

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

THAIS FIGUEIREDO DE SOUSA

CURITIBA E O MITO DA “CIDADE MODELO”

**CURITIBA
2012**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

THAIS FIGUEIREDO DE SOUSA

CURITIBA E O MITO DA “CIDADE MODELO”

Trabalho apresentado para obtenção do título de Especialista, junto ao Curso de Especialização em Sociologia Política, Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Neves Costa

**CURITIBA
2012**

RESUMO

O trabalho que aqui será desenvolvido constitui-se num estudo bibliográfico sobre a cidade de Curitiba como representante do título de "Cidade Modelo", "cidade referência em sustentabilidade", "da qualidade de vida", entre outros. A releitura desse tema possibilita se pensar em Curitiba de outros modos e parâmetros. Implica em desconstruir essa idéia do discurso dominante, da cidade que funciona sem desordem e apresentar diferentes visões quanto ao crescimento e desenvolvimento da cidade de Curitiba.

Palavras-chave: Política; Planejamento Urbano; Cultura.

SUMÁRIO

RESUMO	3
INTRODUÇÃO	5
Capítulo I: Breve trajetória da cidade de Curitiba décadas antes de sua ascensão na temática 'cidade modelo'	7
Capítulo II: A realidade do plano urbano de Curitiba	11
CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	21

INTRODUÇÃO

Com quase 320 anos, Curitiba além de receber o título de Capital do Estado ainda leva alguns outros que vem ao longo de anos contribuindo para sua fama internacional - “A Capital Ecológica”, “A Cidade Modelo”, “A Cidade planejada”, “Capital brasileira de qualidade vida” são apenas alguns, entre tantos que vemos diariamente serem veiculadas pelos mais diversos tipos de mídia e sejam esta nacionais ou internacionais, todas coincidem em um mesmo ponto: a de que a cidade de Curitiba é referencia para todo o mundo na maioria dos setores estruturais de um governo.

Para observar melhor esse fato, será estabelecido, neste trabalho, um período cronológico que procura esclarecer algumas dessas proposições. Será analisado o projeto urbano idealizado pelo gestor Jaime Lerner, que assumiu a Prefeitura por três mandatos, sendo dois durante a década de 70 e outro na década de 90 (período no qual, sendo mais específico, vimos uma grande onda do processo que se batizou de “curitibalização”). O projeto urbano em questão usou de elementos e recursos inovadores, discursos dominantes que proporcionaram resultados significativos e visíveis até hoje.

Para uma pesquisa mais consistente serão usados, como base, os textos de Fernanda Sanchez Garcia que possui uma extensa obra sobre o tema, incluindo artigos e livros. Será usada nesta pesquisa a obra intitulada “Cidade Espetáculo – política, planejamento e *city marketing*”, assim como o trabalho de Denisson de Oliveira, “Curitiba – O mito da cidade modelo”, bem como os artigos de Altair Bonini, Zirk Frank e outros. Todos esses trabalhos citados oferecem uma reflexão teórica sobre diversos aspectos da questão “Curitiba como cidade modelo”, passando pelo viés da industrialização, do desenvolvimento urbano como uma possível forma de exclusão social, criando, dessa forma, delimitadores entre áreas urbanas e até mesmo no sentido da influência subconsciente que o marketing exerceu e exerce sobre as pessoas quando se trata desse assunto.

Para entender melhor, o trabalho será estruturado em dois capítulos, sendo o primeiro responsável por apresentar as mudanças que Curitiba sofreu com o início da industrialização, por volta da década de 60, com a entrada de várias empresas bem como o surgimento da CIC (Cidade Industrial de Curitiba) por consequência, já nos direciona para a primeira gestão de Jayme Lerner na Prefeitura. O segundo capítulo

abordará a diferença entre as duas gestões da década de 70 e a última, nos anos 90. Estabelecer uma comparação que equivalha a revelar o ponto que interliga os dois mandatos do ex-governador.

O trabalho busca compreender o poder dessa mitificação da cidade (termo defendido por alguns autores da área) e até mesmo desvendar o que há por de trás desse discurso tão emblemático, cheio de signos e que vem sendo construído com tamanha solidez durante décadas.

A releitura desse tema implica diretamente na abertura de possibilidades para se pensar em Curitiba de outros modos e com outros parâmetros. Implica em desconstruir a ideia do discurso dominante, da cidade que flui pacificamente e apresentar diferentes possibilidades de pautas a serem defendidas quanto ao crescimento e desenvolvimento da cidade de Curitiba.

Capítulo I: Breve trajetória da cidade de Curitiba décadas antes de sua ascensão na temática 'cidade modelo'.

Curitiba – a cidade modelo, planejada, capital ecológica e de qualidade de vida são apenas alguns dos termos veiculados pela mídia durante décadas e que abrange o nível nacional e internacional. Todos esses termos fazem parte de um único elemento dentro do grande processo de consolidação e construção da imagem da cidade de Curitiba, e sem dúvida, esse elemento foi um dos mais fortes para a implementação do projeto de modernização urbana.

Analisar Curitiba como essa metrópole altamente “funcional” e isenta de problemas administrativos (no modo ilustrativo) certamente demanda de um histórico anterior e compreender o período que antecede ao do projeto idealizador que resultou na Curitiba “intacta” é fundamental.

O Paraná, desde seus primórdios, inseriu-se no modelo agroexportador dependente de atividades econômicas incapazes de garantir estabilidade nas finanças e um desenvolvimento consistente, em função das oscilações do mercado externo [...] Até os anos 60 Curitiba se encontrava em uma situação sem destaque entre as maiores cidades do Brasil, sendo apenas reconhecida como a Capital de um Estado fortemente agrícola. (ZIRKL, Frank, 2003, p.87)

Curitiba, assim como a maioria da totalidade do Estado do Paraná, possuía uma economia parcialmente dependente do que vinha da agricultura. Era um estado com pouca infra-estrutura tecnologia mesmo ainda no século XX. Entretanto, seja por ordem natural dos acontecimentos ou pela forte pressão do liberalismo na cidades latino-americanas por volta de meados dos anos 60 Curitiba (assim como o Estado) passaram por grandes modificações em cerca de trinta anos. Alguns autores afirmam que essas modificações tem uma origem de influência externa, como por exemplo, as determinações que vinham do governo federal e ate na formulação de novas política agrícolas. Assim também como de modificações locais, como o desenvolvimento urbano que logicamente resultou em um crescimento acelerado da cidade. O fato é que com a mecanização da agricultura, que ocasionou em alterações no campo rural, levou à uma grande evasão da região, gerando migrações para os centros urbanos do

Paraná e em especial, a cidade de Curitiba¹. Em decorrência desse importante episódio tem-se a Criação da Região Metropolitana de Curitiba (RMC), no início da década de 70.

[...] Curitiba recebeu diversos auxílios do governo Federal e melhoramentos em sua infraestrutura. Um elevado número de indústrias nacionais e internacionais se instalaram na cidade e posteriormente na RMC. A criação do Parque Industrial 'Cidade Industrial de Curitiba' (CIC) foi a contribuição mais forte para a mudança do perfil econômico de uma região agrícola para uma região cada vez mais industrializada. (ZIRKL, Frank, 2003, p.90)

Certamente o ponto que converge entre a cidade de Curitiba como grande metrópole exemplar e seu passado é a criação da RMC que abrigou boa parte da população rural que começava a mirar outros lugares e centros urbanos. Fez-se necessária a implementação de planos e projetos que suportassem a evasão ocorrida no campo que destino a cidade. Conforme Zirkl, já na década de 1960 o crescimento urbano de Curitiba chamou a atenção dos órgãos de planejamento urbano da cidade. E ainda conclui dizendo que apesar das experiências primárias com o Plano Agache² de 1943, o Plano Diretor de 1966 é até hoje a base do planejamento municipal de Curitiba.

De qualquer modo o Plano Agache, na cidade de Curitiba foi responsável por dividir a cidade em zonas funcionais (uma das maiores características da capital no que se refere à organização estrutural), sendo estas: um centro administrativo (o Centro Cívico), um Centro Comercial (o centro tradicional), uma cidade Universitária (o Centro Politécnico), um centro militar (onde hoje está presente a base aérea do Bacacheri e outras instalações do exército), um Centro Industrial (Capanema e Rebouças) e um Centro de Abastecimento (atual Mercado Municipal). Entretanto as obras estruturadas no Plano Agache só foram realizadas parcialmente, o que tornou o projeto um tanto quanto fraco, como afirma o autor Dennison de Oliveira, 2011.

¹ Vale ressaltar que o Paraná, em meados dos anos 60, sofreu também uma grande evasão dos centros rurais devido aos cafezais, que por conta de condições climáticas muitos trabalhadores sem emprego encontraram como única alternativa a vinda para os grandes centros urbanos.

² O plano Agache no Brasil durou um período de 3 anos (1927-1930) realizado pelo urbanista, Alfred Agache que por sua vez já havia realizado importantes trabalhos na América Latina e na Europa, fora convidado pela municipalidade do então Distrito Federal (Estado da Guanabara) para realizar um plano para a cidade que entre muitos fatores deteriorantes da imagem da metrópole havia ainda o grande problema do crescimento demasiado das favelas. (REZENDE, V. Planejamento urbano e ideologia: quatro planos para a cidade do Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992. cap 2). O referente projeto ainda incluía cidades como, além de Curitiba, Porto Alegre e São Paulo.

Mas desconsiderar as funcionalidades do Plano Agache trouxe para Curitiba é ser injusto com as possibilidades que o dito Plano ofereceu para que se observa-se a Capital com outros olhos. O Plano Agache foi o responsável por fazer e despertar em governantes e personalidades políticas que um Plano Diretor era possível (necessário) para a cidade de Curitiba.

[...] A década de 1960 se configurou como a fase de planejamento da cidade, pois, Curitiba começava a entrar na história dos Planos Diretores e suas experiências seria modelo para outras cidades do Brasil. Alguns fatores são marcantes: a eleição de Ivo Arzua para a prefeitura (1962); a proposta de revisão do Plano Agache; a criação, em 1963, da Companhia de Urbanização de Curitiba (URBS); a decisão da Companhia de Desenvolvimento do Paraná (CODEPAR), em 1964, de financiar a revisão do Plano Agache ; a contratação de um novo Plano Diretor para Curitiba, em 1964. (BONINI, Altair)

Para tanto foi proposto uma concorrência nacional entre as empresas de arquitetura e urbanismo que desejassem concorrer a uma seleção para o futuro plano diretor da cidade de Curitiba.

O Plano Preliminar de Urbanização (PPU) vencedor foi o proposto pela empresa Serete, de São Paulo, que na época era associada ao escritório de Jorge Whilhem³. Foram inúmeros debates discorridos pelas elites intelectuais e econômicas da cidade para que finalmente o projeto se transformasse em lei pela Câmara, no ano de 1966. Nessa mesma época foi criado então o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano, o IPPUC. A intenção desse Instituto era dar sequência a questão burocrática do projeto, como por exemplo, verificar datas e prazos das obras, bem como ao detalhamento e execução.

Este Plano também priorizava a questão da industrialização. As elites dirigentes da cidade logo iniciaram um processo que organizasse a industrialização de Curitiba e uma das medidas tomadas foi a criação de um Distrito Industrial que alocasse grandes empresas, alguns anos mais tarde a essa ideia foi dado o nome de Cidade Industrial de Curitiba, a CIC.

A CIC foi implementada somente no ano de 1973, através de uma parceria entre a prefeitura e o Governo do Estado. Foi acordado que a Prefeitura ficaria responsável pela urbanização do terreno da CIC, como terraplanagem, pavimentação, venda de terrenos e desapropriação, enquanto o Governo do Estado se encarregaria

³ Foram encontradas variações para a escrita correta do nome.

da realização das obras restantes (água e esgoto, energia elétrica e telefone) isso seria possível pois havia o recurso e estrutura das empresas estatais, além do próprio BADEP (Banco de Desenvolvimento do Paraná) que poderia fornecer financiamentos para empreendimentos industriais.

A instalação da CIC resultou em pontos positivos para a economia de Curitiba e do Estado. Segundo Oliveira "um número muito substancial de indústria se deslocou para o pólo industrial, inclusive as tão cobiçadas empresas de bens de capital. Correspondentemente, alterou-se o perfil da economia urbana local, com significativo aumento da sua participação no PIB industrial do Estado e com o aumento do número de empregados gerados na/ pela indústria".

A partir desse novo fator, Curitiba começou a ir rumo aos ideais do planejadores. Agora ela havia se tornado um centro de arrecadação de capitais, assim como de industriais e de novos habitantes em busca do progresso tecnológico.

Capítulo II: A realidade do plano urbano de Curitiba

Curitiba possui uma grande vantagem perante todas as outras capitais que também seguiam com um plano de projeto urbano para com suas cidades. É notável lembrar que o período de grande ascensão e de fervor criativo de planos urbanos era o período em que transitava forte regime ditatorial no Brasil. A ditadura Militar dentre tantas particularidades e peculiaridades traz consigo o desejo imutável de qualquer traço de democracia, quanto a isso, as eleições para o executivo, legislativo, judiciário era fechadas... As prefeituras em geral foram uma dos setores mais atacadas... Prefeitos mudavam de cargo com frequência e tinham seus sucessores da noite pro dia, e assim como da noite para o dia os planos dentro da prefeitura também mudavam. Assim que um prefeito ia embora encerrava também projetos futuros ou incompletos para dar espaço as novas propostas do novo eleitorado. Entretanto no caso de Curitiba as coisas mudam um pouco e começam a ganhar sentido. Segundo o autor Dennison de Oliveira "um único prefeito (Jaime Lerner) ocupou o cargo durante três gestões (1971-1975, 1979-1983, 1988-1992) e um dos seus sucessores, Saul Raiz (1975-1979) era totalmente identificado com o propósito de implementação do plano diretor na cidade". Só ai há cerca de 16 anos de hegemonia partidária e em cumprimento.

Alguns tentaram a oposição a esse modelo de projeto, mas a pressão era extremamente grande quando lembrado o que já havia sido feito pelas gestões do início da década de 1970. Mauricio Fruet e Roberto Requião são alguns exemplos a serem citados.

É certo afirmar sobre o enorme poder que Jaime Lerner em seu primeiro mandato exerceu sobre os cidadãos, com um histórico sólido (no que diz respeito as questões política e partidárias), antigo membro do IPPUC (órgão amplamente reconhecido e notável) e ilustre arquiteto, sua caminhada até o Governo do Estado pouco tardou. Há uma citação em uma reportagem no Jornal O Estado de São Paulo que ilustra esse contexto: "tomou as decisões certas na hora certa", e isso sim, justificaria o bom nível de vida na cidade.

A cidade de Curitiba que se prepara para comemorar em 1993 seus 300 anos de fundação é dona de uma lisonjeira unanimidade nacional. Tida e havida como

capital brasileira de melhor qualidade de vida, é hoje indicada por urbanistas da Organização das Nações Unidas, a ONU, como uma das três melhores cidades do planeta para se viver, ao lado apenas de Roma e da americana São Francisco. (VEJA, 08-03-90).

Cabe, diante de tanta informação e pesquisa, perguntar, o que muitos outros autores já fizeram se esse Plano Urbano de fato carrega em si todos esses adjetivos e símbolos? Quais foram os meios e projetos para que esse discurso fosse, ano após ano propagado via mídia? O que de fato aconteceu para que essa ideia de cidade perfeita fosse creditada como verdade plena?!

Essa imagem positiva que a cidade carrega há décadas tanto para âmbitos nacionais quanto internacionais faz parte de uma inovação e ousadia que são hoje, duas palavras que carregam forte simbolismo para a Cidade.

Com a posse de Jaime Lerner foram estabelecidas condições para que o IPPUC tivesse uma autonomia decisória no conselho.

Finalmente instaurou a prática do conselho deliberativo do IPPUC apreciar casos especiais de uso do solo, geralmente grandes projetos de reforma urbana realizados por particulares que tivessem impacto significativo sobre o ambiente urbano, Foi aí que surgiu o seu papel de entidade de "última ou quase última instância" referida pelo trabalho do Iuperj/ Minter. (OLIVEIRA, Dennison, 2011, p.102).

Dessa forma criou a oportunidade para que os próprios membros do IPPUC assumissem a função de consultores remunerados pela iniciativa privada para 'adequação' dos seus projetos às normas do próprio. A partir de então temos vários fatores inovadores na composição de Curitiba como um cidade de 'primeiro mundo', como uma cidade que serve como exemplo para todas as demais cidade do Brasil e do mundo.

Tendo certo que o IPPUC foi uma mola propulsora para cada evento realizado pelo gestor Jaime Lerner, fica muito mas fácil compreender a dimensão de toda essa estrutura. Para cada lançamento de projeto ou ideia para a cidade, houve um imenso esforço para que esse se destaca-se de cada de outros já existente, uma árdua tarefa para que o lançamento em questão soasse como algo único e de fato inovador. Garcia (1997) afirma que o objetivo a ser alcançado é diferenciá-lo (o projeto), de forma revolucionária, dos outros produtos em circulação e conquistar ampla adesão social.

[...] Em uma análise de vinculações entre sociedade de consumo, cidadania e estratégia de poder - confunde-se

cidadão com consumidor e cidade com mercado. (SANTOS, Milton. 1996)

Um exemplo a ser demonstrado quanto a mercalização dos projetos municipais foi o do novo sistema de transporte inaugurado por Lerner. O dito projeto passou a ser veiculado aos cidadãos por volta de 1991 e já apareceu com uma nome bastante sugestivo, digno de comerciais publicitários, daqueles que envolvem o telespectador. O "ligeirinho" vinha também com um slogan agregado: "pego o ligeirinho e chego, chego rapidinho". A tudo isso também foi apresentado os novos ponto dos ônibus, difundidos até hoje com o nome de 'estações-tubo' que facilmente trazem uma intenção de transformar ou anunciar Curitiba como uma cidade de ar futurístico, uma cidade que esta preparada para a chegada do ano 2000.

A ideia apresentada e que fica marcada é a de que Curitiba é uma cidade que não para de inovar.

No contexto atual, a imagem da 'cidade que deu certo' torna-se síntese oportuna e necessária. A adoção do modelo de Curitiba como referencial positivo no contexto brasileiro a coloca novamente, como realidade 'singular em meio ao caos'; como contraponto, como 'a prova de que pode dar certo'. (GARCIA, Fernanda E. S. 1997. p.59)

Ao defini-la então como um contraponto, o discurso dominante parece no contexto todo como uma simples consequência das inovações. Difundir a ideia de Curitiba como Capital Ecológica, por exemplo vira apenas um reforço e uma nomeação que resulta daquilo já concreto e estabelecido na cidade. A partir disso a cidade vira exemplo, no que se diz de uma perspectiva evolucionista. Uma ideia que projeta o desejo de Curitiba ser um exemplo a ser seguido, uma ideia de que: "Se Curitiba conseguiu, todos podem igualmente conseguir", entretanto para isso se resolver de fato é necessário que as demais cidades tomem e adotem as soluções que em Curitiba foram implementadas.

Se houver uma cidade modelo no futuro, ela fará as coisas que Curitiba está fazendo. (Latin American News-letter, 13/02/1992).

É certo que a cada nova inauguração, um novo discurso era propagado, tanto quanto aos prazos de obras (que, em geral, eram absurdamente rápidas) quanto a inovação dos projetos bem como a finalidade que lhes era dado. Foi estabelecido então uma relação que GARCIA (1997) defende ser a 'Estética do Lazer'. Para ilustrar essa hipótese, segue uma lista de projetos altamente difundidos na mídia nacional: a Rua 24 Horas, a Opera de Arame e o Jardim Botânico. Ao analisar esses espaços e

suas verdadeiras intenções observou-se que na verdade são espaços apropriados ao lazer e do consumo. Juntamente.

A Rua 24 Horas, por exemplo, é uma compilação de comércio em permanente funcionamento que também abre espaço para programações culturais além de a Rua em si ser uma referencia central. O discurso dominante entra na divulgação desse no 'empreendimento municipal'. Ter a preocupação de apresentá-lo como um espaço de encontro, de lazer associado ao consumo... Uma nova sala para o curitibano que estava precisando de uma nova opção. Esta ultima frase, em especial é um forte traço desse discurso que predomina até hoje. A ideia principal do *marketing* tradicional é fazer com que o cliente acredite que ele realmente precisa daquela produto. O discurso implementado então para os projetos municipais surtem o mesmo efeito, o de que o curitibano necessitava demasiadamente de uma rua que funcionasse 24 horas por dia, o que também esbarra em outra ideia, a de que a cidade é moderna e esta a frente de todas as outras metrópoles. Casos semelhantes aconteceram com os outro espaços, que hoje são muito mais vistos como ponto turístico do que um espaço a ser apropriado ao cidadão.

A Rua 24 Horas, O Jardim Botânico e a Ópera do Arame marcam a identidade de Curitiba e a sua participação dentro das metrópoles.

A associação da modernidade com o tempo - o ritmo frenético com que as novas opções vão surgindo sugere a sua leitura enquanto produtos de consumo descartáveis, ao contrário de espaços públicos sedimentados enquanto 'lugares'. Mal é inaugurado e apropriado um novo espaço cultural, outros já começam a ser anunciados. (GARCIA, Fernanda E. S. 1997. p.63-64)

A velocidade na construção e na inauguração de cada obra torna-se um recurso recorrente e de ótima funcionalidade para elaboração de uma imagem ideal e nova para a cidade.

As formas de apropriação dos três espaços culturais citados acima, enquanto símbolos de um novo padrão de vida coletiva veiculada pelo poder do *marketing* sugerem a valores culturais comparados ao estilo de vida da classe média. Para melhor reflexão cito Barthes (1972) que diz "o discurso se projeta sobre o outro que lhe serve de espelho e se identifica com ele".

São necessários alguns elos para que haja a completa compreensão do que de fato é a apropriação do espaço. Em tempos Lerner essa apropriação é um projeto maior de difusão da imagem da cidade, sendo que esta grande difusão vem

juntamente com uma articulação de códigos de marketing e de obediência a processos contemporâneos de divulgação de mensagens. No caso de Curitiba "há uma clara articulação entre o conjunto de valores que compõem a linguagem mítica acerca da cidade e o espaço urbano condensado em alguns símbolos urbanísticos. Esta articulação produz diretamente impacto no comportamento coletivo e nas formas de apropriação das novas ofertas da metrópole".

O discurso dominante manipula, intensamente a associação entre a positividade do lugar e a positividade da identidade social coletiva. A exacerbação da positividade permite a defesa da identidade da cidade frente ao olhar externo, mesmo quando a realidade cotidiana da cidade existente, com suas contradições e conflitos sociais no espaço, encontra-se em franco contraste com qualidades presentes na imagem construída. (GARCIA, Fernanda E. S. 1997. p.67)

A série de elementos positivos combinados à identidade curitibana cria um novo perfil e característica do que é o novo curitibano.

O novo curitibano por sua vez, é aquele que frequenta os parques, usa as ciclovias, torna-se frequentador assíduo dos projetos culturais e de lazer, dos espaços urbanos em geral que foram destinados ao cidadão, frequenta bares e pubs localizados no centro histórico, participa de festas e feiras tradicionais, passeio pelo calçadão e de forma geral aprecia o privilégio de poder utilizar e utilizar-se dos serviços públicos e super modernos (futurísticos) e tudo isso porque possui um confortável meio de transporte público, o ligeirinho.

Em uma pequena frase, o ser curitibano é aquele que esta em verdadeira harmonia e sintonia com o projeto elaborado para a cidade. Mas há um contraponto nessa identidade sublime que o perfil curitibano é exaltado. De certo modo, essa imagem implica na consolidação da imagem do coletivo e, a partir do momento que esses projetos e ideais não conseguem ser absorvidos por toda a camada populacional da cidade (lembrando que o projeto original não tinha essa função abrangente) há um sentimento de exclusão por parte daqueles que não conseguem se sentir nessa cidade. Aqueles que não conseguem perceber esse envolvimento direto. Como aponta SZMRECSANYI (1985) "Uma vez que as ações cotidianas são responsáveis pela produção da vida social, elas são decisivas para o destino da sociedade e da ordem urbana".

Essa ideia da cidade perfeita é reiterada e aplaudida, o que só reforça e fortalece a concepção do discurso dominante⁴. Há um trecho da revista Isto É de 1992 que mostra essa realidade: "Os curitibanos são altamente receptivos a cada inovação urbana respondendo positivamente e, sobretudo usando adequadamente os espaços".

Estas representações encontradas no senso comum são reforçadas na própria construção da imagem de Curitiba e também no discurso explicativo do sucesso da implementação do projeto. Como por exemplo, a exaltação da população emigrante europeia, pois no bojo dessas civilizações sempre houve fama de pessoas trabalhadoras, de ordem e de progresso social. É certo que as camadas médias curitibanas aderiram a esse conjunto de valores muito facilmente e que também leva a concluir que isso se dá pois o projeto modernizador está voltado para a satisfação dos desejos de consumo material e simbólicos. Desejos esses comparados até mesmo aos padrões de vida externa ao país.

Na propagação da imagem do lugar são apresentadas estilos de vida e, ainda, hábitos de apropriação do espaço e do consumo de bens e serviços que pertencem a classe média. Conforme GARCIA (1997) a veiculação destes hábitos constitui-se em estímulos que amplia o poder de penetração das imagens sintéticas no imaginário popular. O conteúdo simbólico das imagens da cidade reelabora e reproduz, em todos os níveis da vida social, as relações de dominação existentes baseando-se no fato que reproduz um imaginário subjacente. A intensidade da exclusão social nos circuitos, em ascensão, e consumo e a articulação desta exclusão ao acesso imaginário a estes circuitos contribuem para que a carência dos setores populares dificilmente possam romper estas barreiras para serem portadoras de valores novos para a vida coletiva. Os processos críticos diluem-se a força dos paradigmas, da imagem hegemônica que ordenava a vida social.

Curitiba, na década de 1990, passa a ser então a 'vitrine urbana' da imagem do Brasil no exterior.

⁴ Essa é apenas uma referência e uma exemplificação com base no início do que foi definido o conceito de 'ser curitibano'. Passados cerca de 20 anos o que muda são apenas as localidades e espaços, pois estes devem e são renovados conforme a necessidade da 'clientela', mas é certo apontar que essa é a única diferença entre os anos 1990 e 2010. Restringindo a esse fato a única diferença temporal existente.

[...] Alguns lugares comuns e estereótipos nas representações acerca do uso 'correto' dos espaços: entre as características explicativas do sucesso elencada, podemos citar 'povo civilizado preparado para a disciplina a qual se identificou', 'cidade europeia e branca - população constituída por etnias europeias', 'população rica'. (GARCIA, Fernanda E. S. 1997. p.69)

Curitiba foi pensada para ser uma cidade da classe média, por excelência. Sem contradições, um belo jardim com crianças robustas, a cidade da gente. (BOTAS, Paulo Cezar Loureiro. 1985)

a reprodução do discurso dominante e a aceitação de pertencer a uma 'cidade de primeiro mundo', o orgulho de ser curitibano tem efeitos marcantes nos hábitos da população. E mesmo que os projetos sejam quase que de usufruto exclusivo das classes médias as demais camadas também se sentem pertencentes a essa realidade, pois o pertencimento no plano imaginário também é um dos elementos do discurso dominante. E como se soasse: "O espaço é de todos, se vocês (excluídos da classe média) não o usufruem é porque assim vocês desejam, mas lembre-se que a prefeitura é para todos".

A observação de alguns hábitos já consagrados, constituídos em traços da identidade coletiva, permite-nos analisá-los enquanto preciosos elementos que trazem legitimidade ao discurso técnico-urbanístico pois tornam mais verossímeis as representações sobre o modo de vida curitibano veiculadas pela mídia. Assim sendo, a mídia adquire força pelo papel agregador articulador de partes pinçadas da paisagem urbana e de aspectos selecionados do cotidiano capazes de construir o campo das representações sobre a vida urbana a sugerir a cada momento, novas formas de fruição dos espaços. (GARCIA, Fernanda E. S. 1997. p.74)

Todos esses apontamentos até aqui feitos, fazem parte de um elemento tanto quanto pertinente na nova categoria de envolvimento dos planos para a cidade, o *citymarketing*.

Projetos promovidos com a ajuda do *citymarketing* tem como função reorganizar o espaço para assim adequá-lo às demandas de qualidade de vida urbana e também de oferecer condições para concorrer com outras metrópoles no que diz respeito a investimentos, de atividades e outros.

A ideia de Curitiba como cidade exemplo apóia-se, sobretudo, na estratégia de convencimento desenvolvidas pelo poder público da década de 1990.

O imaginário já construído constitui-se em matéria prima das práticas institucionais e discursos que elaboram a idealização da vida urbana. Diversas iniciativas e estratégias articuladas são desenvolvidas na esfera da política urbana local com uma forte intervenção em processos voltados à administração da cultura. A intervenção incisiva de novas redes técnicas de comunicação em bagagens culturais da população urbana indica, também, a existência de vínculos ativos entre cultura e economia, como demonstram o marketing e a promoção

cultural de cidades e lugares. (RIBEIRO, Ana Clara Torres, 1995).

Neste sentido, verdade e mitificação participariam, concretamente, de sínteses culturais da vida coletiva. (RIBEIRO, Ana Clara Torres, 1998).

Com tantos recursos a cidade de Curitiba exemplificada em rede nacional como "a cidade que deu certo" tornou-se um dos maiores exemplos a serem seguidos. Curitiba emerge como uma das capitais com maiores referências a serem seguidas. E todo esse alcance de positividade da sua imagem de 'perfeita cidade' é o que impulsionará o desenvolvimento da cidade em si. Proporcionará atividades, reformas, financiamentos e tudo com base nessa imagem socialmente construída.

Em especial no caso de Curitiba, a linguagem matemática será sempre o responsável pela legitimação dos projetos viabilizados na cidade. Não há como desprender do histórico da cidade o poder eminente que a publicidade exerceu e exerce. Curitiba sai na frente apenas por ter sido pioneira em utilizar-se de elementos midiáticos para sua própria promoção, por agregar ao seu projeto municipal um marketing territorial, que além de ter atraído a grande massa empresarial também atraiu para si a confiança dos seus moradores que agiram como se todas as mudanças correntes fossem um desejo nato de suas vontades.

Três elementos são indispensáveis para compreensão permanente da glória da cidade de Curitiba e são eles: o marketing city, os grandes acordos empresariais e os discursos dominantes. Estes sim são responsáveis pela triunfo da cidade que outrora era apenas a capital de um Estado unicamente agrário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É certo que a cidade de Curitiba é tida como referência e em certo aspectos é até justo o seu exemplo. Mas crer na pacificação da cidade e na fluidez como tudo corre é estar abrindo mão de analisar os outros fatores que impedem Curitiba de se tornar (se é que é possível) naquela cidade perfeita.

A cidade planejada e de primeiro mundo não suporta carregar a imagem de que é também uma das cidades mais desiguais do país bem como uma das mais violentas. As inovações na estrutura e tanto no planejamento chamam a atenção de emigrantes mil que diariamente se arriscam na vinda e na esperança de uma cidade mais compreensiva. Completam jornadas na impalpável ideia de que existe um lugar onde a vida pode funcionar naquela ideia de emprego bem remunerado, filhos estudando em escola pública de padrão alto, segurança pública eficaz e principalmente de qualidade de vida.

A mitificação da vida perfeita é concretizada diariamente através dos discursos e das campanhas propagadas e veiculadas na mídia.

A apropriação social dos espaços públicos da cidade para direcionar um lugar aos seus moradores na verdade se tornar um objeto estrutural de ordem segregatória, que termina na limitação dos moradores em seus arredores. A ideia acaba por ser avessa. Se o cidadão mora no bairro A, ele não terá liberdade plena para frequentar os lares do bairro B que por sua vez o contrário também fará.

Observa-se que o ideal do projeto foi funcional enquanto a cidade não crescia e enquanto a cidade não pretendia crescer tão astronomicamente quanto Curitiba cresceu. O projeto em questão, apresentado aqui nesse trabalho apresenta o efeito contrário do seu ponto de partida quando o analisamos dentro do século XXI. Novamente acordo que nos pontos estruturais a cidade de hoje sai ganhando, ter um projeto vislumbrado 50 anos atrás e que previa as condições necessárias para suportar uma cidade organizada (esse último termo utilizado como muito cuidado) gerou saldos positivos para a entrada do século XXI. Entretanto nos aspectos culturais, a ideia de 'capital de qualidade de vida' na verdade gera uma outra significação, a de que a qualidade de vida é apenas para aqueles que mantêm os olhos fechados ou como um obstáculos que os permitem apenas observar os grandes

centros da cidade, os mais urbanizados e carentes de carência. Se observamos os arredores e a região metropolitana veremos que a pobreza e a falta de recurso é presente. Nem todos em Curitiba vivem ou usufruem dessa harmonia vendida para outras cidades, capitais e países. Nem todos vivem o sonho da cidade de primeiro mundo prometida em acordo milionários viabilizando a vinda de grandes empresas e montadoras. Fatores mais presentes na vida urbana hoje são, violência, insegurança, a falta de qualidade de vida, precariedade no ensino... Fatores muito diferentes daqueles propagados há 60 anos atrás.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BONINI, Altair - Urbanização e Industrialização no século XIX. Curitiba: SEED/PR, 2006.

BOTAS, Paulo Cezar Loureiro - As teses equivocadas do coração curitibano. Londrina: Folha de Londrina, 1985.

FACHINI, J. – A significação Social do Planejamento Urbano: Estudo de caso de Curitiba. Dissertação (Mestrado). Porto Alegre : Editora FAU, UFRGS, 1975.

GARCIA, Fernanda Ester Sanchez Garcia - Cidade Espetáculo - política, planejamento, city marketing. Curitiba: Editora Palavra, 1997.

GARCIA, Fernanda Ester Sanchez Garcia - Curitiba Imagem e Mito: reflexão acerca da construção social e uma imagem hegemônica. Dissertação (Mestrado). Rio de Janeiro, 1993.

OLIVEIRA, Dennison de - Curitiba e o mito da cidade modelo. Curitiba: Editora UFPR, 2000.

RIBEIRO, Ana Clara Torres - A Paisagem do Futuro: escolhas e possibilidades. Encontro interdisciplinar sobre o Estudo da Paisagem. Bauru - SP: UNESP, 1996

SZMRECSANYI, Maria Irene de Q. F. - O cotidiano como foco de estudos da realidade urbana. São Paulo: FAUUSP, 1985.

SANTOS, Milton - O espaço do cidadão. São Paulo: Nobel, 1987.

ZIRKL, Frank - Desenvolvimento urbano de Curitiba (Brasil): Cidade Modelo ou um exceção?. Alemanha. 2003. Disponível em <http://www.wgsr.uw.edu.pl/pub/uploads/actas03/07-FRANK.pdf>.