

AS TRANSFORMAÇÕES DA METRÓPOLE PAULISTANA NOS ANOS 80

Amália Inés Geraiges de Lemos(*)

I – Parte de um processo geral

Ao longo do discurso com que se analisavam e se formulavam os elementos com os quais se iniciava todo estudo das cidades – em especial a metrópole – o primeiro passo era definir o que se denominava de "metrópole".

Os geógrafos da década de 50 – em especial a escola francesa e seus seguidores – se preocupavam em descrever a forma espacial que impiricamente estudavam em tamanho, número de habitantes e tipo de atividades desenvolvidas. A metrópole era composta de uma cidade principal – a cidade grande – que gerava e organizava uma extensa área, suburbanizando-a: são os municípios vizinhos, os quais no entanto conservavam autonomia administrativa. Produto desta época é "A Cidade de São Paulo" em 4 volumes, trabalho realizado por um grupo de geógrafos sob a direção de Aroldo de Azevedo, pertencentes à Associação dos Geógrafos Brasileiros, seção São Paulo e que foi publicado em 1958.

A partir de meados da década de 70 tiveram divulgação entre nós os trabalhos de Castells, Topalov, Harvey, Lipietz, Indovina, Folin, destacando-se no Brasil, os de Milton Santos ("Produzir é produzir espaço"), onde a questão urbana é analisada sob novos prismas metodológicos e estruturais. Os processos e os agentes da urbanização capitalista, assim como os movimentos sociais urbanos foram então estudados e compreendidos a partir de uma pesquisa participante com os próprios atores dos processos que se desenrolavam. A metrópole é o objeto dessa produção científica, seja ela Paris, Madrid, cidade de México, Rio de Janeiro ou São Paulo.

Nesses momentos então, a metrópole se define como um grande centro territorial onde se acumulam o poder e o capital e se constitui em "locus" de produção de

bens e serviços e em consequência, o lugar onde se realizam a gestão e o consumo por excelência, o que resulta numa máxima acumulação territorial de rendas.

Ao contrário da tese de Castells que afirmava que a metrópole só é forma espacial de países capitalistas industrializados, nosso dilema entretanto ao estudar a cidade de São Paulo era mostrar que esses processos também aconteciam nas cidades – metrópoles – dos países em desenvolvimento ou de economias dependentes. Procuramos demonstrar através da produção teórico-empírica que também estas eram metrópoles, na medida que cumpriam o papel que o capital internacional lhes impunha.

A planificação urbana, as atividades urbanísticas, a gestão das metrópoles – tanto no Primeiro como no Terceiro Mundo – consistiam em querer "organizar" a divisão funcional e a segregação social logicamente espacializadas, que estas cidades apresentavam. A divisão território para produção-residência-gestão e o encaminhamento dos recursos e inversões em infraestrutura e equipamentos que assegurassem esta situação dariam uma orientação ao crescimento acelerado das metrópoles. Fato também constatado em São Paulo. As idéias dos projetos eram de um tipo e os resultados concretos de outra consequência das pressões que os órgãos políticos sofriam dos movimentos sociais e dos grupos de poder e que traziam uma dinâmica nova. Começa a considerar-se o papel do conflito no jogo dos construtores do espaço urbano.

Ainda é o momento em que a cidade grande era vista como sinônimo de qualidade de vida-consumo, o

(*) Professora Doutora do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências

reino da liberdade, das diversões e do anonimato para o grande fluxo migratório que procurava nela a ilusão vendida pelo sistema. É a fase que coincide com o capitalismo monopolista do Estado, que necessita para sua reprodução, a concentração da população (emprego) e do capital nessas áreas metropolitanas.

Este processo afeta de forma diferente as diversas classes sociais que o vivem com uma situação antagônica de fortes conflitos.

O Estado assumirá um papel de fornecedor de infraestrutura, equipamento e o conjunto de atividades necessárias ao crescimento do capital, propondo mudanças a nível político-administrativo, que permitirão o ingresso em grande escala do capital financeiro no setor imobiliário.

O espaço urbano conseqüentemente apresentará uma nova organização pela abertura de grandes eixos de comunicação destinados a ligar as principais áreas da região metropolitana e a relaciona-las com os mercados do resto do país. É o momento das avenidas marginais em São Paulo, das vias elevadas, das rodovias Castelo Branco, Regis Bittencourt, dos Imigrantes, Trabalhadores, duplicação da Raposo Tavares, etc.

Uma nova estrutura urbana se produzirá valorizando antigas áreas residenciais para receber o rápido crescimento do setor terciário-serviços, que o grande desenvolvimento tecnológico da indústria e a concentração do capital e da população exigem.

Enfim, as metrópoles – e como as outras São Paulo –, fazem o papel de centro nevrálgicos do capital monopolista, com o espaço criado para a integração territorial dos processos produtivos e o poder das elites, de definir e impor ideologias e modelos de consumo à maioria da população que nela habita.

O espaço metropolitano mesmo, apresenta uma grande discontinuidade na sua ocupação territorial. Centro e periferia embora compondo um todo oferecem características diferenciadas, constituindo dois modos de organização espacial realizados por duas realidades históricas diferentes. O centro apresenta grande variedade de formas urbanas, inclusive de alto valor histórico. Assim mesmo é suporte de todo um conjunto de elementos que

favorecem uma dinâmica socio-econômica intensa para complementar os bairros residenciais dos arredores.

A área suburbana – o próprio nome o indica – é uma área segregada, de subordinação, de controle social rígido, uma área produzida para sobreviver, mais que para viver, habitada por pessoas socialmente semelhantes e com uma finalidade restrita: a reprodução da força de trabalho.

Nestes "suburbios" que eram chamados "dormitórios", em geral há uma carência generalizada de infraestrutura e serviços, chegando ônibus, luz, água, escola... – por ordem de conquista – depois de muita luta.

Nos anos 80 entramos numa crise econômica que se reflete numa crise do modelo urbano metropolitano. É nas grandes cidades onde aparece primeiro o impacto do problema. A metrópole entra numa crise urbanística de crescimento quantitativo e de grandes obras de infraestrutura sustentadas por tecnologias sofisticadas. A contradição territorial que apresenta hoje não é mais a de cidade – campo, mas a nível de poder e de equipamento desigual é a de centro-periferia: uma dialética territorial que mostra a realidade dos bairros deteriorados e os bairros onde se concentra a renda diferencial. Começa uma luta para a criação de uma metrópole mais igualitária e com uma melhor qualidade de vida.

Como o processo de produção cada vez mais tende a abandonar o espaço da metrópole em busca de outras cidades menores, se reforça hoje ainda mais seu papel de centro do poder e do consumo. Todo o território metropolitano se converte potencialmente num espaço de concentração da gestão, do lazer e da cultura. Isto também é um espaço mistificado e ideologizado pois sendo o reino da linguagem da publicidade e da diferenciação social, se confundem como num cenário de teatro a ficção e a realidade implacáveis deste capitalismo de consumo.

II – "Sua alteza está em perigo"

Na cidade-metrópole capitalista, os valores que eram só de uso se convertem em valores de troca, fazendo dela toda uma mercadoria o que lhe dá um aspecto fetichístico e ideológico transformando tudo do que se apropria numa necessidade de consumo.

Pela ideologia e pela prática podemos distinguir 3 aspectos do modo de realizar-se a mercadoria de uso na cidade:

- a cidade é usada privadamente
- a cidade é organizada publicamente
- a cidade é apropriada capitalisticamente.

Para a análise da organização do espaço urbano devemos levar em conta que o uso da cidade se faz como mercadoria e que essa organização está impregnada de ideologia.

O uso do solo urbano é o resultado de um conjunto de mercadorias complementares e complementares a uma série de serviços públicos produzidos de forma capitalista. Este uso da cidade exige que de tempos em tempos "o consumidor" exerça certas operações próprias como somar, integrar, dividir, etc. diversas mercadorias e diversos serviços e estas circunstâncias lhe dão a possibilidade de usar-consumir a cidade.

Esta forma de considerar a metrópole como uma soma de mercadorias complexas (a terra, a moradia, o escritório, o comércio) trás implicações de ordem ideológica assim também como de estrutura econômica e política. Dentro deste modelo de mercadoria (feito e ideologia) a cidade cumpre um papel político importante como é o de integrar classe e estrato social dentro dos sistema de valores, interesses e comportamentos.

Esse conceito de espaço urbano – mercadoria, entra nas regras do mercado ou, melhor dito, mercados e faz parte de toda a ideologia da necessidade de consumo.

O conceito de necessidades que sustentou a teoria econômica tradicional se tornou objeto de análise também da Psicologia e da Sociologia. Hoje o sujeito real movido a necessidades é confrontado a objetos reais fontes de satisfação.

Ainda a liberdade está ligada ao reconhecimento da necessidade, conceito este que tem origem em Hegel e que Marx e Engels consideram e desenvolvem em profundidade dentro do materialismo histórico. Afirmam que a liberdade consiste no domínio de nós mesmos e da

natureza externa fundado sobre o conhecimento das necessidades naturais. A consciência da necessidade não basta para ser livre, mas é uma meta do problema. Para o marxismo a liberdade é a consciência da necessidade, embora reconheça que as transformações das necessidades tragam as transformações da realidade.

Hannah Arendt analisando Marx escreve que a emancipação da necessidade equivale à emancipação do trabalho o que em última análise significa a emancipação do próprio consumo. "...Cem anos depois de Marx sabemos quão falaz é este raciocínio: as horas vagas do *animal laborans* jamais são gastas em outra coisa senão consumir; e, quanto maior é o tempo de que ele dispõe, mais ávidos e insaciáveis são os seus apetites ... de modo que o consumo já não se restringe às necessidades da vida mas ao contrário visa principalmente as superfluidades da vida, não altera o caráter desta sociedade; acarreta o grave perigo de que chegará o momento em que *nenhum objeto do mundo estará a salvo do consumo* e da aniquilação através do consumo". (1983, p. 146).

Como vivemos uma "sociedade de consumidores" onde também o espaço é consumido ele sofre toda uma estruturação de sistemas de índices e símbolos que se traduzem numa linguagem particular que domina a gestão e que Felix Guattari chama de "semiótica da valorização capitalista".

Neste modo de semiotização – necessidade do capital – tudo se constitui como se fosse um grande computador coletivo do social e da produção, então se cria uma série de objetos-signos sistematizáveis e que são consumíveis como objetos de consumo.

Dentro desta lógica do consumo formada pelo papel do signo e da diferença aplicando-a ao espaço metropolitano distingue-se:

- uma lógica funcional do valor de uso do solo
- uma lógica funcional do valor de troca do solo.

Estas categorias dependendo do tipo de atividades a que se destinem, podem ter status de utilidade, de mercado, de símbolo ou de sinal.

O bairro, a moradia, o escritório, etc, formam parte da mobilidade social realizada através da trajetória da carreira e do "status", são ligados à constelação de objetos consumíveis e se convertem invariavelmente na mesma obsolescência acelerada de outros objetos de consumo.

Embora estes elementos do espaço se enquadrem dentro do problema da procura sempre maior que a oferta, podem também ser tomados – especialmente a moradia – na lógica das conotações diferenciáveis e mutáveis da moda, carregando as mesmas definições que qualquer outro objeto de consumo: traço cultural, idéia, gesto, linguagem, e qualquer outra característica que as convertem em objetos de consumo. Estes possuem determinações psíquicas como símbolo, de utilidade como função e de mercado como produto.

Refletindo esta postura teórica em relação à metrópole paulistana, hoje com seus 16 milhões de habitantes (segundo estimativas SEADE para 1987), quem e como usa-consome este espaço urbano?

Segundo os níveis de grupos salariais informados temos que 75,61% da população estimada ganha até 5 salários mínimos. (1 Salário Mínimo = 40 dólares). De 5 a 10 salários mínimos representa 15,26% e com mais de 10 salários mínimos há um total de 9,13% da população da Grande São Paulo.

Através das pesquisas empíricas podemos fazer um zoneamento da cidade segundo a localização das suas classes sociais. Assim os bairros de população de maior poder aquisitivo – os de classe A e B se encontram no eixo Norte-Sul, enquanto as zonas Leste e Oeste são ocupados pela população de menor rendimentos, categorizados como C, D/E.

Assim dentro dessa divisão territorial dos bairros da cidade há uma categorização segundo a classe, que engloba os três elementos da mercadoria-consumo que antes mencionamos: símbolo, função e produto.

Um "ranking" dos bairros onde está acontecendo o maior número de lançamentos de novos prédios nos mostra:

- 1º lugar – Moema
- 2º lugar – Vila Mariana
– Morumbi
- 3º lugar – Itaim
- 4º lugar – Pinheiros
– Santana
- 5º lugar – Vila Prudente
- 6º lugar – Bela Vista
– Perdizes
- 7º lugar – Butantã
– Ipiranga
- 8º lugar – Aclimação
– Cerqueira Cesar
– Liberdade
– Paraíso
– Casa Verde
– Saúde
- 9º lugar – Brooklin
– Jabaquara
– Real Parque
– Vila Olímpia
- 10º lugar – Alto da Lapa

Também os bairros de maior número de apartamentos lançados estão arrolados segundo o seguinte quadro:

- 1º lugar – Moema 1.149 aptos.
- 2º lugar – Vila Mariana 1.008 aptos.
- 3º lugar – Bela Vista 792 aptos.
- 4º lugar – Vila Prudente 722 aptos.
- 5º lugar – Paraíso 576 aptos.
- 6º lugar – Morumbi 530 aptos.

- 7º lugar – Freguesia do Ó 449 aptos.
 8º lugar – Santana 413 aptos.
 9º lugar – Jabaquara 297 aptos.
 10º lugar – Liberdade 288 aptos.
 – Cerqueira Cesar 288 aptos.

Fonte: EMBRAESP: 1987
Relativos a Jan./jun. 1986

Após o Plano Cruzado houve e continua a haver um surto de especulação imobiliária: está sendo construída na cidade uma quantidade nunca vista de conjuntos residenciais, flats, house-apartments, prédios de escritórios, shopping centers, etc. que estão fazendo crescer cada vez mais a cidade para o alto.

Numa pesquisa que realizei nos jornais de maior circulação de São Paulo (Estado de São Paulo e Folha de São Paulo) durante o mês de agosto do corrente ano pude avaliar os seguintes fatos:

- 1 – A ideologia do consumo se persegue a partir do nome do prédio, o qual procura atrair os compradores a partir do prestígio social. Assim encontramos prédios-moradias com denominações em línguas estrangeiras como king Space, Rosengarten, Sunset Square ou Maison Nattier, Chateau de Manet, condomínio Paysage, etc.
- 2 – Procura-se transmitir a imagem psicológica de tranquilidade e o bucolismo das áreas rurais: "Interior da Cidade de São Paulo" onde se vendem apartamentos nos municípios da área metropolitana (Itapeverica da Serra, Guarulhos, Taboão), que eram considerados periferia na década de 70 e agora já são áreas de localização de população de maior renda.
- 3 – A imagem da mercadoria se oferece trazendo à memória os bons momentos do "milagre econômico", atuando psicologicamente, e assim os jornais proclamam: "Os bons tempos voltaram..."
- 4 – Alguns bairros são considerados a partir de valores como "Tradicional" e "Familiar".

5 – O consumo da moradia enquanto símbolo de status leva a toda uma exposição de luxo e conforto não só do apartamento como do prédio, enunciando uma série de atrativos como piscinas, sauna, hidromassagem, lareiras, terraços, campos de esportes, antena parabólica, etc.

6 – Do ponto de vista da mercadoria-produto há uma detalhada exposição do preço total, valor da entrada, prestação mensal a pagar, financiamento, tipo, prazo, órgão financiador, etc., que esperam despertar no consumidor a "necessidade" de ver o bom investimento e a segurança econômica que realiza.

7 – Um argumento ideológico de grande alcance é a idéia que esses lugares possuem um grande e completo esquema de segurança. As grandes companhias imobiliárias tem em seus escritórios mapas de localização dos fatos policiais da violência urbana e são mostrados ou não segundo o interesse de cada lugar a ser vendido. Assim os bairros da Consolação, Pinheiros, Liberdade, Jardim Paulista, Ibirapuera e Santo Amaro são os mais afetados com roubo; já bairros onde há maior incidência de furtos são citados: Sé, Paulista, Jardins, Liberdade e Santo Amaro. Enfim, há toda uma rotulação da metrópole.

Essa mesma linha de análise pode ser feita para prédios de escritórios e consultórios onde se incentiva a busca de lugares de prestígio social e qualidade de vida como Moema, Ibirapuera, Avenida Paulista, Faria Lima entre outros. Também se alerta para a qualidade de infraestrutura e do projeto. Neste ramo da especulação a ideologia da necessidade do consumo se especializou até no detalhe e forma de venda. Para o aluguel ou venda destes prédios – que geralmente são feitos a executivos em sua esmagadora maioria do sexo masculino – as corretoras são propriedade de mulheres ou empregam em seus quadros só mulheres. Numa entrevista feita com o proprietário de uma grande corretora, o mesmo declara: "Chegamos a empregar homens para essa função, mas eles não rendiam quanto as mulheres".

Já as vendedoras, com idade de 25 a 40 anos – limite etário para este tipo de atividade – acham o campo de trabalho muito bom porque tem flexibilidade de horários o que lhes permite conciliar vida familiar com

atividades lucrativas. Em geral possuem títulos universitários.

Com relação ao setor comercial, também a ideologia trata de fazer consumir o espaço para uma melhor e maior possibilidade de vendas. Antigos bairros do centro de São Paulo, que sofrem uma forte degradação, como Santa Efigênia, hoje estão fazendo uma remodelação e criando novas formas de uso do solo transformando-se num Shopping especializado e "a céu aberto" com as "vantagens" que simboliza esta expressão.

Um outro bairro de classe média – Água Branca – está entrando num forte esquema de mudanças. As antigas e clássicas casas geminadas vão dar lugar a vários shopping centers: num raio de 2 km serão inauguradas mais de 1000 lojas, com restaurantes, cinemas e áreas de lazer para crianças e jovens. O preço do terreno já entrou em vertiginoso aumento, trazendo problemas de circulação às avenidas que lhe dão acesso. São mudanças e transformações na metrópole produzidas pela

necessidade de novas formas de consumo do espaço urbano.

Finalmente, toda essa luta pela ocupação e consumo do espaço com uma forte carga ideológica, que é anunciado com grandes títulos e de grande tamanho nos jornais, só objetiva atingir 9,13% da população – a que ganha mais de 10 salários mínimos – a qual realiza no espaço a satisfação de sua "necessidade" de prestígio social.

Se considerarmos que na metrópole paulistana a luta por uma cidade mais igualitária e com maior qualidade de vida ainda é muito incipiente e que 75,61% da sua população ganha até 5 salários mínimos, realmente devemos concluir compartilhando a opinião de Indovina de que "sua alteza está em perigo".

Nota

* A classificação de classes em A, B, C, D/E é feita segundo as pesquisas de mercado por níveis de renda e de consumo.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ARENDETT, Hannah – "A condição Humana", Forense – Universitária, Rio de Janeiro, 1983.
 INDOVINA, Francesco – "Elogio della crisi urbana", in: "La Crisi del Governo Urbano", org. por Ceccarelli, Paolo, Marsilio Editorillo Scienzo della Nuova Società, Venezia, 1978.

BAUDRILLARD, Jean – "La Genèse Idéologique des Besoins", Paris, s/d.
 REVISTA ISTO É, n° 506, São Paulo, set. 1986.