

**UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ**  
**Estélio José Cardoso**

**DIAGNÓSTICO DE MARKETING DE**  
**LUGARES:**  
**O caso de Itajubá – MG**

**Taubaté – SP**

**2012**

**Estélio José Cardoso**

**DIAGNÓSTICO DE MARKETING DE  
LUGARES:**

**O caso de Itajubá – MG**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional do Programa de Pós-Graduação em Administração do Departamento de Economia, Contabilidade e Administração da Universidade de Taubaté.

Área de Concentração: Planejamento e Desenvolvimento Regional

Orientadora: Profa. Dra. Monica Franchi Carniello

**Taubaté – SP  
2012**

**ESTÉLIO JOSÉ CARDOSO**  
**DIAGNÓSTICO DE MARKETING DE LUGARES:**  
**O caso de Itajubá – MG**

Dissertação apresentada para obtenção do Título de Mestre pelo Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional do Programa de Pós-graduação em Administração do Departamento de Economia, Contabilidade e Administração da Universidade de Taubaté.  
Área de concentração: Planejamento e Desenvolvimento Regional

Data: 29 de Setembro de 2012

Resultado: Aprovado

**BANCA EXAMINADORA**

Profa. Dra. Monica Franchi Carniello

Universidade de Taubaté

Assinatura \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Paulo Celso da Silva

Universidade de Sorocaba

Assinatura \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Edson Trajano Vieira

Universidade de Taubaté

Assinatura \_\_\_\_\_

À Jackie pelo amor, paciência e força;  
À Júlia pelo amor e sorrisos nas horas certas;  
À Noêmia pelo amor e por não desistir de formar o homem que sou;  
Ao Odilon (in memoriam) pelo exemplo sempre presente;  
Aos meus irmãos por tudo.

## **AGRADECIMENTOS**

À Profa. Dra. Monica Franchi Carniello, pela objetividade, dedicação, incentivo e pelos ensinamentos passados;

Agradeço ao Prof. Dr. Paulo Celso da Silva, o pronto aceite para a Qualificação e Defesa, a postura de incentivo e respeito com o trabalho apresentado e pelas brilhantes considerações feitas;

Ao Prof. Dr. Edson Trajano Vieira, pelo acompanhamento durante todo Mestrado e auxílio nessa etapa final;

Aos professores do programa do Mestrado Acadêmico de Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade Taubaté;

Aos amigos do MPDR – Mestrado de Planejamento e Desenvolvimento Regional (set 2010 - set 2012);

À Marina Donizete Cursino dos Santos e Fernando Hanaoka, que apoiaram, incentivaram, sorriram e ao final se tornaram amigos importantes;

Às colaboradoras da secretaria de Pós-Graduação Alda e Marli pela paciência e dedicação durante todo o período;

À todos que de alguma forma me auxiliaram na jornada.

Cada lugar é, à sua maneira, o mundo.

Milton Santos

## RESUMO

Cada região tende a se fixar no cenário global de forma diferenciada em relação a outra para atrair negócios e investimentos, valendo-se de várias estratégias e potencialidades endógenas, inclusive utilizando do planejamento de marketing para atingir seus consumidores e fortalecendo-se enquanto marca. Essa perspectiva se aplica também em escala local, quando um município trabalha suas marcas distintivas de maneira a se destacar e interagir com os municípios do entorno. Este trabalho tem o objetivo de elaborar um diagnóstico da cidade de Itajubá, situada no estado de Minas Gerais, verificando quais as forças e fraquezas e os fatores de marketing que compõem a construção da imagem do município. Analisar, através de um diagnóstico detalhado, quais as potencialidades da cidade de Itajubá percebidas entre as empresas, moradores e prefeitura é fundamental para o desenvolvimento e planejamento de novas estratégias que possam maximizar o potencial da mesma. A cidade de Itajubá é objeto de estudo devido a sua importância na região sul mineira. A pesquisa se caracteriza como qualitativa e exploratória descritiva. A técnica utilizada para a coleta de dados foi por meio de entrevista com atores sociais de destaque na dinâmica e gestão do município. Verificou-se que o planejamento urbano está voltado para as ações de melhoria na infraestrutura e que a educação é o grande item de atratividade e tendência do município. O diagnóstico elaborado tem a relevância de poder ser utilizado por instituições públicas e privadas para elaboração de ações referentes a planejamento urbano.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Regional. Marketing de Lugares. Planejamento Urbano.

## **ABSTRACT**

Each region tends to settle in the global market differently from another to attract business investments and making use of various strategies and endogenous potentiality , including the use of marketing planning to reach their consumers and become stronger as a brand. This perspective also applies at the local scale, when a city marks in order to stand out and interact with others cities. This work aims to establish a diagnosis of Itajubá city, located in the state of Minas Gerais, to verify what are the strengths and weaknesses, and marketing strategies that make up the image building of the municipality. Analyze through a detailed diagnosis what are the values which the city is perceived among the businesses, residents and city government is fundamental to the planning and development of new strategies that can maximize the potential of it. The city of Itajubá will be the object of this study because of importance in the southern region of Minas Gerais. The research will be exploratory and descriptive qualitative. The technique used for data collection will be by interview. The diagnosis established can be of importance and used by the private and public sectors for the elaboration of future actions related to urban planning.

**Keywords:** Regional Development. Marketing Places. Urban Planning.



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – População e taxa de urbanização no Brasil	24
Tabela 2 – Habitantes em Área Rural e Área Urbana no Brasil	25
Tabela 3 – Educação na Microrregião de Itajubá em 2000	55
Tabela 4 – Condições de Saneamento e Energia da Microrregião Administrativa de Itajubá	56
Tabela 5 – Renda per capita da Microrregião Administrativa de Itajubá em 2010	57
Tabela 6 – Índice de Desenvolvimento Humano - Municípios da Microrregião Administrativa de Itajubá	57

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Escala de participação popular no planejamento	31
Quadro 2 – Amostra de entrevistados e cargos	46
Quadro 3 – Análise de Atratividade	49

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – O composto de marketing – 4Ps	40
Figura 2 – Mapa da localização de Itajubá	53

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 Problema .....	16
1.2 Objetivos .....	16
1.2.1 Objetivo Geral .....	16
1.2.2 Objetivos Específicos .....	16
1.3 Delimitação do Estudo .....	16
1.4 Relevância do Estudo .....	17
1.5 Organização do Projeto .....	17
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	18
2.1 Desenvolvimento .....	18
2.2 Região, Paisagem e Cidade. ....	20
2.3 Urbanização .....	21
2.4 Desenvolvimento Urbano .....	25
2.5 Planejamento Urbano .....	27
2.6 Marketing.....	35
2.6.1 Marketing de Lugares .....	37
<b>3 MÉTODO</b> .....	44
3.1 Tipo de Pesquisa .....	44
3.2 Área de Realização .....	45
3.3 População e Amostra.....	45
3.4 Instrumentos .....	47
3.5 Plano para Coleta de Dados.....	47
3.6 Plano para Análise de Dados .....	48
<b>4 ITAJUBÁ</b> .....	52
4.1 Dados Históricos e Geográficos da Cidade de Itajubá .....	52
4.2 Itajubá no Cenário Atual.....	54
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	57
5.1 Entrevistas com Atores Sociais.....	58
5.2 Diagnóstico .....	62
5.3 Análise Swot de Itajubá .....	64
<b>6 CONCLUSÃO</b> .....	66
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	68
<b>APÊNDICE</b> .....	72

## 1 INTRODUÇÃO

O marketing, atualmente, é utilizado como ferramenta para a construção de marcas fortes nos mais variados setores no mercado. A criação de produtos, marcas e serviços, que sejam de importância para o consumidor, tornou-se pertinente para alcançar destaque diante de um cenário de crescente concorrência, em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. O planejamento de marketing, tem o objetivo de “criar valor para os interessados, e o principal interessado é o cliente” (KEEGAN 2005, p. 3). Analisando o mercado a partir desta ótica, a importância de uma empresa obter uma vantagem em relação à outra concorrente fica evidente, mesmo que essa vantagem seja a marca como um conjunto de qualidade perceptível para o consumidor.

O mercado mundial está conectado e oferece oportunidades de compras ao redor do mundo, conforme observa Keegan (2005). Os consumidores de todos os lugares estão mais próximos de realizar suas compras, mesmo que morem em lugares distantes dos produtos, hoje possuem cartões de crédito e podem pagar por mercadorias e serviços em qualquer lugar, sem sair de suas localidades. As novas configurações do mercado acirram as disputas comerciais mundialmente e, também, regionalmente. Essa disputa, antes voltada somente para produtos e serviços, toma novo contorno e o apelo de lugares para se destacarem em relação a outros é procurado como forma estratégica de uma região se destacar em relação à outra.

Cada região tende a se fixar no mercado global de forma diferenciada de outra para atrair negócios e investimentos, valendo-se de várias estratégias, inclusive utilizando do planejamento de marketing para contemplar seus públicos e fortalecendo-se enquanto marca. O estudo do construto de “imagem de país” pela academia, atualmente, tenta entender como a imagem de determinados lugares afetarão as atividades dos indivíduos frente a produtos daquele país.

O *Branding* como forma de alavancar e dar maior força a produtos e serviços através de uma marca conforme afirma Kotler (2006), é uma realidade mundial e atualmente é utilizado por regiões para conseguirem auxiliar no desenvolvimento de regiões, ou em alguns casos para se sobressaírem ante outras regiões.

Tal tendência é bastante utilizada pelo setor de turismo, conforme apontam Asworth e Goodall (1991, apud SANOVICZ 2001), ao afirmarem que sem dúvida os destinos turísticos devem ser avaliados como produto, pois eles são o ponto mais

importante de tudo que compreende as atividades turísticas. Barcelona é um caso emblemático de como o planejamento estratégico e a busca por oportunidades, e seu aproveitamento, podem significar mudanças significativas no desenvolvimento de um lugar.

A cidade de Barcelona, desde 1888 com a Expo-Universal, mostrou sua potencialidade para organizar e abrigar eventos de grande porte, aproveitando esses momentos, segundo Sanovicz (2001), para restaurar partes da cidade que se encontravam degradadas ou incentivar a economia. Com os esforços voltados para grandes acontecimentos organizados, Barcelona teve seu ápice com os Jogos Olímpicos de 1992, ocorridos naquela cidade.

A oportunidade de um evento de nível global ser utilizado para transformar a cidade foi aproveitada, de forma positiva, pela administração pública, pelos cidadãos e pela iniciativa privada. Conforme explica Evans (1995, apud FERNANDES 2009), as instituições do Estado devem ter ligação e sinergia com a sociedade civil para que ocorra o implemento de políticas de desenvolvimento social.

Silva (2006), salienta que a Olimpíada foi desejada por cidadãos e pelo poder, por alçar Barcelona ao patamar de cidade internacional. A cidade obteve prestígio e auxiliou a Espanha em um momento importante de transformação para a nova economia.

Através de um planejamento preciso e bem executado, onde a soma de forças do Estado e dos cidadãos resultou em melhorias referentes ao desenvolvimento da cidade. Uma preocupação contida em Barcelona, tanto em municípios quanto no governo, era aproveitar as obras feitas na cidade não só para as Olimpíadas, mas sim para serem compartilhadas pós Jogos Olímpicos.

[...] observamos que os quatro planos estratégicos de Barcelona possuíam uma visão competitiva da cidade e pretendiam uma inserção no contexto regional, na Comunidade Econômica Européia e no mercado internacional globalizado, tendo para isto uma lógica e uma continuidade. (FERNANDES, 2009, p. 13).

Assim sendo, o evento serviu de oportunidade para que a cidade se firmasse no cenário europeu e mundial. No entanto, o saldo que parece ser o mais positivo foi o desenvolvimento causado para os cidadãos a longo prazo e com implicações positivas. Hoje a cidade tem posição privilegiada no cenário mundial e é enxergada como uma “marca” de excelência em destinos e também em relação ao seu planejamento urbano além de seu planejamento estratégico de marketing.

Para as empresas observarem regiões como marcas, estas compreendidas como um fator distintivo, torna-se necessário que o Patrimônio da Marca, ou neste caso, o patrimônio e imagem da cidade sejam de alto valor para os possíveis consumidores.

Ter a imagem de uma cidade associada a fatores de atratividade como educação, mão de obra especializada, alto grau de escolaridade, infraestrutura ou mesmo possibilidade de maiores investimentos governamentais pode fazer com que esse lugar tenha uma vantagem competitiva sobre os demais.

O município de Itajubá pode ser considerado uma marca entre as várias cidades do Brasil, seja por abrigar empresas multinacionais, seja pelo crescimento econômico ou pelo número de cursos superiores oferecidos. A partir da percepção de ser entendida como marca, o município pode atrair novos negócios e entender o desenvolvimento contínuo do município como objetivo a ser alcançado. Cabe aqui citação acerca de Itajubá.

A presença notável de Itajubá no mapa da ALC. [...] Apesar de pequena, Itajubá já está conquistando uma presença importante no mercado brasileiro. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), no período entre 1970 e 1996, Itajubá teve o segundo maior crescimento econômico entre todas as cidades brasileiras (a primeira foi Florianópolis, uma cidade muito maior e a capital do estado de Santa Catarina, no sul do país). De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, indicadores sociais de Itajubá, tais como expectativa de vida, educação e renda *per capita*, conferiram à cidade a mais alta classificação no Índice de Desenvolvimento Humano no Estado de Minas Gerais. O sistema educacional da cidade provavelmente contribuiu para essa classificação. Digna também é a densidade de pesquisadores: 1.200 Ph.D./milhão – cinco vezes a média nacional. (KOTLER et al, 2006, p. 67).

Lynch (1997) observa que um cidadão, ao se mudar de um ambiente para outro, caso ele tenha uma boa imagibilidade de seu novo ambiente, se adaptará com maior facilidade. Compreende-se por imagibilidade “[...] a característica, num objeto físico, que lhe confere uma alta probabilidade de evocar uma imagem forte em qualquer observador dado.” (LYNCH 1997, p. 11). Traçando um paralelo entre indivíduos e empresas, podemos inferir que o conceito de boa ou má imagibilidade também afeta as empresas, instituições e municípios de um modo geral, que podem enxergar Itajubá como um ambiente de novas oportunidades ou não.

Este trabalho tem a intenção de diagnosticar e analisar como Itajubá se situa no cenário regional e como seu planejamento influencia no posicionamento que a

cidade ocupa. Também visa estudar as práticas de planejamento urbano, juntamente com as práticas de marketing do município.

## **1.1 Problema**

O processo de desenvolvimento de Itajubá tem causado preocupações quanto a infraestrutura da cidade e, em contrapartida, uma expectativa positiva sobre a instalação de novas empresas e o crescimento de atrativos para a cidade. A partir dessas premissas, cabe pesquisar como gestores e atores sociais se preparam e como avaliam esse desenvolvimento. A partir desse contexto, pergunta-se:

Quais as forças e fraquezas do município de Itajubá e suas estratégias de Marketing para a construção de uma identidade forte perante a região?

Quais as características do município de Itajubá que podem ser utilizadas como fatores atrativos de marketing?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

- Elaborar um diagnóstico de marketing da cidade de Itajubá

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Caracterizar a situação social, econômica, política e de infraestrutura de Itajubá.
- Identificar e analisar os atrativos do município.
- Situar o município de Itajubá perante a sua microrregião administrativa.
- Identificar a percepção dos atores sociais de Itajubá (prefeitura, lideranças da sociedade civil organizada, terceiro setor, empresas de serviços, comércio e principais indústrias) frente ao desenvolvimento da cidade.

## **1.3 Delimitação do Estudo**

O estudo tem a intenção de elaborar um diagnóstico de marketing do município de Itajubá – MG. Não serão propostas ações de marketing, nem ações de planejamento.



## **1.4 Relevância do Estudo**

Este estudo tem a importância de verificar como uma localidade pode ser percebida pelos vários atores que fazem parte do seu cotidiano, observando toda a infraestrutura e potencial dessa localidade.

Diagnosticar as possibilidades de oportunidade e como elas se apresentam para uma cidade, no caso específico o município de Itajubá, sem deixar de notar e avaliar também as ameaças que a cercam.

Identificar os pontos positivos que a localidade tem, os pontos negativos que atrasam seu desenvolvimento e verificar a cidade enquanto marca da região, também é foco e importância do trabalho.

O diagnóstico elaborado nesse estudo poderá ser utilizado por instituições públicas e privadas para elaboração de ações referentes a planejamento urbano.

## **1.5 Organização do Projeto**

O trabalho apresentará estrutura de capítulos. O capítulo 1 será constituído da introdução que apresentará os objetivos, o problema, a delimitação e a relevância.

O capítulo 2 constituirá na revisão de literatura, onde será feito o levantamento bibliográfico para embasamento teórico e constarão os seguintes assuntos: Desenvolvimento; Urbanização; Desenvolvimento Urbano; Planejamento Urbano; Marketing e Marketing de Cidades.

No terceiro capítulo serão apresentados os métodos utilizados e os planos para coletas de dados.

No capítulo 4 será apresentado o município de Itajubá, objeto desse estudo. A apresentação constará dos dados históricos e geográficos, assim como sua situação atual.

No quinto capítulo serão discutidos os resultados e analisada a visão dos diferentes setores da sociedade em relação a cidade de Itajubá. Nesse capítulo a cidade será diagnosticada à partir dos resultados analisados.

O capítulo 6 será uma conclusão sobre o trabalho e sobre as informações coletadas.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Desenvolvimento

Cabe entender o que é desenvolvimento e sua construção conceitual para compreender sua relação com o desenvolvimento urbano. O conceito de desenvolvimento está sujeito à historicidade e passou por reelaborações principalmente na segunda metade do século XX. Sachs (1998, p.150) nomeou o período como “era do desenvolvimento”. A principal mudança é a ruptura da relação direta entre crescimento econômico e desenvolvimento.

Distinguir o entendimento de crescimento econômico da noção de desenvolvimento é uma necessidade para a análise do mundo contemporâneo. Perroux (1981) demonstra essa necessidade observando que crescimento é o aumento de uma unidade, na maioria das vezes uma nação e medido pelo produto global ou nacional bruto, em referência ao número de habitantes. Dessa forma o crescimento torna-se uma equação que não leva em consideração aspectos como qualidade de vida e mais importante que isso não leva em consideração o indivíduo.

Ainda Perroux (1981, p. 52), suscita questões como, por exemplo: “O crescimento para que? Em vista de quê? O crescimento benéfico em que condições? O crescimento para quem?”. As questões formuladas salientam a dimensão do crescimento e as direções que ele pode tomar, ou seja, ele pode ser importante e direcionado para algumas poucas pessoas e não alcançar uma parte maior da população.

O desenvolvimento, para Perroux (1981), leva em consideração as atividades humanas e suas forças, visando o desenvolvimento do homem. O ser humano torna-se personagem principal e objetivo da busca por melhores condições de vida, “Tomar em consideração o desenvolvimento é fazer compreender o risco do crescimento sem desenvolvimento” (PERROUX, 1981, p. 61).

A ideia simplista de que o crescimento econômico por si só bastaria para assegurar o desenvolvimento foi rapidamente abandonada em proveito de uma caracterização mais complexa do conceito, expressa pelas adições sucessivas de epítetos: econômico, social, cultural, naturalmente político, depois viável [*sustainable*], enfim, último e recente acréscimo, humano, significando ter como

objetivo o desenvolvimento dos homens e das mulheres em lugar da multiplicação das coisas.

[...] Assim, reconhecamos o caráter eminentemente positivo do acréscimo sucessivo dessas dimensões ao conceito de desenvolvimento. É apenas por ter sofrido tal transformação, que se tornou uma noção central para a compreensão de nossa época e para a concepção dos projetos nacionais voltados para o futuro. (SACHS, 1998, p. 150).

Sen (1999) também considera o aspecto social no processo de desenvolvimento ao estabelecer uma correlação entre desenvolvimento e liberdade. O autor considera a liberdade o fim e meio principal para o desenvolvimento, compreendendo liberdade como a remoção de vários tipos de restrições que deixam às pessoas possibilidades mínimas de escolhas e poucas oportunidades, de maneira a exercer a sua ação racional.

Ele elenca as liberdades instrumentais como as essenciais para o desenvolvimento, a saber: liberdades políticas; disponibilidades econômicas; oportunidades sociais; garantias de transparência; e proteção de segurança, previdência social. As liberdades oportunizam a qualidade de vida do indivíduo, objetivo principal do desenvolvimento.

Furtado (2000, p.21) alerta que o conceito de desenvolvimento tem sido utilizado de formas distintas “O primeiro diz respeito à evolução de um sistema social de produção à medida que este, mediante a acumulação e o progresso de técnicas torna-se mais eficaz, ou seja, eleva a produtividade do conjunto de sua força de trabalho.” O mais relevante para o desenvolvimento a partir deste conceito é a produtividade e analisando mais profundamente, tem-se por consequência a eficácia de produzir.

Ainda Furtado (2000, p. 21-22), aponta outro caminho do conceito de desenvolvimento que pode ser utilizado para sua compreensão: o segundo sentido que se faz referência ao conceito de desenvolvimento relaciona-se com o grau de satisfação das necessidades humanas. [...] Existe um primeiro plano no qual podem ser usados critérios até certos pontos objetivos: quando se trata da satisfação de necessidades humanas elementares, tais como alimentação, vestuário e habitação.

Pela segunda forma de avaliação de desenvolvimento, o caminho leva a avaliar às necessidades humanas básicas chegando até, de forma mais distante aos desejos humanos, ou seja, valores não relacionados ao essencial para a

sobrevivência. A maneira de pensar o desenvolvimento, avaliando não só a produção ou a produtividade, mas sim o ser humano e suas necessidades e desejos me parece mais alinhado ao ideal de desenvolvimento conforme é objetivado hoje.

A ideia de desenvolvimento que envolva o bem estar de uma população causa preocupação atualmente, devido ao aumento de pessoas que partem para espaços mais populosos e grandes aglomerações, procurando uma melhoria no próprio bem estar. Para melhor entendimento das cidades, devemos entender prioritariamente questões que envolvam os espaços, como as regiões, as paisagens e territórios.

## **2.2 Região, Paisagem e Cidade.**

Os lugares atualmente podem ter várias interpretações que dependerão do foco de quem os analisa. Para entendimento desses lugares e a busca por desenvolvimento é necessário ordenar o que são as regiões, as paisagens e as cidades nos dias de hoje, para que seja minimizado a chance de correlações e interpretações erradas. Para Santos (1988), as transformações dos territórios ocorreram devido as reorganizações do espaço, que aconteceram e continuam acontecendo, cada vez de forma mais rápida.

Ainda segundo Santos (1998), as regiões eram estudadas de maneira isolada e com pouca relação entre si, ou seja, como territórios autônomos. O estudo das regiões hoje deve abranger um contexto maior, levando-se em conta as transformações ocorridas no mundo.

Num estudo regional se deve tentar detalhar sua composição enquanto organização social, política, econômica e cultural, abordando-lhe os fatos concretos, para reconhecer como a área se insere na ordem econômica internacional, levando em conta o preexistente e o novo, para captar o elenco de causas e consequências do fenômeno. (SANTOS, 1988, p. 17).

Uma determinada região deve ser analisada como um conjunto que tem a capacidade de se especializar e viver de sua especialização, efetuando transações comerciais, de compra e venda com outros lugares do país ou do mundo.

A paisagem, diferentemente das regiões é cognitiva, conforme expõe Santos (1998), embora elas tenham sido observadas como sinônimos em tempos passados. A paisagem foi, até o final do século XIX, entendida como agente de construção de

uma determinada localidade, já que o indivíduo que ali se situava teria as particularidades daquela paisagem.

Hoje a paisagem não é entendida como forma estática, ela pode ser segundo Santos (1998), de dois tipos: artificial e natural. A paisagem artificial é aquela que sofreu a ação do homem e a paisagem natural é a intocada pelo indivíduo. Cada vez menos temos a paisagem natural, pois, se a paisagem não foi transformada pelo homem, ainda assim continua sendo ação de seu interesse, "A paisagem não é dada para todo o sempre, é objeto de mudança. É um resultado de adições e subtrações sucessivas." (SANTOS, 1998, p. 24).

As cidades partem da dinâmica da paisagem e por esse motivo também são dinâmicas. Conforme explica Silva (2006), as cidades são complexas e são locais onde as possibilidades estão abertas. Para Santos (1998), a cidade é uma configuração de formas diferentes que são impactadas pelos movimentos mundiais. Todas as dinâmicas da cidade devem ser levadas em consideração pelos seus administradores. Esses movimentos dinâmicos podem ser observados no processo recente de urbanização.

### **2.3 Urbanização**

A urbanização é um fenômeno ainda em processo em todo o mundo e tem várias definições, inclusive com vieses diferentes:

- Concentração espacial de uma população, a partir de certos limites de dimensão e intensidade.
- Difusão do sistema de valores, atitudes e comportamentos denominado "cultura urbana". (CASTELLS, 1983, p.39).

Analisando as definições supracitadas, verifica-se que elas são diferentes em análise, interpretação e olhar de estudo.

A primeira tem ligação direta com o espaço, o preenchimento deste e suas organizações. As organizações do espaço podem ser limítrofes, populacionais e de intensidade indo de encontro à primeira definição mais objetiva, porém não menos complexa.

A segunda afirmação tem relação com "[...] o sistema cultural característico da sociedade industrial contemporânea." (CASTELLS, 1983, p. 39). Podemos verificar que tal definição encontra sustentação nas convenções modernas, aonde as determinações vêm do urbano. Urbano que, ainda conforme Castells (1983), é o

espaço ocupado por uma grande concentração de população que tem alta densidade e que tem maior importância social que outra. Por esta importância social, como chamamos acima, entende-se o efeito de sobreposição do urbano sobre o rural e, mais ainda, a divisão rural e urbana.

Apesar de serem duas vertentes de um mesmo objeto, verificamos que há elos entre o pensamento da cultura urbana da segunda definição e o espaço referente à primeira, pois são condizentes com as condições modernas de organização, onde o urbano é moderno e tem maior impacto sobre o rural, inclusive intelectual e que, aos olhos de muitos, continua no passado, ou ultrapassado.

A ação dos indivíduos sobre o espaço e a transformação do mesmo é o ponto que fundamenta a matéria, Harvey (2005, p. 170), considera a urbanização “[...] um processo social espacialmente fundamentado, no qual um amplo leque de atores, com objetivos e compromissos diversos, interagem por meio de uma configuração específica de práticas espaciais entrelaçadas”.

A urbanização é um processo em aceleração no Brasil, ainda nos dias atuais. Segundo Santos (2005), a urbanização teve, a partir do século XVIII, o seu início com o deslocamento da população de elite rural para as cidades. Com o crescimento econômico dessas cidades, que na verdade a princípio se tratavam apenas de aglomerados, elas começaram a obter, desta forma, mais importância para o país, conseqüentemente, atraindo mais pessoas. Três capitais contavam com mais de cem mil habitantes em 1872, século XIX, Rio de Janeiro, Salvador e Recife; já no início do século XX “Em 1900, havia quatro cidades com mais de cem mil vizinhos e uma beirava essa cifra.” (SANTOS, 2005, p. 23).

O maior salto populacional urbano deu-se entre 1940 e 1980. Conforme explica Santos (2005), houve uma troca de moradias da população, onde a taxa de urbanização em 1940 era de 26,35% e em 1980 alcançou 68,86%. No CENSO 2010, conforme IBGE (2011), comparando a população que vive na área rural e na área urbana, as mudanças acentuaram-se, contemplando 15,63% da população brasileira morando na área rural e uma imensa maioria, 84,36%, em área urbana.

A maioria urbana brasileira não é aceita por todos os estudiosos. Veiga (2003) expõe um olhar contrário aos números apresentados pelo IBGE. Em 2000, a população urbana era considerada de 81,2% da população, segundo o CENSO apresentado. No entanto, para Veiga, esse número é menor do que representa a população urbana real no país, pois foram consideradas várias discrepâncias.

De um total de 5.507 sedes de município existentes em 2000, havia 1.176 com menos de 2 mil habitantes, 3.887 com menos de 10 mil, e 4.642 com menos de 20 mil, todas com estatuto legal de cidade idêntico ao que é atribuído aos inconfundíveis núcleos que formam as regiões metropolitanas, ou que constituem evidentes centros urbanos regionais. (VEIGA, 2003, p. 32).

A questão proposta por Veiga (2003), é que algumas cidades com número pequeno de habitantes e sem aglomerações demográficas ou territoriais são consideradas urbanas, o que aumenta o percentual urbano brasileiro. Veiga (2003), considera mediante seus estudos e utilizando dados do IPEA, IBGE e da Unicamp, que o Brasil tem 57% da população urbana, 13% da população residentes em lugares “[...] cujo caráter é suficientemente dúbio para que alguns de seus núcleos ambicionem o status de “cidade”.” (VEIGA, 2003, p. 56) e 30% em zonas rurais.

Para Santos (2008) tivemos um processo de urbanização dividido em fases. A primeira uma urbanização aglomerada que aumentou a população em cidades com mais de 20 mil habitantes, seguida pela urbanização concentrada com o aumento das cidades de médio porte e depois o estágio da metropolização, com cidades . Ainda conforme Santos (2008) o tamanho das cidades é importante para a divisão intra-urbana e interurbana do trabalho, pois quanto maior a cidade maior a possibilidade e variedade de postos de trabalho.

É imprescindível notar dois itens de importância para a divisão área urbana e área rural: o surgimento das grandes metrópoles que chegam até mesmo a agrupar e diminuir os espaços urbano/rural e a relevância do agronegócio para a economia brasileira, diminuindo, assim, o status de menos desenvolvido e atrasado para áreas rurais.

Veiga (2003) afirma que existe alguma facilidade em se dividir regiões essencialmente rurais de regiões essencialmente urbanas, no entanto, há a necessidade de mais estudos que possam esclarecer os vínculos entre as regiões urbanas com grande aglomeração e rurais adjacentes e acessíveis que são cada vez mais necessários para entender o desenvolvimento.

Medir com exatidão as áreas rurais e urbanas em alguns casos é bastante difícil, pois há faixas de transição que aglutinam o que é rural e urbano. Souza (2003) aponta que no Brasil essas áreas são chamadas de *franja rural-urbana*, como chamam os anglo-saxões ou *espaço periurbano*, como nominaram os franceses.

Esses espaços ligando rural e urbano tornam a divisão espaço rural e espaço urbano no Brasil ainda mais complexa.

Mesmo utilizando um estudo apresentado por Veiga (2003), *Caracterização e Tendências da Rede Urbana do Brasil* (IPEA/IBGE/Nesur-IE/Unicamp, 1999), no qual o autor afirma que a atualização desse trabalho mostra uma rede urbana com menos de 60% de habitantes, ainda assim a população urbana verifica-se maior que a rural.

Gouvêa (2005) utiliza dados do IBGE e não faz avaliação conforme Veiga. Através dos dados do IBGE Gouvêa (2005) afirma que a população do Brasil cresceu de 1940 até 2000, a ordem de 312%, enquanto a população urbana na mesma época cresceu 971%.

Tabela 1 – População e taxa de urbanização no Brasil (x 10<sup>3</sup> hab.)

Ano	População Total	População Urbana*	%
1940	41.236	12.876	31,2
1950	51.944	18.783	36,2
1960	70.967	31.991	45,1
1970	93.139	52.085	55,9
1980	119.003	80.436	67,6
1990	146.826	110.991	75,6
2000	169.873	137.925	81,2

Fonte: GOUVÊA, 2005, p. 30

\*As populações de 1940 e 1950 incluem valores referentes ao que o IBGE denominava “urbano” e “suburbano”.

O crescimento urbano evidenciado pelo IBGE nos últimos 60 anos, segundo Gouvêa (2005), trouxe consigo complicadores para as cidades como problemas nos transporte público, insuficiências de serviços públicos essenciais, falta de escolas e habitações apropriadas, entre outros problemas.

Souza (2003) concorda que o Brasil ainda se urbaniza e acrescenta que viver na cidade hoje traz sentimentos contraditórios na população, como satisfação e frustração, orgulho e descontentamento e, por vezes, medo. A busca pela cidade e pelas oportunidades que ela representa, mesmo que no imaginário, são objetivos comuns aos indivíduos que concorrem a um ideal de lugar com melhores condições de vida.

No Brasil, a urbanização não foi uniforme nas grandes regiões que compõe a federação. No entanto é interessante o fato de que as áreas urbanas de todas as grandes regiões do país, a saber, Norte, Nordeste, Sul, Centro-Oeste e Sudeste, são mais habitadas que as áreas rurais.



Tabela 2 – Número de habitantes em Área Rural e em Área Urbana de acordo com as grandes regiões brasileiras.

Regiões	Total de Habitantes	Em Área Rural	Em Área Urbana
Norte	15.864.454	4.199.945	11.664.509
Nordeste	53.081.950	14.260.704	38.821.246
Sul	27.386.891	4.125.995	23.260.896
Sudeste	80.364.410	5.668.232	74.696.178
Centro-oeste	14.058.094	1.575.131	12.482.963

Fonte: IBGE, CENSO 2010. Tabela elaborada pelo autor, 2012.

A tabela apresentada evidencia que as áreas urbanas tem maior concentração de pessoas em todas as grandes regiões do país e consequentemente nos mostra como o urbano, embora ainda que, numa tênue linha com a divisão do rural, não em números, mas em emaranhados dinâmicos da modernidade, está mais representado na sociedade brasileira.

## 2.4 Desenvolvimento Urbano

Com o forte processo de urbanização, algumas cidades começaram a sofrer com aumento considerável de pessoas oriundas de outros espaços e que ansiavam por melhores condições de vida.

Os problemas urbanos se avolumaram não só nas metrópoles, mas também em outros espaços urbanos menores. Villaça (2001) salienta o consenso da importância entre alguns aspectos socioespaciais com a urbanização, como a industrialização e também sua relação com a desigualdade de desenvolvimento regional.

Dessa forma, o desenvolvimento urbano vem sendo almejado por várias cidades, no entanto, o termo desenvolvimento urbano pode ser compreendido de várias formas e tem um número elevado de definições.

Para algumas cidades e governos, o desenvolvimento das cidades tem ligação, de acordo com Souza (2003), com a expansão, a modernização, o ato de crescer, de ter melhores transportes e espaços revitalizados e mais bonitos.

Essa forma de pensamento ainda segundo Souza (2003), confere prestígio em algumas regiões em detrimento de outras e que, essa forma de pensar desenvolvimento como meramente econômico para as cidades pode ocasionar e ou

aumentar os problemas sociais. Tal pensamento vai de encontro ao que se convencionou chamar, ou tem como sinônimo, o desenvolvimento econômico que deixa a margem do seu contexto, questões como bem estar e sociedade mais igualitária.

Os adjetivos que se somaram ao termo desenvolvimento encontraram na área urbana mais um integrante importante, principalmente em um país que sob qualquer ótica é uma nação urbana como o Brasil. O desenvolvimento urbano passou a ser analisado e estudado como fundamental para as cidades, o espaço e os indivíduos.

Ele não é, meramente, um aumento da área urbanizada, e nem mesmo, simplesmente, uma sofisticação ou modernização do espaço urbano, mas, antes e acima de tudo, um desenvolvimento sócio-espacial na e da cidade: vale dizer, a conquista da melhor qualidade de vida para um número crescente de pessoas e de cada vez mais justiça social. (SOUZA, 2003, p. 101).

O desenvolvimento urbano não pode ser entendido como mero embelezamento, modernização sem sustentabilidade ou menos ainda, riqueza para alguns e pobreza para outros, gerando assim segregação urbana e diferenças sociais.

O desenvolvimento urbano deve ser visto como um processo de bem estar geral de pessoas que habitam determinado espaço. Esse bem estar deve estar difundido nas várias classes sociais, causando melhorias no dia a dia da população.

O espaço é um aspecto que segundo apontam Souza (2003) e Harvey (2005) foi deixado de lado por estudiosos do desenvolvimento. A preocupação sobre o tema atualmente toma relevância pelo entendimento de que, é no espaço social que se dão as relações sociais e elas fazem parte do cotidiano de um lugar e, como tal, o espaço social influenciará e sofrerá influência das relações dos indivíduos, empresas e instituições.

Villaça (2001) completa a relevância do estudo do espaço nos dias de hoje, afirmando que há consenso de que o espaço urbano é produzido e, como toda produção, tem um valor.

A noção de que o espaço é importante tanto para as relações sociais, como é também para as práticas econômicas, fez estudiosos se debruçarem e pensarem sobre o desenvolvimento urbano de forma menos superficial, observando a importância do tema.

## 2.5 Planejamento Urbano

A urbanização é um processo não concluído no Brasil e no mundo, desta forma, a população urbana cresce e as cidades vão se tornando mais populosas e conseqüentemente com mais soluções a serem tomadas acerca do que nelas ocorre.

Pensar a cidade, segundo Weber, (1921, apud SOUZA, 2003) é pensá-la como um local de mercado, onde existe um intercâmbio de mercadorias. Pensar o urbano como centros de comércio nos dá uma visão de atividades econômicas e, a cidade, como fundamental no processo de trocas de mercadorias por capital. As trocas levam as cidades a se transformarem em mercados que atraem consumidores reais e possíveis consumidores que podem vir a negociar algum produto ou serviço naquele local.

Souza (2003) afirma que, economicamente uma cidade pode ter uma área de influência que não ultrapasse seus limites, ou a medida que uma cidade economicamente fica mais forte, mais influente ela se torna em relação ao seu entorno. Essa influência pode ser econômica, de infraestrutura, política ou ainda de acordo com o posicionamento que essa região ocupa na imagem das pessoas.

Não se pode parar no aspecto econômico da cidade, pois ainda segundo Souza (2003), uma cidade é um centro de gestão de território, pois é sede de empresas, instituições e poder político.

As cidades são aglomerações de pessoas, são econômicas, são gestoras e podem ser sedes de empresas privadas ou estatais, elas têm um grande ou um pequeno número de habitantes e cada qual com sua cultura específica, assim, elas necessitam de um planejamento urbano que consiga organizar essas variáveis e desenvolver o urbano de forma harmoniosa e que consiga desenvolver o lugar como um todo.

[...] podemos dizer que o planejamento reconhece, localiza as tendências ou as propensões naturais (locais e regionais) para o desenvolvimento, bem como estabelece as regras de ocupação do solo, define as principais estratégias e políticas do município e explicita as restrições, as proibições e as limitações que deverão ser observadas para manter e aumentar a qualidade de vida para seus munícipes. (DUARTE, 2007, p. 22).

A globalização exerce influência no modo como os cidadãos enxergam suas cidades e observam como a cidade em que residem está posicionada perante o

mundo. E também na forma como as empresas analisam novas possibilidades de se expandirem, seja geograficamente para se instalarem e começarem a produzir, seja de forma a encontrar novos lugares para vender seus produtos.

O processo de globalização também pode ser aproveitado pelas cidades e servir de benefício para a sua população.

[...] o fato de que as firmas globais precisam das cidades, e de fato de grupos de cidades, deveria permitir que as lideranças políticas e empresariais, além da sociedade civil, dessas cidades, pudessem negociar com as empresas globais, no sentido de obter maiores benefícios para suas respectivas cidades. (SASSEN, 2008, p. 4).

Pensar o futuro e melhorar a vida das pessoas que estão situadas em um determinado local é um dos principais objetivos do planejamento urbano, um objetivo ético. No que tange a política, o planejamento urbano apóia o estado nas organizações das cidades.

Para a composição do planejamento urbano, as cidades brasileiras contam com um auxílio na busca do desenvolvimento coletivo e pelo bem estar do cidadão. O auxílio é a Lei 10.257 de 10 de julho de 2001 que em seu parágrafo único atesta.

Para todos os efeitos, esta lei, denominada Estatuto da Cidade, estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo, da segurança e do bem estar dos cidadãos, bem como do equilíbrio ambiental. (LEI Nº 10.257, Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LEIS\\_2001/L10257.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10257.htm)> Acesso em 3 out. 2011).

O reforço auxilia no ordenamento dos lugares e auxilia no pensar o planejamento de cada cidade. em prol do bem comum aos cidadãos.

O planejamento urbano precisa de um direcionamento e todo planejamento precisa responder as seguintes perguntas conforme expõe Duarte (2007): quais os objetivos que se deseja atingir; quais os recursos que estão à disposição e sob qual contexto se deseja chegar ao objetivo.

O denominado Estatuto das Cidades, Lei Nº 10.257, de 10 de julho de 2001, é de grande valia para auxiliar nos planejamentos urbanos das cidades, respeitando suas idiossincrasias, visando em especial o planejamento municipal. O estatuto foi criado com o intuito de regulamentar o uso da propriedade urbana, a partir de normatização pública, visando o bem coletivo, o bem estar da população, assim como, sua segurança e equilíbrio ambiental. O estatuto é um direcionamento para a política urbana como forma de ordenar o desenvolvimento.

Para que cada município seja respeitado em suas características, um dos instrumentos usados é o Plano Diretor que visa a definição das prioridades de um município. Conforme expõe O Ministério das CidadesI (2006), o Plano Diretor deve ser participativo, pois é uma lei extremamente importante que tratará da organização do território e também sua ocupação.

O Plano Diretor pode e deve auxiliar no planejamento urbano justamente por atuar no que remete ao futuro do município. Assim planejar pensando na necessidade específica de cada localidade, analisando suas particularidades, se torna mais eficiente e com menor propensão a erros. O que se apresenta atualmente é uma associação entre termos que acabam por confundir administradores e pessoas que devem pensar as cidades. Esses termos se apresentam e se confundem como Gestão Urbana, Urbanismo, Urbanização e Planejamento Urbano.

A urbanização é um processo sócio, econômico e territorial sofrido pelas cidades, por indivíduos que saíram do meio rural e foram para áreas urbanas. Esse processo está diretamente relacionado com a divisão do trabalho que teve nas cidades alto grau de atratividade.

Uma afirmação que separa totalmente urbanização do planejamento urbano seria equivocada, pois, a partir do processo de urbanização, o planejamento urbano, assim como a gestão urbana, tomaram importância nas discussões sobre as cidades.

A gestão e o planejamento urbano, “[...] são distintos e complementares.” (SOUZA, 2002, p. 46), onde um depende do outro e devem dialogar para buscar o bem comum,

O planejamento está ligado ao futuro. Conforme Souza (2002), ele tem como função projetar o futuro, analisar suas tendências e evolução para se precaver de ameaças ou aproveitar futuras oportunidades. Ainda utilizando Souza (2002), a gestão está associada ao presente e é a administração do que está disponível. Dessa forma eles se unem para um objetivo. A gestão pode ser considerada o ato de executar o que foi planejado.

A gestão urbana é a administração das necessidades do momento, auxiliando o que foi planejado. O planejamento urbano visa auxiliar no desenvolvimento da cidade, avaliando e mensurando o que pode vir a acontecer naquela cidade, região, estado ou nação e quais seus impactos para o lugar.

Tal perspectiva se alinha à Nova Administração Pública que a partir da Emenda Constitucional de 1998 tomou força no Brasil, com a disseminação da proposta de uma nova gestão pública que vai de encontro a eficiência. Determina o Artigo 37 da Ementa Constitucional Nº 19, de 1998 que

A administração direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência [...] (BRASIL, 1998).

A nova gestão pública tem o objetivo de introduzir e conduzir o termo eficiência no governo. Conforme afirma Santos (2006), a nova gestão pública está ligada a gerência dos negócios do governo, essa constatação demonstra que a finalidade da nova gestão pública é melhorar a administração governamental em todas as esferas da federação.

Ferlie et al (1999), destacam que a nova administração pública leva em conta valores e configurações de administração que formam gestões voltadas à eficácia do exercício público. A nova gestão pública estuda as práticas do setor privado e se utiliza delas, como apoio a prática pública.

O urbanismo é o modo de pensar a estruturação dos espaços das cidades,, é um modo de pensar mais específico que o planejamento urbano.

Planejamento urbano (o qual deve, aliás, ser sempre pensado junto com gestão, seu complemento indissociável), sugere, por conseguinte, um contexto mais amplo que aquele representado pelas expressões Urbanismo ou Desenho Urbano. O planejamento urbano inclui o Urbanismo (ou o Desenho Urbano, como preferirem); o último é um subconjunto do primeiro. (SOUZA, 2002, p. 58).

Analisar os lugares para que eles se desenvolvam, hoje depende de um conjunto de fatores que, utilizados de maneiras isoladas, trarão resultados de desenvolvimento urbano que não irão além da beleza, ou da perspectiva de um planejamento, sem o apoio dos atores da cidade, ou ainda de uma gestão voltada para o bem de outros.

Souza (2002) propõe oito critérios para estabelecer qual tipologia cada localidade aplica para chegar ao desenvolvimento desejado. Como critérios ele elenca:

1. Ideia-Força Central. Qual é o objetivo principal de um planejamento, qual abordagem o planejamento segue.

2. Filiação Estética. Voltada exclusivamente para abordagens estéticas, pode perder importância em planejamentos ou gestões que não estão envolvidas com questões de traçado e estilo.
3. Escopo. Divide as correntes em “físico-territoriais” ou “social abrangente”.
4. Grau de Interdisciplinaridade. Que trata de uma avaliação entre uma escala pequena, a profissão de um arquiteto por exemplo. E vai até uma escala grande onde as disciplinas trabalham em conjunto.
5. Permeabilidade em Face da Realidade. O grau que as normas têm de ligação com a realidade. Divididas em apriorísticas, semi-apriorística e reconstrutivista. e surgem de uma avaliação da realidade.
6. Grau de abertura para com a participação popular. Como a população participa no planejamento e ou gestão. Utiliza uma escala baseada na escada de participação popular de Sherry ARNSTEIN (1969), evidenciada na Tabela 3.
7. Atitude em Face ao Mercado. Dividido nas categorias: aceitação sem restrição (“mercadofilia”); criticismo moderado, que busca um controle do mercado levando em consideração o capitalismo e forte criticismo, que vai contra ao próprio capitalismo.
8. Referencial Político-Filosófico. A linha política seguida para o planejamento.

Quadro 1 – Escala de participação popular no planejamento.

8 Autogestão	Pressupõe uma sociedade que se administra, acima do Estado. Participação Autêntica
7 Delegação de Poder	Co-gestão sociedade civil e Estado. Participação Autêntica
6 Parceria	Primeiro estágio de Participação Autêntica. Há um diálogo para implantação de políticas públicas.
5 Cooptação	Trata-se da cooptação de indivíduos ou segmentos representarem o todo e a participação acaba sendo deliberativa. Pseudoparticipação.
4 Consulta	O Município consulta a população sobre assuntos diversos. No entanto não há garantia de que algo vá ser utilizado. Pseudoparticipação.
3 Informação	O Estado passa as informações para os cidadão do que irá fazer, em maior ou menor grau. Dependendo dos interesses e do tipo de governança. Pseudoparticipação
2 Manipulação	A população é induzida a aceitar uma ação do Estado ou Município. Não há diálogo, nem canais de participação. Não Participação
1 Coerção	Não existe nem o diálogo nem qualquer tipo de indução. Não Participação

Fonte: SOUZA 2002, p. 207. Tabela elaborada pelo autor.

Utilizando os oito critérios Souza (2002) apresenta e explica os nove tipos de tipologia:

1. “Planejamento físico territorial” clássico. Tem como ideia-força central modernizar a cidade. Em relação a sua filiação estética tem o modernismo como principal influenciador. Seu escopo é somente na organização espacial, pequeno grau de interdisciplinaridade e formas de pseudoparticipação no item relativo ao grau de abertura para com a participação popular. É apriorística em relação com o Urbanismo e nos demais casos é semi-apriorística. A atitude em face do mercado aponta criticismo moderado, adequado ao capitalismo. O planejamento regulatório presente no referencial político-filosófico tem um Estado forte, que oscila entre posições autoritárias e não autoritárias.
2. “Planejamento sistêmico”. Tem a modernização da cidade como ideia-força central, seu escopo não se restringe ao físico-territorial e a estética não tem importância em relação ao item de filiação estética. Grande grau de interdisciplinaridade e sua permeabilidade em face da realidade tende ao reconstrutivismo. Pequeno grau de abertura para participação popular pois a abordagem é técnico-cientificista e tem atitude em face do mercado de criticismo moderado, atuando conforme a regulamentação, que conseqüentemente leva a um Estado forte e intervencionista em relação ao referencial político-filosófico.
3. “Perspectivas “mercadófilas””. Ideia-força central na modernização da cidade, em algumas vezes, sem qualquer ligação com a qualidade de vida da população. A filiação estética não é importante, no entanto, há uma tendência ao pós-modernismo. Escopo não estritamente físico-territorial apresenta médio grau de interdisciplinaridade e sua permeabilidade em face da realidade tende ao semi-apriorismo. Pequeno grau de abertura para participação popular com formas de pseudoparticipação, a atitude apresentada frente ao mercado é de acriticismo e seu referencial político-filosófico é o neoliberalismo.
4. “New Urbanism”, Apresenta como ideia-central a junção da modernização e do crescimento da cidade com valores comunitários. Tem no pós-modernismo



sua filiação estética, seu escopo é físico-territorial e o grau de interdisciplinaridade é pequeno. Abordagem semi-apriorística em relação a permeabilidade em face da realidade o grau de participação popular é tendencialmente pequeno com formas de pseudoparticipação. Tem como referencial político-filosófico o liberalismo de esquerda e tem criticismo moderado frente ao mercado, pois fica entre o planejamento regulatório e as perspectivas mercadófilas.

5. “Desenvolvimento urbano sustentável e planejamento ecológico”. Ideia-força central na modernização com sustentabilidade ecológica das cidades, sem que a sustentabilidade entre em atrito com modelo regulatório capitalista. A filiação estética chega a ser sem importância e seu escopo apresenta-se não estritamente físico territorial. Pressupõe grande grau de interdisciplinaridade e sua permeabilidade em face da realidade varia de semi-apriorística à um enfoque mais científico. Grau de abertura para com a população popular pseudoparticipativo, apesar da retórica em que a “participação” está presente. Criticismo moderado e tem como referencial político-filosófico o liberalismo de esquerda ou social democracia.
6. “Planejamento comunicativo/colaborativo”. Consenso entre vários grupos sociais diferentes como ideia-força central e a estética não é muito importante quanto a sua filiação estética. Escopo não estritamente físico-territorial, com grande grau de interdisciplinaridade. Apresenta grande permeabilidade em face da realidade, pois vai além do semi-apriorismo, podendo ultrapassar a o objetivismo instrumental. Seu grau de abertura para com a participação popular é grande, porém há a falta de compromisso claro e ambiguidade nos discursos, o que leva a pseudoparticipação. Tem atitude moderada crítica em face do mercado e seu referencial político-filosófico é social democrata ou liberal de esquerda.
7. “Planejamento rawlsiano.” A ideia-força central é de justiça social, com pouca preocupação ao problema estético e grande grau de interdisciplinaridade, assim como é grande sua permeabilidade frente a realidade. Pseudoparticipação referente ao grau de participação popular e criticismo moderado em face do mercado. O referencial político-filosófico aponta uma variável social-democrática, embora haja divergências.

8. “Planejamento e gestão urbanos social-reformistas”. Tem a justiça social como ideia-força central e não se preocupa com o problema estético. Escopo não estritamente físico-territorial, grande grau de interdisciplinaridade e grande permeabilidade em face a realidade, inclusive ultrapassando o semi-apriorismo. No item que diz respeito ao grau de abertura para com a participação popular, o autor aponta ambiguidade, pois não claramente o compromisso com a democracia representativa, causando pseudoparticipação. A atitude em face do mercado alterna entre muito crítica e moderadamente crítica. O referencial político-filosófico vai de encontro ao socialismo democrático, por vezes conquistável através de eleições e não de revoluções. É um modelo que por vezes é compatível com o social capitalismo.
9. “Planejamento e gestão urbanos autonomistas”. A ideia-força central é a autonomia individual e coletiva. A questão da filiação estética não é deixada de lado, no entanto, as soluções apriorísticas são rejeitadas, aceitando as soluções que visam a variabilidade local ou regional. As decisões estéticas ficam a cargo da própria coletividade. O seu escopo é não estritamente físico-territorial e tem um grau muito grande de interdisciplinaridade, inclusive criticando o paradigma disciplinar. Extremamente reconstrutivista quanto à permeabilidade em face da realidade e grande grau de abertura para com a participação popular apresentando uma participação autêntica, com parceria, delegação de poder ou autogestão. Tem atitude em face ao mercado fortemente crítica em relação ao modelo capitalista e tem na sociedade autônoma seu referencial político-filosófico.

Como podemos analisar através da construção de tipologias e explicações destacadas acima por Souza (2002), existem diferentes enfoques nas formas de planejamento urbano. Cada enfoque e cada tipo de planejamento elaborado terá que levar em consideração o cidadão e qual as perspectivas do município.

Para o planejamento de uma cidade todos os aspectos devem ser avaliados e entendidos pelos administradores. Assim como o planejamento tem seu foco no cidadão o marketing tem seu foco no cliente, ou seja, no indivíduo que vai utilizar aquele produto.

## 2.6 Marketing

O marketing tem se tornado cada vez mais importante no contexto mercadológico, deixando para trás o antigo sentido de enganação ou de não ser levado a sério.

Atualmente, o marketing é visto como matéria e ferramenta importante para empresas, instituições, marcas e produtos se manterem no mercado e obterem vantagens competitivas em um ambiente cada vez mais concorrido e inundado por produtos e serviços. De acordo com Kotler (2006) o marketing é cada vez mais preponderante para o sucesso das empresas.

Apesar de relativamente novo como matéria e ferramenta, sua primeira definição, chamada de clássica, afirma que é “O desempenho das atividades comerciais que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor ou usuário.” (BOONE 1998, p.6), vem da Associação Americana de Marketing descrita em 1960. A partir de então, o marketing evoluiu e tomou importância estratégica no entendimento do mercado.

Contudo, esta definição não cabe mais no mercado atual, pois, pertence a um mercado totalmente diferente da década de 1960. . Em um mercado mais competitivo e com mais ofertas como o atual, o consumidor não quer apenas encontrar o produto, ele deseja que o produto o satisfaça. Conforme expõe Samara (2005), o marketing hoje deve atrair clientes com ofertas e, mais que isso, satisfazer os clientes constantemente e mantê-los em contato com a empresa.

A evolução do marketing se deu através da evolução do mercado, de novas tecnologias e conseqüentemente dos novos hábitos dos consumidores diante de tantas transformações. Nesse processo evolutivo o mercado passou por três fases conforme explica Kerin (2007), Era da produção; Era de vendas e Era de Marketing.

A Era de produção foi caracterizada pela “demanda maior que a oferta”, o importante era produzir para somente escoar a produção. Nesse período pré Revolução Industrial, a concorrência era praticamente inexistente.

A Era de vendas, entre 1925 e 1950, já se caracteriza pelo surgimento de maior oferta e o foco passa da produção para as vendas. A era de vendas é pós Revolução Industrial, daí o excesso de oferta, o início de uma concorrência mais pesada e o objetivo focado nas vendas.

A Era do marketing, à partir da década de 50, surge para transformar essas vendas em relacionamento com cliente e o foco se torna o próprio consumidor. O cliente se torna peça fundamental no processo de pensamento estratégico do marketing. Podemos verificar que o marketing partiu de um posto meramente de distribuição, produção e vendas para uma disciplina que engloba várias outras ferramentas para ir de encontro ao consumidor.

A orientação de marketing utilizada a partir da década de 50, incorpora bem a visão de marketing que as empresas e instituições, sejam elas públicas ou privadas, e a maioria dos governos buscam adotar ainda hoje, em maior ou menor grau. O marketing, seu fundamento e seu uso evoluíram com o tempo. Hoje o marketing significa entender os clientes ou consumidores e fazer com que seus desejos e necessidades sejam supridos de forma lucrativa para quem oferece os produtos e serviços e também de forma que gere bem estar a quem consome.

O marketing atualmente também é utilizado como ferramenta de busca de oportunidades, “Marketing é a arte de descobrir oportunidades, desenvolvê-las e lucrar com elas.” (KOTLER, 2000, p. 54). As oportunidades estão em produtos e serviços que se desenvolvem para entregar valores que agradem ao consumidor. Com a grande concorrência atual as empresas buscam de forma contundente entregar valor aos clientes, que em troca dos valores que recebem, compram um produto ou serviço e entregam capital.

As empresas procuram surpreender os clientes positivamente, para alcançar um item que todas as companhias e governos procuram, a fidelização do cliente.

As definições de marketing surgem em uma velocidade bastante rápida e foram se transformando através das eras de mercado, partindo da clássica já citada, até as mais atuais e que têm em comum a ligação das empresas com os clientes e satisfação desses clientes (KOTLER, 1996 e 2006; SAMARA 2005; AAKER, 2007), uma vez que os clientes se tornaram o objetivo a ser atingido, não somente no sentido simplista da compra e venda, mas em um sentido mais amplo de manter esse cliente fiel à empresa e a fidelidade se reverta em lucro.

É importante para o ambiente mercadológico atual entender os consumidores, pesquisar suas necessidades e desejos e, a partir daí, traçar um planejamento que seja adequado ao objetivo que a empresa quer atingir. A concorrência em todas as áreas de comércio tornou as estratégias de marketing mais necessárias à manutenção e adequação das empresas no mercado local, regional ou global.

### 2.6.1 Marketing de Lugares

O marketing atua em vários setores em decorrência do desenvolvimento do mercado, do número das mercadorias disponíveis e do avanço que a tecnologia imprime na sociedade, conseqüentemente nas formas de comercialização, “Durante a década de 90, as mudanças no ambiente dos negócios impuseram uma série de desafios às formas já estabelecidas de se fazer negócios.” (KEEGAN, 2005, p. 15). Os desafios apresentados devem-se a concorrência acirrada em todos os setores do comércio e ao surgimento de novas tecnologias.

A amplitude do marketing chega a uma variedade ampla de objetos, segundo Kotler (2000), os produtos e serviços não são mais os únicos itens a serem colocados e disponibilizados no mercado. Hoje pessoas, lugares organizações, ideias e experiências estão também no mercado.

A globalização exerce influência no modo dos cidadãos verem seus municípios e também no modo como as empresas enxergam novas possibilidades de se expandirem, seja geograficamente para se instalarem e começarem a produzir, seja de forma a explorar novos lugares para vender seus produtos.

Nesse contexto, empresas têm buscado estabelecer estratégias de marketing global que orientem suas ações e apóiem a utilização de marcas que explorem a imagem positiva de determinado país ou que minimizem a imagem negativa de uma nação. (CANTO-GUINA e GIRALDI, 2012, p. 2).

Analisando o mercado global e a concorrência em todos os segmentos de produtos e serviços, verifica-se a busca por melhores posicionamentos, inclusive entre lugares. Os lugares procuram investimentos, buscam inovações que os valorizem e tentam conquistar posições que o levem a obter desenvolvimento. Pensar estrategicamente os lugares é uma forma de enxergar as regiões como produtos e serviços que podem vir a ser procurados e, dessa forma, promover seu desenvolvimento.

O marketing de lugares surge como uma possibilidade de pensar os lugares estrategicamente e com planejamento para apoiar as nações, regiões e cidades.

O marketing de um lugar abrange basicamente quatro atividades:

- Desenvolver um posicionamento e uma imagem fortes e atraentes.
- Estabelecer incentivos atraentes para os atuais e os possíveis compradores e usuários de seus bens e serviços.
- Fornecer produtos e serviços locais de maneira eficiente.

- Promover os valores e a imagem do local de uma maneira que os possíveis usuários conscientizem-se realmente de suas vantagens diferenciadas. (KOTLER, 2006, p. 43).

Quando as quatro atividades são analisadas, verifica-se a visão mercadológica voltada para um lugar. O posicionamento “[...] envolve o desenvolvimento de uma estratégia de marketing dirigida a um determinado segmento de mercado e elaborada para obter uma certa “posição” na mente do comprador potencial.” (BOONE, 1998, p. 243). Um bom posicionamento leva uma cidade a ter vantagem e uma imagem positiva que atraia investimentos.

Oferecer incentivos é uma forma de fidelizar clientes e transformar clientes potenciais em clientes reais, ou seja, aqueles clientes que efetivamente comprem e que o potencial seja maximizado.

Pensar o regional e o local com suas características próprias é fundamental para o desenvolvimento de lugares. Os produtos e serviços de certa localidade podem ser utilizados como diferencial competitivo, desde que as ações que mostrem e entreguem os produtos e os serviços da localidade sejam feitas de maneira eficiente, ou seja, levando-se em conta a comunicação do produto, a distribuição do produto e o produto em si.

As imagens que são levadas ao consumidor de uma localidade devem ser positivas, e também explicativas, como uma forma de deixar o consumidor ciente do que o lugar pode oferecer. O potencial de um lugar deve ser trabalhado como um conjunto de características e não apenas trabalhada com itens isolados.

Nagashima (1970, *apud* CANTO-GUINA e GIRALDI, 2012, p. 4) define o conceito de imagem de país como sua representação, e como homens de negócios e consumidores enxergam os produtos de determinada nação. A imagem será obtida pelas tradições, produtos representativos, economia, política e a história do local. Assim, a imagem de país esta ligada ao que o país representa. Podemos entender que as cidades também são representadas, e a imagem das cidades está ligada ao que elas representam para a população ou para investidores.

Conforme D’Astous e Boujbel (2007, *apud*, CANTO-GUINA e GIRALDI 2012, p. 5) as mídias de massa, marcas e todas as experiências turísticas dos indivíduos reforçam a presença dos países no dia a dia das pessoas. Aaker (1996) acrescenta que a familiaridade de uma marca é constituída com o apoio da visibilidade.

A concepção de cidade mercadoria, onde o marketing de lugares é utilizado, também leva em consideração a questão da construção da imagem das localidades para os indivíduos e investidores. A cidade mercadoria e conseqüentemente o marketing de lugares encontra críticas agudas.

De fato, a partir de um determinado momento histórico, aqui identificado com os anos 90, as cidades passaram a ser “vendidas” de forma semelhante, o que sugere que o espaço das cidades se realiza agora enquanto mercadoria. A transformação das cidades em mercadorias vem indicar que o processo de mercantilização do espaço atinge outro patamar, produto do desenvolvimento do mundo da mercadoria, da realização do capitalismo e do processo de globalização em sua fase atual. A existência de um mercado de cidades, como um fenômeno recente, mostra a importância cada vez maior do espaço no capitalismo – a orientação estratégica para a conquista do espaço, que agora alcança cidades como um todo, postas em circulação num mercado mundial – evidencia a produção global do espaço social. (SANCHEZ, 2001, p. 3).

A crítica sobre as cidades e lugares que são analisados como mercadorias e que utilizam técnicas estratégicas e de planejamento levam em consideração a uniformização dos lugares, “Las “soluciones urbanas” pasan a valer no necesariamente por sus calidades intrínsecas, pero sí por su lugar de origen. La ciudad se transforma en un producto, una marca ella misma [...]” (SANCHEZ, 2005, p. 25).

A uniformidade das cidades que podem ser consideradas modelos, leva para outras cidades o modelo já pronto, preparado para ser apenas transferido de um lugar para outro. E a crítica está justamente no processo de padronização dos lugares em detrimento de suas qualidades específicas.

Para Sanchez (2005), o conjunto de virtudes das cidades modelo que são, ou tentam ser reproduzidas em escala global, podem, ao invés de se transformarem em paraísos, virarem máscara para a especulação financeira; o estímulo ao civismo, ser transformado em desprezo pela participação do cidadão nas decisões e a cidade sustentável pode ser apenas retórica e se tornar apenas um adjetivo, condicionado por um modelo político de exportação.

Esse estudo seguirá o pensamento de que, atualmente, os lugares são analisados como marcas e como tais concorrem entre si, em um mundo globalizado, precisando assim maior visibilidade entre seus concorrentes. Kotler (2006), afirma que os lugares, nesse eixo de estudo, devem ser entendidos como comunidades,

idades, regiões, estados e nações, e devem ter planos estratégicos de marketing para poderem competir diante de tamanha concorrência.

O trabalho é apresentado levando em conta as formas de diagnóstico de Kotler et al (2006), no qual o marketing pode auxiliar de forma eficaz as cidades, seus projetos e suas estratégias de desenvolvimento.

O diagnóstico proposto por Kotler et al (2006) é feito através de uma auditoria do lugar que começa com informações sobre a atratividade dos lugares e seus dados demográficos. O diagnóstico também procura saber se as cidades têm concorrentes, ou se tem parceiros. O próximo passo é identificar as principais tendências do município e para onde ele vai caminhando, observando suas oportunidades e ameaças e também as forças e fraquezas utilizando dos princípios da Análise SWOT.

Segundo expõe Kotler e Keller (2006), a Análise SWOT é a análise do ambiente interno através das suas Forças e Fraquezas, do inglês Strengths e Weaknesses e a análise do ambiente externo através das Oportunidades e Ameaças, do inglês Opportunities e Threats. O diagnóstico tem o auxílio do quadro apresentado a seguir e do questionário desenvolvido.

O composto de marketing, ou mix de marketing, é a base para alcançar o consumidor nos dias atuais (KEEGAN, 2005; KOTLER, 2006; SAMARA, 2005). O composto de marketing é constituído por: Produto, Preço, Praça e Promoção, também conhecido por 4Ps.

Os 4Ps são os elos de uma corrente de negociação e são ferramentas que as empresas têm para competirem no mercado atual (KOTLER, 2006). Originalmente, os 4Ps foram pensados, estudados e direcionados para produtos e serviços para atingir às necessidades dos consumidores e, conseqüentemente, conquistar os consumidores.

Figura 1: O composto de marketing – 4Ps





No mix de marketing, conforme explica Kotler (2006), o produto é tudo que se refere à marca, à qualidade, à embalagem, ao design, às características e aos serviços que o compõem. O preço é a denominação das ações de descontos, políticas de preços e suas condições de pagamento. A praça é também conhecida como ponto de venda e tem relação com a distribuição. A promoção é a propaganda, a promoção de vendas, relações públicas e marketing direto.

Com a dinâmica do mercado global e as novas concorrências observadas em áreas diferentes dos produtos e serviços, o composto de marketing foi incorporado também ao planejamento de localidades.

Vários países, estados, regiões, cidades, atualmente, incorporaram o composto de marketing em seus planejamentos urbanos para se posicionarem em um contexto cada vez mais concorrente. Para tal, transportaram os 4Ps para as localidades e para as cidades, onde a aplicação pode ser verificada através da seguinte correlação:

- Produto = Cidade
- Preço = Investimentos
- Praça = Localidade e características geográficas
- Promoção = Estratégias de comunicação tanto com público interno como com público externo.

O marketing de lugares envolve avaliar as cidades como produtos, definindo sua imagem e seu potencial, entendendo as necessidades locais para desenvolver a cidade e também as necessidades da população.

Para aplicar o marketing de lugares, Kotler (2006) afirma que quatro estratégias podem auxiliar no processo para o desenvolvimento. São eles: marketing de imagem; marketing de atrações; marketing de infraestrutura e marketing de pessoas.

O marketing de imagem significa a localidade apresentar uma imagem forte para seu público alvo.

Uma vez que o desenvolvimento da imagem é um processo interativo entre observador e coisa observada, é possível reforçar a imagem tanto através de artifícios simbólicos e do reaprendizado de quem a percebe como através da reformulação do seu entorno. (LYNCH, 1997, p.12).

Com uma imagem alinhada à visão do observador que seja interessante para o lugar, o potencial desse local crescerá, atraindo a atenção e fixando uma imagem favorável àquele possível consumidor.

A estratégia de marketing de atrações abrange de forma especial as localidades que têm características para o turismo. No entanto, algumas regiões, sem grandes atrativos naturais e mais voltadas para os negócios, buscaram, nos últimos anos, utilizar estratégias de atração. Com projetos de construção de centros de convenções e pavilhões, como em Porto Rico, com um projeto de 200 milhões de reais na primeira fase, conforme aponta Kotler (2006).

A infraestrutura é a condição mais importante para o desenvolvimento de um lugar, seja ele turístico ou não. A discussão sobre a infraestrutura de um município está inserida em qualquer planejamento sério que se faça sobre cidades, regiões, estados ou nações.

Kotler (2006) explica que a infraestrutura tem a capacidade de atrair investimentos, pessoas, empresas e instituições que necessitam de ruas bem cuidadas, aeroportos, segurança entre outros serviços.

Toda cidade, conforme expõe Souza (2003), é uma localidade central, do ponto de vista econômico, que de acordo com a quantidade de serviços e produtos que ofertar, atrairá um maior número de compradores, podendo ser do entorno ou de outras regiões.

Uma cidade que oferece uma infraestrutura que supra os interesses de empresas, ou pessoas, terá, conseqüentemente, a preferência em um momento de decisão.

O marketing de pessoas tem relação com o povo de determinada região. Kotler (2006) afirma que uma população pode atrair pessoas de outros lugares e que, comumente, as campanhas publicitárias de lugares escolhem a população como atrativo. Essa atratividade pode servir tanto para chamar empresas, de acordo com o caráter de um país, como para chamar turistas, anunciando uma população hospitaleira por exemplo.

A mão de obra qualificada de uma população pode servir de fator decisivo para que aquela localidade seja escolhida como destino por pessoas que desejam sair de férias e prefiram bons hotéis e restaurantes com bom atendimento. Como pode ser fator preponderante para que uma empresa se instale naquela localidade.

As quatro estratégias, propostas e explicitadas acima, não devem ser avaliadas individualmente. Para que uma localidade apresente uma atração para investimentos, os esforços das estratégias devem ser conjuntos, pois uma cidade pode ter uma imagem bem construída e não representar uma infraestrutura adequada, por exemplo.

As estratégias devem servir de foco e serem usadas como ferramentas que se completam para um planejamento adequado e para um desenvolvimento que envolva o lugar como um todo.

### 3 MÉTODO

O trabalho apresenta um levantamento e diagnóstico da cidade de Itajubá, para isso será utilizado um estudo de caso do município.

Em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores. (YIN, 2001 p. 21).

#### 3.1 Tipo de Pesquisa

A pesquisa é qualitativa quanto à abordagem e quanto ao seu objetivo será exploratória descritiva. Segundo Cervo (2007), a pesquisa exploratória realiza o estudo das situações e busca descobrir relações entre os itens que compõem as situações. Esse tipo de pesquisa permitirá uma análise mais profunda dos eventos que acontecem na cidade, dos desdobramentos desses eventos e dessa forma entender as relações entre acontecimentos, planejamento urbano e marketing.

A escolha dos entrevistados se deu a partir da representatividade que esses atores têm em suas áreas, compondo assim um conteúdo confiável para ser analisado.

Segundo Duarte (2002) a amostra dos entrevistados em uma pesquisa qualitativa é difícil de ser determinada, pois o número vai depender da qualidade de informações obtidas, dessa forma, o pesquisador pode continuar com seu trabalho enquanto houver dados novos surgindo ou suspender a pesquisa assim que perceber que os depoimentos não acrescentam nada de novo ao projeto.

A técnica de coleta de dados será documental e por meio de entrevistas semi estruturadas, que permitirão aos entrevistados maior desenvoltura entre os temas. Serão utilizados dados primários e dados secundários conforme explica Cervo (2007), dados primários coletados com pesquisa de campo, entrevistas e questionários e dados secundários colhidos em livros, relatórios e outras fontes impressas e eletrônicas.

O delineamento de estudo de caso, “Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou pouco objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado

conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos considerados.” (GIL, 2010, p. 37).

O estudo de caso também permite maior proximidade entre o fenômeno e o contexto em que ele está inserido. Yin (2001), completa que este método dá controle sobre os acontecimentos contemporâneos através das questões da pesquisa.

O estudo de caso vem sendo amplamente utilizado pelas ciências sociais, com diferentes propósitos:

- a) explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos;
- b) preservar o caráter unitário do objeto estudado;
- c) descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação;
- d) formular hipóteses ou desenvolver teorias; e
- e) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamento e experimentos. (GIL, 2010, p. 37).

O método escolhido tem ligação com o fato de o estudo que se realizará, procura entender o que está acontecendo na contemporaneidade do objetivo, o examinando de maneira qualitativa.

### **3.2 Área de Realização**

A pesquisa será realizada na cidade de Itajubá, situada no Sul de Minas Gerais. Conforme dados do IBGE (CENSO, 2010), o município tem 90.658 habitantes, com população residente urbana de 82.764 e na área rural com 7.894 habitantes.

A microrregião de Itajubá abrange os seguintes municípios: Brasópolis, Consolação, Cristina, Delfim Moreira, Dom Viçoso, Itajubá, Marmelópolis, Maria da Fé, Paraisópolis, Piranguçu, Piranguinho, Virgínia, Wenceslau Brás.

### **3.3 População e Amostra**

A população da pesquisa será composta de gestores públicos e privados, líderes de opinião, sociedade civil organizada de Itajubá. A escolha da população se deve ao fato da necessidade de opiniões de indivíduos que entendam sobre o andamento da cidade, suas oportunidades e entendam também da legislação

vigente. O entendimento desse público é de suma importância para criar um diagnóstico detalhado do município. É relevante ressaltar que os entrevistados serão atores sociais que participam do dia-a-dia da cidade, podendo dessa maneira, contribuir para o processo da pesquisa de forma abrangente para a busca do diagnóstico.

Amostra será técnica de seleção de amostra e não probabilística por julgamento, portanto não se aplica a representatividade estatística.

Quadro 2 – Amostra de entrevistados e cargos

Entrevistados	Cargos
Laudelino Augusto dos Santos	Vice-Prefeito de Itajubá
Alexandre Almir de Carvalho	Secretário de Desenvolvimento
Prof. Ms. José Alberto Ferreira Filho	Pró-Reitor Administrativo da Universidade Federal de Itajubá
Remy de Andrade Filho	Presidente da Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Itajubá
Prof. Dr. Hector Gustavo Arango	Diretor da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas
Jeferson Mendonça	Sindicato dos Trabalhadores Metalúrgicos de Itajubá
Dr. João Luiz de Campos	Presidente da ONG Transparência Itajubá

Fonte: Elaborado pelo autor, 2012

O quadro de entrevistados montado, teve a intenção de deixar a pesquisa balanceada quanto as instituições e entrevistados.

Há a categoria do Poder Público, que ao ser escolhida, tem a intenção de verificar como os atuais governantes verificam as possibilidades de desenvolvimento da cidade, seu planejamento e seu desenvolvimento e o que essas pessoas estão fazendo em prol do município. Encontram-se nessa categoria o senhor vice-prefeito e o secretário de desenvolvimento.

Em outra categoria encontram-se os representantes de duas instituições conceituadas de ensino da cidade. O pró-reitor administrativo da Universidade Federal de Engenharia de Itajubá e o diretor da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas. A entrevista busca encontrar como esses intelectuais analisam o crescimento da cidade, como isso afeta suas instituições e sua visão das possibilidades da cidade e região.

A terceira categoria se relaciona com os setores dos sindicatos, dos trabalhadores. A investigação tentará encontrar aspectos da visão de trabalhadores

referentes a mão de obra, infra estrutura e forças do município. A quarta e última categoria procura refletir sobre os pensamentos e respostas do comércio itajubense e referente a visão de uma parcela da sociedade sobre os aspectos inerentes ao dia a dia de Itajubá.

Dessa forma o esforço da pesquisa é abranger áreas importantes e atores da cidade para entender como a cidade se vê e qual seu potencial, para a “*Seleção dos Informantes*. Devem ser selecionadas pessoas que estejam articuladas cultural e sensitivamente com o grupo ou organização.” (GIL, 2010, p. 121).

### **3.4 Instrumentos**

Foi elaborado um roteiro de questões para entrevistas semi estruturado, para que os entrevistados possam em parte ser direcionados por um roteiro e, em parte, fiquem e sintam-se livres para demonstrar suas observações e perspectivas da cidade sem amarras.

Um roteiro cuja estrutura seja semiaberta, tal como o roteiro de estrutura fechada, é focalizado. Porém ao contrário da estrutura fechada, permite inclusões, exclusões, mudanças em geral nas perguntas, explicações ao entrevistado quanto a alguma pergunta ou alguma palavra, o que lhe dá um caráter de abertura. (VERGARA, 2009, p. 9).

Está estrutura revela a opinião do entrevistado e dá ao entrevistador maior flexibilidade no decorrer da entrevista, tanto de ir mais a fundo, como em reformular questões pertinentes.

Consulta de Documentos: IBGE, Prefeitura, Associação Comercial. A consulta de documentos será utilizada com o intuito de entender a cidade, sua demografia e onde este município está inserido.

Cada comunidade precisa avaliar sua população, seu poder aquisitivo, sua competência, o mercado habitacional, a estrutura industrial e o mercado de trabalho, o perfil de saúde, os recursos naturais, as facilidades de transporte, a qualidade de vida e as instituições de educação e pesquisa. (KOTLER, 2006, p. 128).

### **3.5 Plano Para Coleta de Dados**

A parte documental teve início em novembro de 2011 e ocorrerá também ao longo do primeiro semestre de 2012.

As entrevistas foram feitas no primeiro semestre de 2012, serão agendadas, gravadas em áudio com transcrição literal. O Plano de Pesquisa de entrevistas foi aprovado pelo Comitê de Ética da UNITAU, Protocolo CEP/UNITAU nº 106/12.

### **3.6 Plano Para Análise de Dados**

Os dados foram analisados a partir do modelo do diagnóstico proposto por Kotler (2006), que afirma que entender uma comunidade é entendê-la a fundo e buscar saber por que ela é da forma que se apresenta.

Como foi utilizado o método de Estudo de Caso, os dados foram analisados simultaneamente com a primeira entrevista, conforme Gil (2010), a interpretação pode ocorrer concomitantemente ao processo de pesquisa.

Os dados foram verificados a partir dos fatores de atratividade do lugar, levantando suas características econômicas e demográficas. A atratividade de um lugar conforme expõe Kotler (2006), vai desde características básicas como a demografia e a característica econômica. Como perpassam pela infraestrutura, a qualidade de vida, os recursos naturais, entre outros. Para verificar a atratividade do lugar deve-se ter um olhar apurado para qual é a característica do lugar.

Como auxílio ao diagnóstico proposto por Kotler usaremos para análise de atratividade um modelo um quadro da Andersen Consulting, explicitado em Borba (2010, p. 75. In: COSTA, A. J. D. (ORG.) , que apresenta dados de atratividade e sua importância.



Quadro 3 – Análise de atratividade

Critério de Atratividade	Grau de Importância	Avaliação
Especialização da Mão de Obra	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = Desajuste entre oferta de recursos humanos da cidade e a demanda 3 = Mercado local de recursos humanos que satisfaça as necessidades da localidade
Acesso a Clientes e Fornecedores	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = localização relativa aos consumidores e fornecedores implica em desvantagem 3 = proximidade ideal. Implica em menores custos
Infraestrutura	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = Insuficiente 3 = Excelente infraestrutura urbana e ofertas de serviços
Transportes	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = Insuficiente 3 = Excelente serviço de transporte
Acesso a pesquisa e desenvolvimento	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = Inexistente 3 = Presença de centros de pesquisas
Disponibilidade de Recursos Financeiros	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = Escasso desenvolvimento de serviços financeiros 3 = Centro desenvolvido para as necessidades do local
Segurança	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = Inadequada 3 = Ótima segurança para o desenvolvimento
Papel Normativo e Fiscal	1 = Pouco Importante 3 = Muito Importante	1 = Papel Normativo e Fiscal Inadequado 3 = Papel Normativo e Fiscal potencializador de desenvolvimento.

Fonte: Andersen Consulting, 1997. Tabela elaborada pelo autor

Após a verificação de atratividade do lugar será efetuada a identificação dos principais concorrentes, pois conforme explica Kotler (2006), um lugar precisa saber quem são seus concorrentes principais em cada nicho de mercado. Os lugares devem fazer trabalho de reconhecimento para que possam se posicionar no mercado de maneira apropriada, sem perder suas características.

No caso específico do levantamento de concorrentes, haverá o estudo da hipótese das cidades da região não serem tratadas como concorrentes, ou como municípios que competem entre si, mas sim, como cidades que possam ser elos de uma mesma cadeia, podendo competir em equipe por melhores soluções regionais. A análise dessa possibilidade será feita a partir do entendimento de clusters regionais.

[...] um agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas (fornecedores especializados, prestadores de serviços, setores correlatos e complementares, clientes demandantes) que cooperam e concorrem entre si e instituições correlatas e específicas vinculadas por elementos comuns e complementares (universidades, institutos de pesquisa e desenvolvimento, bancos de financiamento, órgãos de normatização governamentais e associações comerciais, e trabalhistas) que interagem sinergicamente com as empresas agrupadas num determinado território econômico. (Isard , 1960; Porter, 1996 *apud* CARVALHO, 2000, p. 2).

A análise levou em consideração a identificação das principais tendências, que é verificar para onde o mercado esta caminhando e os acontecimentos que irão impactar ou não o mercado, segundo expõe Kotler (2006), é necessário identificar acontecimentos em larga escala como exemplos a mudança no estilo de vida da população, o impacto da globalização e a tecnologia da informação em expansão. Em escala menor a mão de obra e os concorrentes com atrativos mais baratos são exemplos.

Após as entrevistas houve a transcrição literal do áudio captado e interpretação dos dados. As análises seguiram os critérios de atratividade e alguns novos dados que surgiram repetidamente foram incluídos nos resultados. Para análise dos resultados os entrevistados foram ordenados em: Entrevistado 1; Entrevistado 2; Entrevistado 3; Entrevistado 4, Entrevistado 5 e Entrevistado 6; Entrevistado 7. Entrevistado 8. Não há relação entre essa numeração e a disposição que eles foram apresentados acima e essa organização foi elaborada para resguardar suas opiniões.

Logo após os dados foram catalogados para um levantamento de forças e fraquezas e oportunidades e ameaças do município, com uma Análise SWOT, já explicitada (p. 36) então determinaremos as questões mais relevantes para o município. Após a finalização da pesquisa, os arquivos de áudio das entrevistas serão armazenados pelo período de um ano em acervo pessoal do pesquisador e, posteriormente, destruídos.

## 4 ITAJUBÁ

### 4.1 Dados Históricos e Geográficos da Cidade de Itajubá

A cidade de Itajubá teve seu começo, assim, como muitas cidades de Minas Gerais, a partir da corrida pela exploração do ouro e pedras preciosas. As minas do lugarejo, depois denominado Nossa Senhora da Soledade do Itagybá, onde se construiu a cidade de Delfim Moreira, deram início, em 1703, à história da atual Itajubá. Secretária Municipal de Educação de Itajubá - SEMED (2002).

No século XVII, as minas, então descobertas, atraíram muitos garimpeiros à procura de riqueza. Já em 1752, com uma população maior que se criou em torno de uma igreja, surgiu uma vila com o nome de Soledade de Itagybá, de acordo com a Secretaria Municipal de Educação de Itajubá - SEMED (2002), ou com o nome de Soledade de Itajubá, conforme IBGE Cidades (2012).

Como as minas de Soledade de Itagybá, ou de Soledade de Itajubá, não deram o retorno esperado pelos garimpeiros, eles se retiraram, e a população, que ali permaneceu, passou a viver da agricultura e da pecuária de subsistência. No entanto, os recursos eram poucos; as terras, assim como a localização, desfavoráveis, SEMED (2002).

Com o falecimento do Padre Joaquim José Ferreira, ocorrida em 1817, vigário da paróquia de Soledade de Itajubá, conforme explica Guimarães (2000), foi nomeado o Padre Lourenço da Costa Moreira, que, chegando à localidade, não gostou do que encontrou. O padre achou o lugar de difícil acesso, topografia desfavorável e sem desenvolvimento no vilarejo, embora criado há 116 anos.

O Padre Lourenço da Costa Moreira, dois meses depois de sua chegada a Soledade de Itajubá, juntou a população e conclamou todos a descerem a serra, em direção ao rio Sapucaí, pois tinha informações de que havia naquela região terras mais cultiváveis e férteis com melhor clima. Esse chamado teve a intenção principal de fundação de um novo povoado para ser sede da Paróquia, SEMED (2002); Guimarães (2000); IBGE (2012).

Partiram de Soledade de Itajubá na manhã de 18 de março de 1819, chegaram ao destino que o Padre Lourenço da Costa Moreira achou ser ideal para a construção da nova capela e realizaram ali mesmo na clareira a primeira missa da localidade chamada de Boa Vista de Itajubá, Guimarães (2000).

A cidade prosperou com a pecuária e a agricultura, e em torno da Matriz concluída em 1831, o povoado cresceu.

Os fazendeiros desejaram ter residências também no povoado, perto da igreja, e casas de pau-a-pique foram construídas, e outras ruas foram abertas, e o povoado rapidamente cresceu, abrangendo logo toda a área da fazenda Ibitira, que desapareceu com a urbanização de progresso surpreendente. (GUIMARÃES, 2000, p. 21).

A herança de concentração urbana em Itajubá continua até os dias de hoje. A população é predominantemente urbana, conforme dados do Censo 2010, IBGE (2012). Os endereços urbanos são no total de 33.896 e, os endereços rurais, somam o total de 3.368.

Um Decreto Imperial de 14 de julho de 1832 criou a Freguesia de Boa Vista de Itajubá. Devido a sua prosperidade, seu território foi desmembrado da cidade de Campanha. A lei provincial número 1.149, de 4 de outubro de 1862, promove a sede municipal à categoria de cidade, IBGE (2012).

Em 1888, dois meses antes da promulgação da Lei Áurea no Brasil, a cidade de Itajubá declarou a sua Abolição da Escravatura, fato que levou o abolicionista José do Patrocínio, a classificar o município como cidade Luz, conforme explica Guimarães (2000).

A Lei Federal 3.232, de 1917 oficializa o Instituto Eletrotécnico e Mecânico de Itajubá, que foi fundado no ano de 1913 e se tornou a décima Escola de Engenharia do país, UNIFEI (2012). O fato de o instituto nascer no município foi de grande importância, pois deu maior visibilidade ao local, além de iniciar a especialização da mão de obra na região, o que acabou atraindo empresas para a região. Em 2002, o antigo Instituto Eletrotécnico e Mecânico de Itajubá, se tornou através da Lei 10.435, promulgada pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, Universidade Federal de Engenharia de Itajubá.

Após o Instituto Eletrotécnico e Mecânico, outras faculdades tiveram, e ainda têm, destaque na cidade, confirmando sua vocação universitária. A Faculdade de Ciências Econômicas do Sul de Minas, oficializada em 1971, é um exemplo, assim como a Faculdade de Medicina e a de Engenharia Civil.

Cartograficamente Itajubá se situa no sul do estado de Minas Gerais, possuindo área territorial de 294,835Km<sup>2</sup>. A cidade fica aproximadamente em uma altitude de 827m a 1.500m acima do nível do mar e tem topografia do tipo ondulada e montanhosa. A cidade está localizada entre as capitais de Minas e São Paulo.

O município é privilegiado em relação à localização, não só por estar inserido numa rede urbana firmada por prósperas cidades de porte médio, cujo acesso é feito pela BR459, mas também devido à sua posição em relação às grandes capitais da região sudeste: Belo Horizonte (445km), São Paulo (261km), Rio de Janeiro (318km). (SEMED, 2002, p. 22).

Figura 2 – Mapa de Localização de Itajubá



Fonte: Instituto Nacional de Telecomunicações, 2012.

## 4.2 Itajubá no Cenário Atual

De acordo com o ranking do Índice de Desenvolvimento Humano de municípios Brasil 2000, trabalho conduzido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD, Itajubá ocupa a posição de número 293 entre 5507 municípios brasileiros, PNUD (2012). O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH – M) é mensurado utilizando as mesmas dimensões para o cálculo do IDH de países que são: educação, longevidade e renda. O IDH – M segue a variação de 0 a 1, onde, quanto mais próximo de 0 o valor atribuído ao país ou município, significa que menos desenvolvido o país ou município será. O IDH – M

utiliza as mesmas dimensões, porém com indicadores diferentes, que são organizados para núcleos sociais menores, segundo PNUD (2012).

Em relação a dimensão educação, o IDH – M leva em conta dois indicadores, a taxa de alfabetização acima de 15 anos (com peso dois) e a taxa bruta de frequência na escola (com peso um), de acordo com PNUD (2012). A cidade de Itajubá tem o IDH – M no indicador educação a seguinte evolução, em 1991 o índice de 0,849 e em 2000 foi 0,928.

Tabela 3 – Educação na Microrregião de Itajubá em 2000

Município	Média de anos de estudo das pessoas de 25 anos ou mais.	Percentual de pessoas de 25 anos ou mais de idade com 12 anos ou mais de estudos
Brasópolis	4,96	6,36
Consolação	3,64	2,33
Cristina	4,48	4,82
Delfim Moreira	4,23	4,07
Dom Viçoso	3,96	2,32
Itajubá	7,13	14,49
Maria da Fé	4,47	3,90
Marmelópolis	4,00	2,78
Paraisópolis	5,36	6,73
Piranguçu	4,30	3,69
Piranguinho	4,95	4,50
Virgínia	3,97	2,59
Wenceslau Braz	4,58	3,64

Fonte: Fundação João Pinheiro, 2012. Elaborado pelo Autor

Na longevidade o IDH – M de Itajubá sofre a seguinte alteração, segundo dados do PNUD (2012), em 1991 com 0,762 e em 2000 com 0,764. A longevidade é calculada da mesma forma para países e municípios e leva em consideração os anos que uma pessoa nascida em determinada localidade deve viver. É importante salientar que o indicador de longevidade, segundo PNUD (2012), mostra as condições de salubridade e de saúde de um determinado local.

Tabela 4 – Condições de Saneamento e Energia da Microrregião Administrativa de Itajubá

Município	Percentual de pessoas que vivem em domicílios urbanos com serviço de coleta de lixo, 2000	Percentual de pessoas que vivem em domicílios com energia elétrica, 2000	Percentual de pessoas que vivem em domicílios com banheiro e água encanada, 2000
Brasópolis	98,33	98,99	94,78
Consolação	96,05	97,43	89,84
Cristina	98,09	98,74	88,43
Delfim Moreira	98,09	97,48	90,62
Dom Viçoso	97,38	97,78	89,59
Itajubá	98,93	99,40	97,84
Maria da Fé	96,93	98,52	92,86
Marmelópolis	97,60	98,09	91,99
Paraisópolis	98,19	98,03	95,53
Piranguçu	98,65	97,93	94,26
Piranguinho	97,09	99,05	94,55
Virgínia	96,17	98,15	87,17
Wenceslau Braz	97,71	99,3	97,61

Fonte: Fundação João Pinheiro, 2012. Elaborado pelo Autor

A renda como indicador do IDH – M é calculada somando a renda de todos os moradores e depois as dividindo por todos os habitantes, inclusive os indivíduos sem renda e crianças. A renda per capita é calculada com base nos dados do CENSO, aqui no Brasil, PNUD (2012). Em Itajubá os indicadores apontam que em 1991 a nota foi de 0,692, já em 2000 de 0,752.

Em relação a renda per capita municipal, Itajubá tem a maior renda per capita de sua microrregião administrativa.



Tabela 5 – Renda per capita da Microrregião Administrativa de Itajubá em 2010

CIDADE	MÉDIA	URBANO	RURAL
Itajubá	935,87	976,98	486,52
Brasópolis	590,22	693,65	460,35
Consolação	459,00	460,20	457,58
Cristina	470,56	539,75	375,53
Delfim Moreira	505,80	635,13	421,23
Dom Viçoso	421,66	497,74	382,29
Marmelópolis	386,23	466,00	293,65
Maria da Fé	470,52	540,55	373,13
Paraisópolis	637,33	673,42	464,59
Piranguçu	543,33	618,93	506,74
Piranguinho	564,65	586,99	527,95
Virgínia	430,95	538,11	332,50
Wenceslau Braz	494,47	611,25	383,30

Fonte: Fundação João Pinheiro, 2012. Elaborado pelo Autor

Levando-se em conta os indicadores descritos acima e utilizados pelo PNUD, o IDH – M de Itajubá em 2000, segundo o PNUD (2012) é de 0,815 e leva a cidade à posição supracitada. Em 1991 o valor atribuído a Itajubá foi de 0,768, o que demonstra um desenvolvimento no município em relação ao IDH.

Tabela 6 – Índice de Desenvolvimento Humano - Municípios da Microrregião Administrativa de Itajubá

Município	IDHM, 1991	IDHM, 2000
Brasópolis	0,657	0,735
Consolação	0,636	0,703
Cristina	0,655	0,728
Delfim Moreira	0,649	0,72
Dom Viçoso	0,641	0,715
Itajubá	0,768	0,815
Maria da Fé	0,658	0,733
Marmelópolis	0,629	0,721
Paraisópolis	0,700	0,779
Piranguçu	0,646	0,734
Piranguinho	0,667	0,757
Virgínia	0,636	0,709
Wenceslau Braz	0,664	0,743

Fonte: Fundação João Pinheiro, 2012. Elaborado pelo Autor

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na análise de atratividade de um local, deve-se levar em consideração suas particularidades, sua infraestrutura, sua demografia e também como os atores sociais enxergam e entendem esse local.

Na pesquisa efetuada, procurou-se elaborar questões que abrangessem aspectos importantes para uma análise aprofundada sobre a cidade de Itajubá. A abordagem do questionário produzido foi ao encontro dos critérios de atratividade proposto nesse trabalho, a junção do diagnóstico proposto por Kotler et al (2006) e mais especificamente na Figura 1 (p.40).

Devido ao delineamento de Estudo de Caso, a análise das respostas começaram já depois do primeiro entrevistado. Algumas palavras foram destacadas desde a primeira entrevista e serviram de alicerce para montar um diagnóstico consistente sobre o município.

Os resultados das entrevistas foram analisados levando-se em conta o Quadro 3 (p. 49), que foi reelaborado para ter ligação com as atratividades utilizadas no diagnóstico de Kotler et al (2006), inclusive com a proposta de Análise SWOT.

## **5.1 Entrevistas Com Atores Sociais**

As entrevistas seguiram um questionário semiestruturado, que buscou abranger as possibilidades de verificar como o município de Itajubá se situa atualmente em relação ao desenvolvimento.

A questão 1, colocada aos entrevistados, procurou saber quais as principais características que Itajubá tem para atrair empresas.

Os entrevistados foram unânimes em salientar que a principal característica de Itajubá para atrair empresas é a educação, com os vários cursos superiores e também com as várias escolas técnicas e conseqüentemente a mão de obra que se forma aqui em vários níveis. O Entrevistado 4 afirma que “Do ponto de vista da atratividade, digamos que a marca registrada do município esteja relacionada com a qualificação da sua mão de obra. Itajubá é conhecida por uma longa tradição na área de ensino.” O Entrevistado 6 aponta o “Ensino de excelência como a vocação da cidade.” Kotler (2008), afirma que é necessário, ao se fazer um diagnóstico, identificar as principais tendências da região. No caso de Itajubá, podemos afirmar

que essa é uma das principais tendências e, conseqüentemente, um dos principais atrativos de município.

Outro fator para atração é a localização de Itajubá, que surgiu na resposta de 6 Entrevistados. Conforme aponta o Entrevistado 2 “Na minha visão Itajubá é um local, uma região privilegiada, porque está entre a Dutra e a Fernão Dias, muito próximo. “.

Na pergunta seguinte, o questionamento foi em relação à infraestrutura da cidade para receber empresas. As respostas foram unânimes, apesar dos entrevistados apontarem diferentes pontos de falhas na infraestrutura. O Entrevistado 5 respondeu à questão de forma direta, “Horível”. Já o Entrevistado 2 aponta que a cidade está se preparando para tal e que no momento está de certa forma preparada. O entrevistado 7 aponta que a infraestrutura necessita de melhoria.

Esta pergunta revelou que a falta de infraestrutura para receber novas empresas é real preocupação. A infraestrutura foi relacionada ao trânsito, à situação de algumas ruas e ao próprio planejamento urbano mal estruturado.

A pergunta 3 buscou saber os pontos fortes e fracos de Itajubá. O ponto forte apontado como diferencial pelos Entrevistados, no geral, é novamente a educação. A qualidade de vida também foi elencada por cinco dos sete entrevistados como força.

Os pontos fracos são direcionados para a infraestrutura da cidade, que não consegue minimizar certos problemas crônicos, como o trânsito por exemplo. Em relação aos pontos fracos, os Entrevistados 1, 3 e 4 elencaram a falta de lazer na cidade, apesar da qualidade de vida. Os Entrevistados 1 e 7 afirmam que o valor dos imóveis também é um ponto fraco no município. Cabe lembrar que os pontos fracos são decorrentes do ambiente interno estudado, o que leva em consideração a infraestrutura.

Na pergunta 4, referente às barreiras para o desenvolvimento da cidade, o Entrevistado 1 aponta a falta de liderança política regional, assim como os Entrevistados 2, 3, 6 e 7. O Entrevistado 7 aponta a descontinuidade política como uma barreira, que leva até à falta de liderança regional. O Entrevistado 2 aponta a perda de representatividade política como perda de um lugar de destaque no Sul de Minas, frente a outras cidades, “Itajubá, em um passado não muito distante, era líder no Sul de Minas, hoje ela ocupa o 4° ou 5° lugar [...]”.

Os Entrevistados 1, 4, 5, 7 e 6 informam também que a geografia do lugar é impeditivo para o desenvolvimento da cidade, conforme destaca o Entrevistado 5: “Eu acho que para mim a principal barreira está na topografia porque nós temos uma região plana alagável e a que não é alagável, é morro. “

O Entrevistado 7 aponta também como barreira a falta de recursos destinados ao município. A explicação é que o repasse do Governo Federal e do Governo Estadual não contemplam como habitantes os estudantes que residem na cidade. Além disso, Itajubá, como cidade polo, recebe estudantes, doentes e pessoas que dependem do município e dos serviços municipais. Dessa forma, cria-se um descompasso entre receita e despesa.

Sobre as oportunidades levantadas na pergunta 5, os Entrevistados apontam a chegada da empresa Siemens, da duplicação da Helibrás e o crescimento da UNIFEI como uma oportunidade de crescimento e desenvolvimento para o município. Os Entrevistados falam em bum de desenvolvimento, mas que tem em contrapartida o aumento dos preços de aluguéis, preços de imóveis para compra e a especulação. As oportunidades pertencem ao ambiente externo e devem ser levadas em consideração para uma análise SWOT.

A relação de Itajubá com outros municípios, lançada na pergunta 6, é observada como boa pelos atores sociais que responderam à pesquisa. Há uma forte ligação entre a cidade de Itajubá e as cidades mais próximas e menores. Essas cidades menores, próximas de Itajubá, tratam-na como cidade pólo de uma microrregião, conforme atestam os Entrevistados 1, 3, 6 e 7. O Entrevistado 1 expõe que muitos moradores das cidades mais próximas trabalham no município.

O Entrevistado 2 também aponta uma relação regional dinâmica com os municípios menores. No entanto, o mesmo entrevistado observa que a relação entre as cidades maiores e Itajubá, na região do Sul de Minas, são de competição. Tal noção também é observada pelos outros entrevistados. Conforme destaca o Entrevistado 3 “[...] então essa rivalidade é óbvia, hoje em dia um município briga com o outro para captar recursos, para captar empresas [...]”.

O Entrevistado 4 aponta para uma falta de união das cidades maiores, que poderiam ter desenvolvimento maior caso atuassem juntas. Ele explica e exemplifica que “Na minha concepção de desenvolvimento urbano e regional, nós deveríamos ter na verdade um aeroporto regional [...] Então, só para citar, que na verdade nós precisamos pensar como uma região e não do ponto de vista isolado [...]”. Para o

diagnóstico proposto, precisamos saber da relação entre os lugares, se é uma relação de parceria ou competição. Pelo que a análise feita configura-se uma relação de competição;

Em relação à pergunta das atividades econômicas mais representativas do município, as repostas variaram entre Indústrias, Universidades e Comércio, nessa ordem. Quanto ao fato de serem bem exploradas, há consenso de que há necessidade de maior aproveitamento dessas atividades.

A atividade turística de Itajubá foi descrita como pequena, apesar da beleza natural do entorno do município e da região. Há uma pequena atividade turística conforme destacam os Entrevistados 5 e 3. O Entrevistado 4 observa que o turismo de negócios poderia ser melhor explorado.

A pergunta 10 foi elaborada para verificar se a mão de obra existente supre a demanda da indústria, comércio e serviços na cidade. A resposta dos entrevistados foi de que sim, mas com uma ressalva feita também por todos. A ressalva é que, no momento, a mão de obra é suficiente, no entanto, ela tende a ficar deficitária.

A localização e o acesso à Itajubá foram os itens da questão 11 e mostra uma localização que os entrevistados, em sua maioria, pensam ser boas. Mas os acessos são complicados e apertados, segundo o Entrevistado 5. O entrevistado 3 afirma: “Eu acho a localização geográfica ruim, acaba favorecendo a concorrência dos municípios próximos, essa saída pro Vale é terrível [...]”.

A infraestrutura da cidade para os moradores é considerada regular pelos Entrevistados. Eles apontam o trânsito, o valor da moradia e o transporte público como pontos negativos na infraestrutura. O Entrevistado 7 explica que 80% do município está coberto pelas cinco estruturas básicas da infraestrutura, a pavimentação, a água, o esgoto, drenagem e iluminação.

A questão 13 busca entender a importância das Instituições de Ensino Superior – IES, para a cidade. Todos os Entrevistados afirmaram que as IES foram fundamentais para o desenvolvimento de Itajubá e são fundamentais para a continuação da busca por melhoria contínua da população e da cidade.

Para verificar se o uso das leis municipais atreladas ao município dão suporte ao desenvolvimento foi proposta a pergunta 14. A resposta é que há necessidade de aprimoramento das leis antigas conforme explicam os Entrevistados 3, 6 e 7, inclusive propondo uma verificação do Plano Diretor. O Entrevistado 5 aponta que não há fiscalização.

Uma crítica ao poder público municipal feita pelos Entrevistados 1 e 4 é que a cidade vive um desenvolvimento pautado na atração de empresas e isso deve ser mudado,

Porque quem que não quer que venham empresas boas para Itajubá ou para qualquer lugar, sem duvida nenhuma, mas não pode ser o único modelo de desenvolvimento, precisa-se também criar condições para que haja desenvolvimento de dentro para fora, crescimento endógeno. (ENTREVISTADO 4, 2012).

A penúltima questão busca as respostas sobre como os órgãos fiscais do município cumprem o seu papel. Os Entrevistados em sua maioria afirmam que é deficitária. O Entrevistado 7 aponta como exemplo que a municipalização foi feita na teoria, mas não na prática, o que acaba deixando a fiscalização parcial e que ainda não atingiu o nível necessário para Itajubá.

A última pergunta foi feita para entender quais devem ser as prioridades do planejamento urbano de Itajubá na visão dos seus atores sociais. Os entrevistados 2, 6, 7 apontaram que o Plano Diretor precisa ser revisto devido à dinâmica da cidade. O planejamento do trânsito foi apontado pela maioria dos Entrevistados como fator de preocupação, assim como a falta de transporte público.

A ocupação de espaço de forma desordenada também deve ser monitorada e impedida, conforme aponta o Entrevistado 4. O outro ponto de concordância foi a questão das moradias e seus valores que devem ser repensados e que estão afetando a população como um todo.

## **5.2 Diagnóstico**

Para o diagnóstico de marketing proposto para a cidade de Itajubá, será utilizado o Quadro 3 (p. 49), juntamente com o diagnóstico proposto por Kotler et al (2006). A interação entre as duas formas propostas dará subsídios para um diagnóstico aprofundado.

O primeiro critério a ser estudado é a especialização de mão de obra, que também é observado pelo diagnóstico de Kotler et al (2006). Itajubá tem uma mão de obra especializada que supre a demanda do mercado e tem a capacidade de gerar atratividade à localidade.

O acesso a clientes e fornecedores é considerado bom em relação à localidade do município, porém com ressalvas em relação aos acessos.

A infraestrutura é um dos fatores mais importantes para a atratividade de lugares, segundo Kotler et al (2006).

A infraestrutura foi dividida em duas questões para os entrevistados:

- a) Como é a infraestrutura para a atração de novos empreendimentos?
- b) Como é a infraestrutura da cidade para os cidadãos?

A infraestrutura para a atração de empresas está falha, no entanto a cidade busca melhorias.

A infraestrutura para os cidadãos tem aspectos mais preocupantes e apresenta maior número de observações sobre suas falhas. A estrutura urbana não comporta o crescimento populacional que a cidade está observando, criando problemas infraestruturais.

O transporte é insuficiente para a população.

O acesso à pesquisa e desenvolvimento é o item de maior relevância verificado no diagnóstico, pois a presença de centros de pesquisa, centros universitários e bom nível de estudos leva a educação a ser o principal fator de atratividade.

Kotler (2006) afirma que identificar as principais tendências de uma localidade é um dos pontos chave para um diagnóstico de marketing. As principais tendências de Itajubá são a educação e a atração de indústrias para o município.

A disponibilidade de recursos financeiros no município é desenvolvida para as necessidades locais, sem apresentar qualquer tipo de reclamação por parte dos entrevistados em relação a esse critério.

A segurança é boa, sendo explicitada pelos entrevistados como um dos itens que colaboram para a boa qualidade de vida que a cidade oferece.

O papel normativo e fiscal acaba sendo inadequado, podendo ser melhorado. No entanto o papel normativo tem auxiliado positivamente na atratividade de indústrias para a cidade.

A análise de concorrência ou parceria entre Itajubá e as demais cidades revelou que Itajubá exerce ambas as opções. No campo de parceria, ela a faz com cidades mais próximas de porte menor. Isso fortalece as pequenas cidades envolvidas e também o município como pólo micro regional. Com as cidades maiores e mais distantes, Itajubá se apresenta como concorrente em busca de investimentos, repasses governamentais , instalação de empresas e liderança política.

### 5.3 Análise Swot de Itajubá

A Análise SWOT aplicada a uma localidade é uma forma de analisar quais os impactos positivos e negativos essa localidade tem, tanto internamente, como externamente. Kotler (2006) afirma que a Análise demonstra a situação de uma comunidade de forma abrangente.

As Forças correspondem ao que uma localidade tem de melhor e que podem maximizar o seu potencial. As Fraquezas correspondem às limitações de uma localidade. As Forças e Fraquezas estão no ambiente interno de uma localidade.

As Oportunidades de um município são referentes aos pontos externos que ela pode utilizar para obter alguma vantagem interna. As Ameaças são desafios decorrentes de “novas tendências ou acontecimentos desfavoráveis” (KOTLER, 2006, p. 137).

#### Forças do Município de Itajubá

- Educação
- Mão de Obra
- Indústrias
- Papel Normativo para a atração de indústrias.
- Localização

#### Fraquezas do Município de Itajubá

- Transporte
- Trânsito
- Lazer
- Valor dos Imóveis
- Acessos
- A situação geográfica

#### Oportunidades

- Abertura de grande empresa e ampliação de outras.
- Ampliação da UNIFEI

#### Ameaças



- Os repasses governamentais
- A concorrência quando ela se depara com outras cidades na mesma região buscando desenvolvimento

## 6 CONCLUSÃO

O objetivo desse trabalho foi fazer um diagnóstico de marketing da cidade de Itajubá e analisar a atratividade da cidade a partir do mesmo. Levou-se em consideração o diagnóstico proposto por Kotler et al (2006), para verificar os fatores de atratividade de um local, o Quadro 3 (p. 49) montado pelo autor a partir do grau de atratividade proposto pela Andersen Consulting (1997) e a Análise SWOT, uma ferramenta que, aplicada ao município, observou suas Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças.

Com base no estudo elaborado para analisar as atratividades do município de Itajubá, verificou-se que a cidade, segundo a avaliação dos entrevistados, demonstra fatores de atratividade com grandes oportunidades de aproveitamento para atrair investimentos e proporcionar melhoria de vida às pessoas.

O ponto forte da atratividade foi a educação que atrai empresas, devido à mão de obra, investimentos nas Instituições Superiores e pessoas que vêm à cidade justamente para estudar nos cursos oferecidos. Essa imagem de cidade estudantil, com mão de obra especializada, é utilizada como diferencial, no entanto não pelo setor público, como aponta um dos entrevistados que expõe que “[...] a cidade vive por si só.”.

A frase supracitada dá ideia de que falta um acompanhamento político e, principalmente, um planejamento urbano que acompanhe a expansão das empresas já existentes e a possibilidade da implantação de novas instalações na cidade.

O uso de um diagnóstico de marketing pode auxiliar no processo de planejamento urbano, pois aborda as tendências do município e pode servir de direcionamento para futuras ações, respeitando as características de cada município ou região.

As cidades buscam o desenvolvimento urbano como forma de proporcionar bem estar aos seus cidadãos e aos atores que fazem parte desse mecanismo. A importância das cidades sobressaírem perante outras, é considerado vantagem competitiva e podem atrair investimentos, pessoas e recursos que auxiliem no processo de desenvolvimento urbano.

Pensar desenvolvimento sem planejamento é inviável em qualquer circunstância, para uma cidade se torna ainda mais imperativo o planejamento urbano para um cenário de desenvolvimento urbano.

A atratividade de um lugar e seu delineamento é uma forma dos lugares se planejarem e utilizarem nos dias atuais, do marketing de cidades, que procura nos municípios suas características, suas forças e entender sua imagem no ambiente regional, nacional ou até mesmo global.

## REFERÊNCIAS

- AAKER, D. A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Criando e administrando marcas de sucesso**. São Paulo: Futura, 1996.
- BOONE, L. E.; KURTZ, D. L. **Marketing contemporâneo**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.
- BORBA, R. A. V. **Planejamento estratégico e desenvolvimento local**: uma aplicação na cidade de Londrina. In: COSTA, A. J. D. e GRAF, M. E. C. (orgs.). **Estratégias de Desenvolvimento Urbano e Regional**. Curitiba: Juruá, 2010.
- BRASIL, Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, Senado, 1998.
- CÂMARA MUNICIPAL DE ITAJUBÁ. [www.itajuba.cam.mg.gov.br](http://www.itajuba.cam.mg.gov.br) Acesso em 03 mar 2012.
- CANTO-GUINA, F. de T.; GIRALDI, J. de M. E. **Um ensaio sobre os construtos imagem de país e efeito país de origem**. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional. V.8, n.2, maio-ago 2012. (no prelo)
- CARVALHO, D. F. **Clusters Regionais e estratégia competitiva sustentável num ambiente globalizado**. Paper NAEA 141, 2000. Disponível em <<http://www.ufpa.br/naea/papers.php?mvitem=3>>. Acesso em: 17 mar 2012.
- CASTELLS, M. **A questão urbana**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- CERVO, A. L. et al. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
- DUARTE, F. **Planejamento urbano**. Curitiba: Ibpex, 2007.
- DUARTE, R. **Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo**. Cadernos de Pesquisa: n. 115, 2002. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n115/a05n115.pdf>>. Acesso em: 02 fev 2012.
- FERLIE, E. et al. **A Nova Administração Pública em Ação**. Brasília: Editora UNB/ENAP, 1999.
- FERNANDES, J. M. **O planejamento estratégico municipal como instrumento de gestão em cenários complexos**: um estudo sobre os condicionantes dos planos da Cidade de Barcelona. Cadernos EBAPE.BR vol. 7. n. 2 Rio de Janeiro: 2009. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttex&pid=S1679-339512009000200009&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttex&pid=S1679-339512009000200009&lang=pt)>. Acesso em: 05 mar. 2012.
- FERRARA, L. D. **Comunicação espaço cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.
- FJP. **Fundação João Pinheiro**. Disponível em: <[www.fjp.gov.br](http://www.fjp.gov.br)>. Acesso em: 20 ago. 2012.

FURTADO, C. **Introdução ao desenvolvimento: enfoque histórico – estrutural**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOUVÊA, R. G. **A questão metropolitana no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

GUIMARÃES, A. **Resumo didático da história de Itajubá**. São José dos Campos: Papercrom: 2000.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em: 25 jul. 2012.

INATEL. **Instituto Nacional de Telecomunicações**. [www.inatel.br](http://www.inatel.br) Disponível em: <[www.inatel.br/icc/images/stories/Mapa.jpg](http://www.inatel.br/icc/images/stories/Mapa.jpg)>. Acesso em: 5 set. 2012.

KEEGAN, W. J. **Marketing global**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

KERIN, R. A. et al. **Marketing**. 8. ed. São Paulo: Mc-Graw-Hill, 2007.

KOTLER, P. **Marketing: edição compacta**. São Paulo: Atlas, 1996.

\_\_\_\_\_. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 2000.

\_\_\_\_\_. et al. **Marketing de lugares**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

\_\_\_\_\_; ARMSTRONG, G.. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

\_\_\_\_\_; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

Ministério das Cidades, Secretaria Nacional de Programas Urbanos. **Plano Diretor Participativo**. Brasília: Ministério das Cidades, 2005. Disponível em <[www.cidades.gov.br](http://www.cidades.gov.br)> Acesso em 31 jun. 2012.

PERROUX, F. **Ensaio sobre a filosofia do novo desenvolvimento**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1981.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. Disponível em: <[www.pnud.org.br](http://www.pnud.org.br)>. Acesso em: 2 jul. 2012.

SACHS, I. **O desenvolvimento enquanto apropriação dos direitos humanos**. Estudos avançados, v. 12, n. 33, São Paulo, 1998. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v12n33/v12n33a11.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SÁNCHEZ, F. **A reinvenção das cidades na virada do século**: agentes estratégias e escalas de ação política. Revista de sociologia e política, n. 16, Curitiba, 2001. Disponível em: <<http://search.scielo.org/index.php>> Acesso em: 29 set. 2011.

SÁNCHEZ, F.; MOURA, R. **Ciudades modelo**: estratégias convergentes para su difusión internacional. Revista eure, v. 31, n. 939, p. 21-34, Santiago do Chile, 2005. Disponível em: <<http://search.scielo.org/index.php>> Acesso em: 29 set. 2011.

SANOVICZ, E. **Gestão de destinos turísticos**: modelo compartilhado em Barcelona. 2001. 88 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

SANTOS, C. S. **Introdução à Gestão Pública**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teórico e metodológico da geografia. São Paulo: Hucitec, 1988.

\_\_\_\_\_. **A urbanização brasileira**. 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

\_\_\_\_\_; SILVEIRA, M. L. **O Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SASSEN, S. **As diferentes especializações das cidades globais**. South America: Urban Age, 2008. Disponível em: <[http://urban-age.net/0\\_downloads/archive/\\_SA/02\\_NewsPaper\\_Essay\\_Sassen\\_por.pdf](http://urban-age.net/0_downloads/archive/_SA/02_NewsPaper_Essay_Sassen_por.pdf)> Acesso em: 29 fev. 2012.

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE ITAJUBÁ. **Atlas escolar**: Histórico e geográfico do município de Itajubá. Itajubá: Didata, 2002.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SILVA, P. C e SILVA, N. M. P. **Poblenou**: território @ de Barcelona. Itu: Ottoni Editora, 2006.

SOUZA, M. L. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

UNIFEI. **Universidade Federal de Engenharia de Itajubá**. Disponível em: <[www.unifei.edu.br](http://www.unifei.edu.br)>. Acesso em 20 jul. 2012.

VEIGA, J. E. **Cidades imaginárias**: o Brasil é menos urbano do que se calcula. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2003.

VERGARA, S.C. **Métodos de coleta de dados de campo**. São Paulo: Atlas 2009.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

## APÊNDICE

### PESQUISA

Essa pesquisa tem a finalidade de coletar dados para serem analisados e auxiliar na confecção da Dissertação para o Mestrado Acadêmico da UNITAU em Planejamento e Desenvolvimento Regional do aluno Estélio José Cardoso. O objetivo é elaborar um diagnóstico de Marketing da cidade de Itajubá.

É garantido sigilo sobre as respostas aqui coletadas.

Desde já agradecemos a colaboração.

Nome \_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_\_

Local da Entrevista \_\_\_\_\_

### ROTEIRO DE QUESTÕES (ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA)

1. Quais as características que o município de Itajubá tem para atrair empresas?
2. Como você avalia a infraestrutura de Itajubá para receber empresas que se instalam no município?
3. Quais os pontos fortes e fracos de Itajubá para seus habitantes?
4. Quais são as principais barreiras de Itajubá para o desenvolvimento da cidade?
5. Quais as oportunidades atuais que a cidade deve aproveitar para se desenvolver?
6. Como você avalia a relação de Itajubá com os outros municípios da região?
7. Quais são as atividades econômicas MAIS REPRESENTATIVAS de Itajubá?
8. Em sua opinião, elas são bem exploradas?
9. Como você avalia a atividade turística de Itajubá?



10. A mão de obra existente no município supre as demandas locais da indústria, comércio e serviços?
11. Como você considera o acesso até Itajubá e sua localização?
12. Como você avalia a infraestrutura da cidade para os moradores?
13. Qual a importância das Universidades para o desenvolvimento de Itajubá?
14. Você considera que as leis municipais dão suporte para o desenvolvimento do município?
15. Os órgãos fiscais do município cumprem seu papel?
16. Quais devem ser as prioridades do planejamento urbano de Itajubá?

## ENTREVISTAS

Entrevista realizada com o Dr. João Luiz de Campos, Presidente da ONG Transparência Itajubá.

1) Quais as características que o Sr. acha que o municio de Itajubá tem para atrair empresas?

R.: Na minha visão Itajubá é um local, uma região privilegiada, porque está entre a Dutra e a Fernão Dias, muito próximo. É um polo exportador de profissionais, temos aqui várias faculdades, temos uma universidade que é reconhecida mundo a fora, pelos seus profissionais formados aqui, que atuam até no exterior. É servida de boas rodovias, poderia ser melhor, mas atende bem no momento. Tem mão de obra barata, não temos ainda veja bem maiores envolvimento no setor da educação quanto a técnicos, mas mesmo assim atende as necessidades, então, é uma cidade que realmente atrai investidores, como está ocorrendo agora no momento.

2) E como é que o Sr. avalia a estrutura de Itajubá para receber estas empresas?

R.: Ao meu ver este é o ponto falho da cidade, nós temos hoje uma dificuldade muito grande, por exemplo, porque temos uma rodovia que é federal que atravessa a cidade e já deveria existir uma via expressa fora do perímetro urbano, pra desafogar o transito. Fora isso a cidade está mal cuidada, ruas esburacadas, trânsito caótico. Falta então disciplinar e investir na infraestrutura, pra que tanto o trânsito, quanto a organização funcione realmente a contento. Então Itajubá peca nesse setor ai porque a infraestrutura esta falhando.

3) Em relação aos habitantes que aqui moram, quais o Sr. acha que são os pontos fortes pra quem mora aqui como cidade e os pontos fracos?

R.: Pontos fortes: é uma cidade que tem muitas faculdades, muitas escolas, tem três hospitais, faculdade de medicina. Uma região privilegiada em relação ao clima, próximo ao pé da Serra aqui, não tem problemas de ordem de natureza, raramente

nós temos aqui, tivemos uma enchente já a 12 anos atrás. Enfim é um local privilegiado, tem facilidade para os jovens, as crianças estudarem, uma cidade até agora considerada pacífica, o índice de criminalidade é baixo, enfim um local aprazível pra morar e pra trabalhar.

3) E em relação aos pontos fracos?

R.: Pontos fracos, repito a questão do trânsito, da infraestrutura, é hoje...Nós temos aqui, a Unifei expandindo seu quadro, seus cursos, com a admissão de milhares de estudantes novos a Helibrás expandindo a sua estrutura e que por certo virão outras tantas empresas de menores porte, prestadoras de serviço, porém o município além da questão do trânsito da infra estrutura não tem residências e um número suficiente de hotéis e com isso eleva demais o preços dos aluguéis e dos próprios imóveis que chegou a dobrar o valor de um imóvel. Isso ao meu ver é uma deficiência, a questão da saúde também municipal esta capengando, esta falhando, existem denúncias, eu como presidente da Transparência recebo e participo muito desses movimentos, então existem denúncias com falhas na questão da saúde pública. Segurança eu considero razoável, tá de bom tamanho por enquanto. Então o mais falho é a infraestrutura, a falta de móveis pra alugar, hotéis, a questão do transporte que é caótico, uma rodovia passando dentro da cidade com muitos veículos pesados, mas fora isso, Itajubá é um lugar muito bom pra se morar.

4) Quais as principais barreiras que o Sr. vê que tem em Itajubá pra ela se desenvolver?

R.: Veja bem eu tive experiência trabalhando no município, fui advogado no município 12 anos, fui procurador, fui eu quem estruturei a atual procuradoria que existe, eu vejo aqui a falha numero um de Itajubá, que a muitos e muitos anos, nós perdemos liderança, no aspecto regional e nacional. Nós já tivemos saindo daqui o presidente de Wenceslau Braz, deputados federais, enfim, pessoas importantíssimas e hoje nós não temos liderança política. Somado ao fato do quadro atual da política nacional, que é uma vergonha para todo brasileiro, as pessoas de bem, empresários e administradores, eles não querem se expor e entrar para a política daí a razão de que nós temos oportunistas, salvadores da pátria mas que na

verdade são maus políticos e péssimos administradores. Então na minha opinião, número um é questão da falta de liderança.

5) Quais as oportunidades atuais que a cidade deve aproveitar?

R.: Penso que o primeiro é colocando o plano diretor em pratica para que haja uma reestruturação de todo o município que é quanto o atendimento da infraestrutura, do trânsito, das ruas que estão esburacadas, mal cuidadas, fazendo uma perimetral para desafogar o trânsito da cidade. Investindo para atrair outras empresas não de grande porte mas de pequeno porte, que eu acho que é mais importante para o município, investindo na saúde e na educação ao mesmo tempo que é importantíssimo, os responsáveis pelo setor na educação, o prefeito municipal deve olhar com mais atenção pra criar mais cursos técnicos. Itajubá tinha até bem pouco tempo uma vocação mais para a agricultura isso vem sofrendo transformação, então já se tornou um pólo industrial, mas poderá se tiver boa administração, boa gestão num futuro próximo, nós poderemos ser uma segunda São José dos Campos.

6) Como é que o Sr. Avalia a relação de Itajubá com os outros municípios da região?

R.: Vejo que é uma relação boa, gostosa, mesmo porque Itajubá é um pólo, atende vários municípios da região, as pessoas vem pra cá para fazer compra, para vender seus produtos, enfim muitos vem pra trabalhar em Itajubá. São ônibus que chegam dos municípios vizinhos lotados então há um bom relacionamento.

7) No pondo de vista do Sr. quais são as atividades econômicas mais representativas pra Itajubá?

R.: O comércio e a Indústria que está crescendo.

8) Na opinião do Sr. elas são bem exploradas? Essas duas fontes econômicas?

R.: Eu vejo assim como que está crescendo, evoluindo, mais existe assim uma certa centralização na mão de uns poucos, que dominam o comércio, a indústria não porque é mais independente. Mas no comércio eu vejo que existe uma certa

centralização do comércio com o predomínio de um grupo e a meu ver o município poderia investir mais nos autônomos. Nós temos o exemplo aqui do lado, essas barraquinhas, que poderia ser um comércio e estar em um local apropriado e não aqui enfeando a cidade como acontece.

9) Como é que o Sr. Avalia a atividade turística de Itajubá?

R.: Eu acompanho de longe essa questão, mas vejo que Itajubá está bastante fraco nessa questão do turismo, apesar dos esforços de alguns grupos ai de um segmento que atua neste setor.

10) E a mão de obra existente no município, o Sr acha que supri as demandas locais da industria, comércio e serviços?

R.: Não sou conhecedor profundo do assunto, mas até onde eu sei, até um momento Itajubá tem o SENAI, o SENAC, o SEBRAE, que atendem dentro de uma certa linha, mas com o crescimento que esta por vir, e industrias vindo para cá, Itajubá terá mão de obra deficitária, o que não vai atender totalmente. Então isso como já acontece, vem muitos trabalhadores de outros municípios próximos, terão que vir outros com mão de obra qualificada de locais mais distantes.

11) Como o Sr. avalia, como o Sr. considera o acesso até Itajubá e a sua localização?

R.: Itajubá é bem servida de rodovias, poderá ser melhor no futuro, mas nós estamos próximos de duas vias principais, que é a rodovia presidente Dutra e a Fernão dias, então é bem servido, e tem também as vias de comunicação com os municípios próximos que também estão bem conservadas.

12) Dr. João como o sr avalia a infraestrutura da cidade para os moradores?

R.: Itajubá ela é uma cidade tranqüila, tirando o pessoal que trabalha nas indústrias em outros locais mais afastados, não há necessidade nem de se utilizar veiculo para se locomover, porque são próximos, exceto os bairros mais distantes. Mas vejo que

Itajubá poderá melhorar na questão de ônibus, os coletivos a meu ver não atendem a população a contento, mesmo porque só existe uma empresa que explora este ramo. Deveria ter outra pra haver competição quanto ao preço e a qualidade na prestação de serviço, no mais tirando as deficiências das vias publicas, a cidade é tranquila e atende bem os moradores.

13) Qual a importância das universidades pro desenvolvimento de Itajubá?

R.: Eu considero primordial em face das pesquisas, da formação de profissionais. Que muitos ficam aqui outros tantos vão para fora, outros para outros estados e até fora do país e isso engrandece o município, enriquece.

14) As leis municipais dão suporte para o desenvolvimento do município?

R.: Nós entramos aqui numa questão que envolve a atuação do nosso legislativo, infelizmente o nosso legislativo é muito fraco, em termos de percepção de pessoas preparadas, nós sofremos com isso, porque poderíamos ter uma legislação mais atuante, mais eficaz, e que ajudasse o executivo a ampliar os serviços, o atendimento a população.

15) Os órgãos fiscais no município, o Sr acha que cumprem o seu papel?

R.: Também ao meu ver são deficitários, a começar pelo próprio executivos, vou citar um exemplo aqui, que seria a guarda municipal. Então o quê que acontece? Hoje pelo que nós vimos a imprensa divulgou, o executivo esta admitindo 12 ou 15 guardas municipais. Melhor que não tivesse nenhum! Porque não atende, então nós teríamos quer ter uma guarda municipal cuidando do trânsito, não só protegendo o patrimônio público mas como uma força auxiliar para a policia militar, assim liberava os militares para atuarem na área que realmente devem atuar.

16) No seu ponto de vista, quais devem ser as prioridades do planejamento urbano de Itajubá?

R.: Itajubá precisa primeiro cuidar das ruas, da captação de água pluvial que acontecem de alguns bairros ficarem alagados com chuva, a rede de esgoto esta sendo trabalhada pela Copasa, então ta tirando a coleta, que ia para o rio, agora esta sendo tratada, mas acredito que ainda não está 100%. O planejamento do trânsito já foi feito um estudo recente, mas nós não vemos ainda aplicação imediata, colocação de semáforos e o mais importante que eu vejo em tudo isso é a educação das pessoas, então deveria ter um trabalho por parte do executivo de outros setores da sociedade um trabalho mais insistente nas escolas, nas faculdades com o intuito de educar. Na verdade uma ligação entre município e escolas, aproveitar melhor essas escolas que existem aqui. Muitas vezes um exemplo clássico, uma pessoa, um trabalhador braçal que tem um veiculo e que muitas vezes comete irregularidades até por desconhecimento, se o filho dele ta na escola e então é orientado, esse filho vai ajudar a educar o próprio pai, então nós teremos uma força muito maior do trabalho de educação.

E agora Dr. eu deixo em aberto para o Sr deixar algumas considerações em relação ao seu trabalho, em relação ao que o Sr acha da cidade como um todo, talvez eu tenha deixado escapar alguma pergunta que o Sr. acha pertinente, gostaria que o Sr. ficasse a vontade para falar.

R.: Perfeito, bom eu sou itajubense nasci na zona rural próxima aqui a Itajubá, município, durante minha vida eu ausentei de Itajubá por duas vezes, uma fui trabalhar em Belo Horizonte, depois na região do vale do aço outra vez em São Paulo. Mas retornando pra cá eu prometi pra mim mesmo que jamais sairia daqui, porque Itajubá é uma cidade espetacular, tanto é que nós temos o lema do slogan que é Itajubá é uma cidade fácil de ser amada. Eu só sinto a falta de lideranças no nosso município, de pessoas que realmente estiverem imbuídas de trabalhar para o social, para melhorar a vida de todos, nós buscamos mais igualdade, haver mais oportunidades para as pessoas crescerem profissionalmente. Fora isso Itajubá é uma ótima cidade, tem perspectiva de crescer e crescer com administração, com organização, o nosso judiciário trabalha bem eu tenho trabalhado muito, já consegui que fosse através de ligação com um deputado da região, que fosse criado mais três vagas aqui em Itajubá, mas Itajubá ta sempre atrás. Itajubá em um passado não muito distante era líder no Sul de Minas, hoje ela ocupa o 4° ou 5° lugar, então

Pouso Alegre, Varginha, Poços de Caldas e agora até mesmo Santa Rita já estão prosperando e já passaram a frente de Itajubá. Então o que realmente espero é que a sociedade se conscientize mais e que pessoas realmente capacitadas e imbuídas de respeito com o público venham participar de eleições e quem sabe nos tenhamos então bons prefeitos, gestores responsáveis de divisão sem esquecer do lado humano, que nós precisamos zelar da população, não deixar crescer feito rato, porque as pessoas têm que ter dignidade, tem que ter respeito.

Entrevista realizada com Remy de Andrade Filho, diretor da Associação Comercial Industrial e Empresarial de Itajubá.

.

1) Remy, quais as características que você acha que o município tem para atrair empresas?

R.: Olha Itajubá, primeiro eu gostaria de pontuar uma particularidade aqui da cidade, que faz toda diferença nessa avaliação, Itajubá não tem o perfil único, muitas cidades, às vezes, de porte menor, elas tem uma linha, ou de industrialização ou um foco muito específico. Itajubá embora uma cidade de porte pequeno, considerado pequeno, ela tem uma diversidade de atividades muito grande, você tem aqui para citar coisas de uma grandiosidade que não são as vezes compatíveis com uma cidade de pequeno porte, como uma indústria de helicópteros, uma indústria de armamentos, uma universidade federal, do porte e da qualidade como a que nós temos aqui, diversas faculdades, diversos cursos de grande qualidade e de tempo de praça de experiência que são assim renomados. Então eu entendo como a diferença de Itajubá, essa capacidade de diversificação, eu acho que não é uma terra de uma atividade só e isso abre muito o leque, possibilita muitas coisas e principalmente o grau de desenvolvimento educacional da população como um todo, eu acho que isso tem que ser ressaltado, é uma população com o grau de instrução diferenciado, os filhos de Itajubá você encontra em tudo que é canto também do Brasil. Em todos os recantos do Brasil você vai e de repente você se esbarra com alguém que fala assim, poxa mais eu sou de Itajubá, eu já tive essa experiência própria de eventos longe aqui da cidade. Eu também viajava muito e me depara com pessoas que eram formadas ou que eram filhos até. Então eu acho que o grande potencial da cidade também é o potencial humano, pela formação que é dada, pelo



grau das escolas não só de nível superior, mas a gente já tem aqui pelo menos 50 anos, escolas de ensino médio aqui com uma qualidade renomada mesmo e que atraíram pessoas das cidades vizinhas para estudarem aqui.

2) Como é que você avalia a infraestrutura de Itajubá para receber empresas?

R.: Bem a cidade dispõe dos parques industriais, a cidade futuramente, já em fase de implantação, terá uma oportunidade e tanto com o parque tecnológico que já está em fase de elaboração, licitação, naqueles processos todos, a área já está destinada. Então as empresas de perfil tecnológico terão aqui certamente uma área nobre aqui de Itajubá. Vai ser uma cidade que vai ofertar muito. Mas paralelo a isso, Itajubá sempre se portou mesmo com as empresas de atividade ordinária, sem base tecnológica, ela sempre foi muito acolhedora e sempre hospedou aqui grandes empresas. Itajubá o parque industrial, as saídas da cidade a gente observa empresas de grande porte, então eu entendo particularmente que a cidade ela é propícia para a atividade industrial.

3) Quais os pontos fortes e fracos de Itajubá, mas agora não para as indústrias mais para quem mora aqui.

R.: Olha, aí vou entrar mais no meu lado pessoal, na minha experiência pessoal, Itajubá é uma cidade que ela...parece que falta carinho por parte da administração da cidade. Itajubá merecia ser uma cidade mais bem cuidada, aí não vale, não to fazendo disso como uma crítica aos prefeitos, aos políticos que antecederam e que estão presentes, porque é questão de prioridade ao mesmo tempo que ela consegue ser pioneira em uma série de atividades e atrai uma série de investimentos, pelas qualidades que tem, por outro lado ela se descuida de alguns, de alguns pontos que são fundamentais para a percepção de qualidade de vida. Então eu acho a cidade merecia ser melhor tratada para ficar mais bonita, as entradas da cidade são muito feias, as ruas não são bem cuidadas, as avenidas não oferecem conforto, o trânsito é um trânsito muito complicado e agora recentemente a gente vem tendo aí um problema mais sério, que é a parte de segurança pública também que vem ampliando um pouquinho os conflitos que a gente vem observando e que

particularmente aqui a associação comercial já tomou as medidas e ta tendo respostas muito positivas aí do poder publico.

4) No seu ponto de vista, quais as principais barreiras de Itajubá para o desenvolvimento da própria cidade?

R.: Olha eu sou pensador de que a boa vontade, a vontade de fazer as coisas é fundamental para que elas aconteçam, eu sinto uma cidade aqui que tem uma capacidade de divisão política absurda em que as pessoas, não importa quem governa, todos os outros são contrários e isso ai se repete a anos, de uma forma sistemática. Então a cidade não tem representatividade política estadual, a nível estadual a representatividade é quase nula pela importância da cidade. Conheço cidades de porte semelhante, morei em cidade de porte semelhante em que os benefícios, as benesses do governo estadual aportam com uma facilidade absurda e aqui tudo é difícil, pela falta de posicionamento, de postura de busca, de propósito. Então quando um grupo político toma frente para conduzir aquele período de 4 anos, os outros todos se retraem e o trabalho não anda e o trabalho não ajuda, então a causa principal, eu entendo dessa maneira, porque todos os fatores são positivos mas parece que a cidade não consegue se congrega, as pessoas não conseguem se entender de forma a puxarem pelo desenvolvimento que dependem de recursos do estado.

5) Quais as oportunidades que atualmente Itajubá deve aproveitar para melhorar o seu desenvolvimento?

R.: Olha a cidade, eu vou arriscar falar que ela vive um momento até é um bummm, é um momento até mágico, se ela não aproveitar agora, o outro daqui 50 anos só, ou ela aproveita agora ou ela vai perder o bonde de novo, isso aí ta embasado em que? Praticamente na duplicação da instalação industrial da Helibrás que é uma realidade, mais do que a duplicação das vagas ofertadas pela Unifei aos seus estudantes, a expansão da Unifei. Não vou nem dizer possível, porque a noticia as vezes é um pouco contraditória, mas tudo indica a vinda da Siemens pra cá como unidade fabril, então são atividades que, são eventos que ocorrendo, proporciona uma injeção de recursos na cidade, e também de necessidades de demandas que a cidade tem que aproveitar para se desenvolver.

6) E como é que você avalia a relação de Itajubá com os outros municípios aqui da região?

R.: Em relação a que aspecto?

6) Você acha que é mais uma relação de competição ou uma relação de cooperação?

R.: Olha, a parte como é o comportamento político, isso realmente não tenho esse entendimento, da população vejo que a proximidade com Pouso Alegre que é um parâmetro de comparação muito realístico é, vamos dizer assim, eu acho que a cidade aqui é portadora de virtudes que faltam lá. Por outro lado, lá tem posicionamento geográfico extremamente favorável. Eu vejo Itajubá muito penalizada na localização geográfica com acesso as estradas por não estar a beira, as portas de uma grande rodovias, então isso ai penaliza muito o município. Eu vejo aqui um potencial humano fantástico mas vejo essa penalização, então essa rivalidade ela é óbvia, hoje em dia um município briga com o outro para captar recursos, para captar empresas e se para nós aqui, existe um favorecimento humano de qualificação de nível sul, existe desfavorecimento pela localização geográfica até mesmo Santa Rita que é de um porte bem menor. Santa Rita é voltada para uma área mais especifica que é a área da eletrônica mas tira um proveito fantástico disso tudo, conseguem fazer isso. Aqui nosso conhecimento é mais diversificado um pouquinho, mais amplo, o foco é mais aberto e parece que a gente não consegue, pelo menos a nível de divulgação ter um bom aproveitamento.

7) Em relação às atividades econômicas, quais você acha as mais representativas aqui da cidade.

R.: A indústria de metalurgia ela é muito forte, esse segmento de apoio da indústria automobilística que também é fantástico a gente tem, não pode descartar a presença da Helibrás, da Imbel que são fábricas de referências na América Latina e únicas na América Latina com esse porte. Você vê empresas de porte relativamente pequeno, mas com grandes tecnologias como é o caso da Neurotec. Da própria expansão, que é uma expansão assim muito, muito, bonita de se ver de uma

empresa familiar como é o caso da Higident. Então você vê que a cidade tem um espírito empreendedor, tem um espírito que favorece tanto as grandes e tem grandes empresas aqui dentro, principalmente ligadas ao setor automotivo, empresas ligadas a indústria aeronáutica, a indústria militar, mas você vê também empresas de porte pequeno com grande vontade e potencial de desenvolvimento.

8) Na sua opinião essas atividades, estão sendo bem exploradas?

R.: Vejo um lado muito favorável nesse último período da prefeitura. Eu vi uma vinda muito intensa de empresas pra cá, eu acho que tá no foco dos dois últimos secretários da indústria e do comércio com quem eu convivi. Isso sempre foi uma atividade prioritária e os resultados estão aí, na verdade, até mesmo já no outro prefeito que antecedeu ao atual a gente já começou a perceber a vinda de empresas pra cá de uma maneira muito ostensiva. Então eu acho que está sendo bem aproveitado sim, dentro das possibilidades que se possam ser ofertadas.

9) E a atividade turística em Itajubá, como você avalia?

R.: Olha, aqui dentro da associação a gente até hospeda o circuito turístico Caminhos do Sul de Minas, particularmente, eu tenho que falar particularmente, eu não vejo Itajubá com o potencial turístico assim tão acentuado porque talvez pela mesma infelicidade da proximidade geográfica com dois centros, que são melhor trabalhados ou mais evidenciados em Minas. Que é, um é o circuito das águas colado aqui a uma hora, uma hora e pouquinho. E um pouquinho mais afastada, mas não tão distante, é o circuito histórico. Então quando a gente fala em turismo aqui, fica muito ligado a área do eco turismo, essa possibilidade de exploração dessa atividade, de pousadas na região, de hotéis de cidades aqui, nem tanto em Itajubá mas nas cidades da vizinhança e que oferece uma estrutura que é atrativa, mas eu não vejo como uma atividade assim que deva ser priorizada. Acho que cada um tem que fazer o que sabe fazer bem, e acho que se aqui não tem igrejas históricas, se aqui não tem, tenta se pegar no que tem de bom, mas não é a atividade principal a atividade turística aqui. Eu entendo, me permita, não que seja uma atividade menor, em absoluto não é, porque ela é geradora de receita, de empregos, talvez seja dinheiro que vem mais fácil porque é um dinheiro que vem e é

deixado de fato na cidade. Tive oportunidade de viajar para cidades assim que vivem efetivamente do turismo, como Veneza, aquilo é um encanto. Quer um dinheiro mais fácil do que o ingresso daquele dinheiro, porque não é um dinheiro trocado, é um dinheiro acrescentado, o comércio, ele troca o dinheiro de mãos, o dinheiro passa de uma mão para a do lojista, volta para a mão de outro. O turismo dá o acréscimo de riqueza no município, o turismo tem esse papel nobre, mas infelizmente eu vejo que não é o perfil principal da cidade, embora é um perfil a ser trabalhado mais nessa área do eco turismo. Você imagina o dinheiro que o comércio acrescenta na riqueza de um município é o dinheiro do lucro geral, porque aquilo é um acréscimo realmente, eu comprei, fabriquei, mudei de mãos e obtive um benefício, aquele benefício é um acréscimo. Mas o do turismo é o dinheiro mais fácil que tem, porque ele realmente é um acréscimo ao que já existe, então ele bota riqueza dentro do município. Agora tem que ter inteligência para ter uma motivação realmente, para aproveitar isso tudo. Você imagina, se você me permite aqui tem uma fábrica de helicópteros, uma fábrica de armamento, são coisas extremamente atrativas para qualquer um. Então eu imagino até que o turismo daqui pudesse ser um turismo em cima do que é industrializado, do que é produzido aqui, se houvesse assim uma exposição ou alguma coisa com esse propósito. Conheço gente que vem de longe aqui pra conhecer essa fábrica de armamento com uma curiosidade danada, talvez tenha que se explorar em cima até do segmento industrial, do que ele oferece.

10) A mão de obra existente no município, você acha Remy que supre as demandas locais da indústria, do comércio e do serviço também?

R.: Acredito que sim, hoje em dia esta tudo muito dinâmico, necessidade de qualificação e de você se readequando ela é permanente, mas eu acredito que ainda sim é suficiente, a gente não tem aqui muitos problemas relativos à mão de obra a gente não tem não.

11) Como é que você considera o acesso até Itajubá e a localização de Itajubá?

R.: Eu acho a localização geográfica ruim, acaba favorecendo a concorrência dos municípios próximos, essa saída pro Vale é terrível, mas nós temos agora uma boa

notícia de fato, tive com o prefeito ontem e ele confirmou a pavimentação, o asfaltamento dessa estrada que vai ligar até Campos do Jordão aqui por Piranguçu. Isso vai dar acesso ao Vale do Paraíba com uma rapidez enorme e facilidade. A parte do governo mineiro já foi aprovado, o governo de São Paulo também comprou o projeto, então até para o turismo vai ser uma maravilha. Então eu acho o acesso ruim, estradas perigosas, longe você vê, pra chegar da Fernão Dias aqui você tem uma estrada complicada embora melhorada, o que era antigamente pra você chegar da Dutra, até aqui você tem então um caminho medonho, isso ai comercialmente atrapalha muito o município.

12) Como você também avalia a infraestrutura da cidade para os moradores daqui?

R.: Poderia ser melhor, poderia ser, vamos cair naquela questão da falta de carinho da falta de uma política publica voltada para a qualidade de vida das pessoas, eu acho que a cidade tem sofrido muito, trânsito ta muito ruim, as opções de lazer de entretenimento são mínimas, são mínimas para o que a cidade movimenta. Veja Pouso Alegre e seu desenvolvimento, você tem uma área, você tem ruas de restaurantes e bares lá que você, é assombroso e aqui em Itajubá você conta os restaurantes nos dedos e então a questão da estrutura em si proporcionada. Eu acho aquém no potencial da cidade, subdimensionada para o que a cidade entrega, para o que a cidade tem.

13) Qual a importância das Universidades para o município, para o desenvolvimento de Itajubá?

R.: Acho fundamental, acho que se eu tivesse que, como eu comecei falando da diversidade, mais se eu tivesse que pontuar. Vem cá, faz um ranqueamento pra mim dessa diversidade, o que você considera mais relevante eu começaria pelas Universidades, sem duvida. Porque permitem aos estudantes do município terem toda essa instrução e isso depois repercute na qualidade de vida das famílias, então é fundamental. Quando eu vejo a história de uma, da Fapesm com todo o seu período, da Fepi e eu vejo essas duas faculdades com uma importância danada, sabe por que, elas dão acesso a quem nunca teve acesso, é um perfil de estudante completamente diferenciado, sofrido, de luta, de gente que quer melhorar, com

espírito que não teve muito aquele recurso, aquele investimento inicial lá nas suas origens, naquela né, gente que veio da escola pública, gente que vem brigado ali, conciliando trabalho e estudo. Então eu vejo a qualidade dessas duas faculdades, para mim tem a mesma relevância que a Unifei com todo o seu centenário aí. Porque ela ajudou, está ajudando muita gente a migrar para uma condição mais favorável de vida.

14) Você considera que as leis municipais dão suporte para o desenvolvimento do município? .

R.: Não é muito a minha área de entendimento, mas ligada a parte empresarial eu tenho acompanhado as atividades mais recentes do município, aqui é um município agora que está plenamente em conformidade com a legislação do Brasil para o micro empreendedor individual, pra mim tá se adequando, tá buscando essa adequação, para atender dentro dessa área, dentro desse segmento, aquele que eu estou mais envolvido.

15) Os órgãos fiscais dos municípios, você acha que cumprem o papel deles? Nas mais diversas áreas?

R.: Eu acredito que sim, não tenho muito entendimento disso não mas acredito que seja uma atividade feita dentro da normalidade.

16) E agora a última pergunta, quais devem ser as prioridades do planejamento urbano de Itajubá?

R.: Você diz com relação a esse rearranjo, esse rearranjo, para novas chegadas, para esse público que parece que vem. Não tem dúvida a cidade, parece que ela não consegue comportar esse ingresso dessas pessoas com esse padrão de vida que vem pra cá, você percebeu nos últimos dois anos, aí esse bumm do mercado imobiliário aí. É irreal e completamente fora da normalidade e de qualquer correção monetária, então eu acho realmente a construção civil teria que ser uma coisa a ser incentivada na cidade, para minimizar essa carência de moradia que existe já. Nem todo mundo que vem, vem com o propósito de adquirir o seu imóvel, mas sim

necessita de um aluguel, porque são passagens transitórias, as pessoas vêm e trabalham períodos e depois são transferidas para outras unidades ou para outras empresas, para outras Universidades. Então a cidade precisaria se preocupar com isso. A questão do trânsito que é imediata, urgente, não só essa adequação mesmo do trânsito, mas principalmente a parte dos estacionamentos que viraram uma tortura. Realmente você não tem como ir a um centro comercial, então é um caso a ser estudado, quais as providências que poderiam ser feitas para isso? Uma coisa que me incomoda muito nessa cidade é a tolerância indevida que se tem com mal comportamento dos jovens, acho que é a juventude aqui, ela é uma das cidades por ser uma cidade universitária, existe uma tolerância indevida com o mal comportamento desses jovens. Eu canso de acordar de madrugada, com gritos, com berros, com carros buzinando e você não vê nenhuma atitude repressiva a isso tudo. E deveria ter. Porque isso impacta na qualidade de vida da gente, eu moro em um bairro que é muito penalizado por isso tudo, que é o bairro do BPS, você de sexta pra sábado não dorme, de sábado para domingo tem que torcer pra festa não ser do seu lado. Então a legislação que vale pra todo mundo, fosse cumprida, fosse fiscalizada, porque isso ai impacta na qualidade de vida também.

Eu gostaria de deixar em aberto para suas considerações finais, se você tiver alguma, antes eu agradeço a cooperação, vai me ajudar muito.

R.: Eu retornei para Itajubá, há dez anos e eu tenho um sentimento de cidade assim muito bacana, vim pra cá com sete, fui embora com dezoito para estudar e fiquei ausente por praticamente vinte anos aqui da cidade. Mas eu vejo a cidade com um potencial muito bom e o que Itajubá esta precisando é de que seja tratada realmente com esse carinho de quem quer fazer uma cidade bonita e principalmente que houvesse o respeito político, o respeito a esse rodízio, a essa alternância de poder, que tem que ter. De novas ideias, o que de fato, acho que atrapalha muito aqui é isso, a cidade não consegue ter uma expressão no estado pela falta de representatividade, pela falta de falar uma linguagem única, de ter pessoas de pensamentos diferentes, mas brigando por coisas iguais em benefício da cidade. Então acho que a parte política aqui é primária ainda, o comportamento dos políticos aqui é primário e isso ai cidade vem sentindo essa falta de amadurecimento, de generosidade ou mesmo de responsabilidade da sua classe política. Isso impacta



diretamente no que a gente vê, no município hoje, no total a cidade quase que vive por si só, vive pela qualidade que tem, mas vive em um abandono que é injustificável, seria isso.

Entrevista realizada com o professor Dr. Hector Gustavo Arango, diretor da FACESM.

1) Quais as características que o município de Itajubá, tem pra atrair empresas?

R.: Do ponto de vista da atratividade, digamos que a marca registrada do município, esta relacionada com a qualificação da sua mão de obra, Itajubá é uma cidade conhecida por uma longa tradição na área de ensino. Historicamente vários eventos atestam essa característica, como por exemplo, a Universidade Federal de Itajubá, que na verdade se originou do antigo IEL, em 1913 e se constituiu a primeira escola de engenharia do país. Engenharia elétrica do país, elétrica mecânica, de tal forma que esse é um dos marcos da educação de Itajubá, mas obviamente não o único, ao se ter uma escola desse nível, no âmbito de ensino superior, isso trouxe consigo também um reforço importantíssimo no ensino fundamental, no ensino médio para acompanhar, digamos assim, para que as escolas pudessem atender adequadamente uma instituição desse porte. Na década de 60 tivemos a fundação de uma quantidade muito grande de universidades, entre elas a FACESM, faculdade de MEDICINA, a FEPI que depois terminou sendo UNIVERSITAS e hoje em dia é FEPI mesmo, quer dizer, várias instituições de ensino. Esse caldo ele gerou um diferencial em qualquer aluno, eu diria de Itajubá. As escolas de ensino médio, públicas por exemplo, sabemos historicamente que tinha muito bom nível de ensino e de modo geral, você tem um ensino diferenciado, então esse é um fator importantíssimo. A questão da capacidade, por outro lado as universidades também como centro de pesquisa que são, geram atratividade, sabemos que as empresas no Brasil ainda, não crêem na questão da pesquisa científica, como sendo um atrativo, talvez com outras partes do mundo, mas mesmo assim acaba sendo um elemento facilitador em termos de laboratórios, testes ou a própria geração de idéias, então eu diria que esta é uma outra questão importante, a presença das universidades também em grande número em Itajubá como existem, acaba facilitando porque. Essa possibilidade aqui, essa disponibilidade, e na verdade

poderia dizer que a maior parte dos atrativos que Itajubá oferece ligados a essa questão da industria se relacionam fundamentalmente ou são derivados do ambiente universitário. Outros entretanto, por ser uma cidade que esta localizada no interior, nós já temos um refluxo migratório centro - periferia que na verdade é talvez no inicio do processo industrial, era invertido era periferia – centro, hoje os centros devido as dificuldades de moradia de manter mesmo um bom padrão de vida, acabam invertendo esse fluxo para o interior. Se você tem uma cidade que oferece atrativos compatíveis com uma cidade maior e que ao mesmo tempo se encontra no interior, isso acaba se transformando numa vantagem comparativa importante. A proximidade ao mesmo tempo, Itajubá está muito próximo de centros extremamente densos do ponto de vista populacional e do ponto de vista de renda, você tem não só uma concentração demográfica importantíssima a pouquíssimos quilômetros de Itajubá, você tem todo o Vale do Paraíba, muito perto, você tem a região de Campinas , aquela região toda do interior de São Paulo, do centro sul, do centro de São Paulo que é extremamente populosa em termos de densidade. A própria região de Minas Gerais onde Itajubá se situa, é considerada a região mais favorecida do ponto de vista de desenvolvimento econômico social, que é a região do Sul de Minas, com cidades de porte médio em grande quantidade citando Varginha, Poços de Caldas, Pouso Alegre, Três Corações, a própria Itajubá enfim, pólos tecnológicos perto como em Santa Rita do Sapucaí, esses são aspectos importantes e não bastasse ter toda essa densidade populacional é uma região também em termos de densidade de renda. Isto é, os reais por m<sup>2</sup> na região onde Itajubá se situa são importantes, proximidade com centros urbanos importantíssimos, principalmente São Paulo e a ligação que Itajubá tem com São Paulo capital ela é importantíssima, ela é fundamental. Ela representa um estudo que foi feito aqui na Facesm, uns 5 anos atrás em torno de 70% do movimento do fluxo de renda ele é trocado com São Paulo e felizmente hoje em termo de infraestrutura, a infraestrutura tem melhorado e ajudado bastante a encurtar essa distância, então esses elementos somados eles realmente representam hoje um atrativo importante, para empresas que queiram se situar no município de Itajubá sem duvida nenhuma, creio ter citado não todos, mas certamente a maioria deles.

2) Como você avalia a infraestrutura da cidade para receber essas empresas?

R.: Bom a infraestrutura é justamente que é o grande problema, Itajubá na minha concepção tem problemas na infraestrutura, bastante sérios e eu posso dizer isso com bastante tranqüilidade, porque normalmente quando se faz uma colocação desse tipo, alguém se sente atingido por isso, e normalmente os gestores públicos. Mas eu posso dizer com tranqüilidade ou falar com tranqüilidade o problema de Itajubá porque eu não atribuo esses problemas a certamente nenhum gestor recente que tenha passado pelo município, eu acho que todos eles a sua maneira uns mais, outros menos, tem procurado solucionar os problemas. Mas esses problemas vem na verdade, no fato de Itajubá ser uma cidade relativamente antiga, ou seja, ela foi fundada em uma época onde as questões urbanísticas elas não eram digamos assim uma prioridade, quer dizer, não havia efetivamente planejamento urbano quando se deu o núcleo inicial que deu origem a cidade atual de Itajubá. E um outro fator que também joga muito contra é a questão topográfica, apesar de representar uma rara beleza do ponto de vista contemplativo, do ponto de vista pratico, de instalação, de crescimento, de grandes áreas planas pra você poder digamos desenvolver grandes avenidas ou grandes centros industriais, ou aeroportos, Itajubá realmente é muito carente. Itajubá é uma cidade incomum, rodeadas de morros, com um desenvolvimento urbano típico, que nos chamamos, desenvolvimento urbano, principalmente quando falamos de cidades, de aranha porque a partir do momento central ela se desenvolve justamente como se fossem linhas e isso traz um problema complicado do ponto de vista do desenvolvimento urbano da cidade. Porque você imagina que quando uma cidade pode se desenvolver de forma retangular, por exemplo, andando alguns metros para a periferia ela consegue abranger uma área grande, incluir uma área grande de espaço para construir casas, edifícios, etc, etc. Quando você se desenvolve num padrão como o de Itajubá, isso não é possível porque você não tem como preencher alguns espaços que estão no meio da cidade, então você obrigatoriamente tem que andar por corredores e ao andar por corredor você gera uma fenômeno interessante, que é o da cidade é arquipélago. Na verdade Itajubá é um arquipélago, porque que é um arquipélago, porque você tem varias linhas que representam alguns nós importantes de aglomeração urbana, que se encontram comunicados, que se comunicam via terrestre, através de talvez uma rua ou duas ruas no máximo, em outras palavras, pra ir por exemplo de um bairro para outro, ao invés de eu poder escolher inúmeros caminhos, como acontece em uma cidade plana e retangular eu preciso andar por

uma única via de comunicação e isso realmente é complicadíssimo porque gera problemas de trânsito, gera problemas de afastamento mais do que deveria do centro da cidade. Enfim esses problemas diga-se de passagem, eles são problemas que não são resolvíveis, não adianta chegar pra prefeitura atual, ou pra qualquer outra prefeitura anterior e dizer o seguinte. Olha pessoal vocês estão fazendo as coisas erradas, isso são problemas estruturais que Itajubá infelizmente enfrenta, agora é possível minimizar isso. É possível você fazer um traçado urbano ou pensar em um crescimento futuro de Itajubá de tal maneira que isso seja minimizado, ou pelo menos que não seja tão crítico, é possível, mas na verdade o que nós temos percebido é que devido a forma da dinâmica do desenvolvimento econômico de Itajubá infelizmente a infra estrutura chega sempre após o crescimento e não o contrario, e essa situação acaba gerando mais problemas ao invés de menos problemas, então o problema que já é grave, acaba piorando, acaba se tornando mais errado, esse é um problema complicado que Itajubá tem que resolver, a questão do espaço em Itajubá é realmente de uma solução complexa, e o que nós podemos antever para um futuro crescimento para uma Itajubá maior por exemplo, é talvez uma Itajubá com vários núcleos mais não com um único núcleo como acontece normalmente na maioria das cidades em outros locais.

3) Então, você acha que essa é uma das principais barreiras pra Itajubá se desenvolver, o espaço?

R.: Do ponto de vista geográfico, espacial e econômico, sem duvida esse é um grande problema, porque você até o ponto que você vê uma situação como a que nós vivemos nos últimos anos, nos últimos 5 anos, Itajubá teve uma explosão de crescimento, o que aconteceu, não havendo mais espaço em Itajubá as cidades circunvizinhas sentiram o mesmo impacto não devido a um crescimento endógeno, isto é, não devido a um crescimento da própria cidade, um crescimento importado de Itajubá, vamos citar aqui, Piranguinho, vamos citar aqui uma cidade que fica a 13km do centro de Itajubá. Vamos citar aqui Delfim Moreira, vamos citar aqui outras cidades ou outras áreas em meio áreas rurais que ficam perto do entorno de Itajubá, onde o crescimento foi pra lá, devido a impossibilidade de você encontrar áreas para continuar desenvolvendo tecido urbano na região central do município. Essa questão é um limitador muito importante, esse limitador na minha visão ele é

tão importante que na minha concepção é inconcebível você imaginar um desenvolvimento de Itajubá no sentido puramente quantitativo, ou seja, vamos desenvolver Itajubá em termos, vamos colocar, vamos ser comparativos. Por exemplo um crescimento como o que ocorreu em São José dos Campos, a cidade de São José dos Campos comparativamente a Taubaté, onde São José recebeu um fluxo enorme de investimentos, de pessoas e desenvolveu, outra cidade que podemos dar um exemplo aqui no Sul de Minas, próximo também de São José, de Itajubá é Pouso Alegre. Pouso Alegre que por ter uma característica topográfica totalmente diferente ela pode crescer de uma maneira diferenciada, mas eu não consigo ver Itajubá com uma população, hoje a população de Itajubá está em 95, vamos colocar 100 mil habitantes no município. Eu não consigo ver Itajubá com 250, 300 mil habitantes, há não ser que ela justamente faça o que nós, o que eu estou antevendo aqui que é criar núcleos próximos mas em um crescimento não contínuo, um crescimento como se fossem vários núcleos que pertencem a Itajubá. É a única maneira que eu imagino que possa se desenvolver, as demais áreas eu não vejo como, isso é um problema? Não é um problema, uma cidade não tem que ter uma população enorme pra ser uma cidade interessante aí que tá a aposta de Itajubá, no sentido da qualidade do crescimento e não da quantidade do crescimento. Itajubá precisa crescer muito em termos de qualidade de vida per capita, renda per capita, valor agregado do produto, tecnologia, porque somente assim você vai ter importância, quando você não pode ser uma cidade grande em quantidade, digamos assim.

4) Como você avalia os pontos mais fracos e os pontos fortes para os habitantes de Itajubá?

R.: Eu confesso que eu não tenho pensado muito nisso, vou tentar pensar agora a respeito dessa situação, vamos lá. Do ponto de vista das vantagens, a qualidade de vida em Itajubá, ainda é uma cidade de interior, ainda é uma cidade que permite uma certa tranquilidade, tanto no que diz respeito na questão de segurança, aqui algumas pessoas vão criticar, dizendo que a segurança agora está complicada, que Itajubá já tem problemas de cidade grande, etc. Mas enfim, eu ainda me permito dizer que Itajubá ainda tem uma relativa segurança, pelo menos no contexto do Brasil hoje. Quanto ao ritmo de vida ainda é possível se viver com uma certa

tranqüilidade, ritmo de vida me refiro a questão do trabalho, lazer, aquela coisa toda, não é uma correria como ocorre em outros centros, então ela se reserva a essas questões, a população ainda tem esse comportamento, de um modo geral de manter relações, de ter amizade, enfim essas questões de uma cidade digamos de porte menor. E oferece oportunidades apesar do seu tamanho, importantíssimas, por exemplo, no ponto de vista, não vamos ser repetitivos, na questão de educação, isso acaba criando um ambiente cultural interessante, talvez nem tanto em termos de apresentações de peças de teatro, peças de sinfônica etc., mas no mínimo você tem pessoas com bastante educação, que acabam, a questão das empresas que Itajubá tem, que é um outro aspecto que eu poderia ter mencionado no início, quando foi perguntado, os fatores de atratividade. As empresas que já estão representam também o fator da atratividade, são empresas bastante tecnológicas, especializadas, que criam um tipo de nas quais os colaboradores que atuam são pessoas com boa formação, são fatores bastante positivos, e a proximidade com grandes centros nem se fala né, isso é tão verdade que a quantidade de pessoas por exemplo hoje, que residem em Itajubá ou São Paulo simultaneamente é enorme, na minha família tenho 2 exemplos não é, o meu pai que mora em São Paulo/Itajubá vai e volta praticamente toda semana, pelo menos de 15 em 15 dias e meu filho que também trabalha em São Paulo e vem e volta pra Itajubá sem o menor problema e sabemos que como esses dois exemplos tem muitas pessoas em Itajubá que não encontram dificuldade nenhuma em transitar pra regiões próximas. Isso realmente é uma vantagem muito grande, do ponto de vista de problemas, nós temos problemas também de cidade pequena, assim como nós falamos agora pouco, faltam opções de lazer, sem dúvida nenhuma, faltam opções culturais, agora pouco falei que tem um bom ambiente cultural, mas ambiente cultural pessoal, agora do ponto de vista de espetáculos, falta realmente essa possibilidade, ao mesmo tempo você está tão próximo, que não sei até que ponto, por exemplo, se você quer ver uma boa sinfônica vá até a Campos do Jordão que fica a 52 km de Itajubá, indo pela estrada de terra que é um passeio maravilhoso. Então tem um entorno muito bom, talvez a grande vantagem de Itajubá seja até seu próprio entorno, o entorno de Itajubá é fantástico, você tem uma Santa Rita do Sapucaí, que é uma cidade espetacular do ponto de vista da questão do vale da eletrônica não é, é conhecida no Brasil inteiro você tem uma cidade como Pouso Alegre, que é uma cidade também espetacular de tamanho médio a margem da BR 381, você tem varias opções de turismo rural, fazendas,

cachoeiras, hotéis, spas. Então, muito agradável, nos estávamos falando de aspecto complicados, a sua própria limitação de crescimento para as pessoas as demais questões, são questões um pouco mais estruturais do próprio país, talvez não sejam tão relativos aos problemas do município, quer dizer, as outras questões que eu poderia falar, o que eu quero dizer com isso é que são basicamente questões que permeiam todo o país. Itajubá, por exemplo, o melhor ensino fundamental e médio, principalmente estudo público, com alunos com mais tempo na escola com professores com mais oportunidades, enfim esse é um problema na verdade eu enxergo para o Brasil como um todo e não somente para Itajubá.

5) E agora aproveitando até esse gancho, a gente vai entrar mais na sua área de Economia, quais as oportunidades atuais que você avalia que Itajubá pode aproveitar para se desenvolver?

R.: Itajubá esta vivendo um momento impar, único na sua historia, talvez a repetição de um ciclo que ocorreu pela primeira vez em 1930, quer dizer, circular, quase que a oportunidade que se relaciona com a vinda de grandes indústrias que produzem produtos muito interessantes para o perfil de Itajubá, com alta tecnologia, altamente tecnológicos e essa vinda em conjunto dessas empresas para Itajubá, vinda e ampliação, são duas coisas, estamos falando especificamente de dois casos não é, o caso por exemplo da Siemens, da vinda da Siemens, uma unidade da Siemens e da ampliação da Helibrás, na verdade, isso ai detonou um conjunto de expansões, a gente ta citando as duas, mais você tem a revitalização de uma Orteng, varias outras empresas também, indo pelo mesmo caminho, então o ciclo de crescimento econômico, rapidíssimo, concentrado e importantíssimo para a cidade, isso mexeu muito não é, porem quando trouxe muitos problemas não é, um dos problemas clássicos de Itajubá, no momento é o mercado Imobiliário, absolutamente fora de realidade eu digo isso com toda tranqüillidade e convicção, quer dizer, os valores do uso do solo, o preço do uso do solo em Itajubá explodiu de uma maneira tal que hoje é incompatível com o desenvolvimento da cidade, aliás esse fator pode ser um fator que atrapalha, mas totalmente fora de qualquer possibilidade, realidade, obviamente o mercado vai ajustar isso, mas por enquanto a situação é de um caos do ponto de vista de moradia, tanto aluguel, quanto venda de imóveis, terrenos, casas, apartamentos, indústria, está tudo completamente transtornado por causa dessa

especulação devido a expectativa de um crescimento que claro, ele vai ocorrer, mas não é assim, nós não vamos ter o mesmo padrão de vida da Suécia em dois meses, nem dois anos, até porque, precisa estudar muito para chegar lá, para empatar, então realmente não é por ai, então esse é um momento único da economia de Itajubá, o crescimento endógeno, esse é um crescimento que deriva da própria Itajubá, de Itajubá ter atraído empresas para o seu município mais também de um clima no Brasil, também muito positivo, o Brasil como um todo está se desenvolvendo com grandes ordem de infraestrutura etc... E evidentemente combinado o ambiente, o fator externo com o crescimento interno, isso acaba gerando uma coisa muito interessante que é o crescimento sem dúvida.

6) E em relação a economia, quais são as atividades econômicas mais representativas de Itajubá, no seu ponto de vista?

R.: Serviços ligados a educação e indústria de tecnologia, indústria de base tecnológica, vamos dizer assim, alta tecnologia não é correto, perdão eu me expressei mal, indústria de base tecnológica e serviços.

7) E a relação de Itajubá com os outros municípios da região como você avalia?

R.: Olha eu penso o seguinte, uma coisa é o que as pessoas pensam, outra coisa é como a gente faz a gestão das coisas, do ponto de vista da gestão das coisas, eu não tenho absolutamente nenhuma duvida que é por exemplo, eu pessoalmente, eu quero que Pouso Alegre seja a melhor cidade do mundo, porque eu vou estar perto da melhor cidade do mundo e não o contrario, é uma visão pessoal, eu aplaudo muito tudo que acontece em Santa Rita, por isso eu acho que não é uma boa política ficar brigando, disputando, muito pelo contrario, então essa é uma visão do ponto de vista da gestão. Nós temos por exemplo algumas questões que são bastante polêmicas, por exemplo a questão, já se falou demais, sobre a construção de um aeroporto da cidade de Itajubá. O aeroporto da cidade de Itajubá no que diz respeito a um aeroporto como nos entendemos um aeroporto com passageiros, aeroporto pode ser tanto por questão industrial ou comercial como para a questão de passageiros do ponto de vista de passageiros. Na minha concepção de desenvolvimento urbano e regional, nós deveríamos ter na verdade em aeroporto



regional, eu não sei se satisfaz o aeroporto regional, eu não sei se satisfaz o ego das pessoas, mais do ponto de vista nacional sem dúvida é a alternativa. Então só para citar, que na verdade nós precisamos pensar como uma região e não do ponto de vista isolado, nós não precisamos ter hospitais de referência nas cinco cidades importantes do Sul de Minas, em Poços de Caldas, em Itajubá, basta a gente ter um, basta que cada uma se especialize em uma coisa importante. Estamos a quantos km de distância uma da outra, qual é o problema de eu ir até Pouso Alegre para eu receber um serviço qualquer ou até Santa Rita ou até alguma outra cidade aqui perto, ou a Varginha. Estão muito perto uma das outras, então essa competitividade que existe é uma coisa um pouco mais de bairro e entre as pessoas, eu imagino, agora você levar essa competitividade para a questão da gestão e da organização regional é no mínimo falar do insucesso, semelhante o que ocorre em Três Corações e Varginha que está muito perto. Olha gente, não faz o menor sentido, importante é que tenha na região, nesse sentido eu faria um círculo em volta de Itajubá de 100 km de raio e tudo que está lá me interessa, estamos no meio, então Paraisópolis me interessa, Brasópolis me interessa, Sapucaí Mirim me interessa, indo para o lado de lá, pra cá, Maria da Fé me interessa, todas essas cidades na verdade são o sustentáculo de Itajubá, a riqueza destas cidades vão trazer a nossa riqueza.

8) A mão de obra existente no município, você acha que supre essas demandas locais da Indústria, do comércio, dos serviços?

R.: Em termos porque infelizmente existem problemas relacionados e esse é outro problema Brasil, esse é um problema do nosso país, não é um problema específico de Itajubá. Nós temos inadequação do trabalhador, de força de trabalho em relação à necessidade da indústria, porque de fato, as necessidades da indústria e os serviços são mais rápidas do que a capacidade que nós temos de formar gente adequada para esse tipo de serviço. E o Brasil já vinha como uma deficiência nessa parte, inclusive uma deficiência de base o que é mais complicado, nós temos uma deficiência de base, ou seja, nos falta educação para qualquer coisa. Educação do tipo saber ler adequadamente, saber interpretar uma ordem, fazer uma conta simples, então essa deficiência básica ela pesa depois na hora de você formar uma pessoa ou para atender uma pessoa, ou para desenvolver determinado tipo de

atividade. Olha que estou colocando atividades simples e quando você fala em atividades tecnológicas, então fica mais complicado você ter. Então nós temos dois Brasis, um Brasil que infelizmente, aí cuidado que isso não é culpa das pessoas, nós não fizemos as coisas direito, uma parte da população foi alijada, digamos assim, das oportunidades do aprendizado e isso acaba pesando. Na minha concepção a educação resolve isso só que pra que a gente tivesse uma solução imediata de extremo valor, uma revolução na educação muito mais aguda do que os esforços que o governo federal vem fazendo, embora reconheço que está fazendo esforço. Pelo que o Brasil precisa, você precisaria tomar medidas escandinavas, do tipo professor de escola agora ele realmente vai ser reconhecido efetivamente como uma pessoa importante para a sociedade, vamos ter que parar de fingir que é importante, outro aspecto que eu vou ser crítico nesse ponto em relação ao nosso país é que nós somos extremamente hipócritas em relação a educação, todo mundo fala que a educação é importante mais pouca gente acha que efetivamente é.

9) Eu vou até pular umas questões aqui, depois eu volto. Qual a importância das universidades, das faculdades, das instituições de ensino superior para o desenvolvimento de Itajubá?

R.: Itajubá não seria Itajubá, é Itajubá em função disso. Se não existisse Universidade, Itajubá seria outra coisa, indiscutivelmente, tudo de bom e ruim que Itajubá tem de alguma maneira está relacionado a isso, quer dizer, Itajubá é um modelo de cidade de porte pequeno, médio que teve a oportunidade impar. Que outras cidades tiveram essa oportunidade? Outras tiveram também, São João Del Rei, nós temos outros casos, Lavras, Alfenas. Itajubá teve essa oportunidade e isso transformou para sempre a sua maneira de ser, sua própria identidade, Itajubá é hoje muito em função das duas Universidades, do seu nível educacional se transformou naquilo que é, com seus defeitos e com seus méritos.

10) Hector, eu queria saber como é que você avalia a atividade turística de Itajubá?

R.: Acho que não existe, pelo menos do ponto de vista do turismo de lazer, do turismo de negócios, podemos dizer que existe, mas não devido a falta de escala. Uma coisa importante para que você tenha o desenvolvimento do negócio é ter o

mínimo de escala, senão você fica extremamente caseiro, não vira negócio, vira um artesanato, digamos assim, não vira uma linha de produção. Então Itajubá para que ela pudesse ter mais turismo de negócio ela precisaria, por exemplo que aproveitar o potencial que tem na área científica tecnológica para gerar eventos e não faz, não é uma critica que não faz, é uma constatação. Não tô dizendo, não faz isso, isso não é critica, isso é constatação, não faz, não faz. Mas aí dizem, mas nós fizemos tal evento, mas não faz de maneira consistente, de maneira organizada, de maneira constante, da maneira que gere para quem por exemplo vive da atividade do turismo, um fluxo que justifique investimentos maiores etc e etc. O turismo de negócio acaba se tornando, talvez o mais importante na área de turismo, agora o que eu não me conformo definitivamente é que eu acho Itajubá linda do ponto de vista estético e com uma quantidade absurda de oportunidades no seu entorno. Eu estava uma vez em Campos do Jordão com minha esposa subindo por aquele teleférico que leva na ponta do morro do elefante (alguma coisa assim), subindo lá e olhando a paisagem e disse, puxa mais eu não estou vendo nada de diferente de Itajubá. Olhando ao longo, à distância, o morro e tal, igualzinho, agora porque que lá tem um monte de gente, festival de inverno... e essa é a única coisa que Campos do Jordão tem. Mas tem e olha, eu falo a única coisa que Campos do Jordão tem, que parece que é uma critica, não é. Porque se transformou na capital brasileira do turismo? A trinta anos atrás, quando eu fui pela primeira vez em Campos do Jordão lá não tinha nada, absolutamente nada, nada, nada, nada, mas não havia nada. Então quer dizer, há um pouco também de querer orientar para esse lado e Itajubá poderia, mas eu suspeito, eu não sou nascido em Itajubá talvez por isso que eu acho tão bonita, porque as pessoas que nasceram em Itajubá não percebem a sua verdadeira beleza. Acham que é comum, que tudo é assim, que tudo sempre foi e que portando não tem muita coisa a oferecer, mas na verdade você poderia facilmente aqui mapear vários pontos turísticos e ter um turismo de lazer equivalente a São Lourenço, equivalente não, que fosse a metade de São Lourenço, que fosse a metade de Campos do Jordão, porque hoje não é nada, ninguém vem a Itajubá pelas suas belezas, de belezas naturais, que tem.

11) E para essas pessoas virem, inclusive as empresas, como é que você considera o acesso para Itajubá?

R.: É uma pergunta complicada porque bom, Itajubá esta a 70 km da via Dutra e esta a 70 km da BR381 que é a Fernão Dias, então acesso tem, alias esse é que é o nosso acesso mesmo porque você está em uma Fernão Dias, você está na via Dutra, você está no Brasil, aliás ta no melhor lugar do Brasil, então é vital que essas conexões sejam diferenciadas, infelizmente havia projetos para transformar essas conexões, se você pega a 459 de Lorena até Pouso Alegre, você tem acesso a Dutra e a Fernão Dias que são ligação, essa estrada era para efetivamente ser algo diferenciado, não uma estrada comum, era para ser algo diferenciado. Houve projetos em Itajubá, um colega professor Renato Nunes, durante muito tempo, lutou por essa causa, mas infelizmente não foi para frente, se essa conexão fosse efetivamente uma conexão diferenciada, por exemplo, uma pista dupla como acontece por exemplo no interior de São Paulo, uma Bandeirante, uma Anhanguera, eu acho que Itajubá realmente ai passaria a ser uma coisa, porque ai você forçaria praticamente o fluxo por aqui, facilitaria muito o acesso das pessoas. Não é só Itajubá não, na verdade eu vou dizer uma coisa, de Lorena até Pouso Alegre é lindo, Itajubá está no meio, então quer dizer, olha que coisa, toda região é linda, eu pegaria um carro e faria o passeio de domingo só indo de um ponto para outro, só pela beleza da estrada, alias como é feito, por exemplo em Campos do Jordão, as pessoas em São Paulo pegam o seu carro domingo de manhã, vamos passear aonde, vamos dar uma volta em Campos, vai almoça e volta, só pela beleza da paisagem, a mesma coisa poderia ocorrer na BR 459, porque toda região é maravilhosa e tem lugares bacana para se conhecer e no meio olha que coincidência, esta quem? Itajubá.

12) A infraestrutura para os moradores de Itajubá, como é que você a avalia atualmente?

R.: Itajubá viveu uma explosão na parte habitacional e hoje nós já falamos do mercado imobiliário, esta impossível, existe outro fenômeno a densidade de pessoas por habitação ela caiu muito, o número médio de pessoas que habitam uma unidade residencial diminuiu muito com o crescimento do Brasil, com o crescimento da renda do Brasil, o Brasil é um país que ta ficando rico no sentido não de rico de riqueza, ta aumentando sua renda, muito rapidamente, o aumento da renda é um fenômeno que gera mudança de comportamento, as pessoas com maiores possibilidades

buscam melhores condições, antigamente eu morava assim, agora eu posso morar melhor, isso tem a ver com alimentação, vestuário, transporte e moradia, o que se observava em Itajubá era muito núcleo familiar grande, onde habitavam por exemplo, patriarca, matriarca, e dois filhos casados com netos e não existe mais praticamente isso, a convivência, o desejo de cada família constituir sua própria unidade familiar fez com que muitos filhos, abandonassem e procurassem uma casa, bom agora ta na hora de comprar minha casa e virou uma febre nacional, uns efetivamente não tinham, outros procuraram fazer e as condições também oferecidas pelo governo, houve incentivo muito grande, o modelo todo do Brasil, baseado no crescimento da parte habitacional foi uma excelente tacada do governo, do presidente Lula durante a crise em 2008, foi a saída que o Brasil encontrou, ta excelente, tudo bem, mais ainda há problemas habitacionais e observa-se muitas ocupações irregulares do solo, que é um problema muito típico do Brasil, ocupação irregular do solo, normalmente a gente tende a ver isso como, o cara ocupou irregular como se fosse um crime isso, na verdade, não é um crime, ninguém ocupa irregularmente um solo por gosto, na verdade essa é a única alternativa que ele tem, quer dizer, a falta de um planejamento anterior do crescimento adequado da cidade fez com que essa pessoa fosse empurrada para uma situação que não é agradável para ela claro, também não é bom para a cidade e ai vem aquela rejeição, eu chamo ocupação irregular o que as pessoas chamam de favela, sinceramente a principal vítima da favela é o próprio morador da favela, não tenho a menor dúvida disso, então faltou ao estado efetivamente uma presença maior de organizar esse crescimento, infelizmente a situação atual esta muito, ocupação irregular, moradias que muitas vezes não atendem as condições mínimas principalmente com desrespeito a esgoto, água, é o tipo de crescimento desorganizado que ainda se verifica no Brasil, apesar da sua riqueza, quer dizer, riqueza não é tudo, só para dar exemplos, E a Europa também deixou essa referência, diga se de passagem, mas há duas coisas em termo de comportamento que são interessantes. Por exemplo, o caso de um colega nosso que foi transferido para uma cidade na Alemanha, mas ele não pode ir porque a cidade já estava com seu tamanho definido, é uma coisa absurda isso não é!? Uma empresa alemã/brasileira, porque a empresa trabalha aqui, na hora dele ser transferido pra lá, daí não foi possível, porque na verdade tinha vaga pra ele mas não tinha vaga para ele com esposa e o filho. Imagina se em

Itajubá, se no Brasil a gente pensa nisso, a gente não pensa nisso nunca, quando vai à praia, e a praia fica um em cima do outro, ainda não chegamos nesse ponto.

13) E em relação as leis municipais, você acha que elas dão suporte para o desenvolvimento do município?

R.: Nisso eu vou ser muito sincero, eu não tenho conhecimento das leis do município que me permitam responder essa pergunta de forma satisfatória, não sei, eu não sei o que eu observei ao longo desses anos todos na cidade de Itajubá. É que o poder público de modo geral, sempre teve uma crença no sentido de desenvolvimento de Itajubá vivia obrigatoriamente de fora, digo isso porque gestão após gestão se busca atrair empresas de fora para Itajubá, esse tipo de crescimento é um crescimento exógeno, isso é bom, é claro que isso é bom, não tenha dúvida. Porque quem que não quer que venham empresas boas para Itajubá ou para qualquer lugar, sem duvida nenhuma mass não pode ser o único modelo de desenvolvimento, precisa-se também criar condições para que haja desenvolvimento de dentro para fora, crescimento endógeno.

14) E os órgãos fiscais do município, eles têm atuado a seu ver de uma forma competente?

R.:Fiscalização do que, se perguntaria do ponto de vista de fiscal urbano eu acho que não, que é deficiente, eu acho que nós não levamos muito a sério as leis. Há muita exceção, talvez não seja nem culpa dos próprios órgãos de fiscalização ou da própria prefeitura, mais ainda no Brasil pelo nosso passado histórico, cultural , ainda existe muita regra feita para efetivamente não ser seguida não é, isso do ponto de vista de planejamento urbano é um problema.

15) Para gente fechar aqui, no seu ponto de vista Hector, quais deveriam ser as prioridades de planejamento urbano de Itajubá?

R.:Bom, ai beleza, vamos lá. Primeiro, em relação a vias de comunicação, vias de transporte, ruas e avenidas não é, buscar soluções para ampliação dos corredores de ligação entre os setores de Itajubá e alternativa para isso, de certa forma isso tem

sido feito em Itajubá, eu sei, tenho conhecimento de que a prefeitura tem vários projetos, eu tive acesso a esses projetos, só que está demorando pouco demais, não é com aquela rapidez que precisaria, precisa criar alternativas de comunicação entre diversos setores de Itajubá. Exemplo, pra você sair do setor industrial pra ir para o outro lado da cidade, existe um único caminho, isso não é possível. Nós estamos como em São Paulo com a marginal Tiete. Precisamos criar vias como alternativas, isso na parte de transporte, na parte de ocupação do solo, não ocupar áreas com inclinação acima de um determinado grau, por exemplo, a famosa subida de um costa não é, das moradias. Além disso, gerar um impacto de poluição visual notório, porque francamente, morro é pra ter paisagem de árvore, de morro e não pra ter casinha, levar isso a sério. Existe uma legislação ambiental nesse sentido e aqui em Itajubá eles nem... Agora eu convido qualquer pessoa que olha uma cidade onde isso ocorreu e veja que espanto que é aquilo, é horrível, ver um morro cheio de casinha. Justamente, o poder público tem que ir atrás nas áreas, ele tem que estar a frente disso, isso que é o planejamento, planejamento não é fazer depois, planejamento é pensar antes, então depois que fizer, não adianta mais. Nós temos herança do passado ruim, mas pelo menos daqui pra frente podia não continuar. Fundamentalmente o município, gerar espaços de lazer, de meio ambiente e que gerem realmente espaços que mantenham, que preservem a paisagem original do município de Itajubá, de alguma maneira cuidar disso, de alguma maneira incentivar pessoas para que cuidem disso por exemplo, alguns modelos no exterior, quando você não consegue tomar conta ou cuidar ambientalmente de algum lugar você paga para que alguém faça isso, esse é o modelo canadense não é, é o modelo europeu também não é, pagar para o indivíduo, o indivíduo mora em um lugar maravilhoso, mas esse lugar maravilhoso para ele não serve, porque não dá renda, solução? Vender e fazer um condomínio lá, não, paga-se para ele preservar isso e transforme isso em um patrimônio público para que todos possamos ter acesso a essa maravilha que é na verdade o que eu gostaria muito, o que eu penso nesse caso, pouco importa, minha opinião, mais eu gostaria muito de poder preservar essas belezas naturais que o município tem, sem dúvida nenhuma, cachoeiras, lugares onde a mata foi preservada, recentemente estive em um lugar assim no estado no Rio de Janeiro, também já acabou com quase tudo, mas ainda tem lugares bonitos e é maravilhoso, é uma outra coisa esse tipo de coisa que esta na Europa, não tem mais, a gente tem, que tal se a gente vendesse isso pra eles, rsrs?

Entrevista com Prof. Me. José Alberto Ferreira Filho, Pró Reitor Administrativo da Universidade Federal de Engenharia de Itajubá, Unifei.

1) Quais as características do município de Itajubá o senhor acha que tem para atrair empresas?

R.: A presença da Unifei e das outras instituições de ensino e localização.

2) E como é que o senhor avalia a infraestrutura para receber essas empresas que se instalam aqui?

R.: Horrível

3) E os pontos fortes e fracos de Itajubá, para os habitantes?

R.: Para os habitantes eu acho que a qualidade de vida, a cidade ela apresenta né, proximidade da Serra da Mantiqueira e a região é uma região nobre no país né, toda essa riqueza da Mantiqueira, Campos do Jordão, essa coisa toda, eu acho que isso ai é um ponto forte, a cidade da uma qualidade de vida muito boa, a gente consegue, a parte de deslocamento, você não tem muito essas questões de transito igual a metrópole, o fato de você estar muito próximo das principais cidades do país, né, por exemplo São Paulo, Campinas, Belo Horizonte, você está a 3 horas de um aeroporto internacional com um acesso bom né a esse aeroporto. A presença né de um conglomerado de instituições de ensino superior que torna a cidade com um ambiente intelectual diferenciado de uma cidade onde predomina principalmente que não tem essa questão intelectual, tecnológica forte né, então você tem cientistas, você tem um grupo de pessoas né, que digamos assim de alta, que tem um conhecimento, uma formação de nível superior, que isso pra quem vem pra cá, principalmente olhando os filhos, né, pode estudar, pode se formar aqui, que isso é interessante.

4) E as barreiras para o desenvolvimento da cidade, como você avalia isso?



R.: Eu acho que para mim a principal barreira esta na topografia porque nós temos uma região plana alagável e a que não é alagável, é morro. Eu acho que a topografia, quando você olha as regiões, por exemplo, como a de Campinas, Ribeirão ou São José dos Campos né, que são cidades que tem uma vocação tecnológica como a nossa, tem uma topografia assim invejável, nós sofremos com o plano que alaga e a área seca que é morro, então eu acho que isso é a maior encrenca que nós temos aqui. Nossa expansão é difícil, acho que hoje, por exemplo, Piranguinho, é muito mais adequada a grandes investimentos do que Itajubá, porque a área seca de Piranguinho tem uma boa topografia, acho que grandes empreendimentos, se fosse feito na região teria que ser feito em Piranguinho, Itajubá já não comporta mais, porque a área alagada de Piranguinho é muito parecida com Itajubá mas a área seca de Piranguinho não é tanto morro. É o caso também de Pouso Alegre, que tem uma área alagável mas tem uma área seca privilegiada em termos de topografia imensa né, então eu acho que o maior problema nosso, é a área alagável plana, que é uma área boa de crescimento mas é alagável e uma área de morro que é seca mas é morro. Por isso que eu acho que nós temos que ter empresas pequenas mas de alta densidade tecnológica, que nós não podemos ter empresas que ocupem espaços muito grandes, né, e o custo né, de você trabalhar com aterro e desaterro eu acho que esse é um grande problema.

5) E as oportunidades atuais que a cidade deve aproveitar?

R.: Temos duas oportunidades, o crescimento da Unifei que está se concretizando agora, esse ano com a implantação do REUNE, a Helibrás, o parque científico tecnológico que tá em fase, já tem o terreno, os investimentos da secretaria estadual, que é um dos parques mineiros, reconhecido pelo próprio estado né, o parque científico tecnológico, o centro de tecnologia do helicóptero da Helibrás, eu acho que essas são as principais oportunidades que a gente tem ai nos próximos anos.

6) E como é que o senhor avalia a relação de Itajubá com os outros municípios da região, tanto os menores como, por exemplo, Pouso Alegre, Santa Rita?

R.: Tá meio deslocado, eu não vejo uma interação, temos alguma, eu acho meio distante. Nós temos alguns consórcios de saúde, consórcio do aterro, mas eu acho que não tem uma sinergia muito grande não, pelo menos no meu ver né, nós temos a parceria mas muito pequenininha, acho que a coisa não é assim. O caso mais significativo, foi o aterro sanitário, eu acho que falta mais projetos conjuntos, cada um meio que cuidando da sua vida, né. Às vezes até como uma competição.

7) No seu ponto de vista, quais são as atividades econômicas mais representativas de Itajubá?

R.: Olha esse eu vou ficar te devendo, porque assim, esses eu não tenho os dados, porque assim, a Universidade ela injeta uma quantidade razoável de recursos, mas eu não saberia comparar por exemplo o peso que a Mahle tem, as outras, esse dado eu não tenho, por exemplo, a antiga AFL, a Mahle né, a Alston eu não sei o que esse pessoal injeta, eu não tenho esse numero, entendeu. A gente tem alguma coisa da Universidade, mas assim de folha, por exemplo, a gente injeta na cidade 40 milhões, mas assim eu não sei da vida da Helibras, da Mahle, para ter esse número, mas isso é uma questão de número né. Por exemplo, quais são os grandes contribuintes, os grandes empregadores né, provavelmente que a Universidade é um segmento importante mas eu não saberia dizer, os setores convencionais, o quanto que eles estão contribuindo, de repente eu tô me achando um máximo e tô contribuindo 10% só.

8) Você acha que Itajubá tem turismo? Como é que você avalia a atividade turística aqui?

R.: Eu acho que tem um turismo da Serra, algumas atividades bem interessantes, como montanhismo, ecoturismo, até um turismo de eventos que a universidade, as outras universidades da região atraem né, mas tem outro turismo também que é o turismo...que é o pessoal que casou com os itajubenses saíram e no feriado é impressionante, você vê feriado prolongado, a cidade ta cheia né. Isso eu sempre vejo, acho até engraçado, mas é uma coisa que muita gente, ex filhos, ex filhas daqui né, que por conta da universidade formaram e foram embora e que voltam em uma quantidade absurda em feriados que também é considerável né, você vai

naquela praça lá, tá lotada a cidade, gente de tudo quanto é lugar, que veio ver os familiares aqui né, mas não é uma vocação muito forte da região né.

9) E a mão de obra existente aqui o senhor acha que supre as demandas da indústria do comércio?

R.: Não, hoje nós estamos com problemas, hoje com esse crescimento nós não estamos conseguindo, estou com uma obra aqui andando muito devagar, por falta de gente, hoje Itajubá nas atividades de comércio e tal, tá faltando gente aqui na construção civil, gente qualificada, gente tem, gente qualificada falta. O cara bom você não acha, nos outros setores também, se você precisar de um profissional mais qualificado tá complicado.

10) Como é que o senhor considera o acesso a Itajubá e a localização também da cidade?

R.: Eu acho que a localização é boa, o acesso que é complicado, eu viajo muito, toda semana né, nós estamos, por exemplo, próximos da via Dutra mas com um acesso muito difícil de Serra e muito desconfortável né, é um acesso que você subir e descer aquela Serra é uma pista estrangulada, o tráfego de caminhões ali tá pesadíssimo. É uma via de ligação da Dutra com a Fernão Dias muito utilizada, a pista tá boa, excelente, eu peguei essa pista na terra né, mas é uma pista estrangulada e desconfortável, você viaja por exemplo 300, 400 km no estado de São Paulo você não sente desconforto, você chega inteiro, nós temos um acesso até Pouso Alegre, até a Fernão Dias, um acesso bom, né, na hora de você cair na Fernão Dias, a Fernão Dias hoje, ela está com sérios problemas de acidente e que param a pista então você não tem muita confiabilidade na Fernão Dias e também é uma pista muito desconfortável, uma pista muito irregular, muita curva né e não temos linhas regulares de avião, que resolveria um monte de problemas. Então eu acho que a localização é boa mas o acesso a cidade ela se complica, por isso daqui a Dutra é uma pista estrangulada e desconfortável, daqui a Fernão Dias é razoável, porém quando você entra na Fernão Dias, hoje você não sabe que horas você vai chegar nos lugares, se tombar um caminhão ali, você fica... se não tiver nenhum problema, legal, beleza.

11) Como é que o senhor avalia a infraestrutura da cidade de Itajubá para os moradores, pensando em quem vive aqui?

R.: Eu acho a cidade muito mal planejada né, loteamentos irregulares, loteamentos feitos sem planejamento, falta de vias de fluxo né, o calçamento da cidade é muito ruim, calçadas, falta jardins, praças, é uma cidade muito morta, você tem uma exuberância que é a Serra da Mantiqueira, mas a cidade é uma cidade que tem ruas muito ruins. A rua é larga depois estreita, falta ponte, a cidade é muito mal planejada, e a questão da iluminação, porque é bem complicado aqui pra gente, eu acho que a estrutura da cidade, a cidade é muito boa, tem uma qualidade de vida enorme, mas de infraestrutura ela é horrível. Só que é o seguinte, minha referência é Poços de Caldas, tem calçadas em Poços de Caldas que são maiores do que ruas em Itajubá, praças, você chegar na praça ler um jornal, com arvores, você andar horas dentro de uma praça, quer dizer, a parte de teatros, nós tivemos conservatórios, Itajubá teve vários conservatórios, não temos conservatórios, não temos cinema direito, é ruim mesmo, tem uma qualidade de vida boa mas de infraestrutura é muito precária.

12) Quais devem ser as prioridades no ponto de vista do senhor do planejamento urbano daqui?

R.: Eu acho que o trânsito, eu acho assim cara, a cidade em minha opinião tem que ter áreas para respirar, áreas assim, de planejamento urbano, você crescer né, crescer com qualidade. Praças, calçadas, áreas de lazer, a cidade cresce com casa, ela não cresce nos outros instrumentos, faltam grandes praças né, fica uma cidade meio morta né, o cara pega um loteamento, deixa uma área verde e ninguém faz nada com aquilo, não faz nenhum instrumento ali, só que assim fica uma área morta, aquele monte de casa e acabou.

13) O senhor considera que as leis municipais, estão dando suporte para o desenvolvimento?

R.: Acho que até que esse não é tento o problema, acho que é mais de filosofia mesmo do município querer crescer com qualidade eu acho que a gente cresce em

quantidade meio assim sem um planejamento por exemplo o loteamento onde eu moro, o cara faz um loteamento aqui o outro ali, ninguém interliga os dois, fica ilhas né e todo mundo tendo que sair por um funil ali né, eu acho que não é questão de lei, lei tem, o que falta é quem executa as leis tomar mais cuidado né.

14) O senhor acha que os órgãos fiscais cumprem o papel?

R.: Não eu acho que não cumprem muito não, acho que tem a lei, eu acho que a execução é que não é muito adequada, acho que os órgãos fiscais...acho que 99% das calçadas de Itajubá estão irregulares, cadê os órgãos de fiscalização para fiscalizar, entendeu, o cara vai lá e arranca a terra de um barranco e larga um barranco de 4 metros de altura, quem que deixou fazer aquilo, acho que falta uma fiscalização.

15) Qual a importância das instituições de ensino superior para o desenvolvimento?

R.: Eu acho assim que Itajubá é dividida em duas partes, existe o setor de indústria convencional muito importante que atende uma camada importantíssima do operário né, trabalhador, que é o setor da indústria convencional, da indústria automobilística, temos a indústria de cosméticos, a cidade por incrível que pareça ela tem um parque industrial respeitável, principalmente porque é um parque que dificilmente a gente vê que fechou uma grande empresa em Itajubá, faz muitos anos. Ao contrario de outras cidades que tem aquela empresa meio gafanhoto né, que vai lá e suga, fica lá quatro, cinco anos, atrai dois, três mil trabalhadores, depois põe tudo na rua né, eu acho que Itajubá, praticamente a gente não assistiu isso, vamos colocar nos últimos vinte anos né, São indústrias que vieram para cá, um setor convencional da economia né e por outro lado, a presença das universidades, faculdade de medicina, economia né, da Unifei todo o sistema de ensino atrai muita riqueza. Já no setor de serviço e também agora com o parque tecnológico, incubadora de empresas, naqueles setores de tecnologia, então eu acho que a universidade ela complementa, torna Itajubá uma cidade privilegiada porque ela tem um setor convencional da economia mas tem um setor diferencial né, voltado a tecnologia, coisa que por exemplo São José dos Campos tá fazendo agora que ele viu que ficar só nas indústrias convencionais ou só na Embraer é um risco para a cidade. Abriam o

parque tecnológico, atraíram universidades de peso para São José dos Campos para que São José também possa crescer nessa vocação tecnológica, coisa que Campinas tem, Campinas tem o convencional e tem o tecnológico, Itajubá tem esse privilégio, é importante deixar claro, porque assim, o setor convencional é muito importante para Itajubá porque ele dá oportunidade para aquelas pessoas que não puderam por exemplo, cursar um nível, cursar um curso de nível superior técnicos, trabalhadores e tal, isso falta número né, para saber o peso por exemplo do sistema de ensino. Com esse setor convencional, porque um docente por exemplo que vem para universidade ele compra casa, carro, vai no comércio, quer dizer, o salário dele é praticamente injetado no comércio local, então a universidade ela tem um peso enorme. Hoje o que gira em torno da Unifei, as fundações dela é maior que o município, nosso orçamento, nosso e das nossas fundações é maior que o município de Itajubá, então a gente tem um peso muito forte, mais eu acho que as outras tem também, é Mahle, é Higident, Alston, Helibras esses números que eu não tenho que compare os dois sem dúvida nós temos um peso muito grande. Não saberia percentualmente o que nós representamos no município, o levantamento que eu tive do setor imobiliário por exemplo, que por conta da expansão da Helibras e Unifei, Itajubá precisa de cinco mil moradias, nós temos peso, seria interessante quantificar esse peso, esse número eu não tenho, talvez a associação comercial, a prefeitura.

Entrevista com Alexandre Almir de Carvalho, Secretário de Desenvolvimento de Itajubá Alexandre Almir.

1) Quais as características que o município de Itajubá tem para atrair empresas no seu ver?

R.: É hoje a gente tem aí, nós temos uma lei que é a lei do incentivo as indústrias, com doação de áreas, uma parte da infraestrutura que cabe ao município até mesmo vamos dizer assim de auxílios fiscais que é de atribuição do município, ISS, IPTU, ISSQN, durante a implantação e até mesmo às vezes da operação da empresa. Tudo isso através de lei aprovada na câmara, eu acho que é o atrativo maior aí, vamos dizer assim das características do município, essa área vamos dizer assim, universitária, de escolas que o município tem, tanto a nível universitário, Universidade Federal, outras escolas, a Fepi, a Facesm, outras faculdades aí,

quanto na área técnica, também né, colégio Itajubá, Senai, Senac que contribui com isso, então acho que essas são as características dentro do que a gente trabalhou ai junto para a vinda da Siemens aqui, pelo menos é o que foi apontado dentro do programa deles lá para ter selecionado Itajubá como sendo a melhor cidade para implantar a empresa.

2) E como é que você avalia a infraestrutura de Itajubá para receber essas empresas?

R.: Então, a infraestrutura de Itajubá, nós passamos por um determinado período, ai vamos dizer assim que Itajubá não teve investimentos na infraestrutura não só para as empresas quanto para os bairros, para a própria população, mas ainda temos vários bairros do município que nem pavimentação, nem drenagem nas ruas tinha e foi o ponto forte dessa administração que atuou nessa área né. E da mesma forma as empresas que vem hoje dentro dessas áreas, vamos dizer assim urbanizadas, então a gente tem toda estrutura, mais dependendo da localização da empresa, pelo zoneamento urbano, onde ela pode se implantar, ainda é deficitário, algum tipo de infraestrutura e que o município atua junto com as concessionárias a parte de água e esgoto com a COPASA, a parte de iluminação junto com a CEMIG e a parte de pavimentação e drenagem de água pluvial acaba para o município que ai a gente da esse suporte para as empresas nessa nova área de implantação, então correndo atrás do prejuízo em pouco tempo para dar esse suporte para vinda dessas novas empresas.

3) E quais os pontos fortes e fracos de Itajubá para os seus habitantes? O que você acha que tem de melhor e o que você acha que ainda tem para melhorar?

R.: Eu acho que o que tem de bom aqui é essa diversidade de cursos na área educacional né, que consegue preparar ai, mesmo a nível universitário, como nível técnico, as pessoas, tanto os jovens quanto pessoas já de idade mais avançada, nós temos cursos ai ministrados pela Unifei, pelo SENAC, SENAI, a própria Helibras montou o instituto Helibras para fazer o treinamento de pessoal. Tem essa parceria, Mahle, Fânia com o SENAI eu acho que isso aí é um incentivo muito forte para qualificar o pessoal de Itajubá não só de Itajubá, você vê que vem gente de tudo

quanto é lugar pra cá, pra esse aprofundamento, para essa especialização e acabam ficando, muitos acabam ficando nas próprias empresas aqui né, então eu acho que esse é o ponto forte. O ponto fraco vamos dizer assim, do município, eu acho que ainda é, volto nas perguntas anteriores, um pouco de falta da infraestrutura, agora nós estamos ai com problema da parte habitacional com esse crescimento da cidade, o imóvel ta muito, vamos dizer assim, houve uma super valorização na parte imobiliária que isso ai acaba dificultando até para quem esta aqui, quanto para quem vem de fora, pela própria topografia de Itajubá, da cidade é bem difícil você ter uma área muito ampla para expansão. Os loteamentos são restritos várzea tem limitação para as questões ambientais, aqui ou é várzea ou é morro e também tem as limitações de debilidade de tudo, então realmente acaba ficando restrito essa área.

4) Pegando o gancho e as principais barreiras de Itajubá para o desenvolvimento o que você acha?

R.: Falta de recursos, a principio tem um orçamento muito reduzido pelo número de habitantes, se fizer um comparativo com cidades do mesmo porte de Itajubá, você vê que as vezes a arrecadação municipal nesses municípios as vezes chega a 50% até a mais do que a arrecadação do município, se você falar assim, mais o porque disso? Vamos dizer assim é quase que um mistério pra gente também, porque a parte de receita municipal, que são dos produtos municipais nosso, a gente equipara com essas outras cidades, mas as transferências de recursos tanto estadual quanto federal, ou o município de Itajubá está em um patamar abaixo dos outros municípios e a gente já procurou ter entendimento em respeito disso ai e acaba considerando o seguinte, os repasses, vamos dizer assim FPM, ICMS é pelo numero de habitantes, então Itajubá hoje registrado pelo ultimo censo do IBGE em torno de 90 mil habitantes. Ele classifica em um patamar inferior, os estudantes, os professores, todos que vem aqui e ficam por um período de 5 anos, 2 anos, 3 anos, eles não são considerados como habitantes do município, Itajubá é uma cidade de pólo que atende vários outras cidades da região, da área educacional e da área de saúde, então a gente estima ai, o próprio IBGE estima que tem uma mobilização de pessoal das outras cidades aqui da região, mais as que vem de fora, em torno de 10 a 20 mil habitantes, isso ai quase que corriqueiro, então nós temos uma estrutura ai com 110



mil habitantes porém com receita de 90 mil, isso ai é muito difícil para o município ser administrado. Com o recurso você tem como investir né, agora sem recurso no orçamento nosso esse ano, que é em torno de 112 milhões, operações de crédito que é o financiamento, deste 112 tem 10% de investimento no ano, então não tem 11 milhões ai de investimento. Então toda ampliação da área educacional, os prédios escolares, na área de saúde, os postos de saúde, novas ruas pavimentadas, drenagem, agora nós estamos com um projeto ai, ponte, pavimentação e drenagem, tudo isso é investimento, então tira o operacional de 112, sobra 11,12 no máximo, teve ano que sobrou 6,7% então fica difícil abrir para novos investimentos.

5) E em relação às oportunidades, quais as oportunidades que você acha que Itajubá tem no momento, que ele deve aproveitar para se desenvolver?

R.: Hoje Itajubá está com a ampliação da Helibras, você fala esse nível de empresas né, estamos com ampliação da Helibras, o novo galpão já esta pronto para ser inaugurado, já está em atividade, nós fizemos uma visita lá. A própria Unifei que está em expansão, passando ai dos 3 mil e poucos alunos para 6500 até 2016. Estamos com o desenvolvimento com o projeto do parque científico tecnológico PCTI de Itajubá em parceria com a Unifei e o governo do estado, a Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado, já buscamos uma parceria também com a Secretaria Estadual do Desenvolvimento, então vamos dizer assim eu acho que tudo isso vem agregar, você traz mais empregos, mais indústrias, empresas, abre mais o campo na área vamos dizer assim econômica com isso vai agregar, gerar novos investimentos no município, nova renda, pra melhorar o orçamento e você ir combatendo os déficits de infraestrutura. Então acho que isso ai é um ponto forte do município, da área de investimento que está em crescimento até as outras empresas também que a gente teve oportunidade de visitar a Balteau tá aumentando, praticamente mais do que duplicou a área dela, a Areva esta com novo investimento, a Cabelauto tá aguardando uma decisão do prédio lá que a gente deve colocar em leilão. Esse prédio que é do município, eles tem intenção de entrar nesse processo, arrematar o prédio para fazer uma duplicação da linha deles de produção, porque hoje eles estão limitados lá por causa do espaço. Então você vê que as empresas aqui do município mesmo a Higident cresceu demais, a Mahle cresceu demais, a Fânia tem

intenção de investimento no município, já nos procurou. Então é um momento bom né!

6) E como é que você avalia a relação de Itajubá com os outros municípios da região?

R.: Olha como a gente atua muito na área de planejamento, a gente sabe que a gente tem um déficit de desenvolvimento, até mesmo por causa da topografia do município nessa parte habitacional que é bem vinculada aqui a secretaria de planejamento a gente sabe que outros municípios tem uma expansão maior ou está um pouco a frente do município. Até imóveis em outros municípios do mesmo porte daqui de Itajubá, na área central aqui ou em outro município, lá é 30, 40% de valor inferior do que o município então a gente sabe desse fator. Mas por outro lado, se fazendo um comparativo, também é ligado a secretaria de planejamento, em termos de desenvolvimento, em termos de saúde financeira do município, a gente tá bem a frente de vários municípios, abaixo de Itajubá, do porte de Itajubá e acima de Itajubá, isso falando em questão orçamentária financeira do município, hoje nós temos uma saúde financeira, vamos dizer assim. Até parte de recursos para investimento dentro dessa limitação é imediato, vamos dizer assim e a gente sabe, a gente tem consultas ai com outros municípios que vem buscar as vezes ajuda com a gente aqui, que tem processo licitatório que eles vão contratar para construir alguma coisa. Investimento, que eles abrem o processo sem ter certeza ainda do recurso e hoje não, hoje todos os fornecedores, nosso pagamento em dia, então o orçamento nosso, a gente tem folha de pagamento, pessoal, geralmente a gente mantém 1,5 o valor da folha de pagamento em caixa financeiro, então chega no final do mês fez o pagamento da folha de pagamento, no primeiro dia do mês seguinte você já tem esse saldo financeiro aí de pagamento de 1,5 de novo. Então hoje a gente tem em torno aí, mais ou menos 20 milhões de reais em um orçamento de cento e pouco ai, 112 em financeiro, ao contrário de outros municípios que estão passando por dificuldades muito sérias nessa parte financeira e orçamentária, então a gente tem conseguido controlar isso ai para estar honrando com compromissos.

7) Quais as atividades econômicas que você acha mais representativa para Itajubá?

R.: Não é muito minha área não, mas eu ainda acho que é essa parte de indústria e comércio local e a gente tem ainda uma grande receita ai que é da renda rural dos produtos agropecuários, mas eu acho que o forte nosso aqui ainda é a parte industrial, produção e comercial, o centro comercial nosso é muito forte né?

8) E você acha que elas são bem exploradas?

Eu acho que não. Eu acho que poderia ter um desenvolvimento maior, o próprio povo nosso aqui, os lojistas, os comerciantes nossos, eles tem uma certa limitação ainda. Eles não estão habituados aos novos procedimentos de lei, vivem reclamando, semana passada um pessoal meu foi fazer um treinamento com o SEBRAE em Pouso Alegre, dado na regional aqui pelo SEBRAE e a gente vê que as orientações que a gente tem, que a gente trabalha todo o procedimento que é valorizar a micro e pequena empresa, desenvolver o comércio local, mas o pessoal daqui não tá acostumado com isso, entendeu? Então a gente publica em jornal, em rádio, divulga tudo e todo processo de aquisição de compra ou serviço, ele inicia com o pedido da secretaria, a gente faz uma cotação real, a gente tem um preço de mercado pra depois abrir o processo licitatório, então muitos dos fornecedores, dos lojistas, dos comerciantes aqui, eles recebem essa cotação inicial daquele produto, sabem que vai ser aberto um processo licitatório, chega na licitação eles não aparecem. Cota veículos, vou dar exemplo, vamos comprar um carro, a gente não pode especificar marca, então a gente coloca um veiculo mínimo 1.0, 4 portas daí a gente vai na concessionária da Fiat, da Chevrolet, da Volks, da Ford, vai em todos, cota o carro, abre o processo licitatório, chega no dia não vem nenhuma das empresas daqui de Itajubá, isso apesar da gente avisar dessa cotação, enfim divulgação. É publicado no jornal, site da prefeitura, então acho que falta um pouco de trabalho junto com a Associação Comercial, já tentamos isso, o CDL, já fizemos isso. Já teve outras situações semelhantes como essas, mas não há um interesse, às vezes as pessoas nem tem a documentação necessária que é exigido por lei, às vezes tem a documentação mas não tem, vamos dizer assim, o domínio de preparar este processo. E aí que a gente coloca o pessoal nosso aqui a disposição para orientação para ajudar no cadastro, qual documento precisa, então isso ai eu acho que a gente pode trabalhar mais e ajudar nesse desenvolvimento. Só nesse mesmo assunto pra você ter certeza, só para comprovar os fatos, nós temos obrigatoriedade

de aquisição de no mínimo 40% da merenda escolar, a não ser que não tenha na região, por lei federal isso aí, do próprio produtor rural, então são firmas individuais. Foi montada uma associação, a prefeitura deu toda estrutura, montou essa associação dos produtores rurais e já fizemos um processo o ano passado, estamos no segundo esse ano de aquisição. No mínimo é de 40 mas nós podemos comprar 100% para merenda escolar. Por outro lado tem uma empresa aqui em Itajubá que é um produtor e ele compra dos outros produtores e revende para o município, vira e meche ele tá reclamando disso aí. A gente abre o processo desses outros 60% da aquisição da merenda escolar dessa área de hortifrutigranjeiros ele vem participar e ele perde para empresas de fora, em preço, processo aberto, pregão, que ele tá trabalhando com mercadoria daqui. A mercadoria que ele produz, que ele tem de produção, ele ganha na maioria das vezes, as mercadorias que ele vai comprar no CEASA aqui, de outros vamos dizer assim, produtores, ele perde para essa empresa de fora, esses dias ele foi até uma rádio questionar que a prefeitura deixa de comprar, de valorizar o produtor rural e compra de uma empresa lá de São José dos Campos a empresa veio. Está inteira, documentada, participou de um processo lícito, aberto de aquisição e ganhou por menor preço. Eu não posso deixar de comprar dela por menor preço, documentada, para comprar dele por maior preço, então falta essa mudança. Completando a minha família é de São José do Alegre uma cidade vizinha, os meus tios que moram lá, eles comem arroz, feijão, carne comprada no açougue né e macarrão, eles não tem uma galinha, não tem uma horta lá, uma couve, um alface, não tem um ovo, não tem porque um filho trabalha não sei onde o outro não sei na onde, acomoda naquilo ali. Então esse trabalho eu acho que o município, a prefeitura e as entidades poderiam trabalhar com esse pessoal efetivo, da roça que estão lá, para não trazer eles para o município, mas sim valorizar a área deles lá, junto com essa parte do turismo, cultura, que a nossa região aqui é muito rica. O pessoal às vezes convida a gente né, um amigo meu estava tirando férias agora, queria ir para Argentina, não sei na onde, ah vamos visitar. Não, vamos conhecer o Brasil primeiro, primeiro vou conhecer Itajubá, Minas, depois que eu conhecer o Brasil, um dia eu vou para Europa, para Argentina, não adianta você querer ir conhecer outro país se você não conhece nem a sua região, então acho que tem que ser desenvolvido, nossa, muito bonita a região!

9) Alexandre, como você avalia a atividade turística de Itajubá?

R.: Eu acho que é uma atividade que poderia ser explorada muito mais, não é muito minha área mas eu tenho hábito, eu tenho uma caminhonete, então a gente sai fim de semana com filho, irmãs, toda criançada. Então a gente sai para as comunidades rurais ai, roça, visitando os lugares, agora minha esposa ta até fazendo curso de fotografia e a gente sai né para conhecer e a gente vê que tem muito local bonito, muito local para ser explorado para ser divulgado eu acho que poderia ser trabalhado muito mais. Mas o município sim, tem que ter um apoio, um incentivo nessa área, mas acho que o proprietário também tem que partir para uma nova idéia, ou seja, um giro de 360°.

10) A mão de obra existente aqui no município, você acha que supre as demandas de indústria, do comércio e de serviços?

R.: Eu acho que tem uma qualificação sim para as empresas eu não sei quanto a demanda na cidade, porque isso aí é muito...é que é muito Sazonal também né! De repente há uma necessidade que você até não tenha aquele número suficiente de profissionais qualificados que você precisa, a minha área, eu sou engenheiro civil, trabalho com obras também, com construção civil, os últimos 2 anos nós passamos uma deficiência muito grande de mão de obra qualificada, porque as vezes você tem a mão de obra, a pessoa fala, eu sou pedreiro mas nem um tijolo direito o cara sabe assentar. Então é complicado, ai nós verificando isso aí, foi investido em um novo curso, foi feito no CVT que é mantido por parceria do governo municipal com o estadual. Treinamento de turmas de pedreiro, de eletricitas, de encanadores, a gente tá atuando nessa área também, já formou lá, varia turmas, mas isso tudo é em função dessa expansão que tá o município, obras na Helibras, obras na Unifei. No próprio município nós temos um setor aqui de aprovação de projetos de obras, você vê que o crescimento nos últimos 8 anos, ai foi muito grande, então hoje se a gente falar em termos de área de projetos aprovados para nova construção, tudo particulares aprovados aqui na secretaria de planejamento, vamos dizer assim, 250% a mais do que 8 anos atrás. Então eu acho que precisa assim, investir mais essa mão de obra, vamos dizer assim da construção civil, ela é bem despreparada, bem desqualificada, que é uma mão de obra as vezes até um pouco sem treinamento, sem cultura com aquilo passado de pai para filho, servente que virou

pedreiro que virou carpinteiro, não tem uma escola para isso, é uma coisa que o município tá começando a atuar nessa área aí em parceria, formando essas turmas, da parte de empresas tem os cursos técnicos, as escolas de engenharia, de treinamento que eu acho que tá qualificando esse pessoal aí né.

11) Como é que você considera o acesso até Itajubá e a localização de Itajubá?

R.: Olha eu acho que Itajubá está em um ponto estratégico, está bem no triângulo, dentro do estado de Minas, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, principais capitais, já tivemos uma certa dificuldade aí de estradas, poderiam estar melhores né? Mas eu acho que hoje a gente tem um acesso, vamos dizer assim, suportável, já precisando de novas melhorias, acho que a duplicação dessa BR 459, temos um projeto que nós estamos trabalhando nele desde de 2009 que seria um anel viário em Itajubá para tirar esse trânsito pesado de dentro do município, mas são obras muito caras que dependem de um investimento do estado ou do governo federal e estamos, vamos dizer assim, o que cabe ao município, nós estamos tentando atuar nessas áreas. Agora a gente já tem certeza de já está aprovado até nos órgãos ambientais a implantação do aeroporto aqui no município, do lado da Helibras, tá aprovado e o governador deixou bem claro se ele construir um aeroporto nessa administração de 2011-2014 esse aeroporto vai ser aqui no município, que é compromisso com ele, o governo federal, entre o Estado de Minas, governo federal e a ampliação da Helibras. Então faz parte desse projeto e até a criação do CTH que é o Centro Tecnológico de helicópteros, então faz parte desse compromisso, então eu acho que precisa sim melhorar, mas hoje tá suportável.

12) E como é que você avalia a infraestrutura da cidade para os moradores?

R.: É a infraestrutura é o que eu falei. Hoje a gente tá tentando remediar os problemas de 30, 40, 50 anos atrás. Agora mesmo recentemente nós implantamos uma rede de coleta de esgoto no bairro nações que é do lado do Laboratório Nacional de Astrofísica, o LNA, na saída da cidade. É um loteamento de 1950, cinqüenta e poucos anterior a lei de parcelamento do solo que é de 79 e lá não tinha rede de esgoto, lá todas as residências que tem na Rua Alemanha, inclusive o Laboratório é tudo por fossa, então fizemos até um acordo com o atual diretor lá né,

o Bruno, e passamos uma rede nova, porque nós estamos construindo aqueles 300 apartamentos do residencial Vitória, dentro do programa Minha Casa Minha Vida, programa habitacional junto com o município, aí doamos o terreno, foi construído e não tinha rede de esgoto. Então foi o município em convênio com a COPASA, implantamos a rede de coleta de esgotos lá e que permitiu agora interligar o esgoto do laboratório e dessas residências já construídas lá no loteamento. Então isso aí a gente tem, é o caso mais recente, mas desde 2009 que nós estamos atuando, a gente tá implantando isso no município inteiro, ainda locais sem a coleta de esgoto, ruas sem drenagem, sem pavimentação que a gente está atuando, mas é um investimento muito alto essa área de infraestrutura e o município não tem recurso suficiente para tudo de uma vez e pavimentar e implantar essa infraestrutura, mas no geral vamos dizer assim, acho que em torno de 80% da cidade ele já é atendido por infraestrutura básica, iluminação pública, água, esgoto, pavimentação e drenagem esta 80% da área urbana do município. Já está tudo isso implantado, tem lugar que tem água, esgoto, iluminação tudo e está faltando drenagem e água pluvial, nós estamos fazendo agora loteamentos muito antigos.

13) Alexandre, qual a importância das Universidades para o desenvolvimento de Itajubá?

R.: Eu acho que é fundamental, Itajubá como o próprio nome, todos falam né, é uma cidade universitária e se não tivesse essa parte universitária, só com o comércio local, as indústrias, acho que a gente não teria para estar suportando as necessidades do município, tanto no desenvolvimento das empresas na área de aprendizagem de qualificação profissional quanto na vinda, vamos dizer assim, de pessoas que agregam ao município, trazendo rendas, tanto da região, quanto de fora. Todo lugar que você vai no Brasil, você fala, sou de Itajubá, não sei quem, primo meu, conhecido meu, meu irmão, não sei quem, estudou lá em Itajubá, você conhece Itajubá? Conheço por algum motivo, por quê? Tudo está ligado nessa área universitária, estudantil, então eu acho que isso daí é o vamos dizer assim, é a história do município né. Hoje a gente tem conhecimento da Unifei, tá desenvolvendo um Campus avançado lá em Itabira que já tem se um estudo que a parte de licitação de minério 2070 por aí, daqui 60 anos vai estar se encerrando essas atividades, então a cidade já está preparando para atuar em outra área e qual

área, primeiro que eles foram investir, na área, vamos dizer assim, educação, então eu acho que é muito importante isso para o município.

14) E você considera que as leis municipais dão suporte para o desenvolvimento do município?

Considero que sim, a gente precisa, é o que eu falei, aprimorar nossas leis né, nós precisamos fazer uma revisão aí das leis nossas, plano diretor adequando a nova realidade que o município tá passando né, então como essas leis são antigas, leis de 1993, 64, 91 o plano diretor nosso é de 2004, então era outra realidade, era outra estrutura do município, era outra necessidade, então isso aí a gente já andou fazendo algumas revisões, algumas atualizações, adequando a realidade momentânea, vamos dizer assim. Mas que já fizemos um apanhado do que ficou para trás e já fazendo previsão aí pelo menos de uns 5 anos, mas precisamos aprimorar muito mais nessa área de desenvolvimento, até para as empresas de áreas, que seria um estudo, vamos dizer assim, coletivo com a área ambiental. O novo código ambiental que está aí para ser desenvolvido, principalmente por causa da topografia do município, isso aí na verdade eu acho que tem que sempre estar atualizando não tem como você fazer uma lei e daqui 50 anos aquela lei estar vigente, que a gente acaba tendo hoje não só município mais nível de Estado e União também né.

15) E os órgãos fiscais do município, você acha que cumprem o seu papel?

R.: Dentro do que a gente tem hoje de parâmetros, de projetos, de lei e de regulamentação sim. Hoje a gente é obrigado, vamos dizer assim, principalmente a parte fiscal, o município não pode, vamos dizer assim, fechar o olho para toda regulamentação e as leis tanto ambientais quanto a parte de zoneamento urbano, uso e ocupação do solo, isso aí sim é fiscalizado, é atuado. Apesar de que é uma cidade muito antiga, então você tem várias divergências, hoje pra andar nas ruas, acessibilidades isso aí a gente observa várias irregularidades, mas vamos dizer assim, são fatos, construções ou realidades que já estão ali a vários anos, muitos deles é anterior a essas novas regras, essas novas leis né. Então a gente dentro das limitações nossas a gente tem tentado atuar nessa área, nós desenvolvemos um projeto agora que é da revitalização da área central, então são recursos, vamos



dizer assim bem pequenos, bem restritos em torno de 1.200.000 reais, mas nós vamos estar pegando a área principal, comercial da cidade, que é a rua nova, a Cel. Carneiro Jr., a Major Belo, a Praça do Soldado, aquele trequinho da Miguel Braga, da Praça Do soldado até a Maria Carneiro, na esquina do Hotel Bramig e mais a Praça Wenceslau Braz que é a Praça, ali do antigo cinema. Então todo esse ali, ele vai ser readequado, a parte de peso, de passeio, alargando as calçadas com rampas de acessibilidade no nível do passeio, igual tem em varias cidades ai, porque hoje a lei de acessibilidade que foi aprovada no começo do ano do governo federal, já estabelece ou seja, quem tem preferência é o portador de necessidades especiais, pedestre e os carros tem que dar preferências, então já foi adequado o projeto com essas novas regras. Já assinamos o contrato, então vai ser implantado essa obra, só aguardo agora a aprovação dos projetos impostos pela caixa e passando o período eleitoral ao já deve estar iniciando o processo licitatório para execução dessas obras.

16) Quais devem ser as prioridades do planejamento urbano?

R.: O planejamento urbano é muito amplo, então ele envolve desde a área de saúde, educação, quanto moradia, trânsito, ele envolve tudo, mas a gente tem, vamos dizer assim, muita deficiência da parte do município. Acho que como todos os órgãos públicos, hoje tem essas deficiências, a gente tem procurado atuar nessa área, vamos dizer assim que é a do desenvolvimento, a parte habitacional, hoje qual o problema que a gente tava vendo no município é a questão residencial, venda de imóveis, locação de imóveis que tava tendo uma elevação de valores ai muito forte, tornando inviável qualquer tipo de transação comercial né, então o que a gente fez, fez uma atualização na lei nossa de zoneamento urbano, classificando corredores especiais, permitindo determinados tipos de condições, porque a gente não tem loteamentos novos. A parte de loteamento é moroso é trabalhoso, é vamos dizer assim, demanda um determinado tempo que foge das necessidades e das atribuições nossas e um empreendedor, ele tem esse determinado tipo de terreno aqui para implantar um loteamento. Quais são as características? O que tem de atribuição ali? As diretrizes, ele tem que ter as licenças ambientais, às vezes tem que ir para Varginha, volta tem que ser aprovado pelo CODEMA, tem as aprovações nas concessionárias de serviços, CEMIG, COPASA, água e esgoto e iluminação,

então depois retomar para aprovar no município para iniciar a implantação do loteamento, então um processo leva, 3, 4, 5 anos para ele tá pronto a ponto de venda. E o município, às vezes a necessidade, hoje com todo esse crescimento acaba não suportando, aguardou esse período todo, então a gente fez essa revisão, permitindo que em determinados corredores, tivesse determinados tipos de construções, um pouco mais do que tava restrito a lei nossa, prédios maiores, torres ai, porque tava limitado a casa térreas ou prédios de no máximo 3 pavimentos. Fizemos isso ai já deu uma aliviada, hoje já deu uma estabilizada um pouco o preço do imóvel, então é nessa linha a gente acaba trabalhando para tapar o sol com a peneira e apagar aquele fogo ali, acabou aquele fogo, tem outro ali na frente, pra gente conseguir pelo menos de imediato sanar o gravíssimo. Agora para trabalhar nesse planejamento urbano de desenvolvimento, o crescimento, expansão da cidade pra outra área, mas tudo isso ai gera custo, gera desenvolvimento, gera investimento do município com a parte de infraestrutura que ela tem que dar esse suporte e para isso, volta de novo a questão de receita de arrecadação, de desenvolvimento do parque tecnológico. Tem uma vila, uma área de terreno que a gente tem ao lado do presídio, que a gente já ta com o projeto praticamente quase todo aprovado, licença ambiental para implantar, para desenvolvimento, para incentivo a empresas, ainda é o município, então eu acho que não tem como você parar e trabalhar em um único foco, só quando é emergencial, mesmo sendo para você trabalhar naquele foco, você tem que ter o desenvolvimento de todas as outras áreas, educação, saúde, trânsito, toda veiculação junto, então eu acho que é isso, o desenvolvimento nosso e o trabalho nosso, se quiser tem trabalho 24 horas por dia e 365 dias por ano.

Entrevista com Laudelino Augusto dos Santos, Vice-Prefeito de Itajubá.

1) Quais as características do município de Itajubá o senhor acha que tem para atrair empresas?

R.: A correria é tanta que as coisas não ficam. Muito hoje em dia a gente está com, pegou o jeito de armazenar as coisas do computador então não fica muito armazenando na cabeça, mas Itajubá tem grandes características pra atrair empresas e já vem fazendo uma política na criação de empresa de um tempo pra

cá, quando se descobriu o potencial, a vocação de Itajubá né, a nossa vocação principal é a educação de excelência. Isso ai, a nossa universidade federal já é centenária praticamente né, esse ano completa 99 anos, ano que vem vamos celebrar com muita alegria o centenário e as outras universidades, a outra universidade que temos e as faculdades todas. Isso já é uma característica importante, porque o conhecimento, estamos no século XXI já e no 3º milênio onde é o tempo do conhecimento se nós temos conhecimento aqui, inclusive por números de PHD's por milhões de habitantes um dos maiores que temos no Brasil ai bem acima da média então isso eu diria que é uma das maiores características. E o parque industrial que já temos aqui que ajuda também porque vai subsidiar as empresas que vem. Um grande exemplo nosso ai é a Siemens que está chegando, só ainda não começou a obra por causa da questão da Europa, a crise europeia, pois eles telefonam quase semanalmente garantindo que eles estão chegando ai e um dos motivos foi exatamente esse, porque empresas menores vão se subsidiar, diria assim em rápidas palavras. E a política também da prefeitura de incentivo, tem lei municipal, participação da sociedade, do sindicato das indústrias de materiais mecânicos e elétricos, toda classe empresarial de Itajubá é bem organizada nesse sentido. Nós temos inclusive o Conselho Municipal de Desenvolvimento de Itajubá, CODIT que sempre está revendo esta lei, atualizando para que as empresas tenham condições de se instalar aqui.

2) Como é que você avalia a infraestrutura de Itajubá para receber estas empresas?

R.: Ai é uma das dificuldades, até por questão geográfica, o básico nós conseguimos que até 10, 12 anos atrás, a própria rodovia estava intransitável ela chegou a ser colocada como a segunda pior do país, mas graças a Deus isso dai já se resolveu e estamos agora com a busca de implementar as infraestruturas. O aeroporto já está com todo licenciamento pronto, a notícia nossa é que a licitação deve ser, o edital deve ser publicado logo, isso daí vai ajudar muito também. Não vai ser pra grandes aviões mas para a necessidade, até aviões de lugares já está bom, temos cidades com porte maior que Itajubá que não tem esse aeroporto, então a infraestrutura é ainda irregular até pela localização geográfica, montanha, dificuldades de tempos que observava os planos de desenvolvimento, ultimamente temos esse plano,

inclusive estamos fazendo uma revisão, então eu diria que a infraestrutura no momento está em melhora, melhorando e estamos buscando mais ainda.

3) Quais os pontos fortes e fracos de Itajubá nesse caso os habitantes?

R.: Essa pergunta até me faz lembrar um trabalho da Rota Tecnológica 459 lá no início, 12 anos atrás ou mais um pouquinho uns 13, 14 anos. A gente fez aqui um diagnóstico do SEBRAE, os pontos fortes, fraquezas, as oportunidades e as ameaças, famosa metodologia FOFA e para os habitantes diria que forte é o potencial de desenvolvimento e até certa segurança que dão para as famílias que estão estabelecidas aqui, ou que estão se estabelecendo agora, de que a cidade tem futuro. A pessoa fica insegura de ter que sei lá por que motivo procurar outros lugares, isso dá uma segurança de permanência na cidade, garantia pelos menos mínima de emprego, pela empregabilidade que tem aumentado nessa fase do desenvolvimento do Brasil, nos últimos 8, 10 anos, o índice de emprego que melhorou muito. Itajubá está acima da média, então a empregabilidade é um ponto forte, as universidades, a área da educação. Itajubá escolheu que a educação é a alavanca para o desenvolvimento, aliás é em todo lugar é, mas aqui em Itajubá é um diferencial. Fraco, eu diria que é a capacitação que ainda está fraca, não é que não está dando conta, por exemplo na construção civil, está chegando gente de fora, as empresas estão trazendo ônibus de cidades vizinhas, mas isso é até bom por conseguimos enxergar Itajubá como região, é a associação das cidades do alto do Sapucaí a AMASP que já tem feito vários trabalhos em conjunto, então essa fraqueza está sendo resolvida com a região, Piranguçu, Piranguinho, Maria da fé, Pedralva, Wenceslau Bráz, Delfim Moreira, mesmo mais longe um pouco tem pessoas vindo ai.

4) Já vou até aproveitar para fazer uma outra pergunta aqui, como você avalia Laudelino, a relação de Itajubá com os outros municípios?

R.: É uma liderança natural, pois quando nós começamos um trabalho aqui, Itajubá não fazia parte da associação dos municípios e foi feito um trabalho para que voltasse e de imediato os prefeitos da região queriam que o nosso prefeito aqui o Dr. Jorge fosse o presidente. Mas é uma liderança natural, aliás todas cidades pólo exercem esse tipo de influência porque tanto na área de escolas como mesmo de

empregos, as pessoas vem pra cá, o Hospital Regional, o Hospital Escola, a Santa Casa que nós temos, então tanto em questão de saúde como a questão de comarca o fórum o juiz a gente centraliza e estamos numa fase muito boa de relacionamento na parceria com a associação dos municípios tem sido muito importante e a gente vê como uma região.

5) E quais as principais barreiras de Itajubá para o desenvolvimento?

R.: A geografia do lugar tem sido uma barreira, pra gente conseguir terrenos para empresas, elas estão com uma dificuldade muito grande porque há muitas montanhas, muitas nascentes. O Parque Científico Tecnológico, que já está começando aqui perto do Centro Administrativo, a área vai ser aproveitada 25,30% por causa de ser montanha, por ser área alagável ou área de montanha, então isso é até bom porque é um parque 72,73% vai ser arborizado, vai ser um lago, é um parque. Agora construção mesmo menos porque estão numa dificuldade, eu diria que seria o lugar geográfico, as montanhas etc. mas isso claro pode ser superado, ampliando, temos ai as cidades vizinhas e tudo mais. A outra dificuldade, barreira mesmo é a questão política ainda, lamentável né, porque as pessoas entendem equivocadamente a política, grupos se digladiam e não é só na época de eleição não é o tempo todo, tentando atrapalhar, destruir, parece que quer que a administração não dê certo pra poder vim depois com uma proposta nova. E tudo está numa concepção de poder, e é o que está na barra mesmo, a concepção como se entende e como se exerce o poder. E geral infelizmente se entende e se exerce como vantagem, privilégio, prestígio e é o passo que deve ser entendido como um serviço pra sociedade, então tem sido uma barreira, porque temos, por exemplo, o próprio Estado e do próprio Federal, no momento nós temos sofrido do Estado a gente percebe nas eleições por questões de política que seguram uma verba, isso dai pode se citar uma dificuldade, talvez fique difícil provar pois os sistemas alegam todos os motivos.

6) E do lado bom, quais as oportunidades atuais que a cidade deve aproveitar para o desenvolvimento.

R.: Os que já estão se desenvolvendo, é o crescimento do país. De 2003 pra cá, principalmente da nova etapa do Brasil o estado de Minas Gerais está aproveitando esta onda e Itajubá dentro do estado de Minas está aproveitando todo potencial. Nós temos até já citei alguns, ele ganha mais potência ainda com este desenvolvimento do país, então eu diria isso, a grande oportunidade está sendo o desenvolvimento do Brasil dentro do quadro mundial, a questão da Helibras, investimento da Helibras a universidade federal está dobrando de tamanho, a chegada da Siemens e outras empresas e está tendo influência da crise da Europa, mas que no final das contas está sendo até digamos que no momento de crise é um momento de crescimento serve aqui no sentido de alavancar certas áreas de produção.

7) E as atividades econômicas mais representativas de Itajubá.

R.: As atividades econômicas mais representativas tem sido o industrial, continua sendo as empresas na produção média e pequena mas é um número suficiente que acaba sendo como se fosse empresas maiores. A atividade econômica mas é essa mesmo produção o comércio está crescendo muito, tivemos essa semana um evento da entrega de prêmios de média empresarial e ali foi feito uma fala mostrando o crescimento do comércio. Hoje Itajubá mais do que nunca se estabeleceu como um centro comercial da região, que outros centros que antes saíam de Itajubá para ir pra Taubaté, São José dos Campos, pra fazer compra no Vale do Paraíba depois passou a ser Pouso Alegre, Varginha. Hoje não, hoje nós já temos cidades daqui de São Paulo que já vem pra cá, daqui da região mais perto, então é uma atividade muito importante para o comércio. E claro a educação acaba sendo boa por causa do estudante que vem de fora, só a Unifei já vai chegar 6000 estudantes, mais as outras aí, aliás a rota tecnológica tem essa meta de pelo menos 10% dos jovens da população na universidade. Pelo menos de início eu teria que ter 10.000, 12.000 pelo menos para chegar nessa meta ai e isso ai é muito representativo porque aquece o dia-a-dia dos restaurantes, mesmo as pessoas que trabalham nas repúblicas aquece esse tipo de negócio, a construção civil tem sido muito representativa, não sei te dizer o percentual, mas tem dados desse percentual.

8) E elas estão sendo bem exploradas?

R.: E isso fica com a impressão de que ficará melhor, eu expliquei isso e buscando soluções como disse o Eduardo Galiano “o horizonte é um lugar que nunca chega, qual é a finalidade do horizonte é fazer a gente caminhar” é como a utopia, qual a finalidade da utopia é a gente caminhar então eu diria o seguinte poderia estar melhor explorada se não fosse essa questão da barreira que a gente agora pouco ai. Um pouco de demora pra gente conseguir locais para oferecer para as empresas, a questão política é insegura, se não fosse isso estaria explorando melhor.

9) E como o se senhor avalia a atividade turística de Itajubá?

R.: Olha, ainda muito pequena isso daí está sendo uma falha, o nosso conselho municipal, a pouco tempo que está se referindo, está ajudando a questão que nós fizemos uma adesão ao chamado território que isto está até sendo pouco divulgado. São 15 cidades, 12 de Minas Gerais e 3 de São Paulo, é esse o contraforte que tem Campos do Jordão, Santo Antonio do Pinhal e São Bento do Sapucaí, são de São Paulo, agora Gonçalves, Sapucaí Mirim, Paraisópolis, Brasópolis não entrou não, aí vem Itajubá, Maria da Fé, Cristina, até chegar em São Lourenço e Caxambu. Então o circuito das Águas com a região de São Paulo, essa parte toda constitui o Território Mantiqueira. Com uma parceria da região toscana na Itália, aonde tem lá em Florência o observatório turístico e está sendo criado nessa região também, então a gente conseguiu também uma verba pra fazer o levantamento do potencial turístico da região e o diagnóstico já está pronto, com isso Itajubá, através da secretaria municipal de turismo já está fazendo o material pra distribuição e divulgação. Ainda o maior tem sido o turismo de negócio e o turismo de educação para o pessoal pra conhecer etc, na área de educação. Mas temos também potencial para a questão ecológica, montanhas, questão histórica, nós temos a casa de Wenceslau Bráz. Ela foi tombada pelo patrimônio histórico, finalmente que precisa ser preservado, temos algumas coisas ainda a ser feitas mas está crescendo e é o turismo é desenvolvimento limpo, que não traz poluição e traz renda pro nosso povo, nós temos uma particularidade aqui em Itajubá bem interessante que é o cemitério da cidade que está com 122 anos, e porque que eu cito o cemitério paroquial, o mais antigo? Porque tem sido ali um lugar de muita visitação pelo túmulo do padre Léo, ficou famoso no Brasil inteiro e tem sido o mais visitado e tem gente vinda do Brasil inteiro aí, porque ele ficou muito conhecido na rede de TV, na

Canção Nova e tal. E Itajubá também tem uma particularidade, que é o outro cemitério que tem dois presidentes da república sepultados com as suas esposas, São Bórgia no Rio Grande do Sul tem dois presidentes que é o Getúlio Vargas e o João Goulart, mas a esposa de um só aqui tem dois que é Wenceslau Bráz e Aureliano Chaves e também as esposas sepultadas ali. Uma curiosidade mas não deixa de ser um ponto que pode ser um atrativo também, agora a nossa esperança é que o conselho municipal de turismo consiga implementar políticas públicas para que o turismo cresça também.

10) A mão de obra existente no município Laudelino, você acha que são suficientes para as demandas locais?

R.: Olha a gente tem contato semanalmente com a Sine, Sistema Nacional de Empregos, e tenho até alegria de ter contribuído para que o sinem viesse pra Itajubá na época que eu era vereador. Eles tem tido dificuldade com a capacitação, é incrível Itajubá tem tanto curso de capacitação, mas ainda falta. Isso mostra que o crescimento está sendo maior que a velocidade da capacitação. Mas o Sine propõe, a área que está sendo pedido trabalhadores que está em falta ai o CVT, Centro Vocacional Tecnológico propõe os cursos no SENAI, SENAC e o SESI também. Nós temos também uma entidade na antiga granja Wenceslau Neto, existe outra entidade, que não lembro o nome, que faz cursos de capacitação de corte e costura, pedreiros e eletricitas então eu diria que a mão de obra no município, que a construção civil está trazendo de fora já que nós temos cursos de formação de pedreiro, servente. Quase que o ano inteiro de garçons, quase o ano inteiro de padeiros sempre estou indo nas formaturas, aquele caso acaba suprimindo as demandas um pouco as vezes precariamente, mas o Sine está atento nisso ai pra gente ter a formação necessária.

11) Laudelino como você considera o acesso e a localização à Itajubá.

R.: Tendo como referência os anos anteriores eu digo que melhorou 80%, mas ainda precisa melhorar, nós já estamos vendo a necessidade se não de duplicar mas pelo menos as terceiras pistas daqui pra Pouso Alegre. A gente viaja muito por aqui em reuniões regionais ou mesmo pra Belo Horizonte então a gente percebe que



aumentou muito o movimento tanto de carros de passeio, como carretas e ônibus. Então logo vai precisar da terceira pista, pois fizeram um acostamento mais amplo e tem ocasionado até perigo porque não é terceira pista, às vezes o carro entra ali e causa dificuldades então diria, nós já entregamos na mão da presidente Dilma, Dr Jorge e eu já entregamos na mão dela o projeto do anel viário, tirando o trânsito maior principalmente de carretas aqui do centro da cidade. Quando foi feita a rodovia não calculava que a cidade teria esse desenvolvimento, aliás, a cidade está com 192 anos não havia nem carro, havia charretes, carroças, carruagem. O acesso só pra concluir, a grande esperança, que já está pra abrir a licitação para o aeroporto, já tem empresas que já estão querendo vim pra cá, a Trip já andou fazendo pesquisa aqui, isso já está numa revista de economia, que eu vi semana passada dizendo sobre o edital que deve ser publicado e já tem empresas querendo vir pra cá. Sobre a localização, sempre a gente falou das reuniões da rota tecnológica, Itajubá tem uma localização privilegiada, porque estamos dentro do triângulo, importante triângulo São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, se você faz figura geométrica entre Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro, nós estamos bem dentro desse triângulo, equidistante quase de São Paulo e Rio de Janeiro e um pouco mais distante Belo horizonte, mas com uma rodovia duplicada Fernão Dias teria um bom acesso, com o aeroporto mais rápido ainda. Então a localização é privilegiada, se tem a questão geográfica, de montanhas que eu falei como barreira, mas a barreira que eu falei assim de espaço para construções, agora a localização ao centro econômico da América Latina, o centro econômico da América Latina. Você está a poucas horas do centro nervoso de São Paulo, Avenida Paulista e Itajubá é o segundo polo aeronáutico do país de asas rotativas é o primeiro e único da América Latina, então a localização geográfica é privilegiada. As pessoas citam Pouso Alegre, por exemplo, que hoje graças a Deus é nosso parceiro, e fica perto da Fernão Dias e também a geografia ajuda a crescer com número a cidade de habitantes. Itajubá já tem o potencial da educação de excelência e de informação do conhecimento, poder do conhecimento que é acumulado, isso eu diria que é uma variação que tem sido positivo.

12) E a infraestrutura da cidade para os moradores?

R.: Essa é uma das angústias, que a gente vai vivendo no dia a dia, entre angústias e esperanças, graças a Deus a esperança é maior, angústias partilhadas elas diminuem, e esperança partilhada ela aumenta, por isso que a gente faz tudo coletivamente. Nós fazemos orçamento participativo, reuniões, audiências, porque aí a população assume junto, eu diria o seguinte: é uma das angústias porque não sei lá quantos anos que não se preocupam com a infraestrutura. A parte por exemplo de drenagem, nossa Itajubá foi construída no leito secundário do rio Sapucaí, o rio ele vem de Campos do Jordão pra cá, vem serpenteando as montanhas e tem uma queda aí quando chega em Itajubá e assenta. Exatamente Itajubá é onde ele chega e assenta e começa a correr pro lago de Furnas, então a cidade foi construída no leito secundário, isso aí é um erro histórico, mas a infraestrutura, a drenagem ela foi sendo postergada, dizem que é obra que não aparece, não se fazia. Fazer render grande homenagem aqui ao Dr. Pedro Mendes, que foi um dos últimos prefeitos que fez essa drenagem, no final dos anos 80. Mas hoje um dos trabalhos que a gente tem realizado, as audiências que a gente tem realizado, aparece muito pedido da comunidade para a drenagem e pavimentação. Graças a Deus já estamos chegando quase aos 100% da pavimentação das periferias, drenagem está faltando pouquinho, porque são obras muito caras, mas está sendo feito, a infraestrutura ainda falta pontes na cidade, uma variação que devia ter sido feito a anos. No nosso primeiro ano de mandato, na nossa administração uma empresa especialista apontou que precisamos pelo menos nos próximos anos de quatro novas pontes, pelo menos. Uma delas já está sendo iniciada, ali no bairro Boa Vista, que vai ser muito bom, porque vai desafogar a avenida a gente vai poder fazer mão única numa ponte, pra sair para o lado do distrito industrial e saída pra Pouso Alegre e a outra para a entrada da cidade, atual ponte Tancredo Neves, vai facilitar muito o trânsito ali e vai revitalizar todo o bairro avenida e toda a rua Maria Carneiro, logo depois da ponte, chegando, vindo ali da rodoviária. Está dentro dos projetos de revitalização do centro comercial, uma rua de muito comércio ali, então eu analiso que para os moradores, a gente tem visto isso e ouvido nas ruas a que tem tido sim, eu não estou fazendo nenhuma defesa ou elogio pra administração, que eu seria suspeito, mas é porque de fato o que está ainda muito ruim para os moradores, os passeios. Estamos programando uma audiência só dos passeios, por algum motivo histórico aí consta na lei que passeios e muros é obrigação do morador, do dono da casa, o passeio na frente da casa é do morador e com isso o que aconteceu, o

morador vai fazer uma reforma na sua casa, no passeio dele ele faz do jeito que ele quer, então fica até feio, e muitos colocam rampas pra entradas de carros etc. Então isso gerou problemas até de acessibilidade, temos problemas de acessibilidades ainda, os passeios são curtos, quando a cidade foi construída, não havia carro então foi feito ruas curtas e quando teve que ampliar as ruas os passeios ficaram muito curtos ainda teve postes no meio da rua. Árvores, nós estamos com um projeto de arborização e ele está acontecendo mais nas periferias, porque aqui no centro não tem aonde plantar uma árvore, o passeio já é curto. Então esperamos algumas medidas na questão de estacionamento, que a gente possa aumentar os passeios, lá no centro agora vai aumentar os passeios, vai aumentar para plantar árvores e fazer padronizado. Essa audiência a gente pretende conversar com os moradores pra padronizar, ver uma questão juridicamente correta para que a prefeitura possa participar nessa parceria, que a obrigação é do morador, mas quem sabe nós podemos fazer uma parceria ai de comprar o material conjuntamente, fica até mais barato e com mão de obra a gente pode entrar na parceria pra fazer. Isso para os moradores a gente tem sentido muita reclamação no conselho municipal do idoso, tem solicitado muito, em defesa dos direitos dos deficientes e tem pedido muito pra melhorar os passeios aqui da cidade, então isso dai tem sido um ponto negativo, acontece que a gente tem que priorizar, vou dizer uma frase aqui que logo no primeiro ano, eu gosto de fazer frase que resume o momento histórico que a gente vive, então uma das frases que tem sido bem repetido é que: "As demandas da população e a infraestrutura da cidade são muito grandes, a vontade política da administração também é grande, mas os recursos são limitados, vamos priorizar!" Essa frase a gente criou para motivar as audiências públicas do orçamento participativo, então é isso, grandes as demandas, grande a vontade política e recurso limitado, então o grande problema tem sido ainda o recurso limitado, tem melhorado a nossa secretaria de finanças conseguiu aumentar e muito a arrecadação própria sem aumentar os impostos só na fiscalização e com políticas de arrecadação, fiscais, tem melhorado. Então a gente pode investir mais nessa questão também, então a grande esperança nessa área agora então é a audiência e que os moradores aceitem e participem como parceiros dessa revitalização dos passeios da cidade.

13) A gente falou anteriormente, agora a gente vai voltar um pouquinho e você falou que a educação é um dos diferenciais, qual a importância das Universidades para o desenvolvimento de Itajubá.

R.: Fundamental penso que só temos esse desenvolvimento, que está no momento de crescimento, por causa das universidades. Eu acompanhei, vou dar o exemplo da Siemens agora, eu acompanhei todas as visitas da Siemens e o que eles mais falavam é o que eles vieram pra cá e o grande diferencial foi a questão do conhecimento que tem aqui, da produção de conhecimento, nós temos a incubadora de empresas, por exemplo e tem a de empresas populares de base tecnológica, nós temos os pesquisadores, então as universidades, todas elas, a Universitas, a Fepi, nós temos todas as áreas do conhecimento humano, área médica, área humana, área da economia, a Facesm um grande trabalho tem feito a cada ano, crescendo também, o desenvolvimento econômico que acontece com a participação da Facesm, a Enfermagem, a área de saúde que hoje tem uma questão de alternativa, pra mim é uma saúde natural, que deveria ter mais apoio, então a importância das universidades é fundamental. Sem universidade nós não teríamos esse desenvolvimento que nós estamos tendo hoje.

14) Você considera que as leis municipais dão suporte para o desenvolvimento do município?

R.: Ajudam e atrapalham, nós temos um cipoal de leis e eu até brinco de vez em quando que a função do legislador hoje talvez não seja tanto de fazer leis, mass seja de revogar leis, revogar leis porque e consolidar leis também, por exemplo na área humana são leis de mais então tem que fazer um consolidado e revogar as demais. Eu quando fui presidente da comissão de meio ambiente na assembleia legislativa, 2005 e 2006, eu disse isso lá e fizemos graças a Deus, em algumas áreas fizemos um consolidado de leis na área ambiental em pleno município há um cipoal, cria-se uma necessidade, faz se uma lei e depois ela vai ficando obsoleta, ela acaba segurando alguma coisa lá na frente. Uma coisa eu digo e tem sido positiva, a participação da sociedade itajubense tem aumentado, hoje as pessoas cobram da administração, a realização de audiências públicas por exemplo. A câmara municipal desenvolveu nesse ponto também, de ouvir mais a população, então o que eu diria,

mas tem ajudado, inclusive nessa área de atração de empresas. São leis municipais que dão essa liberdade do município, dá isenções, mas sempre tem a contrapartida, tem gente que às vezes acha que o município está dando muita isenção, a contrapartida e eles são obrigados a dar contrapartida se não eles perdem os direitos de uso daqueles benefícios, mas eu vou ser sincero essa sua pergunta eu vou ficar com ela aqui pra aprofundar um pouco mais porque até agora no período eleitoral eu vou conversar com o pessoal e assumir esse compromisso de fazer uma revisão, a gente vai no dia a dia com tanta preocupação que acaba não parando pra pensar nesse ponto. Mas uma revisão das leis municipais que estão diretamente ligados com o desenvolvimento, vou levar isso lá pro Codit o Conselho de Desenvolvimento de Itajubá, quem sabe eles formam uma comissão temática, que sempre forma essas comissões dentro do conselho, uma comissão pra tratar desse assunto, oferecer pra câmara depois a proposta de uma junção de leis municipais e prorrogação de outras que está até atrapalhando. Dizem que tem lei que atrapalha na área ambiental, eu já defendo muito, na área ambiental é melhor a precaução, tem o principio da precaução, e a precaução ambiental ecologicamente falando, gera a precaução social, a precaução econômica, e alguns querem que a gente diminua a cota no plano diretor pra permitir construções, não podemos em hipótese nenhuma. A área alagada ela tem que ser respeitada porque sobe e o rio vem e tem que ir pra algum lugar, nós não podemos ocupar o leito secundário do rio, dizem que as leis ambientais atrapalham o desenvolvimento, o código florestal está dando o que falar até hoje, exatamente isso a área deve ser preservada e temos ai a questão das áreas de topo. Nós temos rio e ribeirões que cortam a cidade, tem que ser respeitada as margens, então nesse sentido temos que criar leis mais rígidas porque eu digo que poderíamos estar abrindo mais, flexibilizando são outras que no caso não lembro nenhuma pra citar agora, dizem que existem sim, e até nos ajudou a pensar em fazer alguma alteração na consolidação de leis.

15) Voltando um pouco. Os órgãos fiscais do município cumprem suas funções.

R.: Tem sido feito reclamações que ainda não, temos que ver na Federal quanto na Estadual e na Municipal que tem essa questão de competência, fala-se muito da questão republicana, na questão da constituição de rever as competências dos entes federados e é importante sim que muita coisa foi municipalizada na prática,

mas na teoria muita coisa foi municipalizada e os recursos não vieram ficaram nacionais e estaduais, agora a pouco estávamos falando desse assunto. Questão de assunto, por exemplo, a pessoa está mais próxima do prefeito e dos vereadores então eles dão em cima da gente aqui e com razão porque vem buscar os seus direitos, mas é uma competência do estado, é uma competência federal, então os entes federados precisam rever isso na área de fiscal e isso acontece muito aqui em Itajubá. Eles reclamam muito do trânsito e tem que reclamar, isso é uma crise de crescimento, mas acontece que cobram da gente coisa que não é de nossa competência não a gente nem pode fazer, a guarda municipal já esta na rua, mas eles não tem competência pra atuar no trânsito e isso é da polícia ainda. Já está em Brasília o pedido com toda documentação para a municipalização do trânsito na lei a gente vai ter poder de polícia no trânsito, isso pra dar um exemplo. Então isso ai estamos fazendo a nossa nova Secretaria de Defesa Social a gente estabelece as competências do que a gente vai poder cobrar dos convênios com a Polícia do Estado Militar, a Polícia Civil, Corpo de Bombeiros, com as entidades que cuida dessa parte de segurança no caso do trânsito e também na questão econômica e os fiscais tributários. Nós temos a Receita Estadual e Federal aqui em Itajubá e tem a Municipal que está tendo vários cursos de capacitação, hoje em dia a prestação de conta o tribunal de contas é tudo online, hoje em dia é diário, alguns itens tem que estar diariamente e a população tem acesso com direito a informação, uma lei que tem que pegar e está lá. Tem entidades públicas estão relutando o próprio legislativo federal está relutando nas informações e é um absurdo e eles deveriam ser os primeiros a abrir as pontas, estão relutando lá até o Tribunal de Justiça está lá. Então a fiscalização, não sei se eu seria injusto em dizer que não está cumprindo o papel eu seria injusto sim, porque a gente é testemunha nisso e a força que está sendo feita mas eu apenas diria que ainda não atingiu o nível necessário, exatamente por esses dois motivos, a definir bem as competências dos entes federados e capacitação dos fiscais.

16) E seu ponto de vista quais devem ser as prioridades do planejamento urbano de Itajubá.

R.: A grande prioridade está sendo a revisão do plano diretor, porque com esse desenvolvimento, nós temos que revisar sim, fazer uma revisão. Depois de

determinado tempo temos que fazer uma revisão, diria que essa prioridade vai ser muita na área de locais de expansão de moradias e na área de expansão industrial. Isso daí nós já estamos com dificuldade, não estamos tendo área não, uma empresa de grande porte não temos pra nós, muito grande não. Até nosso parque científico tecnológico tem empresas pequenas, aonde se tem o conhecimento, aonde se desenvolve projetos e não tanto de produção, produção pesada não tem mais não. Uma das últimas que está vindo pra cá é a Siemens, produzir computadores, mas assim grandes empresas não temos lugares e isso não é negativo não isso é vocação própria da cidade, um lugar tem disposição e meios. Outros lugares não têm, não tem problema não, então a prioridade nesse momento é a revisão e na revisão que vai ser feita as audiências públicas, e eu não me sinto nem em condições de responder, pra citar uma, duas, três, talvez já poderia sugerir do meu ponto de vista, mas em respeito as audiências públicas, quem vai estabelecer prioridade é a população, são os empresários, são os educadores, as associações de moradores, as entidades de classe. Eu até diria isso que o que nós mais estamos conseguindo aqui é resgatar a credibilidade política, graças a Deus nossa audiências sempre tem bastante gente, as pessoas chegaram a dizer que vocês vão fazer audiência pra que se nessa audiência não acontece nada. E agora como diz a bandeira de Itajubá é uma frase que vale a pena ser colocado na sua dissertação foi o Teodomiro Santiago quem disse está na bandeira de Itajubá "Revelemo-nos, mais por atos que por palavras.", então as ações que estão sendo realizadas estão resgatando a credibilidade política, na ética, na priorização das ações. Tem lugares da periferia aqui que a mais de 50 anos está pedindo infraestrutura e tem agora e olha não conta como vantagem isso é obrigação nossa, a constituição brasileira estabelece desde o primeiro até vários outros artigos que é o obrigação da administração pública diminuir as desigualdades sociais. O artigo 165 que fala da lei orçamentária, um dos critérios ali, um dos itens é considerar a diminuição das desigualdades sociais, não tem como desenvolver uma só área da cidade e deixar o resto, seria um absurdo o centro maravilhoso e as periferias em cima de esgoto, sem pavimentação sem nada, isso acontece em lei Estadual e Federal. Tem uma região do Brasil que isso está diminuindo as diferenças a região sudeste e sul sempre foram privilegiadas e a nordeste e norte tem dificuldades tão grandes e agora a gente tem observado, isso e é obrigação nossa, eu sempre costumo dizer isso nas inaugurações de nossa parte é o dever cumprido, da parte da sociedade tem o

direito conquistado e a sociedade de Itajubá eu diria isso pra concluir aqui também que um dos diferenciais que tem ajudado muito Itajubá aparecer nacionalmente e até internacionalmente é a capacidade de o povo estar tendo de conquistar a cidadania. Quem tem que crescer numa cidade não é um partido muito menos uma pessoa, é a organização da sociedade, tem que crescer a cidadania, a cidade existe para os cidadãos, na medida do crescimento, na Europa nos já temos cidades assim, no limite seria a anarquia, não tem necessidade do governo, às vezes ela cresce com o gerente da cidade, por enquanto isso daí é um sonho. Itajubá já tem crescido e isso já é um diferencial também e tem ajudado Itajubá a aparecer no cenário mineiro e brasileiro e até internacional, é a participação da sociedade no desenvolvimento da cidade.