

AS IMAGENS QUE NOS DEFINEM

(GARCIA, Fernanda Ester Sanches. *Cidade Espetáculo: política, planejamento e city-market*. Curitiba, 1997)

Paulo Cesar Scarim
Departamento de Geografia-FFLCH/USP

É cada vez mais um desafio buscar pensar a cidade e o urbano e, principalmente, pensar as metrópoles (seriam metápolis?). Elas parecem caminhar para um destino comum, relacionado com a denominada globalização (mundialização, para os franceses). E quando o comum toma conta do discurso científico, o pensamento entra numa zona de perigo. O que leva muitas vezes e, principalmente na geografia, a uma saída desesperada pelo empirismo, como forma de provar, diferenciar ou ainda cientificizar o que se entende por real. Isto porque, e o que é mais perigoso, a verdade já está dita e confirmada pelas notícias jornalísticas ou oficiais, seja ela dos governos nacionais ou dos órgãos internacionais. E uma primeira questão que se apresenta é: falar de uma cidade é falar de muitas? Falar de um lugar *plugado* na globalização é falar de outros nesta mesma situação? Falar de uma imagem é falar de uma difusão de imagens, como um jogo de espelhos, labirínticos, numa relação espectral?

E esta questão da imagem é central no livro *Cidade espetáculo: Política, Planejamento e City Marketing*, de Fernanda Ester Sanches Rodrigues, que manifesta em seus propósitos de “desnaturalizar a imagem dominante e permitir a descoberta dos diferentes planos de símbolos, linguagens e discursos, planos estes que se combinam e sobrepõem nos

espaços urbanos e nas relações sociais para construir a Cidade Espetáculo” (pág. 12).

A cidade da qual nos fala a autora é Curitiba - e qual outra nos permitiria melhor adentrar no assunto em questão? Falar sobre Curitiba significaria também falar sobre outras cidades? -, de onde busca desvendar as sínteses (cidade modelo e planejada, capital do primeiro mundo e da qualidade de vida) relacionadas a ela a partir da década de 1970, que corresponde às gestões de Jaime Lerner. À medida que a leitura caminha, vamos sentindo um certo desconforto e inquietação: a autora vai mostrando a relação destas sínteses com outros discursos e práticas, os sujeitos que as produzem, seus discursos e suas relações político-econômicas. Estas sensações advêm da forma acrítica com que a mídia e a ciência se apropriam destas sínteses e discursos.

A autora chama de *mitos* a estes *planos intervenientes*, nos quais se apóia a produção da imagem urbana. Mitos que estão presentes na realidade social e cultural, sendo portanto transparentes deste ponto de vista. Nestes termos, há uma realidade mitificada, da qual fazem parte as sínteses da cidade. Será que a aparência passa a ser a essência na realidade contemporânea? Ou será que na dialética da vida elas não se separam? Ou ainda no caminho de sua separação será possível desvendar a história? Mas

antes que me fuja o texto, é necessário dizer junto com a autora que "acreditamos que leituras críticas da imagem urbana devem procurar desmistificá-la e situá-la enquanto realidade contingente e histórica, de modo algum objetiva e universal, realidade esta que se organiza mediante determinadas categorias unificantes utilizadas" (pág. 25). Ou seja, é necessário pensar o conjunto das mediações, sem a qual a dialética não se sustenta.

O mito é o do sucesso do projeto urbanístico, atribuindo-o ao domínio da técnica, à criatividade iluminada e visionária dos urbanistas e, sobretudo, ao poder transformador do planejamento, e seu conteúdo ideológico implícito que tenta conferir um sentido absoluto por ser *racional*. Estes símbolos, por estarem fixados no imaginário social, são facilmente utilizáveis. Ao colocar estas ações como a que priorizam o *homem urbano*, espécie de universalidade incontestável, elas procuram unidimensionar a cidade, mostrando seu caráter totalizante, assim como a globalização procura mostrar como totalidade interesses de uma parcela da realidade social, no caso de Curitiba, apoiado nos valores da classe média.

Elegeu-se para isto a forma urbana como base material mais evidente do mito, e esta nova forma impõe sua ordem, um novo modo de ser urbano, eliminando a diversidade (identifica-se modernidade com formas espaciais modernas), criando uma identidade associada a estes símbolos urbanísticos. Portanto, estas formas correspondem ao discurso, são a sua exemplificação, que possibilitam a construção da identidade entre fatos, mitos, espaços, discursos, cidadão, cidade. Entre eles estão os meios de comunicação que transformam a realidade em espetáculo (ou o espetáculo em realidade?).

Como forma de crítica do paradigma constituído (e aqui seria o próprio espaço?) a autora chega, valendo-se da leitura de Barthes o que poderia ter sido feito também através de outros autores à discussão da transformação da história em natureza (que para a geografia pode ser estranho), o que corresponde a uma imagem da realidade sem pro-

fundidade, sem contradições, uma espécie de clareza feliz, produtora de vontades que encontram sustentação na nova paisagem construída. E para isto se articulam saberes como o do planejamento, urbanismo, *telemarketing*, publicidade e psicologia social, num crescente fortalecimento do poder, associado aos fluxos de consumo e de capitais direcionados para esta região. Portanto, para uma identificação entre meios técnicos, esfera cultural e aparelho de poder.

No centro da produção da imagem de Curitiba, como um fenômeno de *marketing*, está o planejamento urbano, em que a cidade aparece como um "sujeito tão inespecífico, amplo e absoluto" e assim é um espetáculo sobre o próprio planejamento, em que todos são figurantes e poucos, atores principais. O que daria um belo debate sobre o espaço como sujeito.

Esta imagem, associada à classe média sob a égide do lazer, do usufruto circunstancial e do consumo, colocou a cidade como o palco do turismo urbanístico para a classe média nacional, já que estas buscam sempre encontrar a si mesmas. Este é um dos elos que a autora procura desvendar para discutir a elaboração da identidade da cidade como uma identidade do Brasil contemporâneo dos últimos três governos (e por que não do mundo da globalização?), em que se busca associar o padrão de vida curitibano com o da classe média nacional.

Na cidade espetáculo, tudo é objeto de consumo estético e contemplativo. A paisagem urbana é vendida através do turismo. Mas também no cenário atual da competição entre os lugares a cidade mesmo, e sua imagem de capital da qualidade de vida e de capital ecológica, é colocada na mesa de negociações enquanto trunfo.

Juntamente com estes marcos do espaço segregado da cidade assiste-se hoje a uma acelerada busca de dotar a cidade das condições do meio técnico-científico-informacional, pois, ao se incorporar à globalização, a cidade é definida pela sua existência material e relacional, o que leva a autora a discutir o lugar, e através de idéias de Milton Santos, afirmar

que ele (o lugar) restitui o mundo. Levando à questão: quais serão os impactos trazidos pela espacialidade dos recentes processos econômicos para o lugar? Como pensar Curitiba diante das transformações em curso? O espaço assume um conteúdo misto, de várias escalas; a globalização dos comandos produz uma verticalização dos espaços; dissociação entre firma e o lugar; implantação de objetos e de ações próprias de sistemas que transcendem os limites regionais; fluxos que cada vez mais ultrapassam fronteiras anteriores; as tecnologias de informação permitem o avanço dos mercados, mantendo um monitoramento centralizado: por estas questões, que sentido teria então este *restituir*? (devolver, retornar, recuperar, recompensar, recompor?).

Por várias vantagens locacionais e competitivas, a grande Curitiba passa a compor o novo mapa industrial, recebendo atualmente várias indústrias de grande porte, por exemplo, as automobilísticas Audi, Renault e Chrysler, o que traz à tona a problemática metropolitana e busca-se identificar a imagem de alguns espaços de Curitiba com toda a grande Curitiba,

redimensionando e renovando as imagens-sínteses, que associadas àquelas junta-se agora o discurso das novas tecnologias e dos novos empregos. Assim, o planejamento urbano e regional na grande Curitiba vai procurando 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. Este novo momento vem colocar impasses como os desrespeitos às leis ambientais já sedimentadas na região. Estes impactos não desfazem a imagem de cidade planejada e moderna?

Desta forma, a autora busca entender a cultura urbana local não só como uma condição para estes novos empreendimentos, mas também como rugosidades, resistências no tecido social, na ordem do lugar, que precisam ser melhor entendidas e mais fortemente evidenciadas.

Estas questões, e outras, podem ser melhor discutidas diretamente com a autora pelo e-mail: fsanches@usp.br

