programa estimulava a população a separar o lixo orgânico do reciclável e

¹⁰ Segundo Oliveira (2000, p.105), com o esvaziamento político da equipe de Lerner, especialmente pelo enfraquecimento do IPPUC, no final da década de 1980, a Secretaria de Meio Ambiente “[...] contava com expressivo aporte de recursos, inclusive internacional, capacitando-a como a agência mais influente do período 1989-1992. Não foi certamente por acaso que a partir daí a ênfase da terceira administração Jaime Lerner se deslocou do planejamento urbano para a questão ambiental”.

rendeu importantes premiações à cidade e ao seu líder Jaime Lerner em sua nova fase de cidade competitiva.

É importante destacar que, embora a SMMA fosse criada na gestão de Requião, a questão ambiental já era contemplada desde o início da década de 1970, com as diretrizes do Plano Urbanístico de Curitiba de 1966 e com a criação da lei 5234 de 1975, que estabeleceu o zoneamento e o uso do solo e criou o setor especial de áreas verdes. Este determinou que a conservação de áreas naturais fosse prioritária para o crescimento da cidade, e então foram delimitadas áreas naturais, fundos de vales e margens de rios como áreas que deveriam ser preservadas¹¹.

Dessa forma, as décadas de 1970 e 1980 constituem marcos temporais da configuração da realidade socioespacial de Curitiba. As intervenções realizadas nesse período e demais realizações da gestão urbana renderam a Curitiba notoriedade nacional e até internacional, como cidade-modelo.

Antes de encerrar este tópico, da mesma forma como foram destacados vários detalhes da implantação do Plano Diretor Urbanístico de Curitiba, de 1966, implantado nas décadas de 1970 e 1980, é importante destacar que, como apresentou Firkowski (2001, p. 60), “[...] apesar de inovador e ousado para a época, o Plano não contemplava nenhum mecanismo de integração com os municípios vizinhos, restringindo-se, exclusivamente, ao município de Curitiba”. Essa ausência de integração fez com que, já na década de 1980, a ocupação populacional resultasse na inadequação do uso do solo urbano em áreas que deveriam ser destinadas à conservação ambiental, em função da concentração de mananciais que abasteciam tanto a capital quanto alguns municípios da RMC, criada na década de 1970.

O plano de 1966 fez, também, com que a valorização do solo curitibano favorecesse sua ocupação pela população privilegiada e afastasse a população carente para os municípios de seu entorno, surgindo as cidades-dormitório, configuração esta decisiva para a compreensão contemporânea da cidade e dos desdobramentos aqui discutidos.

Nesse período, outra característica marcante foi o destaque dado pelo discurso oficial à participação da população nos rumos que a cidade tomaria. Todavia, como apresenta Frey (1996), a soberania popular parecia existir somente na retórica. Na associação de planejamento e gestão no projeto político de Curitiba prevaleceu o projeto socialdemocrata, no qual se destaca a modernização da máquina estatal. Segundo o autor, o projeto de Curitiba teria sua base em um projeto técnico-pragmático, pois houve a centralização das decisões e a

¹¹ Informações coletadas em entrevista com técnicos da SMMA.

participação popular foi instrumental. Instrumentalizar a participação significa racionalizar o processo de decisão pública e administrar conflitos.

Esse modelo de participação exprime o projeto, mas também o estilo político que seria fundamental na nova fase do planejamento e gestão de Curitiba, de estímulo a uma atuação popular apolítica.

1.2. Da cidade planejada à cidade competitiva: A construção da Capital Ecológica – Terceira gestão do arquiteto urbanista Jaime Lerner, de 1989 a 1992.

No ano de 1989, foram retomadas as ações do grupo, personificado a partir da figura do arquiteto urbanista Jaime Lerner, que idealizou o projeto de cidade da década de 1970.

No entanto, na terceira gestão de Jaime Lerner e de sua equipe, houve uma mudança de enfoque para o planejamento e gestão urbana de Curitiba, o que foi seguido pelos gestores que o sucederam até a contemporaneidade, contando apenas com algumas variações de trajeto, em função do perfil ou estilo administrativo. Passou-se a uma política de caráter setorial, no qual se destacaram as ações voltadas ao meio ambiente e à estética urbana.

Oliveira (2000, p.59) observa que, “além do esgotamento do plano diretor local [de 1966], fatores internos ao campo do planejamento urbano em nível mundial contribuíram para a reorientação que se verificou na terceira gestão Lerner”. Os fatores ao qual o autor se refere relacionam-se a uma concepção pós-moderna do planejamento urbano, em que o espaço é visto como independente de objetivos sociais, a ser moldado segundo objetivos e princípios estratégicos e competitivos, dentro dos valores globalizados sob corte da política neoliberal. E também às novas necessidades para gestão urbana no novo urbanismo que Ascher (2004) denominou de terceira revolução urbana já aqui discutido que demanda ações estratégicas.

Segundo Compans (2005, p.23)

O planejamento estratégico se constitui no principal instrumento de adaptação das formas institucionais locais aos objetivos da inserção competitiva, ao referenciar a proposição de uma agenda de intervenções físicas e de modificações na estrutura legal e administrativa à tendência mercadológica observada na dinâmica global. Atribuindo relevância estratégica a determinadas ações e projetos, exclui a possibilidade de que outras, não incluídas nesta agenda, sejam efetivadas ou mesmo reivindicadas. Por outro lado, o planejamento estratégico favorece a construção de alianças políticas com segmentos médios e empresariais e o marketing público. Desta forma, torna-se veículo privilegiado para a adoção

do empreendedorismo competitivo na gestão das cidades (COMPANS, 2005, p.23).

Esse movimento, em que o caráter administrativo das governanças urbanas dá lugar a iniciativas empreendedoras e os governos locais passam a apoiar e criar vínculos mais estreitos com a iniciativa privada, no sentido de atrair novos empreendimentos para suas localidades, como destacado na introdução desta pesquisa, nos Estados Unidos da América (EUA) já se manifestava desde as décadas de 1970 e 1980 (HARVEY, 2006). Todavia, foi da Europa, na década de 1990, que a experiência emblemática se difundiu para o mundo, através do modelo da Barcelona Olímpica.

Assim, a visão do Estado foi sendo aos poucos orientada por uma perspectiva empresarial, por meio do “empreendedorismo urbano”, ou seja,

[...] o padrão de conduta na governança urbana que combina poderes estatais (local metropolitano, regional, nacional, supranacional), diversas formas organizacionais da sociedade civil (câmaras de comércio, sindicatos, igrejas, instituições educacionais e de pesquisa, grupos comunitários, ONGs etc.) e interesses privados (empresariais e individuais) formando coalizões para fomentar ou administrar o desenvolvimento urbano/ regional de um tipo ou de outro (HARVEY, 2006, p.230).

Em uma perspectiva competitiva, o mercado passa a ser o regulador e estruturador da sociedade, e os desenvolvimentos social e econômico são compreendidos como equivalentes (LIMA JUNIOR, 2010), portanto, fundamentando-se na cidade empresa e mercadoria.

Assim, segundo Oliveira (2000), a partir da década de 1990, as intervenções urbanas em Curitiba se deram no sentido de uma arquitetura com vistas a espetáculos urbanos indispensáveis à competição entre cidades, para a atração de investimentos. Segundo Harvey (2006), seriam intervenções direcionadas à economia política do lugar e não à economia do território, ou seja, quando as forças são direcionadas na construção ou melhoria do lugar por meio de ações pontuais que, teoricamente, lançariam uma “sombra benéfica” sobre toda a região.

Esses investimentos enfocam, cada vez mais, a qualidade de vida. A valorização de regiões degradadas, a inovação cultural e a melhoria física do ambiente urbano (incluindo a mudança para estilos mais pós-modernistas de arquitetura e design urbano), atrações para consumo (estádios esportivos, centros de convenções, *shopping centers*, marinas, praças de alimentação exóticas) e entretenimento (a organização de espetáculos urbanos em base temporária ou permanente) se tornam facetas proeminentes das estratégias para regeneração urbana. Acima de tudo a cidade tem de parecer um lugar inovador, estimulante, criativo, e seguro para se viver ou visitar, para divertir-se e consumir (HARVEY, 2006, p. 176).

Lerner (2011, p.7) denomina estas ações pontuais e sua difusão de “acupuntura urbana”, fazendo referência às técnicas da medicina oriental, que buscam recuperar a energia de um ponto doente por meio de uma picada de agulha e, a partir da cura deste ponto, propagar o resultado a todo o corpo e curar doenças. O arquiteto urbanista acredita que também na cidade é possível “cutucar uma área de tal maneira que ela possa ajudar a curar, melhor, criar reações positivas e em cadeia”, uma vez que “[...] o planejamento é um processo. Por melhor que seja, não consegue gerar transformações imediatas. Quase sempre é uma centelha que inicia uma ação e a subsequente propagação dessa ação” são “toques geniais” (LERNER, 2011, p.7).

Estes toques geniais favorecem a formação de uma imagem positiva da cidade, que acaba por configurar-se como uma mercadoria colocada em exposição para a compra, por parte dos investidores de capital. Segundo Ortigoza (2009, p.162),

A abordagem da cidade-mercadoria tem sido muito empregada na atualidade em estudos urbanos. Isso porque, atualmente, se observa a crescente incorporação do *city marketing* como estratégia de atuação dos governos urbanos; com ela novas táticas são incorporadas às políticas urbanas e, assim, o espaço da cidade acaba seguindo formas globais de desenvolvimento, com o que inúmeras entram num mercado mundial de cidades.

Busca-se criar uma imagem urbana atraente da cidade como um chamariz para atrair as ditas “formas de progresso”.

De fato, segundo Sánchez (2003, p.200),

Efetivamente, foi na década de 90 que o Governo Municipal [de Curitiba] passou a fazer um investimento mais incisivo em *marketing* de cidade, em múltiplas e simultâneas escalas, não apenas local, regional ou nacional, mas também inscrevendo esse projeto de cidade no cenário internacional, inscrição ao qual comparecem outros atores, instituições e esferas políticas encarregadas da difusão internacional de modelos de gestão e reestruturação urbana (SÁNCHEZ, 2003, p. 200).

Dessa forma, na década de 1990, Curitiba foi transformada em símbolo de cidade “moderna e ideal”, que buscava revelar um padrão de produção do espaço que poderia se tornar viável em um país como o Brasil, “um Brasil possível” (SÁNCHEZ, 2003). Todavia, temos que destacar que a beleza da cidade não garante uma cidade justa e acessível a todos, mas muitas vezes fragmenta ainda mais seu território, favorecendo contradições.

A obra emblemática para o retorno de Jaime Lerner e de seu grupo ao poder, e para lançar o posicionamento desse novo enfoque político do planejamento e gestão urbana, foi o Jardim Botânico (Fotografia 8).

Fotografia 8: Vista do Jardim Botânico



Fonte: FOGAÇA, I.F., 2011

A área em que se construiu o Jardim Botânico estava, até então, degradada, e desvalorizava o solo urbano, depreciava a paisagem e sofria pressão de ocupação irregular. Por outro lado, constituía-se em uma área que guardava remanescente de vegetação natural e, portanto, potencial de apelo ambiental. Dessa forma, além de evitar naquela região um dos grandes “problemas” que atingem as grandes cidades, as ocupações irregulares, o que não estava na pauta do planejamento para cidades estratégicas, também respondia a uma demanda contemporânea instituída pelo movimento ambientalista, que já vinha sendo aprofundado desde 1972, com a Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente Humano, realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em Estocolmo, e que efervescia no Brasil com a perspectiva da Eco 92, no Rio de Janeiro.

Assim, em 1991, elaborou-se o projeto de criação do Jardim Botânico Municipal. Segundo Ribeiro (2006, p.69), “a instalação deste espaço público para o lazer foi tão importante, que em uma nova configuração e divisão territorial de Curitiba, atualmente, a região passou a ser chamada de Jardim Botânico [...]”.

Segundo a autora

O espaço realmente aprazível conquistou o curitibano, sendo freqüentado diariamente e em fins de semana. A aceitação deste espaço público por parte

da população local fez com que o Jardim Botânico passasse a fazer sucesso também junto a turistas em visita a Curitiba, e hoje é considerado um dos lugares mais visitados da cidade, e conhecido no Brasil inteiro (RIBEIRO, 2006, p.69).

Neste parque, pesquisas para recuperação de áreas florestais degradadas passaram a ser desenvolvidas. Nele foi construído o Museu Botânico Municipal, que apresenta exemplares da flora e fauna da região, denominado Gert Hatschbach, em homenagem ao especialista de destaque mundial na área de biodiversidade. O parque também abriga uma estufa inspirada no Palácio de Cristal de Londres, lagos, pistas de caminhadas e lanchonete, num total de 278.000 m².

Hoje, o Jardim Botânico é gerido pela Fundação O Boticário (Fotografia 9), em uma parceria público-privada, e se constitui em um dos símbolos da imagem criada para a “forma curitibana de viver”. O parque destaca a vertente ambiental conjugada à cultura, pois também abriga o espaço cultural Frans Krajcberg, que expõe obras doadas pelo artista.

Essa parceria demonstra a tendência do capital de se associar a lugares que ainda guardam e destacam as raridades tão valorizadas pela sociedade contemporânea (LEFEBVRE, 1973).

Fotografia 9: Parceria público-privada na gestão de equipamentos urbanos



Fonte: FOGAÇA, I.F., 2011

Ao sistema de transporte estruturado na década de 1970, o qual constituiu um marco para a visibilidade de Curitiba, em 1991 foram agregadas as estações tubo (Fotografia 10), um mobiliário urbano arrojado, que se constitui em rampa de embarque que permite que o passageiro possa adiantar a passagem. São como pequenos terminais de ônibus, que

possibilitam também, em alguns casos, a troca de linha sem o pagamento de outra passagem. Estas estações passaram a ser ícones da paisagem curitibana, mas, no entanto, recebem críticas da população local em função de suas limitações de espaço nos horários de pico de utilização. Junto às estações tubo foi implementado o uso dos ônibus biarticulados (Fotografia 11), especialmente fabricados para Curitiba, com 25 metros e capacidade de transportar até 270 passageiros (URBS, 2011), destacaram a cidade mundialmente.

Fotografias 10 e 11: Estação Tubo/ ônibus biarticulado



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011

Além do Jardim Botânico e das estações tubo, são também obras emblemáticas da década de 1990, ainda realizadas pelo arquiteto urbanista Jaime Lerner, a Rua 24 horas, a Universidade Livre do Meio Ambiente, o parque pedreira Paulo Leminski, a Ópera de Arame localizada junto à pedreira Paulo Leminski, os bosques Gutierrez/ Memorial Chico Mendes e Reinhard Maack (Ver tabela 2 que traz um resumo das áreas verdes criadas e implantadas de 1989 a 1992). Essas formas urbanas seguem a linha da economia política do lugar, termo utilizado por Harvey (2006).

Tabela 2: Parques e Bosques criados ou implantados entre 1989 e 1992

PARQUE/ BOSQUE	INAUGURAÇÃO/ IMPLANTAÇÃO	M ²
Bosque Reinhard Maack	04/11/89	78.000
Parque das Pedreiras/ Opera de Arame	30/09/90	103.500
Parque Passaúna	10/03/91	6.500.000
Jardim Botânico Municipal	05/10/91	278.000
Bosque Zaninelli/ UNILIVRE	15/06/92	47.416
TOTAL		7.006.916

Fonte: SMMA, 2011

O Bosque Reinhard Maack foi criado logo no primeiro ano da terceira gestão de Jaime Lerner, em 1989. Também em 1989, foi construído o Parque da Pedreira, em uma área onde funcionava uma pedreira que havia sido desativada e que foi recuperada ambientalmente. Como apresenta Lerner, esse seria o exemplo de uma acupuntura urbana, que cura uma ferida da cidade feita pelo homem.

Composto pela pedreira Paulo Leminski, o parque constitui um vale em meio a paredões rochosos de mais de 30 metros de altura, com capacidade para 50 mil pessoas assistirem a grandes espetáculos culturais, no entanto em nossa opinião outro uso poderia ser dado ao espaço no intuito de beneficiar a população curitibana, pois mesmo sua função de palco de grandes eventos é pouco desempenhada visto incomodar a vizinhança ali circundante.

Junto à pedreira, ainda na linha de conjugar áreas recuperadas ambientalmente com atividades culturais e de entretenimento, uma característica de Lerner, foi construída, em 1992, a Ópera de Arame (Fotografias 12). A construção da Ópera de Arame fundamentou o início do Festival de Teatro de Curitiba, inaugurando um marco para o teatro curitibano e sua imagem relacionada a essa tipologia de manifestação artística. Com capacidade para aproximadamente duas mil pessoas, o teatro foi construído em estrutura de aço tubular e vidro, envolta em vegetação e paisagem de beleza cênica, que o faz conhecido no Brasil e no mundo, como uma referência da arquitetura da Curitiba moderna, como um ícone em sua paisagem urbana.

A Ópera de Arame foi o que Lerner denomina de uma “picada rápida que não dói”, ou seja, o arquiteto diz que na acupuntura a picada deve ser rápida, e essa obra foi executada em 60 dias. Portanto, a rapidez, tão importante para a empresa, passou também a ser uma marca da cidade.

Todavia, temos que lembrar que na cidade o tempo de reflexão se faz necessário para que todos sejam ouvidos e a democracia se consolide, características estas que não combinam com a empresa, em que tudo deve ser rápido para superar seus concorrentes.

Ainda na linha de unir cultura e “reciclagem urbana”, no mesmo ano de 1992 foi criado o Teatro Novela Curitibanas, em um antigo casarão do início do século XX, doado à prefeitura de Curitiba. Um espaço pequeno, para aproximadamente 70 espectadores, voltado para a valorização de artistas locais.

A Rua 24 horas, construída em setembro de 1991, no formato de galeria, trouxe ao cotidiano curitibano o comércio 24 horas. Constituiu-se na primeira rua coberta do Brasil,

construída no mesmo estilo da Ópera de Arame, com arcos de estrutura metálica tubular e coberta com vidro. Esse equipamento urbano, que contava com cerca de 116 metros de extensão e opções de serviços de lazer, entretenimento, comércio, lojas, bares, farmácia, banco 24 horas, entre outros, funcionou até 2007, quando a rua foi fechada, uma vez que muitos dos serviços ali presentes não mais atuavam no conceito de comércio 24 horas e os grupos de frequentadores já não condiziam mais com o público-alvo almejado para o lugar.

Após o fechamento da Rua 24 horas, em 2007, houve duas tentativas de abertura de licitações para reforma e administração do equipamento pela iniciativa privada, mas em ambas as tentativas não apareceram empresas interessadas no negócio. Em 2010, a prefeitura decidiu ela mesma realizar a reforma das estruturas do equipamento assumindo seu ônus, assunto que discutiremos de forma mais aprofundada no Capítulo 3.

A Universidade Livre do Meio Ambiente (Fotografias 13) foi fundada em 1991 e reinaugurada em 1992, com a presença do oceanógrafo Jacques Cousteau. Construída no Bosque Zanielli, área de uma antiga pedreira desativada no início da década de 1980, que era explorada pela família Zanielle, a Universidade visou preservar mata nativa do Paraná e “curar” outra “ferida urbana”, e também foi construída em “tempo recorde” da mesma forma como o calçadão já citado anteriormente.

Fotografias 12 e 13: Universidade Livre do Meio Ambiente/ Ópera de Arame



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011

Inicialmente, a Unilivre, como passou a ser conhecida a Universidade Livre do Meio Ambiente, era vinculada à Secretaria Municipal de Meio Ambiente e, posteriormente, foi transformada em uma Organização Não-Governamental (ONG), com atuação em âmbito nacional e internacional, trazendo representatividade ao projeto da cidade de Curitiba como capital ecológica. A Unilivre, atualmente considerada uma Organização Social Civil de Interesse Público (OSCIP), podendo assim realizar parcerias com a iniciativa privada, oferece cursos e práticas relacionadas à conservação do meio ambiente, desenvolve estudos, pesquisa e projetos ambientais e de educação ambiental, com o objetivo de “construir uma sociedade sustentável” (UNILIVRE, 2011). Sua estrutura é feita em madeira – troncos de eucalipto, imbuia, cambará e cedro reaproveitados, e vidro.

Assim, na década de 1990, as ações realizadas em Curitiba quanto às questões ambientais, por meio da implantação de áreas verdes de lazer e relacionadas à cultura, repercutiram mundialmente. Essa visibilidade levou a cidade a sediar eventos como o Fórum Mundial de Cidades, que precedeu a Segunda Conferência Mundial do Meio Ambiente - Eco 92 e, em 1995, as comemorações do Dia Mundial do Habitat, e a colocou como a “Capital Ecológica Brasileira”, uma das inúmeras sínteses que vem definindo a imagem da cidade no Brasil e no mundo como uma cidade-modelo.

Desta forma, a década de 1990 e as obras nesse período realizadas são marcos temporal, espacial e político do projeto levado a cabo até a contemporaneidade, na cidade de Curitiba, e terão desdobramentos mais bem discutidos nos capítulos seguintes.

1.3. Turismo na “cidade planejada” e “capital ecológica”.

Embora o turismo seja o foco principal desse estudo, até o momento não foi avaliado, pois na literatura disponível sobre o planejamento e gestão de Curitiba, e no discurso oficial, o turismo não figurou como uma atividade importante até o final da terceira gestão de Jaime Lerner.

Essa ênfase tardia dada ao turismo também ficou bastante evidente nas entrevistas realizadas para a elaboração desta pesquisa, o que revela que o turismo esteve pouco presente, ou melhor, quase que ausente da agenda de planejamento e gestão da cidade, no período até aqui discutido. No discurso oficial, a preocupação até esse momento era pura e exclusiva com a estruturação da cidade para seu morador.

Todavia, não podemos concordar que na Curitiba das décadas de 1970 e 1980, bem como durante a terceira gestão de Jaime Lerner, não houvesse nenhum movimento no sentido

de desenvolver o turismo, ou mesmo que o turismo nunca tivesse sido pensado como ação política de planejamento e de fomento econômico. Em 1973, em comemoração ao ano nacional do turismo, foi elaborado um documento denominado “Plano de Turismo: Curitiba Cidade, Aldeia, Caminho, Encontro”, e na terceira gestão de Jaime Lerner, mesmo não tendo objetivo de interesse turístico, vimos os principais elementos urbanos explorados pelo turismo contemporâneo, como a Ópera de Arame, o Jardim Botânico, entre outros.

No Plano de 1973, o turismo que se pensava objetivava “aproveitar o lazer do homem no seu habitat [o homem curitibano, segundo o documento, resultado do encontro de muitas raças, que configurava uma peculiar maneira de ser e de viver]”, caracterizando assim a cidade como uma cidade mais humana. Destacava-se, no documento, que Curitiba era o entroncamento de quatro rodovias federais e de rotas turísticas com destino a Foz do Iguaçu, Paraguai, Ponta Grossa (Vila Velha), Rio Grande do Sul, Uruguai, Argentina, Vale do Itajaí/SC e Florianópolis e, por assim ser, poderia, além de caminho (passagem) e local de pouso (para o trânsito), ser encontro com a cultura do povo que constituía Curitiba, referenciando a imigração européia que ali se fixou.

Assim, a ideia principal seria que “a cidade sem atrações turísticas naturais” tivesse no lazer e na cultura do seu povo sua atração mais típica.

Também era evidenciado que o aproveitamento do potencial turístico da cidade não era um objetivo isolado, mas encaminhado no sentido de proporcionar à população condições efetivas de participação na evolução da cidade. Dessa forma, o plano dava um realce especial à recreação, envolvendo a criação de estruturas de animação da cidade, do ponto de vista social e cultural, construções de praças e grandes parques, preservação de áreas verdes, arborização da cidade e uma nova política de uso e ocupação do solo, para tornar a cidade mais humana para seus cidadãos.

Por meio de uma análise aprofundada deste Plano, observa-se que o documento apresentava um inventário dos equipamentos locais e projetos de interesse turístico da cidade. Entre estes recursos estava a Praça das Nações; o parque Barigüi, no qual era planejada a instalação de um polo gastronômico que oferecesse as mais variadas opções em culinária internacional e uma vila cultural onde residiriam artistas, mas que nunca foram efetivados, além de um salão de atos e um pavilhão de eventos, que foram executados; o parque São Lourenço, o Barreirinha, o Passeio Público, e a vida cultural que ali se desenvolvia.

Mais relacionados à cultura estavam a Rua das Flores, como ponto de encontro dos moradores; o Antigo Bonde para recreação infantil; o Setor Histórico; a Sala de Estar no centro da cidade; o Museu Paranaense; o Mercado de Flores; o Tabuleiro de Xadrez

(Gigante); o Teatro Paiol, recém revitalizado para sua nova função cultural; o Relógio das Flores, maior do que os relógios do mesmo gênero presentes em Ontário, no Canadá, e em Genebra, e a Feira de arte e artesanato da Praça Garibaldi, que naquele momento já tinha anunciada sua extensão pelo Largo da Ordem, e na contemporaneidade é um grande atrativo turístico.

Além desses, havia projetos de interesse cultural, histórico e turístico que estavam sendo, e ainda seriam executados, como a criação de um plano de animação para a cidade, com o Taxi Tur – um projeto de qualificação de taxistas, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), para atendimento a turistas, que já havia qualificado 300 profissionais e iria continuar suas atividades sendo ampliado a guardas da polícia militar; os *stands* de turismo nas principais entradas da cidade, para prestar informações aos visitantes que chegassem na cidade, e a sinalização turística.

Também foram elaborados materiais de divulgação da cidade, sendo que já havia sido criada uma revista semanal denominada “Guiatur”, que trazia toda programação cultural fixa e móvel da cidade, e produzidos mapas e folhetos que eram distribuídos aos visitantes, bem como um audiovisual sobre a cidade, que era passado nos congressos e convenções, para que os visitantes tomassem conhecimento dos atrativos ali existentes.

Outro indício do interesse em se desenvolver o turismo em Curitiba foi , em 1976, a criação da linha “Curitiba para Todos”, que percorria a cidade destacando seu patrimônio histórico em um trajeto de duas horas, com guias especializados, marco este que também é apontado por Custódio (2006). Além disso, a criação do curso de Turismo na UFPR, no ano de 1978, que inaugurava a discussão acadêmica sobre o tema.

O Plano de 1973 também citava a existência de uma Assessoria de Turismo na estrutura de gestão da Fundação Cultural. Todavia, não conseguimos obter dados que confirmassem detalhes sobre a atuação dessa assessoria. Kaick (2007) aponta que essa Assessoria seria um desdobramento de uma Diretoria de Turismo, criada na década de 1950, e que teria sido extinta na gestão de Lerner, na década de 1970.

Na gestão de Maurício Fruet, em 1983, criou-se a Secretaria Municipal de Turismo. O órgão de planejamento e gestão do turismo organizava as atividades relacionadas ao carnaval e à gestão da produção e venda artesanal de Curitiba, em sua feira já popular¹².

¹² Informações coletadas durante entrevistas realizadas com técnicos e líderes políticos que participaram do processo de planejamento e gestão de Curitiba, nas décadas de 1970 e 1980.

Na terceira gestão de Jaime Lerner, em 1989, a Secretaria Municipal de Turismo foi rebaixada ao *status* de diretoria, dentro da estrutura da Fundação Cultural de Curitiba, e permaneceu assim até 1993. Todavia, essa gestão (1989 -1992), mesmo que relegando a atividade turística somente a uma ramificação da Fundação Cultural, foi fundamental para o turismo contemporâneo que acontece em Curitiba, pois, além da construção dos ícones urbanos citados, hoje visitados pelos turistas, criou a linha pró-parque, em 1990.

A linha pró-parque era uma linha de ônibus que percorria, aos domingos e feriados, parques e regiões centrais da cidade, com o intuito de dinamizar o fluxo de visitação aos parques da cidade por moradores e turistas, e, mais tarde, veio a se transformar na linha de turismo que é um dos símbolos do turismo curitibano (CUSTÓDIO, 2006).

Por parte do governo do Estado, houve também, nesse período, uma intervenção que dava indícios de um movimento turístico. Trata-se da inauguração em Curitiba, em 1991, de seu Centro de Convenções, com mais de 8000 m² e toda infraestrutura para receber eventos (feiras, congressos, convenções, shows etc.), demarcando o início da política de atração de eventos para o município e um indício do início do fomento ao turismo de negócios na cidade, atraindo para Curitiba executivos de alto poder aquisitivo.

Assim, até o início da década de 1990, houve iniciativas que acabaram dando base para o desenvolvimento do turismo em Curitiba. No entanto, entendemos que naquele período a atividade turística apresentava um valor diverso do que analisamos hoje. Nas décadas de 1970 e 1980, a visitação à cidade, como o próprio documento de 1973 diz, tinha o intuito de caracterizar a cidade como mais humana, camuflando seu caráter tão técnico, que já lhe rendia críticas.

O que se destacava com o incentivo à visitação das principais áreas de intervenções urbanas da cidade era seu valor de uso.

Essa visão começou a se alterar após 1989, na terceira gestão de Jaime Lerner, e se consolidou a partir de 1993, com o entusiasmo pelo turismo do então prefeito de Curitiba, Rafael Greca de Macedo.

A partir de 1993, o turismo passou ao *status* de forte atividade econômica, uma vez que já participava com 3,56% do Produto Interno Bruto (PIB) do município (SICT, 1996). Assim, no próximo Capítulo buscaremos compreender como o turismo foi incluído no planejamento e gestão de Curitiba.

CAPÍTULO II – CURITIBA - CIDADE COMPETITIVA E TURÍSTICA.

No Capítulo anterior foi analisado como se deu o processo de planejamento e gestão de Curitiba a partir do Plano Urbanístico elaborado no final da década de 1960 e implementado nas décadas de 1970 e 1980, cuja predominância política foi arrolada a um grupo relacionado a um único líder, o arquiteto Jaime Lerner. Estas décadas constituem, portanto, marcos temporais da estruturação física urbana e econômica de Curitiba.

Também foi analisada a terceira gestão de Jaime Lerner, quando uma nova orientação passou a direcionar o planejamento e gestão urbana de Curitiba, na qual se evidenciou a face estratégica e competitiva da cidade, quando as intervenções urbanas se voltaram ao meio ambiente e à estética urbana, carregadas de ações de *city marketing*, no sentido de formar uma imagem de Curitiba como Capital Ecológica.

Nessa última gestão, apesar de não estar declarado no discurso político oficial seu caráter estratégico, os estratagemas do planejamento e gestão estratégicos e do empreendedorismo urbano, já desenvolvidos nos EUA, desde a década 1970, e aclamados a partir da experiência européia da Barcelona Olímpica, no final da década de 1980 e início da década de 1990 (HARVEY, 2006; LIMA JUNIOR, 2010), se sobressaíram.

É evidente que desde a década de 1970, em função do perfil de gestão desenvolvimentista do regime militar, já havia indícios, mesmo que incipientes, de um planejamento e gestão estratégicos. Essa perspectiva se evidencia pelas ações em favor de investidores de capital, por meio da concessão de generosos subsídios públicos à iniciativa privada, que fundamentaram a criação e êxito da CIC; da estruturação da cidade com infraestrutura urbana, de comunicação, de transporte, entre outras ações, no sentido de torná-la mais moderna. Houve também a renovação, restauro e revitalização de áreas e recursos degradados da cidade, que poderiam denegrir a imagem de modelo urbano do milagre brasileiro, e a utilização da cultura e da qualidade de vida como argumento para produção e valorização do espaço.

Todavia, foi após 1989 que as intervenções urbanas relacionadas à estética e carregadas de *city marketing* marcaram mais fortemente a transformação de Curitiba na cidade estratégica e competitiva.

Assim, a terceira gestão do arquiteto urbanista Jaime Lerner é um marco temporal do início de uma orientação de planejamento e gestão estratégicos, que marcaria os rumos da cidade até a contemporaneidade. Claro, com as devidas adaptações que os desafios mais

recentes de sua dimensão metropolitana e das contradições que compõem a cidade demandam.

Essa nova face, estratégica e competitiva da cidade, resultou de um novo elemento que influenciou sua dinâmica, a expansão do capitalismo, gerando o valor de consumo do e no espaço, e, nesse contexto, o turismo ganhou destaque.

Foi na década de 1990, mais especificamente a partir de 1993, que o turismo entrou claramente na pauta do planejamento e gestão pública de Curitiba, mesmo que até hoje careça de compreensão e atenção por parte dos dirigentes da cidade.

Os “cartões postais” do turismo curitibano, que “vendem” a imagem da cidade, são dezenas de parques e bosques, além de praças e jardins, museus, teatros, espaços para eventos, um bairro gastronômico, *shoppings centers*, desde os mais modestos aos mais luxuosos. Em 2010, estima-se que Curitiba tenha recebido 3.410.219 turistas, 8,81% a mais do que em 2009, quando Curitiba recebeu 3.134.162 turistas (CURITIBA TURISMO, 2010).

Desse modo, o presente Capítulo continua a análise do processo e gestão da cidade de Curitiba, todavia dando destaque para mais um elemento e sua influência nesse contexto, o turismo.

2.1. O entusiasmo com a cultura e o turismo – Gestão de Rafael Greca de Macedo (1993-1996) na prefeitura de Curitiba

Como apresentado no Capítulo I, não podemos dizer que na Curitiba das décadas de 1970 e 1980, e na terceira gestão de Jaime Lerner, não havia nenhum movimento em favor do desenvolvimento do turismo, haja vista o Plano de Turismo elaborado em 1973, as linhas de visitação aos recursos de potencialidades turísticas da cidade de 1976 e 1990, a criação da Secretaria Municipal de Turismo de 1983, e o início do fomento ao turismo de negócios, em função das atividades da CIC, que culminou na construção do Centro de Convenções de Curitiba, em 1991. Todavia, foi somente a partir de 1993, com a eleição de Rafael Greca de Macedo, que o turismo passou a ser, declaradamente, uma pauta na agenda pública local.

Em 1993, com o apoio do arquiteto Jaime Lerner, Rafael Greca de Macedo foi eleito e deu continuidade às obras urbanas emblemáticas que representam a imagem de Curitiba.

Rafael Greca, curitibano, economista e engenheiro, especialista em urbanismo, mas, igualmente, poeta e estudioso da história do Paraná e do Brasil, atuou na prefeitura de Curitiba como um defensor da cultura e, como também entendia que valorizar a cultura local era divulgá-la aos que por ali passavam, tornou-se um entusiasta da atividade turística. Esse

perfil político lhe possibilitou ocupar, em 1999, o cargo de Ministro do Esporte e Turismo, junto à presidência de Fernando Henrique Cardoso.

Rafael Greca se denominava, em sua atuação como prefeito, como o “pontífice da cidade”, aquele que celebrava a cidade com o intuito de transmitir sua herança e manter sua identidade¹³. Sua gestão teve visível inclinação para a questão cultural, mas ainda correlacionada às questões ambientais, foco da gestão anterior de Jaime Lerner.

São desse período os livros didáticos “lições curitibanas”, que foram adotados na rede escolar de ensino fundamental de Curitiba, de primeira a quarta séries, para estimular e divulgar e, portanto, legitimar junto à população os projetos de modernização da cidade que estavam sendo desenvolvidos.

É interessante observar que a perspectiva de ter o apoio incondicional da população, legitimando as intervenções urbanas e políticas da gestão municipal, se constituiu característica marcante dos gestores de Curitiba desde a década de 1970, e se manteve na década de 1990, como uma arquitetura do consenso. Nesse sentido, o *marketing* urbano na gestão de Rafael Greca, tanto externo quanto interno, se evidenciou ainda mais. O *marketing* voltado ao curitibano tinha a intenção de criar nele o orgulho por viver em uma cidade admirada no Brasil e no mundo, e também disseminar a ideia de que, mesmo que as intervenções não trouxessem benefícios diretos a todos, indiretamente trariam. Quem se opusesse às intervenções em curso estavam se opondo ao progresso da cidade.

Como política setorial de turismo, na gestão de Rafael Greca foi criada a Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (SICT), e em sua estrutura um Departamento de Turismo. Criou-se também, nesse período, uma Comissão Municipal de Turismo, conjugada ao Conselho de Desenvolvimento Econômico.

A partir dessa organização estrutural do Turismo, a atividade que já demonstrava vigor, uma vez que, em 1992, Curitiba já era visitada por aproximadamente 784.575 turistas (SICT, 1997), passou a ser fomentada por meio da intensificação da promoção dos atrativos já formatados como produtos turísticos. Curitiba passou, então, a ser promovida como cidade turística, com o objetivo de deixar de ser uma cidade de passagem dos viajantes que se dirigiam a destinos turísticos já consolidados no Brasil, como as praias de Santa Catarina, e se transformar no destino da viagem, como já era compreendido nos registros do plano de turismo elaborado em 1973.

¹³ Informações concedidas por meio de entrevista em julho de 2011.

Assim, a partir desse período, a cidade passou a ter sua imagem promovida por meio da participação em eventos de turismo no Brasil e no exterior, como na feira da Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV). Outros eventos visavam divulgar essa imagem, como a promoção de viagens de turismo de familiarização (FAMTUR) para jornalistas e operadoras de turismo, para que conhecessem, divulgassem e comercializassem Curitiba como um produto Turístico; a elaboração de um calendário de eventos que se realizariam tanto na sede da metrópole quanto na RMC; cadernos de serviços direcionados ao turista, mas que também revelavam o que havia de serviços na cidade ao próprio curitibano, entre outros¹⁴.

Moura (2007, p.350) comenta que

Em 1993, quando se comemorou os 300 anos de Curitiba, a veiculação da imagem e o apelo à visitação foram aprimorados. Periódicos e revistas nacionais e internacionais foram mobilizados e inúmeras premiações garantiram maior visibilidade à cidade. Nacional e localmente, foi intensificada a campanha, como se constata em reportagens, dentre as quais se destaca a matéria de capa da Revista Icaro, então revista de bordo da Varig, pela amplitude de sua circulação nas mãos de turistas nacionais e internacionais. Na chamada principal de seu número 104 afirmava: ‘Curitiba chega a 300 anos como um exemplo de que o futuro dos grandes centros urbanos está nas soluções coletivas e no respeito à natureza’ (MARINS, 1993, p.16, apud MOURA, 2007, p.350).

O órgão de turismo participou intensamente das atividades de comemoração dos 300 anos de Curitiba, agregando às mesmas o fomento à cultura e ao turismo. Foi criada, por ocasião do aniversário da cidade, a “Linha Pinhão”, um projeto já pensado na gestão Lerner da década de 1970, mas que foi materializado em 1993. A “Linha Pinhão – pegadas da memória” tratava de um roteiro demarcado no chão da cidade em *petit pavê* vermelho, idealizado a partir de seis diferentes caminhos feitos a pé, que poderiam ser iniciados em três diferentes locais: a Praça João Candido, a Praça Osório ou a Universidade Federal do Paraná.

O intuito do projeto era destacar na paisagem urbana a história da cidade, por meio de 51 pontos de contemplação – ruas, edificações e equipamentos históricos etc. Esses pontos eram identificados por placas que traziam algumas informações históricas do recurso. O projeto, além de objetivar o turista, também era voltado à educação patrimonial de crianças em idade escolar da cidade (SIVIERO, 2005), como uma ação de *marketing* voltado ao município.

¹⁴ Informações coletadas junto ao então Diretor de Turismo da época, que permaneceu no cargo no período de 8 anos.

Também em 1993, outro evento que se constituiu em um marco para o turismo em Curitiba foi a exibição da novela “Sonho Meu” pela Rede Globo de Televisão. Pela primeira vez a alocação de uma telenovela deixava o eixo Rio - São Paulo - Nordeste e mostrava imagens de uma cidade do sul do Brasil. Várias cenas foram gravadas nos principais ícones da paisagem urbana de Curitiba, como o Jardim Botânico e a Ópera de Arame, trazendo visibilidade e atraindo turistas tanto nacionais quanto internacionais à cidade, pois criava-se um imaginário de hospitalidade tanto para o lugar quanto para sua população. A novela foi exibida em diversos países do mundo também favorecendo a divulgação dessa imagem no exterior. Nesse sentido a novela revela as imagens da cidade ao restante do país e ao mundo influenciando, de certa forma, os rumos que o turismo iria a traçar¹⁵.

Outras obras da gestão de Rafael Greca também trouxeram visibilidade ao município: os faróis do saber, as primeiras ruas da cidadania (foram três em sua gestão, uma em 1995, duas em 1996, e outras seis nas gestões que o sucederam, Cássio Taniguchi e Beto Richa), o Memorial da Cidade, os parques Tingüi, Tanguá, e os bosques do Tropeiro, Caiuá e Diadema.

O primeiro farol do saber foi construído em 1994, no bairro Vista Alegre. Tratava-se de uma rede de bibliotecas públicas, que tinha como objetivo ampliar o acesso à cultura em todos os bairros do município. Estes equipamentos se destacavam na paisagem curitibana por sua arquitetura, que se inspira no antigo farol e na biblioteca de Alexandria e a ideia da versão curitibana era haver em seu topo um guarda municipal para “vigiar” o bairro. Em geral, sua arquitetura é modular, em estrutura metálica, e sua torre tem 10 metros de altura. O modelo de Farol do Saber foi aos poucos se espalhando para o interior do Estado (Fotografia 14).

As ruas da cidadania (Fotografia 15) são espaços públicos que sediam as administrações regionais da cidade e, também, conjugam serviços sociais, cultura, educação e lazer nas áreas mais carentes da cidade, constituindo-se em uma forma de descentralizar serviços urbanos. Estas ruas tiveram continuidade nas administrações dos sucessores de Rafael Greca na prefeitura de Curitiba, permanecendo até hoje e estando presente nas regiões administrativas do município.

O Memorial da Cidade foi inaugurado em 1996, no setor histórico da cidade, e conta com uma arquitetura que segue o mesmo padrão da Ópera de Arame, Rua 24 horas e Farol do Saber, estrutura em armação de vidro e concreto. É um espaço de exposição de artes, em

¹⁵ Informações coletadas junto ao então Diretor de Turismo da época, que permaneceu no cargo no período de 8 anos.

especial de artistas paranaenses, onde também há espaços para apresentação de teatro e música e para eventos relacionados à arte e cultura (Fotografias 16 e 17).

Fotografias 14 e 15: Farol do Saber nas proximidades da Ópera de Arame/ Rua da Cidadania em Santa Felicidade



Fonte: FOGAÇA, I. F. 2011

Fotografias 16 e 17: Memorial da cidade fachada/ interior



Fonte: FOGAÇA, I. F. 2011

O parque Tingüi, com 380.000 m², está à margem do rio Barigüi e possui vasta área verde, ciclovias, lagos e parque infantil. Além de equipamentos de lazer, homenageia ao mesmo tempo os povos indígenas que ali habitavam e os imigrantes ucranianos. Foi

construído em um espaço doado à Prefeitura Municipal de Curitiba por uma construtora que possuía uma área de cerca de 460 mil m² na região.

Após a criação do parque, segundo Firkowski (2001, p.251),

[...] a construtora lançou, nos cerca de 264 mil m² restantes, um dos maiores condomínios fechados de Curitiba, denominado Residencial Novo Parque, com terrenos variando entre mil e quatro mil m², contando com bosques preservados, segurança, completa infra-estrutura, além do Parque contíguo, o que garante aos moradores a certeza de que não se dará no local uma ocupação indesejada.

Estas ações materializam e evidenciam a parceria entre poder público e iniciativa privada na produção e reprodução do espaço, bem como destaca o caráter especulativo das obras relacionadas ao consumo no e do espaço, como o lazer e o turismo (HARVEY, 2006; RODRIGUES, 1997; CORIOLANO, 2006).

No parque Tingüi está também o Memorial Ucrâniano, inaugurado em 1996, por ocasião do centenário da imigração ucraniana em Curitiba, como homenagem a seus descendentes. Nesse espaço, há uma réplica da igreja de São Miguel Arcanjo (construída por imigrantes no final do século XIX em Marechal Mallet, interior do Paraná), uma casa típica ucraniana e uma loja de lembranças, bem como um palco a céu aberto, que dá apoio às festas típicas que acontecem ali durante todo o ano, em especial no período em que se comemora a páscoa ucraniana¹⁶, com a bênção dos alimentos.

O parque Tanguá (Fotografias 18 e 19), bem como o parque pedreira Paulo Leminsky, constitui a recuperação de uma área de um complexo de pedreiras desativadas, que seria destinada a depósito de lixo. Assim, percebe-se a continuidade das ideias defendidas por Lerner, de “curar as feridas” urbanas com a valorização ambiental e cultural dos lugares, com a perspectiva de criação de áreas de lazer.

O parque Tanguá foi inaugurado em 1996 e em seus 235 mil m² conta com lagos, mirante, ciclovias, pista de *Cooper*, lanchonete e um jardim em homenagem a Poty Lazzaroto, artista plástico curitibano, além de uma área verde próxima à nascente do rio Barigüi.

Da mesma forma como se deu no parque Tingüi, o parque Tanguá “resultou de um forte vínculo entre as esferas pública e privada, já que suas terras pertenciam a particulares,

¹⁶ A páscoa ucraniana não é comemorada no mesmo período em que no Brasil comemoramos a Páscoa. Informações coletadas junto ao então Diretor de Turismo da época, que permaneceu no cargo no período de 8 anos.

que as doaram em parte à Prefeitura, prevendo a valorização imobiliária no loteamento adjacente” (CASTELNOU, 2006, p.65).

Fotografias 18 e 19: Parque Tanguá



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2001

O Bosque dos Tropeiros, criado em 1994, homenageia o ciclo histórico do tropeirismo e a cultura gaúcha. Possui churrascaria, cancha de rodeio, museu, *camping*, entre outros, e uma área de mata nativa. O Bosque Caiuá, criado em área próxima ao do Bosque Tropeiro, foi implantado para recuperar o fundo de vale de um córrego, que era usado informalmente como depósito de lixo. Conta com canchas de futebol de areia, campo de futebol de grama, canchas de vôlei de areia e *playgrounds*. O Bosque Diadema segue o mesmo padrão que o bosque Caiuá, estando também nas proximidades dos Bosques Caiuá e Tropeiros.

Segundo Castelnou (2006, p.64), na gestão de Rafael Greca, “diferentemente das [áreas verdes de lazer] que iam sendo criadas na região Norte, homenageando etnias estrangeiras [...]” foram criadas áreas verdes em outras regiões da cidade, em especial na zona Oeste, em homenagem à população migrante do interior. Todavia, estes parques não foram agregados aos roteiros turísticos comercializados em Curitiba.

Inúmeros outros espaços culturais, correlacionados a áreas naturais ou não, foram inaugurados na década de 1990. Entre estas áreas estão o Bosque de Portugal, de 1994, que conjuga área verde nativa com elementos da arquitetura portuguesa, como pilastras de azulejos estampados com versos de poetas de língua portuguesa; o Bosque Italiano (São Cristovão), localizado no bairro Santa Felicidade, onde acontecem festas italianas, como a festa da uva no início do ano e a festa da polenta no meio do ano; o Bosque dos 300 anos,

criado em homenagem ao terceiro centenário de emancipação da cidade, em 1993; o Bosque Fazendinha, criado em 1995 na área de uma antiga olaria pertencente à família Klemtz, que ainda conserva a antiga casa da família e possui canchas esportivas, mirante, churrasqueiras, trilhas ecológicas, um liceu de artes e um palco ao ar livre; e o Bosque do Trabalhador, criado em 1996, próximo à CIC.

Ainda cabe citar o Memorial Alemão (Fotografia 20), criado em 1996, que conta com uma sala de concertos musicais, biblioteca infantil e outras atrações culturais, além de uma densa área de mata nativa; o Memorial Árabe (Fotografia 21) em homenagem aos árabes comerciantes da Rua Riachuelo, que apesar de não estar em área natural, localiza-se em frente ao Passeio Público, primeiro parque de Curitiba, e também se constitui em um Farol do Saber; e o Memorial Japonês, construído em 1993 na praça do Japão, em homenagem aos japoneses que se fixaram em Curitiba.

Também na gestão de Rafael Greca, em parceria com a iniciativa privada, foram revitalizados o centro histórico e a área central, por meio dos projetos culturais, como o projeto “cores da cidade”, patrocinado pela Fundação Roberto Marinho e Tintas Renner.

A tabela 3 traz um resumo dos parques e bosques criados ou implantados na gestão de Rafael Greca.

Tabela 3: Parques e Bosques criados ou implantados entre 1993 e 1996

PARQUE/ BOSQUE	INAUGURAÇÃO/ IMPLANTAÇÃO	M ²
Parque dos Tropeiros	25/09/94	173.474
Parque Diadema	25/09/94	112.000
Parque Caiuá	25/09/94	46.000
Parque Tingui	01/10/94	380.000
Bosque Italiano	1994	23.540
Bosque de Portugal	19/03/94	20.850
Bosque da Fazendinha	09/12/95	72.851
Bosque Alemão	13/04/96	40.000
Bosque do Trabalhador	1996	210.015
Parque Tanguá	23/11/96	235.000
TOTAL		1.313.730

Fonte: SMMA, 2011

Assim segundo Castelnou (2006, p.65),

Ao terminar seu mandato, Greca deixou prontos os projetos de implantação de outros cinco parques: o do Semeador, no Bairro Novo; do Ribeirão dos Müller, no Campo Comprido; das Nascentes, no Uberaba; do Atuba, no

bairro de mesmo nome; e da Fazendinha, associado ao bosque de mesmo nome. As novas áreas de construção representariam mais de 500.000 m² de espaços verdes na cidade.

Todavia, até a contemporaneidade, nem todos foram implantados.

Fotografias 20 e 21: Bosque Alemão/ Memorial Árabe



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011

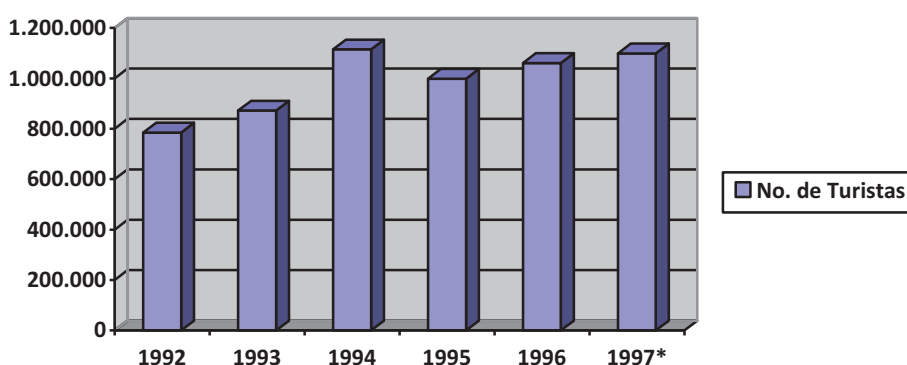
Pelo que foi apresentado, percebe-se que, na gestão de 1993 a 1997, as questões ambientais passaram a ser associadas à cultura e ao turismo. Houve uma especial valorização da cultura de imigração europeia que ali se fixou, o que também levou a cidade à síntese “Curitiba: a cidade mais europeia do Brasil”. Moura (2007) comenta que, nesse período, Curitiba acenou para a solidariedade de suas muitas culturas, homenageando os povos imigrantes por meio de obras urbanísticas. A autora destaca, para o período, a elaboração de material publicitário que defendia a imagem de “Curitiba: uma cidade de muitos países”.

[...] uma cidade na qual o turismo se liga à ecologia e à cultura, oferecendo novas opções como o Memorial da Cidade, as Ruas da Cidadania, os Faróis do Saber, a Rua 24 Horas, além do Parque Tanguá, Bosque Alemão, Memorial Ucrâniano no Parque Tingui, que não só ampliaram o perímetro de visitação, como inauguraram a imagem multicultural urbana (MOURA, 2007, p.350).

Todavia, a cultura de povos que também tiveram participação significativa na formação da sociedade curitibana não foi homenageada, como afirma Souza (2007), que denomina Curitiba como a “Capital Europeia” e “mais preta” da região sul do Brasil, e questiona por que não há parques que reconheçam a importância dos negros na história de Curitiba. Sobre este assunto voltaremos a discutir no Capítulo 3 desta pesquisa.

Portanto, foi na gestão de Rafael Greca que o turismo começou a ser pensado como uma atividade presente no contexto curitibano. Os resultados das ações realizadas no sentido do desenvolvimento do turismo podem ser compreendidos a partir dos dados dispostos nos gráficos 1 e 2.

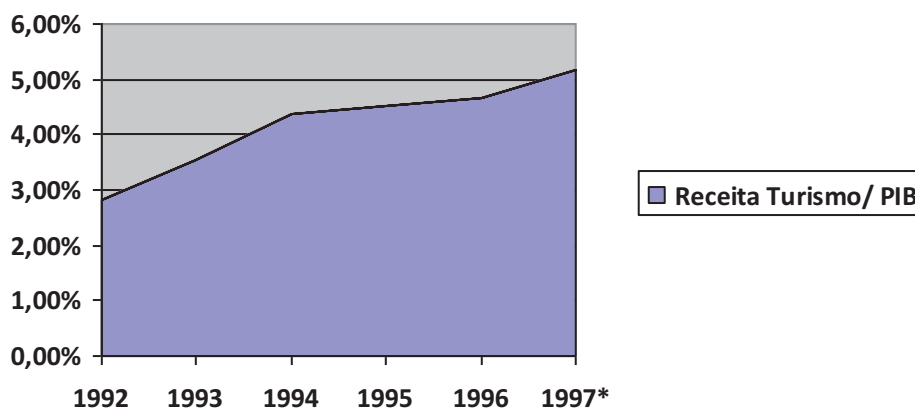
Gráfico 1: Número de turistas que visitaram Curitiba de 1992 a 1997



Fonte: SICT (1997) * Estimativa

Em 1992, ano anterior à gestão de Rafael Greca, o município de Curitiba recebia 784.575 turistas; em 1996, ano em que encerrou o seu mandato, Curitiba estava recebendo 1.060.533 visitantes (Gráfico 1). A participação do turismo no Produto Interno Bruto (PIB) municipal, em 4 anos, passou de 2,81% para 4,69%, deixando boas estimativas para o ano de 1997.

Gráfico 2: Participação da Receita Turismo no PIB municipal de 1992 a 1997



Fonte: SICT (1997) * Estimativa

O ano de 1994 destaca-se nas estatísticas apresentadas, uma vez que foi neste ano que foi criada a Linha Turismo, que acreditamos ser a ação de maior destaque para a consolidação e a definição dos rumos do turismo na cidade de Curitiba

Esta linha de transporte se diferenciava das linhas convencionais de transporte do município. Seus ônibus contavam com *design* especial, uma espécie de “jardineira” elaborada especialmente para Curitiba, na cor branca, com adesivos que retratavam os principais atrativos a ser visitados na cidade (Ópera de Arame, Jardim Botânico, Unilivre, Rua 24 horas, Teatro Paiol, Setor Histórico etc.). A linha circulava de 30 em 30 minutos, percorria 33 Km, passando pelos principais locais de visitaçã da cidade, e em cada atrativo visitado havia uma placa de identificação que informava o horário de passagem do ônibus. Sua tarifa inicial era de R\$ 0,80 centavos, o mesmo valor da tarifa do ônibus convencional, mas no mesmo ano passou a R\$3,00, dando direito ao passageiro a um embarque e três reembarques, podendo assim visitar três atrativos (RAMOS, 2010).

Em 1996, ainda na gestão de Rafael Greca, buscando ampliar a oferta de serviços receptivos aos visitantes de Curitiba, foi criada uma segunda linha de ônibus turística, a linha “Volta ao Mundo”, uma nova linha direcionada aos turistas. Esta linha era dedicada à visitaçã e valorizaçã dos Bosques e Memoriais éticos criados e construídos em Curitiba. Eram visitados 15 atrativos turísticos no mesmo sistema da Linha Turismo, com uma tarifa de R\$5,00. Um ano após o fim da gestão de Rafael Greca, essa linha foi desativada e seus principais atrativos foram adicionados à Linha Turismo (RAMOS, 2010), cujas alterações trataremos mais em breve.

Dessa forma, a gestão de Rafael Greca representou um marco temporal e político para o desenvolvimento do turismo em Curitiba. Essa avaliação, como já destacado, não significa afirmar que antes de 1993 não houvesse elementos que fomentassem o turismo na cidade, muito pelo contrário, grande parte dos atrativos turísticos até hoje explorados em Curitiba são intervenções urbanas realizadas na década de 1970 e, principalmente, obras estéticas da década de 1990. As próprias obras realizadas por Rafael Greca foram uma continuidade do que se iniciou em 1970, criação de parques e de ações de estímulo cultural, que se revestiram de uma nova roupagem na década de 1990.

Todavia, Rafael Greca foi quem melhor direcionou estas intervenções e a cidade de Curitiba, como um todo, para a comercializaçã turística, por meio de um roteiro bem delimitado, e passou a trabalhar a síntese e a imagem da cidade também como a Curitiba Turística. A partir de então Curitiba deixou de ser uma cidade de passagem para destinos

turísticos consolidados, como as praias de Santa Catarina, Foz do Iguaçu e Serras Gaúchas, e se tornou também um destino turístico.

2.2. Cidade das Oportunidades – As claras evidências da gestão estratégica de Cássio Taniguchi (1997-2000) (2001-2004) na prefeitura de Curitiba

Em 1997, também com o apoio de Jaime Lerner e de Rafael Greca, Cássio Taniguchi, com um currículo relacionado aos principais órgãos de planejamento de Curitiba, como URBS e IPPUC, e uma sociedade com Jaime Lerner em empresa de consultoria (CASSIO TANIGUCHI, 2010), foi eleito prefeito de Curitiba, permanecendo por dois mandatos (1997-1999/ 2000-2004).

Com um perfil mais administrativo, Cássio registra nos documentos de suas gestões um viés mais estratégico. Segundo Wosniak (2008), as ações de planejamento e gestão estratégicas aparecem nos documentos dos órgãos de administração direta e indireta da prefeitura municipal de Curitiba a partir das gestões de Cássio Taniguchi (1997-1999/ 2000-2004).

Nessas gestões, segundo a referida autora, utilizou-se da ferramenta de planejamento e gestão denominada “arquitetura estratégica”, em que se analisava a ambiência externa (oportunidades e ameaças) e a ambiência interna (pontos fortes e fracos) para a definição de estratégias. Portanto, foi na gestão de Cássio Taniguchi que o planejamento estratégico ficou registrado nos documentos oficiais do município.

Para a elaboração dos planos, programas e projetos, eram elaborados diagnósticos, como, por exemplo, os relatórios “Decidindo Curitiba”, no intuito de acumular conhecimento sobre a situação atual do município.

É interessante observar que, no resumo das ações realizadas em Curitiba nesse período, a cidade era representada pelas sínteses “Cidade das Oportunidades” e “Cidade Tecnológica” (WOSNIAK, 2008).

Estas sínteses refletem a afirmação de Arantes (2009), quando coloca que na cidade estratégica vive-se à espreita de ocasiões. E as ocasiões de Curitiba foram encontradas nos problemas que sua gestão passou a enfrentar.

Segundo Firkowski (2001), na década de 1990, a mancha urbana que representava Curitiba se consolidou para além de seus limites político-administrativos. Municípios do entorno de Curitiba e, mesmo a capital, em escala menor, passaram por um processo significativo de crescimento populacional, por exemplo, Piraquara e Fazenda Rio Grande

creciam em média 8,5% ao ano. Por outro lado, a partir de 1995, uma série de empresas de capital industrial externo passou a se instalar no Aglomerado Metropolitano de Curitiba, o que dinamizou e internacionalizou sua economia.

Mossato (2007), outra autora que analisa esse processo, observa que:

Neste período, rompendo com a hegemonia da centralização dos investimentos em São Paulo, importantes empresas passam a buscar novos espaços para a implantação das suas unidades produtivas, embora o estado paulista mantenha o seu padrão concentrador característico. Aproveitando a possibilidade, [...], o estado do Paraná lança mão de estratégias diversas para a atração de investimentos, materializados mediante a recepção de importantes capitais estrangeiros ligados em grande parte ao setor automotivo, com a instalação no Aglomerado Metropolitano de Curitiba de unidades das montadoras Renault (francesa), Audi-Volkswagen (alemã) e Chrysler (americana) (MOSSATO, 2007, p.41).

É desse período o programa “Paraná mais Emprego”, lançado pelo então governador Jaime Lerner, que visava incentivar a desconcentração industrial no estado do Paraná, ou seja, incentivava a instalação de novas indústrias, que na década de 1970 e 1980 foi orientada em direção à capital do Estado, Curitiba, leia-se para a CIC, agora se irradiasse ao interior do Estado. Outras ações também foram realizadas por parte do governo do Estado, como a ampliação e transformação do aeroporto Afonso Pena, localizado na RMC, no município de São José dos Pinhais, para a categoria internacional (FIRKOWSKI, 2001), o que também trouxe mais dinamismo à metrópole.

Desse modo, ao mesmo tempo em que a capital via os problemas sociais em âmbito local e regional em pleno crescimento, perdia centralidade econômica, o que demandava novas estratégias no sentido de neutralizar os problemas e maximizar as oportunidades. Era necessário, a partir das transformações na RMC, passar a pensar na dimensão metropolitana da cidade.

Nesse sentido, segundo Castelnou (2006), a primeira gestão de Cássio Taniguchi, entre 1997 e 2000, foi marcada por grandes mudanças e desafios. Como estratégia, houve o aprofundamento do projeto de criação de um Parque de *Software*, já iniciado por Rafael Greca, ampliando suas perspectivas para um parque tecnológico, e uma tímida integração da capital com os demais municípios de sua região.

Foi em 1996, por exemplo, que o sistema de transporte iniciou as primeiras integrações com algumas cidades da RMC e outras providências foram principiadas sem maiores aprofundamentos.

Desta forma, o contexto da primeira gestão de Cássio Taniguchi fez com que suas intervenções não alcançassem tanta visibilidade como as que foram realizadas desde as gestões de Jaime Lerner até Rafael Greca, fato este que ficou também evidente nas entrevistas realizadas com os mais diversos agentes que tiveram atuação no processo de planejamento e gestão, durante o trabalho de campo desta pesquisa.

Na primeira gestão de Cássio Taniguchi houve somente a continuação ou ampliação de projetos iniciados e a manutenção das obras realizadas nas gestões anteriores. Como novidade, aconteceu a revisão do Plano Diretor de Urbanismo da Cidade, concluída no ano 2000, trazendo como inovação a criação de novos eixos de adensamento populacional, com destaque para o eixo ao longo da BR 116.

Na reeleição de Cássio Taniguchi, em 2000, os reflexos dos problemas que se desenvolveram em sua primeira gestão foram sentidos com a resistência popular, já na campanha eleitoral. Com uma vitória eleitoral em segundo turno, bastante apertada sobre a oposição, que defendia um programa voltado ao combate às desigualdades, Cássio e sua equipe, fortemente apoiados por Lerner, viram-se obrigados a reelaborar o lema de sua campanha, que sempre prezou a administração com base no saber técnico do planejamento, para uma nova roupagem, que viria a difundir uma nova imagem síntese para Curitiba, a “Capital Social”, uma cidade voltada para praticar a inclusão social (SÁNCHEZ, 2003).

É importante destacar que a situação vivida pela gestão Taniguchi em Curitiba era resultado do momento pelo qual passava a cidade, mas não somente isso, também de um contexto de todo o país. Na metrópole que se desenvolveu de forma desigual, os problemas começavam a se agravar, como o aumento da violência, ocupações irregulares, trânsito congestionado, entre outros, o que também estimulava a reação dos movimentos sociais. No Brasil, a criação da lei de responsabilidade fiscal, que restringia a execução de obras da forma como as que foram realizadas por Jaime Lerner e Rafael Greca, que pudessem comprometer o orçamento público, bem como a criação do estatuto da cidade, traziam novos desafios para uma gestão mais participativa.

Assim, na primeira gestão de Cássio Taniguchi, nenhum parque ou bosque urbano, símbolo das gestões anteriores, foi criado/ implantado. Na sua segunda gestão, segundo Castelnou (2006), embora mais cinco novos parques tivessem sido previstos, somente quatro foram executados.

Mesmo assim, a questão cultural correlacionada ao discurso ambientalista ainda aparece nos objetivos estratégicos de 1997-2000/2000-2004. Nessa linha está a realização da Primeira Maratona Ecológica Internacional de Curitiba, em 1997, um evento que conjugava

esporte, vida saudável, meio ambiente e cultura, por meio da valorização dos principais atrativos turísticos de Curitiba, ícones da Capital Ecológica. Este evento reuniu atletas brasileiros e estrangeiros e, mais tarde, passou a ser patrocinado pela empresa de telefonia celular Vivo. Em 2005, deixou o *status* de internacional e passou a se denominar Maratona de Curitiba, em função da diminuição de seus custos com cachês e despesas com atletas de renome (BRUM, 2009), permanecendo assim até hoje.

Um programa de revitalização da área central da cidade, realizado durante a primeira e a segunda gestão, também foi outra intervenção realizada por Cássio. Entre as ações que merecem destaque nesse projeto está a recuperação do calçadão da Rua XV de Novembro, “Rua das Flores”, por meio da instalação de novas redes de água, esgoto, energia elétrica, telefonia e telecomunicação, recuperação do sistema de drenagem, renovação do piso e da iluminação, instalação de novo mobiliário urbano, renovação da arborização e instalação de câmeras para melhoramento da segurança na região. Este programa também resultou na reforma da Praça Osório, remodelação da Rua Comendador Araújo e restauro de alguns imóveis de interesse de preservação, como a casa Hoffmann e o Palacete Wolf. O objetivo dessa revitalização foi estimular a animação da área central da cidade e evitar seu esvaziamento à noite e nos finais de semana. Também se objetivava com as obras melhorar o atendimento aos turistas, por solicitação da Associação Comercial do Paraná (PROGRAMA DE REVITALIZAÇÃO DA ÁREA CENTRAL, 200[?]).

Outras áreas e edificações foram revitalizadas, como o Moinho Paranaense, antiga fábrica de farinha, que se transformou em um espaço dedicado a shows musicais, exposições, peças de teatro, eventos sociais, convenções e seminários, dentre outras atividades, e que mais tarde se transformou na sede da Fundação Cultural de Curitiba. Essa refuncionalização fazia parte do projeto de revitalização do Bairro Rebouças, considerado na época como um bairro que possuía vocação para as atividades de lazer, cultura e turismo. A reportagem da revista Espaço Urbano, elaborada pelo IPPUC, de abril de 2003, denominada “O Novo Velho Rebouças”, trazia a seguinte passagem sobre o projeto:

Hoje, já é possível visualizar o Rebouças do futuro. Sedes de grandes empresas internacionais instaladas onde um dia existiram fábricas; ‘lofts’ onde antes existiam galpões industriais; conjuntos habitacionais abrigando estudantes, professores e pesquisadores; hotéis e centros de convenções atraindo profissionais de outros países; pequenas e médias empresas de multimídia, produtoras, escritórios de design e comunicação visual empregando jovens criativos; artistas, músicos e atores convivendo em ruas animadas, povoando os cafés, bares e restaurantes no fim do dia; feiras gastronômicas sazonais em ruas livres do trânsito de

veículos; butiques e shoppings operando de dia e discotecas e bares agitando as opções noturnas; galerias de artes, livrarias, teatros e festivais de rua; enfim, numerosos espaços que vão ajudar a irradiar o novo espírito do Rebouças: um lugar fervilhante e dinâmico, nas vinte e quatro horas do dia, sete dias por semana (NOVO VELHO REBOUÇAS, 2003, p.37).

Todavia, o projeto não alcançou os resultados vislumbrados na citação acima e somente alguns destes elementos se realizaram. Talvez a mais significativa iniciativa tenha sido a reestruturação do empreendimento Estação Plaza Show e a instalação, ali, do Estação *Covention Center*.

Inaugurado em 1997, o Estação *Plaza Show*, instalado na antiga Estação Ferroviária de Curitiba, restaurada, revitalizada e ampliada pela iniciativa privada, foi um empreendimento inicialmente dedicado ao lazer e ao entretenimento, que contava com salas de cinema multiplex, pista de boliche, o Museu Ferroviário, Museu da Farmácia, Teatro de Bonecos, bares, restaurantes, entre outros. Era uma área de lazer temático, que foi amplamente divulgada e visitada na época de sua inauguração, todavia, não obteve êxito por tempo prolongado, sofrendo inúmeras adaptações. Em 2000, foi remodelado para ser conformado como um *shopping* nos moldes tradicionais, mas em função do baixo movimento sofreu uma nova reestruturação. Em 2002, com estruturas mais modernas, transformou-se no *Shopping Estação* e, logo em seguida, teve uma de suas áreas transformada no mais moderno centro de convenções da cidade, o que trouxe um maior dinamismo e movimentação de participantes de eventos àquela região.

Próximo dali, o Mercado Municipal passou pela primeira reestruturação em 1998, quando completou 40 anos, e em 2002 por uma reestruturação mais profunda. Nessa reestruturação houve a setorização dos artigos (mercearia, peixaria, frutas, cafés etc.), padronização das bancas, substituição do sistema hidráulico, instalação de venezianas para melhorar a ventilação, troca do piso, da iluminação e pintura. O mercado ainda ganhou duas praças de alimentação, para caracterizá-lo como local de encontro e entretenimento; um quadro em azulejos de Poty Lazarrotto, que destacava as etnias presentes entre os trabalhadores e o histórico do mercado; e painéis com poesia, no intuito de trazer para o mercado uma atmosfera mais cultural, como não se encontrava nos hipermercados que dominavam a cidade (MERCADO MUNICIPAL, 2003).

Como resultado do projeto de incremento cultural do mercado, em 2005, segundo Vasconcelos (2010), circulava por ali, semanalmente, cerca de 60 mil pessoas de elevado

poder aquisitivo, uma vez que este espaço se constituiu num ícone da gastronomia de Curitiba.

Quanto ao turismo especificamente, na primeira gestão de Cássio Taniguchi houve também uma desaceleração das ações no sentido de seu aprimoramento. Em 1997, houve a extinção da linha “Volta ao mundo”, criada por Rafael Greca, e os atrativos visitados neste roteiro foram adicionados à Linha Turismo. No ano de 2000, 1.053.939 visitantes estiveram em Curitiba, demonstrando uma pequena baixa no número de turistas, em comparação com os 1.098.990 visitantes de 1997 (CURITIBA TURISMO, 2011), último ano em que a pesquisa de demanda havia sido realizada.

Todavia, há um fato a se destacar, no que tange ao turismo na primeira gestão de Cássio. Em 1999, Curitiba sediou o 27º. Congresso Brasileiro de Agências de Viagem, mais conhecido como Feira da Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV), que, segundo especialistas entrevistados para esta pesquisa, teria sido um marco para o turismo de Curitiba¹⁷, pois trouxe visibilidade nacional e internacional a Curitiba como destino turístico.

Para a realização da Feira da ABAV, um dos eventos mais importantes para o turismo no Brasil, e também o maior evento do gênero da América do Sul, estando entre os maiores do mundo, diversos setores foram mobilizados em um processo de preparação que durou aproximadamente dois anos. Como resultado, foram recebidos 700 expositores e, aproximadamente, 18 mil participantes (COMEMORAÇÃO DOS 40 ANOS DA ENTIDADE, 2009). Entre os legados do evento foi criado o roteiro Viaje Curitiba, que mais tarde se transformou no portal oficial sobre turismo da capital paranaense, um guia de serviços para turistas e moradores.

Na segunda gestão de Cássio, o turismo passou a ser entendido como um dos projetos “estratégicos” para Curitiba. Todavia, contraditoriamente, em 2001 extinguiu-se a Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo (SICT) e o Departamento de Turismo transformou-se em uma Diretoria de Turismo, administrada pela Companhia de Desenvolvimento de Curitiba.

A ação estratégica para o turismo, nesse período, se destacou no projeto-âncora “Linhão do Turismo”, que se constituiu de um “[...] eixo turístico-ambiental para a conservação do meio ambiente e atração de investimentos para o desenvolvimento de

¹⁷ Informação coletada em entrevista com especialistas do *Convention and Visitors Bureau* de Curitiba, Instituto Municipal de Turismo, personalidades do planejamento urbano e do setor de turismo de Curitiba e também de acordo com a reportagem do Jornal Gazeta do Povo “Comemoração dos 40 anos da entidade marca abertura do Salão da ABAV-PR” vinculada no dia 16/04/2009.

potencialidades econômicas e culturais em sua área de abrangências” (WOSNIAK, 2008, p.136).

Segundo a reportagem “Linhão do Turismo: um novo vetor de desenvolvimento turístico, geração de renda e desenvolvimento ambiental”, da edição de abril de 2003, da revista Espaço Urbano do IPPUC, o Linhão do turismo visava integrar atividade econômica, cultura e turismo para o combate ao desemprego, gerando oportunidades de trabalho e renda para a população, uma vez que, em 2001, Curitiba já recebia 1.418.838 turistas no ano e o turismo participava com mais de 5% no PIB municipal. Seria, portanto, a continuidade do programa “Linhão do Emprego”¹⁸, implementado em 1998 na cidade.

O projeto contemplava uma extensão de 51 km da área norte da cidade, interligando 12 parques urbanos e 20 bairros, entre os quais se destacava o bairro de Santa Felicidade, pelo seu potencial gastronômico e étnico, envolvendo indiretamente mais 12 bairros, com atrativos distribuídos pelo território municipal.

Foi proposta ainda a criação de 3 linhas de turismo: linha verde, branca e azul. Dentre elas, seria dado destaque à linha denominada Linha Verde, que atenderia os pontos de interesse do projeto, em um trajeto de 30 km percorridos em uma hora e trinta minutos, sendo a ampliação da atual Linha Turismo, agregando os novos atrativos formatados a partir do Linhão do Turismo. As demais linhas seriam assim dedicadas: uma ao centro da cidade e outra em direção à área mais ao sul da cidade, contemplando o Parque Náutico e o Zoológico, na Área de Proteção do Rio Iguaçu. Cabe destacar que estas linhas não foram implantadas, permanecendo somente a antiga Linha Turismo.

O eixo turístico Linhão do Turismo propunha também integração com roteiros turísticos dos municípios fronteiriços a Curitiba. A capital seria como um “portão” de acesso a uma série de atrações dispostas na região, consolidando assim o potencial turístico regional.

Havia nove roteiros propostos pelo Forum Metropolitano de Turismo, criados com a finalidade de articular o turismo na RMC, e cinco já estavam em funcionamento, entre estes o Circuito Italiano de Colombo, o Caminho do Vinho em São José dos Pinhais e a Estrada da Graciosa em Quatro Barras. Apesar dos roteiros formatados terem se consolidado como

¹⁸ Programa de incentivo a geração de emprego e renda que teve como base o mercado informal. Envolveu a implementação de infraestrutura em 18 bairros periféricos das regiões sul, sudeste, sudoeste e leste do município cortados por uma grande avenida, por isso o nome linhão. Também envolveu a construção de barracões industriais para que micro e pequenos empresários pudessem desenvolver suas atividades de produção, construção de vilas de ofício com moradia e espaço para pequenos negócios e liceus de ofício que funcionaram como centro de capacitação profissional em diversas áreas, entre outras ações que visaram fomentar a economia local.

produto turístico, a integração regional até hoje alcançada é pouco significativa. Entre os poucos resultados do Linhão do Turismo, podem ser citadas a renovação de vias que compunham seu eixo principal, como parte da Avenida Manoel Ribas e Avenida Vêneto, no bairro de Santa Felicidade, e a criação de novos parques, como o Parque Nascentes do Belém, Bosque São Nicolau e o Parque Atuba.

O Parque Nascentes do Belém foi inaugurado no “Dia do Rio”, em 2001, como uma ação que visava o cumprimento da meta de revitalização dos rios da capital paranaense. A criação deste parque objetivou preservar a nascente do rio Belém, que começa e termina nos limites do município. Nele se instalou o Centro de Referência das Águas, espaço próprio e equipado para atividades de educação ambiental, passando a ser referência nas atividades desenvolvidas pelo Programa Olho D’água, que monitora a qualidade da água dos rios curitibanos. O Bosque São Nicolau, uma área de 20.520 m², localizada na Cidade Industrial, que conta com *playground*, recantos, mirante, sede administrativa com sanitários, lago, canchas de futebol de areia e pista para caminhada com aproximadamente 1.100 m de extensão, foi inaugurado em 2000 e visava atender aos moradores das “Moradias São Nicolau”, “Sevilha” e “Diadema”.

Também é desse período o parque Atuba, implantado em 2004, com o objetivo de preservar uma região de fundo de vale existente na divisa com o Município de Colombo, no extremo nordeste do município, e ordenar a ocupação humana irregular na área. O parque conta com lagos, pontes de madeira, pista de caminhada, cascata, ciclovia, uma casa antiga de madeira, canchas de futebol e vôlei, casa da guarda, equipamentos de ginástica e churrasqueiras.

Ainda relacionado ao Linhão do Turismo, foi implantado o projeto “Totens dos bens culturais”. Este projeto implantou totens em frente a 100 equipamentos e edificações de interesse cultural, como equipamentos culturais (museus, teatros etc.), parques naturais urbanos, bosques étnicos, edificações históricas, ruas, praças, monumentos, entre outros, que trazem informações sobre o bem e uma ilustração em nanquim. É importante destacar que essas ações têm relação com o título de Capital Cultural da América Latina, recebido por Curitiba em 2003, ano em que os totens começaram a ser instalados.

Outras ações foram a estruturação e restauração de parques já existentes em Curitiba, sinalização turística, qualificação de trabalhadores na área de turismo, estruturação de postos de informação, entre outros.

Fora do âmbito do projeto Linhão do Turismo, foi criado também por Cássio o Parque Linear Cajuru, em 2003, com 2.100 metros de extensão e uma área de 104 mil m². Segundo a

Secretaria Municipal de Meio Ambiente, a execução do parque possibilitou a regularização de aproximadamente 400 famílias que ali viviam em situação de risco e que foram transferidas para locais com melhores condições, e ainda possibilitou resgatar a função ambiental do Rio Atuba, cujas margens foram recuperadas em 2002 e 2003, e ampliar as áreas de lazer para a população da região leste do município. A tabela 4 traz um resumo dos parques e bosques criados ou implantados por Cássio Taniguchi

Tabela 4: Parques e Bosques criados ou implantados entre os anos de 1997 e 2004

PARQUES/ BOSQUES	INAUGURAÇÃO/ IMPLANTAÇÃO	M²
Bosque São Nicolau	04/06/2000	20.520
Parque Nascentes do Belém	24/11/01	11.178
Parque Linear Cajuru	29/03/03	104.000
Parque Atuba	28/03/04	173.265
TOTAL		308.963

Fonte: SMMA, 2011

Também foi durante a gestão de Cássio Taniguchi, em 2002, que Curitiba recebeu do governador do Estado, Jaime Lerner, o Novo Museu ou “Museu do Olho”, que posteriormente, na gestão de Roberto Requião, em 2003, passou a se chamar Museu Oscar Niemeyer (MON). Este museu inseriu a capital paranaense no circuito internacional de exposições e trouxe novamente visibilidade à cidade.

Segundo Moura (2007, p.350-351)

Pensado como um novo Guggenheim na América, o grande museu-marca serve particularmente ao reforço e renovação dos marcos da internacionalização da cidade. Como ocorre com outros grandes equipamentos urbanos, projetos culturais dessa dimensão adquirem diversos significados, pois além de serem apresentados como estratégicos à dinamização de atividades e parcerias, muitas vezes visando renovar áreas estagnadas, contêm uma representação de futuro, ao virtualizarem atratividade de capitais, e uma dimensão simbólica, passível de construir ou recompor a imagem urbana. O Museu Oscar Niemeyer, cuja assinatura do projeto provém de um renomado arquiteto, desde o lançamento de sua pedra fundamental gerou a expectativa de que (re) iluminaria a presença de Curitiba no mercado internacional de cidades. Expectativa difundida pelo discurso político, pela mídia e pela recorrência no diálogo popular. Sua presença desencadeou alguns novos investimentos na vizinhança, tornando-se um ponto de parada, imediatamente aceito, no percurso do circuito turístico – popular ou técnico – pelo Centro Cívico. Menções à sua ousada arquitetura são onipresentes em web sites referentes a Curitiba, que não economizam fotos e maquetes visando motivar ainda mais o visitante.

É importante destacar que, nesse período, apesar do distanciamento das grandes intervenções urbanas que trouxeram tanta notoriedade à capital paranaense, como as realizadas por Jaime Lerner e Rafael Greca como prefeitos, segundo Sánchez (2003) e Moura (2007), a promoção da imagem de Curitiba continuou a exaltar suas obras urbanísticas, mas agora como uma cidade espetáculo, na qual se percebia a cultura como seu maior álibi (ARANTES, 2009).

Isso fica evidente quando, por ocasião da comemoração dos 308 anos de Curitiba, em 2001, “um outdoor composto como um palco emoldurado por cortinas abertas mostra um casal abraçado e se entreolhando, com o Jardim Botânico ao fundo (o cenário) e a mensagem ‘Há 308 anos, Curitiba é um grande espetáculo’”(MOURA, 2007, p.350). Essa mesma perspectiva permanece nas frases que divulgaram o município entre os anos de 2002, “Curitiba 309 anos: é mais fácil ser feliz aqui”, e 2006, em que a cidade é apresentada como “Um espetáculo aplaudido no mundo inteiro”.

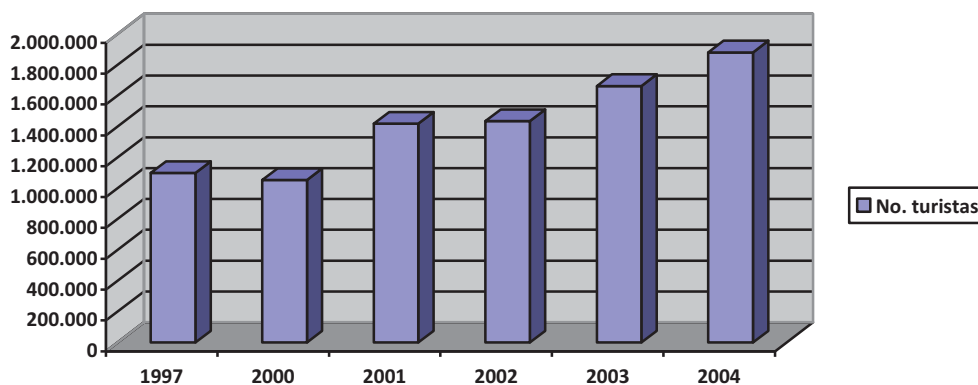
Sánchez (2001, p.36) destaca o papel da mídia na configuração de Curitiba como uma “cidade espetáculo”.

Em seu papel de mediadora entre os cidadãos e a cidade, a mídia é estratégica para os governos locais, pois realiza a espetacularização da cidade e molda as representações acerca de sua transformação. Ela produz signos de bem-estar e satisfação no consumo dos espaços de lazer, cria comportamentos e estilos de vida e promove a valorização de lugares, bem como os usos considerados ‘adequados’. Em outras palavras, celebra os novos lugares transformando-os em espetáculo. O caso de Curitiba é paradigmático na simbiose entre governo e mídia, com a promoção orquestrada de fragmentos renovados do espaço da cidade junto à difusão dos usos sociais considerados adequados, de acordo com o que se poderia chamar de *ethos* do ‘curitibano típico’: na leitura oficial da cidade, aquele cidadão que frequenta parques, bosques ou os edifícios culturais e de lazer mais emblemáticos da modernização urbana da última década, como a Rua 24 Horas, as Ruas da Cidadania, o Jardim Botânico ou o Memorial da Cidade (SÁNCHEZ, 2001, p.36).

Portanto, apesar de não terem sido realizadas obras que trouxessem tanta visibilidade à cidade e que fossem apropriadas ao turismo, na gestão de Cássio Taniguchi, a ação conjugada do poder municipal com as ações do poder estadual, além do amplo investimento em *marketing* urbano, continuou favorecendo o crescimento do fluxo turístico em Curitiba. No final de gestão de Cássio Taniguchi, apesar de ter passado da 5ª cidade brasileira mais visitada em 1997 para a 13ª posição em 2004 (REVISTA DO COMÉRCIO, agosto/2005), Curitiba alcançava a cifra de 1.881.873 (Gráfico 3) visitantes, logo um fluxo maior que sua própria

população, recuperando-se assim da queda de visitantes acumulada nos primeiros anos da gestão de Cássio à frente da prefeitura de Curitiba.

Gráfico 3: Número de turistas que visitaram Curitiba de 1997-2004



Fonte: Curitiba Turismo, 2011.

Assim, o capital simbólico coletivo e os marcos de distinção de Curitiba passaram a ter a cultura e o estilo de vida do curitibano como um de seus principais argumentos, e o turismo acabou por se constituir num estratagema bem sucedido do empreendedorismo urbano, já que o mesmo representa, junto à sociedade contemporânea, signo de bem-estar, um símbolo de comportamento e estilo de vida que promove a valorização dos lugares.

2.3. Condições para Curitiba tornar-se uma metrópole moderna

Não poderíamos passar à nova gestão municipal sem antes considerar as transformações que se passaram em Curitiba e região em meados da década de 1990, e que levaram seus gestores a desenvolver novas estratégias de relocalização da capital paranaense na dinâmica econômica, agora em uma dimensão metropolitana.

Com o direcionamento da instalação de empresas multinacionais, em especial as montadoras de automóveis, a outros municípios da RMC, a partir de 1995, e não mais a Curitiba, como ocorreu na década de 1970 e 1980, segundo Firkowski (2001, p.206),

[...] Curitiba se relaciona à problemática dos novos espaços industriais, tentando capitalizar para si aquelas atividades de maior valor agregado e afinadas com as novas demandas da economia, quiçá

se colocando como um ‘meio de inovação’ ou um tecnopolo, onde os trunfos [...] se colocam como diferenciais e geradores de sinergia.

Nesse sentido, a estratégia de configurar Curitiba como um polo tecnológico ou um “meio de inovação”, segundo Firkowski (2001), se justificou em função da imagem construída para a cidade, relacionada ao planejamento e à qualidade de vida ali presente.

Nesse sentido, a intenção era de posicionar a atividade industrial ali desenvolvida de forma não conflitante com as políticas desenvolvidas no início da década de 1990 com enfoque ambientalista, que fez Curitiba ser conhecida como a “Capital Ecológica”. Estavam envolvidos nesse projeto, além do poder público local e estadual, Universidades, o Centro Federal de Tecnologia e outras instituições nacionais e internacionais relacionadas à ciência e tecnologia.

Assim, a cidade que criou a ‘Ópera de Arame’, o ‘Jardim Botânico’, a ‘Universidade Livre do Meio Ambiente’, dentre tantas outras obras produzidas nos anos 90 e transformadas em marcos por força do *marketing* urbano; uma cidade que tanto se preocupou com a qualidade de vida, não poderia seguir reforçando um caminho industrial revelador de uma incompatibilidade entre sua via inovadora e sua ‘substância econômica-industrial’ convencional (FIRKOWSKI, 2001, p.207 – 208).

Portanto, a estratégia do parque tecnológico seria uma forma de manter Curitiba como a representação da “vanguarda urbana”, laboratório de boas práticas, ecologicamente correta e progressista, mesmo quando a dimensão metropolitana passou a influenciar a dinâmica do município de Curitiba e a concentração industrial na capital foi enfraquecida. Tratava-se da estratégia de realocação econômica na nova dinâmica que se instalava e da consolidação da configuração da cidade dentro da visão de mundo que se impunha como dominante. Buscava-se a cidade sujeito, que exerce funções de comando e produz serviços altamente especializados para atender às necessidades do capital.

Segundo Harvey (2006), a concentração das atividades de controle e comando, referentes à comunicação, informação e seu processamento, na cidade, é uma das grandes estratégias do empreendedorismo urbano e, por conseguinte, do planejamento estratégico de cidades.

Isso representa grandes investimentos em transporte e comunicação (aeroportos e teleportos, por exemplo), e na oferta de espaço adequado de trabalho, equipado com as ligações internas e externas necessárias para minimizar os tempos e os custos das transações. O desenvolvimento de uma vasta gama de serviços de apoio, especialmente os que podem coletar e

processar informações, ou permitem consulta rápida a ‘especialistas’, pede outros tipos de investimentos, enquanto as habilidades específicas exigidas por tais atividades premiam as regiões metropolitanas com determinados tipos de oferta educacional (escolas de administração e direito, setores de produção de alta tecnologia, competências associadas a mídia etc.). [...]. O resultado, naturalmente é dar a impressão de que a cidade do futuro será uma cidade apenas de atividades de controle e comando, uma cidade informacional, uma cidade pós-moderna, em que a exportação de serviços (financeiros, informacionais, produção do conhecimento) se torna a base econômica para a sobrevivência urbana (HARVEY, 2006, p. 177).

Dentro desta perspectiva, devem-se concentrar na cidade a riqueza, o saber e o poder.

Assim, desde 1996, época em que Rafael Greca ainda era o prefeito de Curitiba, foi materializada a primeira iniciativa a partir da criação do Setor Especial do Parque de *Software*, uma estratégia para que a sede metropolitana alcançasse a categoria de polo tecnológico. Esse projeto, mais tarde, teve continuidade com o projeto-âncora de Cássio Taniguchi, “Cidade Tecnológica”, sendo conjugado com a ação do governo estadual de criação de um tecnoparque em Curitiba.

Além da estratégia de transformação da cidade em polo tecnológico, também foi arquitetada outra maneira de manter a capital no comando da nova condição econômica que ali se desenvolvia, a centralização de serviços e comércio especializados e modernos para atender às demandas contemporâneas da metrópole.

Segundo Firkowski (2001, p.227),

Como resultado dessa conjugação, Curitiba passou a se destacar enquanto lugar privilegiado de negócios e, conseqüentemente, uma série de novas atividades passaram a se implantar, motivadas pela perspectiva de conciliação entre o desenvolvimento de atividades econômicas dos mais variados tipos e a ‘qualidade de vida’, produto supostamente abundante em Curitiba e raro nas metrópoles brasileiras.

Segundo a referida autora, a partir dessa nova conjuntura instalaram-se em Curitiba serviços de alta tecnologia, de comando e controle, e de consumo, a maioria deles operados por empresas de atuação mundial, num movimento contínuo, em que o espaço se transforma na medida em que a economia e a sociedade, agora metropolitanas, se transformam.

No que tange a serviços financeiros, destaca-se o banco *Private Bank* Boston, que escolheu Curitiba para instalação de sua quarta agência no Brasil. Nos serviços voltados à administração de bancos de dados e *software* para redes corporativas, instalou-se em Curitiba a *Sterling Software Inc* e o Centro de Tecnologia Global (Global Technology Center - GLT) do HSBC – os outros dois estão na China e na Índia – que têm como objetivos a criação e o

desenvolvimento de *softwares* para uso do próprio grupo, universidades e escolas profissionalizantes. No setor de publicidade, a Fischer-América, Loducca e McCann-Erickson, todas associações entre capitais nacionais e internacionais. No setor de serviços especializados, como redes de hipermercados internacionais, as redes Wal-Mart, Carrefour, BIG, e outras, e também redes de atuação nacional como Extra, pertencente ao grupo Pão de Açúcar, se instalaram em Curitiba (FIRKOWSKI, 2001).

No turismo, a partir dessa nova face da metrópole, especificamente, emergiu o segmento de negócios, que já vinha se desenvolvendo desde a instalação da CIC. Segundo Mossato (2007),

Quando passa a se tornar localização de indústrias cujas atividades se dão na escala do mundial, credita-se a Curitiba também a possibilidade de tornar-se um forte vetor para o turismo de negócio, ou seja, um pólo de atração de altos executivos que viajam o mundo tratando da administração das empresas que operam nas diferentes partes do globo. Uma oportunidade ímpar para a economia da cidade ‘exportar’ serviços (MOSSATO, 2007, p.60).

No final da década de 1990 e início dos anos 2000, a cidade obteve incentivos para sediar grandes eventos, fortalecendo o turismo de negócios, que também se uniu ao segmento de turismo de eventos.

A partir da Feira da ABAV, como apresentado, o setor de eventos se fortaleceu, o que possibilitou a criação do Curitiba *Convention and Visitors Bureau* (CCVB) em 2000, uma entidade sem fins lucrativos, que tem como objetivo atrair visitantes e promover a imagem favorável da cidade para realização de eventos e viagens¹⁹.

Nesse período, grande parte dos hotéis passou a dispor de espaços para eventos e foi inaugurado o Expo Trade Pinhais na RMC, um empreendimento com cerca de 32.000 m² cobertos, que teve um de seus primeiros eventos relacionado ao setor automobilístico, em expansão a partir de 1995, o que demonstra a articulação do desenvolvimento industrial da região ao desenvolvimento do turismo. Também o Marumby Expo Center, o Estação Embratel *Convention Center*, entre outros equipamentos, fomentaram ainda mais o turismo de negócios e eventos na cidade (FIRKOWSKI, 2001), e indiretamente o turismo de lazer, uma

¹⁹ O *Convention and Visitors Bureau* de Curitiba (CVBC) é mantido pelos principais setores relacionados ao turismo – como hotéis, restaurantes, empresas e equipamentos de entretenimentos, transportadoras, locadoras de veículos, organizadoras de eventos e agências de turismo etc. Utiliza-se de ações de planejamento e *marketing*, atuando como uma cooperativa de negócios para a cidade (CCVB, 2010).

vez que, segundo Rosa (2009), o turista de eventos e negócios sempre busca equipamentos de lazer e entretenimento no tempo livre durante suas viagens, tanto para ele próprio quanto para seus acompanhantes.

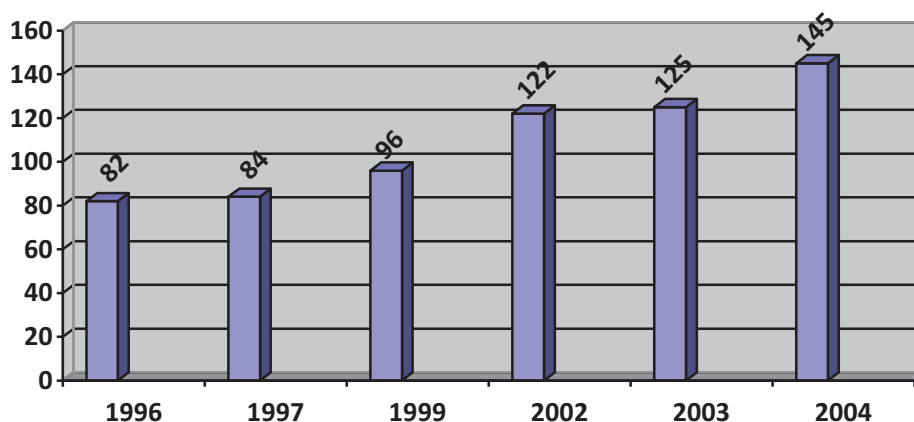
No caso da hotelaria, houve a entrada de redes internacionais do setor, praticamente triplicando a oferta de leitos no município. Segundo Mossato (2007),

[...] Nos anos de 1990 é que se verifica a implantação dos primeiros hotéis da rede hoteleira internacional, sendo o Parthenon Golden, da rede francesa Accor, o primeiro empreendimento em atividade, localizado no Bairro Batel e inaugurado em 1993. Verificava-se em Curitiba no ano de 2006 a presença de 17 hotéis vinculados a redes internacionais [...] (MOSSATO, 2007, p.71).

A autora ainda destaca que, no período, “novas formas de investimento para o capital local se fizeram possíveis mediante a associação com as redes hoteleiras de origens diversas, para as quais a localização em Curitiba se tornou interessante” (MOSSATO, 2007, p.106). Portanto, houve uma evolução quantitativa dos meios de hospedagem presentes em Curitiba, a partir de meados da década de 1990 e início dos anos 2000, como se verifica no Gráfico 4.

Assim, na década de 1990 e início dos anos 2000, em Curitiba passaram a atuar redes nacionais e internacionais, como a rede francesa do grupo Accor, que conta com oito hotéis em Curitiba e nove ao todo na RMC, e que tem como um dos seus principais públicos-alvo os turistas que vão a Curitiba a negócios. Esta rede tem o Brasil como principal país de atuação fora da França, e suas atividades não se limitam ao setor hoteleiro, mas se expandem também ao setor de alimentação, produtividade e *marketing*.

Gráfico 4: Evolução quantitativa dos hotéis presentes em Curitiba de 1996 a 2004



Fonte: CURITIBA TURISMO, 2011

Cabe destacar que a rede francesa Accor iniciou a sua atuação em Curitiba no mesmo período em que a montadora Renault, também de origem francesa, iniciou sua instalação na RMC. Mossato (2007, p.74) sinaliza que

A singularidade verificada entre as datas dos empreendimentos aponta para a associação entre os interesses das multinacionais francesas, ou seja, verificando o mercado potencial estimulado pela unidade produtiva da Renault, a Accor se antecipa a tendência de crescimento da demanda mediante o incremento do turismo de negócios e confirma a associação entre a implantação de unidades produtivas e a presença de um setor de serviços especializados.

Também estão em Curitiba redes como a americana Choice International, que oferece andares com serviços exclusivos para executivas do sexo feminino – um novo nicho de mercado; a inglesa InterContinental, que se associou com o capital local, instalando sua bandeira no Barigui Park Hotel, e a portuguesa Pestana – o maior grupo do setor de turismo de Portugal, com grande atuação nas principais cidades turísticas do Brasil. Entre as redes nacionais estão a Blue Tree Hotel, que também conta com serviços específicos para executivos em viagem, a Hotel 10, e algumas com maior atuação no estado do Paraná, como as redes Mabu, Bourbon, Slaviero, Bristol e San Juan.

O salto qualitativo na hotelaria local, na década de 1990 e início dos anos 2000, também não foi menor que o quantitativo. A maioria dos hotéis que se instalaram nesse período são considerados “confortáveis” e alguns “muito confortáveis”, ou seja, superiores aos hotéis “simples” e de “médio conforto” que predominavam até então. Mossato (2007, p.106) apresenta que

No setor hoteleiro, tanto a demanda diferenciada verificada com a chegada das novas indústrias, representada pelo turismo de negócios, quanto o acirramento da competitividade mediante a implantação em Curitiba de hotéis das grandes cadeias nacionais e internacionais estimularam expressivas mudanças. As alterações não se restringiram aos aspectos quantitativos, à ampliação do setor, já que também o perfil dos hotéis se transformou. Além de mais numerosos e maiores, os hotéis se diversificaram no intuito de atender todo tipo de demanda, seja ela por categorias diferenciadas ou por infra-estrutura, desde o acesso à internet banda larga, até a realização de grandes eventos (MOSSATO, 2007, p.106).

Assim, Mossato (2007) observa que houve uma inegável transformação no setor hoteleiro de Curitiba nos últimos anos, sobretudo no que se refere à presença das cadeias hoteleiras, ao incremento da oferta e alteração do perfil dos hotéis quanto à qualificação dos

equipamentos e serviços, o que constitui a importância do turismo na cidade e região, e reflexo do papel econômico e político da cidade no novo contexto mundial.

Diversos estudos sobre o setor de hotelaria atestam sua importância no entendimento das relações locais-globais e nas dinâmicas socioespaciais. Sobre esta temática temos as pesquisas de Rosa (2009), que investigou o papel da hotelaria na produção do espaço metropolitano de Campinas/SP, e de Silva (2008), que investigou a reprodução do espaço urbano na cidade de São Paulo, na perspectiva da hotelaria de alto padrão.

A década de 1990 também foi marcada pela implantação de grandes *shoppings centers*, sendo que até o início desta, Curitiba contava somente com um *shopping center*, o Shopping Müller, inaugurado em 1983. Em 1995 foi construído um novo *shopping*, o Polloshop Alto da XV, com 240 lojas; em 1996 o Shopping Curitiba, com 150 lojas, e no mesmo ano o Shopping Crystal, com 140 lojas; em 1997 o Estação Plaza Show, anteriormente já citado, e em 1998 o Polloshop Champagnat e o Shopping Total. Mais recentemente, muitos *shoppings* se instalaram em Curitiba, e entre estes estão o Park Shopping Barigüi e o Shopping Cidade, inaugurados em 2003, e já na gestão de Beto Richa, em 2008, o Shopping Palladium, totalizando mais de 20 *shoppings centers* na cidade, como se verifica no Mapa 2.

Juntamente com a implantação de centros de compras de alto padrão, o molde de consumo se alterou, e as lojas de Curitiba passaram a comercializar produtos exclusivos como os relógios Chanel, somente acessíveis a um alto padrão de consumidores, e produtos de grifes famosas como Ermenegildo Zegna, Giorgio Armani, Montblanc, Dona Karan, Tiffany & Co., Fendi, Versace, entre outros. Megalivrarias como Saraiva Mega Store, livrarias Curitiba etc., também estão presente em Curitiba. Novos serviços foram demandados, como o serviço de *personal stylists* oferecido pela Ford Models Curitiba, um serviço não demandado até a década de 1990 pelos moradores de Curitiba, lavanderias como a francesa “5 à sec” e a americana Dry Clean, que a partir da vinda de executivos e seus acompanhantes, visitantes e moradores com alto poder aquisitivo, passaram a ser necessários na dinâmica da capital paranaense (FIRKOWSKI, 2001).

Firkowski (2001) comenta ainda sobre o surgimento de centros de negócios, como a presença em Curitiba da HG Global Workplaces, uma rede de escritórios globais, que passou a atuar em Curitiba através do Centro Empresarial Incepa, localizado no bairro Batel.

Mapa 2: Localização dos Shopping Centers de Curitiba



IPPUC Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba - SIN - Banco de Dados

:: Rua Bom Jesus, 669 :: Cabral :: Curitiba :: Paraná :: CEP 80035-010 :: Fone (41) 3250-1414 :: Fax (41) 3254-8661 :: E-Mail ippuc@ippuc.org.br ::

Fonte: IPPUC, 2010.

Novos espaços residenciais de luxo, os condomínios fechados, também surgiram nesse novo contexto, tanto na cidade de Curitiba quanto na RMC. Entre estes empreendimentos está o Ecoville, inserido em uma área de grande concentração de áreas verdes, que conta com edifícios de apartamentos de luxo, incluindo o Suíte Vollard, que apresenta um *design* arquitetônico inovador – constitui-se de um prédio com apartamentos giratórios; e o residencial Novo Parque, anteriormente citado, que conta com terrenos entre 1000 e 4000 m² onde são construídas mansões, tendo segurança e infraestrutura completa e um bosque preservado contíguo ao parque Tingüi. Já na RMC, localizado no município de Pinhais, está o Alphaville Graciosa, empreendimento imobiliário que conta com um centro de compras “Alpha Mall”, áreas de lazer como um clube e um campo de golfe, um colégio internacional com currículo em duas línguas – português e inglês –, além de uma área verde que contabiliza aproximadamente 165 m² por morador, entre outros. O Alphaville Graciosa localiza-se em uma área que, anteriormente à instalação da Renault na RMC, era considerada de preservação, todavia, para favorecer a instalação da montadora, novas atividades foram ali permitidas, o que possibilitou também a implantação desse condomínio (FIRKOWSKI, 2001)

Dessa forma, segundo Sanchez (1997, p.95), a remodelação da cidade, na década de 1990 “[...] passou pela renovação urbana com fins de torná-la pólo de serviços de topo de mercado”, antecipando tendências contemporâneas de reorganização do espaço e da sociedade, na qual o consumo do e no espaço e, conseqüentemente, o turismo passou a ter um lugar de destaque.

A sede da região metropolitana foi reservada às novas atividades metropolitanas, relacionadas aos serviços, comércio e apoio às empresas, como serviços especializados e corporativos. Mas não só a serviços privilegiados, mas também a pessoas privilegiadas, pessoas de alta e média renda, que acompanham as grandes corporações, responsáveis por conduzir os negócios emergentes, profissionais especializados, executivos e seus acompanhantes, que residem em condomínios e bairros de luxo da cidade, moradores que podem pagar pelo alto custo que a mercadoria-cidade passa a apresentar e visitantes que vêm para ver tudo isso acontecer.

2.4. Cidade da Gente e Cidade Sustentável – As gestões de Carlos Alberto Richa (2005-2008) (2009) e Luciano Ducci (2010-2012) na prefeitura de Curitiba e a eminente necessidade da integração regional.

Em 2005, Carlos Alberto Richa, “Beto Richa”, foi eleito prefeito de Curitiba e permaneceu na prefeitura por um mandato e meio, de 2005 a 2010, quando saiu da gestão municipal para concorrer e assumir o governo do estado do Paraná, visto ter sido eleito, deixando em seu lugar o então vice-prefeito Luciano Ducci.

Beto Richa, apesar de ser uma figura “nova” no contexto político de Curitiba e contar com um perfil mais popular que seus antecessores, haja vista seu lema para Curitiba ter sido “Curitiba cidade da gente”, deu prosseguimento ao planejamento e gestão estratégica da cidade como vinha fazendo Lerner, Greca e, mais declaradamente, Cássio.

Da mesma forma como na gestão de Cássio Taniguchi, em sua gestão elaborou um diagnóstico do município, denominado “Regional Desejada”, para conhecer melhor sua situação, no que tange a suas fragilidades e potencialidades. Beto Richa imprimiu um perfil bastante empresarial para a gestão pública municipal, na qual o cidadão passou a ser entendido como o cliente-cidadão (WOSNIAK, 2008).

Em suas primeiras entrevistas declarava que iria fazer Curitiba voltar à vanguarda entre as cidades brasileiras, todavia, com uma perspectiva humanitária (ESPAÇO URBANO, 2005).

A característica de empreendedor estratégico de Beto Richa esteve em evidência desde o início de sua gestão, por exemplo, por meio da reportagem publicada na revista Espaço Urbano do IPPUC, do primeiro semestre de 2005, intitulada “Curitiba Olímpica. Um sonho. Um desafio. Um Projeto para a cidade” (ABREU, 2005), que lançava as perspectivas do “Programa Curitiba Olímpica”, para captar as olimpíadas de 2016. Era clara sua intenção de colocar Curitiba em um patamar de destaque mundial.

Também no início de sua gestão houve um começo de negociação com Josep Chias, consultor catalão, referência mundial em *marketing* de cidade, com especial atuação em projetos de turismo, inclusive o projeto que trouxe notoriedade à atividade turística em Barcelona, para a elaboração de um plano de *marketing* para o município, no qual o turismo iria ser privilegiado. Esse plano seria uma parceria entre o poder público e a iniciativa privada, representada pela Associação Comercial de Curitiba, que na época pressionava o poder público local a retomar os investimentos no turismo, visto que a cidade vinha tendo

aumento do fluxo de visitantes, mas perdia posições no *ranking* nacional de cidades procuradas por turistas (REVISTA DO COMÉRCIO, agosto/2005; WRONISKI, 2005).

Tais perspectivas, sobre a captação dos Jogos Olímpicos e elaboração de um plano de *marketing* a partir de uma empresa de consultoria catalã, nunca chegaram a se consolidar, todavia, as tendências ali iniciadas seriam seguidas. Evidência disso foi a captação e execução de megaeventos internacionais, como os eventos da Organização das Nações Unidas (ONU), a 8ª. Conferência das Partes da Convenção sobre Diversidade Biológica (COP 8) e o 3º. Encontro das Partes da Convenção do Protocolo de Cartagena sobre Biossegurança (MOP 3), realizados em Curitiba em 2006 e, mais recentemente, com a vitória para se constituir uma das sedes da Copa do Mundo de 2014.

Beto Richa defendia, em seu discurso, uma perspectiva sustentável da cidade, o que buscava materializar no “Programa Biocidade”²⁰, lançado em 2007, que visava reunir a questão ambiental com as questões sociais. A ideia era incutir a questão ambiental em todas as questões municipais.

Além disso, Beto criticava a ausência de integração da capital com os municípios de entorno, e, já no início de seu mandato, lançou um programa denominado “Cinturão da Boa Vizinhaça”, no sentido de direcionar a cidade como o núcleo condutor da metrópole (CINTURÃO DA BOA VIZINHANÇA, 2005).

Segundo Polucha (2010), a realização de maior porte da gestão de Beto Richa foi a execução da urbanização, prevista no novo Plano Diretor de 2000, realizada na BR 116, projeto que se denominou “Linha Verde”, uma vez que os ônibus que circulam pela via seriam abastecidos com biocombustível.

Por meio desse projeto financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a rodovia foi transformada em via urbana seguindo o padrão das principais vias de acesso de Curitiba a exemplo dos eixos estruturais, em que o sistema viário conta com pista exclusiva de transporte coletivo e o zoneamento direciona o adensamento populacional da região. A via também visa à integração com a cidade industrial, parque de *software*, tecnoparque e região metropolitana (LINHA VERDE INTEGRA, 2010).

A Linha Verde cruza 23 bairros da cidade, conta com ciclovia em toda sua extensão e está em nova fase de implantação, em direção à região norte do município, agora financiada pela Agência Francesa de Desenvolvimento (LINHA VERDE INTEGRA, 2010).

²⁰ Este programa visava “[...] resgatar e integrar de forma prática e conceitual a biodiversidade urbana nas principais linhas de ação da prefeitura” (CURITIBA BIO-CIDADE, 2009)

Com Beto Richa, a questão cultural correlacionada ao meio ambiente também se fortaleceu e se evidenciou no estímulo ao consumo cultural e ao lazer. Exemplo disso foi a criação da tarifa domingueira, em 2005, que reduziu a R\$1,00²¹ a passagem de ônibus neste dia da semana, como uma forma de incentivar os passeios pela cidade, “lazer e convívio social das famílias de baixa renda” (URBS, 2011), seja do morador ou do visitante, buscando dessa forma “dar ares” mais humanos à cidade tecnicamente planejada.

Ainda na mesma linha de consumo cultural e de lazer, conjugado com ações de fomento à questão ambiental e à agricultura orgânica, foi criado o Mercado de Orgânicos, em 2009, anexo ao Mercado Municipal, e requalificadas algumas áreas do antigo mercado. O projeto foi iniciado logo no começo do primeiro mandato de Beto Richa, em 2005, mas somente foi concluído em 2009. O novo mercado conta com restaurantes, lanchonetes, lojas de vestuário, loja de cosméticos, artesanatos, hortifrutigrangeiros, cereais, açougue, totalizando 22 espaços comerciais, além de um espaço para eventos, com capacidade para 150 pessoas e cozinha-escola.

Caracterizado como sendo o primeiro Mercado de Orgânico do Brasil, foi lançado como mais um projeto em que Curitiba é pioneira e que serviria de modelo ao país (VASCONCELOS, 2010). Também houve um trabalho de *marketing* para fortalecer a imagem do Mercado Municipal e transformá-lo em uma “marca forte” de Curitiba.

No que tange às áreas verdes, na gestão de Beto Richa cabe destacar o programa de revitalização da Bacia do Rio Barigüi, “Viva Barigüi”. O programa, lançado em março de 2007 pela Prefeitura de Curitiba, foi financiado pela Agência Francesa de Desenvolvimento e visa um conjunto de obras de infraestrutura e ações de fiscalização, de realocação de famílias que moram em áreas irregulares e de risco, e de educação ambiental em toda a bacia do Barigüi, que abrange um terço do território da cidade.

É resultado do programa “Viva Barigüi” a implantação do parque Cambuí, que foi inaugurado em 2008, na região oeste do município, no bairro Fazendinha, nas margens do rio Barigüi, e que conta com lago, mirante, passarela, ciclovia, pista de caminhada, iluminação e estacionamento. Além desse, outros dois parques já estão sendo projetados.

O Programa também prevê a implantação de um parque linear em toda a extensão do rio Barigüi, unindo os parques Tingüi, Tanguá e Barigüi, uma via parque e ciclovias em toda a extensão do rio Barigüi. É apresentado pela gestão atual como o maior feito quanto ao meio

²¹ Valor referente à tarifa domingueira em julho de 2011.

ambiente na história de Curitiba, e visa devolver o posto de vanguarda que o município já ocupou como Capital Ecológica do Brasil.

Outras áreas verdes de lazer implantadas por Beto Richa e seu vice, atual prefeito Luciano Ducci, foram os Parques Lago Azul, Tulio Vargas e o bosque Irmã Clementina.

O Parque Lago Azul foi inaugurado em 2008, ao sul do município, com uma área de 128.500 m², adquirida pela prefeitura em 2007. Constitui-se em uma antiga propriedade da família Segalla, que nas décadas de 1960 e 1970 era utilizada como área de lazer pela população do entorno, e hoje conta com canchas esportivas, bistrô, sanitários, *playground*, praça d'água, quiosque, roda d'água, lago, chafariz, mirante, churrasqueiras, ponte de madeira, estacionamento, *deck*, trapiche e pistas de caminhada.

O parque Tulio Vargas constitui uma área de 65.073m², criado em 2008, conta com *playground*, cancha, equipamentos de ginástica, ciclovia, pista de caminhada.

Ainda em 2008 também foi criado o bosque Irmã Clementina, com uma área de 19 mil m², em homenagem à educadora Clemence Bertha Van Hombeeck, irmã Clementina, que atuou no Colégio Madalena Sofia, o qual doou a área à prefeitura de Curitiba para esse fim. O bosque conta com uma grande praça de acesso, pisos com desenhos circulares em paralelepípedo, praça principal com detalhes em piso em *petit-pavé*, pórtico, pedestal e busto em homenagem à Irmã Clementina, bancos de praça, pergolado em madeira e paisagismo com espécies nativas.

Mais recentemente foi criado o parque Italiano, com 82.600m², criado em 2010 para cumprimento de uma meta do programa “Biocidade”. Repassado ao município pela Green Village Incorporações, é um produto da política pública municipal de se estabelecer compensações ambientais nos procedimentos de licenciamento ambiental, e conta com trilha para caminhada, queda d'água, relógio do sol e praça dos arcos. Ainda em 2010, já com Luciano Ducci como prefeito, foi criado o Bosque Professor Erwin Gröger, em homenagem ao montanhista Erwin Gröger, austríaco que viveu em Curitiba até sua morte, aos 96 anos, no ano de 2008. O bosque faz referência às cores da bandeira austríaca e apresenta placas em pedra com representações das montanhas mais altas do Paraná.

Ainda na gestão de Beto Richa foi criada a Lei no. 12080, de 2006, que instituiu a Reserva Particular do Patrimônio Natural Municipal (RPPNM), a qual incentiva proprietários de áreas verdes a transformarem suas propriedades em reservas protegidas por lei, e em contrapartida o proprietário pode pedir transferência de potencial construtivo para outra área da cidade. A tabela 5 traz um resumo dos parques e bosques criados ou implantados nas gestões de Beto Richa e Luciano Ducci

Tabela 5: Parques, Bosques e RPPNM criados ou implantados entre os anos 2005 e 2011

PARQUES/ BOSQUE/ RPPNM	INAUGURAÇÃO/ IMPLANTAÇÃO/DECRETO	M²
Parque Cambuí	12/04/08	99.301
Parque Lago Azul	09/12/08	126.615
Parque Tulio Vargas	1998	65.073
Bosque Irmã Clementina	29/03/2008	19.144
Bosque Professor Erwin Gröger	03/07/2010	3.000
Biodiversidade Santa Paula	08/01/2010	11.000
Parque Italiano	16/03/10	82.600
RPPNM Barigui		4.563
PPPMN Cascatinha		8.200
RPPMN Ecoville		15.961
RPPNM Bacacheri		5.000
TOTAL		440.457

Fonte: SMMA, 2011

Atualmente, ano de 2011, há 21 parques em Curitiba, sendo um Jardim Botânico, 16 bosques, sendo um de preservação, 1013 praças, jardinetes, entre outros, além de 04 Reservas do Patrimônio Particular Municipal (RPPNM), totalizando 1054 áreas naturais, num total de 23.346.527 m² (como se verifica na Tabela 6 e Gráfico 5, ver também Mapa 4, p.130 e Anexo 2, p. 178).

Ainda estão previstas novas áreas verdes de lazer para a cidade, que surgirão como resultado do programa “Viva Barigüi”, e um parque já em execução, o Parque Centenário da Imigração Japonesa, próximo ao limite com o município São José dos Pinhais, no trajeto para o aeroporto internacional Afonso Pena.

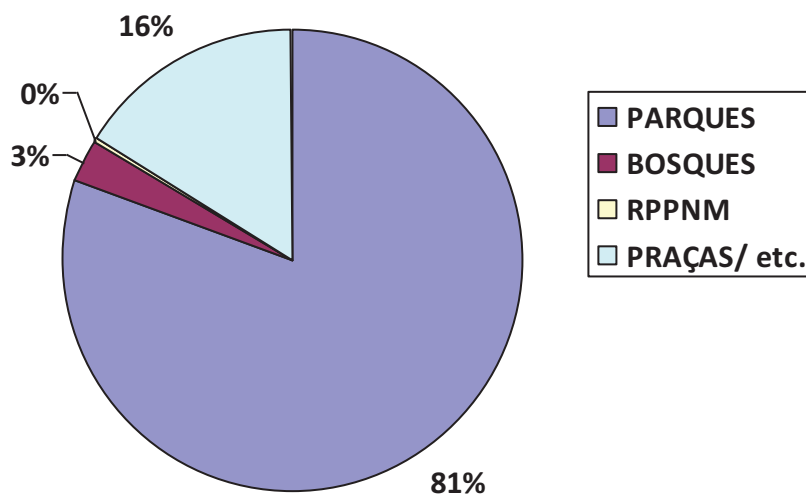
Tabela 6: Áreas Verdes presentes em Curitiba em 2011.

TIPOLOGIA	QUANTIDADE	ÁREAS
PARQUES	21	18.576.905
BOSQUES	16	701.167
RPPNM*	04	33.724
PRAÇAS / JARDINETES / ETC	1013	3.745.731
TOTAL GERAL	1054	23.346.527

Fonte: Secretaria de Meio Ambiente de Curitiba

* Reserva Particular do Patrimônio Natural Municipal (RPPNM)/ Lei Municipal No. 12080/2006.

Gráfico 5: Áreas Verdes presentes em Curitiba em 2011



Fonte: Secretaria de Meio Ambiente de Curitiba

O turismo na gestão de Beto Richa esteve enquadrado nas ações estratégicas como um grupo funcional de fomento econômico²². Assim, nos objetivos estratégicos definidos a partir de 2005, o incentivo ao turismo foi oficialmente inserido na agenda das políticas públicas locais. Dessa forma, logo no início da gestão de Beto Richa foi criada uma Secretaria Extraordinária do Turismo, que em seguida tornou-se Instituto Municipal de Turismo (CURITIBA TURISMO) pela Lei 11.408, de março 2005. Portanto, na gestão de Beto Richa ficou claro o objetivo de consolidar Curitiba como um destino turístico, pela divulgação do potencial turístico da cidade e pelo objetivo evidente de revitalizar a área central do município, adequando-a a novos usos, nos quais se inclui o turismo.

A criação do CURITIBA TURISMO está diretamente relacionada à pressão feita pelas entidades vinculadas ao comércio da cidade, durante a campanha de 2004, aos candidatos a prefeito, no sentido de se obter uma maior representatividade para o turismo no município. Destacam-se, entre essas entidades, a Associação Comercial de Curitiba (ACC), Associação Brasileira da Indústria Hoteleira seção Paraná (ABIH), Sindicatos relacionados ao turismo, *Convention and Visitors Bureau* (CCVB), entre outros.

A partir da criação do CURITIBA TURISMO, houve uma maior promoção do turismo e diversos projetos passaram a ser desenvolvidos, principalmente de aprimoramento dos

²² O Grupo funcional de Fomento Econômico seria uma das diretrizes de gestão do município, e o turismo, como a indústria, se constituía em um dos eixos para o desenvolvimento da economia municipal.

produtos e serviços já disponíveis no município. Assim, alguns eventos foram fortalecidos, como as atividades de comemoração do Natal, e houve a requalificação de alguns atrativos, como a Feira do Largo da Ordem. O município também passou a participar de eventos nacionais e internacionais para a divulgação do destino Curitiba.

Também houve a criação do Conselho Municipal de Turismo em 2006 e diversos projetos de sensibilização e capacitação da população para o turismo.

O CURITIBA TURISMO direciona sua atuação de acordo com o Plano Nacional de Turismo e com o Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2003). Compõe a região turística “Curitiba e RMC”, que se consolidou a partir do projeto “Rotas do Pinhão”. Curitiba também é definida pelo Ministério do Turismo como um dos 65 destinos indutores do turismo no Brasil, devendo atuar como porta de entrada e irradiação do desenvolvimento do turismo em sua região.

Entre as ações desempenhadas pelo CURITIBA TURISMO, destaca-se sua intensa atuação, em 2006, como já apresentado, na organização dos eventos COP 8 e MOP 3 e nos demais eventos paralelos que aconteceram ao mesmo tempo que os megaeventos da ONU, como o Festival de Teatro de Curitiba, Salão Profissional de Turismo, Regional de Negócios em Turismo, Feira Brasileira de Reciclagem & Tecnologia Ambiental, e Festival Brasil Sabores, o que movimentou cerca de 12,7 mil visitantes.

A COP MOP durou três semanas do mês março de 2006. Durante a captação dos eventos, Curitiba concorreu com Porto Alegre, Florianópolis, Salvador e Foz do Iguaçu, e o resultado esperado do evento era colocar Curitiba no rol mundial dos destinos de turismo de negócios (REVISTA DO COMÉRCIO, março/2006).

Mais recentemente, em 2010, destaca-se a atuação do CURITIBA TURISMO na preparação para a Copa de 2014. Nessa perspectiva, foi criada uma *lovemark*, com a logomarca “Curta Curitiba”, nos moldes da marca “I Love NY”, “I Amsterdam”, entre outros *lovemarks* de destinos turísticos mundiais (Figuras 2 e 3).

A *lovemark* Curta Curitiba, além de objetivar criar uma identidade visual para o turismo em Curitiba, visa incentivar o visitante a desfrutar de tudo que a cidade pode oferecer, como momentos de lazer em seus parques, variedade gastronômica e cultural. O intuito é fazer com que o turismo em Curitiba, principalmente o segmento de lazer, passe a ter mais integração no cotidiano da cidade e, conseqüentemente, com a comunidade local, favorecendo a geração de maiores benefícios, especialmente econômicos.

Figuras 2 e 3: Lovemark I Love NY / Curta Curitiba



Fonte: logodesignlove.com / CURITIBA TURISMO, 2011

A ideia é que o turismo que acontece em Curitiba deixe de ser contemplativo e se integre à vida da cidade.

Como um subproduto do programa Curta Curitiba, por meio de uma parceria público-privada, foi criado um aplicativo para celulares e *tablets*, que é distribuído gratuitamente, e se constitui num guia de todos os tipos de serviços que um visitante necessita, como atrações, hotéis, restaurantes, táxis, locadoras de carros, locais para compras diversas etc., além de orientações de como circular melhor pela cidade.

Também na perspectiva da Copa de 2014, o órgão apoia as iniciativas do programa nacional “Bem Receber”, que visa capacitar profissionais na área de Turismo. A atuação do CURITIBA TURISMO resultou na premiação dada a Curitiba, tanto em 2009 quanto em 2010, pelo Ministério do Turismo, como o melhor destino turístico nos aspectos sociais e ambientais.

Foi também na gestão de Beto Richa, em 2008, que a linha de turismo foi remodelada, com a substituição dos veículos tipo “jardineira” por ônibus tipo *Double Deck*, com piso superior com e sem toldo retrátil (Fotografia 22), como os utilizados em Londres, Paris, Barcelona, Nova Iorque, Dubai, entre outras cidades turísticas do mundo. O argumento para a mudança foi que o novo modelo de veículo tornaria o serviço mais rentável e aumentaria a atratividade em função de sua vista panorâmica dos atrativos, além de ser um tipo de veículo utilizado pela linha de turismo de importantes destinos turísticos no mundo (RAMOS, 2010).

Fotografia 22: ônibus Double deck



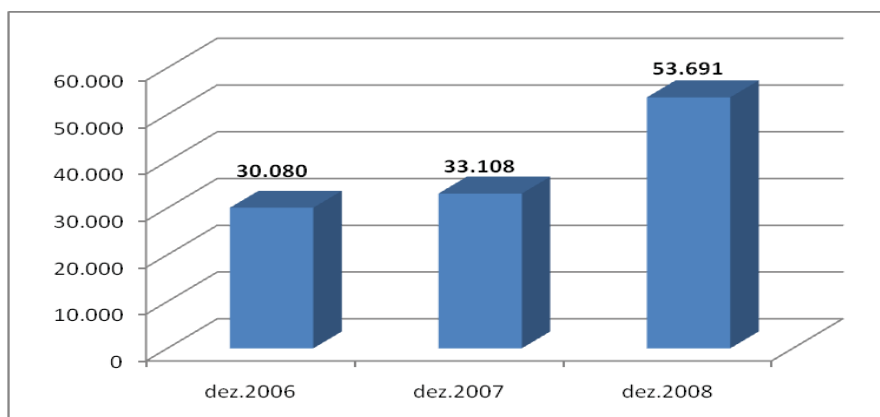
Fonte: FOGAÇA, I. F.2011

Para adequação ao novo veículo, a Linha turismo teve seu itinerário alterado, uma vez que o ônibus Double Deck apresenta altura superior a 4 metros e isso impedia sua passagem em ruas em que a fiação elétrica e de telefonia estavam abaixo desta altura.

É bastante questionável a visitação turística de Curitiba, uma cidade fria e com alta precipitação o ano todo, em um ônibus que, apesar de contar com um toldo retrátil, não tem proteção lateral. Mas, apesar de todas essas questões, a substituição pelo novo veículo fez com que os embarques aumentassem significativamente. Ramos (2010) comparou o movimento dos meses de dezembro de 2006 e 2007 com dezembro de 2008 (Gráfico 6), primeiro mês após a remodelação da linha, e concluiu que o impacto na alteração da linha de turismo ficou bastante visível, mostrando um aumento de mais de 60% nos embarques, proporção que se manteve nos meses subsequentes.

Atualmente, a Linha Turismo conta com 14 ônibus *double decks*, quatro adquiridos pelo atual prefeito Luciano Ducci, e, segundo notícia vinculada no sítio oficial da prefeitura de Curitiba, em janeiro de 2011 (CURITIBA, 19/01/2011), esta linha continua com demanda em alta. Em julho de 2010, 71.737 passageiros embarcaram na Linha de Turismo, contra 43.048 passageiros em julho de 2008, quando o ônibus *double deck* ainda não havia entrado em circulação.

Gráfico 6: Número de embarques na Linha Turismo nos meses de dezembro de 2006, 2007 e 2008



Fonte: RAMOS, 2010.

É interessante observar que grande parte das intervenções urbanas mais recentes de Curitiba, e principalmente as realizadas após a sua escolha para ser uma das 12 sedes da Copa do Mundo de 2014, passaram a incluir o turismo como uma de suas intenções.

Exemplo claro está nas mais novas intervenções no centro tradicional de Curitiba. O programa “Marco Zero”, iniciado em 2007 e concluído em 2009, que resultou na restauração da Praça Tiradentes, da Praça Generoso Marques e na revitalização do Paço da Liberdade exemplifica bem essa situação (Fotografias 23 e 24). O Paço da Liberdade é uma edificação do início do século XX, tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), onde funcionava a prefeitura de Curitiba e, mais tarde, o Museu Paranaense. Após ser restaurado pelo Sistema Fecomércio Sesc Senac, por meio de uma parceria público privada, passou a abrigar um centro cultural administrado pelo Sesc Paraná, e recebe cerca de 2700 visitantes por dia (TUDO NOVO DE NOVO, 2010), sendo o mais novo cartão postal do turismo curitibano.

Outro exemplo é o Programa Novo Centro. A reportagem “Tudo Novo de novo”, vinculada na revista Espaço Urbano, de maio de 2010, mostra que o programa visa criar uma série de novos atrativos para mudar o cenário e ocupação do centro da cidade e, também, incrementar o turismo e a economia. No mesmo sentido dos projetos de renovação dos centros urbanos degradados, que acontecem no mundo todo, o projeto de Curitiba é uma parceria público-privada que visa retomar áreas degradadas e movimentar o centro da cidade.

Fotografias 23 e 24: Paço da Liberdade e Piso em vidro colocado na praça Tiradentes sobre sítio arqueológico encontrado por ocasião de seu restauro



Fonte: FOGAÇA, I.F, 2011

As primeiras etapas do projeto já foram realizadas. Trata-se da renovação da Rua Riachuelo, uma das ruas que mais demonstravam a deterioração do centro, com problemas de violência, prostituição e consumo de drogas. Assim, foram feitos melhoramentos na iluminação pública, instalação de câmeras de segurança, reformas nas calçadas, aterramento de fiação de telefonia e dados, sinalização turística para pedestres e paisagismo, além de ações de estímulo aos comerciantes para restaurarem e melhorarem seus comércios.

A partir da parceria público-privada, houve o fornecimento de tintas aos comerciantes para que renovem suas fachadas e, por meio do Projeto “Nova Riachuelo – a Rua do Reciclar, do Reinventar e do Reencantar”, o Sebrae Paraná e a Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio) vêm orientando os comerciantes a incrementarem seus negócios.

Segundo a Revista Espaço Urbano (maio/ 2010, p.16), “o projeto [Nova Riachuelo] é realizado com base numa ampla pesquisa feita na região para identificar as potencialidades e os pontos que precisam ser melhorados”, sendo que uma das estratégias é a realização de eventos aos domingos, com apresentações culturais que movimentem o comércio no local.

Em uma segunda etapa, que deverá ser concluída em 2013, o projeto pretende executar as mesmas obras na Rua São Francisco, João Negrão, Conselheiro Laurentino, Saldanha Marinho e Emílio Pernetá, além de intervenções nas Praças Zacarias, Carlos Gomes e 19 de Dezembro.

Após concluída a renovação do centro, a proposta é para que se mude o itinerário da Linha Turismo, a qual irá incluir a praça Generoso Marques e a rua Riachuelo, bem como

implantar um passeio de bonde elétrico que sairia da praça Eufrásio Correia, praça onde no início do século XX existia uma central de bondes, passando por toda a área renovada, em um trajeto de 3,5 km. O bonde teria paradas em pontos como Museu da Imagem e do Som, Rua Riachuelo, Praça 19 de Dezembro, Passeio Público, Teatro Guaíra, UFPR e Rua XV, retornando à praça Eufrásio Correia (TUDO NOVO DE NOVO, 2010).

Também está anunciada a restauração e revitalização de edificações públicas que se localizam na região, como o prédio que pertence ao Exército Brasileiro, localizado na rua Riachuelo, que será restaurado e transformado em um Centro Cultural, abrigando os antigos cinemas de rua Cine Ritz e Luz, bem como projetos relacionados ao cinema, como uma escola de cinema, que será administrada pela Fundação Cultural de Curitiba (TRISOTTO, 2010)

Para incentivar também uma nova ocupação residencial nas áreas renovadas, a partir da reforma de prédios antigos e construção de novas unidades habitacionais, a prefeitura pretende oferecer vantagens fiscais a empreendedores, bem como rever algumas questões legais de ocupação da área (TUDO NOVO DE NOVO, 2010)²³.

Os resultados das ações no centro da cidade já estão sendo identificados com o aumento de 14,2% no número de moradores na área central de Curitiba, entre os quais se destacam jovens com maior poder aquisitivo e executivos. Os empreendimentos imobiliários lançados na região, aproximadamente 6% do total de empreendimentos lançados em Curitiba, colocam a região central como a quinta em oferta imobiliária, e visam atingir o público jovem, casais sem filhos e executivos de alto poder aquisitivo, com apartamentos luxuosos de um dormitório e serviços como academia e lavanderia, próximos de todos os tipos de serviços que a cidade oferece (PEREIRA, 2011).

Outro exemplo de intervenção urbana em que o turismo é privilegiado será a reestruturação projetada para a avenida Cândido de Abreu. Como uma das obras em função da Copa de 2014, pretende-se construir ali um *boulevard* inspirado nas Ramblas de Barcelona, ruas de pedestre que se tornaram atrativos turísticos da cidade por concentrar cafés, restaurantes etc., onde acontecem apresentações e atividades culturais que trazem intensa animação ao lugar. O projeto prevê também pistas preferenciais e estações de embarque para transporte público junto a um largo calçadão voltado ao lazer do pedestre (O NOVO CALÇADÃO DA CIDADE, 2010).

Ainda como projeto, cabe citar o Plano Diretor Multimodal, que pretende retirar o ramal ferroviário que corta Curitiba e alguns municípios da RMC e desviá-lo para outras

²³ Dados coletados também em entrevista com o arquiteto responsável pelo projeto.

regiões, que inclui o aeroporto internacional Afonso Pena, no município de São José dos Pinhais. Este projeto promete trazer incremento ao turismo não só para Curitiba, mas também à RMC, cidades paranaenses litorâneas e Foz do Iguaçu (PLANO DIRETOR MULTIMODAL, 2010).

Em suas intenções visa revitalizar as regiões envolvidas, criar novas áreas de lazer e fomentar o turismo, o comércio e os serviços. Além de serem criados espaços de lazer nas áreas que seriam revitalizadas após a retirada do ramal ferroviário, também seria incentivada a integração turística de vários municípios, por meio dos diferentes meios de transportes integrados, inclusive o cicloviário, uma vez que se pretende conectar novas e já consolidadas áreas de lazer, turismo e esportes dos municípios beneficiados, bem como reciclar prédios utilizados pelo atual ramal ferroviário com atividades de animação urbana voltados à cultura.

Para encerrar provisoriamente essa questão, cabe destacar que o projeto da nova Rua 24 horas, concluído em julho de 2011, pretende que esta rua, em sua nova roupagem, possa oferecer serviços especialmente voltados ao turista. O novo projeto preservou o estilo arquitetônico original, realizando reforma em seu sistema elétrico e hidráulico, novo piso, cobertura com isolamento térmico, entre outros. O que irá diferenciar a nova rua 24 horas serão os serviços que visam caracterizar o local como um centro de recepção dos visitantes, pois lá haverá um ponto de informações turísticas, praça de alimentação, uma agência do Banco do Brasil, caixas eletrônicas, locadora de automóveis etc., além da rua passar a ser o ponto de partida da Linha Turismo, que atualmente é na praça Tiradentes. Outro diferencial em relação ao antigo projeto é que, apesar de manter o nome, alguns serviços não funcionarão 24 horas.

2.5. O Turismo na Curitiba contemporânea.

Antes de iniciarmos o Capítulo final desta pesquisa, acreditamos ser importante a apresentação de como o turismo de Curitiba está configurado na contemporaneidade. Para tanto, nos baseamos nos estudos de demanda realizados pelo CURITIBA TURISMO e demais órgãos relacionados ao mesmo.

Ao analisar todas as informações coletadas durante nossa pesquisa, observamos que o turismo em Curitiba, desde o início de seu desenvolvimento, se fundamentou na contemplação da paisagem. Alguns esforços vêm sendo desenvolvidos no sentido de alterar essa configuração, como, por exemplo, o lançamento da *lovemark* “Curta Curitiba”,

apresentado no item anterior. Em entrevista com técnicos responsáveis pela gestão contemporânea do turismo, ficou evidente que a perspectiva do programa Curta Curitiba é potencializar os benefícios da atividade e, além disso, convencer o próprio curitibano de quanto o turismo tornou-se, nos últimos 20 anos, uma prática de franca importância para a cidade.

Segundo o CURITIBA TURISMO, em 2010 estima-se que a cidade tenha recebido 3.410.219 visitantes, portanto 8,80% a mais do que em 2009, quando recebeu 3.134.162 visitantes.

Com exceção do ano de 2006, em que o fluxo de visitantes teve queda de 8,81%, nos demais anos da série de 2005 a 2010, representada na Tabela 7, percebe-se que o turismo vem apresentando significativo crescimento, havendo a estimativa de que o turismo contribua com 8% do PIB municipal.

Tabela 7: Número de Turistas que visitaram Curitiba de 2005 a 2010 e Taxa de crescimentos da visitação no mesmo período

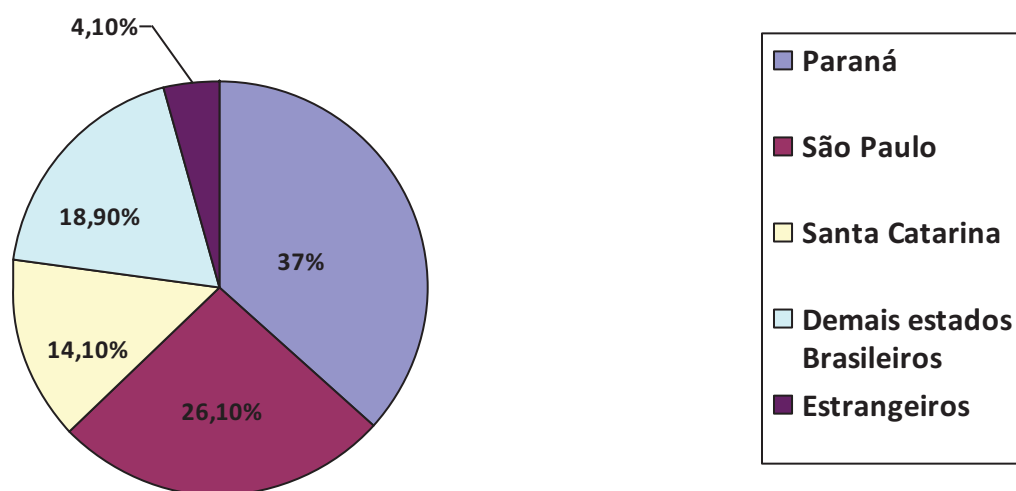
Variável	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Turistas	1.986.150	1.810.927	2.380.635	3.029.950	3.134.162	3.410.219
Crescimento	5,54%	- 8,81%	31,45%	27,27%	3,43%	8,80%

Fonte: CURITIBA TURISMO, 2011

É curioso observar que o ano de 2006, além de ser o primeiro ano após a criação do CURITIBA TURISMO, foi, justamente, o ano em que se realizaram em Curitiba os eventos da ONU, COP8 e MOP3, os quais deveriam ter proporcionado um salto no número de visitantes. No entanto, foi nesse ano que se observou uma queda de 8,81% no número de visitantes. Este assunto discutiremos mais detalhadamente no Capítulo 3.

Quanto à procedência destes visitantes, a maioria vem do estado do Paraná, somando 36,8% dos turistas, seguido por São Paulo e Santa Catarina, com 26,1% e 14,1%, respectivamente. Os demais estados participam com 18,9% no montante de visitantes e 4,1% dos turistas são procedentes de outros países como se verifica no Gráfico 7.

Gráfico 7: Procedência dos visitantes de Curitiba no ano de 2010



Fonte: CURITIBA TURISMO, 2011

As três principais motivações que trouxeram mais visitantes a Curitiba em 2010 foram: realização de negócios e motivos profissionais, visitas a parentes e amigos, e motivações de lazer, recreação e descanso. Também aparecem entre as motivações os eventos e acontecimentos programados, tratamentos de saúde, estudo, compras e outros, como se verifica na Tabela 8.

Dentre os estrangeiros que visitaram Curitiba em 2009, 40,9% vieram em busca de lazer, recreação e descanso. Em 2010, apesar da porcentagem baixar, o destaque se manteve, sendo que 36% dos estrangeiros também buscaram lazer, recreação e descanso.

Tabela 8: Principais motivações que trouxeram turistas a Curitiba nos anos de 2009 e 2010.

Variável/Ano	2009	2010
Negócios e motivos profissionais	37,6%	38,1%
Visita a parentes e amigos	22,4%	23%
Lazer, recreação e descanso	21,9%	19,5%
Eventos e acontecimentos programados	6,5%	7,6%
Tratamento de saúde	6,7	7,1%
Estudos	2,3%	2,5%
Compras	0,9%	1,0%
Outros	1,7%	1,2%

Fonte: CURITIBA TURISMO, 2010, 2011.

Percebe-se que a motivação por busca de lazer em Curitiba vem caindo, enquanto aumentam os fluxos de visitantes motivados pelos negócios e eventos, bem como em função

dos tratamentos de saúde. O aumento do fluxo de visitantes em busca de tratamento de saúde pode ser interpretado como um indicativo de que Curitiba vem se destacando também no que se refere a serviços de saúde. Estas pessoas, quando vêm à capital paranaense em busca de tratamentos, aproveitam a oportunidade da viagem para utilizar os serviços turísticos da cidade e, por isso, são considerados como mais um segmento do turismo.

Mesmo entre os estrangeiros que buscam conhecer Curitiba em função da imagem divulgada internacionalmente da cidade, em que seus equipamentos de lazer são os mais emblemáticos, a visitação motivada por lazer, recreação e descanso vem diminuindo. Acredita-se que isso venha acontecendo em função de dois motivos. O primeiro se refere à assiduidade do turista a Curitiba, e o segundo em decorrência do que se revela no primeiro, refere-se ao esgotamento da atratividade dos equipamentos urbanos de Curitiba.

Com base na assiduidade, de acordo com a pesquisa realizada pelo CURITIBA TURISMO, observa-se que em 2010, dos visitantes que estiveram em Curitiba, 86,2% deles já haviam estado na cidade em outras oportunidades e já haviam visitado seus principais atrativos.

O turismo em Curitiba, como indicado no início deste texto (item 2.5), apesar de estar passando por alterações que visam maximizar a experiência com um maior usufruto de tudo que a cidade oferece, é, todavia, ainda fortemente contemplativo, o que desfavorece a visitação repetitivamente aos mesmos atrativos. Se observarmos que, após o ano de 1997, foram poucas as intervenções urbanas que trouxeram centralidade turística a Curitiba, como as que foram construídas na década de 1970 e início da década de 1990, como o Jardim Botânico, a Ópera de Arame, os Bosques étnicos, entre outros, que geraram a imagem de Capital Ecológica e com qualidade de vida, entendemos que não há mais novidades para os turistas que já estiveram outras vezes em Curitiba.

Além do apresentado acima, o esgotamento da atratividade dos recursos turísticos de Curitiba ainda é favorecido por sua deterioração e má conservação, como foi possível verificar nos trabalhos de campo realizados para essa pesquisa.

Kaick (2007), em sua pesquisa de mestrado, constatou que 17% dos turistas por ela entrevistados estavam insatisfeitos com a infraestrutura presente nos atrativos turísticos de Curitiba, bem como com as condições e manutenção de suas instalações. Custódio (2006), também em suas pesquisas, demonstra que a satisfação do turista com os atrativos urbanos de Curitiba vem diminuindo desde o ano 2000. Isto, segundo a autora, vem ocorrendo em virtude da pouca inovação dos atrativos nos últimos anos.

Entre os atrativos mais visitados por turistas na contemporaneidade (Tabela 9), a maioria ainda é resultado das intervenções realizadas na década de 1970 até meados da década de 1990

Tabela 9: Atrativos mais visitados durante a viagem por turistas de Curitiba (2009 e 2010)

Atrativo	% dos visitantes que declararam ter visitado o atrativo	
	2009	2010
Jardim Botânico	36,4%	40,2%
Ópera de Arame	20,6%	20,5%
Parque Barigüi	16,2%	17,7%
Parque Tanguá	13,9%	9,5%
Museu Oscar Niemeyer	7,4%	8,1%
Linha de Turismo	–	6,7%
Passeio Público	5,6%	6,4%
Zoológico	5,6%	5,8%
Shoppings	5,8%	5,2%
Bosques	5,6%	–
Santa Felicidade	5,3%	4,9%

Fonte: CURITIBA TURISMO, 2009, 2010.

É curioso que a linha de transporte turístico, Linha Turismo, é indicada como um atrativo pelos visitantes, o que revela o encantamento do visitante com o ônibus de turismo. A linha é um sistema de transporte idealizado para o bem-estar dos visitantes e para divulgar os projetos desenvolvidos na cidade por meio de um roteiro dos principais atrativos comercializados pelo turismo de Curitiba. Evidência disso é que todos os atrativos citados pelos visitantes na pesquisa de demanda do Curitiba Turismo, com exceção do Zoológico, estão inseridos na Linha Turismo.

Atualmente, a Linha Turismo contempla 25 atrativos nos 42 km que circula pela cidade. Por este percurso o turista paga o valor de R\$ 25,00, um valor que está bastante distante do preço da passagem de um ônibus convencional, R\$2,50²⁴, o que direciona o serviço somente para o visitante e não para os moradores, para quem o valor passa a ser significativo.

²⁴ Valor referente à tarifa de ônibus no mês de agosto de 2011.

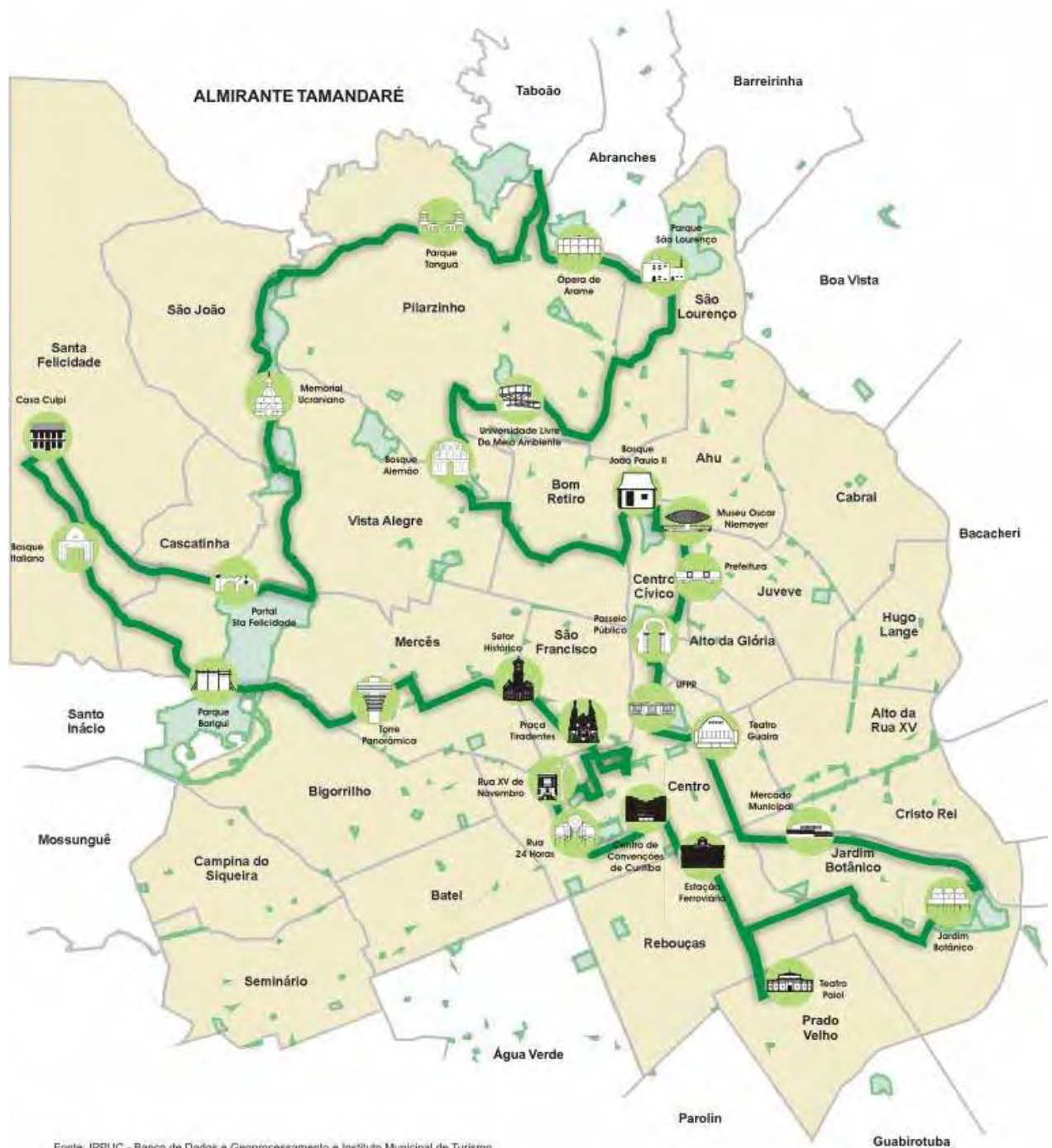
Entre os atrativos que compõem a Linha Turismo (Figura 4) estão o Bosque do Papa; Bosque Alemão; o Parque São Lourenço; a Unilivre e Bosque Zanielli; a Pedreira Paulo Leminski; o Parque Tingüi e Memorial Ucrainiano; a Torre Panorâmica; o Centro Histórico da cidade, que conserva importantes monumentos da cidade, como o Largo da Ordem, o Memorial da Cidade, a Igreja da Ordem, a Igreja Presbiteriana, a Igreja Nossa Senhora do Rosário, a Fundação Cultural, a Casa Vermelha, a Galeria Julio Moreira, a Casa Romário Martins – espaço que conserva um acervo de livros históricos sobre Curitiba, o Relógio das Flores, entre outros espaços prestigiados por manifestações e eventos culturais, como a feira de artesanato do Largo da Ordem, que acontece todos os domingos.

A feira de artesanato do Largo da Ordem é considerada a segunda maior do Brasil e já acontece há 40 anos. Compreende uma gama de manifestações culturais e artísticas, produtos diversificados e associados ao turismo, além de estar situada no setor histórico da cidade, compondo um importante atrativo turístico de Curitiba.

Também são privilegiados pela Linha Turismo a Fachada da Universidade Federal do Paraná (UFPR), na praça Santos Andrade; o Paço da Liberdade; a Praça Tiradentes; Museu Ferroviário e a Antiga Estação Ferroviária – atual *Shopping* Estação; a Rua XV ou antiga “Rua das Flores ou da Imperatriz” e seu entorno – Boca Maldita, Praça Osório, entre outros ; o Teatro Guaíra; a Rua 24 horas, recém reformada e que voltará a fazer parte do roteiro turístico da cidade; o Teatro Paiol, obra que, como apresentado no Capítulo I desta pesquisa, representa um marco cultural para a cidade, entre outros atrativos turísticos que se apresentam como “cartões postais” de Curitiba.

A partir de 2008, os serviços da Linha Turismo foram aprimorados e já é possível receber informações em três idiomas durante os passeios, o que deixa em evidência o intuito de atingir o público internacional.

Figura 4: Roteiro da Linha Turismo



Fonte: IPPUC, 2008

Ainda no roteiro da Linha Turismo está o Museu Oscar Niemeyer (MON) (Fotografias 25 e 26), o qual, durante um domingo do mês, tem entrada franca, o que ocasiona grande movimento. Em todos os domingos seus jardins ficam repletos de famílias, sendo que muitos jovens e idosos levam seus cachorros para passear livremente, o que acaba também se caracterizando como um atrativo turístico do museu.

Fotografias 25 e 26: Fila de acesso ao MON e área de entretenimento do Museu



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011

Caracteriza-se uma cena atípica, em que convivem centenas de cães soltos livremente entre pessoas, sendo que seus jardins já são popularmente chamados de “Parcão”, fazendo referência ao parque dos cães (Fotografias 27 e 28).

Fotografias 27 e 28: Jardim do MON, que nos fins de semana se transforma no “Parcão”



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011

Movimentos como este que relatamos, a concentração de pessoas e animais nos jardins do MON, também acontecem em outras áreas da cidade, e, segundo técnicos relacionados ao turismo, entrevistados para essa pesquisa, têm sido bastante atrativos aos visitantes que vêm a Curitiba. Exemplo disso tem sido o movimento que os curitibanos denominam de *SoHo* Batel, apesar de acontecer na praça Espanha, localizada no bairro Bigorrião e não no Batel, e nos quarteirões de entorno da praça.

Trata-se de uma iniciativa como as que existem em países como a Argentina, Palermo *SoHo*, para associar a vitalidade e animação presentes nos distritos denominados *SoHo*, tanto em Londres quanto em Nova Iorque, ao bairro curitibano. Nos países de origem, são bairros que concentram artistas e serviços de animação como bares, restaurantes, boutiques, espaços culturais e históricos etc. e pessoas, tanto moradores quanto turistas, de alto poder aquisitivo. O *SoHo* de Curitiba concentra lojas de decoração, ótimos restaurantes, cafés, e lá acontecem vários eventos com atrações musicais, gastronômicas, entre outras.

Assim, apesar de alguns atrativos de Curitiba estarem perdendo sua atratividade, seja por não caracterizarem mais novidade, seja pelo estado de conservação, a imagem de Curitiba perante o visitante ainda continua sendo de uma cidade planejada e com qualidade de vida.

Em análise realizada por Custódio (2006), por meio de comparação de pesquisas realizadas pela Secretaria Estadual de Turismo (SETU) junto aos visitantes de Curitiba, nos anos de 2001 e 2003, foi identificado que a definição dada pelos visitantes à cidade se refere, em primeiro lugar, à “cidade com qualidade de vida”, sendo esta a característica marcante da cidade indicada por 40,5% e 37,3% dos entrevistados, respectivamente nos anos citados. Em segundo lugar, a imagem representativa da cidade é de “cidade ecológica”, citada por, respectivamente, 26,8% e 22,2% dos entrevistados. Em terceiro lugar, foi citada a “cidade cultural”, respectivamente por 17,3 e 14,5% dos entrevistados. A imagem de “cidade turística” aparece em quarto lugar, citada por 8,8% e 11,7% dos entrevistados, respectivamente nos anos indicados.

Nos anos de 2009 e 2010, as pesquisas realizadas pelo CURITIBA TURISMO indicam que a imagem de “cidade com qualidade de vida” ainda é a mais citada pelos visitantes, em 2009 por 40,1%, e em 2010 por 38,5% dos entrevistados. Em seguida se mantém a “cidade ecológica”, citada por 15,9% e 16,6% dos entrevistados, nos respectivos anos indicados. Em 2009, no terceiro lugar houve uma inversão, e a indicação que aparece é a da “cidade turística”, sendo referência para 12,1% dos entrevistados, enquanto a “cidade cultural” aparece em quarto lugar, citada por 10,6% dos visitantes. Já em 2010 a imagem de “cidade cultural” aparece novamente em terceiro lugar, citada por 12,5% dos entrevistados, e

a de “cidade turística” cai para quarto lugar, citada por 11,7%. Ainda em 2009 e 2010, aparece uma quinta definição para Curitiba, a de “cidade universitária”, lembrada por 6,8% e 4,2% dos entrevistados, respectivamente. As demais definições citadas foram agrupadas em “outras definições”, com 14,6% e 16,5% das respostas, respectivamente, nos anos indicados (Tabela 10).

Tabela 10: Definição dada da imagem da cidade pelos visitantes nos anos de 2001, 2003, 2009 e 2010.

Imagem	2001	2003	2009	2010
Cidade com qualidade de vida	40,5%	37,3%	40,1%	38,5%
Cidade Ecológica	26,8%	22,2%	15,9%	16,6%
Cidade Cultural	17,3%	14,4%	10,6%	12,5%
Cidade Turística	8,8%	11,7%	12,1%	11,7%
Cidade Universitária	****	****	6,8%	4,2%
Outras	****	****	16,5%	14,6%

Fonte: SETU, apud CUSTÓDIO 2009, CURITIBA CIDADE, 2009 E 2010.

É interessante observar também que o turista que procura Curitiba faz parte de uma camada privilegiada da sociedade brasileira. Em 2010, 46,4% dos turistas brasileiros, procedentes de outros Estados, possuíam ensino superior completo ou mais; entre os estrangeiros, 44,4% estão também nessa categoria. Entre os turistas paranaenses, 38,7% dos turistas contam com ensino superior completo ou mais. Portanto, os turistas que visitam Curitiba contam com elevado grau de instrução.

Os dados acima apresentados refletem-se na renda média mensal individual e familiar dos turistas que visitaram Curitiba em 2010. O brasileiro procedente de outros estados tem renda média mensal individual de R\$ 5.047,54 e familiar de R\$7.980,65; a renda média mensal do estrangeiro é, respectivamente, de R\$ 8.940,24 e R\$ 12.836,25, e a renda média mensal individual do turista paranaense é de R\$ 3.370,28 e familiar é R\$ 5.095,09²⁵ (CURITIBA TURISMO, 2011).

²⁵ Dados referentes ao mês de dezembro de 2010.

Tabela 11: Renda mensal individual e familiar do turista que veio a Curitiba em 2010 segundo procedência

Renda	Outros Estados	Outros Países	Interior do Paraná
Individual	R\$ 5.047,54	R\$ 8.940,24	R\$ 3.370,28
Familiar	R\$ 7.980,65	R\$ 12.836,25	R\$ 5.095,09

Fonte: CURITIBA TURISMO, 2011.

Nesse contexto, percebemos que o turismo em Curitiba é uma atividade consolidada, em franco crescimento, que promove a difusão de sua imagem de cidade planejada e ecológica. Assim, o turismo reforça a ideia de locais estratégicos, combina o novo e o velho, o local e o global, o social e o econômico, e ao se integrar à cidade torna o local divertido para se viver e visitar. Além disso, determina comportamentos e atitudes no cotidiano das cidades e estabelece, também, práticas sociais que produzem o espaço.

CAPÍTULO III – A COMPREENSÃO ALÉM DAS APARÊNCIAS

Nos Capítulos anteriores foi analisado o processo de planejamento e gestão de Curitiba (ver síntese pela representação apresentada no Anexo1, p.176). Compreendeu-se que, do início da década de 1970 ao final da década de 1980, Curitiba passou por uma estruturação urbana que lhe possibilitou ser considerada como modelo de planejamento urbano para o Brasil.

A partir do final da década de 1980 e início da década de 1990, emergiu uma nova forma de planejar e gerir a cidade, que tinha como característica marcante a estratégia com enfoque ambiental e estético, carregada de ações de *marketing* urbano, que possibilitaram a Curitiba ser conhecida, nacional e internacionalmente, como a “Capital Ecológica”.

Nessa fase identificamos a face competitiva da cidade, quando seu planejamento e gestão são direcionados a criar novos atributos e a vender estes atributos por meio de uma imagem construída. Nesse universo, o turismo encontrou formas de se desenvolver e se integrar à ótica do planejamento e gestão urbana.

Em meados da década de 1990 e nos anos 2000, com a conformação da dimensão metropolitana, Curitiba se viu condicionada a buscar uma recolocação econômica. Nesse período, o estilo empresarial, ainda mais evidenciado, trouxe novos elementos influenciadores da reprodução socioespacial, emergindo transformações.

A dimensão metropolitana e a problemática socioespacial que com ela surgiu trouxeram novas complexidades à cidade, e direcionaram seus gestores, nos últimos anos, a considerar a gestão local inserida regionalmente e, mesmo que estrategicamente, tentar imprimir características mais “humanas” à cidade. Dessa forma, novas fórmulas começaram a ser aprimoradas, principalmente no que se refere à Biocidade ou à Cidade Sustentável.

Assim, essa análise nos possibilitou identificar os marcos temporais e políticos do desenvolvimento e da integração do turismo no planejamento e gestão urbana de Curitiba, e pontuar algumas críticas contidas na construção que tentamos realizar nos primeiros dois Capítulos desta pesquisa.

Desse modo, o presente Capítulo é dedicado a retomar as críticas pontuadas nos Capítulos anteriores, bem como trabalhar com novos elementos que nos auxiliarão a construir a síntese de nossa investigação.

3.1. Desvendando o planejamento e gestão de Curitiba

É consenso exaustivamente discutido na Geografia urbana que a cidade moderna sempre esteve associada à divisão social do trabalho, à acumulação do capital, e que sua configuração espacial está ligada à produção e reprodução do capital. Todavia, nessa nova fase do capitalismo, as cidades passam a ser geridas como empresas e consumidas como mercadorias.

Contudo, como já apresentado na introdução dessa pesquisa, ao planejar e gerir a cidade como empresa, a diferença entre objetivos de uma e de outra são anulados. Na empresa todos os membros são identificados com propósitos e projetos cujo objetivo é o lucro. O que ou quem não se identifica com o objetivo comum é eliminado/ dispensado. Na cidade as relações não são assim tão equilibradas.

A cidade é o retrato da diversidade, seja diversidade de classes e renda, seja diversidade de modelos culturais. É também campo simbólico de lutas, é fragmentação e articulação, é reflexo e condição social, e, ao contrário da empresa, não se (re)produz sem conflitos (SANTOS, 1994; CORRÊA, 2001).

Portanto, não há como eliminar os elementos conflitantes da cidade e, mesmo utilizando-se de todos os estratagemas para abolir os conflitos, mesmo que estes não se manifestem na forma de contestação, seu movimento não possibilita que o projeto arquitetado se sustente.

De fato, em um país em que o urbano é marcado pelo caos da deterioração, de carências em infraestrutura, da ausência de equipamentos urbanos e de toda a mazela que isso tudo proporciona, Curitiba, por meio de uma rápida análise, apresenta muitos méritos. A partir de suas experiências urbanísticas bem sucedidas, surpreende e faz compreensível toda notoriedade alcançada pela imagem construída e divulgada na década de 1990, como um caso bem sucedido de planejamento urbano.

Todavia, a ciência necessita superar o facilmente visível e revelar o que aparentemente não é visto, e, como destaca Oliveira (2000, p.16), “[...] não se pode deixar de notar que as representações oficiais da cidade são extremamente parciais, enfocando em demasia alguns aspectos, desconsiderando outros e praticamente ignorando as manifestações que contradigam a positividade do cenário”.

Foge aos objetivos desse trabalho uma avaliação exaustiva dos resultados do processo de planejamento de Curitiba, uma vez já existir dezenas de trabalhos realizados junto às mais variadas especialidades das ciências que se dedicaram a isso. No entanto, é importante

analisarmos alguns de seus desdobramentos, para compreendermos os méritos reais e supostos do planejamento urbano e, principalmente, compreendermos a leitura que podemos fazer do turismo na Curitiba metropolitana e contemporânea e, assim, interpretar o papel do turismo na reprodução do espaço.

Ao buscar compreender as complexidades que envolvem a dinâmica de uma cidade como Curitiba, percebe-se que, apesar de bem arquitetado o planejamento estratégico de cidade-modelo, não há como se fazer como em uma empresa, simplesmente eliminar os membros ou elementos que estão fora do modelo esperado ou projeto pretendido pela cidade.

A mesma Curitiba que apresenta características estéticas significativas para o que a sociedade contemporânea entende por qualidade de vida²⁶ demonstra problemas que evidenciam as contradições de sua construção.

A Curitiba eleita como a “cidade com a qualidade de vida”; “capital ecológica”; “melhor capital para se realizar negócios” e, mais recentemente, a “cidade mais sustentável do mundo”, entre inúmeras sínteses construídas nos últimos 40 anos pelo *marketing* urbano, foi apresentada no relatório “*State of the World's Cities 2010/11: Cities for All: Bridging the Urban Divide*”²⁷ (ONU - HABITAT, 2010) como a 17ª cidade mais desigual do mundo e a 5ª do país, no que se refere a maior diferença na concentração de renda entre pobres e ricos. Nessa lista sequer figuraram cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, tão conhecidas, nacional e internacionalmente, como cidades com sérios problemas sociais.

Também em 2011, Curitiba foi considerada, no levantamento realizado pelo Ministério da Justiça e Instituto Sangari, que gerou o Mapa da violência no Brasil 2011, a 6ª capital mais violenta do país, sendo que em número de pessoas mortas vítimas de crime, Curitiba está à frente de cidades como o Rio de Janeiro, 20ª colocada, uma cidade conhecida nacional e internacionalmente pelos conflitos criminosos. Outras cidades da RMC figuram no *ranking* das cidades mais violentas do país, como Almirante Tamandaré e Piraquara. São José dos Pinhais aparece no *ranking* das 100 cidades com maiores taxas de homicídio juvenil

Esses novos títulos da capital paranaense e a ampliação da problemática à RMC, dada a articulação regional, levam-nos ao seguinte questionamento: como uma cidade pode, ao mesmo tempo, ser considerada a cidade mais sustentável do mundo e, em contrapartida, apresentar em seu território uma das maiores desigualdades entre pobres e ricos do mundo e altas taxas de violência?

²⁶ Belos parques urbanos, áreas comerciais luxuosas como *shoppings centers*, serviços de entretenimento e lazer bem desenvolvidos entre outros.

²⁷ Estado das cidades do mundo 2010/2011: Unindo o urbano dividido

De fato, as transformações que destacam a imagem da capital paranaense como uma cidade modelo, planejada e ecológica, e, mais recentemente, sustentável, não se distribuíram de forma similar por todo seu território. As chamadas “acupunturas urbanas” de Lerner não se irradiaram nem sequer por todo o limite do município de Curitiba, quanto menos na escala da RMC, onde a equação fica ainda mais desigual.

Nos últimos 40 anos do aclamado planejamento urbano modelo de Curitiba, também se evidenciaram territórios desiguais e conflitantes, levando-nos a considerar que as sínteses criadas para Curitiba, na verdade, são representações dos fragmentos da cidade e não da sua totalidade.

A regulação do solo implantada a partir do plano de 1966, a criação de parques, bosques, praças, jardinetes, entre outros equipamentos urbanos de enfoque estético, ambiental, cultural (...) resultaram na paisagem peculiar que se pretendia de uma cidade bela e organizada. Todavia, a aliança com o mercado, em especial o mercado imobiliário, e a ausência de políticas sociais de habitação popular, conformou Curitiba como uma cidade técnica, elitista e excludente.

Houve, como bem discutido por Oliveira (2000), Firkowski (2001), Sánchez (2003), Moura (2007), Mossato (2007), entre outros, uma seletividade na ocupação do município, seja em função do encarecimento do preço do solo, dos imóveis, seja em função do próprio processo de planejamento carregado de simbologia do *city marketing*, que intensificou o processo de valorização da cidade.

Essa realidade social se evidencia, pois o processo de planejamento pautou-se sempre por uma seletividade espacial interessante ao projeto de internacionalização e criação de uma imagem/ “marca” positiva para a cidade. Assim, Curitiba foi sendo organizada de forma atrativa para as classes média e alta da população, sendo nítidas as diferenças sociais no espaço ocupado (FIRKOWSKI, 2001).

Paralelamente à atração de populações economicamente privilegiadas, possibilitando a criação de condomínios de luxo na cidade, que no início dos anos 2000 fez com que Curitiba fosse considerada o município brasileiro que concentrava o menor percentual de pobres na totalidade de sua população, apenas 9,8% de sua população (SÁNCHEZ, 2003), emergiram também em Curitiba problemas que o saber técnico de seus planejadores e líderes políticos não souberam ou “quiseram” resolver.

Entre os problemas mais evidentes está o crescimento acelerado, na década de 1990, das áreas de ocupação irregulares, tanto em Curitiba quanto em toda a RMC. Em Curitiba, segundo Firkowski (2001), em 1992 eram 44.713 domicílios em áreas de ocupação irregular,

em 1997 eram 53.162. Pereira e Silva (2011) demonstram que, em 2005, um levantamento realizado pela UFPR apresentou um número ampliado para 62.267 domicílios em áreas de ocupação irregular. Na RMC, Firkowski (2001) observa que em 1992 eram 54.161 domicílios em áreas de ocupação irregular e, em 1997, eram 82.446.

É interessante observar que estas ocupações irregulares estão, na maioria dos casos, localizadas na divisa do município de Curitiba com os municípios da RMC ou, justamente, nas áreas que nas décadas de 1970 e 1990, ao sul e a sudoeste do município, em virtude de concentrarem reservas de mananciais, foram destinadas à conservação. Áreas que, dessa forma, deveriam ter sua ocupação controlada. Esta realidade acabou por se refletir na espacialização da concentração da renda no município. Como se observa no Mapa 3, na região central está a população mais privilegiada e ao sul e nos limites do município está a população com os menores rendimentos.

Este quadro também pode ser reafirmado pelos dados mais recentes divulgados pelo censo 2010 (IBGE, 2011), em que não mais somente 9,8% da população de Curitiba são considerados pobres como em 2000, mas, em 2010, são aproximadamente 28% da população que possuem rendimentos de até 1 salário mínimo.

Nesse sentido, as forças que influenciaram a organização do espaço urbano em Curitiba evidenciam uma das grandes críticas aos resultados do planejamento estratégico e empreendedor, a segregação socioespacial.

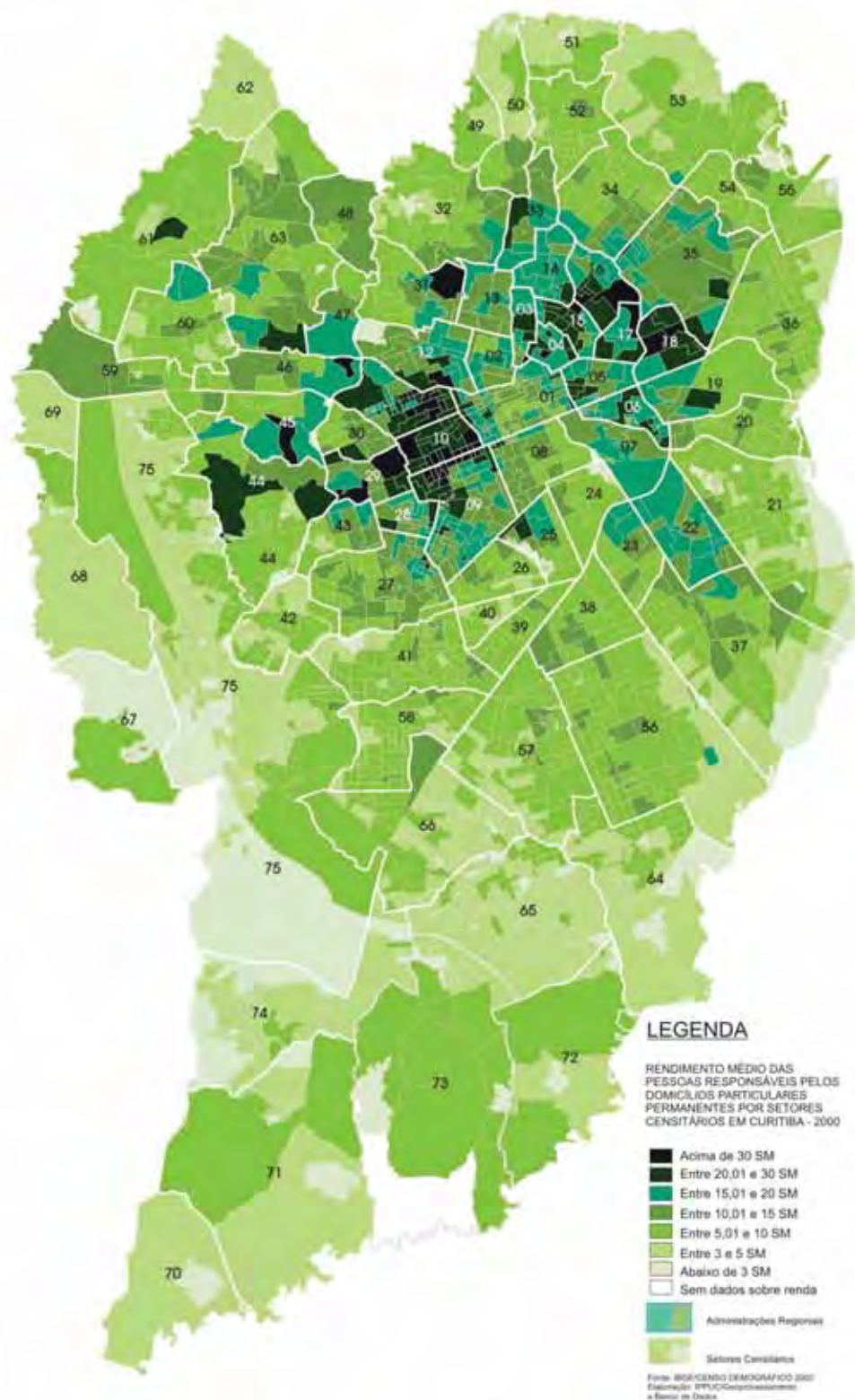
Curitiba tornou-se um território “ilhado”, mas que não está ileso às pressões das desigualdades entre o núcleo e a periferia, e à violência destacada no início deste texto, e, conforme denominam Pereira e Silva (2011), vive-se hoje um “urbanismo de risco em Curitiba”. Ou seja, a cidade bela, planejada e ecológica também está sujeita a um urbanismo marcado pela pobreza e pela degradação ambiental em algumas de suas áreas, justamente aquelas ocupadas de forma irregular, e por todas as consequências que a desigualdade social proporciona.

Pereira e Silva (2011) apontam que, no final da década de 2000, 10% da população de Curitiba viviam em assentamentos irregulares sujeitos, principalmente, à ausência de infraestrutura e serviços de saneamento básico, como acesso a rede de água tratada, rede de coleta de esgoto, coleta de lixo, rede de energia elétrica. Além do apresentado, estavam assentados em Áreas de Proteção Ambiental (APA) e Áreas de Preservação Permanente (APP), na margem de rios, vivendo em instalações de baixo padrão construtivo, com ausência de instalações sanitárias e com precariedade no acesso ao transporte coletivo, tão aclamado como modelo em Curitiba.

Mapa 3: Concentração da renda em Curitiba

BAIRROS

- 01-CENTRO
- 02-SÃO FRANCISCO
- 03-CENTRO CÍVICO
- 04-ALTO DA GLÓRIA
- 05-ALTO DA RUA XV
- 06-CRISTO REI
- 07-JARDIM BOTÂNICO
- 08-REBOUÇAS
- 09-ÁGUA VERDE
- 10-BATEL
- 11-BIGORRILHO
- 12-MERCÊS
- 13-BOM RETIRO
- 14-AHÚ
- 15-JUVEVÊ
- 16-CABRAL
- 17-HUGO LANGE
- 18-JARDIM SOCIAL
- 19-TARUMÁ
- 20-CAPÃO DA IMBUIA
- 21-CAJURU
- 22-JARDIM DAS AMÉRICAS
- 23-GUABIROTUBA
- 24-PRADO VELHO
- 25-PAROLIN
- 26-GUAÍRA
- 27-PORTÃO
- 28-VILA IZABEL
- 29-SEMINÁRIO
- 30-CAMPINA DO SIQUEIRA
- 31-VISTA ALEGRE
- 32-PILARZINHO
- 33-SÃO LOURENÇO
- 34-BOA VISTA
- 35-BACACHERI
- 36-BAIRRO ALTO
- 37-UBERABA
- 38-HAUER
- 39-FANNY
- 40-LINDÓIA
- 41-NOVO MUNDO
- 42-FAZENDINHA
- 43-SANTA QUITERIA
- 44-CAMPO COMPRIDO
- 45-MOSSUNGUÊ
- 46-SANTO INÁCIO
- 47-CASCATINHA
- 48-SÃO JOÃO
- 49-TABOÃO
- 50-ABRANCHES
- 51-CACHOEIRA
- 52-BARREIRINHA
- 53-SANTA CÂNDIDA
- 54-TINGUI
- 55-ATUBA
- 56-BOQUEIRÃO
- 57-XAXIM
- 58-CAPÃO RASO
- 59-ORLEANS
- 60-SÃO BRAZ
- 61-BUTIATUVINHA
- 62-LAMENHA PEQUENA
- 63-SANTA FELICIDADE
- 64-ALTO BOQUEIRÃO
- 65-SÍTIO CERCADO
- 66-PINHEIRINHO
- 67-SÃO MIGUEL
- 68-AUGUSTA
- 69-RIVIERA
- 70-CAXIMBA
- 71-CAMPO DE SANTANA
- 72-GANCHINHO
- 73-UMBARÁ
- 74-TATUQUARA
- 75-CIDADE INDUSTRIAL



Fonte: IPPUC/ Banco de dados, 2011.

3.2. A seletividade espacial da cidade modelo: o foco mais direcionado à economia política do lugar.

Da mesma forma como a seletividade espacial entre pobres e ricos está marcada no espaço urbano de Curitiba, como pudemos observar no Mapa 3, os equipamentos e serviços destacados como sinônimos de qualidade de vida e de boas práticas em urbanismo, que configuraram Curitiba, por meio do *marketing* urbano, como cidade modelo e “capital ecológica”, também estão concentrados espacialmente.

Como se verifica no Mapa 4, os parques e bosques urbanos de Curitiba estão concentrados nas áreas centrais e na porção norte e leste do município, onde se observa população privilegiada financeiramente, em detrimento da periferia que ficou desprovida de tais equipamentos.

Apesar de buscar manter a imagem de Capital Ecológica do Brasil, ao analisar a totalidade do espaço urbano de Curitiba, percebe-se que justamente as áreas que deveriam ser mais restritivas à ocupação, por concentrarem remanescentes e fundos de vales, foram as menos privilegiadas com a criação de parques urbanos, que desde a década de 1970 eram revestidos simbolicamente como boas práticas ecológicas.

Estas constatações estão presentes nas pesquisas realizadas por Ribeiro e Silveira (2006, p.139), quando apresentam que o planejamento de Curitiba mostrou-se “ineficiente quando se trata do cuidado com áreas de proteção ambiental, localizadas na periferia, e em bairros com pouca representatividade política”.

Na região sul e sudoeste do município houve uma descontinuidade de ações de planejamento das áreas verdes, seja para o saneamento urbano, seja para suprir a população de áreas de lazer.

As raras áreas verdes constituídas na porção sul do município estão relacionadas à APA Municipal do Rio Iguaçu²⁸, também denominada Parque Regional do Iguaçu. Constitui-se de uma região com grande potencial em áreas verdes e recursos hidrográficos, que poderia ter sido contemplada com parques urbanos e espaços populares de lazer, contribuindo para o saneamento e qualidade de vida urbana e podendo ainda, a partir da exploração planejada do turismo, gerar emprego e renda para a população carente do entorno.

²⁸ Os parques presentes na APA do Iguaçu são o Zoológico Municipal, o Parque Náutico, o Parque Peladeiros, todos criados entre as décadas de 1970 e 1980, o Parque Linear do Cajuru, criado em 2003, o Parque Lago Azul criado em 2008. Também está nessa área a Estação Ecológica Cambuí, mas que por sua categoria não permite o uso público.

Mapa 4: Localização dos parques urbanos de Curitiba



Fonte: IPPUC/ Banco de dados, 2011.

No entanto, apesar destas áreas serem impróprias para a habitação, em virtude da vazão dos rios, foram ocupadas irregularmente e hoje são apontadas no zoneamento urbano da cidade como setor especial de habitação de interesse social. Portanto, áreas não interessantes aos mercados que movimentam a competitividade entre as cidades.

Assim, compreendemos que o argumento ambientalista da década de 1970, de se criarem áreas verdes para preservação de reservas naturais e de mananciais, e, na década de 1990, utilizado para dar visibilidade à “Cidade Ecológica”, não se aplicou à totalidade do espaço. As áreas contempladas com parques e bosques, ou seja, áreas verdes e de lazer institucionalizadas e, assim, preservadas, foram criadas na verdade para impedir ocupações irregulares em regiões da cidade destinadas para o bem-estar de populações privilegiadas, que moram, na maioria das vezes, na porção norte e leste da cidade, e em parte da porção oeste (como no bairro Batel, Bigorriho e Mossunguê), bem como para valorizar o espaço para o consumo, especialmente para o consumo turístico.

É interessante destacar que o último parque criado, parque Lago Azul, é o único que está mais ao sul do município. Entendemos que a implantação desse parque revela o perfil mais populista que Beto Richa e o atual prefeito de Curitiba, Luciano Ducci, desejam transmitir a partir do *slogan* “cidade da gente”, aproximando-se de populações mais carentes e defendendo o conceito de Biocidade, “cidade sustentável”.

Durante as entrevistas realizadas no trabalho de campo desta pesquisa, essa perspectiva de perfil político foi bastante evidenciada, seja pela presença do prefeito semanalmente nas audiências públicas nos bairros de Curitiba, seja pelo trabalho “corpo a corpo”, tanto de Beto Richa quanto de Luciano Ducci, nas ruas da cidade. Na pesquisa documental e bibliográfica, também essa perspectiva se evidenciou desde o início da gestão de Beto Richa, em 2005, quando realçou o discurso de que Curitiba voltaria a ser destaque nacional pelas intervenções sociais/humanitárias e que era iminente a integração regional com a RMC. Assim, a síntese da “capital sustentável” por meio da Biocidade marca as características políticas contemporâneas vigentes em Curitiba.

Outra evidência de um perfil que visa voltar-se mais aos “excluídos de Curitiba” foi a recém restauração da praça Zumbi dos Palmares. Sua reinauguração teve destaque quando em seu discurso o prefeito Luciano Ducci realçou a obra como uma homenagem tardia a uma parcela da população que teve papel de fundamental importância para a construção de Curitiba. Essa obra é resultado da articulação do Conselho Municipal de Políticas Étnico Racial criado por Beto Richa em 2006.

Todavia, por mais que se perceba um maior empenho político de aproximação com as mazelas locais, as estratégias públicas para resolução dos problemas urbanos continuam sendo as mesmas da década de 1990, até mesmo mais aprimoradas. Volta-se a utilizar o argumento ambiental para a retirada de ocupações irregulares da cidade e a ideia de que a qualidade de vida se conquista pela proliferação de parques, agora com um incipiente direcionamento à região sul do município.

Acreditamos que estas áreas devem ser contempladas com espaços de lazer para a população e que as ocupações irregulares, principalmente aquelas em área de risco, devem ser alvo de ações públicas, no entanto a retirada dessa população deve ser acompanhada de políticas sociais em todos os âmbitos, sobretudo políticas de habitação popular que devolvam a dignidade a essa população.

Na questão da política cultural, durante a história do planejamento urbano de Curitiba, o mesmo processo de seletividade espacial utilizado com os parques e bosques se fez presente na criação de espaços de lazer. Apesar de mais espalhados pelo território, mais uma vez percebemos, ao analisar o Mapa 5, a concentração de equipamentos culturais nas áreas onde se concentra a renda do município, bem como os tão aclamados parques urbanos.

Essa concentração leva-nos a retomar a afirmação do IPPUC (2009), de que a nova realidade colocada a partir do plano de 1966, nas décadas de 1970 e 1980, significou para Curitiba uma “revolução física, econômica, social e cultural”.

A “revolução física” seria atribuída aos eixos estruturais e a toda a legislação de uso e ocupação do solo a eles relacionada, que definiram os rumos da organização urbana.

A “revolução econômica” se deu a partir da implantação da CIC e da consequente industrialização da economia local, que ocorreu nas décadas de 1970 e 1980.

Mas, quando buscamos compreender como se deu a “revolução social e cultural”, que teve como símbolo a revitalização de uma edificação que deteriorava o espaço urbano e que passou a ocupar uma função cultural, o teatro Paiol, um novo questionamento se evidencia. Para quem esta revolução social e cultural se fez realidade?

Ao analisar a seletividade espacial tanto da renda quanto dos equipamentos considerados como os representantes da qualidade de vida urbana de Curitiba, consequentemente da “revolução cultural e social”, percebemos que nem nas décadas de 1970 e 1980, tampouco mais recentemente, o que houve em Curitiba foi uma revolução social e cultural. Ou, se houve algum implemento social ou cultural, não foi para todos.

Mapa 5: Localização dos espaços culturais de Curitiba

Legenda

- 1 Bondinho da Rua XV
- 2 Casa Romária Martins
- 3 Diretoria do Patrimônio Cultural/Casa Memória
- 4 Morão Novo Reboças
- 5 Sede da Fundação Cultural de Curitiba
- Centros Culturais**
- 6 Centro de Criciúvilde de Curitiba
- 7 Casa Erbo Stenzel
- 8 Casa da Memória
- 9 Teatro Cleon Jacques
- 10 Centro Cultural do Portão
- 11 Teatro Antonio Carlos Kraus
- 12 Centro Cultural Solar do Barão Gibetca
- 13 Museu do Cartaz
- 14 Museu da Gravura
- 15 Palácio Wolf
- 16 Conservatório de MPB
- 17 Memorial de Curitiba
- 18 Teatro Londrina
- 19 Feira do Poeta
- 20 Livraria Danilo Velozzi
- 21 Casa de Leitura
- Espaços Cênicos/Musicais**
- 22 Teatro Cleon Jacques
- 23 Teatro Londrina
- 24 Teatro da arte
- 25 Teatro do Paço
- 26 Teatro do Pó
- 27 Teatro Novelas Curitiba
- 28 Teatro Universitário de Curitiba
- 29 Ópera de Arame
- 30 Pedreira Paulo Leminski
- 31 Casa Hoffmann
- Espaços Literários**
- 32 Biblioteca da Casa Kozak
- 33 Biblioteca Cidade Industrial de Curitiba
- 34 Biblioteca Franco Gaglio
- 35 Biblioteca Jardim das Américas
- 36 Biblioteca Nair de Macedo
- 37 Biblioteca da Rua da Cidadania do Bairro Novo
- 38 Biblioteca da Rua da Cidadania do Boqueirão
- 39 Biblioteca da Rua da Cidadania da Fazendinha
- 40 Biblioteca da Rua da Cidadania do Pinheiro
- 41 Biblioteca da Rua da Cidadania de S. Felicidade
- 42 Biblioteca Santos Andrade
- 43 Fanzô do Saber Miguel de Cervantes
- 44 Feira do Poeta
- 45 Gibetca de Curitiba
- 46 Livraria Danilo Velozzi
- Memoriais da Imigração**
- 47 Memorial da Imigração Italiana Casa Culpí
- 48 Memorial da Imigração Polonesa
- 49 Memorial da Imigração Ucraniana
- Museus**
- 50 Museu de Arte Sacra da Arquidiocese de Curitiba
- 51 Museu do Cartaz
- 52 Museu da Fotografia Cidade de Curitiba
- 53 Museu da Gravura
- 54 Museu Metropolitano de Curitiba
- Salas de Cinema**
- 55 Cinemateca de Curitiba
- 56 Cine Luz
- 57 Cine Ritz
- 58 Espaço Cultural Frans Kragbeer - Jardim Botânico

FONTE: Fundação Cultural de Curitiba
ELABORAÇÃO: FCC/IPPUC - Banco de Dados



IPPUC Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba - SIN - Banco de Dados

:: Rua Bom Jesus, 669 :: Cabral :: Curitiba :: Paraná :: CEP 80035-010 :: Fone (41) 3250-1414 :: Fax (41) 3254-8661 :: E-Mail ippuc@ippuc.org.br ::

Fonte: IPPUC/ Banco de dados, 2008

Sánchez (2003), ao discutir a questão de quem seria o alvo das tais revoluções sociais e culturais que acontecem nas cidades empreendedoras e estratégicas, coloca que:

A abertura das cidades para o exterior é nitidamente seletiva e, em muitos casos, os documentos produzidos por consultorias internacionais referem-se, explicitamente a usuários ‘solventes’²⁹ como destinatários das ações de *marketing* urbano, como público-alvo privilegiados. Tanto no nível das práticas quanto no nível das representações do espaço, a mercadoria cidade tem potenciais consumidores específicos e qualificados: capital internacional, turistas e cidadãos ‘solventes’(SÁNCHEZ, 2003, p.66).

Portanto, em Curitiba também a revolução social e cultural só atingiu grupos específicos, como os consumidores solventes, tratados pela autora.

Mais recentemente, a instituição da tarifa domingueira, com o intuito de no domingo incentivar a população a se deslocar na cidade para aproveitar os parques urbanos e as atrações culturais, principalmente concentradas na região central, é mais uma das estratégias da consolidação da “revolução social e cultural” e da integração da população que está distante dos equipamentos urbanos localizados no fragmento que representa a capital ecológica.

Todavia, compreendemos que integrar toda a população curitibana à cidade e, mais ousadamente ainda, a população da RMC à metrópole, não se realiza somente por meio do “usuário”, ou seja, vive-se em lugares impróprios, em péssimas condições e, aos fins de semana, desloca-se, como “usuário-consumidor”, para visitar a cidade e seus “lugares” privilegiados. Assim, sem ações que considerem a totalidade do espaço não se alcança a integração da cidade, muito menos da metrópole.

É interessante observarmos que, aparentemente, a concentração territorial e social de investimentos, tanto públicos quanto privados, e toda a problemática social inicialmente apresentada, não geraram conflitos. Isso se explica, pois da mesma forma como o *marketing* urbano promoveu junto aos visitantes uma imagem de qualidade de vida (como contamos no Capítulo II ao analisar que 38,5% dos visitantes declaram que a representação de Curitiba que mais se destaca é a de cidade com qualidade de vida), junto ao cidadão comum a imagem de qualidade de vida é promovida no sentido de estimular o senso de pertencimento, o patriotismo e o orgulho pela cidade.

²⁹ A autora entende como solventes aqueles cidadão que podem pagar pelos benefícios da modernização e que, portanto, têm acesso aos mercados reconfigurados pela reestruturação espacial. Esse termo é trabalhado por Vainer (2009)

Na verdade, o *marketing* urbano favorece o consenso tão necessário à cidade-empresa (VAINER, 2009). Em função da forte carga ideológica que o foco na economia política do lugar traz, de objetivar lançar uma sombra benéfica sobre o território, a população reconhece as ações pontuais como aquelas que difundirão benefícios para todos, aceita as condições oferecidas e acredita que os poucos que questionam estão contra a prosperidade da cidade.

Além de que, como apresentado no decorrer desta pesquisa, desde a década de 1970, ainda no período militar, todas as propostas de um novo padrão de urbanização ambicionavam no plano político configurar uma paisagem típica de Curitiba, mas também constituir um perfil específico para o típico curitibano – aquele que visita os parques e frequenta os espaços implantados e atividades culturais criadas para animar a vida urbana, aquele que acredita que mora na melhor cidade do Brasil, com a melhor qualidade de vida, e defende sua cidade e seus governantes, muitas vezes demonstrando até mesmo “ares” de superioridade perante o restante do Brasil.

Segundo Sánchez (2003, p.204), em Curitiba, os eventos comemorativos e as obras inauguradas eram oferecidos à população, e nós podemos afirmar, como verificamos nas entrevistas para nossa pesquisa, que ainda são, como um presente aos seus habitantes, e assim a população os recebe numa atitude “contemplativa, passiva e reverenciadora”. Deslumbrada, mais uma vez, com o privilégio de viver numa cidade planejada e sentir-se “partícipe da cena, embora essa participação se resuma à de figurante”.

Na verdade, como destacou Frey (1996), a participação popular nos rumos que Curitiba tomou, desde a década de 1970, foi uma participação instrumentalizada, o que, segundo Lima Junior (2010, p. 25), significa que “[...] participar passou a indicar uma forma de entrar em consenso, necessário para o enfrentamento das ameaças externas”.

Outros elementos, capazes de criar ideologias, também foram acionados. Moura (2007) destaca o papel do turismo no processo de convencimento da população local. Segundo a autora,

Curitiba é um exemplo no qual a mídia, fundamentada em um conjunto de articulações, tem sido amplamente empregada para consolidar a imagem da cidade e o senso de pertencimento dos cidadãos. Mas não apenas a mídia merece destaque como veículo dessa construção simbólica: o turismo urbano-metropolitano aponta-se como elemento de fundamental importância nesse processo. Importância que se renova no projeto de inserção da cidade nos circuitos produtivos do atual estágio do capitalismo, consolidando seu papel na nova divisão internacional do trabalho e sua posição enquanto metrópole (MOURA, 2007, p.342).

Assim, as ações em favor da cultura, do lazer, nos quais se inclui o turismo, e dos aspectos ecológicos passaram a ser álibis para a criação do consenso. Para o típico curitibano, o turista que visita Curitiba vem até a cidade para apreciar tudo que não tem nas suas cidades e que ele tem orgulho em possuir. Essa perspectiva ficou evidente a partir da análise das entrevistas concedidas para essa pesquisa e mesmo a partir das sondagens informais junto à população.

Ainda sobre a participação do turismo nesse imaginário, Moura (2007) apresenta que

A disseminação pela mídia e a incorporação turística de uma imagem particularizada da cidade, selecionando ângulos como se fossem de seu todo, recriam o imaginário urbano a partir de uma ideologia hegemônica. Essas práticas afetam as condições de percepção crítica das mensagens, desencorajando o dissenso, o contraditório ou a justaposição de alternativas que melhor se ajustem a individualidades ou identidades de grupos. Diante da imagem de uma cidade como um lugar cujos problemas estão solucionados, muitos curitibanos podem não ter se tornado agentes ativos no processo de desenvolvimento, tampouco na gestão do turismo local, mas se limitado ao papel de meros receptores de serviços ofertados ou ‘commoditizados’ (MOURA, 2007, p. 351).

Nesse caso, o turismo transformou-se também num instrumento de estímulo à alienação da população local, no sentido de legalizar as ações políticas locais e neutralizar movimentos sociais.

Na verdade, o respaldado no consenso visa encobrir práticas autoritárias de gestão, que são revestidas pela sensação de participação da comunidade. Nas décadas de 1970 e 1980, sob o regime militar, e na década de 1990, por intermédio do ambiente do *city marketing*, os debates sobre as “questionáveis” obras em tempo recorde não tinham espaço, e não havia possibilidade de reação ou oposição à intervenção, pois quando era percebida já estava concluída e promovida sob uma “aura” de atração de benefícios à cidade.

Segundo Sánchez (2003, p.441), essa problemática tem se definido de uma forma que:

A identificação entre os cidadãos e a ‘imagem de marca’ de sua cidade os têm levado a aceitar com maior facilidade os transtornos e sacrifícios em sua vida cotidiana, apesar de que em muitos casos tenha sido possível identificar os significativos custos sociais derivados das remodelações urbanas, caracterizando a seletividade da modernização (SÁNCHEZ, 2003, p.441-442).

A mitificação da cidade é tão forte em seu grau ideológico que faz com que a população sinta-se participante, apesar de explicitamente excluída.

Sánchez (2003) cita uma pesquisa realizada com jovens negros da periferia de Curitiba e com seus professores, que ilustra claramente essa situação.

Os professores se ressentem pelas poucas opções de lazer para os jovens de classes populares da cidade. Evidenciam a problemática de que “[...] o acesso aos parques e equipamentos de lazer, ícones da ‘Capital Ecológica’, é socialmente definido pela localização dos mesmos. Sua espacialização, a maioria na porção norte da cidade, (área de urbanização mais nobre), define fronteiras sociais de usufruto” (SÁNCHEZ, 2003, p.467).

Todavia, a autora destaca que, dialeticamente, são os parques e áreas de entretenimento, explorados pelo turismo, os argumentos mais citados pelos jovens quando declaram gostar da cidade. Embora estes jovens não frequentem estes parques, declaram o desejo de frequentar estas áreas e reproduzem o discurso oficial sobre a cidade a eles promovido.

Sánchez (2003, p.469) ainda apresenta que

Enquanto a Curitiba dos professores é uma cidade fragmentada, prenhe de contradições, a visão dos adolescentes sobre a cidade e seu governo é em geral positiva. Mas a pesquisa mostra uma tensão muito grande entre a cidade da qual os jovens se orgulham e a cidade onde de fato vivem. Há um sentimento de inadequação entre a festejada ‘cidade de Primeiro Mundo’ e o vazio dos jovens quanto ao exercício de sua condição de cidadãos, como se aquela cidade que festejam e da qual se sentem orgulhosos não fosse a mesma cidade onde eles vivem; como se a cidade da qual gostam não lhes pertencesse verdadeiramente.

Essa cidade festejada pertence a camadas médias e está configurada de acordo com o modo de vida dessa população que contribui para consolidar sua imagem. Uma cidade harmoniosa em que todos se integram no usufruto da cidade. A visita de turistas, especialmente os estrangeiros, e a opinião sempre positiva sobre a cidade, até mesmo sobre seus problemas em comparação com os outros lugares, completam a contribuição para esse suposto consenso.

Segundo Sánchez (2003)

A opinião do estrangeiro chega a se transformar em medida da qualidade dos projetos. Trata-se, em definitivo, de promover mais uma leitura positiva da modernização e, dessa forma, por parte de um juiz supostamente imparcial e qualificado. As mudanças estruturais necessárias para adaptar as cidades às novas exigências do contexto internacional, sob pressão dos grupos de capital internacional com interesses localizados, requerem enormes custos, os quais, ao serem assumidos pelas administrações públicas, são socializados. A modernização urbanística e a ideologia do crescimento

econômico se legitimam por meio da busca da coesão social, do sentido de comunidade (SÁNCHEZ, 2003, p.297-298)

Essa perspectiva, segundo Padovani (2002, p.25), estaria relacionada ao fato de que “a sociedade globalizada [que] vê no lazer o momento de seu tempo livre que deve ser dedicado à diversão e para tanto precisa de um espaço apropriado”. Assim, para essa população o importante é que estas áreas estão lá, à sua disposição, mesmo que distantes de onde moram.

Assim, as áreas verdes, de lazer, espaços culturais e turísticos, como os demais projetos de inserção da cidade no mercado competitivo, caracterizam-se pela seletividade do espaço, fragmentando a cidade e relegando áreas carentes que necessitam de investimentos das mais variadas categorias, mas, no entanto, são festejados pela população e passam a constituir o “orgulho curitibano”.

3.3. A seletividade também espacialmente definida pelo turismo

A atividade turística, como resultado do planejamento urbano desenvolvido em Curitiba, desde a década de 1970, e como elemento que também fez parte da “revolução social e cultural da cidade”, tão destacada pelo IPPUC, seja timidamente indicada nos registros do primeiro plano de turismo da cidade, de 1973, cuja função do turismo seria a humanização da cidade, seja mais explicitamente a partir da criação dos roteiros específicos para divulgar as obras do planejamento urbano municipal, como as linhas “pró-parque”, “turismo” e “volta ao mundo”, da década de 1990, também acaba por se mostrar espacialmente seletiva e, até mesmo, excludente.

A contribuição e a caracterização do turismo para a seletividade espacial é condicionada tanto pela concentração territorial das áreas verdes quanto dos equipamentos culturais que, no caso de Curitiba, constituem os atrativos turísticos explorados pelo roteiro oficial da cidade, a “Linha Turismo”, como se verifica no Mapa 6 de localização da Linha Turismo na totalidade dos limites do município de Curitiba.

Mapa 6: Localização do trajeto da Linha Turismo no município de Curitiba



Fonte: IPPUC/ Banco de dados, 2001

Quando analisamos o mapa de localização do trajeto da Linha Turismo, na totalidade espacial do município de Curitiba, percebemos, mais uma vez, que as áreas direcionadas à visitação turística no município são justamente aquelas áreas onde reside a população privilegiada financeiramente, onde se concentram os símbolos da qualidade de vida curitibana, seus parques e espaços culturais, e onde estão os elementos que marcam o dinamismo econômico da cidade que, a partir de meados dos anos 2000, são representados pelos serviços de topo de mercado, inclusive serviços diretamente relacionados ao turismo, como a hotelaria. É no espaço mitificado como modelo que se localizam as obras emblemáticas exploradas pelo turismo.

No caso da hotelaria, a distribuição espacial, representada no Mapa 7, destaca a concentração dos hotéis e *flats* na região central do município e em bairros em seu entorno.

Assim, segundo Mossato (2007),

A importância do turismo de negócios e eventos para a dinâmica da hotelaria curitibana fortalece a localização dos hotéis enquanto estratégia, pois, para esta vertente do turismo, o tempo é sempre um fator preponderante, inclusive o tempo gasto no trânsito, por exemplo. Tornou-se assim extremamente comum encontrar nas páginas dos hotéis na internet, muito mais do que informações acerca das instalações e dos serviços oferecidos. A proximidade do hotel a determinados lugares estratégicos, como aeroportos, ou a facilidade de acesso a esses lugares tornou a localização dos hotéis decisiva (MOSSATO, 2007, p.78).

Dessa forma, ao se concentrar no espaço, a hotelaria acaba criando novas centralidades que, de forma especulativa, atraem outros serviços, também voltados a um público seletivo.

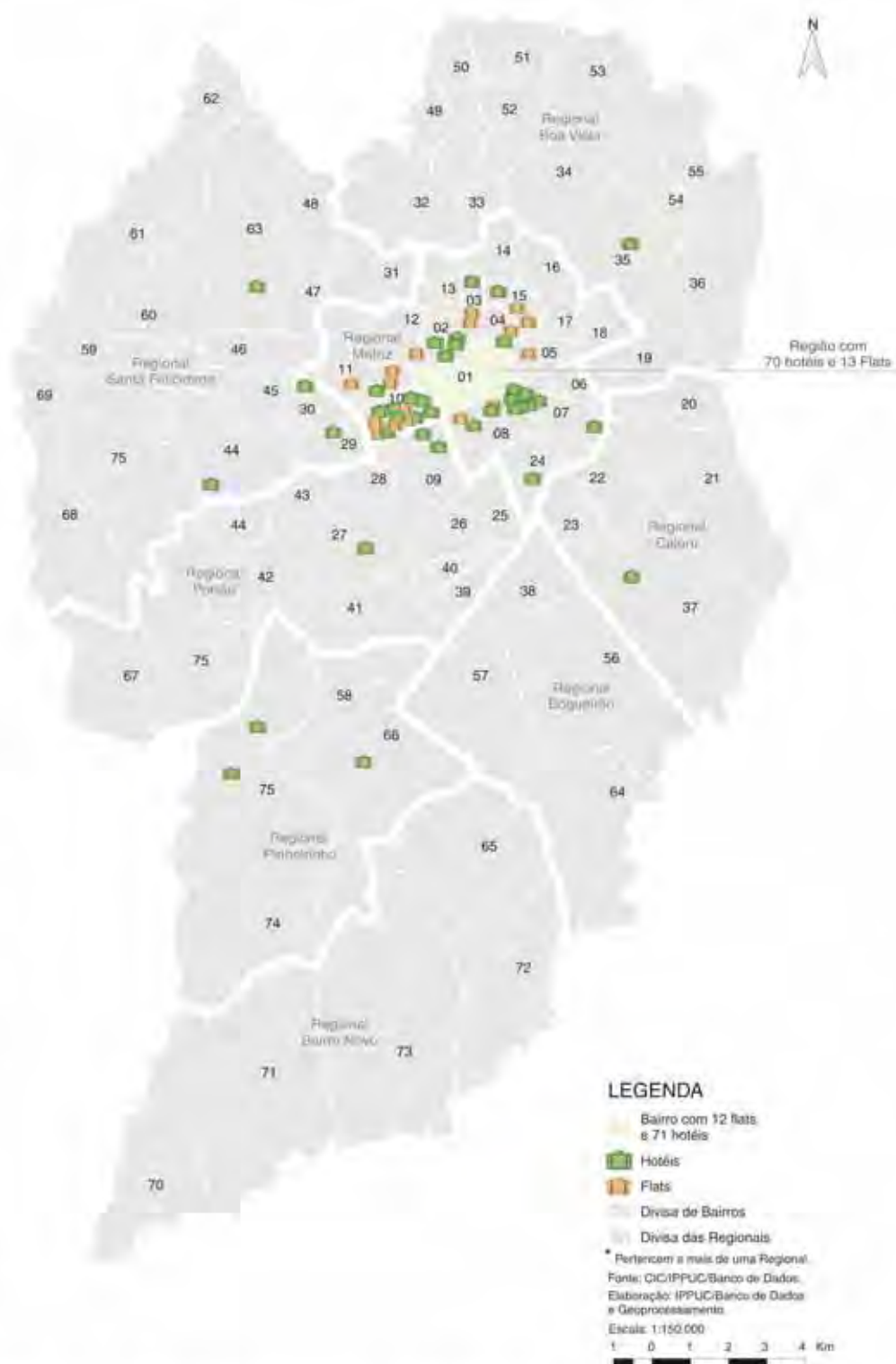
Essa seletividade e fragmentação do espaço urbano, reforçada pelo turismo, e os serviços a ele relacionados, se evidenciam também na promoção oficial do turismo local. Equipamentos e recursos com potencial turístico, localizados fora do eixo da cidade modelo, apesar da atratividade, não são promovidos com o argumento de que estão distantes da grande concentração de atrativos, a área central, e, portanto, inviabilizam um roteiro alternativo à Linha Turismo.

Assim, poucos são os visitantes que chegam a ter conhecimento sobre áreas que não estejam incluídas no circuito da Linha Turismo ou no entorno de seu hotel. E a imagem vendida pelo turismo reafirma a cidade planejada e laboratório de boas práticas urbanas. Deste modo, fica evidente que o foco direcionado à economia política do lugar e não à economia do território proporciona a fragmentação da cidade, criando “ilhas” de perfeição e deixando áreas totalmente abandonadas.

Mapa 7: Localização dos Hotéis e Flats do município de Curitiba

BAIRROS

- 01 - Centro
- 02 - São Francisco
- 03 - Centro Cívico
- 04 - Alto da Glória
- 05 - Alto da Rua XV
- 06 - Cristo Rei
- 07 - Jardim Botânico
- 08 - Rebouças
- 09 - Água Verde
- 10 - Batel
- 11 - Bigorrilho
- 12 - Mercês
- 13 - Bom Retiro
- 14 - Ahú
- 15 - Juvevê
- 16 - Cabral
- 17 - Hugo Lange
- 18 - Jardim Social
- 19 - Tarzaná
- 20 - Capão da Imbuva
- 21 - Cajuru
- 22 - Jardim das Américas
- 23 - Guabirota
- 24 - Prado Velho
- 25 - Paroim
- 26 - Guaíra
- 27 - Portão
- 28 - Vila Isabel
- 29 - Seminário
- 30 - Campina do Siqueira
- 31 - Vista Alegre
- 32 - Pilarzinho
- 33 - São Lourenço
- 34 - Boa Vista
- 35 - Bacacheri
- 36 - Bairro Alto
- 37 - Uberaba
- 38 - Hauer
- 39 - Fanny
- 40 - Lindóia
- 41 - Novo Mundo
- 42 - Fazendinha
- 43 - Santa Quitéria
- 44 - Campo Comprido*
- 45 - Mossunguê
- 46 - Santo Inácio
- 47 - Cascatinha
- 48 - São João
- 49 - Taboão
- 50 - Abranques
- 51 - Cachoeira
- 52 - Barreirinha
- 53 - Santa Cândida
- 54 - Tingui
- 55 - Atuba
- 56 - Boqueirão
- 57 - Xaxim
- 58 - Capão Raso
- 59 - Orleans
- 60 - São Braz
- 61 - Buíatuvinha
- 62 - Lamenha Pequena
- 63 - Santa Felicidade
- 64 - Alto Boqueirão
- 65 - Sítio Cercado
- 66 - Pinheirinho
- 67 - São Miguel
- 68 - Augusta
- 69 - Riviera
- 70 - Caximba
- 71 - Campo de Santana
- 72 - Gancho
- 73 - Urubará
- 74 - Tatuquara
- 75 - Cidade Industrial*



IPPUC Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba - SIN - Banco de Dados

Rua Bom Jesus, 669 - Cabral - Curitiba - Paraná - CEP 80035-010 - Fone (41) 250-1414 - Fax (41) 254-8661 - E-Mail ippuc@ippuc.org.br

Fonte: IPPUC/ Banco de Dados, 2011

O turismo, por sua vez, inserido nos esforços voltados à economia política do lugar, reforça as desigualdades ao ponto que valoriza somente fragmentos da cidade, não sendo pensado como uma alternativa econômica para sua totalidade.

Moura (2007) considera o desenvolvimento do turismo em Curitiba e o seu crescimento significativo a partir da década de 1990, como discutimos no Capítulo II desta investigação, um dos aspectos mais tangíveis da transformação da cidade em mercadoria. A referida autora expõe que “nas políticas de promoção do turismo, a cidade torna-se sinônimo de mercadoria reconhecidamente vendável” (MOURA, 2007, p.348).

Assim como já discutido no item anterior, a produção e difusão da “Curitiba Turística” passa pela seleção de fragmentos da cidade, e, a partir da imagem destas partes da realidade urbana, é sustentada a venda de representações particulares como da totalidade urbana.

Moura (2007) define as representatividades particulares promovidas pelo turismo em Curitiba como um viver saudável, associado a múltiplas opções de lazer e cultura, em um ambiente ecologicamente equilibrado. Uma cidade em que o sistema de transporte e trânsito é fluido e que o patrimônio histórico arquitetônico é bem utilizado a partir de processos de revitalização.

Sánchez (2003, p.211), também discutindo o processo de venda da imagem da cidade, comenta que:

Ocorrem, dessa maneira, processos de explicação, seleção, inclusão e omissão de espaços e de ângulos das práticas sociais apresentados, não obstante, como legítima leitura da vida urbana coletivamente compartilhada. Parecem evocar a cidade como um todo. A produção mobilizada de determinadas energias – sobretudo dos setores dominantes da sociedade – para a sustentação da nova imagem, com um forte impacto no senso comum, na memória social e nas práticas de uso do espaço (SÁNCHEZ, 2003, p.211).

Portanto, a imagem é de uma vida urbana possível, repleta de qualidades, construída por meio do contraponto com as representações negativas associadas a outras cidades, das quais podem ser procedentes estes visitantes.

Estas críticas e sínteses colocadas por Moura (2007) e Sánchez (2003) observamos durante o trabalho de campo desta pesquisa. Na linha de turismo, frases como “o parque preferido dos curitibanos para a prática diária de caminhadas”, “o símbolo da revolução cultural que Curitiba viveu na década de 1970”, “espaço de lazer cotidiano do curitibano”, entre outras indicações, vêm carregadas simbolicamente da concepção de qualidade de vida.

A ideia é fazer com que qualquer pessoa que visite Curitiba queira ser um curitibano. Portanto, o turismo vende para o mundo todo o “modo curitibano de viver”. São formas que condicionam o imaginário do visitante, que se apropriam do espaço como verdade absoluta. Nesse sentido, o turismo serve ao projeto estratégico da gestão urbana curitibana da criação de uma imagem positiva – da valorização do espaço urbano para o capital financeiro, cria as raridades tão necessárias ao urbano, como destaca Lefebvre (1976), cria capital simbólico, de acordo com Harvey (2006).

Até mesmo os *souvenirs* vendidos nas lojas “Leve Curitiba”, revestidos de solidariedade urbana, pois seus recursos são destinados ao Instituto Pró-cidadania de Curitiba, são representações das raridades impressas no imaginário urbano. No Leve Curitiba você pode comprar desde chinelos com a fotografia do Jardim Botânico estampada, como *sprays* com o aroma das “manhãs curitibanas” ou um dicionário sobre o “curitibanês”. Fotografias 29, 30, 31 e 32

Fotografias 29, 30, 31 e 32: Loja Leve Curitiba localizada no aeroporto Afonso Pena/
Mosaico de fotografias de *souvenirs* vendidos nas lojas Leve Curitiba



Fonte: FOGAÇA, I. F., 2011.

Isso não quer dizer que o turista é um agente alienado que não percebe os problemas urbanos presentes em Curitiba. Mesmo porque, os problemas não se escondem, haja vista a quantidade de mendigos que pedem esmolas nos semáforos das avenidas que dão acesso ao aeroporto de Curitiba, porta de entrada de turistas, ou em qualquer esquina da cidade, como presenciamos durante o trabalho de campo.

Todavia, é evidente que a atratividade de Curitiba resulta da produção de uma imagem condizente com os valores compartilhados pela sociedade. Refere-se a práticas sociais relacionadas a lugares privilegiados, que no imaginário do turista relaciona-se ao prazer ou, ainda, à vida saudável e cultural que leva o curitibano, diferente, na maioria das vezes, do local onde o turista reside, cidades com poucas áreas verdes e de lazer, com mobilidade urbana deficiente, entre outros problemas que a população de grande parte das grandes cidades e, até mesmo, pequenas e médias cidades, convive diariamente. Estes problemas também estão presentes em Curitiba, mas ao turista passa despercebido ou parece menor, em comparação com o habitual.

Assim, o turismo que acontece na cidade de Curitiba não se configurou espontaneamente, da forma como se desenvolveu em cidades como o Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, entre outras, dotadas de recursos naturais com forte poder de atratividade para visitantes, como sol e mar, cachoeiras etc., ou, ainda, como se deu em cidades portadoras de um patrimônio cultural representativo, como as cidades históricas de Minas Gerais, que além de arquitetura peculiar, têm a cultura de seu povo impressa na gastronomia, na religiosidade e em outras manifestações populares, ou ainda em cidades como as européias, que guardam uma arquitetura milenar.

O turismo de Curitiba é uma prática contemporânea que, por assim ser, retrata os valores de uma sociedade contemporânea. É um projeto político direcionado a um público específico, haja vista os recursos necessários para poder se inserir no consumo dessa prática social e econômica.

Atualmente, o valor de R\$ 25,00 para realizar o circuito da Linha Turismo já não é mais acessível ao cidadão comum. Para os 28% dos curitibanos que vivem somente com um salário mínimo, como demonstrou o Censo de 2010 (IBGE, 2011), isso representa quase 5% dos recursos que teria para sobreviver em um mês³⁰.

Portanto, como coloca Coriolano (2006, p.374), “o turismo é um lazer especial dirigido às pessoas e grupos que podem consumir viagens, conforme os ditames do capital

³⁰ Com base em valores verificados em agosto de 2011.

internacional”, bem como só se desenvolve em lugares que apresentam vantagens de localização, que podem ser representadas pela dotação em riquezas naturais ou por elementos que, mesmo que criados pelo homem, mostrem-se atrativos.

Assim, o turismo favorece a melhora da posição competitiva da cidade com respeito à divisão espacial do consumo.

Para Cruz (2006), o poder público constitui um dos principais agentes nesta dinâmica de valorização da cidade para e pelo turismo, uma vez que, “no afã de atrair o interesse de agentes de mercado, o Estado é quem realiza a primeira seleção espacial de lugares/ regiões que devem ser contempladas por seus programas de desenvolvimento do turismo”. Atuando na produção do espaço, passa a adequar esse território eleito para o uso turístico, “[...] criando um novo sistema de ações públicas e a implantação de novos sistemas de objetos, bem como a recuperação (modernização) de sistemas pré-existentes” (CRUZ, 2006, p.344), valorizando o espaço para que se torne atrativo ao capital.

Outra estratégia de intervenção do Estado no espaço para torná-lo atrativo estaria nas parcerias público-privadas. Sobre essa perspectiva Sánchez (2003) apresenta que:

Na escala da cidade, as intervenções baseadas nas ‘parcerias público-privada’ constroem novas centralidades, pólos de atração que redimensionam o fluxo das pessoas e reordenam o consumo. Elas podem ser interpretadas como a expressão do movimento que transforma o espaço em mercadoria, produzindo o consumo do espaço. Nessas novas centralidades das cidades capitalistas, criadas como lugares privilegiados de consumo as pessoas vêm também para consumir o espaço (SÁNCHEZ, 2003, p. 47).

Assim, ao vender a cidade não se vende apenas um terreno, mas se estaria vendendo na verdade uma parcela do espaço urbano codificado de um estilo próprio de vida

Quanto ao capital, representado por meio das empresas, investir/installar-se em um espaço valorizado dotado destas raridades torna-se interessante diante do mercado de consumo mundial. Dessa forma, segundo Sánchez (2003),

[...] percebe-se uma clara apropriação privada das imagens urbanas produzidas a partir da esfera pública. Nessa apropriação, o espaço é incorporado como ‘valor agregado’ ao produto e serviço. Claro está que se trata de uma valorização subjetiva, porém tecnicamente agregada àquilo que se deseja colocar em circulação no mercado. Produto e cidade são vendidos juntos, mutuamente referenciados e fortalecidos em suas estratégias promocionais [...]
Na verdade, a própria cidade, tornada produto, é alavanca mercadológica para os demais produtos [...] (SÁNCHEZ, 2003, p.105).

Essa situação em Curitiba pode ser verificada na parceria público-privada entre poder público municipal e Fundação o Boticário na gestão e manutenção do Jardim Botânico. Assim, a imagem do equipamento urbano é associada às ações da empresa e dos produtos por ela comercializados.

Logo, o turismo cria espaços atrativos ao capital. Como exemplo das centralidades e espaços seletos da cidade de Curitiba, criados por serviços especializados como os serviços hoteleiros, ou seja, áreas da cidade em que se encontra uma gama de serviços diversificados está o bairro Batel.

Segundo Mossato (2007), nesta área da cidade há a ascensão de uma nova centralidade, com a concentração de serviços corporativos, escritórios de empresas internacionais e centro de consumo de bens e serviços com padrão internacional, como boutiques, *shoppings*, restaurantes, prédios “inteligentes”, entre outros.

Este bairro, que já se constituía o lócus da elite curitibana, área onde no passado residiam moradores de alto poder aquisitivo, a partir da instalação de serviços especializados e de luxo passou a ser ainda mais valorizado e mais procurado pela população privilegiada financeiramente.

Segundo a referida autora, com pouca expressão territorial, menos que 0,5% do território do município, bem como com pouca expressão populacional e domiciliar, menos de 1% do município, o Batel é o primeiro bairro no *ranking* em relação à renda média da população curitibana, acima dos 30 salários mínimos. Portanto, uma população de alto poder aquisitivo.

Assim, as avenida e ruas do bairro passam a ser consideradas verdadeiras “grifes”, por concentrar restaurantes, hotéis, clínicas médicas, agências bancárias e bares, fazendo com que muitos comerciantes busquem essa localização como forma de valorizar simbolicamente seus negócios. Mossato (2007) apresenta que essa perspectiva está muito presente na hotelaria.

Segundo a autora, a imagem de qualidade e *status* dos produtos presentes no bairro Batel é tão marcante que há hotéis que, mesmo não estando localizados nos limites do bairro, divulgam sua localização como sendo no bairro. “É o caso do hotel da rede Pestana em Curitiba, que apesar de estar localizado no Centro, divulga, como estratégia de *marketing*, sua localização no Batel” (MOSSATO, 2007, p.93), pois lá estão os maiores e melhores hotéis de Curitiba.

Assim, Mossato (2007, p.86) afirma que

A tradição de bairro elitizado que acompanha o Batel há quase dois séculos, se mantém, se renova e, sobretudo, se transforma. De local de moradia e indústrias dos barões do mate e depois moradias de políticos e grandes produtores de café, o Batel perde características de bairro residencial ao ver suas casas de arquitetura refinada tornarem-se espaços comerciais nas últimas décadas. Num momento posterior, mais recente, a forte presença do setor de serviços torna a alterar profundamente a configuração espacial e funcional do bairro, ainda assim, sem que o mesmo perca seu status de local da elite.

É interessante observarmos que o fenômeno de criação de espaços valorizados que favorecem o capital não está mais somente restrito ao território curitibano, mas se irradia por toda a RMC. Moura (2007, p. 354) observa que

Regionalmente, equipamentos imprescindíveis à internacionalização da imagem da cidade vêm se instalando em municípios do entorno de Curitiba. É o caso do aeroporto internacional, em São José dos Pinhais, que também sedia um grande número de hotéis de bandeiras internacionais, do autódromo e do centro de convenções (ExpoTrade), em Pinhais, entre outras infra-estruturas e serviços que ampliam fisicamente o alcance do território metropolitano para o turismo.

Portanto, percebemos o anúncio de um novo fenômeno, a irradiação dos espaços atrativos ao capital criados pelo turismo. Assim, é inegável que o turismo em Curitiba passa a ser instrumento estratégico para a formação da imagem positiva da cidade, atração de consumidores solventes e também no intuito de criar centralidades que favoreçam a inserção da cidade no mercado competitivo de lugares.

Deste modo, tornar o turismo um ativo econômico na cidade (BENKO; PECQUEUR, 2001) competitiva, por meio da visibilidade turística, significa colocar a cidade em uma “vitrine” vista pelo mundo todo, uma cidade ganhadora.

Essa perspectiva confirma a colocação de Carlos (2005a, 2005b), de que as cidades passam de lugar de vivência a mercadoria disposta à venda, lugar do negócio, lugar da produção e do consumo sob uma ótica capitalista, cujas áreas são organizadas em função de sua especialidade, seja ela econômica, residencial, seja ela relacionada ao lazer ou ao turismo.

3.4. O encontro entre Economia e Cultura para a reconversão das políticas urbanas contemporâneas *versus* Modelos Copiados e as Repetições na agenda estratégica

No mundo todo, o encontro entre a cultura e a economia tem sido uma das bases para a reconversão das políticas urbanas contemporâneas. Os eventos culturais, as artes, os festivais

e a animação dos espaços são indicados como elementos de rompimento com a estagnação econômica e física dos lugares.

Assim, a cultura tem sido um dos grandes ativos para os processos mais abrangentes de reestruturação econômica e espacial das cidades.

Segundo Arantes (2009), essa perspectiva vem se consolidando uma vez que o argumento cultural, no qual o turismo e o lazer estão inseridos, faz com que o valor de uso da cidade se destaque e disfarce o que realmente está presente na cidade-mercadoria, o seu valor de troca.

A valorização cultural por meio da exibição e do espetáculo interfere na autoestima das comunidades locais e favorece sua aceitação e legitimação sobre o projeto estratégico de cidade, visto que são símbolos de uma comunidade dinâmica.

Assim, Harvey (2006, p.183-184) apresenta que “a ênfase no turismo, na produção e no consumo de espetáculos, na promoção de eventos efêmeros num determinado palco, mostra todos os sinais de ser o remédio predileto para economias urbanas enfermas” (HARVEY, 2006, p.183 -184).

Segundo Sánchez (2003), essa comunhão entre economia, cultura e reestruturação econômica e física das cidades se confirma por um vasto elenco de estratégia, nas quais ganham destaque

[...] grandes equipamentos públicos (museus, centros culturais) no repertório das políticas culturais para reativação econômica dos lugares, arquitetura da grandiosidade, assinada por algum astro de renome internacional, reabilitação de áreas urbanas (por meio da atração de investimentos, atividades e moradores solventes), promoção de mega-eventos ou até mesmo preservação de edifícios alçados à condição de patrimônio e tornados emblemáticos dos programas de renovação urbana. (SÁNCHEZ, 2003, p.494-495).

Sendo, portanto, verdadeiras “iscas” ou “grandes vitrines publicitárias da cidade-espetáculo”, além de consagrarem os projetos de cidade e neutralizarem conflitos.

Assim, por meio da combinação das mais diferentes práticas do empreendedorismo e do planejamento estratégico, a cultura, o lazer, a qualidade de vida, entre outros valores tão significativos para a sociedade contemporânea, passam a argumento para a criação de espaços de consumo difundidos pelo *city marketing*.

Em Curitiba, desde a década de 1970, e mais fortemente na década de 1990, vimos muito presente a perspectiva da cultura como insumo para a cidade estratégica, o que foi consagrado, como já discutido anteriormente, como a “revolução cultural”, pelo IPPUC.

Essa perspectiva é destacada no discurso político como algo particular de Curitiba, que já lhe era inerente desde o início do século XX, quando a cidade recebia a primeira Universidade do Brasil, a UFPR, e como reconversão urbana, na década de 1970, com a revitalização de uma antiga fábrica de pólvora que se transformou no Teatro Paiol, com a criação de grandes feiras de artesanato, como as que existem nas mais diversas cidades do mundo, como Buenos Aires, São Paulo etc., e com a criação do primeiro calçadão do Brasil, no intuito de promover o encontro de seus moradores.

Desde meados da década de 1990, essa perspectiva passou a fazer parte do cotidiano da cidade a partir da realização de grandes eventos, da renovação e revitalização de áreas urbanas e de equipamentos considerados patrimônio cultural e da conversão de locais cotidianos a locais luxuosos e de consumo, no qual o turismo se destaca.

Nestas intervenções tem sido fortemente desenvolvida a ideia de parceria público-privada, que passou a ser favorecida pela criação ou alteração de marcos regulatórios que beneficiam estas parcerias estratégicas. No âmbito municipal, por exemplo, está a legislação que possibilita a transferência de direitos construtivos. Esse instrumento legal está sendo utilizado no sentido de incentivar o restauro e revitalização de equipamentos históricos por parte da iniciativa privada, como está ocorrendo na restauração da Catedral de Curitiba³¹.

Exemplo interessante, também, está no centro tradicional de Curitiba. Como em outras cidades, o centro vivenciou a degradação física e, por consequência, com o advento do *shopping center* e a perda de qualidade comercial, comércios tradicionais migraram para outras áreas da cidade, a exemplo do bairro Batel, que tornou-se uma centralidade de serviços de alto padrão. Assim, desde o final da década de 1990, o centro passa por renovações e revitalizações no sentido de torná-lo uma área atrativa ao consumo de entretenimento.

Mais recentemente, como apresentado no Capítulo II, por meio de uma parceria público-privada, foi restaurado no centro tradicional o antigo prédio da Prefeitura Municipal, o Paço da Liberdade, que se transformou num centro cultural e em mais um atrativo turístico para o município. Também houve a renovação da tradicional rua Riachuelo, com o intuito de tornar a região mais dinâmica e ainda tornar essa área uma área turística, inclusive com a retomada da circulação de bondes pela região, que seriam geridos pela iniciativa privada, como um novo roteiro do turismo cultural. Essa ideia é inspirada em experiências de cidades como Santos, no interior do estado de São Paulo, e cidades estrangeiras, que revitalizaram seus centros para o uso turístico.

³¹ Informação coletada em entrevista com técnicos do IPPUC em julho de 2011.

Também é interessante considerarmos a intenção da transformação do Mercado Municipal em uma área de consumo de luxo, especialmente voltada para moradores de alto poder aquisitivo e turistas. Nessa mesma linha de ação também está a mais nova evidência do encontro da economia com a cultura, o programa criado pelo CURITIBA TURISMO, o programa Curta Curitiba, que visa, como apresentado no Capítulo anterior, aprimorar a experiência do visitante fazendo com que esse se integre mais à cidade e junto aos seus moradores por meio do usufruto de todos os recursos, especialmente serviços presentes na cidade, como bares, restaurantes, teatros, cinemas, *shoppings*, feiras urbanas etc. Ou seja, o programa visa inculcar a cultura em uma perspectiva de consumo cultural.

Todavia, a estratégia desse encontro, cultura e economia, vem sendo alvo de uma das grandes críticas ao empreendedorismo urbano e planejamento estratégico, ou seja, a aplicação em qualquer realidade de modelos prontos, que em seu país de origem representaram visibilidade e trouxeram centralidade para regiões que passaram a comungar com os ideários da cidade mercadoria.

Sobre essa problemática da reprodução em série de padrões de desenvolvimento, segundo Harvey (2006),

[...] a concorrência interurbana e o empreendedorismo urbano abriram os espaços urbanos dos países capitalistas avançados a todo o tipo de padrões de desenvolvimento, mesmo quando os resultados líquidos tenham sido a reprodução em série de parques científicos, enobrecimento de regiões degradadas, *world trade centers*, centros culturais e de entretenimento, grandes *shoppings centers* com equipamentos pós-modernos etc. (HARVEY, 2006, p.180).

Em Curitiba, exemplos da repetição de modelos vão desde o Jardim Botânico, com sua estufa inspirada em um Palácio de Cristal londrino, passando pelas bibliotecas dos Faróis do Saber, inspirados no Farol de Alexandria, da antiguidade clássica, a exemplos mais contemporâneos, como os parques lineares dos EUA, e até mesmo o desenvolvimento da *lovemark* Curta Curitiba, nos moldes do *I Love NY*, e a substituição dos ônibus tipo “jardineiras” da Linha Turismo por veículos *Double Deckers*, como os que circulam em cidades como Londres, Barcelona, Madri, Dubai, entre outras.

No caso de Curitiba, já indicamos que esse modelo de ônibus, cujo teto é aberto, talvez não fosse o mais indicado, pois o tempo na cidade é, na maior parte do ano, de temperaturas baixas com alta precipitação. Mas o sucesso do novo tipo de veículo demonstra o quanto a

referência a modelos trazidos do exterior são bem aceitas pela sociedade local e pelos visitantes.

Recentemente, todas as novas obras anunciadas pelo IPPUC, como pode facilmente ser identificado em sua revista Espaço Urbano, e como também pudemos perceber pelas entrevistas realizadas para essa pesquisa, são inspiradas em algum projeto que deu certo em outro lugar. Exemplo interessante é o projeto do novo calçadão da avenida Candido de Abreu, do qual tratamos no Capítulo II, que se inspira nas *Ramblas* de Barcelona. E mesmo as obras do centro tradicional, na rua Riachuelo, que visa atrair para aquela área da cidade uma população e visitantes financeiramente mais privilegiados, da mesma forma como os projetos de renovação de centros históricos americanos e europeus, que estimularam um processo de gentrificação. O projeto do centro de Curitiba ainda não mostra esse fenômeno, mas, como demonstrado pelos dados apresentados no Capítulo II, já está atraindo jovens executivos, casais sem filhos, entre outros clientes alvo de empreendimentos de apartamentos luxuosos de um quarto, que vêm sendo incentivados na região.

Também não poderíamos deixar de citar o movimento Batel *SoHo*, mais um exemplar de união entre cultura e economia urbana que importa ideias de outras localidades, como sinônimo de dinamismo e modernidade.

Desta forma, em Curitiba, a perspectiva foi e ainda parece ser a de criar uma cidade modelo, fortemente influenciada por outras cidades-modelo.

Segundo Moura (2007), as sínteses que cristalizaram a imagem de Curitiba como uma cidade-modelo não foram exclusividades desta cidade, mas se fazem presentes em inúmeras cidades-modelo do mundo, como Barcelona e Cingapura. A autora destaca a coincidência, inclusive dos títulos recebidos por estas cidades, como cidade modelo, cidade sustentável, cidade planejada, cidade competitiva, cidade ecológica, modelo de qualidade de vida, cidade multiétnica, capital social, entre outras.

Sánchez (2003), também destacando a semelhança entre as cidades-modelo, coloca que

As imagens de cidades erigidas como modelos e postas em circulação na esfera internacional apresentam-se com expressivas semelhanças. Tanto a estrutura discursiva quanto visual presentes nestas imagens estão organizadas mediante o acionamento de representações e valores convergentes, voltados sobretudo para a modernização da infra-estrutura de telecomunicações e transportes, a competitividade, a eficiência na gestão urbana, a construção da sustentabilidade, do civismo urbano ou do multiculturalismo [...] (SÁNCHEZ, 2003, p.72).

É interessante também atentarmos que, como em Curitiba, nas demais cidades-modelo analisadas por Moura (2007), todas as sínteses criadas foram veiculadas como estratégias para o desenvolvimento do turismo. Assim, as inovações urbanísticas tornam-se produtos em seus circuitos de visitação e em suas mensagens de grande repercussão na internacionalização de sua imagem urbana.

Em Barcelona, Sánchez (2003) destaca que:

Para cada público consumidor de turismo urbano foi criada uma imagem de marca que associa a cidade com a oferta turística. Por exemplo, *Barcelona Aula Abierta* para turismo internacional de estudantes, *Barcelona Conventional Bureau* para turismo de convenções. No caso do turismo de compras, a marca *Barcelona Ciudad de Compras* foi construída com base em uma campanha publicitária, cujo *slogan* era: 'Barcelona la millior botiga del món', certamente a síntese publicitária mais direta da cidade-mercadoria. [...].

Também quanto à campanha de incentivo ao turismo de compras, nota-se uma estratégia de espacialização dos circuitos, com a criação de um eixo comercial de cinco quilômetros de extensão chamado *Shopping line*, associado à criação da *Tarjeta Del Visitante Comprador* e ao cartão *Barcelona Important Person (BIP)*, que credenciam os turistas para receberem tratos especiais em determinados lugares (SÁNCHEZ, 2003, p.409 - 410).

Todavia, temos que analisar que essa homogeneização apresentada nas imagens criadas para as cidades-modelo e a repetição de um padrão de lugares, além de não permitir que seja identificado como se deu a construção histórica e social daquele lugar, torna-se um grande risco no universo competitivo do mercado de cidades.

Sobre essa problemática, Harvey (2006) apresenta que:

Muitas das inovações e dos investimentos idealizados para tornar certas cidades mais atraentes, como centros culturais e de consumo, foram rapidamente imitadas em outros lugares, tornando efêmera qualquer vantagem competitiva num conjunto de cidades. Quantos centros de convenções, estádios, Disney Worlds, zonas portuárias renovadas e *shopping centers* espetaculares podem surgir? Muitas vezes o sucesso é fugaz ou se torna discutível pelas novidades semelhantes ou alternativas que surgem em outros lugares. Em virtude das leis coercivas da concorrência, as coalizões locais, para sobreviverem, não têm opção, exceto se conseguirem se manter na dianteira no jogo, engendrando saltos de inovação em estilos de vida, formas culturais, combinações de produtos e serviços, e inclusive, formas institucionais e políticas. O resultado é um turbilhão estimulante, ainda que destrutivo, de inovações culturais, políticas, de produção e consumo de base urbana (HARVEY, 2006, p.182-183).

Em Curitiba, diversos são os exemplos que ilustram os riscos e obsolescência das chamadas inovações fundamentadas por modismos e não por valores duradouros. Talvez o mais emblemático seja a rua 24 horas, onde o poder público assumiu todos os riscos de um empreendimento que está sendo reinventado com recursos públicos, após alguns anos desativado em função da ausência de investidores interessados em administrá-lo, para sobreviver no que Harvey (2006) denominou na citação acima de “turbilhão de inovações”, tão necessários para se manter em posição privilegiada nas guerra dos lugares.

Também agora, com a definição de Curitiba como uma das sedes da Copa de 2014, novamente percebemos que o turismo abre frentes de oportunidades para a cidade manter-se em inovação, o que o configura como um elemento ativo no processo de reprodução do espaço.

Assim, com o pretexto de inserir-se num espaço ampliado de negócios, busca-se atrair consumidores que dispõem de recursos que evidenciam sua capacidade de consumo. Esses consumidores têm a possibilidade de ser muito mais seletivos e, portanto, o capital simbólico para atraí-los deve ser significativo, potencializando dessa forma a seletividade espacial.

3.5. As fragilidades e potencialidades da atividade turística

Antes de encerrarmos esse Capítulo, acreditamos ser importante destacar tanto algumas fragilidade quanto potencialidades da atividade turística, como uma política estratégica em Curitiba e região.

Na contemporaneidade, os segmentos de turismo que se revelam em Curitiba e que se difundem pela RMC são um misto de turismo de negócios, em função da movimentação de pessoas que setores como a indústria, o comércio e os serviços proporcionam; de turismo de eventos, em função dos acontecimentos dos mais diversos setores, sejam acontecimentos profissionais, culturais, entre outros; do turismo étnico, fundamentado na visitação de bairros como Santa Felicidade, bairro de gastronomia italiana, os bosques étnicos com seus museus e memoriais e das dezenas de festas étnicas que acontecem nestes bosques e bairros; do turismo “urbanístico/ arquitetônico”, fundamentado na visitação às intervenções urbanísticas realizadas em Curitiba nos últimos 40 anos e que são responsáveis pela imagem de Capital Ecológica e com Qualidade de Vida; do turismo científico e técnico, realizado por estudiosos que vêm conhecer as boas práticas da cidade; e, por fim, de um incipiente turismo com base nos serviços, como os de saúde e os culturais. Este último a “vedete” (DEBORD,1997) do

turismo contemporâneo da cidade, fundamentado na visitação da cidade para o consumo cultural de teatro, música, cinema, bares, restaurantes etc.

É importante entendermos que um segmento, necessariamente, não se opõe ou exclui os outros. Muito pelo contrário, todos estão incluídos no grande segmento do turismo urbano e complementam-se entre si.

Todavia, a atividade turística, também em função do contexto que a consolidou, mostra deficiências, é produto do chamado “turbilhão de inovações”, e, como tal, está sujeita a valores não duradouros.

Apesar de seus dados de crescimento serem promissores (como se verifica na Tabela 11 que traz uma síntese da visitação a Curitiba), desde 2000 a satisfação do turista com os atrativos urbanos de Curitiba vem diminuindo (CURITIBA TURISMO).

Tabela 11: Síntese do número de turistas que vieram a Curitiba de 1992 a 2010 destacados pelas gestões políticas respectivamente de Rafael Greca, Cássio Taniguch e Beto Richa.

Ano	Número de turistas	Crescimento %
1992	784.575	-
1993	871.894	11%
1994	1.114.790	27%
1995	998.495	- 10,43%
1996	1.060.533	6,21%
1997	1.098.990	3,63%
2000	1.053.939	- 4,09%
2001	1.418.838	34,62%
2002	1.437.053	1,28%
2003	1.663.784	15,77%
2004	1.881.873	13,1%
2005	1.986.150	5,54%
2006	1.810.927	- 8,81%
2007	2.380.635	31,45%
2008	3.029.950	27,27%
2009	3.134.162	3,43%
2010	3.410.219	8,80%

Fonte: Curitiba Turismo, 2011

A ausência de segurança tem sido um dos itens com pior avaliação entre os turistas nos últimos anos. Durante o trabalho de observação sistemática, pode-se presenciar a tentativa de um furto no Passeio Público Municipal a um grupo de idosos. Alguns prestadores de serviços, como pipoqueiros e proprietários de bares no local, sinalizaram em conversas informais que esta “infelizmente” é uma prática frequente no parque, que, por ser frequentado por uma população menos privilegiada financeiramente, do que a que frequenta outros parques da cidade, está abandonado, no que tange à gestão urbana do lazer.

A insatisfação também atinge o empresariado do turismo local. A experiência com grandes eventos no município, que não se desdobraram nos resultados esperados, é o principal argumento para essa insatisfação. Assim, o anúncio da cidade como uma das sedes da Copa do Mundo de 2014 não obteve a repercussão especulativa que se esperava³².

A experiência de insucesso, vivida nos eventos da ONU de 2006, COP8 MOP3, cujos resultados, anunciados como o divisor de águas para o turismo local, como havia se passado com o Rio de Janeiro após a Conferência da Terra “Rio/ECO 92” (REVISTA DO COMÉRCIO, março/2006), não se efetivaram, tem feito com que os riscos de sediar um megaevento e este resultar em apenas despesas para o município coloquem o empresariado em alerta.

Para estes eventos houve um grande investimento e seu retorno não foi o esperado. Entre os investimentos públicos destaca-se a sinalização turística bilíngüe, seguindo os padrões internacionais; o embelezamento das vias com novas flores; reformas de parques públicos; restauração dos acessos às principais áreas de circulação do público do evento como, por exemplo, o acesso ao município de Pinhais, onde se localizava um dos principais espaços do evento, entre outras obras. Ainda houve a capacitação de sete mil pessoas, envolvidas na organização do evento, a maioria composta por voluntários.

No âmbito da iniciativa privada, foram realizadas ações de orientação ao comércio sobre as melhores práticas de hospitalidade e segurança dos visitantes e capacitação de guardas municipais em línguas para realizar atendimento em inglês e espanhol. Ainda no setor privado, na hotelaria, houve investimentos em reformas, treinamento e aperfeiçoamento dos serviços para se adequarem às exigências dos participantes do evento como, por exemplo, o atendimento em cinco línguas.

³² Informações coletadas durante as entrevistas realizadas para esta pesquisa. Esta informação se repetiu nas declarações de vários informantes.

Todas estas iniciativas foram realizadas uma vez que era previsto que o evento injetasse US\$ 10 milhões na economia paranaense, pela sua duração e pelo efeito multiplicador que ele poderia proporcionar. Na hotelaria era esperada uma ocupação da ordem de 80 a 90% (REVISTA DO COMÉRCIO, março/2006). Todavia, os eventos frustraram as expectativas de todos os envolvidos, sendo que a ocupação hoteleira durante os mesmos foi da ordem de 55% (MOSSATO, 2007).

Essa perspectiva deixa evidente a fragilidade de produzir uma cidade para ser trocada no mercado turístico, pois, como qualquer outro produto e setor de investimentos, o turismo apresenta riscos, ainda mais quando está fundamentado em investimentos especulativos.

Tornar, por exemplo, o centro da cidade um produto para turistas, ou dar uma roupagem à rua 24 horas, específica para atendimento a visitantes, pode, por meio de uma impressão inicial, ser a “salvação” para os problemas. Todavia, corre-se o risco de deixar estas áreas sujeitas ao tempo da “mercadoria turismo” e ao seu “ciclo de vida”, que pode passar com a próxima moda que vier.

Acreditamos sim, na potencialidade do turismo como prática social, mas entendemos que para trazer benefícios às localidades onde é desenvolvido deve ser precedido de políticas e oportunidade sociais.

Coriolano (2006, p.374) também fundamenta nossa análise ao apresentar que:

Não há como afastar o turismo da valorização do espaço e (ou) do mundo da produção e das contradições do modelo produtivo vigente, mas se podem obter resultados menos desiguais. Os territórios turísticos passam, a um só tempo, por serem dominados (pelo capital) e apropriados (pelos interesses locais e dos trabalhadores). Os lugares, além de pertencerem às estratégias do capital, do espetáculo e do embevecimento dos visitantes, são susceptíveis às resistências dos residentes [...]

Concordamos com Coriolano e com Yazigi (2003, p.349), quando colocam que “o turismo não depende só dos fatores de civilização, como pode ele mesmo ser um fator de peso, quando enriquece mentalidades e exige níveis de qualidade”. Para isso, precisa de políticas e de um planejamento que o direcione para tal.

Acreditamos que, para Curitiba e região, a única forma do turismo se reverter em benefícios à população é por meio da valorização do “simples” e de sua regionalização, difundindo assim seus benefícios espacialmente. Iniciativas de roteiros alternativos à Linha Turismo já vem sendo desenvolvidas pelo Núcleo de Turismo Receptivo de Curitiba, uma iniciativa de agências locais em função do esgotamento da atratividade.

Nesses roteiros, tanto atrativos do sul do município, como o Zoológico, quanto dos municípios da RMC, são contemplados. São roteiros como o “Colônias de Curitiba” que incluem visitação a colônias italianas e polonesas, “Curitiba científica e tecnológica” que leva visitantes para o parque da ciência Newton Freire Maia, localizado no município de Pinhais, na RMC, “Curitiba Sustentável” que convida os visitantes a conhecer a Usina de Valorização de Rejeitos e o Museu do Lixo, localizados no município de Campo Magro, também na RMC, entre outros. Também há iniciativas das próprias prefeituras dos municípios da RMC que disponibilizam ônibus uma vez por semana para o deslocamento de visitantes que estejam hospedados em Curitiba para a visitação de seus atrativos, seguindo a lógica da política nacional do Turismo de regionalização a partir dos destinos indutores.

Essa iniciativa atende a reivindicações dos gestores da RMC, por integração para o desenvolvimento do turismo regional. Na RMC há potenciais turísticos autênticos que valorizam a cultura do povo paranaense e que, integrados aos atrativos turísticos de Curitiba, poderão se reverter em articulação espacial entre os municípios e promoção social destas comunidades, como se verifica na Figura 5.

Segundo o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011 (SETU, 2008), “Rotas do Pinhão”, a região conta com 72 atrativos turísticos que apresentam condições de receber um fluxo de visitantes. Dentre os segmentos turísticos destaca-se o ecoturismo, o turismo de aventura, o turismo cultural, o turismo gastronômico, o turismo religioso, o turismo de lazer, sol e praia, o turismo de negócios e eventos, o turismo rural e o turismo de saúde, sendo que se destacam os atrativos culturais. Portanto, atrativos que poderiam complementar os oferecidos pela capital.

Portanto, a partir da transformação de Curitiba em um verdadeiro destino indutor do turismo, aquele que em função de suas potencialidades irradia os benefícios do turismo aos municípios de seu entorno conformando um produto único, o turismo pode contribuir para uma menos fragmentação dos territórios e para a construção de uma realidade mais justa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Existem diferentes maneiras de buscar compreender as complexidades espaciais que envolvem a cidade. Fortemente dividida em diferentes usos, decompor seus elementos e traçar a diversidade de relações e temporalidades que nela coexistem faz-se desafio a diversas ciências, e entre elas a Geografia ocupa um papel fundamental. Esta pesquisa buscou contribuir com a compreensão da cidade sob a ótica da Geografia, e foi a orientação capitalista de produção e consumo do e no espaço que nos interessou, especialmente, nessa reflexão que tentamos construir.

Sem dúvidas, como define Ortigoza (2009, p.149), a cidade contemporânea é o produto do modo de vida urbano-capitalista, é a materialidade das relações sociais de produção, o retrato da sociedade. E o urbano, por conseguinte, é o modo de vida da sociedade que compõe o conteúdo da cidade.

Dessa forma, a cidade torna-se produto e condição para o desenvolvimento capitalista, bem como a própria sociedade, pois como afirma Harvey (2006, p.129) “[...] a reprodução da vida cotidiana depende das mercadorias produzidas mediante o sistema de circulação de capital, que tem o lucro como seu objetivo direto e socialmente aceito”.

O turismo, produto do desenvolvimento capitalista, valoriza o espaço sob a ótica do capital, privilegiando a penetração do global no local, e compõe parte do conteúdo da cidade contemporânea, que é a materialização dos valores da sociedade por meio do consumo do e no espaço.

Assim, a construção dessa pesquisa teve como ponto de partida a compreensão da cidade como uma construção das relações sociais históricas, pois como afirma Silva (2008),

[...] a análise da cidade nos apresenta situações distintas para compreender sua atual composição, revelando sujeitos antes não pertencentes à produção do espaço, como também, alguns que já desapareceram deste movimento, ao mesmo tempo que antigos sujeitos são transformados e modificados, mostrando adaptações permanentes nos elementos constituintes do processo de produção do espaço urbano. O entendimento deve ser realizado considerando o presente sem deixar de lado todos os ambientes e dados do passado, pois só o movimento de formação daquele espaço, juntamente com as atuais circunstâncias de sua estruturação e funcionamento, podem dar parâmetros e caminhos possíveis para se projetar o futuro e as possibilidades de se intervir em elementos que auxiliem na construção de uma cidade com menores índices de problemas sociais ligados à pobreza e à violência e com seu espaço disponível ao uso coletivo para todos aqueles que a conformam (SILVA, 2008, p.23).

Nesse sentido, o principal objetivo de nossa pesquisa foi compreender como o turismo se desenvolveu e se integrou à ótica do planejamento e gestão estratégica, e aos seus desdobramentos, em Curitiba. Para tanto, julgamos que era necessário identificar, no processo de planejamento e gestão urbana de Curitiba, os marcos temporais e políticos a ele relacionados, e, a partir da construção histórica desse processo, avaliar como o turismo se articula na reprodução do espaço.

Assim, nos lançamos a responder aos seguintes questionamentos: qual é a expressão do turismo em Curitiba? Como se deu sua materialização espacial? Qual a sua interligação com outras atividades e práticas que atuam produzindo e reproduzindo o espaço? Qual a leitura que podemos fazer do turismo na Curitiba metropolitana e contemporânea? E qual o seu papel na reprodução do espaço urbano?

Vimos, no decorrer desta pesquisa, que o modelo estratégico trouxe à realidade curitibana tanto positivities quanto negatividades. Algumas positividades reforçam sua posição no mercado de cidades. Todavia, as negatividades criadas tendem, cada vez mais, a negar seu projeto e sua imagem estratégica.

Desta forma, o turismo, sendo um resultado dos desdobramentos do modelo estratégico e empreendedor da cidade, está sujeito ao mesmo imperativo que o rege.

Portanto, com nossa pesquisa pudemos perceber, através da negação no discurso político, da carência de bibliografia e documentação que fizessem referência ao turismo, e mesmo no discurso dos técnicos que pudemos entrevistar para essa pesquisa, certa resistência em evidenciar que já havia iniciativas do desenvolvimento do turismo durante as décadas de 1970 e 1980, e, mesmo nos primeiros anos da década de 1990.

Acreditamos que essa negação se evidenciou, apesar de termos encontrado registros e índices de visitação que comprovam a presença do turismo já naqueles anos, como o plano de 1973, uma vez que, para a época, destacar o valor de troca da cidade não era interessante ao discurso político.

O turismo, uma atividade capitalista, muitas vezes tão criticada por privilegiar o estrangeiro, mercantilizar o espaço e gerar uma série de impactos negativos, como a segregação social, não poderia mesmo estar presente no discurso político que desejava instrumentalizar a participação popular.

Assim, nas décadas de 1970 e 1980, a função do turismo, entendido mais como uma atividade de lazer que visava trazer mais animação à população local e, como registrado no plano de 1973, “dar condições efetivas à mesma de participação na evolução da cidade”, era a de camuflar a tecnocracia do planejamento que era implantado e, mesmo, as atitudes

autoritárias tomadas à revelia da população, como ocorreu no caso do fechamento da rua XV, em que não se levou em consideração a grande resistência de comerciantes da região.

Na década de 1990, já nas perspectivas do pensamento neoliberal, o turismo passou a ocupar um novo papel. Para o público externo, influenciado pela mídia, que dava visibilidade às premiações e obras urbanísticas de Curitiba, passou a ser a “vitrine” da Capital Ecológica. Por meio do turismo urbano, esse público vinha “ver” Curitiba e todos os seus atributos urbanísticos que a configuravam como modelo de um Brasil possível.

Para o público interno, ou seja, para a população local, o turismo estimulava o orgulho pela cidade, pois as pessoas que visitavam Curitiba visavam conhecer a prosperidade urbana que o morador acreditava ter o direito de viver e dela ser o maior beneficiado.

Também na década de 1990, a criação dos parques étnicos e sua exploração turística estimularam a criação de uma identidade para a população local, da “cidade mais européia do Brasil”, caracterizando Curitiba como multicultural, mesmo excluindo dessa caracterização uma parcela da população tão importante à formação de Curitiba, seus negros.

Dessa forma, o turismo em Curitiba tornou-se prática social preponderante na renovação, veiculação e consolidação das características urbanas, pois criou capital simbólico que reforça a condição definida em seu projeto estratégico com vistas à competitividade entre as cidades.

No final da década de 1990 e nos anos 2000, quando a RMC, constituída por lei em 1973, enfim se consolidou como uma região metropolitana de fato, na qual um aglomerado de municípios se articula nas relações socioespaciais, Curitiba tomou a posição de centro de fluxos de capital e *locus* de serviços altamente especializados, no qual o turismo passou a ter lugar privilegiado, por destacar sua integração com as demais atividades e práticas que atuam produzindo e reproduzindo o espaço, como a indústria, o comércio e a cultura.

Nesse sentido, o turismo como uma prática econômica que vinha em franco crescimento desde a década de 1990, nos anos 2000 consolidou-se como mais uma especialidade da capital paranaense, chegando em 2011 a movimentar um número de visitantes equivalente ao dobro de sua população.

O turismo em Curitiba caracteriza-se, ainda, como uma atividade estratégica, atraindo investimentos para algumas regiões e fluxos de pessoas com alto padrão de consumo e passando a configurar centralidades condizentes com o projeto de cidade competitiva e estratégica.

Nessa nova vertente, o turismo está diretamente relacionado ao argumento cultural e é indicado como elemento de rompimento com a estagnação econômica e física dos lugares.

Essa perspectiva faz com que o valor de uso da cidade se destaque e disfarce o que realmente está presente na cidade-mercadoria, o seu valor de troca. Portanto, como apresenta Harvey (2006), mostra-se como um dos remédios prediletos para economias urbanas enfermas.

Desde a década de 1970, foram criados em Curitiba equipamentos e infraestruturas urbanas, sinônimos de qualidade de vida, que possibilitaram a criação de sua imagem de cidade planejada e ecológica. Todavia, estes equipamentos e infraestrutura não se distribuíram de forma igualitária, o que fez com que somente parte da cidade realmente fosse constituída no que a imagem de Curitiba vende como seu todo.

Essa configuração, em função da valorização do espaço, relegou a população carente de Curitiba às áreas desestruturadas, seja em seu interior, seja nos municípios de seu entorno, na RMC.

Dessa forma, compreendemos que a gestão pública de Curitiba, ao escolher transformá-la em uma cidade ecológica, exemplo de planejamento, fez isso em detrimento do social, uma vez que qualidade de vida não se conquista somente pela proliferação de parques, criação de espaços culturais e animação urbana.

O turismo, como decorrência desse processo, igualmente se desenvolveu como uma atividade espacialmente seletiva, trazendo prosperidade a algumas regiões e não se integrando a outras, reforçando a imagem de uma Curitiba planejada como unidade.

Mas, reduzir a cidade a uma única imagem é negar sua diversidade. O turismo em Curitiba, como uma atividade espacialmente seletiva, não tem como objeto a Curitiba real, mas somente a Curitiba parcial, a mesma vendida pelo *marketing* urbano, deixando de lado a essência do lugar.

Recentemente, a escolha de Curitiba como uma das sedes da copa de 2014 constituiu-se no desenlace da trajetória percorrida desde a década de 1990, portanto, da nova concepção do papel de cidade e do novo planejamento urbano como ação estratégica e política, tal como observamos em todo o mundo, o planejamento urbano que privilegia os acordos em detrimento das normas criadas por meio de fortes embasamentos. E para legitimar tais investimentos, nada melhor que o discurso do desenvolvimento e dos legados que poderão ser proporcionados pelo evento.

Nesse caso, no entanto, apesar da euforia local, percebe-se um pouco entusiasmo da população, e, principalmente, dos próprios investidores locais. Assim, acreditamos que este pode ser um indício de reação para que o turismo em Curitiba tome uma nova configuração, com bases mais concretas e duradouras.

Assim, encerramos nossa pesquisa destacando que a essência dos problemas que envolvem as cidades estratégicas não está no estilo inovador do empreendedorismo urbano para tratar das crises urbanas e das calamidades que atingem as cidades na contemporaneidade. O problema, na verdade, está nos conflitos e contradições que podem resultar dessas estratégias, como os que verificamos terem sido produzidos na Curitiba contemporânea.

Quanto ao turismo, acreditamos em sua força de reverter-se em promoção socioespacial às cidades e suas comunidades, desde que pautado em um projeto que traga justiça social à cidade.

Em Curitiba, acreditamos que a justiça social somente poderá ser alcançada com política tanto de infraestrutura quanto social que sejam igualmente distribuídas em seu território, estendendo-se à RMC, onde hoje estão recursos potenciais ao turismo metropolitano.

Temos ciência de que explorar todas as contradições presentes na realidade socioespacial estudada esbarra em uma série de limitações, sejam teóricas, sejam temporais. Todavia, esperamos que esta pesquisa tenha construído um pensamento crítico sobre a dinâmica geral de produção do espaço urbano, tendo como foco central o turismo, e desse modo possa levantar questões que auxiliem a ciência a vislumbrar se, de fato, existe a possibilidade de tornar a cidade e, por consequência, o turismo mais democráticos, quando todos os benefícios econômicos e sociais servem a todos e não somente a alguns.

Assim, encerramos nossa discussão, certos de que as novas dúvidas que surgiram serão estímulo para a realização de novas empreitadas de pesquisas.

REFERÊNCIAS

ABREU, M. J. M. Curitiba Olímpica. Um sonho. Um desafio. Um projeto para a Cidade. **Revista Espaço Urbano**. IPPUC. v.1, no.8. [jun?]. 2005, p. 52-62.

ARANTES, O. B. F. Uma estratégia fatal. A cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, O. B. F.; VAINER, C. B.; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. 5ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, p.11-74.

ARANTES, O. B. F.; VAINER, C. B.; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. 5ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ASCHER, F. **Los Nuevos Principios del Urbanismo**. Madri: Alianza Editorial, 2004.

BENI, M. **Análise Estrutural do Turismo**. 8ª. ed. São Paulo: SENAC, 2003.

BENKO, Georges. **Economia, Espaço e Globalização: na aurora do século XXI**. 2ª. Ed. São Paulo: Hucitec, 1999

BENKO, Georges; PECQUEUR, Bernard. Os recursos de territórios e os territórios de recursos. **Revista Geosul**, Florianópolis, v.16, n.32, p.31-50, jul./dez.,2001.

BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARANÁ. Disponível em: < <http://www.bpp.pr.gov.br>>. Acessado em: junho, 2011.

BORJA, J.; CASTELLS, J. B. **Local y Global: La gestión de las ciudades em La era de La información**. Madri: Taurus, 1997.

BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo**. Diretrizes Básicas. Ministério do Turismo, 2003.

BRUM, A. Aos 13 anos Maratona fica mais massificada e popular. **Gazeta do Povo**. Curitiba, 18 de nov. 2009. Caderno de Esportes. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/esportes/conteudo.phtml?tl=1&id=945531&tit=Aos-13-anos-maratona-fica-mais-massificada-e-popular>>. Acessado em: agosto 2011.

CAMARGO, L. O. de L. **O que é lazer?** 3ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1992. 100p.

CARLOS, A. F. A. **A cidade**. 8ª. Ed. São Paulo: Contexto, 2005b.

CARLOS, A. F. A. A reprodução da cidade como “negócio”. In: CARLOS, A. F. A.; CARRERAS, C. (orgs.). **Urbanização e mundialização: estudos sobre a metrópole**. São Paulo: Contexto, 2005a, p.29-37.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/ do mundo**. São Paulo. FFLCH, 2007.

CARLOS, A. F. A. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. **Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999, p.25 a 39.

CASA DA MEMÓRIA. Disponível em: <http://www.casadamemoria.org.br/index_historico.html>. Acessado em: Agosto de 2011.

CASSIO TANIGUCHI. Disponível em: <<http://www.cassiotaniguchi.com.br/>>. Acessado em: Agosto de 2011.

CASTELNOU, A. M. N. Parques urbanos de Curitiba: De espaços de lazer a objetos de consumo. **Cadernos de Arquitetura e Urbanismo**, Belo Horizonte, v. 13, no. 14, p.53-63, dez. 2006.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CINTURÃO DA BOA VIZINHAÇA. **Revista Espaço Urbano**. IPPUC. v.1, no.8. [jun?]. 2005, p. 28-34.

COMEMORAÇÃO DOS 40 ANOS DA ENTIDADE. Comemoração dos 40 anos da entidade marca abertura do Salão da ABAV-PR. **Gazeta do Povo**. Curitiba. 16 de abr. 2009. Caderno de Turismo. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/turismo/conteudo.phtml?id=877592>>. Acessado em: agosto, 2011.

COMPANS, R. **Empreendedorismo Urbano: entre o discurso e a prática**. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

CORIOLOANO, L. N. M. T. Turismo: Prática social de apropriação e dominação de territórios. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. (orgs.) **América Latina: Cidade, Campo e Turismo**. Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. CLACSO; São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006, p.367-378.

CORRÊA, R. L. **Trajetórias Geográficas**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. 304p.

CRUZ, R. C. A. Planejamento governamental do Turismo: Convergências e Contradições na produção do espaço. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. (orgs.) **América Latina: Cidade, Campo e Turismo**. Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. CLACSO; São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006, p.337-350.

CURITIBA BIO-CIDADE. Curitiba Bio-Cidade. **Casa Cor Paraná**. Curitiba, 5 de jun. a 13 jul., 2009.

CURITIBA TURISMO. **Indicadores do Turismo em Curitiba**. INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO, 2011

CURITIBA TURISMO. **Pesquisa de Demanda Turística, Perfil, e Opinião**. Curitiba: INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO, 2009.

CURITIBA TURISMO. **Pesquisa de Demanda Turística, Perfil, e Opinião**. Curitiba: INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO, 2010.

CURITIBA. Ônibus de dois andares ganham cobertura. **Curitiba Notícias**. Curitiba, 19 jan. 2011. Caderno de Turismo Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/onibus-de-dois-andares-ganham-cobertura/21643>. Acessado em: agosto 2011.

CUSTÓDIO, R. B. **A influência das intervenções urbanísticas na atividade turística de Curitiba**. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana). Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba: [144 p.], 2006.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FIRKOWSKI, O. L. F. **A nova territorialidade da indústria e o Aglomerado Metropolitano de Curitiba**. Tese (Doutorado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo: [278 p.], 2001.

FIRKOWSKI, O. L. F. Internacionalização e novos conteúdos de Curitiba. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**. Curitiba, n.107, p.93-107, jul./dez. 2004

FREY, K. Crise do Estado e estilo de gestão municipal. **Lua Nova**. no. 37. 1996. p. 107-251.

GÜELL, J. M. F. **Planificación Estratégica de Ciudades**. Barcelona: Gustavo Gili, S.A., 1997.

GUIA DO INVESTIDOR. **Informações Socioeconômicas**: Guia do Investidor. Curitiba: Agencia Curitiba de Desenvolvimento S/A., 2010.

HARVEY, D. Do administrativo ao empreendedorismo: a transformação da governança urbana no capitalismo tardio. HARVEY, David. **A produção Capitalista do Espaço**. 2ª. Ed. São Paulo: Annablume, 2006, p.163 - 190.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/download/estatistica.shtm>. Acessado em: julho de 2011

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. Cadernos Município de Curitiba. Curitiba: IPARDES, maio de 2011.

IPPUC. Instituto de Pesquisa e Planejamento de Curitiba. Disponível em: <http://www.ippuc.org.br>. Acessado em: junho de 2009.

IPPUC. Instituto de Pesquisa e Planejamento de Curitiba. Disponível em: <http://www.ippuc.org.br>. Acessado em: junho de 2010.

KAICK, J. A. M. V. **Percepção de parques e áreas similares para a atratividade do turismo em Curitiba**. . Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana). Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba: [158 p.] 2007.

LEFEBVRE, H. **A re-produção das relações sociais de produção**. Porto: Publicações Escorpião, 1973

LERNER, J. **Acupuntura urbana**. 5ª. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

LIMA JUNIOR, P. N. **Uma estratégia chamada “Planejamento Estratégico”**: deslocamentos espaciais e atribuição de sentidos na terapia do planejamento urbano. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2010.

LINHA VERDE INTEGRAL. Linha Verde integra pólos de desenvolvimento em Curitiba. **Curitiba Notícias**. Curitiba, 20 jun. 2011. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/linha-verde-integra-polos-de-desenvolvimento-em-curitiba/23633>>. Acessado em: agosto de 2011.

LINHÃO DO TURISMO. Linhão do Turismo: um novo vetor de desenvolvimento turístico, geração de renda e preservação ambiental. **Revista Espaço Urbano**. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. v.1, no. 4, abr. 2003, p. 2-13.

LOPES, R. **A Cidade Intencional**. 2ª. Ed. Rio de Janeiro: Mauad 1998.

MERCADO MUNICIPAL. Mercado Municipal: Curitiba é encontrada e se encontra aqui. **Revista Espaço Urbano**. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. v.1, no. 4, abr. 2003, p. 38, 42.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA/ INSTITUTO SANGARI. **Mapa da violência 2011**: os jovens do Brasil. Disponível em <http://www.defensoria.sp.gov.br/dpesp/Repositorio/39/Documentos/mapa_viol%C3%Aancia%5B2%5D.pdf> . Acessado em: agosto, 2011.

MOSSATO, D. E. C. **A internacionalização da Economia Urbana**: uma análise do Setor hoteleiro de Curitiba/PR. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia. Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2007.

MOURA, R. O turismo no projeto de internacionalização da imagem de Curitiba. In: **Turismo - Visão e Ação**. v. 9, no. 3. p. 341-357 set. /dez. 2007

NOVO VELHO REBOUÇAS. Novo velho Rebouças: um olhar sobre a revitalização do Espaço Público. **Revista Espaço Urbano**. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. v.1, no. 4, abr. 2003, p. 28-37.

O NOVO CALÇADÃO DA CIDADE. O novo calçadão da cidade. **Revista Espaço Urbano**. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. v.1, no. 11, maio. 2010, p. 10-13.

OLIVEIRA, D. **Curitiba e o mito da cidade modelo**. Curitiba: Ed. da UFPR, 2000.

ONU – HABITAT. **State of the World's Cities 2010/11**: Cities for All: Bridging the Urban Divide. Earthscan, 2010. Apresentado durante o V Fórum Urbano Mundial realizado no Rio de Janeiro em Março/2010.

ORTIGOZA, S. A. G. Desenvolvimento sócio-espacial e dinâmica urbana. In: BIZELLI, J. L.; FERREIRA, D. A. O. (orgs.) **Governança pública e novos arranjos de gestão**. Piracicaba: Jacintha Editores, 2009, p. 149-168.

PADOVANI, E. G. R. **Parque Temático**: Modernização e Consumo do Espaço. Tese (Doutorado em Geografia). UNESP – IGCE. Rio Claro/SP: [s.n.], 2002.

PEREIRA, C. **Centro volta a crescer e tem novo perfil de morador**. Jornal Metro Curitiba de 20/07/2011.

PEREIRA, G. F.; SILVA, M. N. **Pobreza Urbana e Degradação Ambiental**: Reflexões sobre o urbanismo de risco em Curitiba. Anais XIV ENANPUR. Rio de Janeiro. 23 a 27 de maio de 2011.

PEREIRA, M. F. V; KAHIL, S. P. **Território e Neoliberalismo no Brasil**: as parcerias público-privadas e o uso corporativo do território. Anais do IX Colóquio Internacional de Geografia. Porto Alegre, maio, 2007.

PLANO DIRETOR MULTIMODAL. Multimodal um novo tempo para Curitiba e Região metropolitana. **Revista Espaço Urbano**. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. v.1, no. 11, maio. 2010, p. 22-27.

POLUCHA, R. S. **Ecoville**: Construindo uma cidade para poucos. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade de São Paulo. São Paulo: [166p.] 2010

PROGRAMA DE REVITALIZAÇÃO DA ÁREA CENTRAL. Curitiba: IPPUC, 200[?]

RAMOS, S. M. dos S. **Ônibus Double-Deck** a evolução da Linha de Turismo em Curitiba. **Revista Gestão Pública em Curitiba**. Instituto Municipal de Administração Pública. v.1, no.1, mar./jun. 2010, p. 35-44.

REVISTA DO COMÉRCIO. **Revista do Comércio**. Associação Comercial do Paraná. v.1, ano 9, no. 87, agosto/2005.

REVISTA DO COMÉRCIO. **Revista do Comércio**. Associação Comercial do Paraná. v.1, ano 10, no. 94, março/2006

REVISTA EXAME. **Revista exame**. Ano 34, n. 9, São Paulo: Ed. Abril, 3 de maio 2000, p. 77-108.

RIBEIRO, R. M. **Planejamento urbano, espaços públicos de lazer e turismo no bairro Uberaba em Curitiba-PR**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia. Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2006.

RIBEIRO, R. M.; SILVEIRA, M. A. T. Planejamento urbano, Lazer e Turismo: Os Parques Públicos em Curitiba, In: **Turismo - Visão e Ação**. v. 8, no. 2. p. 309-321 maio/ ago. 2006.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e Espaço: Rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: Hucitec, 1997.

ROSA, L.G. **A dinâmica espacial dos serviços hoteleiros e o turismo de negócios e eventos em Campinas**. Tese (Doutorado em geografia). Universidade Estadual Paulista – IGCE. Rio Claro: [169p.], 2009.

SÁNCHEZ, A reinvenção das cidades na virada do século: agentes, estratégias e escalas de ação pública In: **Revista de Sociologia Política**, no. 16. P. 31-49. Jun/ 2001.

SÁNCHEZ, F. **A reinvenção da cidade para um mundo mundial**. Chapecó: Argos, 2003.

SÁNCHEZ, F. **Cidade espetáculo: política, planejamento e *city marketing***. Curitiba: Palavra, 1997.

SANTOS, M. **A natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 4ª. Ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

SANTOS, M. **Por uma geografia nova: Da crítica da geografia a uma geografia crítica**. 6ª. Ed. São Paulo: EDUSP, 2004.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo**. São Paulo: HUCITEC, 1994.

SETU. Secretaria Estadual do Turismo. **Plano Estratégico do Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011**. SETU: Curitiba, 2008.

SICT. Secretaria Municipal de Indústria Comércio e Turismo. **Gasto médio Del turista es triple em cinco años**. Curitiba, 1996.

SILVA, C. H. C. **A reprodução do espaço urbano na cidade de São Paulo na perspectiva da hotelaria de alto padrão.** Tese (Doutorado em geografia). Universidade Estadual Paulista – IGCE. Rio Claro: [240 p.], 2008.

SIVIERO, A. P. **Os elementos do espaço turístico urbano no processo de planejamento: uma análise da área central de Curitiba.** Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia. Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, [126p.], 2005.

SOUZA, M. L. G. **Curitiba que poucos querem ver.** Singularidades do racismo na “capital européia” e “mais preta” do sul do Brasil. *Gazeta do Povo*, caderno G. 17/05/2008. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/cadernog/conteudo.phtml?id=766845>>. Acessado em abril de 2011.

TEATRO GUAÍRA. Disponível em< <http://www.teatroguaira.pr.gov.br>>. Acessado em: Junho, 2011.

TRISOTTO, F. **Um quartel de cinema.** *Jornal Gazeta do Povo*. Caderno G. 21/02/2010. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/cadernog/conteudo.phtml?tl=1&id=975751&tit=Um-quartel-de-cinema>>. Acessado em: julho, 2011.

TUDO NOVO DE NOVO. Tudo novo de novo. **Revista Espaço Urbano**. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. v.1, no. 11, maio. 2010, p. 14-16.

UNILIVRE. Universidade Livre do Meio Ambiente. Disponível em: http://www.unilivre.org.br/area_publica/controles/ScriptPublico.php?cmd=historia. Acessado em: junho, 2011.

URBS. Urbanização de Curitiba S/A. Disponível em: <http://www.urbs.curitiba.pr.gov.br/PORTAL/historiadotransportecoletivo.php>. Acessado em: junho, 2011.

VAINER, C. Carlos Vainer discute megaeventos e ‘cidade de exceção’. **O Globo**. Rio de Janeiro, 06 ago. 2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2011/08/06/carlos-vainer-discute-megaeventos-cidade-de-excecao-396846.asp>>. Acessado em: agosto de 2011b.

VAINER, C. Cidade de Exceção: reflexões a partir do Rio de Janeiro. **Anais do XIV ENANPUR** “Quem Planeja o Território? Atores, Arenas e estratégias”.. Rio de Janeiro, 23 a 27 maio, 2011a.

VAINER, C. Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, O. B. F; VAINER, C. B.; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. 5ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, p.75-104.

VASCONCELLOS, N. G. Mercado Orgânico em Curitiba: Primeiro espaço comercial do gênero no Brasil. **Revista Gestão Pública em Curitiba**. Instituto Municipal de Administração Pública. v.1, no.1, mar./jun. 2010, p. 31-34.

WOSNIAK, F. L. **Administração estratégica na gestão municipal: Estudo de caso na prefeitura municipal de Curitiba, gestões 1993-1995; 2001-2004; 2005-2008**. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana). Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba: [201 p.] 2008.

WRONISKI, E. Curitiba precisa definir um rumo a tomar. **Jornal Paraná Online**. Curitiba, 13 jun. 2005. Disponível em: <<http://www.parana-online.com.br/editoria/policia/news/129769/>>. Acessado em: junho, 2011.

YAZIGI, E. **Civilização urbana, Planejamento e Turismo: discípulos do amanhecer**. São Paulo: Contexto, 2003.

APÊNDICE

Apêndice 1: Termo de autorização para divulgação de informações



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
 “JULIO DE MESQUITA FILHO”
 INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS E CIÊNCIAS EXATAS
 Seção de Pós-Graduação
 Doutorado em Geografia



AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Eu, _____,

_____ ,
 autorizo o uso das informações dadas em entrevista realizada nesta data, para fazer parte da tese de doutorado que tem como tema ”O turismo no planejamento e gestão estratégica de cidades”, da doutoranda Isabela de Fátima Fogaça. Estando esta comprometida em transcrever com a veracidade tais informações.

Curitiba/PR, _____, de _____ de _____

 Entrevistado

 Pesquisador responsável pela entrevista
 Isabela de Fátima Fogaça

ANEXOS

Anexo 1: Síntese das representações urbanas de Curitiba construídas desde a década de 1970 até os anos 2000



Anexo 2: Mosaico de Unidade de Conservação de Curitiba

Universidade dos Estudos de Florença
 Faculdade de Arquitetura
 Departamento de Urbanismo e
 Planejamento do Território
 Ano Académico 2002/2003
 Orientada: Dorcas Vail
 Orientador: Prof. Riccardo Pascoia
 Co-Orientador: Arq. Giovanni Magagnoli

10
O MOSAICO
DOS VERDES PÚBLICOS

A fama de Curiúba como cidade "ecologicamente correta" é justificada por uma série de fatores, entre os quais o número e a articulação tipológica dos espaços verdes no interior dos limites do município (parques, jardins, áreas de bosques de proteção natural e hidrogeológica, bairros-jardins e praças arborizadas no centro histórico). Alguns destes espaços, que não coincidem com o total de vazios urbanos, foram subtraídos, no decorrer do tempo, das áreas de habitação informal, cujos moradores foram expulsos em direção a periferia e a área metropolitana.

MUNICÍPIO - 18	
Área total	370.000 m ²
Área verde pública	100.000 m ²
Área verde privada	100.000 m ²
Área verde total	200.000 m ²
Área verde pública (%)	27%
Área verde privada (%)	27%
Área verde total (%)	54%
Área verde pública (ha)	100
Área verde privada (ha)	100
Área verde total (ha)	200
Área verde pública (m ² /hab)	0,27
Área verde privada (m ² /hab)	0,27
Área verde total (m ² /hab)	0,54
Área verde pública (m ² /hab)	0,27
Área verde privada (m ² /hab)	0,27
Área verde total (m ² /hab)	0,54

MUNICÍPIO - 17	
Área total	11.000 m ²
Área verde pública	4.000 m ²
Área verde privada	7.000 m ²
Área verde total	11.000 m ²
Área verde pública (%)	36%
Área verde privada (%)	64%
Área verde total (%)	100%
Área verde pública (ha)	4
Área verde privada (ha)	7
Área verde total (ha)	11
Área verde pública (m ² /hab)	0,11
Área verde privada (m ² /hab)	0,23
Área verde total (m ² /hab)	0,34

2004 - 52 m² de verde público/hab
 1971 - 0,5 m² de verde público/hab