

DOSSIÉ



---

## *Linha Turismo de Curitiba: políticas urbanas e imagens da cidade*

*Curitiba Tourism Line: urban policies and images of the city*

*Sandro Cavaliere Savoia\**

*Ilanil Coelho\*\**

*Felipe Borborema Cunha Lima\*\*\**

---

**Resumo:** Curitiba se destacou nos cenários nacional e internacional do mercado mundial das cidades, em especial na década de 1990, com a implementação e consolidação de uma política de *city marketing* e da consequente expansão das chamadas imagens-síntese ou imagens de marca. Nesse processo, ganharam destaque os governos de Jaime Lerner e Rafael Greca

**Abstract:** Curitiba has stood out in the national and international scenario of city marketing, especially in the decade of 1990, due to the implementation and consolidation of a “city marketing” policy and, as a consequence, the expansion of the so-called images-syntheses or brand images. In this process, mayors Jaime Lerner and Rafael Greca played an important role in the urban

---

\* Historiador, Graduado (Licenciatura e Bacharelado) em História pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Patrimônio Cultural e Sociedade pela Universidade da Região de Joinville (Univille). Professor na Educação Básica da Rede Pública de Ensino do Estado do Paraná (Seed). Endereço: Rua São Leopoldo, n. 46, Jardim Monte Santo, Almirante Tamandaré, PR. *E-mail:* sandrosavoia@yahoo.com.br

\*\* Historiadora. Mestra em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Doutora em História Cultural pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Docente no Curso de História e no Programa de Doutorado e Mestrado em Patrimônio Cultural e Sociedade da Universidade da Região de Joinville (Univille). Endereço: Rua José de Alencar, n. 204, ap. 502, Joinville, SC. *E-mail:* ilanilcoelho@gmail.com

\*\*\* Turismólogo, Mestre e Doutor em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali), com estágio sanduíche na Universidade do Algarve (Ualg) em Portugal. Docente colaborador no Programa de Doutorado e Mestrado em Patrimônio Cultural e Sociedade da Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE), vinculado ao Programa Nacional de Pós-Doutorado da Capes (PNPD/Capes). Endereço: Rua Anita Garibaldi, n. 348, ap. 405, Joinville, SC. *E-mail:* felipebcl2@hotmail.com

nas transformações urbanas e na construção de equipamentos culturais que concorreram à difusão das imagens da cidade e que integram a chamada “Linha Turismo”, roteiro que oferece ao turista um modo de conhecer a cidade por meio de lugares e bens culturais emblemáticos. O objetivo do presente artigo é apontar às mudanças na capital paranaense, bem como às suas consequências socioculturais, uma vez que passou a predominar um modelo de promoção da cidade homogeneizador e excludente.

transformations and construction of cultural equipment, which contributed to the diffusion of the images of the city and currently integrate the so called “Tourism Line”, a route that offers to tourists the possibility of knowing the city through the visitation of places and emblematic cultural assets. The aim of this article is to point out the social and cultural consequences of those interventions in this city of Paraná, where prevailed a homogenizing and excluding enhancement pattern.

**Palavras-chave:** Patrimônio cultural. Turismo Curitiba.

**Keywords:** Cultural Heritage. Tourism. Curitiba.

---

## 1 Introdução

Os primeiros indícios de mudança da imagem de Curitiba, até então vista como uma cidade provinciana, remontam à gestão do governador Bento Munhoz da Rocha Netto (1951-55). Foi no contexto dos festejos do Centenário da Emancipação Política do Paraná, em 1953, que foram construídas, na capital paranaense, obras como: a Biblioteca Pública do Paraná, a Praça 19 de Dezembro, o Teatro Guaíra e o Centro Cívico.<sup>1</sup> O Paraná passava por um momento de pujança econômica e aumento populacional decorrente do cultivo do café e da consequente colonização do norte do estado.

Mas foi segundo García (1997) e Oliveira (2000), no início da década de 1970 que se situou o marco temporal que deu início às grandes transformações urbanas de Curitiba, pautadas pelo Plano Diretor de 1966 e pelas diretrizes de planejamento do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC). Tais instrumentos fundamentaram as transformações que viriam a ser realizadas nas gestões dos prefeitos Jaime Lerner (1971-1975 / 1979-1983 / 1989-1992) e Rafael Greca (1993-1996). Nesse contexto, emergem as imagens-síntese da cidade, acionadas como marcas oferecidas ao consumo: cidade planejada, capital ecológica, cidade-modelo, cidade de primeiro-mundo e cidade de todas as gentes. Imagens-síntese que se sucederam ao longo

das últimas décadas impulsionadas, principalmente, pelas políticas de *city marketing*, em especial nos anos de 1990. Essa política, decorrente do jogo concorrencial das cidades, foi operada não apenas por gestores locais, como também por organismos internacionais de financiamento.<sup>2</sup> Fenômeno semelhante ocorreu fora do Brasil com o modelo Barcelona. (MOURA, 2007; SÁNCHEZ, 2010; DELGADO, 2017; SOSSAI; COELHO, 2018).

Essa política que alçou Curitiba ao rol das cidades-modelo também criou, dos pontos de vista social e cultural, uma visão homogênea da cidade, pautada pela idealização de Curitiba como “cidade de classe média” e “cidade europeia”. A sua coroação se deu na gestão de Greca (1993-1996) quando da Comemoração dos 300 Anos de Curitiba (1993) quando, dentre outras iniciativas, foi inaugurada a “Linha Turismo” (1994), antiga Linha Pró-Parques, criada em 1990. Essa última, como o próprio nome sugere, englobava sete parques da chamada “Capital Ecológica”. Remodelada com novo itinerário e incrementada com o transporte em ônibus do tipo *double deck*, a “Linha Turismo” passou a agregar outros equipamentos culturais, a exemplo de memoriais étnicos de origem europeia, museus, teatros, o próprio conjunto arquitetônico do centro histórico da cidade, dentre outros. Dito de outro modo, essa “Linha Turismo” acrescentou ao denominado “parquismo”, nos dizeres de Castelnou (2006), um componente cultural e étnico à cidade, pautado, em especial, pelas ideias provenientes do paranismo.<sup>3</sup>

Este artigo é o desdobramento de uma pesquisa que resultou na dissertação *Leituras da cidade: Linha Turismo e Linha Preta: o Patrimônio Cultural como território de disputas identitárias na capital paranaense* (Curitiba, 1990-2018).<sup>4</sup> Na busca de um diálogo interdisciplinar entre as áreas de História, Turismo e Patrimônio, além da bibliografia, utilizaram-se, na pesquisa, fontes verbais e visuais como: jornais, *sites* e imagens (peças publicitárias, fotografias e filmes). Também foi realizada uma pesquisa de campo com visitas *in loco* aos pontos turísticos da cidade, momentos em que foram produzidos registros fotográficos e manuscritos.<sup>5</sup>

Quais os elementos simbólicos que concorreram para a composição das imagens-síntese de Curitiba? Por quais razões se pode considerá-las culturalmente homogeneizadoras e socialmente excludentes? Para responder a tais questões, o artigo está estruturado em três partes: na primeira, refletimos sobre a implantação de uma política de *city marketing* em Curitiba que se valeu de imagens-síntese e de seus desdobramentos

socioeconômicos e étnico-culturais na reconfiguração populacional-espacial da cidade. Nas duas partes seguintes, são abordadas as gestões de Jaime Lerner e Rafael Greca, no que diz respeito às iniciativas que concorreram na criação e difusão de imagens-síntese de Curitiba. Procuramos, ainda, apontar a “Linha Turismo” como efeito e recurso de tais imagens, sob as quais vão sendo mobilizados bens culturais e patrimônios da cidade que aludem ao epíteto “Curitiba, capital de todas as gentes”, imagem-síntese da comemoração dos 300 anos da capital paranaense.

## 2 Imagens-síntese: *city marketing*, homogeneização cultural e exclusão social na capital paranaense

As imagens-síntese de Curitiba, como imagens oficiais propaladas pela política do *city marketing*, buscavam promover um sentimento coletivo de pertença, ditar comportamentos e definir o que é ser curitibano. Logo, curitibano nato passa a ser aquele que frequenta parques, bosques e equipamentos culturais<sup>6</sup> da cidade; que anda pelo calçadão da Rua XV de Novembro; que desfruta das soluções viárias do transporte coletivo da capital;<sup>7</sup> e que separa o “lixo que não é lixo”. Mais do que isso, que deve se orgulhar da cidade em que vive. Ainda hoje, decorrente do ordenamento desses espaços, onde o curitibano é convidado a ser espectador e figurante da “cidade-modelo”, é possível ver como no Jardim Botânico, no Parque Tanguá e no Passeio Público, por exemplo, há uma série de proibições e restrições a práticas de andar de bicicleta, patinete, patins ou skate, passear com cachorro, fazer piquenique, dentre outras, como se pode verificar na placa que orienta a entrada no Jardim Botânico (Figura 1).



Figura 1 – Jardim Botânico

Fonte: Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/curitiba/jogar-bola-pedalar-caes-por-que-o-jardim-botanico-tem-tantas-proibicoes-4bptzbwh1obqs9ob8sxa0hvqy/>. Acesso em: 12 nov. 2018.

Como afirma García (1997), as imagens-síntese instituem valores associados ao estilo de vida da classe média curitibana. Um bom exemplo disso pode ser visto na propaganda de um *shopping center* da cidade, veiculado no suplemento *Veja Paraná* que, em 25 de março de 1992, trazia os seguintes dizeres: “A classe média de Curitiba é mais média que a média brasileira” e “Abra uma loja aqui e venda acima da média.” Como diria Delgado (2017), em relação ao modelo Barcelona, a intenção de políticos e urbanistas dentro da lógica de mercado mundial das cidades era construir um cenário performático de civismo e civilidade que exaltasse os valores da classe média e aplacasse os conflitos sociais vigentes,<sup>8</sup> um espaço público onde as pessoas passassem despreocupadas como se fossem figurantes de um colossal “*spot publicitário*”. (DELGADO, 2017). Nesse espaço, os transeuntes se identificariam com uma experiência da fantasia, muito mais do que de autorreconhecimento (SOVIK, 2018).

Desse modo, a política do *city marketing* contribui para a teatralização da vida nos espaços urbanos, transformando-os em cenários. O seu principal foco é converter pessoas e lugares em imagens-mercadoria, incluindo patrimônios e bens culturais. Delgado (2017) não poupa adjetivos a esse modelo de cidade performática, denominando-as de “cidade efeitos especiais”, “cidade-espetáculo”, “cidade-logotipo” e, por conseguinte, “cidade mentirosa”. Uma cidade trivial que gera um conformismo acrítico em grande parte de seus cidadãos.

No caso de Curitiba, nem mesmo as crianças ficam de fora do *marketing* da cidade. Ações pedagógicas são desenvolvidas nas escolas públicas municipais a partir de materiais didáticos, como o *jornal Curitibinha* e a coleção *Lições Curitibanas* (Figuras 2 e 3). Afinal, ser curitibano é estar em sintonia com o projeto de cidade sempre em construção, no presente e no futuro.

Figuras 2 e 3 – À esquerda, o jornal Curitibinha; à direita, Lições Curitibanas



Fonte: Acervo dos autores.

Logo, a cidade-espetáculo em construção é indicada por urbanistas da Organização das Nações Unidas (ONU), como uma das três melhores cidades do Planeta para se viver, ao lado de Roma e da americana San Francisco. (VEJA PARANÁ, 28 mar. 1990). Pelas fontes de imprensa, essa qualificação é constantemente reiterada e ganha projeção nacional e internacional, como mostra, por exemplo, a reportagem de capa da *Revista Veja* (31 mar. 1993), intitulada “Curitiba: a cidade-modelo de um Brasil viável”:

“Curitiba é uma das cidades mais agradáveis que eu já vi em qualquer parte do mundo”. Surpreende-se Arthur Eggleton, ex-prefeito de Toronto [...]. “É uma cidade-modelo para o Primeiro Mundo, não apenas para o terceiro”, sustenta Michael Cohen, chefe do Departamento de Desenvolvimento Urbano do Banco Mundial, em uma reportagem de página inteira publicada no ano passado pelo *The Wall Street Journal*, a bíblia do capitalismo americano. (VEJA, 31 mar. 1993, p. 68).

O grande problema das imagens-síntese é que elas são homogeneizadoras e excludentes. No caso de Curitiba, duas formas de exclusão, articuladas e imbricadas, incidem sobre as condições de vida de determinados sujeitos e grupos: a socioeconômica e a étnico-cultural.



A forma de exclusão socioeconômica relaciona-se ao gradativo processo de gentrificação urbana ocorrida na capital paranaense, o qual afetou (e afeta), sobremaneira, as parcelas mais pobres da população.

Segundo Sánchez,

Gentrificação dos espaços é um processo de reapropriação deles pelo mercado através de operações urbanas que lhes conferem novo valor econômico e simbólico, geralmente orientados para o consumo – residencial ou de serviços – das camadas médias. Apesar de apresentados, para fins mercadológicos, como espaços “revitalizados”, são espaços onde a população original vivencia a “revitalização” como processo que gera expulsão e apartação social. (2010, p. 61).

A valorização de alguns bairros e áreas urbanas de Curitiba, em especial a partir da construção de equipamentos culturais, foi associada à especulação imobiliária, o que, ao longo dos anos, promoveu um deslocamento da população de baixa renda para a periferia da cidade, principalmente para a Região Metropolitana (Tabela 1), corroborando a construção de uma narrativa ficcional que mitifica Curitiba como uma “cidade de classe média”.

**Tabela 1** – Mapa da pobreza e da desigualdade na Região Metropolitana de Curitiba – 2003

|                      | Índice de pobreza % | Índice de pobreza subjetiva % |
|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Almirante Tamandaré  | 48,63               | 20,71                         |
| Araucária            | 41,92               | 16,66                         |
| Colombo              | 44,91               | 18,45                         |
| Curitiba             | <b>31,71</b>        | <b>11,60</b>                  |
| Fazenda Rio Grande   | 49,73               | 20,23                         |
| Itaperuçu            | 54,63               | 25,85                         |
| Pinhais              | 40,83               | 16,34                         |
| São José dos Pinhais | 38,48               | 15,40                         |

Fonte: Adaptado de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/curitiba/pesquisa/36/30246?localidade1=410040&localidade2=410765>. Acesso em: 20 maio 2018.

Para Sánchez (2010) o encarecimento do preço do solo e dos imóveis, somado à falta de alternativas habitacionais oriundas do planejamento da “cidade-modelo”, acabou por impedir as famílias de baixa renda de se instalarem em Curitiba, o que ratifica, conforme Oliveira (2000, p. 186), “a funcionalidade do papel desempenhado pelos Municípios vizinhos na absorção de mazelas sociais e ambientais”.

A forma de exclusão étnico-cultural, por sua vez, pode ser constatada na imagem da cidade quando da construção de marcos referenciais do passado: bosques, memoriais e praças representativos de determinadas matrizes étnicas e nacionais eminentemente europeias. Há uma intencionalidade em invisibilizar as culturas afro-brasileiras e indígenas, excluindo-as da história urbana, o que reforça a imagem de “cidade europeia”.

A articulação e a imbricação dessas duas políticas de “segregação” fez com que a maior parte da população afro-brasileira da Grande Curitiba, por exemplo, ficasse concentrada na Região Metropolitana, como pode ser constatado nos indicadores das Tabelas 2 e 3.

**Tabela 2 – População afrodescendente em Curitiba e Região Metropolitana – Censo IBGE 2000**

|                      | <b>Total</b>     | <b>Parda</b>   | <b>Preta</b>  | <b>% Afrodescendentes</b> |
|----------------------|------------------|----------------|---------------|---------------------------|
| Almirante Tamandaré  | 88.277           | 19.862         | 3.516         | 26,48                     |
| Araucária            | 94.258           | 16.069         | 2.594         | 19,79                     |
| Colombo              | 183.329          | 41.073         | 5.198         | 25,23                     |
| Curitiba             | <b>1.587.315</b> | <b>179.476</b> | <b>39.352</b> | <b>13,78</b>              |
| Fazenda Rio Grande   | 62.877           | 9.715          | 2.253         | 19,03                     |
| Itaperuçu            | 19.344           | 8.305          | 286           | 44,41                     |
| Pinhais              | 102.985          | 20.238         | 3.277         | 22,83                     |
| São José dos Pinhais | 204.316          | 28.852         | 4.477         | 16,31                     |

Fonte: Adaptado de <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/2094#resultado>. Acesso em: 20 jun. 2018.

**Tabela 3 – População afrodescendente em Curitiba e Região Metropolitana – Censo IBGE 2010**

|                      | <b>Total</b>     | <b>Parda</b>   | <b>Preta</b>  | <b>% Afrodescendentes</b> |
|----------------------|------------------|----------------|---------------|---------------------------|
| Almirante Tamandaré  | 103.204          | 32.004         | 3.700         | 34,59                     |
| Araucária            | 119.123          | 31.614         | 4.471         | 30,29                     |
| Colombo              | 212.967          | 65.651         | 8.124         | 34,64                     |
| <b>Curitiba</b>      | <b>1.751.907</b> | <b>296.140</b> | <b>49.320</b> | <b>19,71</b>              |
| Fazenda Rio Grande   | 81.675           | 23.875         | 2.913         | 32,79                     |
| Itaperuçu            | 23.887           | 8.302          | 288           | 35,96                     |
| Pinhais              | 117.008          | 30.675         | 4.119         | 29,73                     |
| São José dos Pinhais | 264.210          | 61.874         | 8.490         | 26,63                     |

Fonte: Adaptado de <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/2094#resultado>. Acesso em: 20 jun. 2018.

Aqui há uma evidente associação entre os modelos de exclusão socioeconômica e étnico-cultural, uma vez que as regiões com maiores índices de pobreza e pobreza subjetiva são também as que registram a maior porcentagem de pessoas afrodescendentes. Em suma, os efeitos das políticas urbanas acabaram por criar e naturalizar imagens-síntese que visam a criar consensos e homogeneizar diferenças culturais no tecido urbano.

Em relação a essas imagens-síntese, podemos identificar dois momentos distintos, embora interligados, de sua construção em Curitiba: primeiro, na gestão Jaime Lerner, responsável pela criação das imagens-síntese de cidade planejada, capital ecológica e cidade-modelo, consubstanciadas na marca “cidade de classe média” e na “cenografia” produzida para o turismo pela Linha Pró-Parques. O segundo momento, na gestão Rafael Greca, foi responsável por ratificar a criação das imagens-síntese anteriores e agregar outras: Curitiba de todas as gentes e cidade de primeiro-mundo, consubstanciadas na marca “cidade europeia”. É nesse momento de projeção nacional e internacional de Curitiba que se dá a criação da Linha Turismo.

### 3 Gestão Jaime Lerner: cidade planejada, capital ecológica e cidade-modelo

Segundo Sánchez (2001), as apregoadas “cidades-modelo” são imagens de marca. Construídas pela ação combinada de governos locais e atores hegemônicos com interesses localizados em agências multilaterais, esse modelo se efetiva quando a gestão empresarial da cidade passa a ser centrada na construção da figura de um administrador carismático, erudito, e respeitado mais por sua competência técnica do que por sua experiência política. No processo que tornou Curitiba uma cidade-modelo, a figura de Jaime Lerner foi associada à imagem de “prefeito empreendedor” por supostamente reunir e representar qualidades técnicas e administrativas.

Jaime Lerner é um arquiteto e urbanista graduado em 1964 pela UFPR. Ainda em 1964, abriu seu escritório particular de arquitetura e se tornou, paralelamente, funcionário da Assessoria de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (APPUC). No ano seguinte, participou da reestruturação do órgão, agora transformado no IPPUC, passando a dirigi-lo. Foi nesse período que desenvolveu vários projetos (viário, zoneamento, renovação urbana, preservação e revitalização histórico-tradicional) ligados ao Plano Diretor de Curitiba.<sup>9</sup> Foi nomeado prefeito biônico, em 1971, pelo então governador Haroldo Leon Peres, com a incumbência de implantar o Plano Diretor. Já acumulava em seu currículo várias atividades, como a de professor na UFPR e a de participação em projetos urbanos, dentre os quais o de transformação de um velho armazém de pólvora em um espaço cultural com auditório para espetáculos teatrais e musicais, o Teatro Paiol. Ficou no cargo até 1975, exercendo, posteriormente, mais dois mandatos como prefeito: de 1979 a 1983 e de 1989 a 1992.

Tido como gestor moderno e de ideias criativas, Jaime Lerner, já no primeiro mandato, ganha projeção nacional ao mandar substituir o asfalto de um trecho da Rua XV de Novembro pelo calçamento de *petit pavê*, transformando uma das ruas centrais da capital em um calçadão de pedestres, o primeiro construído no País.

Outras de suas inovações urbanas ganharam destaque com o tempo. O transporte coletivo, com seus ônibus expressos que passaram a circular em canaletas exclusivas de avenidas transformadas em vias estruturais, e, posteriormente, os ônibus “ligeirinhos” e suas estações-tubo, além da Linha Turística Pró-Parques. Tais iniciativas urbanas, somadas à

construção de equipamentos culturais, como o Jardim Botânico, a Ópera de Arame e a Rua 24 Horas, sustentaram a marca Curitiba baseada nas imagens-síntese de cidade planejada e cidade-modelo.

Igualmente significativas foram as ações de sua gestão na área ambiental. Em 1972, foram criados os parques públicos do Barigui, Barreirinha e São Lourenço. Mais do que a preservação de espécies nativas, os parques foram pensados como solução urbana para a contenção de enchentes e áreas de lazer. Conforme Castelnou (2006), em 1985, Curitiba assumiu o título de “capital ecológica”. Acrescentou-se aos primeiros parques a criação do Bosque Capão da Imbuia, o Bosque do Papa e o Zoológico Municipal.<sup>10</sup> O “parquismo” inclui, ainda, na terceira gestão Jaime Lerner, o Bosque do Pilarzinho, o Bosque Reinhard Maack, o Bosque Zaninelli, o Parque das Pedreiras e o Parque Municipal do Passaúna.<sup>11</sup> Segundo dados do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Paraná (2012), Curitiba passou a ter 55m<sup>2</sup> de área verde preservada por habitante, área superior aos 16m<sup>2</sup> recomendados pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Além do parquismo, apontado por Castelnou (2006), destacam-se, nessa área, a criação da Universidade Livre do Meio Ambiente, o incentivo à educação ambiental nas escolas e a criação da coleta seletiva de resíduos sólidos por meio do Programa “Lixo que não é lixo”.

Muitas empresas e curitibanos “compraram” a ideia gestada na política do *city marketing*. Segundo Sánchez (2010), quando a cidade é tornada um produto e passa a ter uma logomarca, ela transfere valor simbólico a qualquer produto a ela associado. Assim, o *marketing* oficial de Curitiba passa a ser utilizado também no comércio local como pode ser observado em material publicitário (Figuras 4 a 9).

**Figuras 4 e 5 – Campanha publicitária (*Shopping PolloShop*)**



Fonte: Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/479492691550267456/>. Acesso em: 28 dez. 2017.

Figuras 6 e 7 – Campanha publicitária (*Shopping PolloShop*)



Fonte: Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/479492691550267427/>. Acesso em: 28 dez. 2017 e em: <https://br.pinterest.com/pin/479492691550267456/>. Acesso em: 28 dez. 2017.

Figuras 8 e 9 – Campanha publicitária (*Shopping PolloShop*)



Fonte: Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/479492691550267427/>. Acesso em: 28 dez. 2017 e em: <https://br.pinterest.com/pin/479492691550267456/>. Acesso em: 28 dez. 2017.

A campanha publicitária do *Shopping PolloShop* trabalha com algumas ideias das imagens-síntese da cidade, a exemplo de Curitiba “capital ecológica” (Figuras 4 e 5), “cidade planejada” (Figuras 6 e 7) e “cidade-modelo” (Figuras 8 e 9).

“Curitiba vs Londres”, nome da campanha publicitária, convida a população a dar sugestões que associem as duas cidades.<sup>12</sup> Se Londres tem o tradicional *Big Ben*, Curitiba tem a moderna Rua 24 Horas. Se Londres tem seus tradicionais ônibus *Double Decker* e cabinas telefônicas K6, Curitiba tem sua moderna frota de ônibus “ligeirinhos” que embarcam passageiros dentro das estações-tubo. Se Londres tem seu *London Eye*, Curitiba tem o seu Museu do Olho. Até o clima, segundo a campanha publicitária, aproxima as duas cidades. É o mito da cidade

européia, transbordando a política do *city marketing* da Prefeitura municipal de Curitiba. Desse modo, Curitiba possuiria, à sua maneira, tudo o que uma grande e consolidada cidade, no cenário internacional, possui.

Em 2019, fora do cenário político, Jaime Lerner se apresenta como arquiteto, urbanista e fundador do Instituto Jaime Lerner e da empresa Jaime Lerner Arquitetos Associados, elaborando projetos para os setores público e privado, oferecendo consultorias para o desenvolvimento de ideias e soluções aos gestores das cidades.<sup>13</sup> Desse ponto de vista, podemos considerar que a política de *city marketing*, alavancada por ele, em suas três gestões, associou à imagem de cidade-modelo a imagem de um gestor-modelo, ambas, imagens-mercadoria dispostas aos consumos local e global.

#### **4 Gestão Rafael Greca: cidade de primeiro-mundo e capital de todas as gentes**

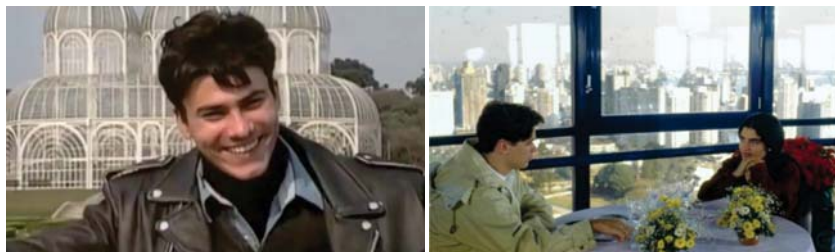
Sucessor de Jaime Lerner, Rafael Valdomiro Greca de Macedo assumiu a Prefeitura municipal no período de 1993 a 1996. O contexto era o dos 300 Anos de Curitiba, comemorados em 29 de março de 1993. Rafael Greca, atual prefeito de Curitiba (mandato 2017-2020) é economista, engenheiro civil com especialização em urbanismo pela UFPR, membro da Academia Paranaense de Letras e do Instituto Histórico e Geográfico do Paraná. A aproximação de sua imagem à de Jaime Lerner foi destacada pelo escritor e político liberal Mario Vargas Llosa, na coluna do jornal *El País*, intitulada *El embajador guerrillero*, em 31 de dezembro de 1994. Para Llosa, Jaime Lerner teria encontrado soluções eficazes para os problemas urbanos, deixando um sucessor à altura:

Quien lo ha sucedido como Alcade de Curitiba fue su brazo derecho, el simpático y robusto Rafael Greca de Macedo, quien, emulado por los logros de su predecesor, se ha lanzado a construir unas bibliotecas para niños en forma de empinados faros [...]. Él me asegura que han sido diseñadas tomando como inspiración a la primera biblioteca que recuerda la historia, la de Alejandría, y yo le creo. ¿Por qué no le creería, después de haber visto con mis propios ojos que era cierto que Curitiba tiene una ópera construida no con mármol ni fierro ni concreto sino con alambre? [...] En un parque de Curitiba visito las cabanas, idénticas

a las de la campaña de Cracovia, de los pioneros [...] sus ruelas y cucharas de palo, y sus techos cónicos preparados para recibir una imaginaria nieve nostálgica. (LLOSA, 1994, p. 2).<sup>14</sup>

O contexto internacional de tal afirmação é o das políticas neoliberais e da expansão dos processos de globalização. Na ótica do mercado mundial das cidades, a capital paranaense ganhava novo impulso no processo de *turistificação*. O ano em que Llosa escreve para o jornal *El País*, 1994, é também o ano da inauguração da “Linha Turismo” de Curitiba, outrora Linha Pró-Parques. Um ano antes, Curitiba chegou a ter, pela primeira vez, uma novela ambientada na cidade, a novela “Sonho Meu”. Nos primeiros capítulos, a emissora Rede Globo de Televisão mostrou aos telespectadores algumas imagens da cidade: do calçadão da Rua XV de Novembro, das estações-tubos e dos ônibus expressos, do Jardim Botânico, da Ópera de Arame, do Prédio Histórico da UFPR, da Rua 24 Horas, do Teatro Guaíra, da Torre Panorâmica, da Universidade Livre do Meio Ambiente, dentre outras. Além disso, cenas foram gravadas tendo como pano de fundo lugares emblemáticos (Figuras 10 e 11).

**Figuras 10 e 11** – À direita, personagem de Leonardo Vieira no Jardim Botânico. À esquerda, personagens de Fábio Assunção e Patrícia França no mirante da Torre Panorâmica



Fonte: Disponíveis em: <https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/sintonizando/sonho-meu-a-unica-novela-ambientada-em-curitiba-ate-hoje-completa-22-anos/>. Acesso em: 27 jul. 2018.

A imagem da cidade era a de um lugar organizado, diferenciado, não só pela sua arquitetura urbana, mas também pelo ar europeu presente no figurino e na cidade cenográfica, reproduzida para ser uma vila polonesa. “Sonho Meu” teve 205 episódios, atingindo uma média geral de 44 pontos de audiência, a maior alcançada pela emissora em uma



novela exibida às 18 horas. Foi reexibida em vários países da América Latina, além de em países como Filipinas, Líbano, Malásia, Polônia, Portugal, Rússia, Síria, Turquia e Ucrânia.

A divulgação da cidade, da qual o texto de Lhosa e a produção de teledramaturgia da Rede Globo são exemplos, atraiu um maior fluxo de turistas e de investimentos nos setores de serviços. Entre os anos de 1994 e 1998, Curitiba triplicou sua movimentação financeira e expandiu os negócios no ramo da hospitalidade. Conforme Sánchez (2010, p. 180), passou “de R\$ 1,5 milhão a R\$ 4,5 milhões, com novos hotéis, restaurantes, escolas, bancos, seguradoras e empresas de publicidade e comunicação”. A participação do setor de turismo cresceu, segundo a autora, para 5% no PIB da cidade em 2000, índice superior ao de 1990, quando essa participação não ultrapassava 3%.

Lima e Sanson (2008), ao investigarem as influências midiáticas sobre o turismo, apresentam alguns exemplos de sucesso na relação entre cinema, local de filmagens e destinos turísticos. Os autores citam filmes como “Dança com Lobos” (1990), “Coração Valente” (1995) e a trilogia “O Senhor dos Anéis” (2001 a 2003) e a influência que exerceram no incremento dos fluxos turísticos à cidade ou aos locais específicos de filmagens. No caso de Curitiba, supostamente, a telenovela “Sonho Meu” exerceu semelhante influência midiática.

O prefeito Rafael Greca deu continuidade à produção e difusão de imagens-síntese da cidade. Em sua gestão, construiu novos parques, a exemplo dos Parques Tanguá e Tingui, reiterando a marca de Curitiba como “capital ecológica”, mas não apenas isso. Buscou, também, associar à imagem de capital ecológica componentes étnico-culturais. Greca passou a

ênfatar a construção de uma identidade social para Curitiba e os parques tornaram-se os espaços ideais para manifestações culturais, incentivando-se ali festas étnicas, folclóricas e religiosas. Até o término de sua gestão, em 1996, haviam sido criadas mais de dez novas áreas públicas, além de vários memoriais para homenagear as raças e culturas que constituíam a população curitibana. (CASTELNOU, 2006, p. 64).

Embora Oliveira (2000) assinale que, a partir do segundo mandato do prefeito Jaime Lerner, a “faceta étnica”, na política urbana de Curitiba,

já dava seus primeiros sinais, foi na gestão Rafael Greca que ela ganha força e se consolida. É quando foram somadas às já existentes praças da Espanha, Japão e Ucrânia e ao Memorial Polonês, os seguintes sítios e bens patrimoniais: Memorial da Imigração Japonesa (1993); Memorial Italiano (1993/1996); Bosque de Portugal (1994); Memorial Ucrâniano (1995); Bosque Alemão (1996) e Memorial Árabe (1996). Destaca-se o Memorial de Curitiba, espécie de imagem metasíntese da diversidade étnica da cidade. Assim, foi inventado o epíteto “Curitiba, capital de todas as gentes”, articulado às imagens de “cidade de classe média” e de “cidade europeia”.

Idealizado no contexto da Comemoração dos 300 Anos da cidade, o Memorial de Curitiba foi inaugurado em 1996. O projeto arquitetônico foi inspirado no pinheiro paranaense. Localizado no Centro Histórico, contrasta com as características do conjunto de edificações do entorno devido às suas feições modernas, com vigas metálicas e cobertura e laterais de vidro transparente. Como centro cultural, compreende salas de exposição, anfiteatro, mirante e praça interna com palco de eventos.

A inauguração da “Linha Turismo”, em 1994, criou uma espécie de cartografia da imagem-síntese de “Curitiba, capital de todas as gentes”. Ao ligar diferentes pontos, escolhidos por técnicos e gestores da Administração Pública, a linha tornou-se também um componente agregador de narrativas sobre a história da cidade. Visto como itinerário cultural, é mais do que um mero traçado num mapa, é carregado de escolhas e intencionalidades. A “Linha Turismo” se propõe conduzir o olhar do turista através de uma narração específica, ilustrada por bens e lugares patrimonializados ou emblemáticos que concorrem como vetores de uma história e de uma memória desejada. Como qualquer produção narrativa, essa linha não é neutra, tampouco imparcial. Como caminho a ser percorrido, ela reforça as ideias, os sentidos e as imagens que se quer transmitir. O seu percurso transforma a cidade em cenário que assume protagonismo, enquanto seus habitantes desempenham o papel de coadjuvantes.

Segundo o material publicitário, a “Linha Turismo”, à época de sua inauguração, compreendia 16 marcos históricos e étnico-culturais de Curitiba, num trajeto de 33km, que poderiam ser percorridos, aproximadamente, em duas horas. Em 2018, constituía-se de 25 pontos (Figura 12).

Figura 12 – “Linha Turismo” de Curitiba



Fonte: Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/531072981038205391/>. Acesso em: 27 dez. 2017.

Como se vê, além de equipamentos culturais que aludem às imagens da capital ecológica (calçadão da Rua XV de Novembro ou Rua das Flores, bosques, parques e Universidade Livre do Meio Ambiente) e da cidade-modelo (Rua 24 Horas, Ópera de Arame, Jardim Botânico e o Museu Oscar Niemeyer), são inseridos lugares e monumentos que aludem a matrizes étnico-culturais, tidas como as mais importantes, que “contribuíram” para a história da cidade: Bosque do Papa (polonês), Bosque Alemão, Memorial Ucraniano, Memorial Italiano de Santa Felicidade (bairro de ocupação e gastronomia italianas). Desse modo, a “Linha Turismo” se coloca como um desdobramento não apenas das intenções das administrações Lerner e Greca, como também a consolidação de um modelo de gestão urbana culturalmente homogeneizadora e socialmente excludente.

Da cartografia “Linha Turismo” emerge um mapa que, problematizado a partir das políticas urbanas orientadas pela lógica do mercado mundial de cidades, dá concretude às abstrações das imagens-síntese de Curitiba. O olhar supostamente fortuito daqueles que o percorrem encontra, nos pontos de paragem, cuidadosamente selecionados, alguma evidência em relação àquilo que havia imaginado sobre a cidade antes mesmo de conhecê-la e de a experienciar.

## 5 Considerações finais

Os arquitetos e urbanistas Gonçalves Júnior *et al.* (1991) citam Curitiba como exemplo de cidade em que o planejamento agregou ao tecido urbano as dimensões funcional, sensitiva e imaginativa. A dimensão *funcional* foi trabalhada através da criação de sistemas estruturais que permitiram o extravasamento do crescimento da cidade; a dimensão *sensitiva* deu-se através de calçadas na área central que visaram a promover relações mais humanas e participativas na capital paranaense; e, por fim, a dimensão *imaginativa* que foi estimulada através do “tratamento visual supercontemporâneo aliado ao resgate de aspectos tradicionais” (GONÇALVES JÚNIOR *et al.* 1991, p. 56), muito dos quais ligados ao paranismo.

Tal “resgate”, consubstanciado nos equipamentos culturais de Curitiba (presentes no itinerário da “Linha Turismo”) e referendados por meio das imagens-síntese, pode ser questionado como prática culturalmente homogeneizadora e socialmente excludente. As transformações da cidade ocorridas durante as gestões de Jaime Lerner e Rafael Greca são, nesse sentido, emblemáticas. Mesmo considerando as repercussões positivas que tiveram sobre as condições de vida urbana (mobilidade, embelezamento, sustentabilidade ecológica e crescimento econômico), tornaram a cidade e seus patrimônios culturais e naturais cenários e mercadorias para consumo restrito a poucos. Isso nos coloca diante do desafio de problematizar o Patrimônio Cultural e os vínculos que, nas últimas décadas, foram estabelecidos com as políticas urbanas.

## Notas

---

<sup>1</sup> Da mesma forma é na sua gestão que se dá a criação da Lei Estadual n. 1.211/1953, que versa sobre os Patrimônios Histórico, Artístico e Natural do Estado do Paraná.

<sup>2</sup> Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (Bird) e Fundo Monetário Internacional (FMI).

<sup>3</sup> O paranismo foi um movimento regional ocorrido no início do século XX. Teve Curitiba como epicentro e congregou intelectuais e políticos da época em busca da construção de uma identidade paranaense. Com ênfase na imagem do imigrante europeu, visava a estabelecer um modelo civilizatório ao “homem paranaense”.

<sup>4</sup> Em especial de seu primeiro capítulo, uma vez que os capítulos subsequentes têm como ênfase a compreensão da influência do paranismo na constituição da imagem da cidade e da proposição da Linha Preta como itinerário urbano que remete à presença negra na capital paranaense.

<sup>5</sup> A dissertação foi defendida no primeiro semestre de 2019, no Programa de Pós-Graduação em Patrimônio Cultural e Sociedade, articulada ao projeto de tipo guarda-chuva “Patrimônio Cultural: entre redes e enredos”, o qual conta com recursos do Fundo de Apoio à Pesquisa da Univille (FAP/Univille) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) a quem registramos nossos agradecimentos.

<sup>6</sup> Termo usado pelo Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Estado. O conceito

*equipamentos urbanos* é usado pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC).

<sup>7</sup> Em razão de seu sistema integrado de transporte coletivo, Curitiba foi premiada em 1990 pelo *International Institute of Energy Conservation – Award for Achievement in Global Energetic Efficiency*.

<sup>8</sup> Em Barcelona, tais conflitos envolvem imigrantes, jovens e trabalhadores que protestam contra o preço das moradias (fruto do processo de gentrificação e da especulação imobiliária) contra a desestruturação do Estado de Bem-Estar Social, entre outros.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://jaimelerner.com.br/pt/linha-do-tempo/>. Acesso em: 22 jan. 2019.

<sup>10</sup> Obras da segunda gestão Jaime Lerner.

<sup>11</sup> Responsável por proteger a represa do rio Passaúna, que oferta boa parte da água consumida na cidade.

<sup>12</sup> Ao buscar a semelhança entre as duas cidades, a campanha publicitária teria se inspirado no trabalho de Vahram Muratyan. O Designer criou, em 2010, o blog “Paris versus Nova Iorque”, espécie de registro visual de suas experiências. No Brasil, trabalho semelhante foi criado pela *designer* Vivian Mota, também inspirado em Vahram Muratyan, seu trabalho denomina-se “São Paulo versus Buenos Aires”. Disponível em: <https://pausadramatica.com.br/2014/08/25/campanha-do-polloshop-comparacuritiba-e-londres-no-facebook/>. Acesso em: 4 fev. 2019.

<sup>13</sup> Ver: <http://jaimelerner.com.br/pt/arquitetos-associados/>. Acesso em: 26 dez. 2017.

<sup>14</sup> “Quem o sucedeu como prefeito de Curitiba foi seu braço direito, o simpático e robusto Rafael Greca de Macedo, que, estimulado pelas conquistas de seu antecessor, se propôs a construir bibliotecas para crianças na forma de faróis [...]. Ele me garante que elas foram projetadas tendo como inspiração a primeira biblioteca que se lembra da História, a de Alexandria, e eu acredito nele. Por que eu não acreditaria nele,

depois de ver com meus próprios olhos que era verdade que Curitiba tem uma ópera construída não com mármore, ferro ou concreto, mas com arame? [...] Em um parque em Curitiba, visitei as cabanas, idênticas às da zona rural de Cracóvia, os pioneiros [...] suas rodas de fiar e colheres de pau, e seus telhados cônicos preparados para receber uma neve nostálgica imaginária”. (LLOSA, 1994, p. 2, tradução livre).

## Referências

---

CASTELNOU, Antonio Manuel Nunes. Parques urbanos de Curitiba: de espaços de lazer a objetos de consumo. *Cadernos de Arquitetura e Urbanismo*, Belo Horizonte, MG, v. 13, n. 14, p. 53-73, dez. 2006.

DELGADO, Manuel. *La ciudad mentirosa: fraude y miseria del “modelo Barcelona”*. 3. ed. Madri, Espanha: Catarata, 2017.

GARCÍA, Fernanda Ester Sánchez. Curitiba anos 90: a imagem urbana revisitada. In: SOUZA, Célia Ferraz de; PESAVENTO, Sandra Jatahy (org.). *Imagens urbanas: os diversos olhares na formação do imaginário urbano*. Porto Alegre, RS: Editora da UFRGS, 1997.

GAZETA DO POVO. “Sonho Meu”, a única novela ambientada em Curitiba até hoje, completa 22 anos. *Gazeta do Povo*, 2015. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/sintonizando/sonho-meu-a-unica-novela-ambientada-em-curitiba-ate->

[hoje-completa-22-anos/](https://www.gazetadopovo.com.br/curitiba/jogar-bola-pedalar-caes...). Acesso em: 27 jul. 2018.

GAZETA DO POVO. Jogar bola, pedalar, cães... Por que o Jardim Botânico tem tantas proibições? *Gazeta do Povo*, 2017. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/curitiba/jogar-bola-pedalar-caes-por-que-o-jardim-botanico-tem-tantas-proibicoes-4bptzbwh1obqs9ob8sxa0hvqy/>. Acesso em: 12 nov. 2018.

GONÇALVES JÚNIOR, Antonio José et al. *O que é urbanismo*. São Paulo, SP: Brasiliense, 1991.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Mapa de pobreza e desigualdade*. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2003. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/curitiba/pesquisa/36/30246?localidade1=410040&localidade2=410765>. Acesso em: 20 maio 2018.

- IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *População residente por cor ou raça e religião*. Rio de Janeiro: IBGE, 2000. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/2094#resultado>. Acesso em: 20 jun. 2018.
- IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *População residente por cor ou raça e religião*. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/2094#resultado>. Acesso em: 20 jun. 2018.
- JAIME LERNER ARQUITETOS ASSOCIADOS. Portal. Disponível em: <http://jaimelerner.com.br/pt/arquitetos-associados/>. Acesso em: 26 dez. 2017.
- LIMA, Felipe Borborema Cunha; SANSON, Marisa Santos. As influências midiáticas do cineturismo na roliúde nordestina: uma reflexão através do contexto mundial. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, 10., 2008, Curitiba, PR, *Anais [...]*. Curitiba: Universidade Positivo, 2008.
- LLOSA, Mario Vargas. El embajador guerrillero. *El País*, 31 dez. 1994. Disponível em: [https://elpais.com/diario/1994/12/31/opinion/788828409\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1994/12/31/opinion/788828409_850215.html). Acesso em: 25 jul. 2018.
- MOURA, Rosa. O turismo no projeto de internacionalização da imagem de Curitiba. *Turismo – Visão e Ação*, Itajaí, SC, v. 9, n. 3, p. 341-347, 2007.
- OLIVEIRA, Dennison de. *Curitiba e o mito da cidade-modelo*. Curitiba, PR: Editora da UFPR, 2000.
- ESTADO DO PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo. *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável: Polo Turístico de Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais*. Curitiba: Secretaria de Estado do Turismo, 2012. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/PDITS/PARANA/PDITS\\_REGIAO\\_METROPOLITANA\\_E\\_CAMPOS\\_GERAIS.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/PDITS/PARANA/PDITS_REGIAO_METROPOLITANA_E_CAMPOS_GERAIS.pdf). Acesso em: 4 fev. 2019.
- PINTEREST. Portal. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/531072981038205391/>. Acesso em: 27 dez. 2017.
- PINTEREST. Portal. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/479492691550267456/>. Acesso em: 28 dez. 2017.
- PINTEREST. Portal. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/479492691550267427/>. Acesso em: 28 dez. 2017.
- SÁNCHEZ, Fernanda. A reinvenção das cidades na virada do século: agentes, estratégias e escalas de ação política. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 16, p. 31-49, 2001.
- SÁNCHEZ, Fernanda. *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. 2. ed. Chapecó: Argos, 2010.
- SOSSAI, Fernando Cesar; COELHO, Ilanil. Patrimônio Cultural e turismo: tensões contemporâneas. *Anos 90*, Porto Alegre, v. 25, n. 48, p. 117-150, dez. 2018.
- SOVIK, Liv. Para ler Stuart Hall. In: HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. 2. ed. Belo Horizonte, MG: Editora DA UFMG, 2018.
- VEJA. Curitiba: a cidade-modelo de um Brasil viável. *Veja*, São Paulo, SP, ano 26, n. 13, p. 68-75, 31 mar. 1993.

VEJA PARANÁ. O aniversário da cidade.  
*Veja Paraná*, São Paulo, SP, ano 23, n.  
12, 28 mar. 1990.

VEJA PARANÁ. O melhor de Curitiba:  
quarenta e três personalidades elegem as  
delícias da capital. *Veja Paraná*, São Paulo,  
SP, ano 25, n. 13, 25 mar. 1992.