

| 1145 | O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO NA DINÂMICA IMOBILIÁRIA E PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE CURITIBA

Fernanda Aparecida Fernandes, Olga Lúcia C. F. Firkowski

Resumo

O processo de internacionalização tem contribuído para acelerar as alterações na dinâmica urbana das grandes metrópoles do mundo, através da inserção de novos elementos ao espaço urbano. Atualmente, verifica-se sua influência no mercado imobiliário de muitas cidades brasileiras, cada qual contendo suas especificidades. Em Curitiba o processo tem se caracterizado pela inserção de grandes empresas estrangeiras ou compostas por capital internacional que passaram a disputar o mercado com as empresas locais. Tal alteração provocou uma reestruturação na lógica construtiva da cidade, através da inserção de novos produtos imobiliários, da mudança nos padrões de construção e conseqüentemente da (re)valorização de determinadas áreas da cidade.

Palavras-chave: Internacionalização, mercado imobiliário, produtos imobiliários e produção do espaço urbano.

Introdução

O presente artigo discute o crescimento recente do mercado imobiliário de Curitiba, concomitantemente à influência do processo de internacionalização. Este processo tem sido responsável por alterações nos mais variados equipamentos urbanos das cidades brasileiras, e recentemente, tem se estendido ao imobiliário, contribuindo para as transformações na forma de produção do espaço urbano. Contudo, diversos autores apontam para uma polarização da ocorrência deste processo em torno das grandes metrópoles brasileiras, em detrimento às demais cidades, sobretudo devido à capacidade de consumo destes novos produtos.

A internacionalização se manifesta de modo mais contundente em Curitiba, na década de 1990, com a chegada de diversas empresas estrangeiras, inserindo novos elementos na paisagem urbana. Este processo é verificado através da atuação de empresas com capital internacional no mercado local. Tais empresas têm alterado significativamente a produção do espaço urbano, e mais recentemente estas transformações chegaram à produção habitacional, com a inserção de novos produtos imobiliários, cada vez mais sofisticados, destinados a uma parcela específica da população, a de alto poder aquisitivo.

Neste sentido, o estudo compreende o período recente, em que ocorreram mudanças significativas na cidade, entre os anos de 2006 e 2011. É a partir de 2006 que diversas empresas brasileiras colocaram à venda ações na bolsa de valores, possibilitando a

participação de capitais estrangeiros em sua composição societária. A partir desta captação de recursos, puderam expandir suas atividades para outras cidades, entre elas a metrópole curitibana.

Para a aferição dos dados sobre padrão dos empreendimentos, quantidade de equipamentos de lazer e relevância da atuação das grandes empresas no mercado local foram coletadas informações referentes aos lançamentos dos anos de 2010 e 2011. Os empreendimentos destas empresas contabilizam 103 lançamentos, cerca de 1/3 da totalidade de imóveis à venda na cidade nesta modalidade.

Assim, foi possível concluir sobre as tendências relacionadas a esse momento específico, tanto no que diz respeito à localização dos empreendimentos, quanto às características dos produtos imobiliários.

1. O Processo de Internacionalização da Metrópole

A movimentação de empresas e capitais pelo mundo se intensificou a partir da década de 1980, conforme aponta Sassen (1998), favorecendo a reprodução de novos conteúdos urbanos. No Brasil, este processo tornou-se evidente após os anos de 1990, contribuindo nas transformações espaciais em curso no país.

A inserção crescente de empresas com lógicas e/ou capitais externos, sobretudo internacionais, nos mercados locais contribuiu para as alterações na forma e nos conteúdos das cidades. Equipamentos urbanos pouco comuns nas cidades brasileiras passaram a ser frequentes, como os hipermercados, os shopping centers, as redes de cinema, enquanto outros foram reformulados, como os hotéis, os produtos imobiliários, etc.

A internacionalização, como explica Sassen (1998) foi responsável, sobretudo, pela dispersão de novas formas de consumo e serviços. Porém, esta modernização dos espaços e serviços é um processo que ocorre de modo mais intenso nas grandes metrópoles, que se caracterizam como espaços nos quais incidem os processos internacionais, promovendo a competição entre elas pela obtenção destes novos elementos e, conseqüentemente, concentrando riquezas, modernização e crescimento econômico. (BENKO, 2002).

Para Ascher (2010), a crescente metropolização que caracteriza o mundo atual, resultou em aglomerações cada vez mais competitivas. Nelas se inserem o comércio especializado, os equipamentos urbanos modernos, de saúde, educação, lazer, entre outros,

atraindo, igualmente, a parcela da população mais qualificada e conseqüentemente, com condições para consumir tais produtos e serviços.

Este processo tem se confirmado no Brasil, pois a inserção dos equipamentos modernizados destina-se às parcelas mais abastadas da sociedade, pois se trata de um fenômeno ligado diretamente a forma de acumulação e produção de riqueza inerente à economia capitalista. A importância adquirida por determinadas cidades na economia mundial acirra as contradições existentes entre elas. Sassen (1998, p. 17) afirma que:

Ao lado destas novas hierarquias globais e regionais das cidades há um vasto território que se tornou cada vez mais periférico e cada vez mais excluído dos grandes processos econômicos que alimentam o crescimento econômico de na nova economia global. Uma multiplicidade de centros manufatureiros e cidades portuárias, outrora importantes, perderam suas funções e encontraram-se em declínio, não só nos países menos desenvolvidos como também nas economias mais adiantadas.

Ao mesmo tempo em que atividades produtivas se dispersaram pelo território nacional, as atividades especializadas se concentraram, conferindo novas formas e funções às cidades.

A internacionalização contribuiu, normalmente, para a expansão urbana da metrópole, como aponta De Mattos (2004) ao citar diversas cidades latino-americanas, entre elas São Paulo, nas quais elementos como shopping centers, complexos cinematográficos, hipermercados, redes hoteleiras, dentre outros, tendem a se implantar cada vez mais distantes do centro, favorecendo e estimulando a incorporação de novas áreas à dinâmica urbana. Este fenômeno, no entanto, não ocorre em Curitiba, pois a cidade exerce uma forte centralidade que resulta na concentração dos equipamentos urbanos, como as grandes superfícies comerciais, os shopping centers, os hipermercados, dentre outros, apontados por Firkowski e Ferreira (2010) e Ferreira, Fernandes e Huçulak (2011).

Em Curitiba, o crescimento passou a ser verificado através da compactação urbana, em áreas específicas da cidade. Algumas delas tornaram-se intensamente verticalizadas na última década, apontando uma tendência à mudança locacional da verticalização da cidade.

A internacionalização caracteriza-se ainda, pela integração entre diferentes localidades mundiais, através de produtos e serviços disponíveis a pessoas do mundo todo. É o caso do Nordeste brasileiro, que apresenta uma intensa construção de hotéis,

condomínios e *flats* destinados a turistas e compradores estrangeiros. Clementino (2010) aponta uma intensa movimentação nas vendas de segunda residência, adquiridas, na maioria das vezes, por estrangeiros que pretendem residir ou passar férias no local. Há ainda, os edifícios de escritório, no caso paulistano, que se encontram acessíveis às empresas do mundo todo.

Diferentemente das transformações observadas em outras cidades brasileiras, o processo de internacionalização, em Curitiba, é observado através da inserção de empresas da construção civil, como construtoras e incorporadoras, de origem estrangeira, ao mercado local, ou ainda, a abertura de capitais por parte de grandes empresas brasileiras, possibilitando a entrada de investimentos internacionais em sua composição. É o fenômeno que Sassen (1998, p. 25) descreve como o processo da nova Geografia das transações internacionais.

O fato de que existe uma nova geografia de transações internacionais tornou-se evidente quando se examinam os fluxos de investimento estrangeiro direto (IED), isto é, investidores que adquirem uma empresa, na totalidade ou em parte, ou que constroem e implantam novas empresas em um país estrangeiro.

Atualmente, o processo de internacionalização contribui nas diversas transformações da dinâmica urbana, através da inserção de novos elementos ou na mudança de hábitos inerentes às cidades globais. A internacionalização tem acelerado os processos de mudança e tornado-as cada vez mais rápidas e intensas. Berry-Chikhaoui, Deboulet e Roulleau-Berger (2007) apontam que estas transformações aceleradas são determinadas por uma lógica atrelada ao mercado e ocorrem com maior intensidade em setores específicos, como serviços, transporte, grandes eventos, concentração de espaços comerciais, porém não refletem nas urgências básicas da população, como segurança, infraestrutura, dentre outros.

É neste sentido que as cidades despertam cada vez mais a atenção daqueles que se dedicam aos estudos relacionados às ciências sociais.

As cidades ressurgiram não apenas como objeto de estudo, mas também como lugares estratégicos para a teorização de um amplo conjunto de processos sociais, econômicos e políticos, fundamentais para a era presente: a globalização econômica e a migração internacional, a emergência de serviços e finanças especializados como os setores que mais crescem nas economias adiantadas e novos tipos de desigualdade. (SASSEN, 1998, p. 20).

A metrópole adquire importância cada vez maior na insurgência deste processo, sendo o local principal das transformações urbanas mais intensas nas últimas décadas.

2. A Internacionalização no Mercado Imobiliário Curitibano

Recentemente o mercado imobiliário passou a demonstrar os reflexos da internacionalização. Após o ano de 2006 diversas empresas do setor imobiliário brasileiro abriram possibilidade para a entrada de capitais estrangeiros em sua composição, através da venda de ações na bolsa de valores. Essa capitalização, segundo Miele (2008) possibilitou a expansão da atuação destas empresas para além do seu local de origem, com a utilização destes investimentos na compra de terrenos destinados às futuras construções.

Conforme a Tabela 1 é possível verificar que apenas a MRV Engenharia e o Grupo Thá atuavam em Curitiba na década anterior à sua capitalização internacional, enquanto as outras empresas iniciaram suas atividades na cidade posteriormente, como é o caso da PDG Realty S. A., da Tecnisa Engenharia e da Gafisa S/A. A inserção destas empresas na bolsa de valores trouxe ainda, uma transformação na sua composição financeira, (Tabela 1) com o aumento no volume de capital estrangeiro, superando o valor de investimentos nacionais.

Tabela 1: Processo de internacionalização das empresas

Empresa	Origem/ Meio de Internacionalização	Inserção na BOVESPA	Atuação em Curitiba	% de capital Estrangeiro
Bascol	Portugal	-----	2008	-----
Brookfield Incorporações	Canadá	-----	2010	-----
Camargo Corrêa	Capital na Bolsa de Valores	2007	2011	***
Construtora Tenda	Empresa da Gafisa	2007	2006	-----
Cyrela Brazil Realty	Capital na Bolsa de Valores	1997	2008	72,5
Gafisa S/A	Capital na Bolsa de Valores	2006	2006	61,8
Grupo Plaenge	Atuação no Chile*	-----	2006	-----
Grupo Thá	Equity International**	-----	1895	-----
Helbor	Capital na Bolsa de Valores	2007	2010	***
MRV Engenharia	Capital na Bolsa de Valores	2007	1999	70,0
PDG Realty S. A. Emp.	Capital na Bolsa de Valores	2007	2010	46,8
Rossi Residencial	Capital na Bolsa de Valores	1997	2010	72,5
Tecnisa Engenharia	Capital na Bolsa de Valores	2007	2010	53,4
Vanguard Home	Empresa do Grupo Plaenge*	-----	2006	-----

* O Grupo Plaenge é considerado internacionalizado devido à expansão de suas atividades para o Chile, e em consequência, parceria com empresas de capital internacional.

**O Grupo Thá, recentemente, teve seu controle acionário vendido ao Fundo de investimento americano Equity Internacional, passando assim a ser uma das maiores empresas internacionalizadas atuantes no Paraná.

*** Não identificado

Fonte: Pesquisa direta, 2011/Bovespa, 2012.

Organização: FERNANDES, F. A., 2012.

Estas grandes empresas, assim como em outros lugares do país, buscavam um local propício aos seus investimentos e aproveitaram o momento econômico favorável a novos investimentos vivenciado pelo Brasil. Segundo Gonçalves (2010) o bom momento econômico do país e as condições de financiamento da casa própria proporcionaram um aumento no número de famílias formadas, em torno de 2,4%, enquanto a produção de moradias cresceu 1,8%. O déficit habitacional de 25.147 residências em 2000 contribuiu, igualmente, para o crescimento do setor imobiliário residencial na última década em Curitiba. Contudo, foram os programas de governo para financiar a construção civil que culminaram no aumento expressivo da construção de empreendimentos residenciais nos últimos anos.

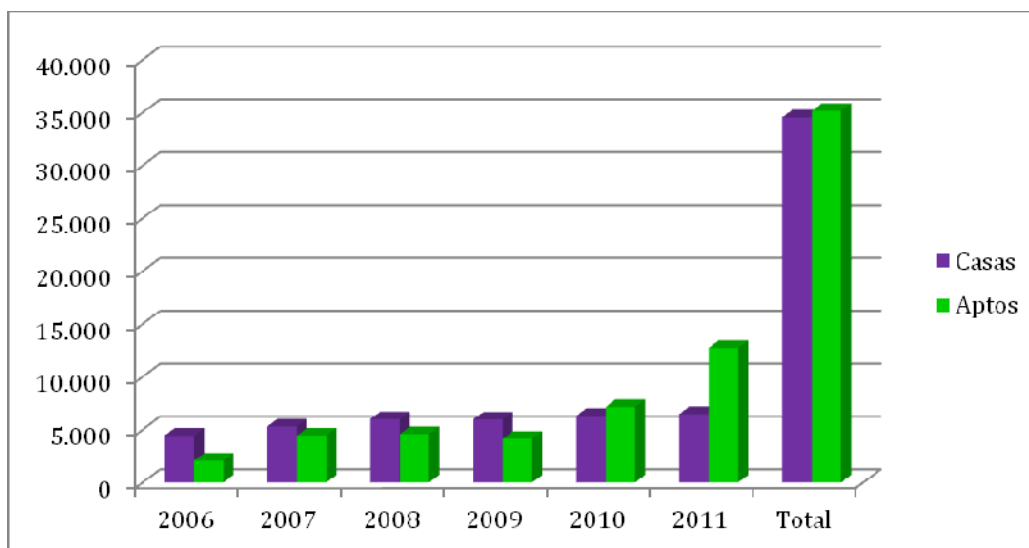
Este fenômeno resultante na modernização e reestruturação das cidades é oriundo de políticas públicas e privadas, esta última, sobretudo, de capital internacional. Este processo, de acordo com De Mattos (2004) colaborou para a reestruturação das economias nos países latino-americanos, em diferentes períodos, mais ou menos intensos.

[...] mais cedo ou mais tarde todos se articularam à economia global e foram afetados pelas correspondentes transformações. Isto se refletiu, sobretudo nos respectivos indicadores de comércio internacional, em que tanto as exportações como as importações experimentaram significativos aumentos. (DE MATTOS, 2004, p. 162- 163).

Neste sentido, o mercado imobiliário tem colaborado, em grande parte, nas transformações em andamento em Curitiba. Isto porque, a produção do espaço urbano reflete também as transformações econômicas evidenciadas pelo processo de internacionalização. O surgimento de novas formas de moradia, de escritórios, de locais destinados ao consumo é proporcionado pela lógica de acumulação de capital, resultando em uma sociedade desigual com o crescimento das injustiças sociais. (GOTTDIENER, 2010).

A importância adquirida pelas empresas com capital internacional é evidente, pois estas correspondem a cerca de 1/3 dos imóveis lançados e disponíveis para a venda na cidade, nos anos de 2010 e 2011¹. Estas empresas se destacaram na construção de edifícios, reafirmando a mudança nos padrões construtivos adquiridos pela capital paranaense, antes caracterizada pelas construções horizontais. O Gráfico 1 evidencia o crescimento das construções acima de 4 andares na cidade nos últimos 6 anos – período em que estas empresas iniciaram suas atividades em Curitiba.

Gráfico 1: Quantidade de casas e apartamentos construídos em Curitiba



Fonte: Secretaria Municipal de Urbanismo de Curitiba, 2011.

Organização: FERNANDES, F. A.

O crescimento mais expressivo, contudo, ocorreu nos últimos anos analisados, 2010 e 2011, neles o número de apartamentos chegou a 7.152 e 12.736, respectivamente, ressalta-se que esses dados correspondem apenas às construções concluídas neste período. Observa-se, que no total, o número de apartamentos é superior ao número de casas construídas, e que esta mudança ocorreu em um curto espaço de tempo, constituindo-se num dos elementos das transformações em curso.

Curitiba ganhou destaque ainda, por sua relevância nacional na quantidade de lançamentos no ano de 2012. Foram 10,6 mil unidades, número menor apenas que aquele das metrópoles do Rio de Janeiro e de São Paulo, 2º e 1º lugar, respectivamente. (REVISTA ÉPOCA, 2012).

¹ Alguns empreendimentos haviam sido lançados no ano de 2009, mas ainda dispunham de unidades à venda no final do ano de 2011.

Estes dados revelam a importância do setor imobiliário, e mais recentemente a influência do processo de internacionalização, na produção do espaço urbano e nas transformações ocorridas em seu interior nos últimos anos.

3. A Mudança nos Padrões Construtivos de Curitiba: a Influência do Processo de Internacionalização

O mercado imobiliário apresenta uma grande capacidade e flexibilidade às transformações, pois reflete as mudanças nos padrões de consumo da população. O que outrora era fundamental nas residências passa a ser obsoleto atualmente, e novos produtos tornam-se indispensáveis.

Singer (1980) já apontava para uma obsolescência moral das construções, algumas geradas pelo próprio processo capitalista. Como exemplo podemos citar o surgimento dos empreendimentos dotados de ampla infraestrutura com equipamentos destinados ao lazer, entretenimento, serviços e até mesmo ao comércio. O autor aponta ainda outras mudanças nos padrões de consumo que refletem no tipo e padrão das construções atuais; como a difusão do automóvel que, inicialmente, tornou a garagem um item fundamental e que atualmente se revela na necessidade de mais de uma vaga tendo em vista a frequência do segundo automóvel por família. O tamanho das famílias, o tipo de eletrodomésticos, entre outros, resultaram, igualmente, em novas moradias, mais compactas em relação às antigas edificações, recriando em espaços coletivos o que, anteriormente, estava circunscrito aos espaços individuais, como o espaço gourmet e a lavanderia, por exemplo. Estes novos itens tendem a reforçar as transformações sofridas pelo imobiliário nas cidades.

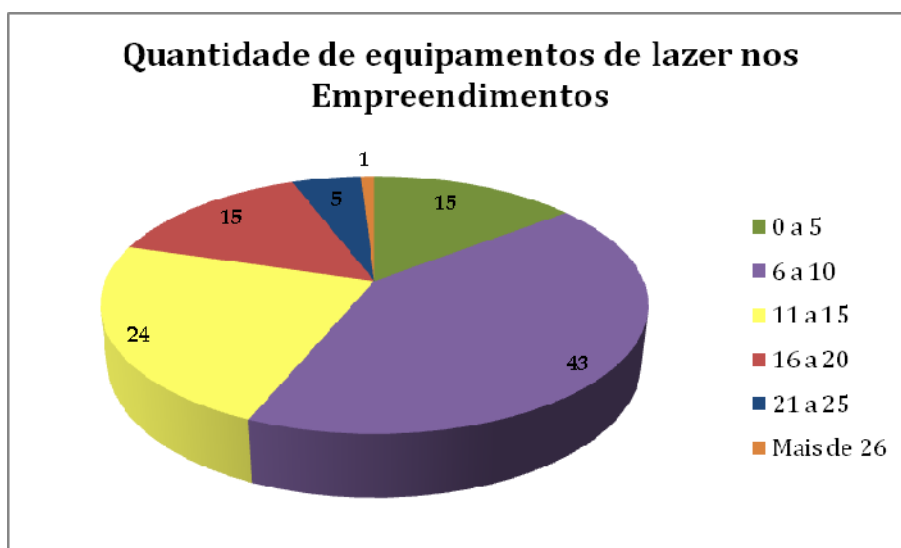
Destaca-se neste sentido, a quantidade de itens de lazer presentes nos empreendimentos mais recentes lançados em Curitiba, sobretudo aqueles de empresas com capital internacional. Estes elementos são responsáveis pela valorização e diferenciação dos novos empreendimentos, devido ao grande crescimento do mercado imobiliário da cidade.

Quando considerados os lançamentos das grandes empresas com capital internacional, destaca-se a inserção de elementos alheios à cultura local, ou seja, verifica-se a reprodução de projetos similares em escala nacional, contendo elementos semelhantes entre si, mas que, por vezes, não encontram significado nas culturas locais/regionais. Assim, os empreendimentos possuem, via de regra, os mesmos itens de lazer, independentemente de sua utilização em determinada região.

Estes processos implicam outros modelos de produção do espaço de que resultam novos produtos, acarretando importantes modificações nas paisagens urbanas, mas também alterações no posicionamento das cidades em redes urbanas supranacionais, pois estas mudanças são parte da transformação do capitalismo no sentido duma maior integração internacional. (SALGUEIRO, 1994, p. 81).

Os novos produtos imobiliários identificados em Curitiba, provenientes deste processo, possuem uma grande diversidade, sendo mais de 50 tipos de itens de lazer. A totalidade dos 103 empreendimentos estudados apresenta ao menos 2 deles, sendo que 22 possuem mais de quinze itens e um mais de 30 (Gráfico 2). Os empreendimentos que apresentam menor quantidade de itens estão destinados à classe mais baixa da população, e em sua maioria são construídos pela MRV Engenharia². Dos 58 empreendimentos com menos de 10 itens de lazer, 14 são desta empresa.

Gráfico 2 - Quantidade de equipamentos de lazer nos empreendimentos



Fonte: Pesquisa direta, 2011.

Organização: FERNANDES, F. A., 2012.

Além dos equipamentos padronizados, o espaço gourmet, a lavanderia, dentre outros, presente na maioria dos empreendimentos, há ainda os elementos que funcionam como um diferencial, por estar presente em um determinado empreendimento, tornando-o exclusivo. É o caso de um dos empreendimentos da Gafisa S/A, com serviço *delivery* de supermercado, farmácia e *pet shop*. Há ainda, uma homogeneização dos equipamentos de

² A empresa tem se destacado nacionalmente como uma construtora destinada ao público de menor renda, sobretudo, inserindo-se no programa Minha Casa Minha Vida do governo federal.

lazer, presentes nos empreendimentos das empresas com capital estrangeiro. São itens como a piscina, a churrasqueira, o redário, que refletem a cultura de um local específico, mas que são reproduzidos em todos os empreendimentos construídos por estas empresas, independentemente da região de instalação.

Alguns itens de lazer agregam valor e tornam o apartamento diferente dos demais, enquanto outros surgiram da necessidade de compactação dos imóveis. Devido aos altos preços adquiridos pelos empreendimentos, uma das estratégias foi a oferta de apartamentos menores, primeiramente de 2 quartos e, posteriormente, de 1 quarto, *lofts* e *studios* (os dois últimos não possuem divisão entre os cômodos).

Segundo os dados do Inpespar (2008; 2011), anteriormente a 2008 os apartamentos mais vendidos eram de 3 quartos, e após a alta de preços, os empreendimentos de 2 quartos passaram a ser os mais procurados. Neste período houve ainda o crescimento gradativo no número de lançamentos de 1 quarto.

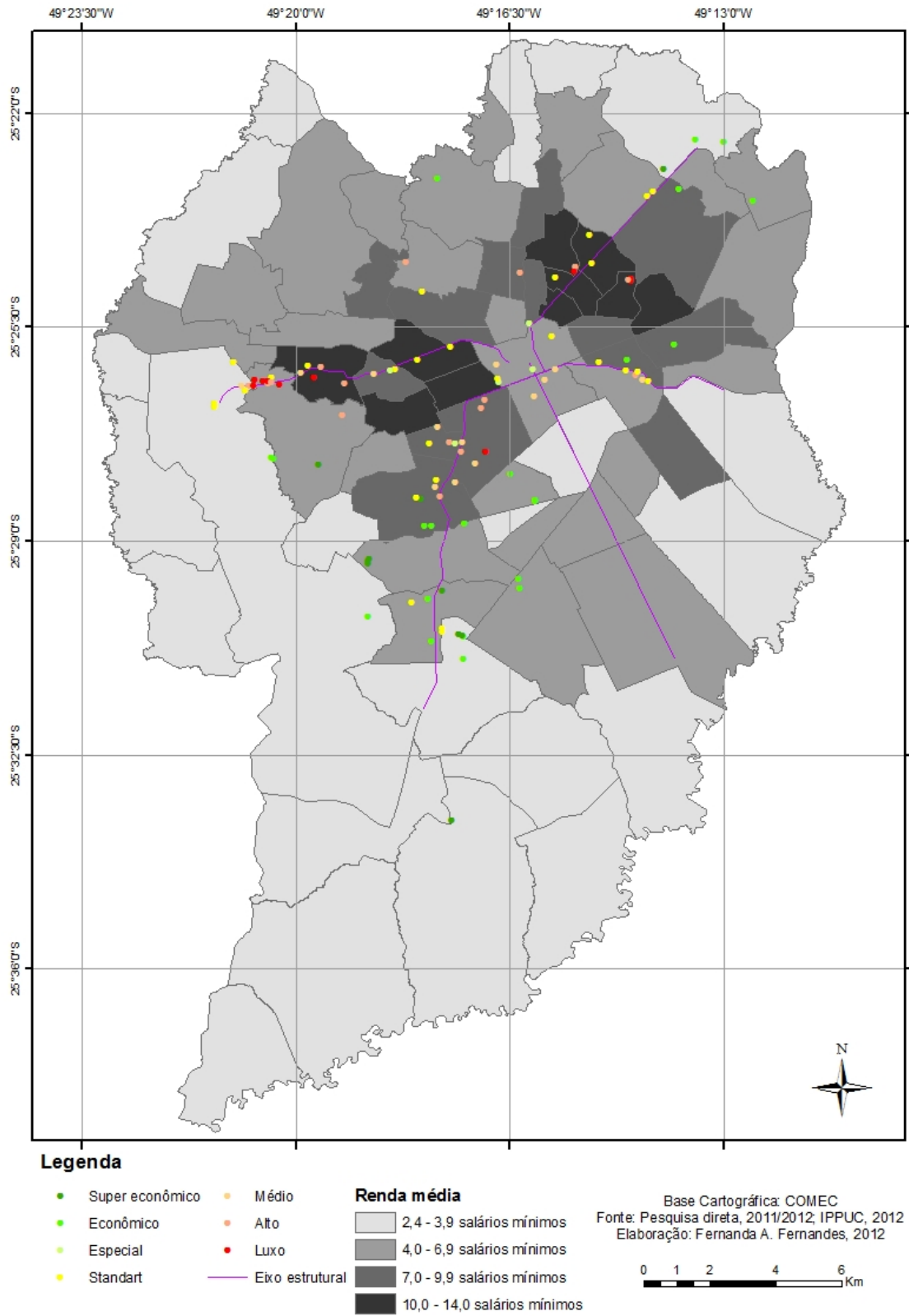
A diminuição da metragem acarretou na inserção de itens que anteriormente compunham o ambiente privado. Os espaços individuais tornaram-se coletivos, como o *espaço gourmet* (uma espécie de cozinha ampliada) e a lavanderia, ambos espaços coletivos. Na maioria dos empreendimentos de 1 quarto a área para lavanderia individual não existe devido ao reduzido tamanho dos apartamentos.

Outro ponto a se destacar corresponde ao grande número de apartamentos de luxo e alto padrão lançados nos últimos anos que, contudo, estão restritos a bairros específicos da cidade. A Figura 1 sobrepõe os empreendimentos com valores acima de 600 mil reais, considerados de alto padrão e de luxo³, e a renda média dos curitibanos, como resultado, observa-se a relação estreita entre a presença de tais edifícios e os bairros mais abastados de Curitiba, reforçando a seletividade já existente na cidade.

A maioria destas áreas encontra-se com processo de urbanização já consolidado, havendo pouca disponibilidade de terrenos, sobretudo, com tamanho que possibilite a construção de empreendimentos de grande porte, elevando assim os preços dos imóveis e a procura pelos mesmos. No centro da cidade, bem como em suas proximidades é possível observar a reestruturação de antigas superfícies comerciais, dando lugar aos empreendimentos imobiliários.

³ De acordo com a pesquisa realizada pelo Jornal Gazeta do Povo para a Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário no Estado do Paraná.

Figura 1 - Padrão dos empreendimentos de acordo com a renda média dos chefes de família



Apenas na região leste, em uma área denominada pelos promotores imobiliários como Ecoville é possível encontrar grandes áreas livres para construção. Porém, conforme Polucha (2010) a maioria dos terrenos disponíveis no Ecoville foi adquirida por construtores, incorporadores e até mesmo especuladores, anteriormente ao local se tornar um eixo verticalizado de expansão urbana. Esse fator contribui, ainda, para a especulação imobiliária no local, crescendo o valor dos imóveis. Igualmente, o apelo comercial e o *marketing* gerado em torno deste local aliado as construções de alto padrão e luxo o torna o mais caro de cidade, com valores que chegam à 7 mil reais o m², superior até mesmo à média da cidade de São Paulo (REVISTA ÉPOCA, 2012).

Sendo assim, esta área é intensamente disputada para a construção de empreendimentos de valor mais elevado. Do total de construções das grandes empresas cerca de 20% está concentrada no Ecoville e, se considerado o entorno, o número passa para 25%, com destaque para as construções do Grupo Plaenge⁴ e da PDG Realty Empreendimentos S/A.

Salgueiro (1994, p. 95) aponta que o crescimento deste ramo do setor imobiliário está intrinsecamente ligado ao processo de internacionalização.

Nos últimos anos se desenvolveu um mercado imobiliário preferencialmente de escritórios e de habitação de luxo que funciona à escala internacional. As alterações econômicas mais pertinentes para explicar o seu desenvolvimento são o processo de terceirização e o novo papel do investimento imobiliário na valorização do capital, conjugado com o aumento da facilidade de circulação de capitais.

Por fim, as alterações na dinâmica urbana são identificadas pela revalorização da área central de Curitiba, com o crescimento e modernização das construções do local. Para Salgueiro (1994) o centro possui os atributos ideais para a atração da população mais abastada.

Assiste-se à revalorização de áreas centrais para habitação de estratos da alta burguesia que evidenciam novos estilos cosmopolitas de vida e privilegiam o acesso a serviços diversificados e de qualidade, seja no domínio do comércio, da restauração, do teatro, da música, das exposições ou de outras atividades lúdicas. (SALGUEIRO, 1994, p.80).

⁴ O Grupo Plaenge dedica-se à construção de empreendimentos de alto padrão, já o segmento destinado à classe média é de responsabilidade da Vanguard Home, empresa do mesmo grupo.

Sobre este processo aponta ainda uma renovação constante na produção do espaço urbano, concomitantemente a valorização de novas áreas para a habitação há o declínio de outras. Geralmente, nas novas áreas há o surgimento de edifícios modernos e sofisticados, enquanto em outras proliferam os alojamentos marginais.

Devido a grande procura e a falta de terrenos disponíveis no centro da cidade, a estratégia das grandes empresas estudadas tem sido a "reestruturação" dos espaços antigos para a realização de novos empreendimentos, ou seja, há uma mudança nos usos dos espaços anteriores, as superfícies comerciais passam a dar lugar aos empreendimentos residenciais. Porém, são empreendimentos com novas características, em sua maioria de uso misto, compostos por apartamentos, salas comerciais, galerias de lojas, bares e restaurantes e ainda os equipamentos de lazer, relacionados anteriormente.

Além do aumento na disponibilidade de linhas de financiamentos que tem aquecido o mercado imobiliário e contribuído para a elevação dos preços vigentes, a internacionalização do setor teve sua parcela de encargo nesta valorização.

A implantação dos processos e mercados globais significa que o setor internacionalizado da economia expandiu-se profundamente e impôs uma nova dinâmica da valorização, isto é, um novo conjunto de critérios para valorizar ou precificar as várias atividades econômicas. (SASSEN, 1998, p. 76-77).

A criação destes novos espaços está diretamente vinculada à ideia de comodidade, visto que criam ambientes em que, teoricamente, o morador não necessita se deslocar pela cidade para trabalhar, realizar compras e desfrutar o lazer.

Devido aos problemas de mobilidade, segurança, entre outras, frequentes nas grandes metrópoles, os empreendimentos centrais utilizam-se da junção de vários elementos para vender um novo modelo de moradia. Para Salgueiro (1994), estes empreendimentos são compostos por vários equipamentos de lazer e buscam recriar os espaços públicos, anteriormente tranquilos e seguros, mas agora em ambientes privados, "intencionalmente separados das ruas barulhentas, sujas e perigosas da cidade". (Idem, 1994, p.80).

A localização, por si só, na área central de Curitiba já é um grande atrativo, pois a cidade apresenta um grande poder concentrador de equipamentos urbanos de comércio e serviços. Por este motivo o centro da cidade, assim como as localidades próximas, são extremamente valorizadas, dado a acessibilidade e a boa infraestrutura destes locais.

Considerações Finais

Intensas transformações ocorrem devido ao crescimento do mercado imobiliário em diversas cidades brasileiras. Contudo, recentemente, observa-se a influência do processo de internacionalização neste mercado, acentuando as mudanças em andamento. As grandes empresas externas ao mercado local curitibano são responsáveis por grande parte das construções na cidade, contribuindo para a mudança nos padrões construtivos praticados atualmente.

Durante os anos de 2006 e 2011, as 14 empresas identificadas contribuíram na intensificação do processo de verticalização da cidade. Inseriram novos produtos imobiliários almejando a valorização dos empreendimentos, que em sua maioria estão destinados à parcela mais abastada da população, com capacidade para consumir tais produtos.

Os empreendedores imobiliários têm utilizado cada vez mais, a ideia da comodidade, seja na quantidade de itens de lazer oferecidos ou na localização privilegiada com acessibilidade aos equipamentos urbanos presentes, em sua maioria, no centro da cidade.

Quanto à localização, observa-se tanto a reafirmação de áreas nobres e de classes de renda elevada, como o Ecoville, caracterizada por produtos de luxo e alto padrão, como a redescoberta do centro como local de implantação de empreendimentos mistos e de tamanho reduzido, com itens coletivos em detrimento dos individualizados.

O mesmo processo de internacionalização caracterizado por produtos cada vez mais modernizados, e em alguns casos diferenciados devido à grande quantidade de lançamentos, é igualmente responsável pelo processo inverso, apresentando uma intensa homogeneização dos produtos imobiliários. As grandes empresas do setor possuem os mesmos equipamentos de lazer disponíveis em empreendimentos de regiões distintas do Brasil, ainda que estes itens sejam culturalmente localizados, como é o caso do redário, da churrasqueira e da piscina. Este antagonismo possibilita outras formas de estudo sobre o tema, que não foi ainda completamente esgotado.

Referências Bibliográficas

ASCHER, F. **Os novos princípios do urbanismo**. 1. ed. São Paulo: Romano Guerra, 2010.

BARATA SALGUEIRO, T. Novos produtos imobiliários e reestruturação urbana. **Finisterra**, Lisboa, XXIX, 57, p. 79-101, 1994.

BENKO, G. **Mundialização da Economia, metropolização do mundo**. n. 15. REVISTA DO DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA. São Paulo, FFLCH. 2002.

BERRY-CHIKHAQUI, I. DEBOULET, A. et ROULLEAU-BERGER, L. (dir.) **Ville Internationales. Entre tensions et réactions des habitants**. Paris : La Découverte, 2007.

CLEMENTINO, M., L., M. Turismo de 2ª residência: europeus no Nordeste do Brasil. In: RAMOS, S. P.; CERDAN, L. M. (Org.). **Turismo, políticas e desenvolvimento humano**. 1. ed. Porto Alegre: Asterisco. 2010. p. 39-66.

DE MATTOS, C. Redes, nodos e cidades: transformação na metrópole latino-americana. In: RIBEIRO, L. C. Q. (Org.) **Metrópoles. Entre a coesão e a fragmentação, a cooperação e o conflito**. São Paulo: Ed. Fund. Perseu Abramo, 2004, p. 157-196.

FIRKOWSKI, O. L. C. F.; FERREIRA, A. G. **Shopping Centers: Tendências de Localização e Inserção na Economia Urbana em Curitiba**. In: XIV Encontro Nacional da ANPUR, 2011, Rio de Janeiro. XIV Encontro Nacional da ANPUR, 2011.

FERREIRA, A. G. ; FERNANDES, F. A.; HUÇULAK, J. **A Internacionalização de Curitiba: Uma Análise a Partir de Equipamentos Urbanos de Consumo e Lazer**. In: I SEURB - Simpósio de Estudos Urbanos, 2011, Campo Mourão. Anais do I SEURB, 2011.

GONÇALVES, R. *O aumento do déficit habitacional em Curitiba*. **Jornal Gazeta do povo**. Caderno Opinião. 2010. Disponível em:
<<http://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/conteudo.phtml?id=1046181>> Acesso em: Mai/2011.

GOTTDIENER, M. **A produção social do Espaço Urbano**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2010. 354 p.

INPESPAR. Mercado imobiliário em números. Ano VI, n. 80. Curitiba. Set. 2008.

INPESPAR. Mercado imobiliário em números. Ano IX, n. 104. Curitiba. Set. 2011.

MIELE, S. A. de F. **O movimento da economia financeira na dinâmica imobiliária de São Paulo**. São Paulo: FFLCH, 2008.

POLUCHA, R. S. **Ecoville: construindo uma cidade para poucos**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010. 164 p.

REVISTA ÉPOCA. **Os bairros mais cobiçados**. n. 725. Editora globo. São Paulo. Abril. 2012.

SASSEN, S. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998. 190p.

SINGER, P. O uso do solo urbano na economia Capitalista. In: **Boletim Paulista de Geografia**, São Paulo, AGB, n. 57, 1980.