

REORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO METROPOLITANO E MARKETING TERRITORIAL: O CASO DA GRANDE CURITIBA

Fernanda Ester Sánchez García
Departamento de Geografia USP

RESUMO:

Este artigo procura reconhecer, discutir e levantar questões acerca das profundas transformações pelas quais vem passando a Região Metropolitana de Curitiba como decorrência da chegada das grandes montadoras de veículos automotores, e dos impactos destes empreendimentos no processo de desorganização e reorganização do espaço social da metrópole. Com efeito, verificamos hoje uma marcante refuncionalização da metrópole para adaptá-la a uma nova ordem que se impõe. O poder exercido pelos novos empreendimentos, profundamente desorganizador das configurações espaciais pretéritas, nos compromete, daqui em diante, a enfrentar alguns desafios analíticos constituídos em temas principais desta abordagem. Ao debruçar-se sobre estes recentes fenômenos na grande Curitiba, o artigo registra inquietações, algumas certezas e muitas dúvidas acerca das profundas e irreversíveis modificações no cenário da metrópole.

PALAVRAS-CHAVE:

Refuncionalização, marketing territorial, metropolização.

ABSTRACT:

This paper aims at recognizing, discussing and rise up questions about the deep transformations which the Metropolitan Region of Curitiba has been experiencing as a result of the arrival of the big automotor vehicles mouneters and of the impacts of these enterprises in the process of desorganization and reorganization of metropolitan social space. In fact, we verify, today, the refuncionalization of the metropolis to adapt it to a new order that is imposed. The power realized by the new enterprices, deeply desorganizing of past spacial configurations, obligues us to face certain analytical challenges that define the main subjects of this approach. Facing these recent phenomena in the Great Curitiba, the paper registers few worries, some certainties and a few doubts about the profound and non-reversible changes in the scenary of the metropolis.

KEY-WORDS:

Refuncionalization, territorial marketing, metropolisation.

Introdução

Como pensar a grande Curitiba diante das transformações em curso?

Curitiba é conhecida nacional e internacionalmente como “cidade modelo” “planejada” “de Primeiro Mundo” Diante dessa imagem, bem presente na mídia, que constrói os contornos desta referência local atribuindo-a à experiência de planejamento urbano dos últimos trinta anos, torna-se particularmente instigante, para o pesquisador, analisar os violentos e recentes processos que caracterizam a reorganização do espaço metropolitano da grande Curitiba, à luz da chegada das montadoras de veículos automotores.

Assim, este artigo decorre deste novo esforço de interpretação exigido pelas profundas mudanças sócio-espaciais metropolitanas.

1 A chegada das montadoras: Reorganização territorial no movimento da globalização

Perante as novas realidades da globalização, a todo momento é preciso fazer o esforço de reinterpretar o mundo a partir dos dados - renovados do nosso lugar. Milton Santos sinaliza, na contemporaneidade, as possibilidades e a riqueza desta dialética: *o lugar, nosso próximo, nos restitui o mundo* (Santos, 1994).

É assim que nos deparamos, com certa perplexidade, com o que vem acontecendo à nossa volta na grande Curitiba destes últimos tempos. O lugar nos significa. Referências presentes e pretéritas, cenário de vivências cotidianas, objeto de reflexão já de alguns anos. Curitiba tem um *ethos* de cidade ordenada. Sua qualidade de vida é promovida como conquista, bandeira do ideário tecnocrático ainda dominante nas esferas governamentais. Persiste a idéia de que o urbanista faz a sua cidade e a cidade faz seus habitantes. Ai salta uma primeira questão: quais serão os reais impactos trazidos pela espacialidade dos recentes processos econômicos, especificamente as indústrias automotivas?

Torna-se necessário entender o arranjo e a dinâmica dos elementos que vêm construir o novo espaço, concebidos para assegurar a fluidez no território e a interdependência lugar/mundo. A revolução tecnológica, mas também a nova organização e gestão da produção, são motores das transformações em curso na economia mundial: a telemática, a informática, o comando centralizado dos processos de produção e circulação material e imaterial como também as múltiplas redes e fluxos das quais fazem parte as novas firmas.

Na direção de Silveira(1995) pensamos que *os novos conteúdos do espaço são mistos porque acolhem as várias escalas dos eventos; em uma palavra, são ao mesmo tempo globais e locais*. Os arranjos modificam-se pois a vinda de empresas de grande porte com a introdução de técnicas novas rompe os equilíbrios espaciais e modifica os quadros de existência.

É possível pensar que com a instalação das montadoras de veículos, as regiões alvo provavelmente tornar-se-ão mais específicas, mais endurecidas, com limitadas funções, portanto, certamente mais alienadas, uma vez que os controles das produções globalizadas são, cada vez mais, realizados de fora. Assim, através da globalização dos comandos, pode estar-se originando uma verticalização dos espaços.

O caso de Betim / MG, onde se instalou a indústria automotiva FIAT é revelador da dissociação entre a firma e o lugar, com o poder público buscando dar conta das disfunções e problemas sócio-espaciais decorrentes da reestruturação funcional produzida pela chegada da fábrica (Rocha; Costa, 1995).

Os espaços, muitas vezes descontínuos, derivados deste estágio da globalização, revelam

uma implantação de objetos e de ações próprios de sistemas mais abrangentes que transcendem os limites regionais.

Assim a espacialidade dos processos econômicos se expressa crescentemente através de fluxos que ultrapassam fronteiras anteriores. Na definição das estratégias das grandes empresas, como é o caso das automotivas, a escala internacional vem ocupando um papel central. As redes internacionais desenham, por sua vez, novas tramas de negócios formando um tecido cada vez mais complexo de interações.

A dimensão mundial assumida pelo mercado motivou os grandes grupos a procurarem maximizar suas vantagens competitivas estendendo sua atividade produtiva a pontos promissores do mercado internacional. Muito freqüentes no setor automobilístico, os oligopólios internacionais concentram a concorrência mundial em poucas empresas. O avanço nas tecnologias de informação facilita a tendência à expansão de mercados ao permitir que a produção se localize em países diferentes mantendo, entretanto, um monitoramento centralizado. Entre as empresas, intensifica-se a luta por novos mercados.

Pertencentes a setores intensivos em tecnologia, as empresas automotivas multinacionais estão entre as principais agentes do processo de desconcentração industrial, com o deslocamento espacial de suas plantas para diferentes e distantes países.

Tomando como interessante fonte arquivo de jornais dos últimos dois anos sobressai, nas matérias relativas à indústria automotiva, uma ideologia da competitividade que vem permear o Brasil todo. Verificamos, pois, que uma verdadeira guerra de lugares se instaurou no recente período.

Todavia, se existe, como vimos, uma ordem global para este tipo de empreendimentos, há também racionalidades nacionais que traduzem o país como norma, seja na forma de incentivos fiscais, flexibilidades regulatórias, liberalização comercial, suporte técnico e infra-estrutural, isenções, possibilidade de parcerias, enfim, condições favoráveis ou não para as transformações.

A hegemonia do capitalismo na reformulação mundial da economia não elimina conflitos de interesse entre os múltiplos atores, nem a necessidade de normatização dos processos. Ao contrário, mais do que nunca adquirem força e importância as dimensões institucionais e

normativas, tornadas instrumentos de poder, tanto a nível internacional quanto de cada estado-nação.

A liberalização do sistema econômico reforça a globalização, enquanto a mesma obriga a permanentes revisões e ajustes dos acordos entre os países e de suas práticas institucionais. Assim, sutis diferenças nas legislações podem ter consideráveis efeitos nos fluxos comerciais, exigindo permanentes atualizações. Enfim, as vantagens competitivas são medidas na escala mundo onde o direito também opera junto à economia e à política.

Contrariamente às teorias do livre mercado anunciadoras da dissolução do estado-nação frente ao avanço da globalização, pensamos que, para operar uma economia mundial, as empresas transnacionais dependem das intermediações determinantes dos estados nacionais, no que se refere a financiamentos, apoios e legislações normativas.

No Brasil, a legislação que cria o regime automotivo permite a redução de até 90% no imposto de importação para a compra de peças, matérias primas e bens de capital; bônus para as empresas que exportam mais poderem importar equipamentos com alíquotas reduzidas, como também redução de 50% na alíquota do imposto de importação para a compra de veículos acabados (Folha de São Paulo, 19/09/96).

As vantagens comparativas entre países ou regiões estão associadas a fatores de custo, mas também a fatores relacionados a qualidade, marketing e intervenções normativas das políticas econômicas nacionais - subsídios, taxas de câmbio, regulação de exportação e importação. Por estas razões, como afirma Arroyo (1995), hoje preferentemente se fala em "vantagens competitivas" e não apenas em "vantagens locacionais" assumindo, agora, o conceito de competitividade um papel central.

Com efeito, empresários das firmas automotivas afirmam que atualmente a prioridade é a internacionalização, sendo principalmente visadas as áreas em desenvolvimento. A América Latina e especificamente, o Brasil são definidos enquanto zonas prioritárias. Há também planos de expansão para a Ásia. A expectativa, para o caso da Renault, que está se instalando no estado do Paraná, por exemplo, é de que a América Latina represente a partir do ano 2000, o segundo maior mercado depois da França, esperando também chegar a 10% do mercado latino até 2005 (Folha de São Paulo, 19/

09/96). Os fatores apontados como decisivos para a escolha do Brasil como base das atividades industriais na América do Sul são o crescimento do mercado interno e as possibilidades que se abrirão em decorrência do Mercosul, no qual o país ocupa posição estratégica.

2 Por quê a Região Metropolitana de Curitiba? Vantagens competitivas

O Brasil vem se transformando em celeiro de marcas de carros. A guerra fiscal para atrair investimentos das montadoras vem se travando em quase todas as regiões do país. O centro-sul, entretanto, é responsável hoje por cerca de 60% dos incentivos fiscais concedidos pelo governo federal. Assim, verificamos que os investimentos vêm se concentrando nos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Paraná. Além das já instaladas GM, Volkswagen, Fiat e Ford, estão chegando ao país as empresas Mercedes Benz, Chrysler, Volkswagen, Renault, Toyota, Honda, Audi, BMW e Ásia Motors (Isto É, 15/01/97).

A rápida chegada das montadoras no país parece ser um fenômeno mais complexo que o tão festejado acesso do país à globalização e ao progresso. Entretanto, o fato tecnológico não se produz independente do contexto político.

Assim, no caso da grande Curitiba, além das possibilidades técnicas de controle em escala mundial das produções que explicariam esta reorientação das atividades econômicas da indústria automotiva, precisamos levar em consideração, os conteúdos das políticas governamentais visando a atração destas grandes corporações. As políticas do governo, por sua vez, estariam de fato assentadas em um planejamento setorial da economia e da região metropolitana? Ou as estratégias de planejamento, glorificadas como patrimônio local, simplesmente sucumbem à sombra dos interesses urgentes de abraçar estes empreendimentos de peso? Estas preocupações serão retomadas no decorrer do trabalho, especialmente na sessão 5.

Os estados do sul do Brasil reúnem fatores de atratividade que os habilitam para sua inserção no processo de desconcentração industrial do sudeste. Os novos espaços que vão sendo incluídos possuem funções urbanas complexas serviços modernos, dispõem de boa infra-estrutura no que se refere a sistema viário, energia e comunicações,

têm base universitária e de pesquisa como também acumulam vantagens comparativas relativas à integração internacional, atendendo às exigências dos segmentos industriais que ali se instalam.

Assim, a Região Metropolitana de Curitiba está integrada no que alguns trabalhos recentes chamam de *novo mapa industrial* (Crocco e Diniz, 1996; Corrêa, 1996), produto da reestruturação econômica e de seus impactos regionais, configuradores de uma profunda reorganização do território. Este mapa apresenta grandes alterações com relação à perda de importância das áreas metropolitanas de São Paulo e Rio de Janeiro, antes tradicionais regiões produtoras. A Região Metropolitana de Curitiba, que até o final dos anos 80, em termos econômicos, centrava-se nos setores madeireiro, mobiliário e alimentar, emerge, nos anos 90, no setor eletro-eletrônico e, mais recentemente, transita para o setor da indústria automobilística.

As novas formas de organização espacial da indústria, como vimos anteriormente, respondem aos atuais requisitos locacionais e competitivos do mercado mundial. Vem ocorrendo, nas últimas décadas, um enfraquecimento dos processos de polarização anteriores, com a emergência de regiões de rápido crescimento industrial e, como decorrência, de acelerado crescimento demográfico.

Estudos recentes discutem a dinâmica da urbanização da região sul do Brasil apontando, no que se refere à espacialidade confrontada com indicadores demográficos, uma consolidação dos espaços metropolitanos de Curitiba e Porto Alegre, com uma dinâmica de crescimento mais intensa nos municípios periféricos que no pólo (Kleinke, 1997).

Por outro lado, estes mesmos estudos evidenciam a expansão dos espaços metropolitanos incorporando áreas de influência de outros centros dinâmicos, próximos e nem sempre contínuos, num macro-complexo metropolitano.

Sobre essa rede de cidades interferem decisivamente, na década de 90, as vantagens locacionais e competitivas frente ao Mercosul que, impulsionando a abertura externa brasileira, tem forte impacto na dinâmica regional.

A política adotada pelo Governo do Estado do Paraná, em acordos e negociações sigilosas com os empresários, acabaram definindo as decisões de instalação de novas plantas: a quantidade de anos de carência para pagamento do ICMS, a incidência ou não de juros ou correção monetária bem como as garantias e contrapartidas estaduais são

mensuradas junto com um conjunto de outros fatores de mercado.

Nos últimos meses, prosseguem as negociações de bastidores em dura competição com as ofertas de outros estados. Foram estas negociações e entendimentos e, sobretudo o leque de facilidades governamentais que consumaram a vinda da Renault, da Chrysler e da Audi à Região Metropolitana de Curitiba, e que determinaram a ampliação de investimentos de empresas como a Volvo. Estes entendimentos significam trunfos que vão sendo colocados à mesa como num jogo de xadrez. Lance por lance. Escondendo dos adversários movimentos decisivos.

Os investimentos já conquistados foram atraídos graças a financiamentos, benefícios e incentivos realizados através de mecanismos públicos como o programa Paraná mais Emprego e o Fundo de Desenvolvimento Econômico.

No movimento de reorganização da economia regional, a vinda da fábrica da Renault para o município de São José dos Pinhais, na Região Metropolitana de Curitiba, definida no início de 1996, tornou-se um marco de um novo ciclo caracterizado também pela chegada de outras montadoras, colocando agora a região na condição de segundo pólo automotivo brasileiro.

Dentre os elementos elencados pelo governo e pelos empresários como decisivos figuram:

- Avaliação favorável das vantagens competitivas de instalação da montadora na região sul, que representa, junto com o estado de São Paulo, 60% da venda de automóveis no Brasil;
- A posição estratégica com relação ao Mercosul: proximidade com o porto de Paranaguá e com o eixo infra-estrutural composto pelas rodovias BRs 277, 376 e 116;
- A contigüidade geográfica com a fronteira argentina, a caminho do pólo automobilístico de Córdoba;
- Disponibilização do Fundo de Desenvolvimento do Estado, formado essencialmente por royalties de Itaipu, como fomentador de acionistas, que financiarão até 40% do investimento da Renault de US\$ 1 bilhão na fábrica;
- Criação da "Paraná Participações" empresa

que vai ser a parceira paranaense da fábrica, com a adesão dos empresários privados à proposta de investimento na montadora;

- Formação de um “pool” de empresas do Estado, com levantamento de recursos do FDE, Companhia Paranaense de Energia COPEL e Companhia Paranaense de Saneamento SANEPAR;
- A instalação da fábrica será também financiada pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social-BNDES;
- Criação de Distrito Industrial com isenção fiscal e tributária, por um período de dez anos para empresas que ali se instalem.
- Doação de terreno por parte do Estado, localizado à margem da BR 277, que liga Curitiba ao porto de Paranaguá, com 2,5 milhões de m², localizado a 20 km do centro de Curitiba, com custo de R\$ 12 milhões;
- Além da cessão do terreno, o Estado assumirá os custos de todas as obras de infra-estrutura na área, desde terraplanagem até sub-estação e linha de transmissão de energia elétrica;
- Efetivação de obras viárias e infra-estruturais de âmbito regional: internacionalização do aeroporto, construção de contornos e desvios rodoviários, construção de terminal de containers no porto de Paranaguá, projeto de duplicação de rodovias do anel de integração do Estado e projeto de integração continental por ferrovia, construção de ramal ferroviário ligando a sede da empresa ao tronco da RFFSA na BR 277;
- Incentivos fiscais somando cerca de R\$ 200 milhões, com dilatação do prazo de recolhimento do ICMS;
- Mão de obra qualificada.

Last but not least, menos explícita que as demais razões elencadas, mas indiretamente mencionada, está a questão da relação capital-trabalho pouco conflituosa, comparativamente ao pólo automotivo do ABC paulista.

3 A “Grande Transformação” Montadoras e marketing governamental

Esse é o terreno onde a AUDI vai montar

sua fábrica de automóveis no Paraná, bem perto do lugar onde vai ficar a padaria do Seu Jonas, a favorita dos futuros empregados da fábrica. Com o dinheiro da padaria, seu Jonas vai poder, finalmente, fazer a casa que sempre sonhou. Construindo para o seu Jonas, seu João vai abrir uma oficina com o cunhado, Jeremias. Graças ao movimento da oficina, Jeremias vai fazer uma poupança e abrir uma confecção com sua mulher, Dona Lourdes, e com o dinheiro da confecção Dona Lourdes vai pagar os estudos do seu filho, Nequinho, que vai se formar em Medicina e daqui a alguns anos vai comprar um AUDI ... Feito aqui mesmo, no Paraná.

Governo do Paraná: A Transformação que a Gente Vê.

A política urbana e regional em Curitiba e no estado do Paraná tem, como uma de suas faces mais marcantes, o marketing territorial (García e Ribeiro, 1996). Com efeito, as estratégias de marketing adotadas pela administração municipal e governo de estado nas últimas gestões têm sido eficazes, não apenas como um cimento social indispensável como também para uma reorganização das atividades econômicas na metrópole e no estado.

É fácil verificar que Curitiba reúne hoje condições propícias para um abrangente reordenamento dos circuitos de produção e consumo com uma orientação para as faixas de renda de topo de mercado. Somente no ano de 1996, além da efetivação da vinda das montadoras Renault, Chrysler e Audi, três grandes shopping-centers foram inaugurados na capital, afora uma multiplicidade de novos espaços de cultura e lazer.

O espaço metropolitano está sendo reorganizado para adequá-lo às novas demandas da vida urbana e assim, concorrer com outros centros urbanos na localização de novas atividades.

Na busca de uma posição relativa de liderança da região frente a outras regiões, verificam-se fortes mecanismos institucionais de promoção e venda dos lugares. Este campo de marketing territorial, produtor de imagens como a “Capital de Primeiro Mundo do Brasil urbano” ou “Paraná: O Brasil que dá certo” “Paraná A transformação que a gente vê” é um campo de investimentos simbólicos que necessitam ser permanentemente disputados e renovados.

É nesta disputa que o tema das montadoras foi rapidamente incorporado pelo discurso dominante passando a ser o grande eixo da propaganda oficial. Por outro lado, é importante assinalar que os meios de comunicação e informação, talvez muito mais que em outras regiões, são marcados pelo servilismo ao *establishment*, com uma marcante ideologização da informação pública que obscurece o enorme vazio de cidadania que parece imperante.

É interessante observar como as imagens-síntese vão sendo renovadas, auscultando valores e temáticas da sociedade contemporânea. Em outros períodos o tema fora a "Cidade Humana" "Cidade Planejada" Recentemente houve uma reorientação com a produção de novas sínteses: "Capital Ecológica" "Capital da Qualidade de Vida" procurando uma colagem do discurso urbanístico local com temáticas mundiais como "desenvolvimento sustentável" e "ecologia urbana"

Assim, hoje novamente opera-se com uma renovação das imagens-síntese acionando a temática da geração de empregos que será promovida com a instalação das fábricas automotivas na grande Curitiba. E existe algum tema hoje mais preocupante, mais global e, ao mesmo tempo, mais local que o tema do crescente desemprego produzido pela nova ordem mundial?

Muito embora o padrão produtivo da indústria automotiva seja pautado pela revolução tecnológica poupadora de mão-de-obra cujo impacto social tem sido o aumento do desemprego formal a nível internacional a chegada das montadoras, apropriada pelo marketing governamental, é destacada, sobretudo, pela importância econômica que desencadeará na geração de empregos.

A propaganda do Governo do Estado relativa à montadora AUDI, transmitida por televisão, e aqui transcrita no início desta sessão, revela claramente a mensagem oficial através da produção de imagens especializadas, texto e entrelinhas: a chegada da empresa é promissora para a vida de todos e de cada um; parece anunciar um futuro alentador, de progresso e ascensão social. Numa corrente de empregos, parece se estender fraternalmente e abraçar os cidadãos. Quem abraça não é apenas a AUDI. É o Governo do Estado, motor da transformação.

Outros trechos selecionados, presentes na grande imprensa, também destacam a geração de

empregos que virá com a instalação das novas indústrias:

Renault no Paraná. Você ganhou. A Renault vai se instalar aqui. Pesou, e muito, a capacitação pessoal de nossa gente. Para o Paraná, o peso dessa decisão é imenso. A Renault significa a virada, a transformação de nossa economia. E a largada de uma nova era. Sozinha, ela vai investir 1 milhão de dólares em nosso território. Sabe o que isso significa para você? Empregos. Ganha o Estado e ganha quem faz desse Estado o gigante que é. Você, paranaense.
(Folha de Londrina, 29/03/96).

Nesta data tem início uma parceria feliz que vai durar muito e produzirá riquezas em nossa terra e qualidade de vida para o trabalhador.
(José Eduardo de Andrade Vieira, Senador. Folha de Londrina, 29/03/96).

Com efeito, a maioria dos paranaenses julgam a vinda das montadoras um marco da transformação da economia do Paraná, um sinal da era da modernização nos marcos da globalização. Pesquisa do Instituto Bonilha revela que 80% da população da Região Metropolitana de Curitiba considera de grande importância econômica a instalação das novas fábricas. Nesta pesquisa, o governador Jaime Lerner é apontado como principal responsável pelas conquistas (Folha de Londrina, 30/03/96). Outros fatores elencados pela população como responsáveis pelo sucesso das negociações reproduzem, em seus aspectos mais profundos, a ideologia dominante: "qualidade de vida de Primeiro Mundo" "traços europeus da população" "boa disposição para o trabalho"

Mais uma vez os técnicos urbanistas, os planejadores de uma "administração pública inteligente" parecem estar no centro da cena, fortalecidos politicamente pelas conquistas, obscurecendo as verdadeiras determinações históricas dos processos locais:

A indústria muda a história econômica do Paraná e confirma o governador Jaime Lerner como grande planejador estratégico.
(Prefeito Rafael Greca, Folha de Londrina, 13/03/96)

Para a dimensão que vem tomando no nível da opinião pública, é bastante preocupante, entretanto, que a maior montadora, Renault, irá oferecer apenas 2000 empregos diretos daqui a cinco anos e aproximadamente, 20.000 indiretos.

A migração à procura do emprego já se apresenta em ritmo intensificado no último ano, promovida pela propaganda oficial. Segundo a Fundação de Ação Social FAS chegam pela rodoferroviária mais de 2000 migrantes por mês (Folha de Londrina, 29/03/96). Numa política que, ao nosso ver, tem um viés perverso, a Prefeitura Municipal, uma das responsáveis por este marketing territorial motivador da vinda de trabalhadores, recebe-os na "Casa do Regresso" e paga-lhes a passagem de volta para seus municípios de origem.

Ao que parece, a observação destes fenômenos numa perspectiva um pouco mais complexa que a do senso comum manipulada pela mídia, a relação custo-benefício para o Estado pode não ser boa: os cerca de 2000 empregos anunciados são para metalúrgicos especializados. Devemos contabilizar, certamente também, a absorção de mão-de-obra de demitidos do setor em São Paulo, o que reduz ainda mais a margem de novos empregos para os trabalhadores da região.

O volume de investimentos públicos em terreno, infra-estrutura, bem como os acordos de parceria comercial e isenções fiscais refletirão consideravelmente na escassez de recursos do governo para projetos paranaenses na área social, tanto no campo quanto nas cidades. O comprometimento financeiro do Estado com a montadora Renault é equivalente, por exemplo, a um PEDU Programa Estadual de Desenvolvimento Urbano - e a um Paraná Rural inteiros, o que significa que, implementando programas como estes poderiam ser gerados muito mais empregos. (Documento do Gabinete do Senador Roberto Requião, 03/06/96).

Os limites da tão festejada chegada das montadoras parecem estar, sobretudo, no acentuado comprometimento das finanças estaduais já fragilizadas para oferecer vantagens e benefícios numa disputa insana com outras regiões do país. O movimento econômico que será gerado por estas empresas, assim como a geração de empregos pouco expressiva - talvez não compensem a renúncia fiscal e a perda de receita.

Como foi discutido na sessão 2 e 3 deste texto, um conjunto articulado de elementos tornaram

decisiva a opção pela região sul e Paraná por parte das montadoras. Por outro lado, o regime automotivo criado pelo Governo Federal passou a permitir importações na medida em que houvessem exportações equivalentes, o que se transformou também em estímulo para as indústrias interessadas no mercado brasileiro. Pensando deste ângulo, tornam-se questionáveis os benefícios e vantagens concedidos pelo Estado.

O governador Jaime Lerner, entretanto, recusa a posição de que o Estado pudesse ter sido "generoso demais" com os novos empreendimentos. Prefere construir sua argumentação dando visibilidade a outros fatores de interesse que, segundo ele, "fizeram a diferença" em relação aos demais estados:

Oferecemos as mesmas vantagens que outros estados. Porém, ganhamos pela nossa qualidade de vida, modelo para o Brasil e para o mundo. O Paraná é a esquina dos grandes corredores de ligação intercontinental, e está muito próximo dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro.

(Folha de Londrina, 13/06/96)

Foram quase seis meses de um trabalho sério, dedicado e competente. Agora o Paraná já pode comemorar: a Renault vai se instalar aqui, em São José dos Pinhais. Pesou, na decisão da fábrica francesa, a nossa qualidade de vida, modelo e referência ambiental em todo o mundo. Pesaram os investimentos que o governo está fazendo para aperfeiçoar nossa infraestrutura, seja em portos, aeroportos ou rodovias.

(Folha de Londrina, 29/03/96)

Renault no Paraná. O Brasil ganhou. O Brasil está recebendo a maior prova de confiança e credibilidade que um país moderno pode receber: um investimento de um bilhão de dólares, o maior feito aqui nos últimos vinte e três anos. A Renault escolheu o Brasil. Pelo desempenho da economia e pela importância estratégica do país. No Brasil, escolheu o Paraná. E fez isto por uma combinação incomum de fatores: qualidade de vida (modelo e referência ambiental no mundo todo), investimentos em infraestrutura e capacitação de mão-de-obra. Tudo isso sem falar na localização privilegiada do Estado, na esquina do Mercosul, centro de um mercado que

movimenta cerca de um trilhão de dólares. O Paraná dá boas vindas à Renault. E aproveita para sinalizar: quando o país caminha na direção certa, a confiança vem em velocidade acelerada.
(Folha de S.Paulo, 29/03/96)

Depreende-se da leitura destes trechos, que o discurso oficial quer pôr em destaque as condições especiais do Estado, diretamente associadas à sua política de planejamento territorial e ambiental. Por isso, enfatiza os aspectos da qualidade de vida de Curitiba e do Estado, e as preocupações ecológicas do projeto com o "Adendo Verde" garantia para as montadoras de que as áreas onde irão se instalar serão absolutamente livres de poluição.

O acionamento da temática da "qualidade de vida" "superioridade dos serviços urbanos" "alto padrão de opções culturais ao lado de cidades do Primeiro Mundo" faz surgir a Região Metropolitana na mídia enquanto espaço condensado, *par excellence*, dos anseios de segmentos empresariais relacionados ao modo de vida na metrópole.

A percepção dos benefícios de estratégias bem articuladas de promoção do lugar levou a uma singular associação entre as políticas de planejamento e o marketing territorial, na luta pela atração de novas atividades, direta ou indiretamente afins à indústria automobilística.

O governo, mediante uma produção especializada de imagens e novas sínteses, rapidamente incorporou este novo viés industrial metropolitano em suas estratégias de marketing. São agora desencadeadas novas campanhas para atração de investimentos, em permanente reorganização da economia e do espaço locais:

A partir de agora os empresários passam a enxergar no Paraná uma área industrial de grande potencialidade. Nenhuma outra empresa se instalará no Brasil sem que o Paraná seja consultado.

(Ricardo Barros, deputado federal. Folha de Londrina, 13/03/96).

A presença das montadoras consolidará a posição de Curitiba como prestadora de serviços especializados, provedora de tecnologia e como centro comercial e financeiro.

(Gazeta do Povo, 13/06/96)

Diversas campanhas vêm sendo dirigidas a empresários do setor de auto-peças e afins:

Estamos convidando formalmente os empresários deste setor a escolherem Curitiba para seus novos empreendimentos, porque é um mercado em expansão e a capital brasileira que oferece as melhores opções de investimentos, com o melhor nível de qualidade de vida do Brasil e excelente infra-estrutura básica- como energia elétrica e comunicações - além de sua posição estratégica nacional e internacional.

(Gazeta do Povo, 13/06/96)

Até mesmo no comércio local podem ser percebidas as repercussões da vinda das montadoras e a incorporação da campanha oficial. Diversos anúncios já podem ser vistos em francês, como *Bien Venue, Renault, a Curitiba! Ici nous parlons français*. Também as escolas de línguas indicam um aumento das matrículas. Com uma incorporação tendenciosa, recentemente uma escola anunciava em painel: *Venha aprender francês. A Renault te espera.*

Há um último fator subjacente que, no entanto, merece também ir associado à discussão do marketing governamental com relação às montadoras: o fetiche do automóvel no Brasil. Difícilmente outro setor industrial abrigasse tantas valorações positivas no imaginário da população. Pesquisas revelam, por exemplo, que a cidade de Curitiba é a capital que tem o maior número de veículos importados proporcionalmente à sua população total, o que já confirma uma forte tendência de consumo neste setor.

A Renault sempre se preocupou com a tecnologia de ponta para seus motores na fórmula 1. Certamente, irá trazer das pistas para os carros de passeio a sua tecnologia.
(Folha de Londrina, 13/03/96)

Abriar uma indústria francesa de automóveis de alta tecnologia significa, para muitos, um passo avantajado em direção ao futuro, uma definitiva arrancada à internacionalização.

4 Da Cidade à Região Metropolitana: Novas exigências da organização espacial

Verificamos, com bastante perplexidade, que durante o ano de 1996 a Região Metropolitana de Curitiba emergiu, como questão/desafio, no discurso político, no discurso técnico da área de planejamento bem como na produção acadêmica universitária e na mídia.

Com efeito, a análise dos recentes discursos que têm sido produzidos acerca da metrópole, e que têm ganhado maior transcendência ou visibilidade pública, evidencia-nos elos muito estreitos entre os mesmos: em geral, a linguagem é muito semelhante em suas ilações, pautada numa leitura surpreendentemente uniforme, constatação que sinaliza um precário ambiente cultural e político no que tange a discussões mais consistentes das tendências metropolitanas. Exceções sejam feitas a restritos grupos técnicos, Ongs e lideranças de movimentos populares que vêm procurando, já há algum tempo, aprofundar discussões a respeito das questões sociais e ambientais metropolitanas.

É como se, de uma hora para outra, a Região Metropolitana de Curitiba tivesse sido *descoberta enquanto problema* e assumida enquanto desafio. Necessário se torna ressaltar, entretanto, que o ano de 1996 se tratava de um período singularmente rico: eleições municipais para Prefeito e Vereadores e panorama de mudanças no perfil econômico da região com a chegada das montadoras de veículos.

Assim, as campanhas políticas dos candidatos a Prefeito, das mais variadas inscrições político-partidárias, tanto em Curitiba quanto no conjunto dos 28 municípios que integram a região, incorporaram, como eixo, a questão da integração metropolitana, como mostram os seguintes trechos:

O meu plano de governo vincula as transformações do município a um desenvolvimento integrado com Curitiba. Não podemos crescer à margem, mas de forma integrada, incorporando projetos desenvolvidos com sucesso em Curitiba. Entendemos que a globalização já iniciou e temos que mudar o jeito público de administrar nossa cidade. Vamos preparar São José dos Pinhais para os novos tempos que surgem com o incremento da industrialização.

(Luiz Carlos Setim, Gazeta do Povo, 02/09/96)

Precisamos viver como uma metrópole. Eu tenho a visão de que Curitiba tem que chegar ao ano 2000 afirmando a igualdade de oportunidades para todos, concedendo a mesma infra-estrutura básica da capital aos 28 municípios vizinhos.

(Rafael Greca, Prefeito de Curitiba, Folha de Londrina, 29/03.96)

As peças do quebra-cabeças que é Curitiba já estão encaixadas. Daqui para a frente, só se pode pensar na cidade com uma visão metropolitana. Hoje, não tenho dúvidas de que, se Curitiba é a melhor cidade do país, sua região metropolitana precisa ser incorporada à fama.

(Rafael Dely, Secretário da Habitação, Folha de Londrina, 29/03/96)

Curitiba é afirmada como referência, como prova do que pode dar certo. Numa perspectiva claramente evolucionista, os projetos urbanos dos municípios vizinhos, parecem compelidos a incorporar as mesmas soluções adotadas pela capital para poderem, um dia, chegar a ser o que Curitiba é. O “exemplo da capital” como modelo de qualidade de vida, de projetos urbanísticos bem sucedidos e administração de resultados, é reiteradamente expresso, assim como a necessidade de extensão deste padrão de urbanização para os demais municípios.

Em sentido muito próximo ao discurso oficial, parte da produção acadêmica local alinha-se a esta orientação: *Como assegurar a continuidade, o avanço desta experiência, face aos desafios que a metropolização impõe?(...)O acervo de tecnologias urbanísticas é suporte de uma atuação confiante(...)Estabelece-se o confronto entre a competência acumulada nestas três décadas e os desafios futuros. A realidade dos anos 90 passou pois a reclamar uma nova concepção de planejamento urbano(...) A cidade finalmente está de encontro com a realidade da metropolização. Não há mais espaço para a manutenção de um modelo autárquico de desenvolvimento. A integração metropolitana é um imperativo* (Coelho et al, 1996).

A levar-se pela leitura dos recentes discursos produzidos acerca do “imperativo de integração das cidades vizinhas” o leitor menos avisado poderá interpretar que:

Curitiba está “pronta” “suas peças estão encaixadas”; a cidade atingiu um patamar de

urbanização que permite, aos consagrados planejadores, somente agora, em atitude voluntarista, estender-se generosamente em direção à metrópole para elevar o padrão urbano das cidades que estão na franja metropolitana; A exclusão espacial e social que caracteriza a urbanização da metrópole é um fenômeno novo ou; ao menos, somente agora a realidade metropolitana se descortina como muito próxima, fazendo parte da grande Curitiba.

Aí nos parece que está um dos mitos mas fortes que sustentam o atual discurso. Evidentemente, a complexa realidade metropolitana não é fenômeno recente. Pelo contrário, guarda relações diretas e vitais com o processo de urbanização da "capital de Primeiro Mundo" A impressão de se tratar de um novo fenômeno vem encobrir o que, de fato, é novo: a emergência da Região Metropolitana como problema para a administração pública está intimamente relacionada com a impreterível necessidade de reorganizar o espaço da metrópole para abrigar as atividades produtivas bem como os novos circuitos de produção e consumo que agora ali se instauram.

De fato, a concentração metropolitana não é processo recente. Como nos mostram alguns estudos (Ultramari; Moura, 1996), o êxodo rural dos anos 70 constituiu-se no principal fator de acelerada formação da Região Metropolitana de Curitiba. Nessa década, foi a região metropolitana que mais cresceu, mantendo um ritmo acentuado de crescimento nos anos 80.

Guardando relações diretas com a sede, o processo de ocupação da grande Curitiba foi condicionado por diversos fatores, dentre os quais destacamos: o alto preço do solo urbano em Curitiba, a retenção especulativa do solo chegando a 50% de glebas e vazios urbanos dentro de Curitiba, as fortes restrições impostas pela Lei de Zoneamento de uso e ocupação do solo, a flexibilidade da legislação urbana nos demais municípios, a grande oferta de lotes populares em áreas próximas de Curitiba, o elevado número de loteamentos aprovados antes da vigência da lei federal 6766/79 que regulamenta o parcelamento, a expressiva presença de assentamentos e loteamentos irregulares próximos aos acessos viários de Curitiba (Kleinke, 1997).

A soma destes fatores induziu à formação de extensas periferias e cidades-dormitório ao redor do pólo, que expressam o padrão excludente da modernização urbana de Curitiba e a conseqüente

segregação sócio-espacial da população. Neste sentido, podemos dizer que o projeto de modernização urbana de Curitiba foi determinante tanto na produção da "capital de Primeiro Mundo" quanto na produção das periferias de terceiro mundo da Grande Curitiba.

É preciso dizer que, mesmo a cidade de Curitiba, dentro de seus limites municipais, apresenta grandes disparidades em suas condições de urbanização. Pesquisas em andamento, baseadas em organização e análise de indicadores urbanos, revelam uma Curitiba desigual, distante do aparente padrão homogêneo da "capital da qualidade de vida" induzido pela imagem oficial.

A título de exemplo, comparação entre indicadores - condições de domicílio, do saneamento e do morador por bairro revela treze bairros em nível de maior precariedade, correspondendo a 29,27% da população total. Indicadores relativos a serviços de saúde, educação e transporte coletivo, mostram dezenove bairros em nível de maior precariedade, o que corresponde a 19,18% da população de Curitiba (IPARDES/IPPUC/UFPR, 1996).

A análise destes estudos sinaliza que, muito embora Curitiba apresente condições de vida urbana superiores à grande maioria das metrópoles brasileiras, isto não pode servir de consolo aos ufanistas que não abrem mão de suas convicções, pois há diversos problemas a serem enfrentados. Os braços afáveis do senso comum, instrumentados pela propaganda oficial (Garcia, 1994), alimentam o orgulho paroquial de que Curitiba não somente é a melhor cidade do Brasil para se viver, como também consta entre as três cidades do mundo de melhor qualidade de vida, ao lado de Roma e da americana San Francisco.

Resultado destoante surgiu em recente pesquisa do Instituto Trevisan / Exame acerca da melhor cidade. Curitiba aparece em quarto lugar (Revista Exame, 18/12/96), depois de Porto Alegre, Belo Horizonte e Campinas, resultado este que poderá servir para restabelecer o senso crítico e enfrentar novas e velhas questões.

A grande Curitiba convive e vê crescer o problema da falta de moradia, infra-estrutura, além da miséria e violência. Cerca de 8% da população na Região Metropolitana são "sem-teto" segundo o IBGE. O índice de desemprego cresceu de 9,1% para 10,8% em menos de um ano e o número de homicídios subiu mais de 100% se comparados os dados de 1992 e 1995. A face da miséria e violência

urbanas é mais visível em sua periferia, que cresce de 4 a 8 % ao ano e, obviamente, onde se dirigem os migrantes carentes e não qualificados (Folha de Londrina, 29/03/96).

Para a administração pública de Curitiba, as disparidades sociais entre a capital e sua região não se constituíram, historicamente, enquanto problemas a serem enfrentados mediante políticas públicas integradas. Pelo contrário, diversas críticas sempre foram dirigidas ao IPPUC Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba - órgão vinculado à Prefeitura Municipal e responsável pelo planejamento e gestão da cidade, por fazer um planejamento "intra-muros" numa redoma que, aparentemente, preservava Curitiba de suas complexas relações sócio-espaciais metropolitanas.

Na virada do século o mundo muda e os lugares, irrecusavelmente, também. A globalização funcionaliza o mundo nos lugares. E a grande Curitiba não foge deste movimento, apresentando rápidas e profundas transformações. O poder público demonstra estar sintonizado com tão violentas mudanças e embarca neste modelo de projeto modernizador, como indicam as seguintes medidas de gestão:

- O recém eleito Prefeito Municipal de Curitiba, engenheiro Cássio Tanigushi criou, dentro da estrutura administrativa da Prefeitura, imediatamente após a sua posse, a Secretaria de Assuntos Metropolitanos;
- Prefeitura e Governo do Estado / COMEC, desde o ano de 1996 realizam a integração do transporte metropolitano, gerenciado pela URBS Companhia de Urbanização de Curitiba. Gradualmente, as linhas de transporte coletivo chegam aos municípios da região metropolitana. A linguagem arquitetônica das paradas de ônibus "estações-tubo"- o design dos ônibus "ligeirinhos" e a comunicação visual / sinalização são utilizados como suportes da integração metropolitana. Têm a função de expressar a máxima integradora: *Com o ligeirinho agora Curitiba está chegando a nós.*
- O Governo do Estado do Paraná desenvolve grandes projetos de reestruturação viária em escala metropolitana e regional: a duplicação da BR116 e o traçado dos contornos metropolitanos leste e norte obedecem à necessidade de criação de eixos pelos quais

fluirão os produtos gerados em escala crescente nos mercados que se integram no cone sul, além da maior integração com o estado de São Paulo para viabilizar o novo parque industrial.

É nesta direção que vem se dando a passagem da cidade à metrópole. O planejamento urbano e regional na grande Curitiba parece atualmente estar pautado em responder às demandas dos grandes grupos econômicos que vêm chegando à região, no sentido de reorganizar e refuncionalizar o espaço da metrópole no atual estágio de desenvolvimento industrial. Neste sentido que a metrópole é agora constituída enquanto problema e desafio.

5 Entre o Global e o Local: Alguns constrangimentos à instalação das montadoras o papel das Ongs ambientais

Ainda há lugares no mundo nos quais se pode ser seduzido pela idéia de que tudo vai bem. Nosso estado e nossa cidade são alguns destes lugares.

(Trecho de manifesto do Partido Verde, contra a implantação do Distrito Industrial da fábrica da Renault em área de manancial)

Nas primeiras seções deste artigo procuramos discutir os contornos das grandes mudanças que, a nível mundial, explicam a profunda reorganização territorial, econômica e social pela qual passa atualmente a Região Metropolitana de Curitiba.

Nesta seção procuraremos, em caminho inverso, ainda que brevemente, delinear os contornos daquelas manifestações que partindo do "local" demonstraram opor resistência às condições em que vêm acontecendo a chegada das montadoras na região.

Parece-nos de suma importância atentar para as argumentações dos movimentos liderados pelas Ongs ambientalistas, pois na grande Curitiba estes movimentos se constituíram nos únicos sujeitos coletivos que, com efeito, procuraram defender uma "ordem local" - relativa à preservação dos mananciais de abastecimento de água da metrópole frente ao que poderíamos chamar de uma "ordem mundial"

vinculada aos interesses das montadoras.

Como foi discutido na Seção 2, uma das razões político-econômicas que fez prosperar o acordo entre o Governo do Estado do Paraná e a empresa francesa Renault foi o estabelecimento de uma parceria Estado-empresa. Neste sentido, coube ao estado tomar as medidas legais e administrativas necessárias para dar efetividade ao acordo.

A primeira e mais urgente medida foi a criação do “Distrito Industrial de São José dos Pinhais” Para tanto, coube ao poder municipal propor a criação do referido distrito. Além das vantagens já elencadas, o Governo do Estado ofereceu também uma espécie de “adendo verde” à empresa, que consistia num compromisso de que a área destinada à unidade industrial seria absolutamente livre de poluição, um verdadeiro “distrito industrial ecológico”

Entretanto, já os primeiros passos do processo de instalação da fábrica esbarraram em possíveis problemas ambientais, cuja gravidade foi levantada pelas Ongs (Rede Verde, Liga Ambiental, Partido Verde, Sindi/Seab, Associação Xamã, entre outras). A problemática reside no seguinte:

O Distrito Industrial será implantado em área integrante da bacia do Alto Iguaçu, região cuja vocação principal é o fornecimento de água para o abastecimento público. O distrito, que abrigará não só a fábrica da Renault como várias outras, poderá colocar em sério risco a qualidade do abastecimento da água da região metropolitana se implantado conforme o projeto, comprometendo, inclusive, os resultados de importantes investimentos públicos realizados para a proteção da bacia em questão, como o Programa de Saneamento PROSAM, financiado pelo BIRD. O rio Pequeno, próximo a esta área, classificado como manancial de futuro abastecimento da região, será totalmente utilizado pelas indústrias.

Conforme exigências da Constituição Federal, foi realizado um Estudo de Impacto Ambiental EIA. Entretanto, este estudo foi encomendado à Universidade Livre do Meio Ambiente UNILIVRE instituição que apresenta evidentes vínculos com o Estado. Segundo técnicos especializados o EIA realizado para implantação do Distrito Industrial apresenta várias deficiências: trata somente da bacia do rio Pequeno e não de toda a bacia do Alto Iguaçu, o que gera distorções de análise ambiental; aborda insuficientemente as alternativas locais e tecnológicas para o

empreendimento, falha ao avaliar a compatibilidade do empreendimento com os planos e programas previstos para a área e não aponta as medidas a serem tomadas para atenuar os impactos da grande pressão urbana que deverá ocorrer associada à implantação do parque industrial. (Documento da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias. Câmara Federal, 23/04/96).

Os técnicos e ambientalistas que participaram da audiência pública para debate do EIA/RIMA do distrito industrial são uníssomos ao afirmar que a análise ambiental apresentada foi incompleta em vários aspectos. Uma crítica unânime é a não explicitação, no EIA, das questões atinentes especificamente à implantação da fábrica da Renault, tratando, de forma genérica, de um Distrito Industrial, e não de um Parque Industrial Automotivo. Outro ponto destacado pelos ambientalistas foi o atropelo aos procedimentos legais, com a convocação da audiência pública em tempo extremamente reduzido o que, segundo eles, afrontou os princípios de publicidade e de participação pública em decisão ambiental de tamanha importância.

Um terceiro eixo de crítica é que o EIA não desenvolveu avaliação de outras alternativas locais para o empreendimento, desrespeitando as leis ambientais. Neste caso o EIA ateve-se, claramente, a uma imposição básica dos empreendedores, de manutenção do terreno escolhido. Ambientalistas destacam, porém, que a cidade de Curitiba tem uma Cidade Industrial - CIC - e que também existem outros municípios da Região Metropolitana, longe dos mananciais mais importantes, onde já há atividade industrial, que poderiam receber os novos empreendimentos.

Do próprio EIA extraem-se questões preocupantes sobre a implantação do Distrito Industrial: pressão por ocupação urbanas em regiões impróprias; aterramento de nascentes; incremento do volume de enchentes; aumento da poluição atmosférica; alteração da qualidade da água e aumento da poluição dos aquíferos subterrâneos.

Outro tema não tratado no EIA de forma clara é a não compatibilidade do empreendimento com o Zoneamento da Região Metropolitana de Curitiba. Todos os planos regionais elaborados até o momento consideram a área em questão como área de preservação de manancial, fundamental para garantir a qualidade do abastecimento de água para milhões de habitantes. Também nenhum estudo foi realizado no sentido de projetar os impactos na urbanização

dos municípios vizinhos que abrigariam novas populações vinculadas às atividades industriais.

Em seus justos termos, a legislação metropolitana, além de diversos planos desenvolvidos pelos órgãos públicos como o “Plano Diretor de Águas da SANEPAR” não permitem a implantação do empreendimento no local e, portanto, estão sendo desrespeitados.

Coibido pelos constrangimentos legais levantados pelas Ongs ambientalistas, o Governador do Estado reduziu a área de manancial em São José dos Pinhais para beneficiar a Renault, mediante assinatura de decreto que altera a delimitação da bacia do Alto Iguaçu (Folha de S.Paulo, 6/06/96).

Além do abuso de poder que caracteriza esta rápida mudança na legislação, a autorização do Distrito Industrial de São José dos Pinhais irá dificultar toda a política de preservação de mananciais no Estado, pois *os municípios que se considerarem prejudicados por abrigarem áreas de mananciais, usarão este precedente como argumento para fugir das limitações impostas pela legislação* (Rede Verde, 1996).

A vinda da Renault à Região Metropolitana de Curitiba, no entanto, parece que é razão suficiente para a colocação dos problemas ambientais em plano secundário. Sem dúvida, um paradoxo, tratando-se da grande Curitiba, nacional e internacionalmente conhecida como a “capital Ecológica” ou “Capital da Qualidade de Vida”

De fato, com a produção da imagem-síntese “capital ecológica”, a onda verde deste complexo final de século invadiu o discurso político e ideológico dos planejadores curitibanos no início dos anos 90. É certo que hoje o meio ambiente constitui tema particularmente favorável àqueles que buscam justificar a intervenção reguladora do estado.

Entretanto, na direção que aponta Vainer (1993) é preciso perguntar-nos: mas de quê meio ambiente se está falando? Meio ambiente de quem ou de quê? O meio ambiente do “Protocolo Verde” assinado entre o Estado e a Renault seria o mesmo meio ambiente das Ongs que, enquanto sujeitos coletivos, discordam da decisão de implantação da fábrica em área de mananciais e procuram dar visibilidade a suas posições?

A nosso ver, meio ambiente, longe de ser uma realidade empírica, um dado natural, é em si uma construção social que incorpora representações diferenciadas dos grupos sociais. Assim sendo, tentamos chamar a atenção para os riscos que se

escondem por detrás da mitificada construção da síntese “capital ecológica” pois em muitos momentos nos parece um simples e confortável *aggiornamento* semântico que transforma a capital planejada em capital ecológica, embarcando em valores tão caros à nossa cultura de final de século.

As Ongs ambientalistas, assim como técnicos especialistas que emitiram pareceres acerca do assunto, alertam para a possibilidade de que a instalação das novas fábricas automotivas, não funcione como foco difusor de modernidade e progresso como prometem as belíssimas propagandas que circulam na mídia. Para eles, o reordenamento territorial resultante da chegada destas fábricas pode vir acompanhado pela multiplicação de carências de diversas ordens, a ocupação desenfreada de áreas do entorno e, principalmente, problemas futuros de abastecimento de água para toda a região metropolitana.

Faz parte das representações positivas do Governo, quando se refere aos novos empreendimentos, a crença de que eles são portadores de uma grande transformação social que a população, despreparada, seria incapaz de realizar. Esta crença é particularmente forte e, por isso, tão facilmente incorporada pelo senso comum, numa sociedade local em que o planejamento tecnocrático produziu a idéia de que é o planejador o verdadeiro sujeito que faz a cidade. Neste contexto, a resistência que caracterizou as manifestações das Ongs ambientais para nós, neste caso, sujeitos contra-hegemônicos passou a ser lida e veiculada, como uma resistência “do atraso” à mudança social “progresso”

As autoridades passaram como um trator sobre os movimentos e manifestações de resistência à localização da fábrica da Renault em área de manancial. Estes foram lidos como a recusa dos empreendimentos em si, e não das condições em que estes viriam a ser implantados. O fato denuncia a concepção, tão cara ao universo do planejamento, de que os quadros técnicos institucionais definem os limites e contornos do meio ambiente sobre o qual se está planejando. Há aqui implícita uma recusa da possibilidade de presença de um outro, que se contraponha à localização do empreendimento, enquanto sujeito político do meio ambiente que quer preservar.

Obviamente, entre Estado e Ongs, frente à noção de “ambientalmente correto” não são equivalentes suas respectivas eficácias, nem

tampouco as respectivas estratégias ideológicas ou, mais imediatamente, políticas, no contexto das quais esta noção vem sendo acionada. Parece-nos, portanto, que ela não pode ser trabalhada em abstrato, à margem dos conflitos de nossa sociedade. Explicitar o que seria, neste caso, ambientalmente correto, é tomar partido num processo social conflituoso que coloca em foco os diferentes modos de apropriação do ambiente (Vainer, 1993).

Curitiba, com seus mais de 50 metros quadrados de área verde por habitante, seus premiados programas ambientais, seus parques, é proclamada *urbi et orbi* "capital ecológica". Quando na grande Curitiba presenciamos conflitos como este e tantos outros nos perguntamos: aonde está e para onde caminha a capital ecológica? E quais serão os impactos espaciais destes grandes empreendimentos, violentamente desorganizadores de um espaço até então sempre referenciado pela sua organização e desenvolvimento planejado?

6 Desorganizando e reorganizando o espaço da metrópole: Algumas conclusões

Entender a produção do espaço na periferia metropolitana de Curitiba, no atual processo de desenvolvimento industrial, é interpretar o impacto destes grandes projetos industriais no processo de desestruturação e reestruturação do espaço social da metrópole.

Assim, este texto busca reconhecer, discutir e levantar dúvidas acerca de tão complexo e tão novo universo de transformações pelas quais passam os nossos lugares em configurações que desorganizam e reorganizam o espaço para adaptá-lo a suas novas funções.

De fato, o poder profundamente desorganizador das configurações espaciais pretéritas pelos novos empreendimentos e, ao mesmo tempo, o poder de reorganização do espaço metropolitano para abrigar os novos circuitos de produção e consumo que ali se instauram, nos comprometem, daqui em diante, a enfrentar os seguintes desafios analíticos:

Como se constituem as novas relações entre Estado e as grandes empresas montadoras de veículos? E, como decorrência desta questão, qual é o conteúdo do novo discurso do planejamento, tão glorificado como patrimônio local?

Desenvolvemos, neste artigo, a idéia de que

o planejamento urbano de Curitiba e as estratégias de planejamento de sua Região Metropolitana das últimas décadas encontram-se hoje seriamente comprometidos, à sombra dos interesses urgentes de abraçar os novos empreendimentos de peso.

Mostramos também como governo e mídia, mediante uma produção especializada de imagens e novas sínteses acerca da vida metropolitana, incorporaram rapidamente este novo viés industrial de sua região nas renovadas estratégias de marketing, contribuindo, desta forma, para o movimento de reorganização da economia e do espaço que está em curso.

Assim, pensamos com Ribeiro (1991) e Santos (1996) que a cultura urbana, a produção de imagens permeada de valores da vida metropolitana, têm um papel motor e estrutural nesta refuncionalização da metrópole. E, se esta refuncionalização é tornada objeto de reflexão crítica, devemos dar especial atenção às novas formas de exercício do poder, inscritas entre o mercado, a política e a cultura.

Como foi abordado, o movimento de mudança do espaço metropolitano - produzido pela chegada das montadoras - modifica violentamente o significado de todas as suas variáveis constitutivas. E o símbolo, a linguagem presente no discurso oficial, acompanha este movimento: diante da transformação há, paralelamente, uma exigência de renovação dos universos simbólicos que também criam e constroem esta nova realidade metropolitana.

O artigo procura mostrar alguns elementos interpretativos destas mudanças que, quando entendidos em sua abrangência, revelam conflitos entre a estruturação sócio-espacial local e as novas espacialidades impostas pelas novas ordens. E há rugosidades, resistências no tecido social, na ordem do lugar, que precisam ser melhor entendidas e mais fortemente evidenciadas.

Com efeito, às vésperas do século 21 a aldeia global nos parece uma realidade complexa e contraditória. A série de acontecimentos destes últimos tempos na grande Curitiba parece acarretar irreversíveis modificações no cenário da metrópole e no cotidiano da população. Múltiplas e complexas inter-relações entre condições e variáveis sociais/espaciais e os desafios do desenvolvimento econômico predominam nesta nova etapa. Um tempo novo, que nos desafia.

Bibliografia

- ARROYO, Mônica. A espacialidade do futuro. Além das fronteiras nacionais? In : *6º Encontro Nacional da ANPUR*. Anais. Brasília, 1995.
- COELHO, Gilberto Bueno; CHIESA, Paulo. *Curitiba: da cidade à metrópole*. Trabalho apresentado ao Congresso da União Internacional de Arquitetos UIA. Barcelona, julho, 1996 (mimeo).
- CORRÊA, Roberto Lobato et al. (orgs). *Brasil: Questões Atuais de Reorganização do Território*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- DINIZ, Clélio Campolina e CROCCO, Marco Aurélio. *Reestruturação Econômica e Impacto Regional: o novo mapa da indústria brasileira*. Nova Economia, v.6, n.1, julho. Belo Horizonte, 1996.
- GARCÍA, Fernanda Sánchez e RIBEIRO, Ana Clara Torres. City Marketing: a nova face de gestão da cidade no final de século. In: *Cultura e Política: Visões do Passado e Perspectivas Contemporâneas*. São Paulo: Hucitec / ANPOCS, 1996.
- _____. Curitiba anos 90: cultura e política na produção da imagem da cidade. Trabalho apresentado ao *XVIII Encontro Anual da ANPOCS*. Caxambú, 1994.
- IANNI, Otávio. *A era do globalismo*. São Paulo, Civilização Brasileira, 1996.
- IPARDES / IPPUC / UFPR. *Curitiba: Mapa da Pobreza*. Curitiba, 1996.
- LEFÉBVRE, Henri. *A Produção do Espaço*. São Paulo, 1989.
- KLEINKE, Maria de Lourdes et al. *Dinâmica Demográfica da Região Sul*. Curitiba: IPARDES, 1997 Documento integrante do projeto: Tendências da Urbanização e do Crescimento Populacional Brasileiro: população em idade escolar, 1991/2010. Convênio MEC / FNDE / FCAMP / NESUR.
- REDE VERDE. *Subsídios para discussão sobre a instalação da fábrica da Renault em São José dos Pinhais*. Curitiba, Rede Verde, 1996.
- ROCHA, Vicente Eustáquio e COSTA, Geraldo Magela. Produção do Espaço na Periferia Metropolitana: Reflexões a partir do caso de Betim / MG. In: *6º Encontro Nacional da ANPUR*. Anais. Brasília, 1995.
- RIBEIRO, Ana Clara Torres. "Matéria e Espírito: o poder (des)organizador dos meios de comunicação. In: *Brasil: Território da Desigualdade*. Rio de Janeiro, Zahar, 1991.
- SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. São Paulo, Hucitec, 1996.
- _____. *O Lugar: Encontrando o Futuro*. São Paulo: USP (mimeo).
- SILVEIRA, Maria Laura. Ordem Global, Geografia dos Controles e Modernidade Territorial na Patagônia Norte Argentina. In: *6º Encontro Nacional da ANPUR*. Anais. Brasília, 1995.
- ULTRAMARI, Clóvis; MOURA, Rosa (org). *Metrópole. Grande Curitiba: teoria e prática*. Curitiba: IPARDES, 1994.
- VAINER, Carlos B. Planejamento e Questão Ambiental: qual é o meio ambiente que queremos planejar? In: *5º Encontro Nacional da ANPUR*. Anais. B. Horizonte, 1993.

Endereço da autora: Rua Euclides Bandeira, 500 ap 704 Telefone (041) 253 41 87

e-mail: fsanchez@usp.br CEP: 80530-020 Centro Cívico Curitiba PR

(Este artigo foi apresentado ao 7º Encontro Nacional da ANPUR, "Novos Recortes territoriais, Novos Sujeitos Sociais: Desafios ao Planejamento" Recife, Pernambuco, maio de 1997. Para a elaboração deste artigo foram fundamentais as discussões com a geógrafa Rosa Moura e com a jornalista Teresa Urban)