

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

A REINVENÇÃO DO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA CULTURA E  
DO ENTRETENIMENTO-TURISMO:  
O CASO DO PORTO MARAVILHA NO RIO DE JANEIRO

Autor: Bruno Gontyjo do Couto

Brasília, 2019

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

A REINVENÇÃO DO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA CULTURA E  
DO ENTRETENIMENTO-TURISMO:  
O CASO DO PORTO MARAVILHA NO RIO DE JANEIRO

Bruno Gontyjo do Couto

Tese apresentada ao Programa de  
Pós-Graduação em Sociologia da  
Universidade de Brasília (UnB)  
como parte dos requisitos para a  
obtenção do título de Doutor.

Brasília, dezembro de 2019

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

**TESE DE DOUTORADO**

A REINVENÇÃO DO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA CULTURA E  
DO ENTRETENIMENTO-TURISMO:  
O CASO DO PORTO MARAVILHA NO RIO DE JANEIRO

Autor: Bruno Gontyjo do Couto

Orientador: Edson Silva de Farias (UnB)

Banca:

Prof. Dr. Edson Silva de Farias (UnB)

Profa. Dra. Mariza Veloso Motta (UnB)

Profa. Dra. Bianca Freire-Medeiros (USP)

Prof. Dr. Elder Patrick Maia Alves (UFAL)

Dr. George Alex da Guia (IPHAN)

Profa. Dra. Sayonara Leal (UnB)

Brasília, 2019

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade de Brasília, ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGSOL-UnB), à Universidade do Texas em Austin, ao Instituto Lozano Long de Estudos Latino-Americanos (LLILAS-UT), ao Conselho Nacional de Pesquisa Científica (CNPq), à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), à Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAP-DF) e ao Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) por terem viabilizado as diferentes etapas dessa pesquisa e proporcionado todas as condições para que fosse bem-sucedida.

Agradeço aos professores que gentilmente aceitaram o convite para compor a banca de defesa e que há muito têm contribuído com a evolução do meu trabalho, a professora Bianca Freire-Medeiros, a professora Mariza Veloso, a professora Sayonara Leal, o professor Elder Alves e o professor George da Guia.

Agradeço à professora Lorraine Leu por ter me recebido com tanto carinho durante o período de doutorado sanduíche em Austin. O seu apoio intelectual e pessoal constante certamente foi o porto seguro da minha estadia.

Agradeço ao professor Edson Farias por ter sido muito mais do que o meu orientador. Ao longo dessa jornada, nos tornamos companheiros de trabalho e amigos. Não há nada mais gratificante e enriquecedor na academia do que isso.

Agradeço aos inúmeros amigos que fiz nessa caminhada e que foram a melhor parte disso tudo, Flávia, Beatriz, Fernando, Stephanie, Tamille, Artur, Debora, Carolina, Rodolfo, Cleide, Renata, José, Jeffrey e Ned. Também agradeço aos “velhos” amigos, alegria de uma vida toda, Tiago, Lucas, Daniel, Felipe, Maurício, Cláudio, Gustavo, Paulo, Carlos, Taynara, Taís, Fred, Marcos, Saulo, Kris e Cíntia.

Não poderia deixar de fazer menção aos meus queridos bichos de estimação, Janjão, Caramelo, Pagu, Margarida e Miumiu, cuja companhia e afeto ao longo dos dias fazem tanta diferença.

Tenho de agradecer muito às pessoas que são a razão para tudo o que eu faço. Meus avós Odete, Firmina, José e Moacir, pois são as minhas maiores inspirações, verdadeiros batalhadores. Meus irmãos queridos, Tales e Henrique, que também me inspiram muito. Minha companheira, Marina, com quem tenho construído uma vida e a quem eu devo muito do que sou hoje.



Finalmente, agradeço aos meus pais, Rosane e Wiliam, dois seres humanos incríveis que têm me dado muito carinho e apoio, todos os dias, há mais de 30 anos. Esse trabalho é dedicado a vocês dois!

“... o papel da cultura expandiu-se como nunca para as esferas política e econômica, ao mesmo tempo em que as noções convencionais de cultura se esvaziaram muito. Em vez de focalizar o conteúdo da cultura... ou a sua antropologização mais recente, como um meio de vida... talvez seja melhor fazer uma abordagem da questão da cultura de nosso tempo, caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, como um *recurso*” (George Yúdice)

## **A REINVENÇÃO DO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA CULTURA E DO ENTRETENIMENTO-TURISMO: O CASO DO PORTO MARAVILHA NO RIO DE JANEIRO**

**RESUMO:** Nas últimas décadas, diversas cidades ao redor do mundo passaram a destinar recursos materiais e simbólicos para a promoção de projetos de renovação urbana com viés turístico-cultural. Nesses projetos, investe-se na requalificação e modernização tanto da infraestrutura quanto da imagem de espaços urbanos degradados com o objetivo de instalar as bases necessárias para a formação de um complexo de negócios e serviços com ênfase nas áreas de cultura e entretenimento-turismo. Diante desse contexto, a presente tese tem como problema de pesquisa o seguinte questionamento: quais são as condições histórico-sociais que possibilitam a incorporação da cultura e do entretenimento-turismo à lógica das políticas de renovação urbana? Assim, o esforço de pesquisa esteve voltado à compreensão dos contextos de consagração desses dois setores enquanto estratégia de desenvolvimento urbano e peça fundamental de projetos de renovação no mundo todo. O recorte empírico, por sua vez, foi delimitado em torno da análise de um caso histórico específico: o longo processo de renovação da zona portuária do Rio de Janeiro, gestado ainda na década de 1980 e efetivamente empreendido no projeto Porto Maravilha (2009 até o presente). Em linhas gerais, o trabalho procura demonstrar como o processo em questão é desdobramento de uma forma de pensar as cidades gestada no contexto político-social norte-americano e incorporada aos projetos de cidade construídos por facções das elites políticas e empresariais cariocas. Desse modo, os dois primeiros capítulos reconstituem as dinâmicas estruturais e históricas que culminaram no surgimento das políticas turístico-culturais de renovação urbana nos EUA na década de 1960 e mapeiam como essa nova forma de pensamento sobre as cidades foi sistematicamente exportada para a Europa e outras partes do mundo através da atuação decisiva de uma rede de circulação de modelos e ideias. O terceiro capítulo trata das condições não-unívocas de recepção desse modelo no Rio de Janeiro, ressaltando a centralidade das disputas locais pelo domínio dos campos político e burocrático e todo o respectivo trabalho de proposição de projetos de cidade por parte de facções das elites políticas e empresariais locais. O capítulo demonstra como a renovação da zona portuária do Rio se constituiu em objeto de interesse das elites cariocas durante 30 anos. Por fim, o quarto capítulo descreve o projeto Porto Maravilha tanto como episódio desse longo percurso de imaginação e disputa das elites em torno daquela região, quanto como materialização idiossincrática (não-linear e não-unívoca) da forma de pensamento que combina desenvolvimento urbano e econômico, cultura e entretenimento-turismo.

**Palavras-chave:** Renovação Urbana; Cultura; Turismo; Rio de Janeiro; Porto Maravilha.

## **THE REINVENTION OF URBAN SPACE THROUGH CULTURE AND ENTERTAINMENT-TOURISM: THE CASE OF PORTO MARAVILHA IN RIO DE JANEIRO**

**ABSTRACT:** During the last decades, several cities around the world have been allocating material and symbolic resources in the promotion of urban renewal projects with tourist-cultural features. These projects invest in the requalification and modernization of the infrastructures and images of degraded urban spaces with the objective of setting the necessary foundations for the formation of a business and services complex with emphasis in the areas of culture and entertainment-tourism. Therefore, the present thesis builds the following question as its research problem: which historical-social processes promoted the incorporation of culture and entertainment-tourism into the logic of urban policies? The interest is directed to the analysis of the historical contexts that lead to the consecration of these sectors as an urban development strategy and as a fundamental part of the urban renewal projects adopted all over the world. The empirical approach was delimited around the analysis of a specific historical case: the long process of renovation of the port area of Rio de Janeiro, projected in the 1980s and effectively undertaken in the Porto Maravilha project (2009 until now). The thesis demonstrates how the process in question is a deployment of a form of thinking about cities generated in the North American social-political context and incorporated into city projects built by factions of the political and business elites in Rio de Janeiro. Thereby, the first two chapters reconstitute the structural and historical dynamics that culminated in the emergence of tourist-cultural policies for urban renewal in the US in the 1960s and map how this new form of thinking about cities was systematically exported to Europe and others parts of the world through the decisive action of a network for the circulation of models and ideas. The third chapter deals with the unequivocal conditions of reception of this model in Rio de Janeiro, emphasizing the centrality of local disputes for the domain of the political and bureaucratic fields and all the respective work of proposing city projects by local political and economic elites. The chapter demonstrates how the renovation of Rio's port area was an object of interest for Rio's elites for 30 years. Finally, the fourth chapter describes the Porto Maravilha project both as an episode in this long journey of imagination and dispute of the elites around that region and as an idiosyncratic (non-linear and non-univocal) materialization of the form of thinking that combines urban development, culture and tourism.

**Keywords:** Urban Renewal; Culture; Tourism; Rio de Janeiro; Porto Maravilha.

## **LA RÉINVENTION DE L'ESPACE URBAIN À TRAVERS LA CULTURE ET LE TOURISME: LE CAS DE PORTO MARAVILHA À RIO DE JANEIRO**

**RÉSUMÉ:** Au cours des dernières décennies, plusieurs villes à travers le monde ont alloué des ressources matérielles et symboliques à la promotion de projets de rénovation urbaine à caractère touristique et culturel. Ces projets investissent dans la requalification et la modernisation des infrastructures et des images d'espaces urbains dégradés dans le but de jeter les bases nécessaires à la formation d'un complexe d'affaires et de services mettant l'accent sur les domaines de la culture et du divertissement-tourisme. Par conséquent, la présente thèse construit la question suivante comme problème de recherche : quels processus historico-sociaux ont favorisé l'incorporation de la culture et du tourisme de divertissement dans la logique des politiques urbaines ? L'intérêt est dirigé vers l'analyse des contextes historiques qui ont conduit à la consécration de ces secteurs comme stratégie de développement urbain et comme élément fondamental des projets de rénovation urbaine adoptés dans le monde entier. L'approche empirique s'est délimitée autour de l'analyse d'un cas historique précis : le long processus de rénovation de la zone portuaire de Rio de Janeiro, projeté dans les années 1980 et effectivement engagé dans le projet de Porto Maravilha (2009 jusqu'à aujourd'hui). La thèse démontre comment le processus en question est un déploiement d'une forme de réflexion sur les villes générée dans le contexte socio-politique nord-américain et incorporée dans des projets de ville construits par des factions des élites politiques et commerciales à Rio de Janeiro. Ainsi, les deux premiers chapitres reconstituent les dynamiques structurelles et historiques qui ont abouti à l'émergence de politiques touristiques et culturelles de renouvellement urbain aux États-Unis dans les années 1960 et montrent comment cette nouvelle forme de pensée sur les villes a été systématiquement exportée vers l'Europe et d'autres parties de le monde par l'action décisive d'un réseau de circulation des modèles et des idées. Le troisième chapitre traite des conditions univoques de réception de ce modèle à Rio de Janeiro, en soulignant la centralité des conflits locaux pour le domaine des champs politique et bureaucratique et tout le travail respectif de proposition de projets de ville par les élites politiques et économiques locales. Le chapitre montre comment la rénovation de la zone portuaire de Rio a été un objet d'intérêt pour les élites de Rio pendant 30 ans. Enfin, le quatrième chapitre décrit le projet de Porto Maravilha à la fois comme un épisode de ce long voyage d'imaginaire et de contestation des élites autour de cette région et comme une matérialisation idiosyncratique (non linéaire et non univoque) de la forme de pensée qui combine développement, culture et tourisme.

**Mots-clés:** Renouveau urbain; Culture; Tourisme; Rio de Janeiro; Porto Maravilha.

## **LA REINVENCIÓN DEL ESPACIO URBANO A TRAVÉS DE LA CULTURA Y EL ENTRETENIMIENTO-TURISMO: EL CASO DE PORTO MARAVILHA EN RÍO DE JANEIRO**

**RESUMEN:** Durante las últimas décadas, varias ciudades de todo el mundo han estado destinando recursos materiales y simbólicos en la promoción de proyectos de renovación urbana con características turístico-culturales. Estos proyectos invierten en la recalificación y modernización de infraestructuras e imágenes de espacios urbanos degradados con el objetivo de sentar las bases necesarias para la conformación de un complejo empresarial y de servicios con énfasis en las áreas de cultura y entretenimiento-turismo. Por tanto, la presente tesis construye como problema de investigación la siguiente pregunta: ¿Qué procesos histórico-sociales promovieron la incorporación de la cultura y el turismo-entretenimiento en la lógica de las políticas urbanas? El interés se dirige al análisis de los contextos históricos que conducen a la consagración de estos sectores como estrategia urbanística y como parte fundamental de los proyectos de renovación urbana adoptados en todo el mundo. El enfoque empírico se delimitó en torno al análisis de un caso histórico específico: el largo proceso de renovación del área portuaria de Río de Janeiro, proyectado en la década de 1980 y efectivamente llevado a cabo en el proyecto Porto Maravilha (2009 hasta la actualidad). La tesis demuestra cómo el proceso en cuestión es un despliegue de una forma de pensar sobre las ciudades generada en el contexto sociopolítico norteamericano e incorporada a proyectos de ciudad construidos por hechos de las élites políticas y empresariales de Río de Janeiro. De esta forma, los dos primeros capítulos reconstituyen la dinámica estructural e histórica que culminó con el surgimiento de políticas turístico-culturales de renovación urbana en los Estados Unidos en la década de 1960 y mapean cómo esta nueva forma de pensar sobre las ciudades se exportó a Europa y otras partes del mundo a través de la acción decisiva de una red para la circulación de modelos e ideas. El tercero trata sobre las condiciones inequívocas de recepción de este modelo en Río de Janeiro, enfatizando la centralidad de las disputas locales por el dominio de los campos político y burocrático y todo el trabajo respectivo de proponer proyectos de ciudad por parte de las élites políticas y económicas locales. El capítulo demuestra cómo la renovación de la zona portuaria de Río fue objeto de interés para las élites de Río durante 30 años. Finalmente, el cuarto capítulo describe el proyecto Port Marvel como un episodio de este largo viaje de imaginación y disputa de las élites en torno a esa región y como una materialización idiosincrásica (no lineal y no unívoca) de la forma de pensamiento que combina urbanismo, desarrollo, cultura y turismo.

**Palabras clave:** Renovación urbana; Cultura; Turismo; Rio de Janeiro; Porto Maravilha.

## LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 - Aquário Nacional, inaugurado em 1981.....	p.99
Fotografia 2 - Harborplace, inaugurado em 1980.....	p.99
Fotografia 3 – Power Plant, usina elétrica requalificada nas décadas de 1990 e 1980.....	p.101
Fotografia 4 - Centro de Ciências de Maryland, inaugurado em 1976.....	p.101
Fotografia 5 – Praça Mauá revitalizada.....	p.204
Fotografia 6 – Edifícios corporativos no Porto Maravilha.....	p.205
Fotografia 7 – Museu do Amanhã.....	p.210
Fotografia 8 – Museu de Arte do Rio (MAR).....	p.210
Fotografia 9 – Entrada do AquaRio, com nova roda gigante de 88 metros ao lado.....	p.211
Fotografia 10 – Armazéns renovados do Píer Mauá.....	p.211
Fotografia 11 – Igreja São Francisco da Prainha restaurada.....	p.213
Fotografia 12 – Casarões restaurados através do Porto Maravilha Cultural.....	p.214
Fotografia 13 – Museu do Amanhã (Salão de entrada).....	p.216
Fotografia 14 – Armazém 03 durante realização do evento Rio Gastronomia 2019.....	p.218
Fotografia 15 – Armazém 03 durante realização do evento Rio Gastronomia 2019.....	p.218
Fotografia 16 – Grafite “Etnias”.....	p.219
Fotografia 17 – Praça Muhammad Ali.....	p.220
Fotografia 18 – Estudantes de ensino fundamental visitam o Cais do Valongo.....	p.228
Fotografia 19 – Estudantes da PUC-Rio visitam a Pedra do Sal.....	p.228
Fotografia 20 – Estudantes da PUC-Rio visitam o Jardim Suspenso do Valongo.....	p.229
Fotografia 21 – Vista do Largo do Depósito a partir do Jardim Suspenso.....	p.229
Fotografia 22 – Turistas no salão principal do Museu Memorial dos Pretos Novos.....	p.230
Fotografia 23 – Entrada do Museu Memorial dos Pretos Novos.....	p.230
Fotografia 24 – Fachada do Centro Cultural José Bonifácio.....	p.231
Fotografia 25 – Roda de samba de segunda-feira na Pedra do Sal.....	p.232

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Linha do tempo com os principais projetos de renovação turístico-cultural nos EUA na década de 1960.....	p.85
Gráfico 2 – Linha do tempo com projetos de renovação turístico-cultural de zonas portuárias no mundo nas décadas de 1970 e 1980.....	p.111
Gráfico 3 – Linha do tempo com os projetos de renovação e planos estratégicos da cidade do Rio (1980-2010).....	p.193
Gráfico 4 – Linha do tempo com as principais ações do projeto Porto Maravilha (2009-2019).....	p.239



## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Segmentos da Economia Cultural Global em receita e nº de empregos.....	p.61
Tabela 2 – Comparação da Economia Cultural Global com outros setores e com o PIB e força de trabalho de alguns países.....	p.62
Tabela 3 – Lista de projetos de renovação urbana com viés turístico-cultural executados no Brasil (1990-2010).....	p.137

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACRJ – Associação Comercial do Rio de Janeiro  
AEIU – Área de Especial Interesse Urbanístico  
APA – Área de Proteção Ambiental  
APAC – Área de Proteção do Ambiente Cultural  
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social  
CDRJ – Companhia de Docas do Rio de Janeiro  
CDURP – Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro  
CEPAC – Certificados de Potencial Adicional de Construção  
CEPPIR - Coordenadoria Especial de Políticas Pró-Igualdade Racial  
CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito  
CIC – Centro Internacional de Comércio  
CISAC – Confederação Internacional de Sociedade de Autores e Compositores.  
COMDEDINE - Conselho Municipal de Defesa dos Direitos do Negro  
EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo  
EY – Ernest & Young  
FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro  
FRM – Fundação Roberto Marinho  
IAB-RJ – Instituto dos Arquitetos do Brasil, Rio de Janeiro  
IBM – International Business Machines  
INEPAC – Instituto Estadual do Patrimônio Cultural  
IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
IPP – Instituto Pereira Passos  
LIESA – Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro  
MAR – Museu de Arte do Rio  
NASDAQ – National Association of Securities Dealers Automated Quotations  
NTT – Nippon Telegraph and Telephone  
ONU – Organização das Nações Unidas  
ONU-HABITAT – Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos  
OUC – Operação Urbana Consorciada  
PDT – Partido Democrático Trabalhista

PMB – Produto Mundial Bruto  
PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro  
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
PORTOBRAS – Empresa de Portos do Brasil  
PT – Partido dos Trabalhadores  
PUC-RIO – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro  
SAGAS – Bairros Saúde, Gamboa e Santo Cristo  
SNH – Secretaria Municipal de Habitação  
TUBSA – Technologies Urbanes de Barcelona SA  
UFBA – Universidade Federal da Bahia  
UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro  
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento  
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura  
VLT – Veículo Leve sobre Trilhos

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO 1 – AS NOVAS RELAÇÕES ENTRE CIDADE, CULTURA E ECONOMIA NO CAPITALISMO CONTEMPORÂNEO.....</b>	<b>31</b>
1.1 O advento do capitalismo informacional e das sociedades pós-industriais .....	33
1.2 Capitalismo informacional como economia de signos .....	43
1.3 Cultura de consumo: contrapartida indispensável ao novo capitalismo .....	48
1.4 Expansão dos mercados culturais: industrialização e digitalização do simbólico.....	52
1.5 As novas relações entre cultura e cidade .....	65
<b>CAPÍTULO 2 – UMA NOVA FORMA DE PENSAR A CIDADE: GÊNESE DAS POLÍTICAS TURÍSTICO-CULTURAIS DE RENOVAÇÃO URBANA.....</b>	<b>69</b>
2.1 Origens do modelo turístico-cultural na política de renovação urbana dos EUA.....	70
2.2 Baltimore, um ícone nacional .....	87
2.2.1 <i>Experiência turística em Baltimore</i> .....	98
2.3 Uma nova forma de pensar as políticas urbanas .....	102
2.4 Barcelona, um ícone internacional.....	112
2.5 A agenda transnacional de políticas turístico-culturais para as cidades .....	124
2.6 Críticas ao modelo turístico-cultural de renovação urbana.....	132
<b>CAPÍTULO 3 – O PROJETO DE MODERNIZAÇÃO TURÍSTICA DA CIDADE DO RIO E O NOVO OLHAR SOBRE O PORTO .....</b>	<b>135</b>
3.1 Turismo e espaço urbano no Rio .....	138
3.2 A retomada do Centro através da cultura: Corredor Cultural e Projeto Sagas .....	143
3.3 Elites locais e o projeto de modernização turística do porto .....	150
3.4 Megaeventos e renovação como estratégia, um plano para a cidade.....	161
3.5 Cultura e turismo como recurso: o projeto Porto do Rio .....	178

<b>CAPÍTULO 4 – A REINVENÇÃO DO ESPAÇO URBANO ATRAVÉS DA CULTURA E DO TURISMO: O PORTO MARAVILHA .....</b>	<b>194</b>
4.1 O Porto Maravilha e as Olimpíadas como vetores de planejamento urbano .....	195
4.2 O lugar central da cultura no Porto Maravilha.....	206
4.2.1 <i>Experiência turística no Porto Maravilha</i> .....	215
4.3 A conveniência da cultura: economia criativa como solução .....	221
4.4 Memória, identidade e turismo: o Circuito Arqueológico .....	224
4.5 A relação das comunidades locais com o projeto .....	234
4.6 O futuro do porto e do Rio: a invasão da cultura e do turismo .....	237
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>240</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>250</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>266</b>

## INTRODUÇÃO

Ao longo da segunda metade do século XX, uma série de transformações socioeconômicas, técnico-produtivas e políticas, inicialmente deflagradas nos países industrialmente avançados e depois difundidas por quase todo o globo, criaram condições para uma vigorosa expansão dos mercados culturais e das atividades de lazer nas sociedades contemporâneas.

Por um lado, a presença de capitais ociosos durante a longa onda de crescimento do pós-Guerra levou grandes agentes econômico-financeiros a investirem reservas vultosas em áreas consideradas até então “não-produtivas” ou “não-rentáveis”, como a arte, a cultura, o entretenimento de massas e o turismo, na expectativa de que novas dinâmicas econômicas – e logo, de lucro – pudessem ser assim ativadas (JAMESON, 1991). Nesse sentido, por exemplo, grandes corporações dos ramos industrial e financeiro compraram ou mesmo criaram subdivisões voltadas para setores como mídia e comunicação, publicidade, cinema, artes visuais, livros, música, jogos, etc. Ao mesmo tempo, as tendências de internacionalização e flexibilização produtiva que marcaram o capitalismo nesse período contribuíram para uma extrema valorização das atividades tanto de pesquisa e desenvolvimento quanto de produção e processamento de informações e conteúdos, o que reforçou ainda mais o interesse e os respectivos investimentos no campo de produção cultural como um todo (LASH; URRY, 1995).

Por outro lado, processos como a reconfiguração tecnológica da estrutura produtiva, políticas de acesso ao crédito e estímulo ao consumo, as lutas trabalhistas, dentre outros, levaram à elevação da renda e à reformulação da carga horária das classes operárias e dos segmentos médios em inúmeros países, permitindo que houvesse um aumento progressivo no tempo e nos recursos investidos pelas famílias em práticas e atividades de lazer de toda sorte, como consumo de bens e serviços culturais, turismo, esportes e entretenimento (DUMAZEDIER, 2004). À medida que o lazer se transformava em um polo de atração permanente no dia a dia de bilhões de pessoas, envolvendo diversos tipos de atividades, uma miríade de agentes e organizações foi mobilizada com o intuito de oferecer e ofertar bens e serviços especializados, fomentando o desenvolvimento de uma economia do ócio e da diversão cada vez mais pungente e globalizada (LIPOVETSKY; SERROY, 2011; ALVES, 2011).

Nesse contexto, o intenso crescimento do consumo cultural fora do lar, o sucesso dos megaeventos de entretenimento e a expansão das atividades turísticas repercutiram na formação de toda uma rede de equipamentos culturais, centros turísticos, estádios, restaurantes, hotéis, shoppings, boates que hoje se faz presente em praticamente todo centro urbano de médio ou grande porte ao redor do mundo (ALVES, 2012). O desenvolvimento dessa rede de “negócios urbano-culturais”, bem como as novas formas de sociabilidade e deslocamentos associados a ela, produziu um enorme impacto no ordenamento do espaço dessas cidades, instaurando novas dinâmicas e promovendo transformações significativas. Em inúmeros casos, assistiu-se à diferenciação funcional de ruas e bairros inteiros - assim como das formas de sociabilidade e memórias associadas aos mesmos – através da estruturação de circuitos de consumo cultural, entretenimento e turismo. De certo modo, as dinâmicas e fluxos da economia da diversão acabaram se amalgamando ao próprio processo de urbanização de diferentes regiões dessas cidades.

“Como os equipamentos culturais galvanizam as dimensões simbólicas e econômicas, remodelando antigas rotas, afastando e atraindo públicos, produzindo e aplacando interesses, as âncoras culturais e os pólos culturais movimentam uma porção específica da economia política dos lugares da cidade...” (ALVES, 2014, p. 116).

Diante desse fenômeno, acadêmicos e especialistas de diferentes áreas construíram e divulgaram um arsenal de categorias discursivas - como as de “economia cultural”, “indústrias da criatividade”, “cidades criativas” e “distritos criativos” – que, pouco a pouco, ganhou espaço na agenda de governos e organizações internacionais, consolidando uma nova forma de pensar a política urbana que combinava planejamento urbano, cultura, entretenimento e turismo (ALVES, 2014). Por exemplo, o conceito de “cidades criativas” surge ainda na década de 1980 como eixo de um debate que propunha a integração das artes e da cultura no planejamento das políticas de desenvolvimento urbano (LANDRY, 2011). Na década de 1990, o conceito foi ampliado a partir da ideia de “indústrias criativas”, reconhecendo novos setores – moda, arquitetura, turismo, design – como recursos estratégicos para as cidades.

Entretanto, como advertido por George Yúdice, tratam-se de conceitos antes de tudo políticos, que têm como prioridade a implementação de uma agenda de intervenção e não necessariamente a construção de um instrumental analítico (YÚDICE, 2008). Dessa forma, essas categorias fazem parte de uma racionalidade discursiva poderosa que tem estimulado

governos, empresas e organizações no sentido de combinar políticas e estratégias de desenvolvimento urbano com o fomento das indústrias da criatividade (ALVES, 2014). Áreas como as de cultura, entretenimento e turismo passam a ser defendidas como peças fundamentais das políticas de planejamento e desenvolvimento urbano, forjando um verdadeiro enlace entre políticas urbanas, políticas culturais e políticas de turismo.

Assim, tomadas pelos processos de expansão dos mercados culturais e das práticas de lazer e imbuídas por essa nova forma de racionalidade político-administrativa, diversas cidades ao redor do mundo passaram a investir inúmeros recursos materiais e simbólicos com o intuito de atrair e fomentar novas atividades e negócios no âmbito da economia da diversão e do ócio (LIPOVETSKY; SERROY, 2011). De São Francisco à Melbourne, de São Paulo a Yokohama, a aposta nos setores da cultura, do entretenimento e do turismo como alternativa para o desenvolvimento local urbano tem sido o norte de muitos Estados e demais atores interessados. Em última medida, esses setores são vistos por esses atores como uma importante estratégia de especialização e inserção diferenciada tanto na economia global quanto nas geografias simbólicas que hierarquizam destinos para turismo e/ou moradia.

“Nos anos recentes, tem-se verificado um reconhecimento crescente do valor das indústrias culturais para a economia das cidades, bem como dos diversos caminhos diretos e indiretos pelos quais a presença de instituições, atividades culturais e uma sensibilidade geral para os modos como o realce, a renovação e o redesenvolvimento das fachadas culturais, da trama e do espaço vivido das cidades rendem benefícios” (FEATHERSTONE, 1995, p. 148).

Uma estratégia amplamente utilizada nesse sentido é a criação de enormes “enclaves culturais” ou “centros de entretenimento-turismo” que funcionam como um complexo especializado no consumo cultural e turístico, reunindo equipamentos culturais, restaurantes, bares e lojas em uma determinada via ou área da cidade com o objetivo de atrair o maior número de pessoas interessadas em oportunidades de lazer. Incontáveis exemplos desse tipo são encontrados em diferentes partes do mundo: Nova Iorque, Miami, Los Angeles, Cidade do México, Buenos Aires, Rio de Janeiro, Londres, Barcelona, Istambul, Cidade do Cabo, Tóquio, Cingapura, Sydney, etc. Na percepção dos agentes urbanos, trata-se de uma forma de instaurar novas “sinergias de desenvolvimento” a partir de oportunidades de negócios e de geração de empregos e renda nesses setores (BIDOU-ZACHARIASEN, 2003).



Grande parte dos projetos de **renovação**<sup>1 2</sup> de áreas urbanas - como centros históricos, portos e regiões industriais – têm sido lançados com esse intuito. Investe-se na reconstrução da infraestrutura desses locais com o objetivo de instalar as bases necessárias para formação de um complexo voltado para atividades culturais e de entretenimento-turismo. Ao fim, a própria paisagem urbana é remodelada a partir desta moldura, de modo que os diversos aspectos que a estruturam são reformatados e reorganizados a partir da gramática do lazer e da viagem (FREIRE-MEDEIROS, 2009). Forja-se toda uma textura urbana voltada para a fruição e consumo no espaço e do espaço.

\* \* \*

A presente tese de doutorado parte desse cenário mais amplo de transformação das cidades e dos espaços urbanos a partir da expansão dos mercados culturais e das práticas de lazer, para adotar como tema de pesquisa o fenômeno histórico de amálgama entre os setores da cultura e do entretenimento-turismo e as políticas urbanas. Dessa forma, a tese apresenta como problema o seguinte questionamento: quais são os processos histórico-sociais, entendidos enquanto condições de possibilidade, que fomentam a incorporação da cultura e do entretenimento-turismo à lógica das políticas de renovação urbana? O esforço de pesquisa esteve voltado à compreensão dos contextos de consagração desses setores como estratégia de desenvolvimento urbano e peça fundamental de projetos de renovação no mundo todo. Em outras palavras, pretende-se entender porque, atualmente, as cidades procuram e tendem a se tornar cada vez mais “criativas”, reinventando seu espaço a partir da cultura e do entretenimento-turismo.

---

<sup>1</sup> Desde já é importante situar o leitor a respeito do conceito de “**renovação urbana**” aqui empregado. No âmbito da arquitetura e do urbanismo, existem diferenças técnicas importantes entre os termos renovação, reabilitação, requalificação e regeneração urbana (MENDES, 2013). Outro termo bastante utilizado – e igualmente criticado – pela literatura é o de revitalização urbana. Contudo, na presente tese, optou-se pelo emprego do termo renovação urbana dentro de uma definição ampliada, sem levar em conta tais especificidades técnicas. Desse modo, o termo aqui descreve qualquer projeto integrado de intervenção urbana em áreas “degradadas” que tenha como objetivo gerar novas dinâmicas de desenvolvimento urbano e econômico. Os demais conceitos foram eventualmente utilizados ao longo da tese, mas sempre com esse mesmo sentido ampliado.

<sup>2</sup> Vale ressaltar que esse termo não é aqui empregado enquanto um conceito teórico que norteia – nem mesmo compõe – o modelo analítico da pesquisa. Apesar de configurar-se como um conceito híbrido, presente tanto no senso comum quanto na literatura acadêmica, ele foi utilizado apenas enquanto um termo genérico capaz de descrever um determinado grupo de eventos urbanos.

Para responder a essa pergunta, optou-se por enquadrar como objeto de pesquisa o que George Yúdice (2008) designa como “políticas culturais e turísticas de revitalização urbana”. Tratam-se de políticas urbanas voltadas para a renovação de espaços degradados ou abandonados que têm como marca a adoção dos setores da cultura e do entretenimento-turismo como vetor de desenvolvimento e reestruturação do local. Aqui, o enfoque será dado aos projetos de renovação de centros históricos, regiões portuárias e zonas industriais que visam transformar esses espaços em pólos de cultura e entretenimento-turismo.

Em linhas gerais, esses projetos investem na renovação e modernização da infraestrutura cultural e turística dos locais com o intuito de instalar um complexo de negócios e serviços com ênfase na área de cultura e entretenimento-turismo. Durante esse processo, toda uma série de recursos espaciais, arquitetônicos e simbólicos é mobilizada para confeccionar o novo espaço enquanto ambiência especial, diferenciada e muitas vezes espetacular, voltada para as práticas de diversão e contemplação. Integram-se elementos tidos como extraordinários (seja um edifício com estrutura e design modernos ou galpões do século XVIII, uma galeria de arte contemporânea ou uma feira tradicional de artesanato) com o objetivo de potencializar e emblematizar o lugar como zona de cultura, entretenimento e turismo, coordenada pelo tempo social do lazer (FARIAS, 2011).

Iniciativas desse tipo vêm sendo desenvolvidas em diversas cidades do mundo desde as décadas de 1960 e 1970. Em alguns casos, os projetos contaram com ampla divulgação e repercussão na mídia internacional, sagrando-se como “cases de sucesso” na agenda política e acadêmica do campo. Os exemplos mais conhecidos são o Port Olímpic em Barcelona, Inner Harbor em Baltimore, Puerto Madero em Buenos Aires, o centro industrial de Bilbao na Espanha (figura 1), dentre outros. No Brasil, o exemplo mais famoso certamente é o do sítio histórico do Pelourinho em Salvador (figura 2), que passou por diversos processos de reabilitação com fins turísticos a partir da década de 90. Iniciativas mais ou menos bem-sucedidas também foram empreendidas em outras capitais, como no caso das regiões centrais e portuárias de Belém e Vitória, além dos centros históricos de São Luís e Fortaleza, etc.

**Figura 1 – Orla renovada de Bilbao (Espanha) com o Museu Guggenheim ao centro**



Fonte: GUGGENHEIM.ORG, 2019.

**Figura 2 – Bairro histórico do Pelourinho renovado**



Fonte: TRANSPORTAL , 2019.

O recorte empírico, por sua vez, foi delimitado em torno da análise de um caso histórico específico: o longo projeto de renovação da zona portuária do Rio de Janeiro, gestado ainda na década de 1980 e efetivamente empreendido no Porto Maravilha (2009 até o presente). Resumidamente, a tese procura demonstrar como o caso em questão é um desdobramento tanto das mudanças estruturais ligadas à expansão dos mercados culturais e das práticas de lazer nas sociedades contemporâneas quanto do modelo cognitivo-discursivo gestado no contexto político-social estadunidense dos anos 1960 e que foi incorporado aos projetos de cidade construídos por facções das elites políticas e empresariais cariocas ao longo de 30 anos. Dessa forma, o trabalho intenta destrinchar a renovação da zona portuária enquanto um processo inserido em redes de interdependências que se estendem do nível local ao global, sem deixar de considerar, ao longo do exercício, as particularidades e idiosincrasias do mesmo.

\* \* \*

Atualmente, o movimento de reestruturação de toda a zona portuária localizada no centro do Rio de Janeiro é coordenado pela prefeitura da cidade através do projeto “Porto Maravilha”: extensa operação de renovação de vias, espaços públicos e edifícios dentro de uma área de 5 milhões de m<sup>2</sup>, que tem como meta modernizar e requalificar a região portuária para, então, reintegrá-la à dinâmica econômica, social e cultural da cidade.

Apesar de envolver quatro frentes de intervenção (reurbanização, construção de equipamentos culturais, aprimoramento da infraestrutura de circulação e estímulo aos usos residencial e comercial da área), o Porto Maravilha dá enorme destaque para as obras e iniciativas que transformaram a região em uma nova âncora cultural da cidade, com diversas atrações na área das artes, da cultura popular e erudita, do entretenimento e turismo. Entre museus, centros culturais, edifícios e sítios históricos, aquário, biblioteca e teatro, são mais de 27 atrações que compõem o mapa cultural do projeto. Em última medida, combinando iniciativas de modernização de equipamentos culturais, de restauração do patrimônio arquitetônico local, de instalação de restaurantes, hotéis e comércio, tudo isso integrado por uma nova infraestrutura de transporte, o Porto Maravilha procura reinventar e consolidar o espaço da zona portuária do Rio de Janeiro como o novo grande centro de cultura e entretenimento-turismo da cidade e do país.

Como será demonstrado, trata-se de um novo estágio do processo de renovação urbana de ênfase turístico-cultural que já vinha se desenrolando em diferentes partes da cidade, inclusive no próprio centro, agora na sua fase mais ambiciosa em termos de amplitude e repercussão. Não é coincidência que a principal inspiração para o projeto tenha vindo de Barcelona, cidade que reestruturou seu espaço urbano nas décadas de 1980 e 1990 e que se tornou uma referência internacional de conciliação entre megaeventos e legados de renovação urbana. A simbiose entre o Porto Maravilha e a realização das Olimpíadas de 2016 evidencia que os agentes envolvidos queriam consolidá-lo, através do megaevento, como a nova referência em matéria de renovação urbana com viés turístico-cultural, fortalecendo ainda mais a posição de prestígio do Rio no mercado global de destinos turísticos.

As numerosas pesquisas e publicações que têm sido desenvolvidas sobre o projeto não abordam diretamente esse complexo processo de reinvenção da região enquanto um grande polo internacional de cultura e entretenimento-turismo. Usualmente, enfatizam questões como: gentrificação do espaço (CORREIA, 2013; PARADEDA 2015); disputas políticas, sociais e econômicas envolvidas (TOLEDO, 2012; SARUE, 2015); ou mesmo formas de racionalidade político-administrativa que embasam o projeto, mas com foco apenas na questão urbana (DINIZ, 2013; LIMA, 2017). Outras teses e artigos também foram escritos com foco especificamente no caso do Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana (JORDÃO, 2015; VASSALLO; CICALO, 2015).

A presente tese é uma tentativa de realizar essa tarefa, destrinchando esse objeto empírico à luz dos quadros histórico-sociais descritos nas últimas páginas. Posto isso, o percurso a ser desenvolvido ao longo da tese passa pela análise de quatro dimensões – a saber, i) estrutural, ii) histórica, iii) político-discursiva e iv) configuracional-local – que figuram como condições de possibilidade do objeto em questão.

Assim, a primeira dimensão, aqui denominada como estrutural, diz respeito à consolidação dos mercados culturais e do entretenimento-turismo como campos institucionais cada vez mais robustos dentro do capitalismo contemporâneo, o que evidenciaria a centralidade adquirida pela cultura e pelo lazer tanto na vida social e econômica dos países e de suas cidades, quanto na formação comportamental e afetiva dos seus habitantes. O primeiro capítulo, então, dedica-se inteiramente à compreensão de como o advento do capitalismo informacional e das sociedades pós-industriais foi decisivo para uma aproximação estrutural entre os campos econômico e cultural que, por tornar o segundo

extremamente importante para o primeiro, culminou na expansão vertiginosa dos mercados culturais ao longo da segunda metade do século XX (LASH; URRY, 1995).

Na ocasião, também é sublinhada a importância da ampliação das capacidades e possibilidades de consumo dos segmentos médios e classes trabalhadoras e, principalmente, do surgimento de uma “cultura de consumo” que estimula indivíduos e grupos a desenvolverem práticas de consumo sistemático de bens materiais e culturais com propósitos de autorrealização (LURY, 1996). Ao fim, o capítulo parte para a análise dos desdobramentos da expansão dos mercados culturais e das práticas de consumo cultural e lazer na forma de novas dinâmicas de constituição das espacialidades, tanto no escopo dos territórios nacionais quanto dos grandes centros urbanos. Em última instância, tenta-se refletir sobre como essas dinâmicas estruturais produziram uma alteração material e simbólica nas relações entre cultura, economia e cidade, direcionando o quadro das probabilidades em favor do surgimento das chamadas políticas turístico-culturais de renovação urbana.

Os dois capítulos subsequentes analisam as dimensões denominadas como histórica e político-discursiva. Assim, ao longo de todo o segundo capítulo, o esforço argumentativo está voltado para o mapeamento e a análise dos processos e acontecimentos históricos que contribuíram com o aparecimento dessa nova modalidade de política urbana nas décadas de 1960 e 1970 nos Estados Unidos, bem como com a sua posterior disseminação por inúmeros países. Na oportunidade, detalha-se o contexto histórico-social e político dos Estados Unidos no período, evidenciando os fatores que possivelmente estão ligados à constituição no âmbito do Estado de uma nova forma de pensamento que coloca as artes, a cultura e o turismo no centro da plataforma de renascimento dos centros urbanos norte-americanos.

Em seguida, tenta-se demonstrar como esse modelo cognitivo particular à realidade da sociedade e do Estado norte-americanos acaba sendo disseminado pelo mundo graças à atuação de uma vasta rede de influência composta por empresas de consultoria, acadêmicos, políticos, empresários e organismos internacionais. Ao examinar as estratégias dessa rede, depara-se, por um lado, com a construção de Barcelona como um “caso de sucesso” planejadamente envelopado e divulgado a outros países (principalmente os latino-americanos) através de uma verdadeira política estatal de exportação de ideias (GONZÁLEZ, 2010). Por outro lado, também identifica-se o papel primordial desempenhado pelos organismos internacionais - sobretudo, as entidades da Organização

das Nações Unidas (ONU) - na consolidação de uma agenda transnacional de políticas turístico-culturais para as cidades.

No terceiro capítulo, a exposição prossegue para a análise das condições de recepção desse modelo cognitivo por parte das elites econômicas e políticas do Rio de Janeiro, sublinhando principalmente como se deu o processo de incorporação do mesmo na razão de Estado carioca. A expressão “razão de Estado” designa o conjunto de crenças sociais que, num dado momento, ocupa a posição de repertório oficial da instituição que detém o monopólio da violência simbólica legítima. Dessa forma, encontra-se consagrado como saber oficial, público e legítimo, sustentado pela força do coletivo e do consenso que o Estado representa/opera (BOURDIEU, 2010, p. 146). Aqui, não se confunde a atuação das facções de classe que dominam o espaço social do Rio de Janeiro com o próprio Estado carioca. Apenas afirma-se que o esforço analítico esteve focado majoritariamente nas visões de cidade - e respectivos modelos de pensamento - que se sagraram vitoriosas nos campos político e administrativo durante um longo período de tempo, transfigurando-se na forma da razão de Estado local.

O capítulo tem como prerrogativa a percepção de que o processo de exportação e importação de ideias-modelo não é unívoco, linear ou mesmo automático – como muitas vezes pressupõe o argumento de muitos autores que se debruçam sobre o tema. O contexto político-social local é quase sempre determinante para as condições de recepção e incorporação desses modelos. Assim, no caso específico do Rio de Janeiro, demonstra-se, primeiro, como as trajetórias educacionais e profissionais de empresários e políticos da cidade nos Estados Unidos e na Europa foram extremamente importantes para a incorporação dessa forma de pensamento no âmbito dos espaços de poder da sociedade carioca. Entretanto, só é possível entender a confirmação do que até então era apenas uma disposição cognitivo-afetiva como uma estratégia prática de poder, quando consideradas as disputas pelo domínio local dos campos político e burocrático, pois foi em meio ao contínuo trabalho de proposição de projetos de cidade por parte de facções das elites locais que o modelo turístico-cultural de pensar/governar sobre o espaço urbano foi trazido à baila.

A partir do momento que essas facções das elites locais passam a ocupar o poder municipal, às vezes ao longo de cinco mandatos consecutivos como no caso do grupo político de César Maia, a sua maneira de pensar e governar a cidade acaba se transfigurando como razão de Estado.

Obviamente, não pode-se deixar de lado o papel dos quadros burocráticos nesse trabalho de construção de uma racionalidade estatal específica. Contudo, o rápido exame desses quadros revela a complexa intersecção existente entre o campo político e o campo burocrático. Como resultado, seguindo a perspectiva proposta por Farias (2011), o capítulo caracteriza esses projetos específicos de cidade como projetos de “modernização turística”, a saber, projetos que alocam inúmeros recursos materiais, humanos, jurídicos e simbólicos com o objetivo final de promover o ordenamento de paisagens e ambiências, bem como de suas singularidades geográficas, históricas e étnicas, com vistas à produção e consumo do espaço através do turismo e do entretenimento (FARIAS, 2011, p. 145). Ao examinar os diferentes projetos de modernização turística concebidos e executados por essas elites nos últimos 30 anos, fica claro como a zona portuária do Rio de Janeiro tornou-se um objeto de interesse permanente.

Finalmente, o quarto e último capítulo da tese procura dar conta da dimensão configuracional-local do objeto em questão. Nesse sentido, o projeto Porto Maravilha é analisado enquanto materialização dessa forma de pensar e governar as cidades elaborada nos EUA e incorporada pelo Estado carioca, mas com foco no caráter não-linear e não-unívoco da dinâmica local de reinvenção daquele espaço urbano por meio da cultura e do entretenimento-turismo.

O capítulo detalha como o projeto coloca os dois setores no centro da operação de redesenvolvimento urbano e econômico da região portuária, principalmente ao adotar duas estratégias combinadas de intervenção: a formatação de megaestruturas voltadas para serviços e práticas de cultura e entretenimento-turismo, como o Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio; e a funcionalização de patrimônios arquitetônicos e histórico-culturais locais enquanto espaços de visitação turística e consumo cultural, como o Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana. Assim, de um lado, demonstra-se como o Porto Maravilha efetiva a todo instante o senso comum global que toma a economia da cultura e do entretenimento-turismo - hoje se fala em economia da criatividade - como uma alternativa certa para o desenvolvimento econômico, social e urbano de determinadas regiões. Através da reestruturação de espaços, da publicidade e dos programas sociais vinculados, o projeto contribui tanto com a difusão dessa forma de pensamento quanto com a pedagogia dos corpos (seja dos turistas, seja dos moradores que são público alvo desses programas) na direção de determinados comportamentos.



Do outro lado, sublinha-se que o projeto também envolve situações extremamente complexas de conciliação entre singularidades histórico-sociais locais e um programa político-administrativo de caráter mercantil-cosmopolita. Como no caso do Circuito Histórico e Arqueológico, são exploradas as nuances do alinhamento – quase sempre tenso – construído entre o propósito de exploração turístico-econômica e as demandas de identidade e reconhecimento de indivíduos e grupos que se veem vinculados às histórias e memórias ali evocadas.

O capítulo é encerrado com uma reflexão a respeito do futuro da região portuária e da cidade do Rio de Janeiro como um todo. A invasão das duas pela cultura e pelo entretenimento-turismo continua a todo vapor, alterando tanto o seu tecido urbano quanto os imaginários e as formas de sociabilidade existentes.

\* \* \*

No que diz respeito ao tratamento metodológico da pesquisa, foram utilizados dois tipos de abordagem para dar conta das diferentes dimensões do objeto. Em primeiro lugar, adotou-se a reconstituição historiográfica para enquadrar as dinâmicas estruturais e históricas que se revelaram determinantes para o seu surgimento. Em segundo, foram realizadas visitas de campo com o intuito de observar, explorar e conhecer os meandros do contexto sociourbano da região portuária e do projeto Porto Maravilha.

No primeiro tipo de abordagem, trabalhou-se basicamente com o procedimento de pesquisa designado como análise de conteúdo. Ou seja, o exame sistemático de documentos manejados enquanto fontes primárias ou secundárias (BABBIE, 2003). As fontes primárias foram abordadas enquanto “*corpus*” historiográficos, ou seja, figuras materializadas da história que permitem realizar a reconstituição documentada de processos. Já as fontes secundárias foram empregadas de modo a ampliar o rigor técnico da análise e suprir eventuais lacunas.

Na prática, as principais fontes de caráter primário consultadas foram: i) publicações oficiais, tanto do Estado norte-americano quanto do Estado brasileiro, de todos os tipos (textos de lei; relatos de votações e audiências; relatórios técnicos; peças publicitárias; planos estratégicos; dentre muitos outros); ii) publicações da mídia como um todo (notícias e reportagens; entrevistas especiais; artigos de opinião; peças publicitárias; fotos e vídeos); iii) documentos elaborados por outros atores relevantes na trama em questão, como

acadêmicos, consultores e organismos internacionais (livros; artigos científicos; entrevistas e artigos de opinião em jornais; convenções, relatórios e outros documentos oficiais). Enquanto fontes secundárias, foram consultados artigos, livros, dissertações e teses de cunho historiográfico, sociológico e antropológico sobre o porto e a cidade do Rio de Janeiro, sobre Baltimore e outros centros norte-americanos, sobre Barcelona, bem como sobre processos histórico-sociais mais amplos.

O segundo tipo de abordagem, que poderia ser classificada como etnográfica, consistiu basicamente na imersão de campo através de visitas às localidades pesquisadas. A mais importante visita ao porto do Rio ocorreu em agosto de 2019, quando foi possível permanecer três semanas morando na região. Outras imersões foram feitas em setembro de 2015 e fevereiro de 2017. Na ocasião do doutorado sanduíche, foram realizadas duas visitas à cidade de Baltimore nos EUA (em janeiro de 2019), apenas para observação de espaços de interesse e coleta de documentos históricos. Além disso, visitas pontuais também foram feitas à Estação das Docas em Belém (junho de 2017), ao Albert Dock em Liverpool (agosto de 2016) e ao River Walk em San Antonio (outubro de 2018).

Lançando mão de procedimentos de pesquisa qualitativos como observação participante e entrevistas abertas, buscou-se conhecer de perto todo aquele ambiente sociourbano, suas dinâmicas de sociabilidade e os diversos agentes e grupos sociais que estão direta ou indiretamente vinculados ao Porto Maravilha. Nesse sentido, o principal objetivo foi vivenciar – ainda que de forma limitada – o contexto atual da região e observar, *in loco*, como tem se desenrolado todo o processo de reinvenção daquele espaço enquanto o novo grande polo de cultura e entretenimento-turismo da cidade e do país. Através da imersão de campo, dia após dia, foi possível mapear alguns dos aspectos socioculturais, simbólicos e políticos de um complexo projeto turístico-cultural de renovação urbana.

## **CAPÍTULO 1 – AS NOVAS RELAÇÕES ENTRE CIDADE, CULTURA E ECONOMIA NO CAPITALISMO CONTEMPORÂNEO**

Nas últimas três décadas, o número de estudos socioantropológicos que se dedicam à análise do espaço urbano aumentou significativamente. Nesse período, houve um expressivo fortalecimento da vertente metodológica que apreende o espaço como fator inalienável das experiências socio-humanas, alçando-o ao posto de recurso interpretativo e objeto de estudo privilegiado. Um vasto número de trabalhos foi desenvolvido abordando questões como: tendências de pulverização dos fatores de produção combinadas a subsequente concentração espacial do capital em alguns poucos centros globais (SASSEN, 2001; HARVEY, 2006); processos de dissolução e desencaixe das localidades em meio a expansão de fluxos globais ativados pelo dueto mercado-tecnologias da informação (CASTELLS, 1999; SANTOS, 1998); perfis dos grupos urbanos e seus estilos de vida, fórmulas de solidariedade e moralidade vigentes (ARANTES, 1997; LEITE, 2004).

As pesquisas sobre projetos de renovação urbana com características turístico-culturais surgem a reboque dessa tendência de fortalecimento, enfocando principalmente a transformação dos espaços urbanos a partir de programas urbanísticos disseminados por circuitos político-econômicos globais, que estariam recodificando esses espaços enquanto mercadorias-espetáculo passíveis de serem comercializadas e consumidas, sobretudo, na condição de artefato imagético-visual. Nessa perspectiva, a tendência de investimento público e privado na reestruturação de áreas urbanas para criação de espaços de lazer marcados pela simulação e pelo espetáculo cênico, é vista como um processo de “comercialização da cidade”, reinventada enquanto uma imagem-marca capaz de despertar expectativas, desejos e fantasias que deverão atrair o maior número de “consumidores móveis” (ZUKIN, 2006; SANCHEZ, 1993, 2010; HIERNAUX, GONZALEZ, 2014).

Boa parte dos autores atribui esse processo a um contexto mais amplo de transformação do capitalismo, caracterizado por duas tendências centrais: primeiro, pela generalização da cultura do consumo, com forte ênfase na comercialização de estilos de vida e na fruição estética, o que se desdobraria na estetização da vida; e segundo, pela consolidação de uma fase de acumulação flexível do capital, pautada na mobilidade e na descentralização da produção e dos investimentos, o que repercutiria em tendências de desindustrialização urbana e na ascensão de uma economia de serviços.

As diversas contribuições produzidas em torno desse eixo analítico são de extrema relevância, pois configuram todo um arsenal teórico e empírico que procura objetivar a recente transformação do espaço urbano e da economia material, política e simbólica das cidades, enfatizando o papel das áreas da cultura e do turismo nesse processo.

Contudo, a presente pesquisa parte da prerrogativa de que só é possível entender o papel central desempenhado pela cultura e pelo entretenimento-turismo nos processos mais recentes de transformação dos espaços urbanos – incluindo as políticas turístico-culturais de renovação urbana -, quando levado em consideração o contexto de mudanças socioeconômicas que culmina na valorização e expansão global da cultura e do lazer na segunda metade do século XX (ALVES, 2011).

Dessa forma, ao longo deste capítulo, pretende-se demonstrar o modo como a expansão do lazer e de uma economia da diversão em escala mundial, bem como o seu imbricamento com os processos de urbanização e com as políticas urbanas estão diretamente associados à emergência de uma nova estrutura socioeconômica global, caracterizada principalmente pelo engate entre economia e cultura. Ou seja, uma estrutura na qual, por um lado, a cultura é anexada pela ordem mercantil, instituindo uma “verdadeira economia cultural transnacional” capaz de movimentar vultosos fluxos e investimentos, e por outro lado, a ordem mercantil é tomada pela lógica cultural, criando bens cada vez mais impregnados de estilo, de identidade e de sentido (LIPOVETSKY & SERROY, 2011, p.26). Assim, argumenta-se que o advento desse novo quadro histórico-estrutural foi a principal causa por trás da centralidade adquirida pela cultura e pelo entretenimento-turismo nas sociedades contemporâneas e, logo, na rotina das cidades.

Simultaneamente, procura-se destacar que esse quadro histórico está diretamente relacionado ao aparecimento de novas formas de sociabilidade e estruturas de personalidade caracterizadas principalmente por uma cultura do consumo e por um “ethos hedonista”, presentes nos mais diversos segmentos sociourbanos (FARIAS, 2014; FEATHERSTONE, 1995). Desse modo, não há como analisar um aspecto sem o outro, pois o cruzamento entre cidade e lazer é concomitante à generalização de modos de conduta e estilos de vida pautados na valorização do consumo – sobretudo, o de tipo cultural e estético – e do lazer enquanto foro de autorrealização do sujeito.

## **1.1 O advento do capitalismo informacional e das sociedades pós-industriais**

Os termos “capitalismo informacional” e “sociedade pós-industrial”, cunhados respectivamente pelos sociólogos Manuel Castells e Daniel Bell, assim como todo um conjunto de conceitos semelhantes propostos por outros autores, têm como principal fundamento a tese de que o sistema econômico capitalista vivenciou um momento de inflexão entre as décadas de 1960 e 1970, passando por uma série de transformações que tiveram enorme repercussão não somente no domínio das atividades econômicas, mas em todas as dimensões da vida social. Nesse sentido, os termos descrevem a emergência, ou melhor, a transição para um novo modelo econômico e social.

Na perspectiva de Ernest Mandel (1982, p. 272) e do próprio Castells (1999, p. 137), esse momento de inflexão foi provocado pela presença de um enorme excedente de capital nas principais economias do sistema, que após um longo período de crescimento estável no Pós-Guerra, se viram diante da necessidade de construir novos mercados para aplicar tal excedente e manter os índices de produtividade e lucro. Em linhas gerais, isso aconteceria ao longo das décadas seguintes através de uma intensa setorização e especialização da própria indústria, mas, sobretudo, por meio da capitalização e modernização de todo o setor primário (agropecuária, mineração, etc.) e da expansão internacional da produção e do comércio (MANDEL, 1982, p. 269; CASTELLS, 1999, pp. 137-138). O ponto é que, para a viabilização desses processos, foi preciso que se efetivasse toda uma reestruturação do sistema econômico, incluindo desde as suas infraestruturas tecnológicas até os modelos organizacionais e os quadros jurídico-legais.

Primeiro, para que os setores agroindustriais e industriais se tornassem cada vez mais especializados e produtivos, mas, principalmente, para que novos mercados internacionais, com mão-de-obra barata e massas consumidoras, fossem explorados nos mais diferentes territórios, substituiu-se o modelo organizacional fordista - com grandes plantas industriais instaladas no próprio país, produzindo em série todos os itens de uma dada mercadoria – por modelos flexíveis e fragmentados de produção, operando através de unidades produtivas semiautônomas e empresas terceirizadas situadas em diversos países, bem como respondendo diretamente às oscilações na demanda e aos diferentes nichos de mercado (LASH; URRY, 1994, pp. 60-110). A fragmentação da produção permitia explorar tanto a eficiência de unidades especializadas em uma única fase do processo, quanto às vantagens

competitivas de diferentes territórios em cada uma das fases. Além disso, também era fundamental para evitar as tarifas alfandegárias sobre determinados produtos, que passaram a ser produzidos e/ou montados pelas filiais diretamente no país estrangeiro (CASTELLS, 1999, p. 164; LASH; URRY, 1994, p. 17). Ao longo de todo o movimento, as grandes corporações continuaram exercendo seu protagonismo, com a diferença de que agora cada seção se transformou em uma empresa semiautônoma, vários processos foram transferidos para terceirizadas, além das unidades e filiais espalhadas pelo planeta (mas com todas permanecendo integradas ao núcleo administrativo-financeiro instalado no país-sede).

“O que é fundamental nessa estrutura industrial, bem ao estilo de uma teia, é que ela está disseminada pelos territórios em todo o globo e sua geometria muda constantemente no todo e em cada unidade individual. Nessa estrutura, o mais importante elemento para uma estratégia administrativa bem-sucedida é posicionar a empresa (ou determinado projeto industrial) na rede, de modo a ganhar vantagem competitiva para sua posição relativa. [...]. Essas redes produtivas transnacionais, ancoradas pelas empresas multinacionais, distribuídas pelo planeta de maneira desigual, dão forma ao padrão de produção global...” (CASTELLS, 1999, p. 164).

Em segundo lugar, dentro de um cenário de expansão intersetorial e internacional da produção sob a forma de redes flexíveis, o capital precisava ter extrema mobilidade. Desse modo, a pedra angular do processo de reestruturação econômica foi a desregulamentação dos quadros jurídico-normativos relativos aos sistemas financeiros nacionais e a sua integração enquanto uma rede global (CASTELLS, 1999, p. 147). O primeiro passo nesse sentido acontece quando o mercado de securitizações se desdobra em um mercado secundário ainda mais complexo no qual as instituições financeiras negociam os instrumentos de débitos com um sem número de clientes<sup>3</sup>. O passo seguinte e decisivo se dá com a implementação de uma série de facilidades que os governos britânico e estadunidense passam a oferecer às instituições financeiras, sejam elas nacionais ou estrangeiras, nas operações das bolsas de valores (LASH; URRY, 1994, pp. 18-22). A maioria dos países industrializados e em desenvolvimento seguiu o exemplo, de modo que diferentes agentes financeiros poderiam negociar ações de diferentes empresas em diferentes países. O

---

<sup>3</sup> O modelo de securitização envolve o ato de empresas levantarem recursos no mercado financeiro por meio da emissão de títulos mobiliários. O mercado secundário aparece quando “instituições financeiras desenvolveram mecanismos para vender empréstimos de suas próprias carteiras de crédito. O resultado deste processo é a transferência de uma carteira de empréstimos de uma instituição, que a origina junto a sua base de clientes (originador), para terceiros (entidade emissora), que financiam a compra destes ativos através da emissão de instrumentos financeiros negociáveis lastreados nestes ativos” (UQBAR, 2006). Ao longo desse processo, os bancos de investimentos, as companhias de seguros e os fundos de pensão se tornam os grandes agentes dos mercados financeiros (LASH; URRY, 1994, p. 20).

desfecho desses passos se dará com a “eletronificação”, quando sistemas computadorizados de cotação, caso da NASDAQ<sup>4</sup>, passam a competir com as bolsas tradicionais (LASH; URRY, 1994, p. 21). Forma-se, assim, uma rede global de fluxos financeiros cada vez maiores, mais rápidos e extremamente complexos.

“O resultado do processo é o aumento da concentração de valor, e geração de valor, na esfera financeira, numa rede global de fluxos de capital administrados por redes de sistemas de informática, e seus serviços auxiliares. A globalização dos mercados financeiros é a espinha dorsal da nova economia global” (CASTELLS, 1999, p. 147).

Por fim, a necessidade de uma articulação e integração precisa, rápida entre as inúmeras partes dos sistemas produtivos e dos mercados financeiros, tornou imperioso o investimento maciço em infraestruturas tecnológicas de comunicação e informação capazes de manter toda essa rede conectada 24 horas por dia, em qualquer território. Nesse sentido, os desenvolvimentos tecnológicos ocorridos ao longo das décadas de 60 e 70 nas áreas de microeletrônica, computação, telecomunicações/rádiodifusão e optoeletrônica foram absolutamente fundamentais. O conjunto convergente de tecnologias que incluía o computador, a internet, o celular, o satélite e a fibra óptica constituiu a nova base material imprescindível ao funcionamento de toda a estrutura econômica.

“A revolução da tecnologia da informação foi essencial para a implementação de um importante processo de reestruturação do sistema capitalista a partir da década de 1980. No processo, o desenvolvimento e as manifestações dessa revolução tecnológica foram moldados pelas lógicas e interesses do capitalismo avançado, sem se limitarem às expressões desses interesses” (CASTELLS, 1999, p.50).

As novas tecnologias da informação representavam um grande avanço com relação aos meios tradicionais de comunicação, como o telégrafo ou o telefone. O seu caráter inovador estava contido na sua “capacidade de transformar todas as informações em um sistema único de informação [*linguagem digital*], processando-as em velocidade e capacidade cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido em uma rede de recuperação e distribuição potencialmente ubíqua” (CASTELLS, 1999, p. 69). Em outras palavras, o aumento exponencial na capacidade e velocidade de compartilhamento de dados potencializou as tendências de expansão flexível da produção por diferentes territórios e de integração e fluidez dos mercados financeiros.

---

<sup>4</sup> “National Association of Securities Dealers Automated Quotations” (Associação Nacional de Corretores de Títulos de Cotações Automáticas).

O desenvolvimento bem-sucedido dessas três etapas de reestruturação do sistema econômico mundial permitiu, então, que os capitais excedentes fossem mobilizados e aplicados em outras áreas, resultando no avanço vigoroso dos processos de setorização/especialização industrial, capitalização dos setores primários e ampliação dos mercados internacionais. Aqui é importante destacar que, apesar da separação analítica necessária à presente descrição, as três etapas desenrolaram-se historicamente de modo simultâneo a esses processos, atuando como causa, mas também como efeito. Assim, para os fins deste trabalho, interessa notar como tanto as etapas de reestruturação quanto os subsequentes processos de capitalização levaram a uma verdadeira transformação do capitalismo enquanto modelo socioeconômico, deslocando-o para um novo estágio: o estágio do “*capitalismo informacional*” e das “*sociedades pós-industriais*” (CASTELLS, 1999; BELL, 1991).

Uma das principais marcas desse novo estágio, como antecipado por Daniel Bell no fim da década de 1960, é a transição de uma economia majoritariamente industrial para uma economia majoritariamente baseada no setor de serviços (BELL, 1991, pp. 9-10). Em análise escrita ainda no ano de 1972, Ernest Mandel sublinhara que a progressiva industrialização da agricultura e a intensa especialização de setores que antes estavam unificados, resultaram no crescimento em tamanho e importância das chamadas “funções intermediárias” (MANDEL, 1982, pp. 269-270). Somado a isso, também há de se considerar o peso que as etapas de flexibilização da produção, integração dos sistemas financeiros e ampliação de mercados internacionais tiveram nesse crescimento. Pouco a pouco, as atividades de articulação e integração do novo sistema econômico fomentaram o desenvolvimento de uma estrutura extremamente abrangente de serviços especializados nas áreas de administração executiva, comércio internacional, finanças, informação/comunicação, transportes, dentre outros<sup>5</sup>.

“O novo núcleo está aglomerado em torno dos serviços de informação, comunicação e produção especializada, assim como outros serviços, como telecomunicações, companhias aéreas e partes importantes do turismo e lazer. Especialmente, muitos desses serviços estão concentrados nas cidades globais, localizados em vastas aglomerações cujas indústrias alimentam esses serviços” (LASH; URRY, 1994, p. 17, tradução nossa).<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Ao mesmo tempo, a contínua redução de postos de trabalho gerados tanto no setor primário quanto no setor industrial, decorrente dos mesmos processos de industrialização e especialização, fez com que um número cada vez maior de profissionais passasse a estar empregado nessa nova área da economia (BELL, 1991, p.31).

<sup>6</sup> “The new core is clustered around information, communication and the advanced producer services, as well as other services, such as telecommunications, airlines and important parts of tourism and leisure. Spatially,



À medida que essa nova estrutura se desenvolve, os processos de capitalização acabam por avançar também na esfera de mediação (MANDEL, 1982, pp. 270-271). Isso se dá, por um lado, através da transformação de relações privadas de venda de força de trabalho qualificada em serviços capitalistas. Por outro lado, através da mecanização e automação desses serviços por meio das novas tecnologias (máquinas de venda, “totens”) ou mesmo da sua transformação em mercadoria (eletrodomésticos e eletrônicos).

“A mecanização, a padronização, a super-especialização e a fragmentação do trabalho, que no passado determinaram apenas o reino da produção de mercadorias na indústria propriamente dita, penetram agora todos os setores da vida social. Uma das características do capitalismo tardio é que a agricultura está se tornando gradualmente tão industrializada quanto a própria indústria, a esfera da circulação tanto quanto a esfera de produção, o lazer tanto quanto a organização do trabalho” (MANDEL, 1982, p. 271).

Desse modo, o prognóstico feito por Daniel Bell (1991, pp. 147-196) a partir da realidade estadunidense, no fim dos anos 60, se confirmou. Na era “pós-industrial”, o vertiginoso crescimento<sup>7</sup> do “setor terciário” acaba por torná-lo mais importante do que a própria indústria, consagrando-o como principal fundamento tanto da estrutura ocupacional quanto da geração de valor agregado nas maiores economias do mundo<sup>8</sup>. O que significa dizer, provisória e grosseiramente, que o modelo socioeconômico capitalista experimentou um importante deslocamento dos parâmetros da materialidade, da padronização, da perenidade, da propriedade privada e do trabalho manual em direção aos parâmetros da imaterialidade, da heterogeneidade, da “imediatez”, do direito de uso (monetariamente adquirido) e do “trabalho intelectual”<sup>9</sup>, bem como rumo a uma intensa convergência entre produção e consumo.

---

many of these services are centred around global cities, located in vast agglomerations, whose industries feed these services” (LASH; URRY, 1994, p. 17).

<sup>7</sup> É importante mencionar que a expansão do consumo entre as classes trabalhadoras de inúmeros países também foi determinante para a ascensão da economia de serviços. “Se a disponibilidade de grandes quantidades de capital que não podem valorizar-se mais na indústria propriamente dita é um pré-requisito para a expansão do chamado setor de serviços, uma grande diferenciação do consumo, e especialmente do consumo dos assalariados e da classe operária, é um pré-requisito complementar a essas novas formas e campos de acumulação de capital” (MANDEL, 1982, p. 273). Contudo, por conta de critérios estritamente analíticos, optou-se por abordar esse processo de modo mais aprofundado apenas no tópico 1.3 (“*Cultura de consumo: contrapartida indispensável ao novo capitalismo*”).

<sup>8</sup> Apenas a título de ilustração, em 2017, o setor terciário foi responsável pela geração de 63,6% do Produto Mundial Bruto (PMB), enquanto o percentual da indústria foi de 30,5% e da agricultura 5,9% (BANCO MUNDIAL, 2017).

<sup>9</sup> Aqui, a noção de “trabalho intelectual” é utilizada de maneira genérica e vaga, apenas com o intuito de sinalizar que, na nova economia, o trabalho deixa cada vez menos de ser “manual” para se tornar cada vez mais “imaterial”, seja na qualidade de um serviço intelectual, de um serviço de atendimento ou mesmo cuidado.

Por outro lado, em consequência dos novos imperativos de flexibilidade, mobilidade e articulação/conexão dos mercados, a intensa circulação internacional de mercadorias, capitais, informações, imagens e pessoas – sejam executivos, trabalhadores, turistas ou refugiados – também se tornou uma marca essencial do novo modelo socioeconômico (LASH; URRY, 1994). Tratam-se de fluxos massivos que não somente são fundamentais porque contribuem com a integração e manutenção do novo sistema, mas igualmente porque se agregaram à própria dinâmica de geração de valor, tornando-se imprescindíveis para a vitalidade de toda a economia mundial. Apenas para se ter uma ideia, atualmente o setor de turismo e viagens tem sido responsável pela produção direta de cerca de 3,1% do Produto Mundial Bruto (PMB), empregando diretamente 109 milhões de pessoas em todo o mundo (WTTC, 2017)<sup>10</sup>. Dentro desse cenário, cidades, regiões e até mesmo países inteiros apostam no setor como principal alicerce de suas economias.

Como afirmam Lash e Urry (1994, p.7), a rápida circulação de objetos e sujeitos é o “coração” do capitalismo contemporâneo.

“Fluxos não representam apenas um elemento da organização social: são a expressão dos processos que dominam nossa vida econômica, política e simbólica. Nesse caso, o suporte material dos processos dominantes em nossas sociedades será o conjunto de elementos que sustentam esses fluxos (...). Assim, proponho a ideia de que há uma nova forma espacial característica das práticas sociais que dominam e moldam a sociedade em rede: o espaço de fluxos. O espaço de fluxos é a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos” (CASTELLS, 1999, p. 501).

Assim, década após década, os circuitos de objetos e sujeitos se expandem a distâncias cada vez maiores, com velocidades cada vez maiores, de modo que a supressão do espaço e do tempo sugerida por Giddens torna-se virtualmente completa (1991, p. 22). O que levou os sociólogos britânicos Scott Lash e John Urry, seguidos por Castells, a sustentarem a tese de que esses fluxos massivos não são mais organizados por intermédio de estruturas sociais, cujo escopo é estatal-nacional por definição, mas através de redes transnacionais interconectadas por inúmeros canais de tráfego móvel ou transmissível. Um vasto conjunto de “links” (aviões, computadores, cabos de fibra óptica, etc.) conectando “individualidades” (pessoas, organizações, etc.), que os autores designaram como “estruturas comunicacionais e informacionais transnacionais” (LASH; URRY, 1994).

---

<sup>10</sup> Os dados apresentados para o setor de turismo e viagens são do conselho The World Travel & Tourism Council e correspondem ao seu desempenho no ano de 2016 (WTTC, 2017). Como medida de comparação, no mesmo ano, a indústria do petróleo e gás foi responsável pela produção direta de menos de 2,5% do PMB, empregando algo em torno de 4,2 milhões de pessoas no mundo (IBISWorld, 2018).

Simultaneamente, como destacado, as etapas de reestruturação atuaram como condição e efeito. Nesse sentido, Castells aponta para o fato de que são justamente os setores de tecnologias da informação e comunicação que terão grande crescimento de produtividade e lucratividade após os anos 70, convertendo-se nos centros dinâmicos da nova economia<sup>11</sup> (CASTELLS, 1999, p. 135). Em um cenário em que a produção, circulação e consumo estão organizados em escala global, na forma de redes flexíveis assentadas sobre a base material das tecnologias de informação e comunicação, boa parte do desenvolvimento econômico (produtividade e competitividade) passa a depender da capacidade de geração, processamento, transmissão e aplicação da informação baseada em conhecimento (CASTELLS, 1999, p. 119; STORPER, 1997, pp. 31-34). Dessa forma, outra marca primordial do novo modelo socioeconômico é a centralidade dos processos de produção de conhecimento e de geração, processamento, transmissão e aplicação da informação.

Como mencionado anteriormente, o caráter revolucionário das novas tecnologias de informação e comunicação está no fato delas criarem uma interface entre os diversos campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum, permitindo a geração, armazenamento, recuperação, processamento e transmissão de um sem número de informações entre todos eles (CASTELLS, 1999, p. 69). Assim, toda uma gama de outros avanços tecnológicos foi possível graças a essas tecnologias, sem falar na sua difusão maciça em toda sorte de aplicação industrial, comercial e civil.

“Sendo mais preciso: os produtos das novas indústrias de tecnologia da informação são dispositivos de processamento de informação ou o próprio processamento das informações. Ao transformarem os processos de processamento da informação, as novas tecnologias da informação agem sobre todos os domínios da atividade humana e possibilitam o estabelecimento de conexões infinitas entre diferentes domínios, assim como entre os elementos e agentes de tais atividades. Surge uma economia em rede profundamente interdependente que se torna cada vez mais capaz de aplicar seu progresso em tecnologia, conhecimentos e administração na própria tecnologia, conhecimentos e administração. Um círculo tão virtuoso deve conduzir à maior produtividade e eficiência...” (CASTELLS, 1999, p.120).

Nesse sentido, para Castells, a principal característica do novo paradigma sociotécnico não é meramente a centralidade do conhecimento e da informação (afinal,

---

<sup>11</sup> As atividades econômicas ligadas às tecnologias de ponta foram responsáveis pela movimentação de U\$ 6,3 trilhões no ano de 2016, o que correspondeu a 8,29% do Produto Mundial Bruto (DIGINOMICA, 2017). Como medida de comparação, a indústria alimentícia e o agronegócio, tradicionalmente um dos maiores setores da economia mundial, movimentaram cerca de U\$ 5 trilhões em 2015, o que correspondeu a 6,68% do PMB (GOEDDE; HORII; SANGHVI, 2015). Segundo publicação especializada, os cinco setores industriais com maiores taxas de crescimento no mundo em 2018 foram: 1) energia renovável, 2) segurança cibernética, 3) biotecnologia, 4) realidade virtual e 5) inteligência virtual (WORLD MARKET, 2018).

outras sociedades também tiveram os dois como parâmetro), mas “a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso” (CASTELLS, 1999, p. 69). Assim, o autor sublinha que, na medida em que a inovação – obviamente, associada ao lucro e à produtividade - se tornou o objetivo final da atividade econômica, o conhecimento e a informação se transformaram nos principais produtos do novo sistema econômico:

*Em cada novo paradigma, um insumo específico ou conjunto de insumos pode ser descrito como o "fator-chave" desse paradigma caracterizado pela queda dos custos relativos e pela disponibilidade universal. A mudança contemporânea de paradigma pode ser vista como uma transferência de uma tecnologia baseada principalmente em insumos baratos de energia para outra que se baseia predominantemente em insumos baratos de informação derivados do avanço da tecnologia em microeletrônica e telecomunicações (FREEMAN apud CASTELLS, 1999, p. 107, grifo do autor).*

A título de conclusão, Castells argumenta que o novo modelo socioeconômico, cunhado por ele como “capitalismo informacional”, não se opõe ao modelo industrial. Ele o abarca através da inovação tecnológica, incorporando o processamento de informação em todas as atividades de produção e distribuição (CASTELLS, 1999, p. 141). Perspectiva muito parecida com a que Daniel Bell havia proposto em 1970, quando o autor defendeu que os “eixos de produção” e as “formas de conhecimento” das sociedades pós-industriais estavam fundamentalmente vinculados “à codificação do conhecimento em sistemas abstratos de símbolos que, como em qualquer sistema axiomático, pudessem ser utilizados para iluminar áreas variadas e múltiplas da experiência” (BELL, 1991, p.12).

Ainda no que diz respeito às principais características do novo modelo socioeconômico, a centralidade do conhecimento e da inovação no capitalismo informacional somada às tendências de flexibilização, circulação e integração, desdobram-se em uma quarta marca determinante: a reflexividade. De acordo com Lash e Urry (1994, p. 61), os modelos de “acumulação reflexiva” que foram desenvolvidos a partir dos anos 1970 no Japão e EUA têm invariavelmente como propriedade uma “dupla hermenêutica”: todas as normas, regras e recursos dos processos de produção podem ser questionados, criticados e, a partir daí, modificados.

“Esse crescimento na reflexividade é registrado pela noção de ‘epistemologia da loja’ ou as discussões de Lipietz sobre o crescente ‘habitus reflexivo’ da vida econômica. Esse tipo de ator econômico reflexivo não é mais tão somente circunscrito pelos constrangimentos da ‘estrutura’, sujeito às regras e recursos da loja. Ao contrário, ele/ela opera à alguma distância

dessas regras e recursos; ele/ela toma decisões como uma alternativa às regras e recursos; ele/ela finalmente é responsável pela contínua transformação tanto das regras da loja quanto dos recursos processuais e produtos” (LASH; URRY, 1994, p. 122, tradução nossa).<sup>12</sup>

No novo cenário de intensa flexibilização, rápida circulação e integração global, a capacidade de avaliação, adaptação e mudança seja das bases tecnológicas, seja das culturas organizacionais, tornou-se uma questão de sobrevivência.

Em estudo a respeito das novas frentes de desenvolvimento do capitalismo, as economias regionais altamente especializadas e baseadas em processos de inovação como o Vale do Silício ou a indústria do design na Itália, o geógrafo econômico Michael Storper constata que há, de fato, uma alteração qualitativa do capitalismo na direção de uma reflexividade econômica cada vez maior (STORPER, 1997, p. 29). Segundo o autor, as novas economias regionais têm como principal ativo as componentes relacionais que foram criadas historicamente pela combinação entre conhecimento não-cosmopolita, interdependências reflexivas e território (STORPER, 1997, p. 34). Assim, o seu sucesso está fortemente baseado na produção de conhecimentos específicos que, apesar de serem explorados economicamente, não podem ser codificados e reproduzidos em outros lugares justamente porque estão atrelados às interdependências reflexivas locais.

Na perspectiva do autor, economias regionais com desenvolvimento contundente, como o setor do turismo na França ou a indústria do cinema em Los Angeles, têm funcionado enquanto verdadeiras “economias em aprendizagem” (“*learning economies*”): partindo do objetivo de produzir conhecimento não-imitável a ser explorado economicamente, forjam redes territoriais de coordenação mútua com potencial para gerar a reflexividade individual e coletiva necessária para manter o ciclo de inovação à todo vapor (STORPER, 1997, p. 31). Ou seja, o novo modelo socioeconômico envolve a compreensão, a crítica e, principalmente, a construção de novas referências cognitivas e simbólicas que ditarão as direções e ritmos de crescimento do domínio econômico. Mais do que isso, para Storper, assim como para todo um grupo de autores como LASH; URRY (1994), Grun (1999) e Lazzarato (2004), não se trata apenas de reconhecer o fato de que os mercados se tornaram os principais árbitros da ação coletiva, mas também que os espaços de ação social mais importantes têm sido

---

<sup>12</sup> “This increase in reflexivity is registered in the notion of ‘shopfloor epistemology’ or Lipietz’s discussions of an increasingly ‘reflexive habitus’ in economic life. This sort of reflexive economic actor is no longer to such a great extent circumscribed by the constraints of ‘structure’, subject to the rules and resources of the shopfloor. Instead he/she operates at some distance from these rules and resources; he/she makes decisions as to alternative rules and resources; he/she finally is responsible for the continuous transformation of both showfloor rules and (in process and product) resources” (LASH; URRY, 1994, p. 122).

criados reflexivamente pelas organizações econômicas e pelas tecnologias por elas desenvolvidas (STORPER, 1997, p. 48).

Em resumo, o novo modelo socioeconômico que emerge a partir da reestruturação e respectiva expansão do capitalismo na década de 1970, está prioritariamente assentado no setor de serviços, envolve forte protagonismo da esfera da circulação e tem como força motriz a geração, processamento e aplicação do conhecimento e da informação. Modelo cujas funções de reflexividade são condição tanto do seu sucesso quanto da sua sobrevivência.

Para os fins deste trabalho, o mais importante é perceber como esse conjunto de propriedades revela que o capitalismo informacional e as sociedades pós-industriais estão completamente atravessados pelos processos de processamento de símbolos, sejam eles de caráter cognitivo-informacional, sejam eles de caráter estético-semiótico. Obviamente, todos os modelos econômicos e formas de sociedade anteriores só foram possíveis graças à capacidade biológica singular à espécie humana de criar e manipular símbolos. Contudo a grande novidade está no fato de que essa capacidade superior de simbolização se tornou o núcleo central do sistema produtivo e do novo modelo socioeconômico como um todo. O caráter imprescindível do processamento de símbolos tanto na produção, como na distribuição e no consumo criou uma intersecção inédita entre o domínio simbólico e o domínio econômico, com repercussões sobre todas as demais dimensões da vida social.

Assim, no âmbito do presente capítulo, importa compreender os deslocamentos e transformações que a “cultura” – aqui entendida no seu sentido estrito, enquanto mercado especializado na produção de bens simbólicos - sofreu por conta dessa intersecção. Qual o lugar que ela passa a ocupar a partir da emergência e consolidação dessa nova estrutura socioeconômica?

## 1.2 Capitalismo informacional como economia de signos: a intersecção entre o econômico e o simbólico

A ideia de que o domínio do econômico estaria atravessado por uma série de componentes culturais/simbólicos, expressa através de termos como “*cultural embeddedness*” ou simplesmente “*embeddedness*”, não é nenhuma novidade. Já nos primeiros anos da década de 1960, Pierre Bourdieu lançou mão dessa perspectiva para analisar os processos de unificação e modernização econômica da Argélia (BOURDIEU; DARBEL; RIVET; SEBET, 1963; BOURDIEU; SAYAD, 1964). Partindo da definição antropológica de cultura, facilmente se percebe que, em todo e qualquer estágio histórico das atividades econômicas, o exercício humano de criação e manipulação de símbolos sempre foi e continuará sendo um elemento decisivo. Entretanto a intersecção entre o domínio do econômico e o domínio do simbólico que passa a vigorar com o advento do capitalismo informacional e das sociedades pós-industriais é qualitativamente diferente.

A constelação de processos históricos descrita no tópico anterior teve como um de seus efeitos não-programados, o deslocamento das práticas de criação, transmissão e recepção de símbolos para o centro das dinâmicas de “revitalização” e expansão do capital. Como sugere Castells, o novo modelo socioeconômico trouxe consigo a possibilidade tecnológica de utilizar a capacidade de processamento simbólico da espécie como uma força produtiva (provavelmente, a mais importante delas):

“Há uma relação muito próxima entre os processos sociais de criação e manipulação de símbolos (a cultura da sociedade) e a capacidade de distribuir bens e serviços (as forças produtivas). Pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo” (CASTELLS, 1999, p.69).

O desenvolvimento de um modelo socioeconômico pautado nos imperativos da flexibilidade, mobilidade e integração, operando através de uma lógica de redes na qual todos os processos e instituições estão atravessados pelo processamento da informação e pela reflexividade, fez com que as funções de criação e inovação se tornassem absolutamente preponderantes, exigindo que agentes e organizações fossem capazes de elaborar formas cada vez mais complexas de informação, conhecimento e julgamento estético (LASH; URRY, 1994, pp. 60-65; CASTELLS, 1999, pp. 119-120). Por um lado, o protagonismo da inovação tecnológica baseada em conhecimento intensivo deslocou a produção como um todo na direção das atividades que antigamente estavam restritas aos setores de Pesquisa &

Desenvolvimento, consagrando o processamento de símbolos cognitivo-informacionais como principal alicerce do novo sistema produtivo. Por outro lado, a importância estratégica que as atividades de design, publicidade e marketing ganham nesse novo cenário<sup>13</sup>, desdobra-se em um maior cuidado com os componentes expressivos das mercadorias, de modo que o processamento de símbolos estéticos também se torna cada vez mais importante (LASH; URRY, 1994, pp. 60-65; CASTELLS, 1999, pp. 119-120).

“Esses destaques estão baseados na tese de que o próprio capitalismo está movendo-se para uma fase na qual as formas culturais e significados de seus produtos estão se tornando elementos críticos e até mesmo dominantes de suas estratégias produtivas, e na qual a cultura humana como um todo está crescentemente sujeita à comodificação (...). Em outras palavras, um conjunto cada vez maior de atividades econômicas está preocupado em produzir e vender bens e serviços que estão permeados, de um jeito ou de outro, com atributos semióticos e estéticos mais amplos” (SCOTT, 2000, p.2, tradução nossa)<sup>14</sup>.

Lash e Urry, então, argumentam que os novos sistemas de produção não somente dependem ou estão articulados aos chamados “sistemas peritos” (*expert systems*), como se tornaram eles mesmos estruturas de informação e comunicação através das quais as capacidades de processamento de informação/símbolos e o capital cultural podem ser acumulados (por meio de treinamento e educação) e utilizados na “aplicação de fluxos de informação” para solução de problemas (visando à produtividade, à competição econômica e, claro, ao lucro) (LASH; URRY, 1994, p. 108). No mesmo sentido, Storper e Scott falam dos novos centros dinâmicos do capitalismo como “sistemas regionais de inovação e criatividade”, contextos de produção econômica e tecnológica nos quais qualidades como insight cultural, imaginação e originalidade são ativamente geradas a partir do sistema local, sendo utilizadas na produção final de produtos (STORPER, 1997; SCOTT, 2000). Em resumo, nas sociedades pós-industriais, as economias são, em última instância, economias de signos. Dentro delas, um número cada vez maior de atividades e agentes econômicos - sejam empresas, sejam trabalhadores – passa a estar diretamente envolvido com o processamento humano de informação:

---

<sup>13</sup> Para entender historicamente a ascensão das áreas de Design, Publicidade e Marketing, é preciso levar em conta a emergência de uma “sociedade de consumidores” verdadeiramente ampla. A difusão da “cultura de consumo” é condição imprescindível desse processo. Contudo, por conta de critérios estritamente analíticos, ela só poderá ser mais bem aprofundada no próximo tópico (1.3 “*Cultura de consumo: contrapartida indispensável ao novo capitalismo*”).

<sup>14</sup> “These remarks are based on the notion that capitalism itself is moving into a phase in which the cultural forms and meanings of its outputs are becoming critical if not dominating elements of productive strategy, and in which the realm of human culture as a whole is increasingly subject to commodification (...). In other words, an ever widening range of economic activity is concerned with producing and marketing goods and services that are permeated in one way or another with broadly aesthetic or semiotic attributes” (SCOTT, 2000, p. 2).



“Ainda assim, um número cada vez maior da força de trabalho está envolvido no processamento humano de informações, no levantamento, armazenamento e análise de informação sobre pessoas. Claramente, a reflexividade objetivada nas máquinas tem cumprido um papel positivo como complemento aos poderes de processamento do capital humano. Mesmo assim, quanto mais individualizado é o produto, mais chances do capital cultural humano cumprir um papel relativamente preponderante” (LASH; URRY, 1994, p. 221, tradução nossa)<sup>15</sup>.

Portanto, não seria nenhum exagero afirmar que, diferentemente do capitalismo industrial que produzia majoritariamente objetos materiais, o capitalismo informacional apresenta como seu principal produto o que Lash e Urry designaram como “objetos simbólico-reflexivos” (LASH; URRY, 1994, p. 134). Como sugerido pelos sociólogos ingleses, o modo de desenvolvimento informacional não tem como fator-chave apenas a informação – o que indicaria exclusividade dos objetos cognitivo-informacionais -, mas o próprio símbolo humano (LASH; URRY, 1994, p. 61). Perspectiva que levou os dois autores a formularem o diagnóstico de que, no capitalismo tardio, a produção está “baseada culturalmente” (*culturally based*), em contraposição ao modelo industrial que estava “baseado materialmente” (*materially based*) (LASH; URRY, 1994, p. 60). Talvez fosse mais preciso dizer que, no capitalismo informacional, a produção está “baseada simbolicamente” (*symbolically based*).

Em vista disso, Lash e Urry irão inverter a lógica argumentativa comum aos marxistas culturais, concluindo que não são as indústrias culturais que estão se comodificando, mas a própria produção capitalista como um todo que tem adotado o modelo das indústrias culturais. Ao se basear cada vez mais em funções de criação cognitiva e estética, com atividades de processamento simbólico que adotam uma sensibilidade hermenêutica forjada nos campos acadêmico e artístico, a nova economia capitalista se fundiu ao domínio da cultura, se “culturalizou” (LASH; URRY, 1994, p. 123). Contudo se as atividades de processamento simbólico atravessam todas as etapas da economia, da produção à distribuição e consumo, por outro lado, a lógica capitalista também avança sobre praticamente todo e qualquer tipo de exercício de simbolização, “mercantilizando” cada vez mais a cultura. De maneira mais ou menos hiperbólica, pode-se dizer que, dentro do

---

<sup>15</sup> “Yet an ever greater number of the labour force are involved in human information-processing, in the retrieval, storage and analysis of information about people. Clearly machine-objectified reflexivity has often played a very positive role as a complement to the information-processing powers of human capital. Yet the more individuated the product is, the more likely that human cultural capital plays the relatively greater role” (LASH; URRY, 1994, p. 221).

capitalismo informacional, a espécie humana passou a funcionar como uma usina de sentidos, capaz de produzir de maneira quase infinita os símbolos, ideias e narrativas que serão, através de uma série de mediações, convertidos em atividades/produtos econômicos ou inversões financeiras.

Como sublinhado por Fredric Jameson, nesta fase, a lógica da abstração cultural está alinhada à lógica da abstração financeira, e vice-versa: “... isso é precisamente o que o capital financeiro origina: um jogo de entidades monetárias que não precisam da produção (...). O mesmo que fazem os fragmentos narrativos de imagens de uma linguagem pós-moderna estereotipada” (JAMESON, 1999, p. 210, tradução nossa) <sup>16</sup>.

Dessa forma, dentro de uma perspectiva mais ampla, Lash e Urry, junto com Jameson, Featherstone, Lipovetsky e Serroy, dentre outros, irão defender a tese de que as fronteiras entre a economia e a cultura, ou mais especificamente, entre os domínios do simbólico e do econômico, se diluíram com o advento do capitalismo informacional e das sociedades pós-industriais (LASH; URRY, 1994; FEATHERSTONE, 1995; JAMESON, 1999; LIPOVETSKY; SERROY, 2011). Assim, se durante a vigência das sociedades industriais e da cosmologia moderna que as embasava, a esfera cultural se autonomizou, diferenciando-se da esfera econômica por meio da criação de regras próprias de funcionamento (como o desinteresse e a busca pelo sublime), agora as duas esferas estavam intimamente conectadas através de uma profunda intersecção:

“Na época da cultura-mundo, as antigas oposições da economia e da cotidianidade, do mercado e da criação, do dinheiro e da arte dissolveram-se, perderam o essencial de seu fundamento e de sua realidade social. Produziu-se uma revolução: enquanto a arte, daí em diante, se alinha com as regras do mundo mercantil e midiático, as tecnologias da informação, as indústrias culturais, as marcas e o próprio capitalismo constroem, por sua vez, uma cultura, isto é, um sistema de valores, objetivos e mitos. O cultural se difrata enormemente no mundo material, que se empenha em criar bens impregnados de sentido, de identidade, de estilo, de moda, de criatividade, através das marcas, de sua comercialização e de sua comunicação. O imaginário cultural não é mais um céu acima do mundo ‘real’, e o mercado integra cada vez mais em sua oferta as dimensões estéticas e criativas. Sem dúvida, o econômico jamais foi totalmente externo à dimensão do imaginário social, sendo o mundo da utilidade material ao mesmo tempo produtor de símbolos e de valores culturais. Simplesmente agora essa combinação é explicitada, gerida, instituída em um sistema-mundo globalizado” (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 10).

Castells destaca que a geração de valor por parte de organizações e indivíduos no capitalismo informacional passa, sim, por todo um árduo trabalho de inovação, produção e

---

<sup>16</sup> “Pero eso es precisamente lo que el capital financiero origina: un juego de entidades monetarias que no necesitan ni la producción (...). Pero lo mismo hacen los fragmentos narrativizados de imágenes de un lenguaje estereotípico posmoderno (...)” (JAMESON, 1999, p. 210).

administração, mas também passa, impreterivelmente, pela criação de uma imagem, de um conjunto de símbolos vinculados a determinados bens e serviços, que seja capaz de inspirar interesse, confiança e expectativa por parte do mercado – principalmente, o financeiro (CASTELLS, 1999, p. 201). O autor, então, sublinha como, no decorrer de todo esse processo, indivíduos e grupos envolvidos acabam por consumir o mundo material e imaterial que eles mesmos foram constituindo. Nesta nova economia de signos, as novas tecnologias e os exercícios de simbolização convergem em direção a um mesmo objetivo: gerar dinâmica econômica a partir da crença dos indivíduos e grupos nos valores que eles mesmos produzem (CASTELLS, 1999; CALLON; MEÁDEL; BEHARISOA, 2004).

Em suma, as sociedades pós-industriais são sociedades saturadas de símbolos, nas quais, inicialmente, as classes médias em expansão cumpriram um papel decisivo no processo de acumulação de valor, atuando tanto na condição de produtoras de processamentos simbólicos quanto na condição de consumidoras de símbolos processados (LASH; URRY, 1994, p. 222). Contudo, apesar da manutenção do protagonismo das classes capazes de prover seus membros com uma determinada formação educacional e profissional, as dinâmicas econômicas relativas ao processamento e consumo de símbolos têm se espalhado de maneira contundente entre praticamente todas as classes sociais (NEPOMUCENO, 2015; ARAUJO, 2018). No capitalismo informacional, praticamente todo indivíduo ou grupo é um produtor/consumidor de símbolos em potencial, capaz de fomentar e participar de circuitos econômicos baseados em fluxos simbólicos. Entretanto, obviamente, as possibilidades e formas de participação e acesso nesses circuitos são extremamente assimétricas e desiguais, dependendo em muito da posição social e mesmo geográfica ocupada por cada um dos agentes (LASH; URRY, 1994; CASTELLS, 1999; ALVES, 2019).

Como pontuado, aqui interessa sublinhar o profundo deslocamento que a “cultura” irá sofrer dentro desse modelo socioeconômico no qual o processamento simbólico está simbioticamente conectado à geração de valor econômico. Contudo faz-se necessário antes assinalar uma contrapartida indispensável para emergência e consolidação desse novo quadro histórico: a cultura de consumo.

### **1.3 Cultura de consumo: contrapartida indispensável ao novo capitalismo**

As condições de emergência do capitalismo informacional e das sociedades pós-industriais, como pontuado no primeiro tópico deste capítulo, configuram-se como processos históricos preponderantemente vinculados às dimensões tecnológicas e econômicas da vida social. Contudo, como também pontuado no primeiro tópico, a contínua expansão e diferenciação do consumo entre as classes assalariadas dos países industrializados, num primeiro momento, e dos países emergentes, um pouco mais tarde, figura como uma contrapartida indispensável para a consolidação do novo capitalismo. Etapas como a expansão internacional da produção e do comércio ou o duradouro crescimento da economia de serviços teriam sido extremamente limitadas caso não fossem acompanhadas pela formação de uma ampla população de consumidores, atuando em consonância com os princípios da chamada “cultura de consumo”.

De acordo com Ernest Mandel, da mesma forma que as etapas de reestruturação do sistema econômico mencionadas, as tendências de expansão e diferenciação do consumo entre as classes assalariadas nas décadas de 1950 e 1960, tiveram origem no processo de acumulação de capitais excedentes ocorrido na longa onda de crescimento do Pós-Guerra (MANDEL, 1982, pp. 273-274). De acordo com o autor, o crescimento econômico também significou a expansão maciça dos salários monetários e do chamado “mercado interno” para bens de consumo industrializados, de modo que as economias centrais se viram diante da oportunidade de conhecer e extravasar os limites da capacidade de consumo dos seus trabalhadores. Por meio do desenvolvimento da publicidade massiva e das novas modalidades de crédito pessoal, estimulou-se a expansão e a diferenciação do consumo de mercadorias, principalmente bens duráveis, entre segmentos da população que até então estavam limitados ao consumo de subsistência (MANDEL, 1982, p. 281).

Ao mesmo tempo, a evolução do sistema produtivo também fez com que a “reprodução da força de trabalho vendida” passasse a exigir um consumo cada vez mais amplo de mercadorias e serviços. Os trabalhadores precisavam cada vez mais de alimentação adequada, serviços de educação e saúde, meios de transporte, etc., para que pudessem continuar a realizar sua função econômica (MANDEL, 1982, p. 276). Outro fator importante nesse sentido foi a entrada das mulheres no mercado de trabalho: com a diminuição do tempo por elas dedicado às atividades domésticas, novos produtos, mercadorias e serviços – como

eletrodomésticos, alimentos pré-preparados ou diaristas /babás - passaram a ser amplamente consumidos pelas famílias (MANDEL, 1982, p. 274). Por fim, as lutas trabalhistas levaram à reformulação da carga horária das classes trabalhadoras, permitindo que houvesse um aumento progressivo no tempo e nos recursos investidos em práticas culturais e de lazer, rapidamente “capitalizadas” pelo sistema econômico na forma do consumo de bens e serviços de turismo, de esportes e de entretenimento (MANDEL, 1982, pp. 275-277; DUMAZEDIER, 2004).

Conseqüentemente, a transição para o capitalismo informacional e as sociedades pós-industriais também tem como uma de suas marcas mais importantes, o deslocamento na direção do consumo de massa. Como a ampliação e diversificação das práticas de consumo de todas as classes sociais torna-se um dos motores do novo sistema econômico, a disposição para o consumo nas suas mais variadas feições, incluindo-se aí o consumo conspícuo, é estimulada e difundida entre todos os segmentos populacionais (FEATHERSTONE, 1995, p. 31). Entre as décadas de 1970 e 1980, a cultura de consumo adquire profunda transversalidade nas sociedades que estavam no centro da transição para o estágio pós-industrial. A partir dos anos 1990 e 2000, ela se consolida como norma de boa parte das sociedades existentes no planeta.

De acordo com autores que têm se dedicado ao tema, como os sociólogos britânicos Celia Lury e Mike Featherstone, a cultura de consumo é uma cultura material - dentre muitas outras culturas humanas ligadas a modos específicos de produzir e lidar com objetos - que coloca o consumidor como elemento central das identidades individuais e coletivas (LURY, 1996; FEATHERSTONE, 1995). Nela, o consumo de mercadorias atua como o principal marcador de significação das relações sociais, com um grau de transversalidade e complexidade muito maior do que em outras fases do capitalismo. Toda pessoa é treinada para atuar, antes de tudo, como um consumidor. No limite, os próprios valores que fundamentam a visão moderna de sociedade são por ela ressemantizados: a individualidade passa a ser definida pela atividade de consumir; o bem-estar tanto individual como social passa a estar fortemente associado às possibilidades de acesso ao consumo (LURY, 1996, p. 26).

“... uma forma de cultura material que produz o consumidor como um sujeito identificável através de um processo de reflexividade e que cumpre uma função central não somente na produção das complexas relações contemporâneas de inclusão e exclusão, igualdade e

desigualdade, mas também em como nós tornamos nossa experiência dessas relações significativa” (LURY, 1996, p. 31, tradução nossa) <sup>17</sup>.

Dessa forma, disseminam-se visões de mundo que sacralizam o consumo e as disposições hedonistas que o favorecem, identificando liberdade e autorrealização com a capacidade de escolha, compra e uso de bens e serviços. Concomitantemente, “o mundo de objetos” expande-se de maneira inaudita, estimulando a reflexividade e a reestruturação das identidades individuais e coletivas através do consumo (LASH; URRY, 1994, p. 134). Não por acaso, diversas instituições como empresas, partidos, organizações da sociedade civil, dentre outras, lutam entre si para organizar a reflexividade da cultura de consumo (LURY, 1996, p. 29). Retomando a visão do sociólogo italiano Maurizio Lazzarato, Celia Lury destaca que o novo capitalismo produz espaços virtuais e reais nos quais o mundo dos consumidores é expandido junto com as subjetividades e respectivas atividades de consumo (LURY, 1996, p. 104) <sup>18</sup>.

Para Mike Featherstone (1995, p. 42), esse processo de difusão da cultura de consumo se dá, sobretudo, através da disseminação de imagens e lugares de consumo fortemente pautados pelos princípios do prazer e do excesso. Nesse cenário, estética, fantasia e mercadoria são combinadas pelas práticas da publicidade, do show business e dos shopping malls com o objetivo de potencializar a vocação dos seus espectadores e usuários na direção do consumo. Contudo o autor sublinha que o sucesso dessas estratégias só existe por conta da formação, consolidação e disseminação de estruturas de personalidade cada vez mais pautadas na busca do autoaperfeiçoamento e autoestilização, tendo como matriz a visão romântica da realização do humano através da arte e das emoções (FEATHERSTONE, 1995, p. 40). O ímpeto pela construção de estilos de vida calcados pelas experiências emocionais e gostos estéticos, inicialmente compartilhado pelas classes médias e depois difundido entre todas as classes, se combina à ampliação e diversificação do consumo entre uma imensa parte da população.

---

<sup>17</sup> “...that is a form of material culture that produces the consumer as an identifiable subject in a process of reflexivity and plays a key role not only in the making of today’s complex relations of inclusion and exclusion, equality and inequality, but also in how we make our experience of those relations meaningful” (LURY, 1996, p. 31).

<sup>18</sup> Como mencionado, Lury sublinha o fato de que essa mesma cultura, não tendo como contrapartida o acesso e a capacidade igualitários para todos os indivíduos, desempenha papel central na produção das relações de exclusão e desigualdade – bem como na compreensão das mesmas – no mundo contemporâneo. O próprio Estado passa a classificar a população a partir dos diferentes padrões de consumo (LURY, 1996, pp.40-41).

“Os elementos da tradição carnavalesca deslocados para a arte e conservados em locais e espetáculos da cultura de consumo e na mídia do cinema e televisão, agora dispõem de plateias maiores de classe média, que se afastaram da estrutura de personalidade mais rígida... e estão mais capazes de enfrentar emoções ameaçadoras. Com efeito, frações da nova classe média foram mais educadas para o descontrolo controlado das emoções e as sensibilidades e gostos que sustentam a apreciação maior da estetização da vida cotidiana” (FEATHERSTONE, 1995, p. 116).

“O projeto educativo passou a ser aquele em que se desenvolvem técnicas necessárias para o descontrolo controlado das emoções. Técnicas do eu capazes de promover o desenvolvimento de sensibilidades que nos possibilitem desfrutar as oscilações entre o envolvimento e o desprendimento estético extremos, de modo que tanto os prazeres da imersão como os do distanciamento possam ser usufruídos” (FEATHERSTONE, 1995, p. 115).

Aqui, Featherstone apreende um importante ponto de inflexão das sociedades pós-industriais: a transversalidade da cultura de consumo revela como as dimensões da economia, da racionalidade e do instrumental estão simbioticamente intrincadas a sensibilidades voltadas para a autenticidade romântica e formas de autorrealização emotivas e estéticas. Segundo Featherstone, a coordenação social corrobora uma “estrutura gerativa subjacente flexível”, capaz de se deslocar de um lado para o outro com extrema facilidade. Um “princípio integrador” cujo funcionamento prevê constantes oscilações entre ordem e desordem, controle e descontrolo emocional, o cálculo instrumental e o excesso hedonista (FEATHERSTONE, 1995, p. 48).

A perspectiva proposta pelo autor evidencia como, no capitalismo informacional e nas sociedades pós-industriais, as dimensões instrumental e expressiva estão profundamente interconectadas. Se por um lado o mundo das mercadorias continua sendo central nesse modelo socioeconômico, por outro ele se vê cada vez mais marcado pela prevalência da informação, das imagens e dos bens simbólicos. Ao mesmo tempo, os princípios de mercado tomam conta de uma vez por todas da esfera dos bens culturais e dos estilos de vida (FEATHERSTONE, 1995, p. 121). Para Featherstone, trata-se da ascensão de uma economia das emoções, fundamentada tanto em uma espécie de hedonismo calculista generalizado como na estetização da racionalidade instrumental-funcional. “Técnica e erótico conformam sempre mais um mecanismo de regulação e coordenação sociais com evidente presença na orientação das mais variadas condutas” (FARIAS, 2011, p. 396).

#### **1.4 Expansão dos mercados culturais: industrialização e digitalização do simbólico**

A consolidação do capitalismo informacional a partir da década de 1970, trazendo como marca central o fato de ser um modelo socioeconômico preponderantemente voltado para o processamento de símbolos, combinada à difusão de uma cultura caracterizada pelo consumo sistemático e massivo desses mesmos símbolos, teve desdobramentos extremamente significativos sobre os campos culturais (aqui em seu sentido estrito, enquanto mercados especializados na produção de bens simbólicos). Desdobramentos que ainda não foram completamente avaliados e compreendidos e que têm motivado inúmeros autores das Ciências Humanas e até mesmo instituições como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) a se debruçarem sobre o tema (ALVES, 2011). Em linhas gerais, salta aos olhos o avanço inaudito e arrebatador dos processos de industrialização e, a partir da década de 2000, de digitalização do simbólico, de modo que em menos de 50 anos a “cultura” passou da condição de um setor considerado marginal para, então, se consagrar como um complexo midiático-mercantil transnacional de proporções gigantescas, ainda não mensuradas, funcionando como um dos principais vetores de crescimento das economias centrais.

Evidentemente, os processos de mercantilização e industrialização do simbólico são muito anteriores à emergência e consolidação do novo capitalismo na década de 1970. As aproximações entre produção artístico-cultural e técnicas mercantis e industriais já estavam dadas no século XIX, como demonstrado por Walter Benjamin em suas reflexões sobre as reproduções através da litografia e da fotografia ou sobre os *magasins de nouveautés* e as enormes galerias comerciais de Paris (BENJAMIN, 2000, 2007). Com o desenvolvimento dos dispositivos técnicos de produção e transmissão de imagem e áudio no fim do séc. XIX, culminando principalmente na popularização do cinema e do rádio, os mercados de bens e serviços culturais extrapolam a circunscrição da metrópole para alcançar amplitude nacional e, em alguns casos, até mesmo internacional. Formam-se iconosferas e audiosferas de massa voltadas para audiências cada vez maiores, capazes de combinar diversas linguagens estéticas e de fazer convergir um sem número de significados e imaginários (ALVES, 2011). Em vista desse cenário, Adorno e Horkheimer já apontavam para a sincronia existente entre



as lógicas culturais e produtivistas ainda na década de 1940 (ADORNO; HORKHEIMER, 2006).

Contudo, como mencionado, a emergência do capitalismo informacional representou um verdadeiro ponto de inflexão para os processos de mercantilização e industrialização do simbólico, que passam a um novo patamar a partir dos anos 1970 e chegam ao seu ápice nos anos 2000 e 2010, com a digitalização dos bens e serviços culturais (ALVES, 2019). Assim, apesar de ser inviável rastrear todas as facetas desse longo movimento de “desforra da cultura”, como sugerido por Lipovetsky e Serroy (2011), a intenção neste tópico é destrinchá-lo e analisá-lo nas suas etapas mais importantes.

A primeira delas diz respeito às inversões e investimentos que foram e continuam sendo feitos por grandes agentes econômicos e financeiros nos mercados culturais com o objetivo de alargá-los e diversificá-los, fomentando toda uma miríade de novos nichos de atividade econômica e consumo. O processo de mobilização e aplicação de capitais ociosos, iniciado na década de 1970, também adentra o espaço dos campos culturais, de forma que empresas multinacionais, bancos públicos e privados, bem como investidores individuais milionários e bilionários, passam sistematicamente a lançar mão de mecanismos de patrocínio, incentivo fiscal, doações, curadoria, quando não chegam até mesmo à aquisição e incorporação, transferindo enormes quantias de recursos monetários para determinadas divisões dos mercados culturais com o propósito final de receber parte do investimento de volta (ALVES, 2011, p. 412). Como sugerido por Jameson, nesse contexto a cultura funciona como uma nova área de especulação financeira, na qual o capital busca por taxas de retorno mais altas do que aquelas que obteria caso ficasse “parado” (JAMESON, 1999, p. 239). Por um lado, esse retorno se dá na forma de publicidade e “selos” de responsabilidade cultural e social, o que, por sua vez, impacta positivamente na imagem da marca e eleva as probabilidades futuras de sucesso e lucro (ALVES, 2011, pp. 424-427). Por outro lado, o investimento em determinado “nicho cultural” pode, mais tarde, repercutir na formação de um novo produto, serviço ou mesmo de um novo circuito econômico (por exemplo, no turismo ou na gastronomia), o que obviamente será explorado pela empresa. Nesse contexto, instituições financeiras e mesmo conglomerados industriais tradicionais (como por exemplo, a General Electric e a P&G) passam a atuar, seja financeiramente, seja operacionalmente por meio de subsidiárias, em áreas que vão desde mídia e entretenimento até redes de hotéis, restaurantes, museus, parques temáticos, etc.

O caso do setor de mídia e comunicação de massa, com destaque para a televisão, é provavelmente o mais paradigmático nesse sentido. O caminho pavimentado pelos processos de liberalização e integração dos sistemas financeiros, combinado à desregulamentação do quadro jurídico voltado para esses setores em favor da mercantilização e privatização, permitiu que grandes multinacionais (como a News Corporation de Rupert Murdoch ou a Walt Disney Company) efetivassem estratégias predatórias de aquisição e fusão em inúmeros países e nos mais diversos segmentos (LASH; URRY, 1994, p. 305). Somente a Disney realiza operações em mais de 40 países, contando com um quadro de 166.000 empregados em subsidiárias de TV, cinema, música, jogos e aplicativos, livros, além dos parques, hotéis e cruzeiros (DISNEY, 2018). As tendências de concorrência e concentração no setor fizeram com que ele, apesar da segmentação e diversificação tanto dos produtos quanto da audiência, se tornasse cada vez mais comercial e oligopolista (CASTELLS, 1999).

“... corporações multinacionais, particularmente os grandes conglomerados de mídia, têm realizado movimentos em diferentes setores de bens culturais. Essas corporações incessantemente escavam o mundo à procura de espaços produtivos, ambientes de sinergia e oportunidades de fusão, além de novos mercados” (SCOTT, 2000, p. 13, tradução nossa).<sup>19</sup>

A segunda etapa de “desforra” da cultura diz respeito à expansão e diferenciação do consumo entre classes assalariadas cada vez mais numerosas em termos populacionais, com intensa disposição e, logo, demanda por bens e serviços de cultura e lazer. Como dito anteriormente, a longa onda de crescimento econômico no período pós-II Guerra também se desdobrou em tendências de elevação na renda das classes assalariadas dos países industrializados (MANDEL, 1982, pp. 273-274). Simultaneamente, a reconfiguração tecnológica da estrutura produtiva, a expansão do setor de serviços e as lutas trabalhistas levaram à reformulação da carga horária dessas mesmas classes. Os dois processos combinados permitiram que houvesse um aumento progressivo no tempo e nos recursos investidos pelas famílias em práticas e atividades de lazer de toda sorte, como consumo de bens e serviços culturais, turismo, esportes e entretenimento (DUMAZEDIER, 2004; ALVES, 2011).

No entanto, o aumento na renda e no tempo das classes assalariadas não se efetivaria na forma de práticas de consumo cultural e lazer caso não houvesse, concomitantemente,

---

<sup>19</sup> “...multinational corporations, and in particular large media conglomerates, are now making determined moves into diferente cultural-products sectors. These corporations ceaselessly scavenge the world for production sites, synergistic takeover and merger opportunities, and market outlets...” (SCOTT, 2000, p. 13).

uma intensa difusão de valores e disposições que inclinassem indivíduos e grupos nessa direção. Dessa forma, como discutido previamente, a difusão de uma cultura de consumo que associa a construção de identidades individuais e coletivas ao hábito de usufruir e consumir determinados objetos e serviços foi fundamental (LURY, 2011, p. 26-31). No caso do mercado cultural, mais importante ainda foi a consolidação de estruturas de personalidade voltadas para a busca de autorrealização e autoaperfeiçoamento através da formação consciente de estilos de vida preponderantemente pautados em experiências emocionais e estéticas (FEATHERSTONE, 1995, pp. 121-125). Mais ou menos no mesmo período da reestruturação econômica aqui abordada, a consolidação internacional do “star system” (celebridades) vinculado à cultura popular de massas consagra de uma vez por todas o *habitus* do “artista herói” como referencial de valor e comportamento, transmitindo uma sensibilidade fortemente propensa à estilização e estetização de si (FARIAS, 2014, p. 51).

“A preocupação em convencionar um estilo de vida e uma consciência de si estilizada não se encontra apenas entre os jovens e os abastados; a publicidade da cultura de consumo sugere que cada um de nós tem a oportunidade de aperfeiçoar e exprimir a si próprio, seja qual for a idade ou a origem de classe. [...] explorar plenamente as opções de vida, conscientes de que têm somente uma vida para viver e precisam se esforçar muito para desfrutar, vivenciar e exprimir a vida” (FEATHERSTONE, 1995, p. 123).

Consequentemente, grupos cada vez mais amplos passam a exercitar essa disposição romântico-hedonista através da imaginação e de emoções acessadas através do consumo de conteúdos artístico-culturais, criando uma demanda contínua por experiências sonoras, lúdicas e imagéticas oferecidas em produtos, serviços e eventos artístico-culturais, turísticos e de entretenimento (FARIAS, 2014, p. 67; FREIRE-MEDEIROS, 2009, p. 44). À medida que a cultura, o lazer e a diversão se transformam em um polo de atração permanente no dia a dia de bilhões de pessoas<sup>20</sup>, envolvendo diversos tipos de atividades, uma miríade de agentes e organizações é mobilizada com o intuito de oferecer e ofertar bens e serviços especializados, fomentando o desenvolvimento de uma economia do ócio e da diversão cada vez mais pungente e globalizada (LIPOVETSKY; SERROY, 2011; ALVES, 2019).

---

<sup>20</sup> Nas duas últimas décadas, a população mundial de consumidores de bens e serviços culturais cresceu exponencialmente por conta do aparecimento de mercados emergentes tanto na Ásia como na África. Segundo relatório da consultoria EY, o crescimento econômico e as populações jovens têm produzido uma classe média consumidora extremamente ampla, de modo que o estudo estima que apenas a Ásia contaria com 525 milhões de “consumidores culturais de classe média”. Dessa forma, uma extensa economia da diversão tem se consolidado no principal centro industrial do mundo (EY, 2015, p. 23).

A terceira e mais importante etapa de expansão econômica da cultura diz respeito ao vertiginoso deslocamento do capitalismo em direção às atividades de produção, processamento e consumo de símbolos, sejam eles cognitivo-informacionais ou estético-semióticos. Como discutido no tópico 1.2, a transição para um modelo socioeconômico pautado nos parâmetros da flexibilidade, mobilidade, conhecimento e reflexividade tornou as funções de processamento simbólico absolutamente essenciais para o seu funcionamento e desenvolvimento, criando uma profunda intersecção entre o domínio econômico e o domínio simbólico. Em meio a esse contexto, toda a estrutura organizacional, os recursos humanos, a expertise e, sobretudo, o potencial de expansão dos mercados especializados na produção de bens simbólicos serão acionados (LASH; URRY, 1994, p. 54), de maneira que a economia cultural irá se consolidar “como uma das fronteiras mais dinâmicas do capitalismo no século XXI” <sup>21</sup> (SCOTT, 2000, p. 3, tradução nossa).

“O que aconteceu foi que a produção estética atual se integrou à produção de mercadorias como um todo: a urgência econômica frenética de produzir constantemente novas ondas inovadoras de gêneros de aparência cada vez mais nova (desde os vestidos até os aviões), com cifras de negócios sempre crescentes, assinala uma posição e uma função estrutural cada vez mais fundamental para a inovação e a experimentação estética. O reconhecimento dessas necessidades se manifesta no apoio institucional de todo tipo posto à disposição da arte mais recente, desde as fundações e subvenções até os museus e outras formas de mecenato” (JAMESON, 1991, p. 18). <sup>22</sup>

Como observado por Lash e Urry, à medida que a reflexividade de ordem cognitiva e/ou estética invade grande parte das atividades de produção e consumo, se consolidando como a mais importante fonte de inovação e crescimento, os chamados “sistemas peritos” passam a ter um enorme protagonismo dentro da nova economia (LASH; URRY, 1994, p. 54). Tanto os sistemas especializados em educação, ciência e tecnologia quanto os sistemas especializados em arte e cultura – e, obviamente, os produtos e serviços oferecidos por ambos - passam a atuar como mediadores importantes nos processos de regulação reflexiva do novo modelo socioeconômico (LASH; URRY, 1994, p. 54). Dessa forma, as “indústrias culturais” ou “indústrias da criatividade” assumem um papel muito importante devido a sua

---

<sup>21</sup> “...the cultural economy is coming to the fore as one of the most dynamic frontiers of capitalism at the dawn of the twenty-first century” (SCOTT, 2000, p. 3).

<sup>22</sup> “Lo que ha sucedido es que la producción estética actual se ha integrado en la producción de mercancías en general: la frenética urgencia económica de producir constantemente nuevas oleadas refrescantes de géneros de apariencia cada vez más novedosa (desde los vestidos hasta los aviones), con cifras de negocios siempre crecientes, asigna una posición y una función estructural cada vez más fundamental a la innovación y la experimentación estética. El reconocimiento de estas necesidades económicas se manifiesta en el apoyo institucional de todo tipo puesto a disposición del arte más nuevo, desde las fundaciones y subvenciones hasta los museos y otras formas de mecenazgo” (JAMESON, 1991, p. 18).

capacidade institucional de: operar com uma “sensibilidade hermenêutica” e estética cada vez mais valiosa para todas as fases da produção e comércio; conseqüentemente, produzir objetos e serviços com alto valor semântico, estético e reflexivo, passíveis de serem reproduzidos e comercializados para audiências cada vez maiores, mas concomitantemente diversificadas; recrutar e formar profissionais especializados, com enorme capital cultural e habilidade técnica acumulados; finalmente, manter infraestruturas organizacionais, profissionais e educacionais fundamentais não somente para facilitar processos mútuos de aprendizado, geração de conhecimento e sinergia criativa, mas também para guardar e transmitir todo o saber coletivamente acumulado (STORPER, 1997; LASH; URRY, 1994, p. 123; SCOTT, 2000, p. 39).

Nesse contexto, uma das principais funções econômicas das “indústrias da criatividade” está representada na sua competência para alocar objetos e serviços culturais e convertê-los juridicamente em propriedade intelectual, adquirindo, assim, o direito de copiá-los e vendê-los (LASH; URRY, 1994, p. 134). Dessa forma, grandes empresas se movimentam para comprar os direitos de exploração de uma determinada propriedade intelectual com potencial de lucro ou, o que é mais usual, propõem contratos financeiros para obter uma série de propriedades intelectuais de um determinado indivíduo ou grupo, lucrando principalmente com a imagem-marca que será criada em cima deles. Nesse sentido, o valor criado e explorado não advém somente do conteúdo cultural inscrito sob a tutela da propriedade intelectual, mas também da imagem-marca forjada em torno do indivíduo ou grupo produtor. As “indústrias culturais” se transformaram em empresas de “empacotamento” e publicidade, tendo como função central a criação e exploração de imagens e marcas (LASH; URRY, 1994, pp. 137-139).

Outra função econômica importante das “indústrias da criatividade” diz respeito à sua habilidade e competência em explorar comercialmente o que Allen Scott denominou como “poderes monopolísticos de lugar”: os produtos e serviços do setor cultural são altamente suscetíveis à associação de sensibilidades e imaginários enraizados em uma determinada localidade, seja através de sua incorporação ao conteúdo cultural em si, seja através de sua influência sobre o design e forma do produto, o que pode vir a ser apropriado pelas empresas como uma vantagem competitiva (SCOTT, 2000, p. 7). É importante sublinhar que a exploração econômica dos “poderes monopolísticos do lugar” não diz respeito somente às paisagens e componentes naturais e geográficos de uma dada localidade,

mas, sobretudo, aos indivíduos e grupos que ali vivem, bem como às suas memórias e práticas culturais (ALVES, 2011; FARIAS, 2011).

Finalmente, a quarta etapa de “desforra” da cultura diz respeito aos processos de convergência tecnológica ocorridos no campo das tecnologias da informação e da comunicação entre as décadas de 1970 e 1990 e o subsequente fenômeno de digitalização dos bens e serviços culturais já nos anos 2000. A passagem progressiva desses bens e serviços do campo analógico para o campo digital liberou possibilidades de produção, publicidade, distribuição e consumo inimagináveis no modelo anterior, fomentando intensos movimentos de inovação e crescimento no âmbito dos mercados culturais (BRASIL; ITAÚ CULTURAL, 2012; ALVES, 2019). Na medida em que atualmente chegou-se à marca de cinco bilhões de pessoas utilizando celulares no mundo e quatro bilhões acessando a internet (BUSINESS INSIDER, 2018; WE ARE SOCIAL, 2018), e que possivelmente a grande maioria desses usuários o fazem com o intuito de acessar bens e serviços como redes sociais, vídeos, música e reportagens, não seria exagero dizer que essa imensa demanda por conteúdos artístico-culturais e de entretenimento pavimenta o caminho para a consolidação de um dos maiores e mais dinâmicos campos de atividade econômica no capitalismo informacional (ALVES, 2019).

Em primeiro lugar, a substituição dos modos de transmissão e armazenamento analógicos pelos sistemas digitais permitiu que formas de informação anteriormente produzidas, distribuídas e consumidas separadamente, como sons, imagens e textos, pudessem ser integradas em um único meio, a Internet. Concomitantemente, a utilização de um mesmo meio possibilitou a convergência das mais diferentes mídias nele, de modo que o usuário tem acesso à televisão, rádio, jornais, filmes, músicas, dentre outros, tudo em uma mesma plataforma (BRASIL; ITAÚ CULTURAL, 2012; ALVES, 2019). Em segundo lugar, os novos sistemas digitais viabilizaram uma comunicação e transmissão extremamente ágil, eficaz e com qualidade cada vez melhor de conteúdos artístico-culturais e de entretenimento, praticamente extinguindo o tempo de distribuição e a degradação do original em cópias (BRASIL; ITAÚ CULTURAL, 2012). Dessa forma, as novas tecnologias da informação e comunicação possibilitaram que as “indústrias da criatividade” integrassem parte de seus produtos e serviços em um mesmo formato/meio e os distribuíssem com velocidade e qualidade, atingindo, assim, um número de consumidores cada vez maior e extremamente diversificado, ao redor de todo o planeta. Como é de se imaginar, os impactos nas

possibilidades de inovação e crescimento dos mercados culturais, bem como nos seus modelos de produção e negócio, foram enormes, atingindo toda a cadeia de valor do setor (BRASIL; ITAÚ CULTURAL, 2012).

“A convergência das tecnologias de multimídia e telecomunicações levou a uma integração dos meios pelos quais o conteúdo criativo é produzido, distribuído e consumido. Por sua vez, isso vem estimulando novas formas de expressão artística e criativa. [...] A tecnologia digital motiva um enorme crescimento na variedade da mídia através da qual o conteúdo criativo é veiculado para consumidores, como vídeos on-demand, podcasting de músicas, carregamento de vídeos, jogos de computador e a prestação de serviços televisivos a cabo, satélite e Internet. De forma geral, o número de canais e plataformas de distribuição continua a crescer, gerando uma demanda cada vez maior por conteúdo criativo. É tarefa das indústrias criativas, onde quer que se localizem, oferecer esse conteúdo de uma forma que seja culturalmente expressiva e economicamente lucrativa” (BRASIL; ITAÚ CULTURAL, 2012, p. 50).

Apenas para se ter uma ideia, a venda de bens culturais digitais como vídeos, games, música, ebooks, dentre outros, através do modelo produtor-para-consumidor (B2C<sup>23</sup>), movimentou 66 bilhões de dólares em 2013, além de outros 22 bilhões de dólares de receitas de publicidade para mídia online e sites de streaming gratuitos, como o Youtube, destacando-se como a principal fonte de rendimentos na economia digital (EY, 2015, p. 20). Por outro lado, o segmento de “criação publicitária online” gerou 85 bilhões de dólares em receitas para as agências do setor em 2013. Se contabilizados os bens culturais e ingressos vendidos em plataformas online, são mais 26 bilhões de dólares em vendas (EY, 2015, p. 20). Reunindo as três áreas, as “indústrias criativas” contribuíram com a movimentação de quase 200 bilhões de dólares dentro da economia digital em 2013, consolidando-se como o campo econômico mais dinâmico e importante da mesma (EY, 2015, p. 20).<sup>24</sup>

No mesmo processo, o crescimento assombroso de empresas de produção e distribuição de conteúdos artístico-culturais digitais reforça a relevância econômica e cultural dos processos de digitalização do simbólico. Certamente o caso mais significativo é o da gigante do setor de vídeos *on demand*, a Netflix, que passou de 23 milhões de usuários em 2011, praticamente todos residentes nos EUA, para o quádruplo em 2016, 94 milhões de usuários, com quase metade deles residindo em outros países (BUSINESS INSIDER, 2018).

---

<sup>23</sup> “*Business to Consumer*” (Produtor para consumidor).

<sup>24</sup> Além disso, é importante considerar o enorme impacto dos bens e serviços culturais digitais na demanda e, consequentemente, nas vendas de produtos eletrônicos como e-readers e tablets, designados como eletrônicos associados ao consumo cultural (EY, 2015, p. 18). Segundo levantamento da EY, somente os tablets geraram quase 55 bilhões de dólares em vendas em 2013, enquanto os e-readers chegaram perto de um bilhão (EY, 2015, p. 18). Se adicionarmos os smartphones à contabilidade, responsáveis por gerar 193 bilhões de dólares em vendas em 2013, são 283 bilhões de dólares de receita de vendas de eletrônicos associados ao consumo cultural (EY, 2015, p. 18).

Em 2018, a empresa pretendia investir oito bilhões de dólares em conteúdo e lançar nada menos do que 80 filmes originais, desbancando titãs do ramo como a Sony e a Disney (ENTREPREUNER, 2018). No segmento de filmes, os serviços de vídeo on demand já representam 26% das vendas do setor em todo o planeta (EY, 2015, p. 24). Mais impressionante ainda é o caso da indústria fonográfica, na qual os negócios digitais já alcançam a marca de 46% das vendas do setor no mundo (EY, 2015, p. 24). Atualmente, estima-se que dois terços dos usuários de internet utilizam algum tipo de serviço de streaming de músicas, o que representaria um número superior a dois bilhões de usuários (GLOBALWEBINDEX, 2018).

As quatro etapas descritas, a saber, a procura de capitais por novas áreas de aplicação, a ampliação e diferenciação do consumo entre as classes assalariadas, a incorporação das funções de processamento simbólico ao núcleo da economia mundial, e, finalmente, a digitalização das atividades de produção, distribuição e consumo de bens simbólicos, contribuíram para uma vertiginosa expansão dos mercados culturais ao redor do mundo. Essas etapas foram fundamentais na pavimentação do caminho que leva à emergência e consolidação de uma economia da cultura de caráter transnacional, com proporções ainda não completamente mapeadas, que vem se consolidando como um dos vetores mais dinâmicos de crescimento e desenvolvimento no capitalismo informacional (SCOTT, 2000; LIPOVETSKY; SERROY, 2011; ALVES, 2019).

“O primeiro está ligado ao formidável desenvolvimento da dimensão econômica da cultura, que deixou de ser um setor marginal... Na época da globalização das indústrias do imaginário e do ciberespaço, a cultura é uma indústria, um complexo midiático-mercantil funcionando como um dos principais motores de crescimento das nações desenvolvidas... [...]. À antiga disjunção cultura/comércio sucedeu uma lógica de anexação da cultura pela ordem mercantil, instituindo uma verdadeira economia cultural transnacional. Os debates referentes à ‘exceção cultural’ e, depois, à ‘diversidade cultural’ traduzem de maneira direta o novo peso econômico da cultura que daí em diante os Estados devem defender nas grandes negociações internacionais” (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 25).

De acordo com o mapeamento mais recente da economia cultural global, realizado pela consultoria Ernst & Young sob encomenda da CISAC<sup>25</sup> e publicado no ano de 2015 com base de dados relativa ao ano de 2013, o setor foi responsável pela geração de 2,25 trilhões de dólares em receitas, o que equivale a 3% do Produto Mundial Bruto daquele ano, empregando 29 milhões de pessoas ao redor do mundo (EY, 2015, p. 15). Se porventura

---

<sup>25</sup> Confederação Internacional de Sociedade de Autores e Compositores.



fosse incluída a economia do turismo nessa conta, seriam mais 1,2 trilhões de dólares em receitas, o que corresponderia a quase 4,5% do PMB de 2013 (STATISTA, 2018). Isso significa que os setores da cultura e do turismo juntos estariam no mesmo patamar de segmentos industriais tradicionais importantíssimos, como a indústria química e a indústria petrolífera, além de desbancarem segmentos relevantes como a indústria automobilística e aeroespacial, a indústria farmacêutica (STATISTA, 2018).

**Tabela 1 – Segmentos da Economia Cultural Global em receita e nº de empregos (ano: 2013)**

<b>Segmentos da Economia Cultural Global</b>	<b>Receitas (2013, bilhões de dólares)</b>	<b>Empregos gerados (2013)</b>
Televisão	477	3.527.000
Artes visuais	391	6.732.000
Jornal e Revista	354	2.865.000
Publicidade	285	1.953.000
Arquitetura	222	1.668.000
Livros	143	3.670.000
Artes Performáticas	127	3.538.000
Jogos Eletrônicos	99	605.000
Filmes	77	2.484.000
Música	65	3.979.000
Rádio	46	502.000
Total (sem retirar duplicidades)	2.285	31.524.000
<b>Total (retiradas as duplicidades)</b>	<b>2.253</b>	<b>29.507.000</b>

Fonte: EY, 2015.

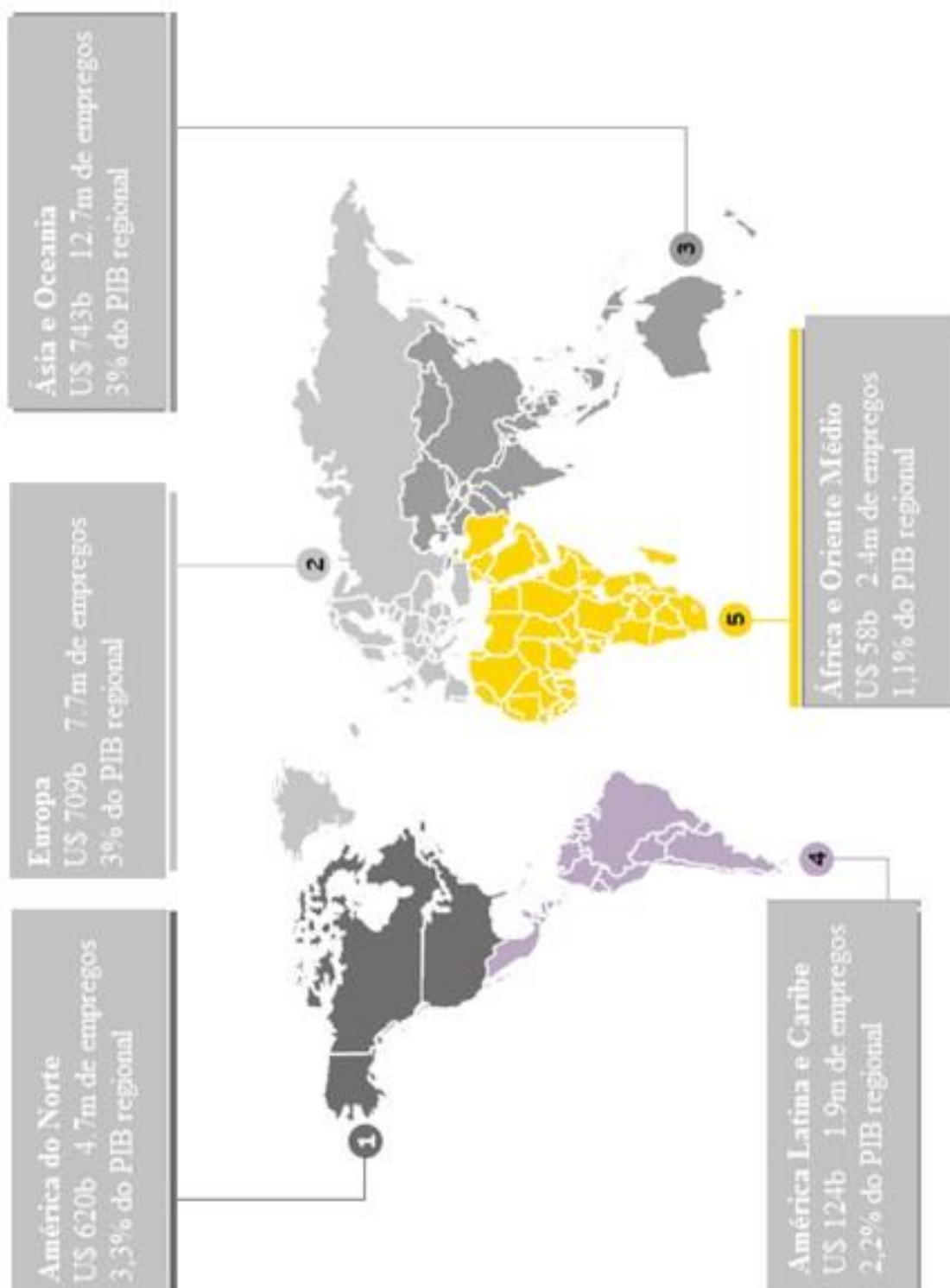
**Tabela 2 – Comparação da Economia Cultural Global com outros setores e com o PIB e força de trabalho de alguns países**

	<b>Receitas (2013, em bilhões de dólares)</b>	<b>Empregos gerados (2013)</b>
<b>Economia Cultural Global</b>	2.253	29 milhões
<b>Indústria</b>	Serviços de telefonia: 1.570	Indústria automobilística na Europa, EUA e Japão: 25 milhões
<b>Países</b>	PIB da Índia: 1.900	Força de trabalho da Coreia do Sul: 26,6 milhões

Fonte: EY, 2015.

Segundo o mesmo mapeamento (EY, 2015, p. 16), desbancando a crença de que os Estados Unidos e a Europa seriam os principais protagonistas da economia cultural global, o maior mercado do mundo está, atualmente, concentrado no continente asiático, responsável por 33% das receitas globais do setor (743 bilhões de dólares) e por 43% dos empregos gerados (12,7 milhões de pessoas). A Ásia é, então, seguida de perto pelo continente europeu e norte-americano, responsáveis respectivamente pela geração de 32% (709 bilhões de dólares) e 28% (620 bilhões de dólares) das receitas globais, além de 26% (7,7 milhões) e 16% (4,7 milhões) de pessoas empregadas (EY, 2015, p. 16). Em linhas gerais, esse quadro é explicado pela emergência de imensos segmentos de classe média dispostos a novas modalidades de consumo, bem como os vultosos investimentos financeiros que tanto os setores privados quanto os setores públicos vêm realizando no Sudeste Asiático há pelo menos duas décadas.

Figura 3 – Receita e nº de empregos da Economia Cultural em cada continente



Fonte: EY, 2015.

No caso da economia cultural asiática, os segmentos mais lucrativos são respectivamente as artes visuais, o setor de jornais e revistas, seguido por televisão e arquitetura (praticamente empatados em terceiro lugar). Já no que diz respeito à geração de empregos, os setores mais importantes também são artes visuais e televisão, seguidos pelo setor de livros (EY, 2015, p. 32).

No continente europeu, os segmentos lucrativos são praticamente os mesmos, com a diferença significativa de que a publicidade aparece como o setor mais lucrativo, seguida pelos setores que aparecem na lista asiática na mesma sequência. Contudo no que tange a geração de empregos o cenário é bem distinto, com a música, as artes performáticas e a publicidade liderando o ranking de pessoas empregadas (EY, 2015, p. 44).

Finalmente, a economia cultural da América do Norte tem o setor de televisão como principal âncora econômica, seguido pelas artes visuais, além de jornais e revistas. Na parte de geração de empregos, as artes visuais, a música e os livros despontam como principais empregadores (EY, 2015, p. 54).

Assim como na vizinha América do Norte, a economia cultural da América Latina também tem como setor protagonista a televisão, disparada na liderança de receitas (o setor é responsável por 42% da receita gerada). Em seguida, aparecem os setores de publicidade, jornais e revistas, e artes visuais. Do ponto de vista dos empregos, os setores mais importantes são as artes visuais, a arquitetura e os livros (EY, 2015, p. 62). Como não poderia deixar de ser, o Brasil e o México são os principais produtores e consumidores de televisão, liderando o complexo econômico-cultural da América Latina.

Ao fim, pode-se concluir que dada a sua proximidade junto à principal força do novo modelo socioeconômico (as tecnologias da informação e comunicação), ainda que no papel de coadjuvante, a economia cultural se apresenta como um dos elementos comandantes do capitalismo informacional. Resta saber se, como sugerem autores como Lipovetsky, Serroy e Alves, ela não estaria caminhando para se consagrar como a principal força da nova estrutura, instituindo o chamado “capitalismo artístico-cultural” (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, 2015; ALVES, 2019).

## 1.5 As novas relações entre cultura e cidade

Do ponto de vista geográfico/espacial, essa pujante economia cultural transnacional tem se materializado, sobretudo, na forma de densos aglomerados espaciais que têm se mostrado centrais na vida de muitas cidades, os chamados “clusters criativos”. No livro *“The cultural economy of cities: essays on the geography of image-producing industries”*, Allen Scott observa que esses clusters configuram-se como complexos inter e intra-firmas que têm como objetivo produzir bens culturais diferenciados, com conteúdo autêntico, pelo menor custo possível. Formam, assim, comunidades de interação e acumulação de capital cultural interpessoal, aliadas a infraestruturas institucionais – como escolas e sindicatos – capazes de proteger/manter esse capital, bem como os padrões de criação e produção (SCOTT, 2000, p. 12).

Segundo o autor, a triangulação entre economia, cultura e “lugar” se torna imprescindível dentro de um cenário de extrema concorrência e necessidade de diferenciação da produção, de modo que a justa combinação entre transações-interações intensivas, trabalhadores especializados, conhecimento não-codificado localmente compartilhado, elementos culturais-estéticos específicos e imagens de lugar conforma o que Scott chama de “poder monopolístico de lugar”, um recurso de enorme vantagem competitiva por conta de sua unicidade não-reprodutível (SCOTT, 2000, p. 10). Desse modo, pouco a pouco vão aparecendo aglomerados de firmas em locais específicos que se propõem a funcionar como redes de interação-transação com vistas a promover o aprendizado mútuo e a irrupção de sinergias criativas. Em meio a esses aglomerados, logo se instalam infraestruturas institucionais voltadas ao provimento de serviços especializados com foco, sobretudo, nos domínios da informação e comunicação. Scott relembra que, no caso das indústrias culturais, esse cenário é ainda reforçado pela centralidade do conhecimento técnico humano e pelas dinâmicas específicas de empregabilidade, além do papel central desempenhado pelas grandes distribuidoras multinacionais desde o financiamento e produção à própria distribuição para mercados internacionais (SCOTT, 2000, p. 33). Todos esses elementos combinados funcionarão como um “poder monopolístico de lugar”, operando como vantagem de competição econômica dentro de um mercado global ávido por produtos novos, únicos e diferenciados.

De acordo com Scott, usualmente esses aglomerados têm surgido dentro ou nas proximidades de grandes metrópoles, como Nova Iorque, Los Angeles, Londres ou Paris, que por seu tamanho, densidade e heterogeneidade apresentam a capacidade de prover os serviços, as empresas parceiras, os trabalhadores especializados e demais “ingredientes” necessários para a produção cultural e inovação. Outras metrópoles, como Montreal, Barcelona e Rio de Janeiro também têm procurado aliar know-how empreendedor, energia criativa e políticas públicas para aprimorar a economia cultural local e competir com os centros mais tradicionais (SCOTT, 2000, p. 209). Para Scott, embora os recursos financeiros e os modelos de negócios ainda sejam fatores limitadores à propagação das economias culturais, o crescimento de novos mercados e nichos específicos de consumidores favorece a formação, por todo o globo, de múltiplos aglomerados especializados em produtos diferenciados (SCOTT, 2000, p. 211).

“Certamente, certas economias culturais regionais ocuparão posições monopolísticas em mercados globais específicos aos seus produtos. Contudo, as crescentes demandas do mercado e as preferências mutáveis dos consumidores, além dos limites da capacidade de diferenciação (devido à história e geografia específicas de um dado campo criativo), provavelmente resultarão em múltiplas aglomerações produzindo gêneros e estilos diferentes dos mesmos produtos básicos...” (SCOTT, 2000, p. 210, tradução nossa).<sup>26</sup>

Além disso, como mencionado na Introdução, a criação de políticas voltadas para o setor tem se tornado uma importante estratégia de desenvolvimento urbano e transformação social aplicada por inúmeras cidades ao redor do mundo:

“... tem-se verificado um reconhecimento das indústrias culturais para a economia das cidades, bem como dos diversos caminhos diretos e indiretos pelos quais a presença de instituições, atividades culturais e uma sensibilidade geral para os modos como o realce, a renovação e o redesenvolvimento de fachadas culturais, da trama e do espaço vivido das cidades rendem benefícios” (FEATHERSTONE, 1995, p. 148).

Dessa forma, partindo do pressuposto que o “ambiente e capital cultural” de uma localidade pode ser estratégico para a atração de investidores e novas indústrias de serviço, informação e tecnologia, as cidades têm se tornado cada vez mais “empresariais e

---

<sup>26</sup> “These flows are a reflection of the commercial vigor of cultural-products sectors and agglomerations all over the world, and a portent of a future in which they play an ever expanding role in the global economy. To be sure, certain agglomerations... may well come to occupy monopolistic positions in global markets for their specific kinds of products. However, rising Market demand combined with shifting consumer preferences and limits on intra-agglomeration product-differentiation capabilities (due to the specific historic and geographic characteristics of the creative field...), will more probably result in multiple agglomerations producing different genres or styles of the same basic product...” (SCOTT, 2000, p. 210).

conscientes de sua própria imagem”, atentando para o importante papel da cultura na atração do capital (FEATHERSTONE, 1995, p. 149).

Em toda parte, tanto o poder público quanto a iniciativa privada têm investido sistematicamente no setor, seja através de políticas de incentivo fiscal ou inversões financeiras diretas, seja através da construção de novos distritos de entretenimento capazes de oferecer uma magnífica diversidade de oportunidades de consumo e lazer, ou mesmo através da reestruturação de espaços urbanos degradados, como centros históricos ou zonas portuárias, com melhora da infraestrutura e dos equipamentos desses locais para estimular o uso turístico-cultural daquele espaço.

“... nada mais do que a configuração de um sistema de objetos e relações articulados entre si por uma aura produzida pela publicidade e diversos meios utilizados tanto pelas autoridades quanto pelos produtores turísticos. Trata-se do que podemos chamar de ‘imagería turística’ ou, em outros termos, a construção voluntarista de imaginários difundidos entre consumidores para fins utilitaristas” (HIERNAUX; GONZALEZ, 2014, p.62, tradução nossa)<sup>27</sup>.

Somado a isso, como discutido no tópico sobre a cultura de consumo, essas cidades se vêem tomadas por um número cada vez maior de indivíduos e grupos com forte disposição para práticas de consumo cultural, lazer, entretenimento e esporte fora do lar. Residentes ou visitantes que buscam por experiências na e da cidade, exercendo formas heterogêneas de consumo que se refratam na própria espacialidade. Como resultado, diferentes paisagens urbanas são reinventadas pela indústria da cultura e do entretenimento-turismo com vistas a atender as demandas por beleza e emoção desses “consumidores móveis” (JUDD, 2003, p.55).

“A cidade pós-moderna, portanto, está muito mais consciente de sua própria dimensão imagética e cultural: ela é um centro de consumo cultural, tanto quanto de consumo geral, e este, como já se enfatizou, não pode ser desvinculado dos signos e imaginários culturais, de modo que os próprios estilos de vida urbanos, a vida cotidiana e as atividades de lazer são influenciados, em graus variados, pelas tendências simulacionais pós-modernas” (FEATHERSTONE, 1995, p. 140).

---

<sup>27</sup> ... no es más entonces que la configuración de un sistema de objetos y relaciones articulados entre sí por un aura producida tanto por la publicidad y diversos medios usados tanto por las autoridades como por los productores turísticos. Se trata de lo que podemos llamar... la “imagería turística” o, en otros términos, la construcción voluntarista de imaginarios difundidos entre consumidores para fines utilitaristas” (HIERNAUX; GONZALEZ, 2014, p.62).

Em resumo, o desenvolvimento de uma economia cultural transnacional de tamanha proporção, presente em praticamente todo centro urbano de médio ou grande porte ao redor do mundo, propagando, concomitantemente, novas formas de sociabilidade e deslocamentos associados a ela, tem produzido um enorme impacto no ordenamento das cidades, na medida em que instaura novas dinâmicas e promove transformações significativas. Por outro lado, novas formas de pensar a cidade, que combinam planejamento urbano, cultura, entretenimento e turismo, ganham importância cada vez maior entre atores urbanos e governos, principalmente na forma de categorias-força como “cidades criativas” e “distritos criativos”.

Como apontado na Introdução, a presente tese de doutorado parte desse cenário de transformação das relações entre cultura, economia e cidade, com o objetivo de analisar o quadro histórico que leva à “consagração” do setor da cultura e do entretenimento-turismo enquanto estratégia de desenvolvimento urbano e como peça fundamental dos projetos de renovação urbana adotados no Brasil e no mundo. Assim, ao longo do próximo capítulo, tenta-se reconstituir toda a constelação de processos históricos que possibilitou tanto o surgimento quanto a disseminação das chamadas “políticas culturais e turísticas de revitalização urbana” (YÚDICE, 2008), inicialmente nos Estados Unidos e posteriormente em todo o mundo.



## **CAPÍTULO 2 – UMA NOVA FORMA DE PENSAR A CIDADE: GÊNESE DAS POLÍTICAS TURÍSTICO-CULTURAIS DE RENOVAÇÃO URBANA**

O conjunto de transformações socioeconômicas e culturais que culmina no advento do capitalismo informacional, na aproximação entre economia e simbólico, na expansão vertiginosa do campo cultural e na alteração material e simbólica das relações entre cultura e cidade, descrito no último capítulo, foi determinante para o surgimento das chamadas políticas turístico-culturais de renovação urbana. Contudo a presente pesquisa também foi desenvolvida partindo da prerrogativa de que não há como explicar satisfatoriamente o advento dessa nova modalidade de política urbana pautando-se apenas na reconstituição genérica de dinâmicas estruturais de grande amplitude. Dessa forma, este capítulo pretende destrinchar os processos e acontecimentos históricos que atuaram como condições de possibilidade para o aparecimento dessas políticas nas décadas de 60 e 70 nos Estados Unidos, bem como para a sua posterior disseminação por inúmeros países.

Nesse sentido, o capítulo parte da perspectiva de que a reconstituição de dinâmicas estruturais não pode prescindir dos detalhes históricos cuja combinação foi essencial para que o curso dos acontecimentos fosse um e não outro. Afinal, se as pressões estruturais condicionam as probabilidades num determinado sentido, são ações individuais e coletivas específicas que dão efetividade para o que até então eram apenas probabilidades.

À vista disso, os primeiros tópicos procuram detalhar o contexto histórico-social e político dos Estados Unidos naquele período, evidenciando os fatores prováveis que levaram à alteração da política urbana estadunidense no sentido das políticas turístico-culturais de renovação. Nesta oportunidade, dá-se especial atenção para o caso da cidade portuária de Baltimore, no estado de Maryland, pois a mesma foi representada à época como uma referência de sucesso, cujo receituário aplicado deveria ser seguido pelas demais cidades do país. No terceiro tópico, o argumento se atém a documentos históricos que revelam a construção de uma nova forma de pensar a cidade, sobretudo, no que diz respeito à posição da cultura e das artes na plataforma de renascimento dos centros urbanos norte-americanos. Finalmente, nas duas seções que encerram o capítulo, tenta-se demonstrar como essa forma de pensar elaborada nos EUA acabou sendo disseminada pelo mundo. Destaca-se a atuação

das redes de cooperação e influência em matéria de políticas públicas, com forte protagonismo da Organização das Nações Unidas (ONU).

## **2.1 Origens do modelo turístico-cultural na política de renovação urbana dos EUA**

O surgimento das políticas turístico-culturais de renovação urbana remonta a um momento de transição na evolução das políticas de renovação urbana como um todo nos Estados Unidos, o que acontece entre as décadas de 1960 e 1970. Em linhas gerais, as intensas críticas que o modelo de renovação vigente até então vinha sofrendo, tanto por parte da academia quanto da população em geral, e, sobretudo, a pressão política diante da sua ineficácia em reverter os problemas urbanos para os quais tinha sido criado, levaram a um longo processo de reformulação que vai ter como uma de suas consequências a criação de propostas de renovação urbana que tomam os setores da arte, cultura, entretenimento e turismo como os principais vetores de transformação e redensolvimento de áreas urbanas degradadas. Nesse sentido, para entender como essas políticas surgiram, faz-se necessário examinar o quadro histórico de evolução do modelo norte-americano de renovação urbana.

Os primeiros projetos de renovação urbana foram criados nos Estados Unidos ainda nos anos 1930, como uma tentativa de contenção dos efeitos deletérios da Grande Crise de 1929 sobre as cidades. As altas taxas de desemprego, o aumento da pobreza e a expansão do crime repercutiam na “decadência física” de algumas cidades, sobretudo, na forma de cortiços superpovoados e prédios em péssimas condições de manutenção (ESTADOS UNIDOS, 1973, p. 231). Nesse primeiro momento, os projetos envolviam basicamente a demolição dos prédios e quarteirões comprometidos, seguida da construção de complexos habitacionais públicos para a população removida (WEICHER, 1972, pp. 5-8). Contudo a consolidação de uma política sistemática de renovação urbana, com amplitude nacional, só acontece na segunda metade dos anos 1940, quando o governo federal, em um esforço conjunto com os governos estaduais e “municipais”<sup>28</sup>, promove uma série de leis e medidas

---

<sup>28</sup> O sistema federativo norte-americano se distingue do brasileiro no que diz respeito às suas estruturas administrativas elementares. Aqui, utilizou-se o termo “governo municipal” com uma tradução aproximada para “county”, embora as duas estruturas não sejam exatamente as mesmas.

com o objetivo de reverter a situação crônica de deterioração física e abatimento socioeconômico que vinha acometendo os principais centros urbanos norte-americanos<sup>29</sup>.

Nesse período, as cidades mais importantes do país, como Nova Iorque, Chicago, Filadélfia, Baltimore, dentre outras, assistiam ano após ano à transformação de seus centros urbanos em espaços de decadência: edifícios residenciais, comerciais e industriais abandonados e em rápido processo de deterioração; um grande êxodo de moradores para os subúrbios da cidade, deixando para trás apenas a população mais empobrecida que não tinha a opção de sair; em consequência, as altas taxas de desemprego e miséria acabam se transformando em aumento da violência e criminalidade; além da multiplicação dos tão temidos cortiços (COWAN, 2016; ZIPP, 2010). Dentro da classe política, principalmente entre os prefeitos, havia um temor generalizado de que os centros estariam, pouco a pouco, se transformando em verdadeiras “favelas”<sup>30</sup>.

Para os propósitos deste trabalho, é importante mencionar que inúmeras zonas portuárias adjacentes aos centros das cidades norte-americanas mais antigas, também passavam por situação semelhante. Diversas indústrias e armazéns haviam sido desativados e encontravam-se em estado de completo abandono (BROWN, 2009, p. 15).

Em última medida, essa situação de decadência dos espaços centrais era uma dramática consequência de processos mais amplos de transformação das cidades norte-americanas, principalmente, de tendências de descentralização e a desindustrialização da economia urbana (ESTADOS UNIDOS, 1980a, p. 23). Ao longo desse período, as principais cidades do país se expandiram para além dos limites do próprio “município”, criando uma dinâmica socioeconômica cuja amplitude envolvia toda a região metropolitana e não somente o centro. Parte desse fenômeno ficou conhecido como “voo suburbano”, pois diversas indústrias e empresas mudaram-se para os subúrbios dessas cidades em busca de espaços mais amplos, impostos mais baixos, etc. Simultaneamente, a expansão de rodovias combinada com a cultura do automóvel, reforçadas por políticas habitacionais que favoreciam a construção de casas próprias nos subúrbios, fizeram com que boa parte da classe média também deixasse as regiões centrais (COWAN, 2016; ZIPP, 2010). Nos centros, a contrapartida era: instalações abandonadas, escritórios e apartamentos vazios,

---

<sup>29</sup> A lei mais importante criada nesse sentido foi a “*Lei de Habitação de 1949*” (*Housing Act of 1949*). A lei previa a destinação de recursos financeiros federais para programas de remoção de prédios e quarteirões deteriorados que estivessem associados a projetos de renovação urbana.

<sup>30</sup> O termo em inglês comumente utilizado nas políticas de renovação era o termo “*slum*”, cuja tradução mais aproximada para o português seria a palavra favela.

comércios sem clientela, arrecadação de impostos em baixa e dificuldade de prover serviços, além de desemprego e intensificação dos processos urbanos de segregação racial.

“Lideranças políticas e empresariais nessas cidades encontravam-se diante de dois problemas separados, mas interrelacionados. Primeiro, os centros estavam claramente em um período de transição. Forçados a competir com mais novos e mais convenientes desenvolvimentos nos subúrbios, eles não eram mais a escolha automática de compras, negócios e entretenimento das classes médias. Além do problema da descentralização do comércio, também havia uma crescente tendência no pós-Guerra de suburbanização dos escritórios corporativos. Segundo, o declínio nos empregos, população e arrecadação de impostos combinados com a crescente pobreza e criminalidade indicavam que as cidades estavam perdendo sua viabilidade enquanto ‘núcleos de força’ que já haviam sido. O problema de manter o papel dos centros como centros econômicos da região metropolitana mais ampla fomentou os planos para renovação urbana no pós-Guerra”<sup>31</sup> (COWAN, 2016, p. 22, tradução nossa).

No caso das zonas portuárias, o processo de declínio teve como principal causa a invenção das tecnologias de containerização. Os navios necessários para o transporte de contêineres não podem navegar em águas com pouca profundidade, o que deixou vários dos portos mais tradicionais dos Estados Unidos em situação de obsolescência. Pouco a pouco, cais, armazéns e indústrias foram sendo fechados e as famílias dos trabalhadores de colarinho azul, agora desempregados, deixaram as zonas residenciais adjacentes, normalmente vinculadas socioeconomicamente ao porto. Ao fim do processo, essas regiões acabam se transformando em verdadeiras cidades fantasmas à beira da água (BROWN, 2009, p. 15).

À época, esse cenário de decadência de centros e portos era repercutido na mídia e entendido pela opinião pública como uma situação de calamidade econômica e social e, principalmente, como uma grave mancha na imagem de prosperidade que o país atribuía a si mesmo. Dessa forma, o governo federal norte-americano procurou convergir esforços junto aos governos estaduais, municipais, grupos de empresários, etc., no sentido de executar uma resposta sistemática para o problema. A partir de então, são promulgadas leis e programas que em conjunto formaram a política nacional de renovação urbana<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> “Business and political leadership in these cities was thus faced with two separate—though interrelated—problems. First, downtowns were clearly in a period of transition. Forced into competition with newer and more convenient suburban developments, they were no longer the automatic choice for middle-class shopping, business, and entertainment. Compounding the problem of retail decentralization was an increasing postwar trend of corporate office suburbanization as well. Second, declining employment, populations, and tax revenues combined with rising poverty and crime indicated cities were losing viability as the economic powerhouses they once had been. The problem of maintaining downtown’s role as the economic center of the wider metropolis drove plans for postwar urban renewal” (COWAN, 2016, p. 22).

<sup>32</sup> O termo “política nacional” aqui não é utilizado no sentido de que o governo norte-americano tenha instituído uma única política para o tema. A ideia de “política nacional” é aqui utilizada no sentido de medidas que foram

A primeira fase da política nacional foi caracterizada basicamente pela ampliação do modelo que já vinha sendo empregado em algumas cidades desde a Crise de 1929. Ou seja, mais demolições de edifícios e quarteirões deteriorados com posterior construção de complexos habitacionais públicos para famílias removidas. A legislação que ancorou essa primeira fase, a “*Lei de Habitação de 1949*” (*Housing Act of 1949*), previa a destinação de vultosas quantias de recursos federais para programas de “remoção de favelas” associados a iniciativas de renovação urbana, além da ampliação dos recursos federais voltados para a construção de moradias públicas (WEICHER, 1972, pp. 5-8). Com a ajuda desses aportes financeiros, governos municipais e grupos de empresários promoveram uma onda de demolição de edifícios e até mesmo de quarteirões inteiros nas regiões centrais das principais cidades do país. O remédio adotado para o processo de decadência urbana foi uma política de escavadeiras (ZIPP, 2010). Contudo, inúmeras demolições foram realizadas antes da construção dos complexos habitacionais públicos que receberiam as famílias removidas, deixando milhares de pessoas em situação de extrema vulnerabilidade e, como consequência, gerando uma série de manifestações contrárias à política.

Ao longo das décadas de 1950 e 1960, um intenso debate público sobre o tema tomou conta do país<sup>33</sup>. Por um lado, acadêmicos e líderes de movimentos sociais alegavam que a política de renovação urbana era responsável pelo deslocamento à força de comunidades inteiras, apresentando um caráter extremamente autoritário e desintegrador que feria diretamente as tão defendidas liberdades constitucionais dos norte-americanos. Na perspectiva desse grupo, a intervenção na infraestrutura física dos centros não era suficiente para ajudar os verdadeiros interessados, os moradores. Além disso, havia uma preocupação com a concessão de terras compradas com dinheiro público para desenvolvedores da iniciativa privada. A partir dessa crítica, uma visão de renovação com enfoque social e comunitário começa a ser construída nos Estados Unidos (ISENBERG, 2017; ZIPP, 2010).

---

sendo sequencialmente promulgadas pelo governo federal com o objetivo de orientar e financiar os projetos de renovação urbana no país. Consequentemente, também implica a forma como eram recebidas e executadas por governos municipais e estaduais, além dos desenvolvedores privados envolvidos.

<sup>33</sup> Esse debate ficou conhecido como o debate entre “Moses versus Jacobs”. Robert Moses esteve na direção do planejamento urbano da cidade de Nova Iorque durante décadas e ficou conhecido por sua capacidade de conduzir programas de demolição e projetos de renovação de maneira profundamente autocrática. Enquanto Jane Jacobs fora uma jornalista e ativista que lutou contra as políticas de demolição, tendo escrito o principal livro de crítica urbanística dos EUA no século XX, “*Morte e vida das grandes cidades norte-americanas*” (*The death and life of great American cities*) de 1961, onde criticava veementemente a política de Moses.

Por outro lado, empresários e políticos defendiam que as remoções e demolições, combinadas com programas de habitação, eram necessárias para evitar que os centros urbanos se tornassem “guetos” abandonados à própria sorte.

O resultado desse debate marca o início da segunda fase da política de renovação urbana norte-americana que, na virada da década de 1950 para 1960, passa a ser caracterizada - pelo menos do ponto de vista do Estado - por uma forte preocupação com a melhoria das condições de vida da população mais pobre atingida tanto pelo processo de deterioração dos centros quanto pelos subsequentes programas de demolição. Dessa forma, a legislação que fundamenta essa segunda fase, a “*Lei de Habitação e Desenvolvimento Urbano de 1965*” (*Housing and Urban Development Act of 1965*), passa a prescrever a construção de casas de baixo e médio custo, a prestação de serviços sociais, a participação política e integração da comunidade e, principalmente, o imperativo de que os novos complexos habitacionais fossem construídos antes da realização das remoções e demolições (ESTADOS UNIDOS, 1973, p. 241) <sup>34</sup> <sup>35</sup> <sup>36</sup>. Nesse sentido, a nova legislação procurava contemplar as perspectivas dos dois grupos que se confrontaram durante o debate da década de 1950.

Contudo, mesmo que essa segunda fase da política tenha sido produto de intensos debates públicos e reformulações, na prática, muitos projetos de renovação de centros urbanos e zonas portuárias tomaram uma direção totalmente apartada dos propósitos sociais e econômicos almejados pela legislação de 1965. Um número considerável de projetos foi realizado com o objetivo de construir condomínios residenciais de luxo nas regiões centrais da cidade e viabilizar “atividades não residenciais” como comércio, escritórios, atrações culturais, turísticas e de entretenimento. Como será descrito nas páginas que seguem, essa “virada” na execução prática da política de renovação urbana se deve a uma mudança na visão e na postura de líderes políticos e empresariais de diferentes cidades norte-americanas.

---

<sup>34</sup> A segunda fase da política nacional de renovação urbana foi desenvolvida e consolidada justamente durante os governos de John F. Kennedy (1961-1963) e, sobretudo, Lyndon B. Johnson (1963-1969), caracterizados por uma tendência progressista no que tange às políticas sociais e aos direitos civis. Para uma explicação detalhada das plataformas “*New Frontier*” e “*Great Society*”, vide: BAUGESS; DEBOLT, 2012.

<sup>35</sup> A lei de 1965, promulgada pelo presidente Lyndon Johnson, também previa: aluguéis subsidiados para idosos e portadores de necessidades especiais; construção de centros comunitários em áreas com baixa renda; dentre várias outras medidas com cunho socioassistencial (ESTADOS UNIDOS, 1973).

<sup>36</sup> Outra medida importante promovida pela lei foi a criação do Departamento de Habitação e Desenvolvimento Urbano (“*Department of Housing and Urban Development*”), órgão federal que passa a ser responsável por todos os programas e ações vinculadas às políticas nacionais de habitação, desenvolvimento e renovação urbana (ESTADOS UNIDOS, 1973).

**Figura 4 - Quarteirão em condição de deterioração no bairro de Harlem**



Fonte: CHPCNY WEBSITE, 2019.

**Figura 5 - Complexo habitacional construído em Nova Iorque na década de 1940**



Fonte: NEW YORK TIMES, 2019.

Até a década de 1960, a questão habitacional era hegemônica tanto na maneira como se pensava quanto na maneira como se executava a política nacional de renovação urbana nos Estados Unidos. Outras possibilidades, como construção de edifícios para escritórios ou blocos comerciais, eram rigorosamente restritas, de modo que só poderiam preencher um pequeno percentual da área total do projeto. A perspectiva de implementar atrações culturais ou turísticas não era nem sequer mencionada, aparecendo apenas na forma de parques ou espaços de recreação pública, como playgrounds e jardins. Mesmo no que diz respeito ao grande debate público sobre renovação ocorrido ao longo da década de 50, não havia menção a outros temas que não estivessem diretamente vinculados à questão habitacional.

Para os fins deste trabalho, foi feito um levantamento de algumas publicações das décadas de 1950 e 1960 que tratavam do tema da renovação urbana. Por exemplo, a coleção *“O futuro das cidades e redensolvimento urbano”* (*“The future of cities and urban redevelopment”*), editada por Coleman Woodbury e publicada pela Universidade de Chicago em 1953, contempla dois volumes, com 525 e 764 páginas respectivamente, que contam tanto com ensaios teóricos quanto com reflexões sobre as práticas de renovação. Ao longo de toda a coleção, não há nenhuma menção pertinente aos termos “cultura”, “artes”, “turismo” ou “entretenimento”. Sempre que o termo “cultura” aparece, ele é empregado no sentido antropológico de um modo de viver específico a um grupo. No caso do termo “artes”, ele é empregado somente com relação à arquitetura e ao design urbano. Os termos “turismo” e “entretenimento” não são nem mesmo mencionados. A mesma análise foi feita em outro livro acadêmico de 1964, *“Renovação urbana em países europeus: sua emergência e potencial”* (*“Urban Renewal in European Countries Its Emergence and Potentials”*) (GREBLER, 1964), bem como em um relatório da Comissão de Planejamento Urbano da cidade de Nova Iorque para o prefeito em 1958, *“Renovação urbana, Cidade de Nova Iorque: um relatório para Robert F. Wagner”* (Urban renewal, New York City: A report to Robert F. Wagner) (NOVA IORQUE, 1958). Novamente, nenhuma menção aos termos foi encontrada. Apenas temas como parques públicos e recreação pública são apresentados, mas sempre em correspondência com a temática principal da moradia.

Assim, por mais que um viés social e comunitário - envolvendo serviços sociais, mecanismos de participação e centros de assistência ao cidadão - tenha sido construído, toda essa rede de amparo fora pensada como parte da tentativa de melhorar as condições de moradia da população (nesse caso, pensadas dentro do quadro mais amplo do bairro e não



somente da casa). Nesse sentido, pode-se dizer que as duas primeiras fases da política nacional foram caracterizadas por um caráter socioeconômico com foco na questão habitacional.

A partir da primeira metade dos anos 1960, essa hegemonia começa a ser “desafiada” na prática por lideranças políticas e empresariais locais. Imponentes projetos de renovação urbana ancorados em atrações turístico-culturais, hotéis e condomínios de luxo são executados em cidades como Nova Iorque (Lincoln Square, 1962), Baltimore (Charles Center, 1962) e São Francisco (Ghirardelli Square, 1964). Já no fim anos 1960 e ao longo dos anos 1970, a questão habitacional vai ser quase que completamente abandonada e substituída por uma perspectiva radicalmente diferente, voltada para a promoção do desenvolvimento econômico dos centros urbanos por meio de grandes projetos da iniciativa privada nas áreas de: residências e escritórios de luxo, turismo, entretenimento, artes e cultura (COWAN, 2016).

Dessa forma, pode-se afirmar que esse período marca o surgimento de uma terceira fase da política nacional de renovação urbana nos EUA, a fase das políticas turístico-culturais.

“Apenas nos anos 1970 e 1980, entretanto, que essas mudanças se tornaram mais severas, com ações focadas na regeneração das economias urbanas e na adaptação de áreas urbanas decadentes para novas funções econômicas, abrigando empregos na área de serviços e centros de consumo (COUCH et al, 2003). Essencialmente, durante anos mais recentes, o desenvolvimento urbano deixou de estar pautado majoritariamente em objetivos sociais para perseguir principalmente objetivos econômicos, em objetivos nacionais de bem-estar social bem definidos para a competição no mercado internacional” (SMITH; FERRARI, 2012, p. 7, tradução nossa)<sup>37</sup>.

As causas para tamanha mudança, primeiro, na forma de executar e, depois, na forma de pensar e legislar sobre os projetos de renovação foram múltiplas e complexas, de modo que é muito difícil precisar todas elas e muito menos mensurar a importância e impacto de cada uma. Ainda assim, para os objetivos deste trabalho, faz-se necessário realizar uma tentativa nesse sentido.

---

<sup>37</sup> “It was not until the 1970s and 1980s, however, that these changes became more severe, with actions focused on the regeneration of urban economies and the adaptation of declining urban areas to new economic roles hosting service employment and centres for consumption (Couch et al, 2003). Essentially, during recent years, urban development shifted from being based primarily on social objectives to pursuing primarily economic objectives, and from nationally defined welfare objectives to international market competition” (SMITH; FERRARI, 2012, p. 7).

Em primeiro lugar, desde a implementação da política nacional de renovação urbana nos anos 1940, lideranças políticas e empresariais locais pressionaram o governo federal de forma contínua para que as exigências das “leis de habitação” se tornassem menos restritivas, moderando seu viés majoritariamente habitacional e aumentando os percentuais permitidos para habitações de luxo e atividades não residenciais. Apesar da Lei de Habitação de 1949 permitir o redesenvolvimento de edifícios comerciais em áreas predominantemente residenciais, ela proibia a utilização de recursos federais em projetos de renovação de áreas preponderantemente comerciais (WEICHER, 1972, p. 10). Contudo, na prática, os políticos locais se tornaram verdadeiros especialistas em retorcer as designações genéricas da lei de forma que os recursos federais também pudessem ser utilizados no redesenvolvimento das áreas comerciais dos centros urbanos (COWAN, 2016, p. 23). No fim, o governo federal cedeu às pressões e a legislação passou da proibição em 1949, para o percentual de 10% da área total do projeto liberado para atividades não residenciais em 1954, 20% em 1959 e 35% em 1965 (WEICHER, 1972, p. 10).

“Nova Iorque e outras cidades tomaram vantagem da ambiguidade da lei, usando projetos de renovação urbana para construir complexos para universidades, hospitais e instituições cívicas como o Lincoln Center. Com o intuito de atrair recursos financeiros privados e renovar os bairros, Moses teve de interpretar livremente a cláusula que dizia ‘predominantemente residencial’. Esse tipo de projeto confirma que o objetivo principal do redesenvolvimento se tornou manter os moradores brancos de classe média, compradores, e, no caso do Lincoln Center, audiências na cidade, assim, compensando a suburbanização ao sustentar os distritos comerciais centrais, e aliviando os problemas fiscais das cidades” (ZIPP, 2010, p. 163, tradução nossa)<sup>38</sup>.

Por trás de tamanha pressão por parte de lideranças políticas e empresariais locais, obviamente existiam enormes interesses por parte de grupos econômicos que fizeram lobby pelo relaxamento da legislação. Por um lado, o setor imobiliário e de construção civil tinha grande interesse nas regiões centrais e nas zonas portuárias por conta de seu alto potencial de valorização vinculado à localização privilegiada (central ou próxima da água). Os projetos de renovação eram extremamente valiosos para o setor, porque permitiam que os grupos comprassem terrenos muitas vezes já limpos pela demolição a um preço bem menor,

---

<sup>38</sup> “But New York and other cities took advantage of this ambiguity in the law, using urban renewal projects to build complexes for universities, hospitals, and civic institutions like Lincoln Center. In order to attract sources of private money and renew neighborhoods, Moses had to loosely interpret the “predominantly residential” clause. These kinds of projects confirmed that the primary objective of redevelopment had become keeping white and middle-class residents, shoppers, and, in the case of Lincoln Center, audiences in town, thereby offsetting suburbanization propping up central business districts, and easing the fiscal troubles of cities” (ZIPP, 2010, p. 163).

construíssem edifícios para escritório ou habitações de luxo e, então, vendessem por um valor altamente lucrativo (COWAN, 2016; BROWN, 2009).

Por outro lado, os executivos da indústria do turismo não mediram esforços para convencer políticos e demais lideranças urbanas de que o investimento no setor era a solução que todos procuravam para o problema da decadência urbana, pois, segundo eles, tratava-se de um setor em franca expansão, com enorme potencial para atrair visitantes e turistas, estimular o comércio, gerar empregos, aumentar a arrecadação de impostos, além de prover a cidade com novos e atrativos espaços centrais/portuários que restabeleceriam a sua imagem pública (COWAN, 2016, p. 10). Segundo o historiador Aaron Cowan, a indústria do turismo coordenou sofisticadas campanhas de lobby e marketing, muito bem financiadas, para garantir que os fundos federais, estaduais e municipais para renovação urbana fossem direcionados para projetos que beneficiassem seus interesses econômicos (COWAN, 2016, p. 33). Cowan argumenta que a opção pelo desenvolvimento do turismo teve enorme apelo, pois ela satisfazia os interesses do setor imobiliário com vultosos projetos de construção, fornecia uma nova imagem-marca para localidades que estavam maculadas pelo processo de deterioração, e proporcionava troféus “físicos” para os políticos locais, ao mesmo tempo em que evitava problemas espinhosos como segregação racial, habitação e saúde pública (COWAN, 2016, p. 10).

“Durante o período inicial da renovação urbana, as lideranças não consideravam o turismo como uma estratégia protagonista no esforço de revitalização econômica. Apesar dos planos iniciais normalmente abordarem algum tipo de estrutura recreacional ou uso de solo voltada para o turismo (como estádios ou centros cívicos), eles eram complementos à construção de estradas, moradias públicas e espaços comerciais no centro. Essas lideranças eram banqueiros, industriais e empresários do setor imobiliário que pensavam neles mesmos como os pilares das cidades construídas através de seus negócios. Apesar de seus ambiciosos planos, eles eram essencialmente tradicionalistas, não inovadores. O fracasso de muitas dessas estratégias iniciais de revitalização, contudo, vai criar um senso de desespero entre líderes urbanos que tornou as cidades ‘maduras’ para exploração por parte de uma indústria do turismo em franca ascensão” (COWAN, 2016, p. 28, tradução nossa)<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> “During the early period of urban renewal, leaders did not consider tourism as a primary strategy for economic revival. While early plans usually called for some sort of recreational structure or tourist oriented land use (such as a stadium or civic center), these were usually ancillary to the construction of highways, public housing, and downtown office and retail space. These leaders were bankers, industrialists, and real estate developers who thought of themselves as the pillars of cities built on their businesses. Despite their ambitious plans, they were essentially traditionalists, not innovators. The failure of many of these early strategies of revitalization, however, would create a sense of desperation among urban leaders that made cities ripe for exploitation by the rapidly growing tourist industry” (COWAN, 2016, p. 28).

Desse modo, entre as décadas de 1960 e 1980, centenas de cidades por todos os Estados Unidos investiram milhões de dólares vindos de fundos públicos para promover projetos turísticos como hotéis, centros de convenções, arenas esportivas, complexos culturais e de entretenimento. De acordo com Cowan (2016), o lobby e as ações exercidas pela poderosa aliança entre a indústria do turismo e o setor imobiliário, catapultados por recursos federais e pelo desespero das lideranças políticas, influenciou profundamente os processos de urbanização das cidades norte-americanas na segunda metade do século XX.

Evidentemente, o lobby da indústria do turismo não teria funcionado se o setor não fosse de fato um setor econômico em franca expansão, alavancado por uma demanda cada vez maior por serviços e equipamentos culturais e de entretenimento por parte das classes assalariadas norte-americanas. O boom econômico do período pós-Guerra e a entrada das mulheres no mercado de trabalho levou a uma expansão substancial da renda e, conseqüentemente, à expansão e diferenciação do consumo entre essas classes nos EUA (MANDEL, 1982). Simultaneamente, a redução da carga horária de trabalho - conquistada depois de décadas de luta trabalhista - permitiu que houvesse um aumento substancial no tempo e nos recursos investidos em práticas culturais e de lazer, o que foi rapidamente capitalizado por diferentes setores econômicos na forma do consumo de bens e serviços de turismo, esportes e entretenimento (DUMAZEDIER, 2004). Desse modo, havia um potencial da indústria do turismo enquanto setor econômico cada vez mais estratégico.

A respeito da segunda causa para uma mudança tão vertiginosa na maneira de fazer e pensar a política nacional de renovação urbana norte-americana, é extremamente importante ter em conta que as décadas de 1970 e 1980 foram marcadas, antes de qualquer coisa, pela ascensão de uma nova forma de compreensão no âmbito da política e do próprio Estado norte-americano. Durante os governos Richard Nixon (1969-1974) e Gerald Ford (1974-1977), mas, sobretudo, ao longo de toda a era Ronald Reagan (1981-1989), a racionalidade político-administrativa nos Estados Unidos passou a ser pautada majoritariamente por uma perspectiva neoliberal, que alterava significativamente a forma como as relações entre Estado, economia e sociedade eram pensadas e organizadas.

A perspectiva neoliberal, enquanto uma forma de compreensão do mundo que procura descrever, avaliar e propor as maneiras pelas quais a sociedade, o Estado e a economia devem se relacionar, é caracterizada principalmente pelo axioma de que o Estado, enquanto entidade coletiva, deve reduzir ao máximo seu raio de ação com o intuito de

preservar as liberdades individuais e sua capacidade de autorregulação por meio do mercado<sup>40</sup> (BOAS; GANS-MORSE, 2009, p. 144). Para dimensionar a importância dessa rotação na visão política e estatal norte-americana, é preciso ter em conta o longo período de implementação do Estado de bem-estar social nos Estados Unidos, seja ele liberal-reformista ou baseado em direitos. Período que começa no “New Deal” de Franklin D. Roosevelt (1933-1939), passa pelo “Fair Deal” de Harry S. Truman (1945-1953) e termina na “New Frontier” de John F. Kennedy (1961-1963) e na “Great Society” de Lyndon B. Johnson (1964-1969)<sup>41</sup>.

Para os fins deste trabalho, importa, sobretudo, avaliar como o receituário político e administrativo que foi construído a partir de uma nova visão neoliberal impactou diretamente a política de renovação urbana norte-americana. Em linhas gerais, esse receituário pregava a liberalização da economia através da desregulação do mercado de capitais, a redução do papel do Estado na economia e todo um conjunto de medidas de austeridade fiscal, como eliminação de déficits públicos e redução de subsídios (BOAS; GANS-MORSE, 2009). Na prática, a palavra de ordem em todos os níveis da administração era: enxugar gastos e estimular a ação da iniciativa privada como substituto do Estado. Assim, no âmbito da política nacional de renovação, o que se viu foi o esvaziamento dos programas de habitação e serviços sociais e a criação de todo tipo de incentivo para que desenvolvedores privados levassem adiante seus próprios projetos de renovação. Ainda na virada da década de 1960 para 1970, a administração Nixon já remaneja a política federal de renovação urbana no sentido de subsidiar grandes empreendimentos privados. De acordo com Cowan, os fundos federais financiaram um verdadeiro boom na construção de estádios, hotéis, centros de convenções e distritos de entretenimento por todo o país (COWAN, 2016, p. 7).

A nova postura no nível federal teve um efeito cascata sobre estados e prefeituras, fazendo com que as lideranças locais, agora mais do que nunca, enxergassem as propostas de intervenção urbana apenas em termos econômicos. “O planejamento urbano passa a ser conscientemente usado como um meio de desenvolvimento das cidades; a qualidade do

---

<sup>40</sup> Para outras definições possíveis do termo “neoliberalismo” (enquanto escola de pensamento e teoria de desenvolvimento), vide: BOAS, GANS-MORSE, 2009.

<sup>41</sup> Além disso, no campo das políticas de desenvolvimento, o país viveu um longo período de hegemonia da perspectiva intervencionista keynesiana. (DERTHICK, 2001; ZELIZER, 2015).

espaço urbano passa a ser vista como um fator de atração de investimentos, de incremento na competitividade da cidade”<sup>42</sup> (SMITH; FERRARI, 2012, p. 26 tradução nossa).

Esse olhar economicista para a política de renovação altera os termos de avaliação e execução em jogo, de modo que agora os projetos de renovação urbana precisam justificar sua existência de acordo com novos objetivos: aumento da competitividade, capacidade de inovação e diversificação da economia da cidade; potencial para construção de uma imagem-marca e, conseqüentemente, poder de marketing para atrair novos investidores e turistas. Em suma, seu potencial para diferenciar a cidade dentro de um mercado local, regional ou global de destinos (BIANCHINI, 1993; SMITH; FERRARI, 2012).

Essa nova perspectiva também vai ser determinante na reformatação da própria compreensão e imagem que se tinha até então dos centros urbanos e zonas portuárias. A concepção que tomava esses espaços urbanos como lugares de produção vai ser substituída por uma que os percebe enquanto lugares de consumo. Ou seja, as regiões centrais da cidade passam a ser cada vez menos vistas como localidades que produzem bens e serviços para venda e cada vez mais enquanto localidades onde as pessoas vão para passear, comer, participar de eventos e visitar centros culturais (SMITH; FERRARI, 2012, p. 7).

Nesse sentido, as intervenções de renovação urbana vão ser redirecionadas com a finalidade de transformar centros e portos em espaços de consumo com foco em turismo e entretenimento, voltados para “visitantes” da classe média suburbana ou turistas vindos de outras regiões e países. Como observa Cowan (2016, p. 8), agora o espaço urbano tem de ser divertido, precisa contemplar os gostos e preferências estéticas de um consumidor ideal.

“Tendo falhado largamente no objetivo de atrair norte-americanos afortunados a viverem na cidade, os líderes do redesenvolvimento urbano esperavam convencê-los a se divertir lá. O turismo parecia oferecer a oportunidade de preencher as múltiplas necessidades dos planejadores de renovação de centros urbanos: ele trazia gente - mais especificamente, gente com renda disponível - de volta para o centro, estimulava empreendimentos imobiliários que poderiam aumentar a arrecadação de impostos, e proviam um motivo para grandes projetos de construção como centros de convenções, hotéis e estádios que poderiam, em uma única tacada, eliminar acres de zonas deterioradas da cidade e substituí-las por novas vitrines brilhantes. Além disso, porque esses projetos pretendiam ser vistos e visitados por turistas, eles provinham um símbolo de marketing potente da prosperidade econômica e cultural da cidade de uma forma que uma torre de escritórios ou um distrito industrial jamais fariam” (COWAN, 2016, p. 32, tradução nossa)<sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> “In this context, ‘urban design appears to be consciously ‘used’ as a means of economic development of cities in the new competitive milieu’ ... (...) the quality of urban space is seen as a factor in attracting investment, and therefore affecting city competitiveness” (SMITH; FERRARI, 2012, p. 26).

<sup>43</sup> “Having largely failed to attract well-to-do Americans to live in the city, leaders of urban redevelopment hoped to convince them to play there. Tourism seemingly offered an opportunity to fulfill multiple needs of the central-city-focused renewal planners: it brought people—more specifically, people with disposable

Finalmente, a terceira causa para a reorientação da política nacional de renovação urbana no sentido das políticas turístico-culturais foi o surgimento e sucesso midiático dos primeiros projetos que se arriscaram a efetivar uma possibilidade que, à época, não era nem sequer cogitada pela maioria dos políticos, empresários e desenvolvedores imobiliários (ISENBERG, 2017, p. 66). Na primeira metade da década de 1960, embora a constelação histórica que está por trás da perspectiva turístico-cultural de renovação já estivesse presente de forma incipiente, não havia nenhuma linha comum de pensamento ou ação político-administrativa que apontasse nesse sentido, de modo que as trajetórias individuais de um pequeno número de empresários que decidiram realizar projetos de renovação urbana ancorados nos setores da arte, cultura, entretenimento e turismo, foram decisivas para o que viria a acontecer mais tarde no âmbito da política urbana estadunidense como um todo.

O primeiro grande projeto nesse sentido foi a Lincoln Square (figura 6), inaugurada no ano de 1962 em Nova Iorque. O empreendimento, encabeçado por ninguém menos do que John D. Rockefeller III, um dos irmãos Rockefeller, e apoiado pelo famoso secretário de planejamento da cidade, Robert Moses, envolveu a demolição de vários quarteirões para a construção de um complexo cultural (Lincoln Center For the Performing Arts), que contava com um teatro, uma casa de ópera, um instituto de música e uma biblioteca, além de um campus universitário, o novo edifício-sede da Cruz Vermelha na cidade, condomínios de luxo e uma praça pública (ZIPP, 2010, p. 159). Tratava-se de um projeto de renovação urbana de ampla proporção, totalizando uma área de 150 hectares (1.5 km<sup>2</sup>) e afetando 7.700 moradores da região. Para se ter uma ideia do volume de recursos envolvidos, somente o complexo cultural custou U\$ 185 milhões levantados por Rockefeller III através de um fundo privado (ZIPP, 2010, p. 173).

Apesar do enorme impacto na comunidade local e das inúmeras manifestações e ações na justiça por parte dos afetados, a Lincoln Square foi ovacionada pela imprensa, por políticos e pela comunidade artística como um símbolo da prosperidade cultural norte-americana (ZIPP, 2010, p. 181). Simultaneamente, aplaudia-se o projeto como uma

---

income—back to downtowns, spurred property developments that could produce tax revenues, and provided the rationale for large-scale building projects such as convention centers, hotels, and stadiums that could in one fell swoop eliminate acres of blighted sections of the city and replace them with gleaming new showcases. Furthermore, because such projects were intended to be seen and visited by outsiders, they provided a potent marketing symbol of the city's economic and cultural vibrancy in a way that a bland office tower or industrial district never could" (COWAN, 2016, p. 32).

demonstração do poder da alta cultura para revitalizar a nação e conduzir o seu renascimento urbano (ZIPP, 2010, p. 181). A citação abaixo é do próprio Rockefeller III:

“... ‘nós acreditamos que é o momento para uma forma mais ativa de ajuda - um momento para a arte’. Outras formas de ‘terapias para cidades’, Rockefeller sugeria, eram fundamentalmente passivas. Elas não podiam equalizar as capacidades universais das artes; elas não tinham a habilidade de atender ao ‘espírito humano’ e ao que Rockefeller designava como ‘sua humanidade... todas as qualidades espirituais, emocionais, artísticas e estéticas que colocam o homem acima do animal’. Essa sublime retórica serviu para colocar o Lincoln Center em sintonia com os objetivos ambiciosos e idealistas no coração da renovação urbana” (ZIPP, 2010, p. 183, tradução nossa) <sup>44</sup>.

O Lincoln Square foi o primeiro projeto de renovação urbana de amplas proporções realizado nos EUA que trazia como centro gravitacional um complexo artístico-cultural. Nesse sentido, trata-se da primeira demonstração prática do papel que a arte e a cultura poderiam desempenhar no redesenvolvimento das cidades norte-americanas.

Exatamente no mesmo período, um dos herdeiros de uma poderosa família de São Francisco, William M. Roth, investia milhões de dólares de sua família na aquisição e nas obras de reabilitação de uma antiga fábrica de chocolate na zona portuária da cidade. Entre 1962 e 1964, Roth, com a ajuda de arquitetos, técnicos da prefeitura e empreiteiros, conseguiu transformar a fábrica ameaçada de demolição em um luxuoso complexo de restaurantes e lojas, reverenciado como o primeiro grande projeto de reabilitação arquitetônica com fins turísticos dos EUA (ISENBERG, 2017, p. 70).

A inspiração para a Ghirardelli Square (figura 7) veio do interior da Califórnia, onde um empresário do ramo de shoppings vinha investindo na construção de pequenos comércios de luxo com design europeu. O exemplo convenceu Roth a transformar as instalações da fábrica em um conjunto luxuoso de restaurantes de cozinha internacional e lojas com produtos selecionados (ISENBERG, 2017, p. 71). O sucesso de público e de cobertura foi imediato. “Quando a segunda parte da praça foi inaugurada em 1968, a zona portuária já tinha se tornado um vibrante distrito marítimo com reputação nacional por combinar modernidade e história...” (ISENBERG, 2017, p. 85, tradução nossa) <sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> “... ‘we believe that this is the time for a more active form of help - a time for art’. Other forms of ‘city therapies’, Rockefeller implied, were fundamentally passive. They could not equal art’s universal capabilities; they did not have its ability to cater to ‘man’s spirit’ and to what Rockefeller called ‘his humanness... to all the spiritual, emotional, artistic, and aesthetic qualities that set man above the animal’. This lofty rhetoric served to bring Lincoln Center in line with the ambitious and idealistic goals at the heart of urban renewal” (ZIPP, 2010, p. 183).

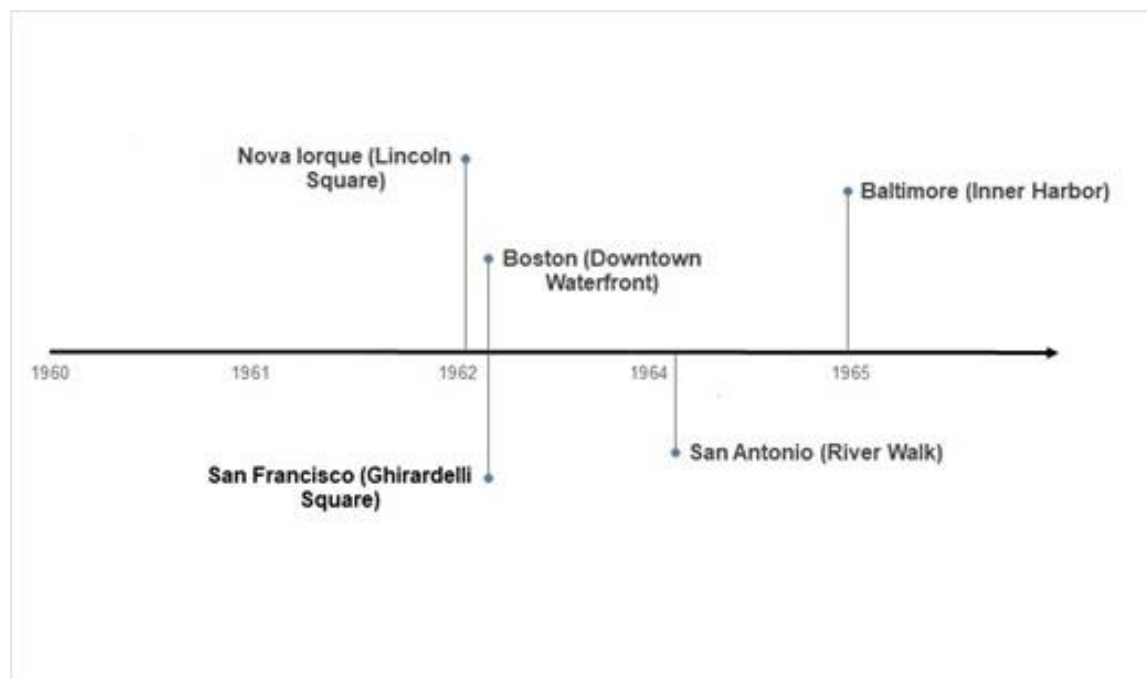
<sup>45</sup> “By the time the second half of the square opened in 1968, the waterfront had become a vibrant maritime district with a national reputation for fusing historical and modern...” (ISENBERG, 2017, p. 85).



Em suma, esses projetos pioneiros tiveram uma repercussão estrondosa na mídia como um todo, além de terem recebido diversos prêmios nacionais e internacionais de diferentes associações profissionais e também terem sido reverenciados por publicações especializadas em arquitetura, planejamento urbano, etc. Obviamente, tamanha publicidade fez com que se tornassem a nova obsessão de muitos políticos e desenvolvedores imobiliários ao redor do país e mesmo na Europa, abrindo caminho para a propagação de uma perspectiva que até então estava confinada aos círculos de convivência e trabalho de alguns empresários. Desse modo, não seria exagero afirmar que essas trajetórias individuais contribuíram diretamente para a formação da perspectiva que embasou a reinvenção da política nacional de renovação urbana dos Estados Unidos nos anos 1970.

Em última instância, os personagens aqui mencionados fazem parte de facções empresariais que passaram a fazer vultosas inversões financeiras no campo das artes, cultura e turismo não mais somente como uma estratégia de acúmulo de prestígio, mas enquanto um investimento econômico em setores que naquele momento seriam capitalizados para, mais tarde, se tornarem importantes fontes de lucro (MANDEL, 1982; JAMESON, 1999).

**Gráfico 1 - Linha do tempo com os principais projetos de renovação turístico-cultural nos EUA na década de 1960**



Fonte: Elaboração do autor.

**Figura 6 - Lincoln Center na década de 1960**



Fonte: ZIPP, 2010, p. 190.

**Figura 7 - Ghirardelli Square em São Francisco**



Fonte: WIKIMEDIA, 2019b.

## **2.2 Baltimore, um ícone nacional**

Apesar do caráter pioneiro de cidades como Nova Iorque, São Francisco e Boston na efetivação de projetos turístico-culturais de renovação urbana, ao longo de todo o período de reposicionamento da política norte-americana, foi a cidade de Baltimore que cumpriu a principal posição de destaque, tendo sido eleita à época a referência nacional de sucesso em empreendimentos de renovação urbana voltados para o turismo e entretenimento. Na década de 1960, a cidade já havia conduzido um projeto de grande amplitude com o intuito de requalificar boa parte do seu centro comercial e embarcava em uma segunda empreitada, a renovação de toda a zona portuária adjacente ao centro da cidade com o objetivo de transformá-la em um dos principais destinos turísticos dos Estados Unidos. O sucesso inicial e a cobertura da mídia foram tamanhos que Baltimore se consagrou como ícone do novo momento da política urbana nacional e como modelo a ser seguido pelas demais cidades norte-americanas. Em linhas gerais, pode-se dizer que a razão para tanto “sucesso” foi justamente a situação de extrema decadência que a cidade se encontrava até então e a expressividade dos projetos de renovação conduzidos (WARREN; MCCARTHY, 2002; COWAN, 2016).

Baltimore, localizada no estado de Maryland, nordeste dos EUA, é uma cidade com destaque na história do país, tendo cumprido função estratégica tanto no período da guerra de independência contra a Inglaterra quanto na guerra civil de 1861 justamente por sua localização privilegiada, atuando como um entreposto entre a costa e o interior na primeira e entre o norte e o sul na segunda. Contudo foi na segunda metade do século XIX que a cidade se consolidou como um dos mais importantes centros industriais e portuários do país. Sua proximidade da capital política e da capital econômica, respectivamente Washington e Nova Iorque, e sua posição no rio Patapsco/baía de Chesapeake com saída facilitada para o oceano Atlântico (figura 8), fizeram com que a cidade se tornasse a segunda porta de tráfego transoceânico na costa leste, perdendo em importância apenas para a metrópole nova-iorquina. Como consequência, a cidade se expandiu demograficamente e se desenvolveu industrial e comercialmente de maneira vertiginosa até meados da primeira metade do século XX.

**Figura 8 - Localização da cidade de Baltimore na costa nordeste dos EUA**



Fonte: GOOGLE MAPS, 2019.

Contudo, como outros centros norte-americanos, Baltimore passa a vivenciar um período de decadência que começa com a Crise de 1929, mas que se intensifica de maneira avassaladora na década de 1950. Um dos pilares econômicos da cidade, a indústria têxtil empregava dezenas de milhares de trabalhadores na primeira metade do século. No período do pós-guerra, essas empresas começam a encerrar suas operações e saem da região, deixando um enorme déficit nos postos de trabalho disponíveis (COWAN, 2016, p. 21). Processo semelhante aconteceu com praticamente todos os setores industriais que sustentavam a economia da cidade: processamento de aço, automóveis, indústria naval, de transportes, etc. Apenas para se ter uma dimensão da proporção da crise, em 1950, 34% da força de trabalho da cidade estava empregada no setor industrial. Três décadas mais tarde, nos anos 1980, esse percentual havia caído pela metade (COWAN, 2016, p. 21) <sup>46</sup>. No

---

<sup>46</sup> Por mais que a queda no percentual da população empregada na indústria possa sugerir apenas uma transferência de postos de trabalho de um setor para outro, no caso, da indústria para o setor de serviços, o fato é que o processo de transição não garante, nem fornece indícios, de que a população que está sendo empregada no novo setor seja a mesma população que ficou desempregada por conta do encolhimento do setor antigo.

mesmo período, a revolução provocada pela tecnologia de containerização na indústria portuária torna o porto no centro da cidade obsoleto, de modo que suas atividades são deslocadas para fora dos limites de Baltimore. A crescente mecanização dessa indústria fez com que o número de posições disponíveis para trabalhadores manuais declinasse impetuosamente. Além disso, a consolidação do transporte por carretas torna o mercado de fretes obsoleto (COWAN, 2016, p. 21). O impacto social e econômico em uma cidade que expandiu por décadas a fio justamente por conta de sua vocação portuária foi gigantesco.

Ou seja, os efeitos foram os mesmos descritos no tópico anterior a respeito da crise das cidades norte-americanas. As proximidades do centro de Baltimore e a zona portuária estavam repletas de plantas industriais completamente abandonadas, armazéns e cais fechados. O centro tomado de escritórios e apartamentos vazios, comércios em baixa, além de uma imensa parte da população desempregada e altamente segregada econômica e racialmente. O cenário de calamidade de toda a região era tão ou até mais grave do que aquele encontrado em outras metrópoles.

Diante desse contexto, no ano de 1954, um grupo de empresários locais se reuniu com o intuito de intervir no destino do centro de Baltimore através de um amplo projeto de renovação. Em 1955, o grupo funda o “Comitê da Grande Baltimore” (*Greater Baltimore Committee*), organização privada que reunia os principais líderes da cidade - empresários, políticos, representantes da sociedade civil - e contava com um conselho de planejamento urbano, uma equipe de arquitetos e especialistas, além dos recursos financeiros necessários para a elaboração, em parceria com a prefeitura de Baltimore, de um plano de longo prazo para a renovação urbana do centro. Assim, o próximo passo era decidir que tipo de projeto seria implementado:

“Será que deveríamos atrair as pessoas de volta para o centro para sustentar os negócios comerciais que floresceram no passado? Ou deveríamos fazer do centro uma espécie de ‘feira mundial’ - charmoso e alegre, algo esteticamente agradável, um lugar onde todos gostariam de vir, comprar e trabalhar - um bazar, uma feira ou um parque urbano? - que serviria como o coração de toda a área metropolitana? Talvez esse devesse ser o objetivo e talvez não. Ainda é muito cedo para dizer” (ROGERS apud WARREN; MCCARTHY, 2002, p. 20, tradução nossa)<sup>47</sup>.

---

Todas as referências bibliográficas encontradas afirmam que a cidade apresentava altas taxas de desemprego no período, sobretudo, de trabalhadores com pouca qualificação.

<sup>47</sup> “Should we try to attract people back into the core to support the retail businesses that have flourished in the past? Or should we make of the core a kind of ‘world’s fair’ – gay and charming, something aesthetically pleasing, a place where all would want to come and trade and work – a bazaar, a fair, an urban park?- that serves as the heart for the entire metropolitan area? Perhaps this should be the objective and perhaps not. It’s too early to say.” (ROGERS apud WARREN; MCCARTHY, 2002, p. 20).



A fala acima é do primeiro diretor executivo do Comitê, Archibald Rogers, e demonstra que desde o começo diversas possibilidades estavam sendo consideradas, inclusive a de viés turístico-cultural com inclusão da zona portuária no projeto (WARREN, MCCARTHY, 2002, p. 21). Contudo, em 1957, o Comitê decide pela opção de fortalecer o centro como área de escritórios, levando em conta o fato de que havia uma demanda reprimida e que os próprios empresários tinham interesse em abrir escritórios na região (WARREN, MCCARTHY, 2002, p. 20). Surge, então, o projeto do Charles Center, um novo complexo de prédios de escritórios que mais tarde também viria a incluir um hotel, um centro cívico, um teatro, três praças, além de condomínios de apartamentos e comércio.

No âmbito do projeto, empresários e prefeitura formaram uma das primeiras parcerias público-privadas voltadas para propósitos de renovação urbana nos EUA. Em resumo, a prefeitura comprava, demolia e limpava os prédios e quarteirões em estado de deterioração com a ajuda financeira do governo federal e, então, vendia os lotes para os desenvolvedores privados que levantariam os novos prédios com seus próprios recursos. No total, foram 35 milhões de dólares em recursos públicos e 200 milhões da iniciativa privada (WARREN, MCCARTHY, 2002, p. 32).

Ao longo de duas décadas, foram construídos através do projeto oito edifícios comerciais de propriedade das maiores corporações da cidade (bancos, corretoras, etc.), pelo menos dois grandes edifícios de órgãos da administração pública federal, além de um amplo centro cívico e um teatro (figuras 10 e 11). O edifício âncora do projeto, o One Charles Center (figura 9), foi inaugurado em 1962 e recebeu enorme atenção da mídia e de publicações especializadas por conta de seu estilo arquitetônico, assinado por ninguém menos do que Ludwig Mies Van der Rohe, famoso arquiteto modernista alemão. A partir desse momento, o esforço de renovação urbana de Baltimore ocuparia o centro dos holofotes nos EUA.

**Figura 9 - One Charles Center, edifício âncora do projeto, inaugurado em 1962**



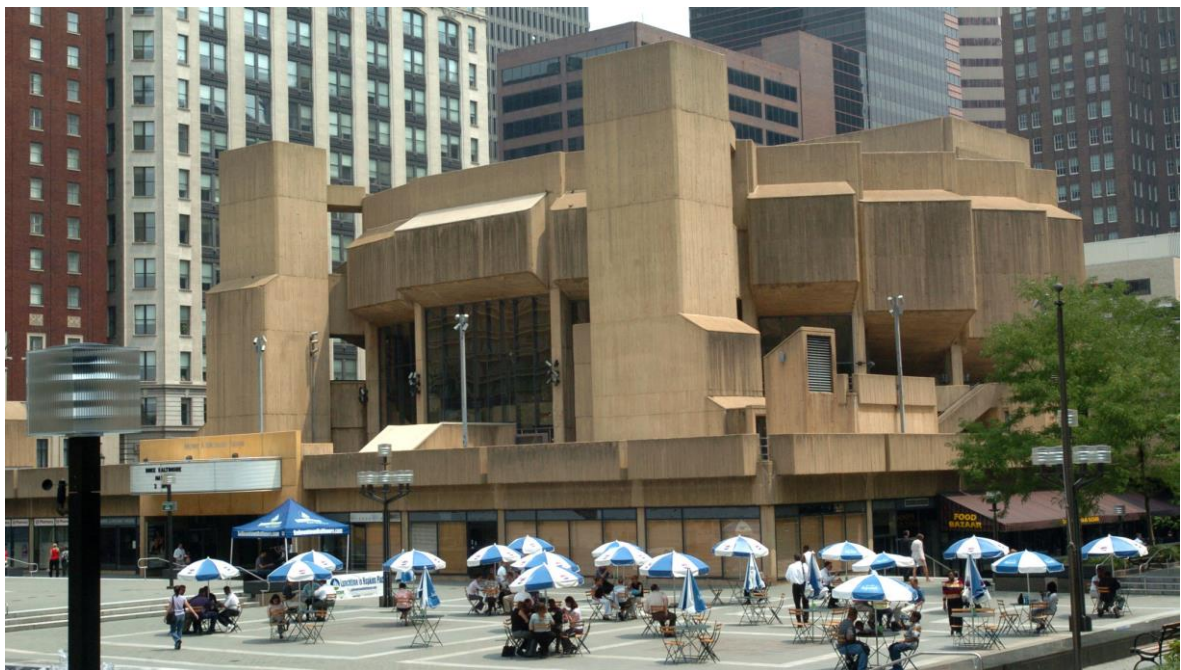
Fonte: JOHN HOPKINS UNIVERSITY WEBSITE, 2019.

**Figura 10 - Royal Farms Arena, antigo Centro Cívico, inaugurado em 1962**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Figura 11 - Mechanic Theatre, inaugurado em 1967**



Fonte: THE SUN WEBSITE, 2019.



Apesar da enorme repercussão do Charles Center, foi em 1965 que Baltimore entrou para a história da política urbana nos Estados Unidos ao propor e executar o maior projeto de renovação urbana com fins turístico-culturais do país até aquele momento, Inner Harbor. Como dito, a zona portuária da cidade é contígua ao centro comercial que estava sendo requalificado e também se encontrava em situação de completo abandono, de modo que desde a criação do Comitê em 1957 já se falava na possibilidade de incluí-la na intervenção. Só que dessa vez, a iniciativa seria do próprio governo de Baltimore. No discurso de inauguração do seu mandato em 1963, o prefeito Theodore R. McKeldin afirmou:

“Mais uma vez a cidade está em movimento, ele disse. Charles Center estava liderando o caminho no setor privado, mas por que não criar um novo centro municipal que ‘valeria a comparação com o Charles Center?’ E por que não ‘uma nova zona portuária, onde a imaginação do homem poderia tirar vantagem de um raro presente da natureza para produzir um atraente panorama de prédios de escritórios, parques, condomínios de apartamentos e marinas?’” (MCKELDIN apud WARREN, MCCARTHY, 2002, p. 69, tradução nossa)<sup>48</sup>.

A proposta inicial concebida pelo governo McKeldin previa prédios de escritórios, condomínios de apartamentos, atrações culturais e um grande centro municipal para abrigar o governo municipal. Assim que a proposta foi divulgada, um comitê de cidadãos começou a realizar uma campanha publicitária massiva pela cidade com o intuito de convencer a população da necessidade de renovar a zona portuária (WARREN, MCCARTHY, 2002, pp. 69-72). No ano de 1965, é criada a Charles Center-Inner Harbor Management Inc., corporação sem fins lucrativos cuja missão seria coordenar todo o projeto. Segundo Cowan, a corporação foi a primeira de várias agências “quase públicas” criadas na cidade de Baltimore com financiamento público, possibilidade de exercer o poder de domínio eminente (para tomada de edifícios e demolição) e pouca necessidade de prestação de contas (COWAN, 2016, p. 26). Ainda na metade da década de 1960, a corporação já havia levantado 22 milhões de dólares em recursos federais para aquisição, demolição, limpeza e redensenvolvimento de 240 acres da região portuária (COWAN, 2016, p. 26).

Todavia, ainda durante o processo de planejamento, aquisições, demolições e limpeza, um novo prefeito é eleito em Baltimore e o projeto de Inner Harbor toma um novo

---

<sup>48</sup> Once again the city was on the move, he said. Charles Center was leading the way in the private sector, but why not a new municipal center that would be ‘wothy of comparison with Charles Center?’ And why not “a new inner harbor area, where the imagination of man can take advantage of a rare gift of nature to produce an enthralling panorama of office buildings, parks, high-rise apartments, and marinas?” (MCKELDIN apud WARREN, MCCARTHY, 2002, p. 69).

direcionamento. William Donald Schaefer foi prefeito da cidade por quatro mandatos consecutivos (1971-1987) e tinha como uma de suas bandeiras a tese de que a indústria do turismo era o caminho mais rápido para a retomada de Baltimore. Para Schaefer, o desenvolvimento através do turismo, se cuidadosamente orquestrado pela prefeitura, transformaria a imagem da cidade, “atraindo não somente visitantes temporários, mas também investimentos corporativos” (COWAN, 2016, p. 131). Além disso, na visão de Schaefer, o setor de turismo poderia reincorporar a força de trabalho com baixa qualificação que ficara desempregada após a enorme contração do setor industrial em Baltimore (COWAN, 2016, p. 131).

Desse modo, o novo prefeito elege como tarefa prioritária de seu governo reinventar toda a zona portuária da cidade enquanto um polo nacional de turismo, entretenimento e cultura. Durante os dezesseis anos de seu mandato, o projeto de renovação de Inner Harbor contemplou a construção de: um novo centro de convenções, inaugurado em 1979; o Centro de Ciências de Maryland (*Maryland Science Center*), museu científico com fins educacionais e turísticos inaugurado em 1976; um complexo de restaurantes e lojas, o Harborplace (1980); o hotel de luxo Hyatt Regency (1981); bem como o novo Aquário Nacional (*National Aquarium*), inaugurado em 1981. Além de todas as atrações turístico-culturais, o projeto contemplou a construção de três edifícios de escritórios de grandes corporações, como a International Business Machines (IBM), um tribunal de justiça federal e o novo World Trade Center de Baltimore. Também foram construídos condomínios de apartamentos de luxo na região e o projeto chegou até a contemplar a reconstrução de moradias nos bairros adjacentes através de empréstimos a baixo custo (WARREN, MCCARTHY, 2002, p. 78). Em síntese, o projeto de Inner Harbor foi transformado no carro-chefe de todas as operações de renovação urbana em Baltimore.

Para além de toda a reestruturação física da zona portuária, Schaefer acreditava que para alçá-la à posição de grande destino turístico nos Estados Unidos, seria preciso reinventar a imagem normalmente atribuída à cidade de Baltimore. O prefeito, então, cria o Escritório de Promoção e Turismo (*Office of Promotion and Tourism*). O escritório tinha acesso a recursos financeiros da cidade, do estado e mesmo privados e recebeu a missão de promover a cidade nos grandes meios de comunicação, bem como recrutar convenções, viajantes e empresas que poderiam vir a se fixar em Baltimore (COWAN, 2016, p. 131). O escritório também organizava inúmeros eventos públicos no centro e no porto,

principalmente festivais étnicos. O objetivo desses eventos era transformar a região em um "lugar de pessoas", ao mesmo tempo em que atraíam a atenção de potenciais desenvolvedores. Os eventos também serviam para criar um espírito de orgulho em Baltimore, fazendo do centro uma extensão dos bairros e a principal área de recreação e cultura da cidade (BRAMBILLA; LONGO, 1979, p. 16).

Os esforços do prefeito e do recém-criado escritório deram certo e, em 1975, a National Geographic publicou um ensaio fotográfico de 27 páginas apresentando os bairros, festivais étnicos, sítios históricos e, claro, o porto renovado (COWAN, 2016, p. 132). A repercussão positiva do ensaio foi tamanha que Schaefer laureou o jornalista responsável com a "chave honorária da cidade" (COWAN, 2016, p. 132). Nos anos que seguiram, a mídia regional e nacional passou a tomar nota da massiva campanha publicitária elaborada pela prefeitura e, claro, do projeto de renovação de Inner Harbor.

"Mas com o centro de convenções, o hotel, o aquário e agora Harborplace, a cidade está procurando com determinação uma audiência muito maior à medida que se move de seu passado de tavernas de cerveja para o grande momento da cena turística" (THE SUN apud COWAN, 2016, p. 141, tradução nossa)<sup>49</sup>.

"O que está fazendo Baltimore reviver? ' perguntava a Business Week em 1977. A resposta, para o Business Week e muitos outros veículos de mídia, estava na nascente e promissora indústria do turismo da cidade e na sua nova e pitoresca frente d'água localizada no histórico distrito de Inner Harbor. Na metade dos anos 1980, a imagem nacional de Baltimore estava inextricavelmente ligada ao desenvolvimento turístico e recreacionalmente orientado de Inner Harbor" (COWAN, 2016, p. 128, tradução nossa)<sup>50</sup>.

Na virada da década de 1970 para 1980, Baltimore e Inner Harbor já eram considerados referência nacional em matéria de renovação urbana com viés turístico-cultural.

Em 1977, Baltimore é escolhida pela Agência Nacional de Financiamento das Artes (*National Endowment for Arts*) para ser objeto do primeiro estudo de caso com financiamento federal sobre o impacto das instituições artístico-culturais no desenvolvimento econômico das cidades (ESTADOS UNIDOS, 1977a). Dois anos mais tarde, em 1979, a cidade foi objeto de uma publicação financiada pela mesma agência e pelo

---

<sup>49</sup> "But with the convention center, convention hotel, aquarium and now Harborplace, this city is determinedly seeking a much bigger audience as it moves from its calloused-handed, white-stoop and beer-tavern past into the big-time tourist scene" (THE SUN apud COWAN, 2016, p. 141).

<sup>50</sup> "'What's reviving Baltimore?' asked Business Week in 1977. The answer, for Business Week and many other media outlets, was the city's nascent but booming tourist industry, and the newly picturesque waterfront of its historic Inner Harbor. By the mid-1980s, the national image of Baltimore was inextricably linked to the tourism and recreation-oriented development of its Inner Harbor" (COWAN, 2016, p. 128).

Departamento de Habitação e Desenvolvimento Urbano dos EUA, cujo título era nada mais nada menos do que: “O que torna as cidades habitáveis? Aprendendo com Baltimore” (“*What makes cities livable? Learning from Baltimore*”). No livreto que conta com pouco mais de 150 páginas e uma fatura de fotos, os autores procuram examinar as razões do sucesso de Baltimore em se reinventar como uma cidade boa para se viver, “realçando seus recursos geográficos e históricos através de projetos de revitalização e desenvolvimento” (BRAMBILLA; LONGO, 1979, p. 13). Os autores então concluem o livro afirmando que:

“Depois de 20 anos de reabilitação de bairros e revitalização do centro, Baltimore alcançou um ponto de virada em sua história. A cidade pode finalmente começar a capitalizar em seu sucesso e pensar em termos de desenvolvimento positivo, ao invés de lutar para sobreviver, ou construir um orgulho que não estava lá, ou começar a reabilitar seus bairros do zero” (BRAMBILLA; LONGO, 1979, p. 141, tradução nossa) <sup>51</sup>.

Para a mídia, para o governo federal e mesmo para muitos acadêmicos, parecia que Baltimore tinha encontrado o receituário certo para a política de renovação urbana: investimento intensivo em atrações turístico-culturais capazes de atrair as famílias de classe média dos subúrbios da cidade ou mesmo de outras cidades para se divertir e consumir no centro, estimulando o comércio, gerando empregos, aprimorando a imagem da cidade para investidores e o orgulho da população (COWAN, 2016, p. 151). Assim, Baltimore se torna o modelo de referência para a nova fase da política nacional de renovação urbana, a turístico-cultural.

A perspectiva executada pelo governo Schaefer em Inner Harbor vai se disseminar por todos os Estados Unidos, chegando à Inglaterra no início dos anos 1980 para, então, se espalhar por toda a Europa<sup>52</sup>. Uma nova forma de agir e pensar sobre a cidade e o desenvolvimento urbano irá ganhar o mundo.

---

<sup>51</sup> “After 20 years of neighborhood rehabilitation and downtown revitalization, Baltimore has reached a turning point in its history. The city can finally begin to capitalize on its success and think in terms of positive development, rather than struggling to survive, or building a pride that wasn’t there, or starting from scratch to rehabilitate neighborhoods” (BRAMBILLA; LONGO, 1979, p. 141).

<sup>52</sup> Nos Estados Unidos, cidades como Boston (1961-1976), Nova Iorque (1979), São Francisco (1962-1990), San Antônio (1964-) desenvolveram projetos de renovação de zonas portuárias no mesmo período. Na Inglaterra, cidades como Londres (1981), Liverpool (1984) e Manchester (1990) o fizeram logo em seguida. Na Europa continental: Barcelona (1981-1996), Bilbao (1992), Oslo (1980), Rotterdam (1986-1994), dentre outras. Mesmo em partes mais distantes do mundo, projetos semelhantes foram realizados: Sydney (1988), Cape Town (1989) e Yokohama (1983) (LORENS, 2014, pp. 38-48).

**Figura 12 - Centro e zona portuária de Baltimore em 1948**



Fonte: BALTIMORE SUN WEBSITE, 2019.

**Figura 13 - Centro e zona portuária de Baltimore nos dias de hoje**



Fonte: JAMES KARMRODT WEBSITE, 2019.

### *2.2.1 Experiência turística em Inner Harbor*

Embora a temporada turística de Baltimore ocorra entre os meses de junho e setembro, durante o verão norte-americano, questões burocráticas e logísticas impediram que o campo fosse realizado nesse período, de modo que a principal visita à cidade aconteceu em janeiro de 2019 e durou uma semana.

Ainda que tenha sido possível conhecer um pouco da experiência turística do verão através de relatos de entrevistados e vídeos disponíveis na internet, é importante destacar que a atmosfera encontrada em janeiro é muito diferente. De qualquer modo, a oportunidade de conhecer e explorar pessoalmente os espaços e principais equipamentos turístico-culturais de Inner Harbor foi fundamental para a compreensão tanto da realidade do projeto ao longo de cinco décadas quanto da sua importância como modelo pioneiro das políticas turístico-culturais de renovação urbana. Assim, as próximas páginas serão dedicadas à descrição da minha experiência turística em Inner Harbor.

Os visitantes acessam a área central do porto majoritariamente através dos shoppings e estacionamentos privados (para quem chega de carro) ou hotéis de alto padrão (para quem fica hospedado ali mesmo) da região. Logo de partida, a rua frontal do porto traz como marca a imponência dos edifícios de escritório (World Trade Center e IBM), do hotel de luxo Hyatt Regency e do complexo turístico-comercial Power Plant (uma usina elétrica adaptada para receber restaurantes e lojas). Esse paredão arquitetônico é complementado por diversas galerias de lojas e restaurantes (foto 2), shoppings e edifícios comerciais de médio porte que circundam todo o perímetro.

Após ultrapassar essa “fronteira” de prédios, o visitante encontra um extenso passeio público às margens do canal do rio Patapsco, pelo qual pode caminhar e acessar todos os cinco píeres que compõem Inner Harbor e suas respectivas atrações. As primeiras à vista são embarcações históricas (de períodos distintos) que ficam atracadas nos píeres e que podem ser acessadas pelos turistas mediante pagamento de ingresso.

Após poucos metros, a grande atração turística e arquitetônica do porto surge na paisagem de forma monumental, o Aquário Nacional de Baltimore (foto 1). Ocupando boa parte do píer 3 e parte do píer 4, o complexo de três pavilhões chama a atenção por conta de sua arquitetura composta por triângulos e quadriláteros, bastante incomum para um aquário dos anos 1980.



**Fotografia 1 - Aquário Nacional, inaugurado em 1981**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 2 - Harborplace, inaugurado em 1980**



Fonte: Próprio autor, 2019.

As estruturas internas também surpreendem. O pavilhão principal é composto por cinco andares, nos quais estão expostas sete exposições diferentes (corais, espécies costeiras, tubarões, aves, florestas tropicais, etc.). A primeira exposição é bastante popular, pois permite ao visitante observar um coral e diversas espécies marinhas de cima. A passagem para o segundo pavilhão, por sua vez, é feita através de uma passarela sobre o canal. O prédio composto por dois andares conta com mais duas exposições muito populares (show de golfinhos e o aquário das águas-vivas). Por fim, o terceiro pavilhão oferece uma exposição à parte, uma recriação das paisagens naturais australianas com uma vasta exposição de aves e espécies marítimas daquele país. O Aquário Nacional possui 17 mil espécimes que representam mais de 750 espécies diferentes. Vale destacar que o equipamento turístico é um sucesso de público com uma média anual de 1,5 milhões de visitantes, destacando-se como a principal atração turística da cidade de Baltimore (WIKIPEDIA, 2019a).

Ao sair do equipamento, o visitante se depara mais uma vez com a enorme usina elétrica requalificada (foto 3), um complexo turístico-comercial que conta com restaurantes famosos (Hard Rock Café, Phillips Seafood, etc.) e uma das maiores livrarias da cidade (Barnes & Noble). O edifício construído no início do século XX e readaptado nos anos 1980-1990, possui estruturas externas e internas que chamam a atenção por seu caráter colossal, provocando sensações de vertigem e monumentalidade que são a marca distintiva das experiências de consumo ali vivenciadas.

Além dessas atrações, um enorme edifício com estruturas espelhadas bastante arrojadas se destaca do outro lado do canal. Trata-se do museu de ciências Maryland Science Center (foto 4), um complexo de três andares que dispõe de oito exposições permanentes, um planetário, um observatório astronômico e um teatro IMAX. Funcionando como uma espécie de complemento ao Aquário, o museu explora áreas como cosmologia, história dos dinossauros, anatomia humana, experimentos científicos, etc.

Os demais elementos do porto são basicamente restaurantes, galerias de lojas e hotéis que atendem o público que vem até ali para conhecer as atrações principais.

Em suma, a vivência turística em Inner Harbor é muito parecida com tudo que é oferecido nos portos renovados mundo afora. Grandes equipamentos culturais com exposições fantásticas, estruturas industriais transformadas em complexos gastronômicos, lojas de marca, hotéis de luxo, etc. Algo muito próximo do que encontrei nas visitas ao Porto



Maravilha no Rio de Janeiro, à Estação das Docas em Belém, a Albert Dock em Liverpool, dentre outras. O que torna a experiência de Inner Harbor única é o fato de que esse modelo urbano foi construído e executado pela primeira vez ali, ainda nos anos 1960, para então ser reproduzido em inúmeras cidades do mundo ao longo das décadas seguintes.

**Fotografia 3 – Power Plant, usina elétrica requalificada nas décadas de 1990 e 1980**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 4 - Centro de Ciências de Maryland, inaugurado em 1976**



Fonte: Próprio autor, 2019.

## **2.3 Uma nova forma de pensar as políticas urbanas**

Como demonstrado, a reorientação da política norte-americana de renovação urbana na direção do turismo e da cultura começa na prática ainda nos primeiros anos da década de 1960. Conduzida por forças históricas como a ascensão da indústria do turismo e entretenimento, a emergência de uma visão política neoliberal no país e uma respectiva forma de pensar o espaço urbano enquanto espaço de consumo (COWAN, 2016; SMITH; FERRARI, 2012), ela se materializa pela primeira vez através da execução/repercussão dos projetos pioneiros de Nova Iorque, São Francisco e Baltimore. Ainda assim essa nova perspectiva só irá se efetivar enquanto uma forma legítima de pensar e legislar sobre as cidades nos EUA no fim da década de 1970, quando os quadros político-administrativos em todos os níveis de governo e grande parte dos desenvolvedores privados passam a incorporá-la como um modelo de compreensão e ação. Ou seja, quando ela passa a pautar, de forma cada vez mais contundente, a maneira como esses agentes observam, entendem e agem sobre o espaço urbano.

Dessa forma, para os fins deste trabalho, não basta mapear somente o contexto histórico no qual a mudança de curso da política de renovação se efetiva do ponto de vista prático. Faz-se necessário rastrear também o processo de transição do modelo oficial de política urbana nos EUA, no qual a hegemonia da perspectiva social-habitacional, vigente por mais de três décadas, é interrompida em favor da perspectiva turístico-cultural. Nesse sentido, o presente tópico procura entender quando e como o raciocínio que combina artes, cultura e turismo com renovação urbana e desenvolvimento econômico, adentra o espaço de poder estatal nos Estados Unidos, sendo reconhecido oficialmente enquanto um modo legítimo de pensar e intervir sobre as cidades.

O reconhecimento por parte do Estado é aqui frisado como um momento de importância histórica porque representa a entrada da perspectiva turístico-cultural no rol de formas de pensamento da instituição que detém o monopólio de criação de sentidos legítimos nas sociedades nacionais modernas (BOURDIEU, 2010). Assim, a partir dessa interpretação, pode-se dizer que nesse momento a perspectiva turístico-cultural se torna uma forma de pensamento dominante. Ademais, é importante ressaltar que o termo reconhecimento aqui não é utilizado no sentido de um ato consciente, mas enquanto processo de incorporação de

uma forma de raciocínio por parte dos quadros políticos e burocráticos que compõem as diversas facções de um Estado nacional.

Tendo em vista a posição central ocupada pelos EUA na arena global, esse fato será decisivo para a amplitude que a perspectiva turístico-cultural ganhará não só naquele país, mas no mundo todo.

Os primeiros sinais desse processo surgem na primeira metade da década de 1970, quando alguns governos estaduais e municipais lançam esforços no sentido de mensurar a contribuição das artes e da cultura para a economia, mas com foco, sobretudo, no desenvolvimento das cidades. De forma geral, esses estudos<sup>53</sup> se propunham a avaliar a situação das instituições artístico-culturais em determinados territórios, apontando para a necessidade de apoio e financiamento por parte do Estado com base no argumento de que essas instituições não só produzem benefícios educacionais, sociais e culturais, mas também importantes benefícios econômicos e fiscais. Nesse sentido, todos os estudos examinados tinham como cerne o argumento de que, apesar do pouco reconhecimento por parte do poder público, o setor da arte e da cultura constituía uma base extremamente importante para o desenvolvimento econômico local.

“Tomadas em conjunto, as organizações de artes e humanidades de Massachusetts formam uma potente indústria. Elas têm um impacto direto nas economias das comunidades nas quais estão localizadas. Elas constroem edifícios, compram mercadorias, contratam publicidade, pagam firmas de manutenção e segurança, contratam advogados e contadores, seguros. Elas empregam pessoas que, por sua vez, gastam sua renda na comunidade e pagam impostos. Além do mais, suas audiências gastam dinheiro em serviços auxiliares como estacionamento e restaurantes” (MASSACHUSETTS, 1973, p. I-1, tradução nossa)<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> Os estudos encontrados e analisados foram: i) “As artes, uma prioridade para investimento: relatório da Força Tarefa em Artes & Humanidades do Governador” (*The arts, a priority for investment: the report of the Governor's Task Forces on the Arts & Humanities*) publicado pelo governo de Massachusetts em 1973; ii) “Relatório do Comitê do Prefeito para Política Cultural” (*Report of the Mayor's Committee on Cultural Policy*), publicado pela prefeitura de Nova Iorque em 1974; iii) “Uma introdução à economia das organizações culturais da Filadélfia: descobertas de um estudo sobre impacto econômico” (*An introduction to the economics of Philadelphia's cultural organizations: findings of an economic impact survey*), publicado pela Aliança de Instituições Culturais da Grande Filadélfia em 1975; e iv) “As artes na Washington metropolitana: alguns dados preliminares sobre economia, finanças e organização” (*The arts in metropolitan Washington: some preliminary data on economics, financing, and organization*) publicado pelo Centro de Estudos Metropolitanos de Washington D.C em 1975.

<sup>54</sup> “Taken together, Massachusetts arts and humanities organizations form a potent industry. They have a direct effect on the economies of the communities in which they are located. They construct buildings, buy supplies, purchase advertising, pay maintenance and security firms, hire accountants and lawyers, and carry insurance. They employ people who, in turn, spend their earnings in the community and pay taxes. Moreover, their audiences spend money on auxiliary services such as parking and restaurants” (MASSACHUSETTS, 1973, p. I-1).

Indo além, esses estudos argumentavam que um setor artístico-cultural bem estruturado era fundamental para atrair e manter negócios em uma cidade, pois não só havia indícios de que se tratava de um importante requisito para grandes empresas decidirem se fixar em um determinado local, como muitos negócios dependiam diretamente da vocação e capacidade artístico-cultural do território (televisão, cinema, editoras, agências publicitárias, etc.). Por outro lado, os estudos também argumentavam que instituições artístico-culturais bem consolidadas eram indispensáveis para a atração de um maior número de turistas, e, conseqüentemente, para a dinâmica econômica de setores como hotelaria, restaurantes, comércio, etc.

Contudo, o raciocínio mais notável construído por esses estudos diz respeito à tese de que as instituições culturais são fundamentais para valorizar e fortalecer o setor imobiliário. Nas publicações de Nova Iorque (1974) e da Filadélfia (1975), os autores fazem uma correlação explícita e extremamente positiva entre a existência de instituições artístico-culturais e a valorização dos recursos imobiliários das duas cidades.

“O exemplo mais óbvio é o Lincoln Center. Desde 1956, um bilhão de dólares de novas construções foram investidos na área da Lincoln Square. A arrecadação de impostos baseada em valores imobiliários cresceu significativamente no bairro e provavelmente crescerá ainda mais devido aos condomínios de luxo e edifícios de escritórios que estão sendo construídos atualmente. O número de pessoas que reside e visita a área trouxe ao bairro não somente novos restaurantes, supermercados e lojas, mas também bancos e corporações com grandes investimentos” (NOVA IORQUE, 1974, p. 8, tradução nossa)<sup>55</sup>.

A importância histórica dessas publicações reside no fato de que elas inauguram o processo de oficialização – no caso, nas esferas estadual e municipal – da maneira de pensar que está na base da perspectiva turístico-cultural de renovação urbana: atividades e instituições ligadas às artes e cultura podem desempenhar papel estratégico na retomada da vitalidade econômica de uma determinada área ou cidade.

Poucos anos depois, o governo federal norte-americano também passa a incorporar e promover essa maneira de pensar. Como mencionado no tópico anterior, em 1977, a Agência Nacional de Financiamento das Artes (*National Endowment for Arts*) lança o primeiro estudo de caso com financiamento federal sobre o impacto das instituições artístico-

---

<sup>55</sup> “The most obvious example is Lincoln Center. Since 1956 \$1 billion of new construction has been undertaken in the Lincoln Square area. Real estate tax assessments in the neighborhood have increased substantially and are likely to go even higher as a result of the luxury apartment and office buildings that are currently under construction. The number of people who now reside in and visit the area has brought to the neighborhood not only new restaurants, supermarkets, and shops, but high tax-yield banks and corporations” as well (NOVA IORQUE, 1974, p. 8).

culturais no desenvolvimento econômico das cidades, tomando Baltimore como recorte empírico. O principal objetivo do estudo era construir um modelo matemático capaz de mensurar as relações existentes entre artes, atividades culturais e ambiente econômico, com o propósito de aplicá-lo posteriormente em outras cidades norte-americanas (ESTADOS UNIDOS, 1977a, p. i).

Ao longo da publicação “Impactos econômicos das instituições artísticas e culturais: um modelo para avaliação e um caso de estudo em Baltimore” (*Economic impacts of arts and cultural institutions: a model for assessment and a case study in Baltimore*, 1977a), os argumentos levantados são muito próximos daqueles apontados pelos estudos estaduais e municipais de 1973-1975. Variáveis como bens e serviços adquiridos pelas instituições, salários pagos aos funcionários, renda familiar disponível dos mesmos, tamanho das audiências e gastos em ingressos, número total de visitantes de fora da cidade, além do patrimônio financeiros e imobiliário das organizações, são todas computadas no modelo matemático para, então, referendar as conclusões do estudo: instituições artístico-culturais possuem um importante impacto no volume de negócios locais, na arrecadação de impostos e, sobretudo, nos índices de emprego e renda da população, “embora não seja possível afirmar se esse impacto é maior ou menor do que o de outros setores econômicos” (ESTADOS UNIDOS, 1977a, p. 24). A publicação também argumenta, como as anteriores, que essas instituições são importantes na atratividade da cidade enquanto lugar para trabalhar, viver e investir:

“Questões de qualidade de vida parecem ser mais importantes para as firmas que empregam pessoal altamente treinado, bem pago e móvel, tipicamente com formação avançada e para firmas nas quais a alta gerência terá de se realocar. Sedes de corporações e regionais, firmas de pesquisa e desenvolvimento e equipamentos governamentais não são tão dependentes em considerações tradicionais para escolha de sua localização, e considerando que recrutam e mantêm pessoal altamente qualificado e móvel, estabelecem ênfase em questões de qualidade de vida por causa da maior necessidade de preocupação com a satisfação de seus empregados (...). (...) Amenidades artísticas e culturais são apenas um dos elementos da ‘fábrica comunitária total’ que inclui oportunidades de recreação, escolas, bairros...” (ESTADOS UNIDOS, 1977a, p. 23, tradução nossa)<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> “Quality of life issues appear to be more important to firms that employ highly trained, salaried, and mobile personnel, typically with advanced degrees and to firms where top management will have to relocate. Corporate and regional headquarters, research and development firms, and government facilities are not as dependent on traditional site location considerations and, since they must recruit and retain skilled and mobile personnel, place more emphasis on quality of life issues because of the greater need for concern over employee satisfaction. Similar considerations also hold for single-owner firms. (...). Artistic and cultural amenities are but one element of the total community fabric that includes factors such as recreational opportunities, schools, neighborhoods...” (ESTADOS UNIDOS, 1977a, p. 23).

Apesar do tom bem mais moderado quando comparado com os estudos anteriores, essa publicação é extremamente significativa porque marca o início dessa perspectiva no âmbito do governo federal norte-americano. A partir desse primeiro passo, toda uma série de esforços vai ser efetivada com o intuito de ampliar essa forma de compreensão e, sobretudo, de compartilhá-la através de diferentes redes institucionais. Nesse sentido, ainda no ano de 1977, a Agência Nacional de Financiamento das Artes promove um congresso sobre o tema, reunindo acadêmicos, burocratas, políticos e, inclusive, representantes do governo do Canadá e da Inglaterra. Em uma de suas falas, o presidente da agência relembrou o papel dos estudos de impacto econômico:

“Por exemplo, fatos e gráficos sobre as artes como uma grande indústria nacional parecem mostrar a sua importância para as pessoas de um jeito convincente e especial. Ao demonstrar como as artes são pontos focais para a atividade econômica, tornam elas mais visíveis e relacionadas ao cotidiano da comunidade. (...). Estudos de impacto econômico são um elemento interessante, valioso, mas essencialmente limitado no conjunto de informação necessário para defesa das artes e para decisões políticas sólidas” (CWI, 1978, p. 37, tradução nossa)<sup>57</sup>.

Entre 1977 e 1981, a Agência financia a realização de estudos de impacto baseados no mesmo modelo matemático de Baltimore em seis cidades de cinco estados diferentes dos EUA: Columbus (Ohio), Minneapolis (Minnesota), St. Louis (Missouri), Salt Lake City (Utah), San Antônio (Texas) e Springfield (Missouri). A publicação final reunia “cinco anos de exame do papel econômico das instituições artísticas e culturais nas comunidades urbanas”, com o objetivo final de promover “o uso apropriado dos dados de impacto da cultura na formulação de políticas e no planejamento do desenvolvimento econômico” (ESTADOS UNIDOS, 1981, p. 9).

Para além dos argumentos gerais apresentados, muito próximos dos encontrados nas publicações anteriores, o texto de 1981 incorporava os resultados de uma série de entrevistas realizadas com os responsáveis pelas instituições analisadas. É extremamente significativo o modo unânime como os entrevistados justificam a importância dos estudos de impacto como “provas do retorno econômico” advindo do financiamento público e privado das artes e da cultura, servindo como uma ferramenta indispensável para o “despertar de consciência”

---

<sup>57</sup> “For example, facts and figures about arts as major national industry seem to bring their importance to people in a special and convincing way. In showing how the arts are focal points for economic activity, they become more visible and related to the everyday life of the community. (...). Economic impact statements are one interesting, 'valuable, but essentially limited element in the information needed for arts advocacy and for sound policy decisions” (CWI, 1978, p. 37).

e convencimento de fundações, investidores privados, governos e mesmo da comunidade (ESTADOS UNIDOS, 1981, p. 11).

Ainda mais significativa é a autopromoção da publicação enquanto um compilado de “dados de interesse para praticantes de projetos de desenvolvimento econômico em centros urbanos” (ESTADOS UNIDOS, 1981, p. 11). Em mais de uma passagem, o documento afirma que as atividades culturais e artísticas são indispensáveis para as áreas centrais renovadas por conta da sua capacidade de atração não só de turistas, mas também de milhares de residentes dos subúrbios. Segundo ele, essas atividades “ajudam a estimular os mercados de outros negócios da cidade e a criar um ambiente urbano atrativo para residentes e visitantes” (ESTADOS UNIDOS, 1981, p. 11).

“Por si mesmas, atividades culturais podem ser apenas modestamente importantes enquanto geradoras de atividade econômica dentro de uma região metropolitana. Contudo, elas podem ter consideravelmente mais importância para objetivos específicos do local. Esses objetivos podem não ser expressos em termos de crescimento dos benefícios econômicos para a região, mas estarem voltados para a distribuição de atividades econômicas e investimentos que assegure a revitalização de lugares dentro da região. Esses objetivos de revitalização podem ser expressos em termo de produtos (...), mas também em termos de dimensões atitudinais e de satisfação que são consideradas importantes para indução de comportamentos favoráveis ao processo de revitalização comunitária” (ESTADOS UNIDOS, 1981, p. 27, tradução nossa) <sup>58</sup>.

Dessa forma, a publicação de 1981 foi ainda mais contundente no sentido de ratificar a centralidade que o setor turístico-cultural poderia assumir dentro dos objetivos de planejamento e desenvolvimento urbano das cidades norte-americanas.

Mais ou menos no mesmo período, outras publicações no âmbito do governo federal também vão assumir uma postura mais categórica nessa direção. Em 1979, o Conselho Consultivo para Preservação Histórica do Congresso (*Congress Advisory Council on Historic Preservation*) publica uma peça publicitária listando os inúmeros benefícios econômicos e sociais da reabilitação de áreas históricas (ESTADOS UNIDOS, 1979). No ano seguinte, o Serviço de Recreação e Conservação do Patrimônio (*Heritage Conservation and Recreation Service*), vinculado ao Departamento de Interior, publica dois volumes sobre

---

<sup>58</sup> “In their own right, cultural activities may be only modestly important as generators of business activity within an SMSA. However, they may have considerably more importance for place-specific objectives. These objectives may not be expressed in terms of increasing net economic benefits to the region, but devoted instead to improving the distribution of economic activities and investments to assure the revitalization of places within the region. These revitalization objectives may be expressed in terms of outcomes (...), as well as in terms of the attitudinal and satisfaction dimensions that are thought to induce behaviors relevant to the process of community revitalization” (ESTADOS UNIDOS, 1981, p. 27).

projetos de revitalização de frentes d'água com foco em recreação e preservação histórica. O argumento geral da publicação vai no sentido de ressaltar a importância desses projetos para as comunidades e para o desenvolvimento econômico urbano (ESTADOS UNIDOS, 1980b). O texto ainda elogia a criação de uma força tarefa reunindo diversas agências federais, o Grupo de Ação para Frentes D'água Urbanas (*Urban Waterfront Action Group*), cuja missão seria “fortalecer a coordenação e cooperação federal nas atividades de revitalização de frentes d'água urbanas” e “promover a atenção das agências federais para necessidades e oportunidades na área” (ESTADOS UNIDOS, 1980b, n.p).

Outro marco extremamente importante no processo de oficialização da perspectiva turístico-cultural no âmbito da política de renovação foi uma audiência promovida pela Câmara dos Representantes dos Estados Unidos, em 1977, com o intuito de debater o programa “Cidades habitáveis” (*Livable Cities*), da Agência Nacional de Financiamento das Artes. Durante dois dias, os deputados do Comitê sobre Bancos, Finanças e Questões Urbanas (*Committee on Banking, Finance and Urban Affairs*) ouviram os relatos de membros da Agência e, principalmente, de coordenadores de projetos beneficiados pelo programa. Em linhas gerais, o programa fornecia modesto apoio financeiro para projetos artístico-culturais voltados para a melhoria do ambiente urbano, sobretudo, ações de renovação urbana.

Ao longo das sessões, chama a atenção o fato de que boa parte dos deputados tem dificuldade em assumir que atividades turístico-culturais poderiam render tantos benefícios e de forma duradoura. Ainda assim os depoimentos e respostas dos convidados são extremamente unânimes, apresentando argumentos muito próximos aos das publicações e estudos de 1973 a 1981: atividades de preservação histórica, reabilitação de edifícios e bairros, e renovação urbana com viés artístico-cultural são cruciais para a criação de uma “cidade habitável”, pois geram inúmeros benefícios econômicos, sociais e ambientais (ESTADOS UNIDOS, 1977b). Alguns dos depoimentos são tão significativos nesse sentido que a reprodução de alguns trechos aqui se faz necessária.

Um dos depoimentos foi dado por Edmund Bacon, ex-diretor de planejamento da cidade de Filadélfia, no qual reflete sobre o papel das artes no planejamento urbano:

“Uma cidade habitável é, na verdade, o resultado do conceito dos artistas. Eu dependia inteiramente dos artistas para criarem uma nova visão que iria gerar atividade econômica. (...). O artista criativo precisa receber espaço para desenvolver conceitos a partir dos quais



se produzirá a forma básica da cidade do futuro” (BACON apud ESTADOS UNIDOS, 1977b, p. 17, tradução nossa)<sup>59</sup>.

De certa forma, o depoimento de Edmund Bacon profetiza o papel que as artes e a cultura viriam a assumir nas políticas urbanas ao longo das décadas de 1980 e 1990. De maneira muito semelhante, o depoimento da diretora do Conselho de Artes e Cultura da cidade de Galveston (Texas), Emily Whiteside, traz uma notável reflexão sobre as novas relações entre artes, cultura, economia e cidade:

“Na história das cidades americanas, a cultura tem seguido a afluência econômica assim como aconteceu em Galveston na virada do século. Nos anos recentes, nós temos visto a reversão dessa tendência, na medida em que as artes, com pouco dinheiro, têm estimulado confiança e atividade econômica. Artistas que se tornaram preservacionistas são os novos urbanistas. Eles querem e precisam do espaço abandonado e barato que a cidade ainda tem a oferecer. Sua visão pode, mais uma vez, ajudar a criar uma cidade mais habitável - um espaço que brinda os olhos, satisfaz os sentidos e preenche a alma” (WHITESIDE apud ESTADOS UNIDOS, 1977b, p. 155, tradução nossa)<sup>60</sup>.

A audiência configura um emblema do processo de oficialização do modelo turístico-cultural de renovação urbana, pois demonstra uma clara mudança na agenda da política urbana nos EUA. Por mais dificuldade que os deputados participantes tivessem em aceitar a novidade daquelas propostas, o fato é que ali já não estava mais se discutindo nos termos da perspectiva que havia sido hegemônica até então, a social-habitacional. Agora, os representantes da política norte-americana se encontravam diante de outro raciocínio, que abandonava temas como habitação pública e assistência social, para apontar as artes, a cultura e o turismo como solução para os problemas urbanos do país.

A nova fórmula apresentada era simples: ao invés de “desperdiçar” milhões de dólares em complexos habitacionais ou programas comunitários, o Estado aplicaria os recursos disponíveis na requalificação da infraestrutura turístico-cultural de centros e portos e estimularia a iniciativa privada a executar seus próprios projetos imobiliários na área. Tornando-a novamente atraente para visitantes e moradores, fomentar-se-ia toda uma rede

---

<sup>59</sup> “A livable city is actually is the result of the artists concept. I depended entirely on the artists to give the new vision which would generate economic activity. (...). The creative artist must be given the elbow room to develop the concepts from which will evolve the basic form of the city of the future” (BACON apud ESTADOS UNIDOS, 1977b, p. 17).

<sup>60</sup> “In the history of American cities, culture has followed economic affluence as it did in Galveston at the turn of the century. In recent years, we have seen a reversal of that trend as the arts, with precious little money, have stimulated new hope and economic activity. Artists who have become preservationists are the new urbanists. They want and need the abandoned, inexpensive space the city still has to offer. Their vision can once again help to make a more livable city—a place that cheers the eye, satisfies the senses and replenishes the soul” (WHITESIDE apud ESTADOS UNIDOS, 1977b, p. 155).

de negócios vinculados, o que beneficiaria toda a cidade, por conta da geração de empregos e aumento na arrecadação de impostos (COWAN, 2016).

Dos anos 1970 para 1980, esse raciocínio vai sair do campo da Agência Nacional de Financiamento das Artes e dos órgãos federais de preservação do patrimônio para ocupar o espaço privilegiado das comissões dos poderes Legislativo e Executivo estadunidenses, determinando cada vez mais a forma como a política nacional de renovação urbana seria pensada e executada a partir de então.

Do ponto de vista estritamente legal, apesar de ter sido iniciada ainda na administração de Richard Nixon (1969-1974), a abertura para o modelo turístico-cultural vai se confirmar no governo de Ronald Reagan (1981-1989), a partir de emendas feitas no âmbito das leis federais de habitação.

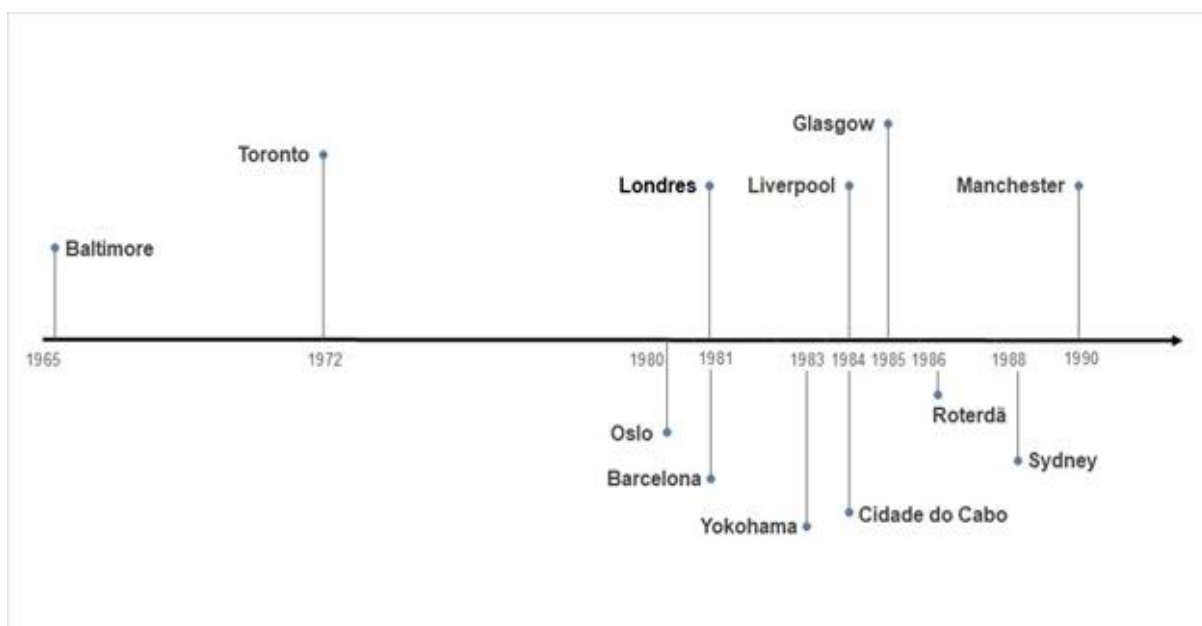
Ainda no primeiro ano de seu governo, em 1981, Reagan redesenha leis e programas da década de 1970 com o intuito de transferir a responsabilidade da burocracia ligada aos recursos federais para estados e municípios, além de dar maior liberdade para a iniciativa privada na execução dos mesmos. Através das emendas, Reagan também extingue uma série de pré-requisitos que existiam até então com relação à participação comunitária e prestação de serviços sociais, liberando a legislação para que desenvolvedores privados utilizassem os recursos federais em projetos de interesse majoritariamente econômico (CONWAY, 1983, p. 493). Isso permitiu que os chamados “pacotes de recursos federais” fossem destinados para projetos de renovação voltados para o desenvolvimento econômico de centros e portos com foco na construção de condomínios de luxo, arranha-céus para escritórios e grandes atrações turístico-culturais.

Desse modo, ainda que a ratificação da perspectiva turístico-cultural não tenha se dado de forma explícita na legislação de 1981, o contexto histórico apresentado evidencia que para além do aspecto jurídico, havia uma transição efetiva para um novo modo de compreensão a respeito da questão urbana por parte dos quadros político-administrativos norte-americanos. Ao longo desse processo, houve um deslocamento das formas oficiais de pensamento e ação dedicadas ao espaço urbano, que passaram de uma imagem pautada na moradia, no trabalho e na produção industrial para uma imagem pautada no turismo, no lazer e no consumo artístico-cultural. O que durante os anos 1950 parecia impensável, nos anos 1980 vai se tornar uma racionalidade oficial, cada vez mais naturalizada.

Apenas a título de exemplo, um survey feito em 65 cidades dos EUA com mais de 250 mil habitantes descobriu que 71 centros de arte ou museus foram construídos ou substancialmente expandidos entre 1985 e 2005 (STROM, 2002, p. 3). Assim como estádios e centros de convenções, os aquários também fizeram parte da nova geração de projetos de redesenvolvimento urbano. Segundo Cowan (2016, p.151), em meados dos anos 1980, mais de 30 cidades americanas estavam planejando ou construindo aquários em seus centros. Houve uma espécie de febre de construção/reabilitação de equipamentos turístico-culturais nesse período.

O impacto desse fenômeno será enorme considerada a posição central ocupada pelos Estados Unidos na arena global. Pouco a pouco, essa nova forma de pensar as políticas urbanas vai se disseminar pelo mundo (ver gráfico 2), pautando as agendas de diferentes instituições governamentais, conglomerados econômicos, universidades, etc.

**Gráfico 2 – Linha do tempo com projetos de renovação turístico-cultural de zonas portuárias no mundo nas décadas de 1970 e 1980**



Fonte: Elaboração do autor.

## 2.4 Barcelona, um ícone internacional

A experiência norte-americana que culmina na formação e posterior oficialização do modelo turístico-cultural enquanto eixo da política nacional de renovação urbana nos anos 1960 e 1970, vai ter influência direta sobre os debates e as opções políticas que outros países - sobretudo, os europeus - irão promover nas décadas de 1980 e 1990 (BIANCHINI, 1993). Provavelmente por conta das afinidades entre os governos de Ronald Reagan e Margaret Thatcher, o Reino Unido foi o primeiro país europeu a adotar a perspectiva recém-criada pelos estadunidenses, implementando um modelo de política urbana integralmente voltada para a promoção de desenvolvimento econômico local através de grandes projetos da iniciativa privada. Já no ano de 1981, a zona portuária de Londres vai vivenciar a execução de um dos maiores projetos de renovação urbana do mundo, Docklands, complexo de arranha-céus totalmente concebido, coordenado e financiado pela iniciativa privada (EDWARDS, 1992, p. xii). Poucos anos depois, o exemplo norte-americano também vai se espalhar para outros países do continente, levando antigas cidades industriais e portuárias como Rotterdam, na Holanda, e Bilbao, na Espanha, a adotar grandes projetos urbanos de cunho artístico-cultural como eixo de suas políticas de redesenvolvimento – praticamente nos mesmos moldes do que fora feito uma década antes em Baltimore, Nova Iorque e São Francisco (BIANCHINI, 1993, p. 5).

“Lideranças urbanas na Europa ocidental, assim como seus companheiros norte-americanos haviam feito nos anos 1970, estimularam o desenvolvimento de políticas culturais com o intuito de melhorar a reputação de suas cidades, auxiliar a regeneração física dos centros urbanos, expandir o turismo e outras indústrias de serviço emergentes, além de ajudar a gerar consenso local em um período de mudanças sociais e econômicas” (BIANCHINI, 1993, p. 208, tradução nossa) <sup>61</sup>.

Por mais que no caso europeu os contextos e formas de implementação do novo modelo tenham sido extremamente diversos (SMITH; FERRARI, 2012), o fato é que a fórmula que combina cultura e renovação urbana definitivamente foi importada da experiência estadunidense dos anos 1960 e 1970. Em linhas gerais, ela chega e se dissemina pela Europa através de ações de cooperação intergovernamental e pela atuação de agências

---

<sup>61</sup> “Urban leaders in western Europe, as many of their counterparts in the USA had done in the 1970’s, encouraged the development of cultural policies to enhance the reputation of their cities, assist the physical regeneration of city centres, boost tourism and other ‘sunrise’ service industries and help generate local consensus at a time of economic and social change” (BIANCHINI, 1993, p. 208).

interestatais que, em última medida, acabam conformando redes de criação e transmissão de conhecimento, responsáveis pela manutenção de um tráfego transoceânico de modelos em políticas públicas (BIANCHINI, 1993; GONZÁLEZ, 2010). Ao que tudo indica, foram as próprias organizações norte-americanas que iniciaram o processo de disseminação da nova visão pelo continente europeu, realizando conferências e encontros em cidades europeias com o intuito de mostrar para as lideranças europeias como elas poderiam “aprender com a experiência estadunidense e começar a explorar efetivamente o potencial de seus recursos culturais para conduzir projetos de regeneração urbana” (BIANCHINI, 1993, p. 1). Não obstante, muito rapidamente as próprias organizações europeias também assumiram essa missão:

“... alguns planejadores e políticos começaram a olhar para o outro lado do Atlântico. Pois em fins dos anos 1970, segundo a sonora mensagem que vinha dessas bandas, as cidades norte-americanas haviam encontrado uma fórmula mágica. Numa típica reunião anglo-americana de alto nível, o inglês sisudo projetaria slides, mostrando a árida desolação da Liverpool intra-urbana; já os exuberantes norte-americanos viriam com fotos de um vibrante centro comercial de Boston, cheio de vida, cor e excitação” (HALL, 1995, p. 412).

No Reino Unido, a Associação para as Artes Britânica e Americana (*British and American Arts Association*) realizou uma importante conferência sobre o tema na cidade de Glasgow no fim de 1988, lançando uma respectiva publicação em 1989, “Artes e a cidade em transformação: uma agenda para a regeneração urbana” (*Arts and the changing city: an agenda for urban regeneration*). O documento, de caráter explicitamente panfletário, afirma que a iniciativa nasceu do interesse britânico nas histórias de sucesso de regeneração de cidades nos EUA e que seu principal objetivo é construir redes de cooperação entre líderes britânicos e norte-americanos para promoção do papel das artes nas políticas de renovação urbana<sup>62</sup> (BRITISH AND AMERICAN ARTS ASSOCIATION, 1989, p. 9).

“As artes chegam aonde outros setores não conseguem: esse fato aparece repetidas vezes ao longo deste livro. Mas elas também podem desempenhar uma parte importante na economia local. (...). As indústrias culturais são um setor econômico em crescimento (...) elas permitem que uma comunidade engaje em atividades que reforçam sua identidade e que fazem sentido economicamente: são comercialmente viáveis, ajudam a criar empregos e oferecem treinamento profissional” (BRITISH AND AMERICAN ARTS ASSOCIATION, 1989, p. 10, tradução nossa).<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Alguns anos mais tarde, esse papel passa a ser desempenhado pelo próprio governo britânico através das ações do Departamento para Cultura, Mídia e Esportes (*Department for Digital, Culture, Media & Sport*). Durante a administração Tony Blair, o ministério promoveu uma das mais importantes campanhas – com repercussão internacional - em prol das chamadas “indústrias da criatividade” (ALVES, 2011).

<sup>63</sup> “The arts reach where other sectors cannot: this fact emerges again and again in this book. But they can also play an importante part in the local economy. (...) Culture industries are a growing sector of the economy (...)

Já no continente europeu, um dos núcleos mais importantes dessa rede foi a Comissão Europeia, órgão executivo da União Europeia. Na virada da década de 1980 para 1990, a Comissão também patrocinou a realização de conferências e encontros com os mesmos objetivos daqueles realizados pelos norte-americanos e britânicos (BIANCHINI, 1993, p. 1). A partir dos anos 2000, essa função passa a ser desempenhada pela Organização das Nações Unidas, sobretudo, pela entidade para Educação, a Ciência e a Cultura, a UNESCO. Através de uma agenda que propõe a aliança entre cultura e desenvolvimento, a UNESCO vai desempenhar papel central na propagação do modelo turístico-cultural de renovação pela Europa e outros continentes (ALVES, 2010) <sup>64</sup>. Em resumo, essas organizações atuaram como um ambiente socioinstitucional fortemente empenhado na circulação de ideias e modelos para políticas públicas, contribuindo com a consagração/disseminação internacional da perspectiva turístico-cultural forjada no âmbito da política urbana norte-americana.

Ainda assim é importante reforçar que, no caso europeu, as motivações políticas e as formas de realização desse novo modelo foram bem mais diversas do que nos EUA, tendo sido influenciadas pela história, política e geografia local e regional de cada cidade e país. Muitas vezes, o contexto político de sua implementação correspondeu ao oposto do norte-americano, sendo marcado por tendências de democratização e fortalecimento de movimentos culturais e sociais, além de agendas que envolviam a melhoria do elemento público da cidade e até mesmo a extensão do estado de bem-estar social (SMITH; FERRARI, 2012, pp. 203-216). Um dos casos mais emblemáticos na experiência europeia foi o caso da cidade de Barcelona, na Espanha, cujas áreas centrais e zona portuária passaram por processos de reestruturação dos anos 1980 até os anos 2000.

Se Baltimore foi o ícone da fase turístico-cultural de renovação urbana nos EUA, Barcelona exerceu a mesma posição enquanto modelo de sucesso na Europa e, posteriormente, no mundo todo (GONZÁLEZ, 2010). Os diferentes projetos de intervenção realizados pela cidade ao longo de três décadas e, principalmente, a capacidade de articular

---

they allow a community to engage in activities that enhance its identity and they make sound economic sense: they are commercially viable, they help create Jobs, and they provide skills training” (BRITISH AND AMERICAN ARTS ASSOCIATION, 1989, p. 10).

<sup>64</sup> O último tópico do capítulo abordará o papel central desempenhado pelas instituições do sistema ONU na propagação dessa nova visão de política urbana e, logo, na manutenção dessa rede de criação e transmissão de conhecimentos em matéria de políticas públicas.

esses projetos com a realização dos Jogos Olímpicos de Verão de 1992, fizeram com que a cidade se tornasse um ícone internacional em matéria de utilização bem-sucedida dos setores da cultura, entretenimento e turismo como instrumentos de renovação de regiões centrais e portuárias. Apesar do paralelo histórico existente entre Baltimore e Barcelona, o contexto e os meios de realização envolvidos no caso da cidade catalã foram bem diferentes. Ainda que tenha vivenciado os mesmos processos de desindustrialização e obsolescência portuária que acometeram a cidade norte-americana, Barcelona apresentava uma série de especificidades históricas, geográficas e político-culturais que influenciaram diretamente no percurso dos projetos de renovação urbana da antiga zona portuária, iniciados em 1981.

Em primeiro lugar, ainda que Barcelona seja uma cidade à beira do mar mediterrâneo, durante muitas décadas seu crescimento e reorganização urbana se deram a expensas da sua conexão com o mar, de modo que a zona portuária acabou se configurando como uma espécie de zona limítrofe que separava a cidade do oceano (MEYER, 1999, pp. 121-139). Além disso, a configuração geográfica do porto fez com que ele se tornasse precocemente obsoleto no que diz respeito ao transporte de grandes cargas, mesmo antes da virada tecnológica dos contêineres (MEYER, 1999, pp. 121-139). Segundo, o processo desenfreado de metropolização da cidade, sem nenhum planejamento, tornava imperativo que os diferentes bairros, regiões centrais e porto fossem mais bem integrados do ponto de vista da infraestrutura (MEYER, 1999, pp. 147). Por fim e o mais importante, as quatro décadas de ditadura franquista foram marcadas pela proibição de qualquer atividade pública e/ou cultural nos espaços da cidade, o que teve impacto direto na configuração urbana de Barcelona (MEYER, 1999, pp. 147). Como consequência, quando o novo governo local decide iniciar o projeto de renovação urbana da antiga zona portuária e das regiões centrais no início dos anos 1980, todos esses fatores foram levados em conta.

Todo o processo se inicia em 1979, durante o processo de redemocratização da Espanha, quando um novo governo socialista assume a prefeitura de Barcelona. A plataforma da nova administração propunha a reconstrução da cidade através de fortes ideais cívicos e da participação direta das associações de bairro no redesenho da política urbana (DEGEN; GARCIA, 2012, p. 4). Na visão dos socialistas, as correções sociais e econômicas que precisavam ser feitas em uma cidade cada vez mais desigual passavam pela melhoria das condições de vida no âmbito da esfera pública, por meio da criação de serviços e espaços públicos de alta qualidade (DEGEN; GARCIA, 2012, p. 5). Por outro lado, tanto a nova

gestão quanto os grupos que a sustentavam, entendiam que a arquitetura e o urbanismo eram parte essencial do projeto de refortalecimento da cultura catalã, reprimida ao longo da ditadura de Franco (MEYER, 1999, p. 148). Dessa forma, as primeiras etapas do processo de renovação urbana de Barcelona vão ser profundamente marcadas pelo propósito de requalificar o espaço público e de reativar as suas funções sociais e culturais (algo muito distante do que fora feito nos EUA).

Nesse sentido, entre 1981 e 1987, parte da zona portuária vai ser completamente reestruturada através de um projeto que combinava o ideal de um novo espaço público, uma solução para a infraestrutura de transportes e a utilização de prédios da área para propósitos culturais e recreativos. Encabeçado pela prefeitura da cidade, o projeto batizado como “*Moll de la Fusta*” (figura 14) envolveu a remodelação de toda a estrutura viária da região, que foi realocada para um nível inferior da orla, separado dos pedestres. Assim, foi possível construir, no nível superior, um longo passeio público com vista para o mar e cercado por pequenos edifícios que foram adaptados para funcionarem como bares (MAGRINYA; MAZA, 2012, p. 71). A reestruturação finalmente reconectou a cidade com a zona portuária e com o oceano e criou um novo espaço público, com opções culturais, voltado para o usufruto dos barceloneses.

Em 1986, a escolha de Barcelona para sediar as Olimpíadas de Verão de 1992 vai dar maior fôlego para os planos de renovação urbana da zona portuária e dos bairros centrais da cidade. Antes de qualquer coisa, a escolha como sede das Olimpíadas foi importante para garantir os recursos financeiros e o apoio político necessários para ampliar o processo que havia sido iniciado em 1981 (DEGEN; GARCIA, 2012, p. 6). Nesse contexto, dois novos projetos de renovação foram realizados entre 1988 e 1992.

O primeiro, “*Moll de la Barceloneta*” (figura 15), envolveu a reestruturação do cais de Barceloneta por meio da demolição de antigos armazéns e da construção de mais um passeio público, cuja função era criar um espaço aberto conectando a rua à praia (MAGRINYA; MAZA, 2012, p. 72). Além do passeio, o projeto também incorporou um único armazém que não foi demolido para ser readaptado para instalação de restaurantes, escritórios, secretarias de governo e do Museu de História da Catalunha. A nova área logo foi incorporada pelos barceloneses como espaço para recreação, como uso de skates, bicicletas, dentre outros, bem como pela prefeitura para a realização de eventos oficiais (MAGRINYA; MAZA, 2012, p. 72). Já o segundo projeto, “*Poble Nou*” (figura 16), tinha



relação direta com os preparativos para os Jogos Olímpicos. Foram construídas “superquadras” no bairro central de *Ensanche* para funcionarem, primeiro, como uma Vila Olímpica e, terminados os jogos, como um conjunto de apartamentos e escritórios. Além disso, as superquadras foram integradas à paisagem da praia através de uma nova avenida.

Em síntese, essa primeira fase do processo de renovação urbana das regiões centrais e portuárias de Barcelona, entre 1981 e 1992, foi marcada pela tentativa de reintegrar as partes “velhas” da cidade, o porto e a frente d’água com o dia a dia dos barceloneses e da nova metrópole, combinando propósitos cívicos, culturais e econômicos (MEYER, 1999, pp. 178-179). Através de projetos individuais com escala relativamente reduzida, a prefeitura procurou redesenhar as áreas públicas da zona portuária de Barcelona de modo a criar condições para que a região recuperasse sua vitalidade social, cultural e econômica e, assim, incorporasse os bairros adjacentes nessa nova dinâmica de progresso. Como sugere Meyer (1999, pp. 178-179), o domínio público da infraestrutura foi combinado ao domínio social dos parques e dos equipamentos culturais e recreativos, transformando uma beira-mar abandonada em um atrativo para moradores e turistas.

**Figura 14 – *Moll de la Fusta***



Fonte: LA VANGUARDIA, 2019.

**Figura 15 – Moll de la Barceloneta**



Fonte: BARCELONA.CAT, 2019.

**Figura 16 – Villa olímpica del Poblenou**



Fonte: BARCELONACHECKIN, 2019.

Na segunda metade dos anos 1990, as características que marcaram a política urbana de Barcelona até então vão, pouco a pouco, sendo deixadas de lado em favor de uma perspectiva que prioriza o aspecto econômico e comercial dos projetos de renovação urbana e que entrega à iniciativa privada a tarefa de realizar os mesmos. Para Degen e Garcia (2012, p. 7), o relaxamento e desorganização da estrutura político-administrativa municipal voltada para as questões urbanas e o interesse e interferência cada vez maior de atores privados culminaram nessa virada no processo de renovação da cidade. Existem evidências de que essa fase do processo foi influenciada pelas ideias e perspectivas de consultores norte-americanos que trabalharam junto ao governo municipal catalão<sup>65</sup>.

Dessa forma, nessa segunda fase que perdura a segunda metade dos anos 1990 e 2000, as “indústrias criativas”, o turismo e o entretenimento passam a desempenhar uma função proeminente nas políticas urbanas da cidade, com o setor privado desempenhando papel central no financiamento de projetos de renovação com viés artístico-cultural.

O maior símbolo desse período foi o projeto *Moll d’Espanya/Maremagnum* (figura 17), construído entre 1994 e 1996 sob a tutela da Autoridade Portuária de Barcelona. O complexo, localizado em um dos píeres da zona portuária, reunia nada menos do que 120 lojas e restaurantes, um aquário, uma cadeia de cinema, uma tela 3D IMAX e uma estação naval (MAGRINYA; MAZA, 2012, p. 73). Apesar de ser parte menor do projeto, a estação naval permitia que o estabelecimento fosse classificado como instalação marítima e que permanecesse aberto 24 horas. Assim, muitas lojas foram adaptadas para funcionarem como discotecas, o que transformou o *Maremagnum* em um dos principais destinos turísticos noturnos de Barcelona. Outro projeto efetivado nessa mesma época foi o *Moll de Barcelona/World Trade Center* (figura 18), um complexo comercial construído entre 1998 e 2000 por uma rede hoteleira internacional que possuía, em 2012, outras 130 franquias do tipo ao redor do mundo (MAGRINYA; MAZA, 2012, p. 75). No âmbito do projeto, o chamado “cais de Barcelona” foi reestruturado para a edificação do centro de escritórios e salas de convenção, ocupando uma área de 40.000 m<sup>2</sup> sem nenhum acesso público.

Nesse sentido, a segunda fase da política de renovação urbana de Barcelona representa o declínio de uma perspectiva que combinava espaço público, cidadania e cultura

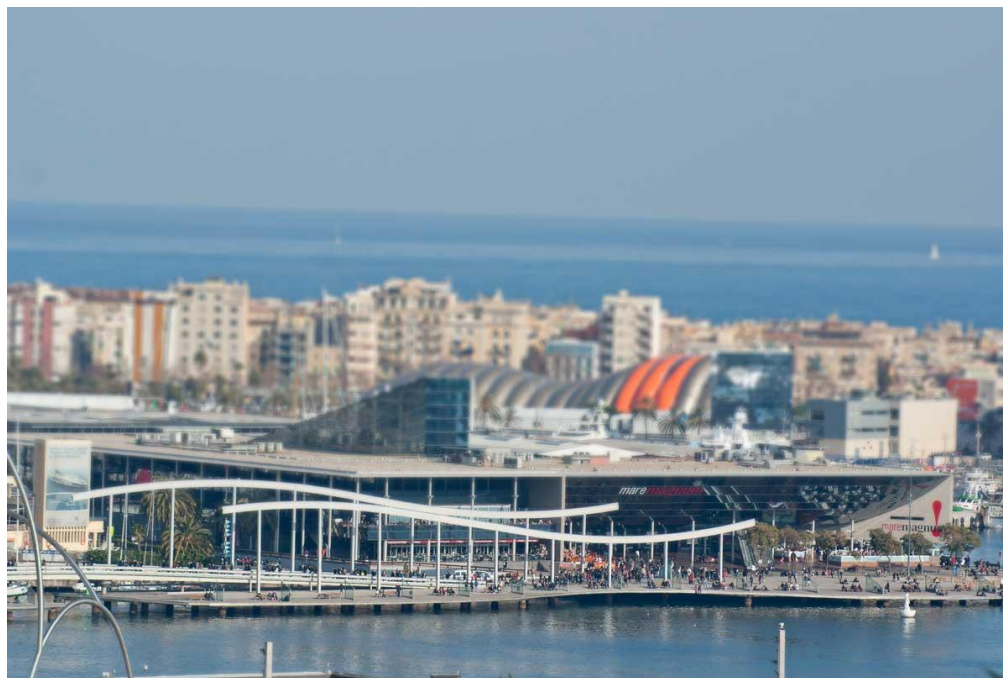
---

<sup>65</sup> Destaque para Michael Porter com sua empresa de consultoria “*Competitiveness Clusters*”. Porter foi o principal responsável pela disseminação do chamado “pensamento estratégico” no âmbito do poder público estadunidense durante a era Reagan (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 99).



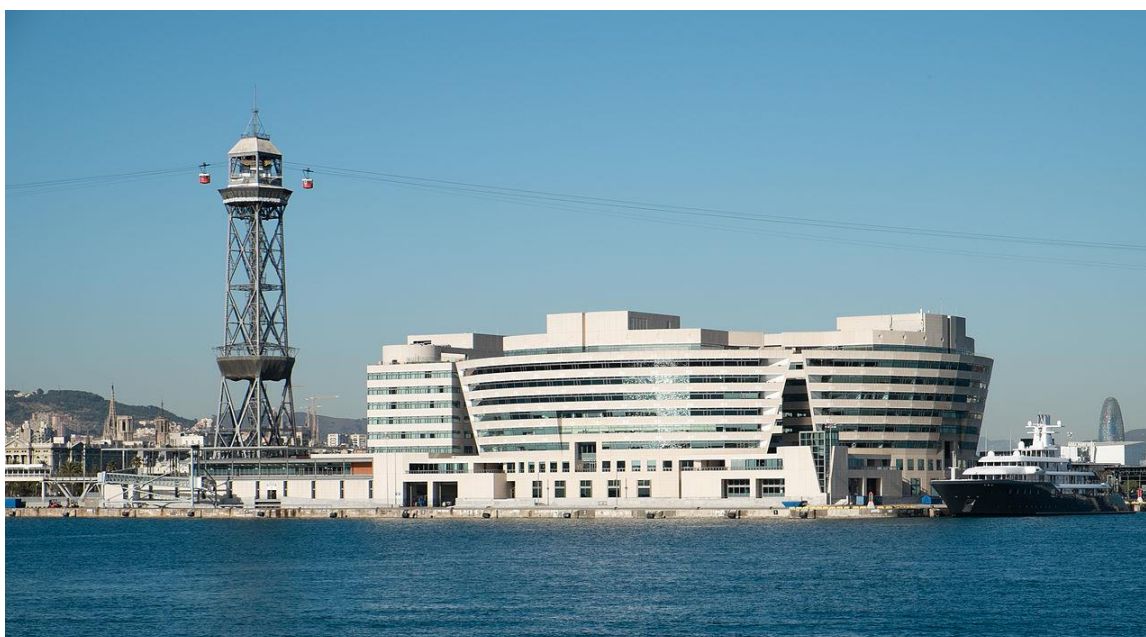
e a ascensão de outra que propõe a cidade enquanto centro de consumo e lazer, voltado para as demandas do “turista espectador-consumidor”.

**Figura 17 - Moll d’Espanya/Maremagnum**



Fonte: WEEKMEN MAGAZINE, 2019.

**Figura 18 - Moll de Barcelona/World Trade Center**



Fonte: WIKIPEDIA, 2019b.

A experiência de Barcelona, principalmente no que diz respeito ao uso bem sucedido de um megaevento esportivo como catalisador de projetos de renovação urbana, foi sistematicamente referendada pelas principais redes globais de discussão e construção de políticas públicas para cidades, como a Eurocities, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, o Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos e o Banco Mundial (GONZÁLEZ, 2010, p. 1399). Nesses ambientes institucionais, a ideia de que é importante partir de “estudos baseados em evidências” e de experiências já consolidadas favoreceu a consagração de Barcelona como modelo a ser seguido/replicado pelas demais cidades.

“De um lado, é praticamente total o comprometimento de agências de cooperação e instituições multilaterais em sua difusão e de seus conceitos básicos, de que são exemplos recentes: a) a publicação de alentado volume sobre a experiência de Barcelona, pela Oficina Regional para América Latina e Caribe do Programa de Gestão Urbana, constituído e financiado pela Agência Habitat das Nações Unidas, PNUD e Banco Mundial; b) a encomenda, feita pela Agência Habitat das Nações Unidas, para que Jordi Borja e Manuel Castells produzissem um documento de análise e propostas especialmente para a Conferência Habitat II. De outro lado, impressiona o número crescente de cidades que, no Brasil, e na América Latina em geral, vêm contratando os serviços de consultoria dos catalães e de seus discípulos, ou utilizando seus ensinamentos” (VAINER, 2000a, p. 77).

É preciso ter em conta que a consagração da experiência de Barcelona como um modelo internacional não se deu espontaneamente, mas foi fruto de um intenso trabalho de políticos e acadêmicos catalães no sentido de divulgar e exportar as perspectivas e programas urbanísticos que haviam sido implementados na cidade como um caso de sucesso a ser seguido, contribuindo assim para a própria renovação da imagem e da posição de Barcelona na Europa e no mundo (VAINER, 2000a).

Como destacado por Carlos Vainer, esse trabalho de divulgação foi feito, por um lado, através de publicações e conferências - com destaque para aquelas capitaneadas por organismos internacionais - que transformaram a experiência de Barcelona em um ensinamento universal, apresentando um conjunto de diretrizes que deveria ser seguido por qualquer cidade do mundo que quisesse ser bem-sucedida (VAINER, 2000a, p. 77). Esses mesmos atores assumiram uma posição ativa na conformação de redes de intercâmbio de ideias e modelos em políticas públicas, como na criação do Centro Ibero-americano de Desarrollo Estratégico Urbano em 1993, cuja missão se resume a difundir o modelo e

metodologia urbana de Barcelona para as cidades latino-americanas (GONZÁLEZ, 2010, p. 1409).

Por outro lado, esse grupo também vem atuando através da empresa de consultoria *Tecnologies Urbanes de Barcelona SA* (TUBSA), composta por um quadro de especialistas diretamente responsáveis pelos planos de reurbanização adotados, bem como por doze empresas públicas e privadas da cidade que oferecem sua expertise em uma série de serviços urbanos, como geoprocessamento ou engenharia de tráfego (SILVESTRE, 2012, p. 19). Ao longo do tempo, a empresa prestou serviços de consultoria para inúmeras cidades latino-americanas, como Santiago, Bogotá, São Paulo e Rio de Janeiro.

Um dos principais nomes por trás da divulgação internacional do “modelo Barcelona” é o professor de urbanismo Jordi Borja. Borja integrou o governo socialista que esteve à frente da prefeitura nas décadas de 1980 e 1990, tendo exercido cargos de secretário nas áreas de urbanismo, descentralização administrativa e relações internacionais. Nos últimos 25 anos, Borja tem atuado como professor de diferentes universidades na Espanha e no exterior, além de liderar duas empresas de consultoria na área.

Para González, Barcelona tem aproveitado dessa posição estratégica para exportar muito mais do que um modelo de planejamento urbano, ampliando sua influência política e econômica sobre outras cidades e países, sobretudo, os latino-americanos (GONZÁLEZ, 2010, p. 1411).

Em estudo sobre visitantes que vão até a cidade catalã especificamente para aprender sobre os projetos de renovação - o que a autora denomina como “turismo de políticas públicas” -, González estima que uma média de 270 grupos desse tipo visitaram a cidade catalã por ano, entre 2001 e 2008. O que dá uma média de uma delegação estrangeira na cidade para cada dia útil do ano (GONZÁLEZ, 2010, p. 1404). Segundo a autora, esses grupos eram em grande parte originários da própria Europa, América Latina e Leste Asiático (GONZÁLEZ, 2010, p. 1404). Tratam-se de arquitetos, planejadores urbanos, empresários e prefeitos interessados nos mais diversos temas, como organização de megaeventos, desenvolvimento econômico, parcerias público-privadas, etc.

“Por um lado, milhares de profissionais da área de planejamento visitam essas duas cidades (Barcelona e Bilbao) para aprender a partir de seus projetos de renovação, o que sugere que existe um consenso transnacional no ‘que deve ser feito’ em termos de política urbana. Por outro lado, a mensagem não é uniforme e passa por mutações ao longo do processo de

circulação, o que não reflete a tese de uma convergência global unidirecional” (GONZÁLEZ, 2010, tradução nossa, p. 1411).<sup>66</sup>

Para este trabalho, o mais importante é perceber que a proeminência de Barcelona dentro do circuito internacional de debate e exportação/importação de políticas urbanas sugere que a experiência da cidade catalã representa a sacramentação do modelo turístico-cultural de renovação urbana, configurando-se como um “caso de sucesso” de repercussão global que vai levar essa nova visão para as mais diferentes partes do mundo (GONZÁLEZ, 2010). Não por acaso, toda a matriz de planejamento e intervenção utilizada no projeto do Porto Maravilha no Rio de Janeiro foi inspirada na experiência catalã. Obviamente, Barcelona não foi a única cidade responsável pela divulgação internacional desse modelo de política urbana. Mas certamente foi um dos ícones mais importantes de todo esse processo.

Por mais que o contexto político e histórico que dá início ao processo de renovação na cidade e que os próprios projetos dos anos 1980 fossem extremamente diferentes dos congêneres norte-americanos, o fato é que Barcelona ficou mundialmente conhecida pela aplicação de um receituário muito semelhante: a realização de eventos esportivos e de entretenimento e a efetivação de intervenções na infraestrutura turístico-cultural da cidade como um meio de recuperar o desenvolvimento econômico local.

Isso fica ainda mais evidente nos achados da pesquisa de González. Os elementos mais populares dos projetos de Bilbao e Barcelona para os turistas de políticas públicas e para as redes de difusão de conhecimento são justamente aqueles “identificados pela literatura como parte de uma tendência de urbanismo neoliberal”: autoridades locais e sua função empreendedora; semiprivatização de instituições públicas para torná-las mais similares e colaborativas com o setor privado; marketing e publicidade voltados para as paisagens das cidades; dentre outros. “Questões sociais e de política social, apesar de serem importantes em ambas as cidades – e aparecerem nos documentos oficiais e de publicidade – são muito pouco abordadas” (GONZÁLEZ, 2010, p. 1413, tradução nossa)<sup>67</sup>.

---

<sup>66</sup> “On the one hand, thousands of professionals from the planning sphere visit these two cities to learn from their regeneration, which might suggest that there is a general transnational consensus on ‘what should be done’ in terms of urban policy. On the other hand, as we have seen, the message is not uniform and undergoes mutations in the very same process of circulation, which would not fit in with the idea of global unidirectional convergence” (GONZÁLEZ, 2010, p. 1411).

<sup>67</sup> “... this research suggests that the most popular elements of the Bilbao and Barcelona regeneration processes for urban policy tourists visiting the cities and within the international diffusion circuits are those with a strong neo-liberal flavour. Social issues and social policy, despite being important elements in both cities—and appearing in most marketing and oficial documents—had a very low profile in the research I conducted” (GONZÁLEZ, 2010, p. 1413).

Ou seja, independentemente de todas as nuances de um longo processo de renovação, a imagem de Barcelona que se espalha e influencia os demais países é uma versão estereotipada que tem contribuído decisivamente para a consolidação do modelo turístico-cultural como um modo de compreensão sobre a cidade cada vez mais global.

## **2.5 A agenda transnacional de políticas turístico-culturais para as cidades**

Como pontuado por González a respeito dos turistas de políticas públicas, parece haver um consenso internacional bastante enraizado no âmbito das políticas turístico-culturais de renovação e desenvolvimento urbano. Há algumas décadas, os mesmos tipos de intervenção e as mesmas cidades-modelo atraem a atenção de milhares de políticos, planejadores, arquitetos e empresários de diferentes países.

É importante mencionar, como será melhor detalhado no tópico 2.6, que desde o seu período de gestação nos anos 1960 até os dias atuais, o modelo turístico-cultural de renovação urbana tem sofrido inúmeras críticas por parte de especialistas, acadêmicos e ativistas que questionam tanto a sua eficácia enquanto instrumento de desenvolvimento econômico quanto a magnitude dos seus efeitos sociais colaterais, que parecem superar os benefícios produzidos (WEICHER, 1972; JONAS; WILSON, 1999). Ainda assim, esse modelo continua sendo reiterado e difundido como uma peça-chave da agenda internacional para cidades e políticas urbanas, o que viabiliza a sua consolidação como uma racionalidade político-administrativa cada vez mais generalizada e naturalizada.

Nesse cenário, a Organização das Nações Unidas (ONU) tem desempenhado um papel crucial ao atuar sistematicamente como um dos principais fiadores do modelo no âmbito das redes transnacionais de circulação de ideias e referências para políticas públicas. Desde o fim da década de 1980, as entidades do sistema, com destaque para a UNESCO, têm o divulgado e defendido como parte de um repertório discursivo mais amplo que procura conciliar cultura e desenvolvimento (ALVES, 2011). Através de todo um conjunto de orientações técnicas e normativas para elaboração, execução e avaliação de políticas, programas de capacitação profissional, projetos de campo, fundos de assistência financeira e, sobretudo, convenções que criam compromissos jurídicos entre os países signatários, a ONU contribui de forma decisiva para a consagração internacional do modelo turístico-



cultural e, sobretudo, para o seu enraizamento na pauta de governos nacionais, regionais e locais pelo mundo todo (ALVES, 2010; ALVES, 2011).

Segundo Alves (2011), a tentativa de conciliação entre os conceitos de cultura e desenvolvimento no âmbito do repertório discursivo da ONU foi iniciada na década de 1980 como um esforço das elites intelectuais nacionais e transnacionais no sentido de criar uma malha conceitual - e, posteriormente, jurídica - capaz de dar conta dos processos sociais contemporâneos de expansão da produção e do consumo simbólico-cultural e, principalmente, de oferecer soluções ou medidas que pudessem dirimir as muitas tensões e antagonismos envolvidos (ALVES, 2011, p. 190). Por um lado, havia uma enorme preocupação com relação à ameaça de homogeneização cultural advinda da intensa expansão da produção norte-americana por diferentes territórios. Por outro lado, também havia o reconhecimento de que indivíduos e grupos detinham o direito tanto de conservar a sua própria cultura, como de transformá-la, podendo, assim, reivindicar acesso aos diversos meios de produção e fruição cultural existentes.

Dessa forma, boa parte do trabalho jurídico-intelectual esteve concentrado no propósito de alinhar os objetivos de desenvolvimento material e combate às desigualdades sociais através da geração de emprego e renda promovida por meio da cultura enquanto setor econômico, com o imperativo ético e político de proteção e promoção da diversidade cultural e dos direitos culturais dos povos (ALVES, 2011, p. 241).

Dentro desse processo de dilatação do binômio cultura-desenvolvimento, o modelo turístico-cultural de renovação e desenvolvimento urbano vai encontrar um ambiente discursivo e institucional extremamente propício para a sua reprodução. Ainda que as entidades do sistema ONU possuam um quadro de técnicos e consultores extremamente heterogêneo, sensível aos problemas que vêm sendo denunciados há décadas por acadêmicos e ativistas, e que sua visão de desenvolvimento urbano seja extremamente abrangente, salta aos olhos o modo sistemático e continuado pelo qual elas recomendaram - e ainda recomendam - o modelo turístico-cultural.

Como ficará claro nos próximos parágrafos, a perspectiva que aparece em repetidas publicações e normativas da ONU é inequívoca, sendo extremamente parecida com a que foi desenvolvida nos EUA ainda na década de 1970.

A partir de 1996, no âmbito do Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos (UN-Habitat), a ONU passa a defender o imperativo de que as cidades precisavam

se preparar para enfrentar os novos desafios do mundo globalizado, ressaltando a importância de que os governos locais estimulassem a competitividade e produtividade através de políticas de inovação, conectividade e flexibilidade institucional (BORJA; CASTELLS, 1997). Tomando o modelo de Barcelona como referência, na ocasião, a ONU aponta para o caráter estratégico de projetos urbanos de larga-escala e dos setores do entretenimento e do turismo como ferramentas para alavancar a posição das cidades em um contexto de competição (BORJA; CASTELLS, 1997). Esse posicionamento representa um dos pontos de inflexão que levaram o organismo internacional a divulgar e defender o modelo turístico-cultural de renovação urbana.

Alguns anos mais tarde, em 2004, a UNESCO instituiu a rede de cooperação “Cidades Criativas”, fórum através do qual diferentes cidades do mundo se reuniram com o intuito de compartilhar ideias e experiências que pavimentariam a consolidação da cultura e da criatividade como os principais vetores do desenvolvimento urbano local (UNESCO, 2004, p. 1). A rede, que conta atualmente com 180 cidades de 72 países diferentes, realiza encontros anuais, planos de ação, pesquisas, estudos de caso, dentre outras atividades, com o objetivo final de “promover as indústrias culturais e da criatividade, fortalecer a participação cidadã na vida cultural e integrar a cultura nos planos de desenvolvimento urbano” (UNESCO, 2016a, p. 006). Como contrapartida à sua entrada, cada cidade-membro se compromete a compartilhar suas melhores práticas, construir parcerias com as demais cidades e, principalmente, “posicionar as indústrias culturais e da criatividade no centro de seus planos de desenvolvimento local” (UNESCO, 2016a, p. 006). De acordo com o comunicado “Redes de Cidades Criativas” (*Creative Cities Network/Réseau Des Villes Créatives*), publicado pela UNESCO em 2016, a cultura e a criatividade cumprem um papel decisivo na conquista do desenvolvimento urbano sustentável:

“Elas contribuem com a diversificação da economia e com a geração de empregos, enquanto também promovem a qualidade de vida dos cidadãos ao contribuir com a fábrica social da cidade e sua diversidade cultural, além de ajudarem a definir as identidades compartilhadas. Similarmente, ao promover a participação cultural e ao gerar ou revitalizar espaços públicos vivos, a criatividade também se torna um vetor de inclusão e de bem-estar. As cidades estão no centro desses processos de desenvolvimento baseados no potencial da cultura e da criatividade” (UNESCO, 2016a, p. 006, tradução nossa).<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> “They contribute to diversifying the economy and generating jobs while also enhancing the quality of life of citizens by contributing to a city's social fabric and cultural diversity, and helping to define shared identities. Similarly, by boosting cultural participation and by generating or reviving public living spaces, creativity also becomes a driver of inclusion and well-being. Cities are at the heart of these development processes based on the potential of culture and creativity” (UNESCO, 2016a, p. 006).

Em 2011, o relatório do diretor-geral da UNESCO intitulado “*Cultura e desenvolvimento*” corroborou essa perspectiva, ao definir a cultura como um princípio transversal dos objetivos de desenvolvimento e como um vetor de desenvolvimento “por direito próprio” (UNESCO, 2011, p. 4).

Mais recentemente, à medida que o repertório discursivo do sistema ONU se desloca para o conceito de “desenvolvimento sustentável”, essa tendência tem sido reforçada pelo fato de que a cultura e a criatividade passaram a ser apresentadas como uma alternativa para uma forma mais abrangente e inclusiva de desenvolvimento. No relatório de 2014, intitulado “*Cultura e desenvolvimento sustentável*”, o diretor-geral da UNESCO afirmou que a Assembleia Geral “reconhece as contribuições da cultura tanto como facilitadora quanto como promotora das dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável” (UNESCO, 2014, p. 4). No documento, após a apresentação de dezenas de motivos pelos quais a cultura deveria ser reconhecida como uma alternativa estratégica para o desenvolvimento econômico e a erradicação da pobreza, o diretor-geral afirmou que:

“O patrimônio cultural e as indústrias criativas deveriam formar um recurso estratégico para o desenvolvimento local, e promovendo a regeneração de centros históricos e a conservação e o reuso adaptativo dos recursos do seu patrimônio cultural, poderiam melhorar as condições de vida das áreas urbanas” (UNESCO, 2014, p. 17, tradução nossa).<sup>69</sup>

Em 2016, o relatório da UNESCO intitulado “*Cultura, Futuro das Cidades*” (*Culture, Urban Future*) – publicado no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável -, defendeu a importância da cultura em todos os níveis do desenvolvimento urbano: i) como um recurso-chave na medida em que constitui um setor econômico relevante; ii) um meio de atrair cidadãos e visitantes interessados em aproveitar a riqueza cultural da cidade; iii) um atrativo para investimentos de instituições públicas e privadas; iv) além de uma forma de socializar os valores artísticos incorporados nas tradições da cidade e ajudar a definir a sua identidade (UNESCO, 2016b, p. 19).

“Nenhuma cidade pode ser bem sucedida sem essa dimensão cultural, e isso se tornará mais aparente no futuro, quando a demanda por bens e serviços culturais se expandir,

---

<sup>69</sup> “Cultural heritage and cultural and creative industries should form a strategic asset for local development, and promoting the regeneration of historic downtowns and the conservation and adaptative reuse of their cultural heritage assets can improve the liveability of urban areas...” (UNESCO, 2014, p. 17).

particularmente nas economias emergentes” (UNESCO, 2016b, p. 19, tradução nossa)<sup>70</sup>. Ao fim, o relatório convoca as autoridades nacionais e locais a redesenharem suas políticas públicas a partir desse novo entendimento de que a cultura pode e deve atuar como importante fonte de desenvolvimento econômico e social local.

“A cultura está no centro da renovação urbana e inovação. Esse relatório apresenta insights e evidências concretas mostrando o poder da cultura como um recurso estratégico para a criação de cidades mais inclusivas, criativas e sustentáveis. Criatividade e diversidade cultural são os vetores centrais do sucesso urbano. (...). Essa reflexão tem sido a base do trabalho da UNESCO nas últimas décadas, notavelmente através do desenvolvimento de programas como a Rede de Cidades Criativas, as iniciativas das Cidades Inteligentes e a proteção de paisagens urbanas históricas. Essa visão recebeu nova energia com o reconhecimento do papel da cultura enquanto facilitadora do desenvolvimento sustentável, e como uma das condições-chave para atingir o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável nº11 ‘Tornar as cidades e assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis’” (UNESCO, 2016b, p. 5, tradução nossa).<sup>71</sup>

Assim, na medida em que se constituem como fóruns internacionais de formulação e debate sobre políticas públicas nas mais diversas áreas, a UNESCO e demais entidades do sistema ONU, ao defenderem reiteradamente o caráter estratégico da cultura enquanto propulsor do desenvolvimento econômico e urbano, contribuíram com a legitimação e propagação internacional do modelo turístico-cultural. Em última instância, ele passa a compor um código mais amplo, a partir do qual algumas ideias são vistas como legítimas, possíveis e, logo, executáveis, enquanto outras são descartadas e esquecidas (GONZÁLEZ, 2010, p. 1415).

Além do mais, como argumenta Alves (2011, p. 209), o repertório discursivo da UNESCO e do sistema ONU, formado a partir da conciliação entre cultura e desenvolvimento, configura uma nova formação discursiva, que como tal instaura um novo sistema de práticas acompanhado de novos recursos de poder. Dessa forma, enquanto parte desse repertório, o modelo turístico-cultural também passa a ser incorporado como uma

---

<sup>70</sup> “No city today can do without this cultural dimension, and this will become more apparent in the future, when the demand for cultural services and products expand, particularly in emerging economies” (UNESCO, 2016b, p. 19).

<sup>71</sup> “Culture lies at the heart of urban renewal and innovation. This report provides a wealth of insights and concrete evidence showing the power of culture as a strategic asset for creating cities that are more inclusive, creative and sustainable. Creativity and cultural diversity have been the key drivers of urban success. (...). This reflection has been at the core of UNESCO’s work over the last decades, notably through the development of programmes such as the Creative Cities Network, the Learning and Smart Cities initiatives and the protection of historic urban landscapes. This vision has received new energy with the explicit recognition of the role of culture as an enabler of sustainable development, and as one of the key conditions to achieve Sustainable Development Goal 11 to ‘Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable’” (UNESCO, 2016b, p. 5).

referência naturalizada de ações e práticas de governança, financiamento, orientação e normatização, seja dos próprios organismos internacionais, seja de governos nacionais ou locais. Em suma, o sistema ONU atua como um dos mais importantes núcleos da complexa rede socioinstitucional através da qual essa nova visão de política urbana se efetiva e se dissemina.

\* \* \*

A atuação dessa rede de formulação e propagação de ideias e modelos em políticas públicas, liderada por organismos internacionais como a ONU, o Banco Mundial ou a União Europeia - mas dinamicamente sustentada por acadêmicos, consultores, servidores públicos, políticos e empresários em diversos países –, foi imprescindível para a consolidação dessa nova forma de pensar as relações entre as cidades, a cultura e o entretenimento-turismo. E como observado por Lima Júnior, esses novos modelos na área de política urbana e econômica, ratificados com o selo de organismos internacionais, são antes de tudo representações sociais que alcançaram “realidade objetiva, sendo incorporadas em estudos, planos, novos arranjos e espaços institucionais, intervenções físicas, enfim, elementos objetivos que contribuem para consolidar uma determinada visão do mundo social” (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 148).

Na perspectiva de Bourdieu e Wacquant, trata-se da circulação planetária de ideias e modelos que surgem em meio às particularidades da sociedade e do Estado norte-americano e que, por meio de congressos, livros e informes, acabam sendo disseminados como critérios “sem história”, aparentemente universais (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, p. 209). “Lugares comuns” que são sistematicamente divulgados e reiterados por canais supostamente neutros, como os organismos internacionais, conformando uma espécie de senso comum universal, que desenraiza as particularidades daquela sociedade e a transforma em um modelo tácito (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, p. 211).

“... o remodelamento das relações sociais e das práticas culturais nas sociedades avançadas segundo o padrão norte-americano... é hoje aceito com resignação como desdobramento inevitável das evoluções nacionais, quando não é celebrado com um entusiasmo manso que lembra o entusiasmo pelos Estados Unidos suscitado, há meio século, pelo plano Marshall em uma Europa devastada” (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, p. 211) <sup>72</sup>.

---

<sup>72</sup> “el remodelamiento de las relaciones sociales y de las prácticas culturales en las sociedades avanzadas conforme al patrón norteamericano (...) es aceptado hoy con resignación como el desenlace inevitable de las evoluciones nacionales, cuando no es celebrado con un entusiasmo borreguil que recuerda extrañamente el

As pesquisas desenvolvidas por Alves (2011) e Yúdice (2013) apontam para o esforço contínuo da mesma rede de atores no sentido de disseminar um programa tanto econômico quanto sociopolítico, sintetizado na retórica da “economia cultural” e das “indústrias criativas”, que tem como cerne a defesa do caráter estratégico da arte e da cultura seja como uma alternativa para estimular o crescimento econômico e o desenvolvimento urbano, seja como um instrumento para melhoria das condições sociais através da promoção da cidadania cultural e dos direitos culturais.

“A arte se dobrou inteiramente a um conceito expandido de cultura que pode resolver problemas, inclusive o de criação de empregos. Seu objetivo é auxiliar na redução das despesas e, ao mesmo tempo, ajudar a manter o nível da intervenção estatal para a estabilidade do capitalismo. Uma vez que todos os atores da esfera cultural se prenderam a essa estratégia, a cultura não é mais experimentada, valorizada ou compreendida enquanto transcendente. E enquanto for esse o caso, os apelos à cultura não estarão mais ligados a essa estratégia” (YÚDICE, 2013, p. 29).

Ou seja, trata-se de um processo de internacionalização de uma nova semântica que altera o próprio conceito de cultura e, conseqüentemente, de como são entendidas as suas relações seja com a cidade, seja com a economia. Com base nessa nova semântica, a cultura é percebida cada vez menos como uma prática ligada a aspectos sublimes e transcendentais do humano e cada vez mais como um recurso a ser instrumentalizado com vistas a razões econômicas e/ou sociais (YÚDICE, 2013). Como ironicamente ressaltado por Yúdice, os administradores globais “descobriram” a cultura como um instrumento capaz de contribuir simultaneamente para o fortalecimento da sociedade civil, para o desenvolvimento político e econômico dos estados-nacionais e até mesmo para a conservação da biodiversidade do planeta (YÚDICE, 2013). Contudo a contrapartida dessa operação quimérica é que as instituições governamentais e privadas recorrem cada vez mais à medida da utilidade como única forma de legitimação de projetos, intervenções ou investimentos em matéria de cultura. “‘A cultura pela cultura’, seja lá o que isso represente, nunca receberá fomentos a não ser que possa oferecer uma forma indireta de retorno” (YÚDICE, 2013, p. 33).

“O setor das artes e da cultura alega que pode resolver os problemas dos Estados Unidos: melhorar a educação, abrandar a rixa racial, ajudar a reverter a deterioração urbana através do turismo cultural, criar empregos, diminuir a criminalidade, e talvez até tirar algum lucro. Essa reorientação das artes está sendo realizada por seus administradores. Assim como nos casos clássicos da governamentalidade em que há total subordinação dos técnicos aos

---

entusiasmo por Estados Unidos que había suscitado, hace medio siglo, el plan Marshall en una Europa devastada” (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, p. 211).

administradores (...), os artistas estão sendo levados a gerenciar o social” (YÚDICE, 2013, p. 30)

Não é coincidência que essa perspectiva tenha sido formulada justamente em um período de redução drástica do papel do Estado nos EUA, com queda acentuada no volume de recursos públicos distribuídos para as áreas ditas sociais. Nesse contexto, os ideólogos do neoliberalismo defendiam que a sociedade civil, junto ao mercado, deveria assumir a responsabilidade por essas áreas no lugar do Estado. Posteriormente, o mesmo programa político-econômico seria imposto a outros países por instituições financeiras como o Banco Mundial ou o Fundo Monetário Internacional enquanto condição para recebimento de empréstimos.

Eis que a cultura é apresentada, não por esses ideólogos, mas pelos próprios administradores de instituições culturais, movimentos da sociedade civil e acadêmicos, como uma alternativa capaz de prover assistência social e qualidade de vida em compensação à retirada do Estado (YÚDICE, 2013, p. 415).

Ora, a disseminação global dessa nova compreensão da cultura, enquanto parte de um “senso comum universal” como sugerido por Bourdieu e Wacquant, veicula tacitamente uma filosofia do indivíduo e da organização social ligada à experiência norte-americana (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, p. 211), que muitos autores têm designado como uma visão neoliberal de mundo. Enquanto esquema de compreensão da realidade, essa visão é caracterizada primordialmente por decifrar os comportamentos e as relações sociais apenas em termos econômicos, elevando princípios do universo do mercado e da administração de empresas à condição de referências absolutas seja das ações individuais e coletivas, seja das instituições e organizações como um todo (FOUCAULT, 2008).

“... a força da representação liberal e suas políticas competitivas advêm do peso da dominação econômica que ela legitima. Racionalizada na forma da teoria econômica, sobretudo da neoclássica..., a representação liberal se afirma devido à sua correspondência com o processo de expansão geográfica da forma mercantil de produção de valor. (...). A grande força propulsora que levou o neoliberalismo ao mundo inteiro (...) foi a existência daquilo que chamei de um casamento virtuoso, ou, pelo menos, vitorioso, entre essas ideias e o movimento real do capitalismo na direção de uma desregulação crescente e de uma globalização econômica de natureza financeira” (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 239).

Segundo Yúdice, não se trata de condenar esse processo como uma espécie de profanação da cultura, mas de percebê-lo como a consolidação de uma nova maneira de entender e praticar a cultura, estreitamente vinculada a uma visão neoliberal de mundo

(YÚDICE, 2013, p. 53). Assim, dentro dessa visão, se por um lado a cultura é ressemantizada enquanto um recurso a ser gerenciado racional e estrategicamente, um ativo com potencial para contribuir com o desenvolvimento econômico, político e social de uma cidade ou país, do outro lado, a cidade é investida de novo significado, passando a ser entendida como um ator econômico que precisa se posicionar em um mercado global competitivo, planejando-se e instrumentalizando-se para tal.

## **2.6 Críticas ao modelo turístico-cultural de renovação urbana**

Como dito, ainda no seu período de formulação nos anos 1960 e 1970, o modelo turístico-cultural de renovação urbana sofreu inúmeras críticas de especialistas, acadêmicos e ativistas da sociedade civil que, por um lado, questionavam a sua eficácia enquanto instrumento de desenvolvimento econômico e, por outro, denunciavam os graves danos colaterais provocados em setores como moradia e meio ambiente (WEICHER, 1972).

Ao longo das décadas seguintes, à medida que o modelo se disseminava e era executado em diferentes cidades ao redor do mundo, essas críticas não só não cessaram, como se fortaleceram em quantidade e qualidade. Os argumentos são os mais variados, indo desde a demonstração de um sem número de projetos em que a dinâmica econômica criada não se tornou autossustentável até reflexões mais complexas a respeito dos perigos da comodificação de paisagens urbanas e culturas locais.

Uma das vozes mais importantes nesse debate é a socióloga norte-americana Sharon Zukin, que tem analisado processos de revitalização em centros urbanos desde a década de 1980. Através do conceito de “paisagens pós-modernas”, Zukin procura dar conta do processo de reestruturação das paisagens urbanas em um contexto marcado pela “globalização do investimento e da produção”, pela “abstração contínua do valor cultural em relação ao trabalho material” e pela “extração do significado social a partir consumo e não mais da produção” (ZUKIN, 2000b, p.82).

O diagnóstico desenvolvido pela autora é de que esse processo de reestruturação consiste basicamente na dissolução de identidades e solidariedades espaciais tradicionais e na sua reintegração através de “novas formas de apropriação” que têm como cerne o consumo, principalmente o de caráter visual. Seja pela espetacularização e pelo entretenimento, seja pelo consumo artístico-cultural, essas paisagens estariam sendo



reinventadas enquanto “imagens mercadoria”, objetos de consumo visual que deverão ser comercializados e oferecidos para parte da população.

“... desde a reestruturação econômica que teve início por volta de 1973, a inversão do sentido da paisagem e do vernacular criou uma experiência de pós-modernidade em quase todas as cidades modernas. No sentido material, esse processo está articulado à recentralização do investimento global nas grandes cidades e à acumulação de capital nas economias dominadas pelo setor de serviços. No sentido simbólico ... ele depende da capacidade que o capitalista tem de impor múltiplas perspectivas à paisagem e vendê-las para o consumo visual. ” (ZUKIN, 2000b, p. 87)

A partir desse panorama, Zukin aponta para a existência de dois arquétipos de paisagens urbanas pós-modernas: os bairros enobrecidos de cidades antigas, como Nova Iorque, e os espaços ex-urbe em formato “Disney” das novas cidades, como Miami. Segundo a autora, os dois protótipos estariam sendo globalmente disseminados pelo mercado e por seus programas de reestruturação urbana extremamente semelhantes, marcando uma virada rumo à “paisagem de consumo” (ZUKIN, 2000b, p.101). Paisagem transformada em objeto de contemplação e estímulo visual, socializando desejos e fantasias que deverão ser supridos por meio do consumo. “Paisagem global de uma economia de serviços e informação... cada vez mais artificial, transformada em mercadoria e reproduzida” (ZUKIN, 2000a, p.111).

Autores latino-americanos como Daniel Hiernaux, Fernanda Sánchez, Heitor Frúgoli Jr., Victor Delgadillo, dentre outros, também têm investigado a expansão dos processos de revitalização e enobrecimento em seus países, sublinhando as diferenças encontradas frente à realidade descrita por norte-americanos e europeus.

Nesse sentido, Hiernaux & González analisaram o fenômeno de reestruturação turística dos centros históricos nas cidades latino-americanas. Segundo os autores, em um contexto de crise do “modelo urbano industrial”, o reinvestimento nos centros históricos surge como alternativa de desenvolvimento para tais cidades. Na maioria dos casos, o próprio Estado inicia um trabalho de reestruturação desses espaços, promovendo inversões no patrimônio arquitetônico e nos equipamentos públicos com vistas a estimular o uso cultural e turístico do espaço (HIERNAUX & GONZALEZ, 2014, p.60). Inspirados nas proposições de Scott Lash & John Urry, Hiernaux & Gonzalez (2014, p.61) argumentam que os governos locais desenvolvem toda uma “imagenharia turística” com o objetivo de reinventar os centros históricos enquanto destino, mobilizando uma série de recursos para transformá-los em “lugares míticos”, capazes de catalisar as “demandas por cultura, história e ambiente” dos chamados pós-turistas.

No Brasil, a pesquisadora Fernanda Sánchez tem analisado o tema a partir do que designa como “espetacularização do espaço”. Segundo a autora, ao longo das últimas décadas, as cidades passaram a gerir de forma mais sistemática e racionalizada sua imagem institucional, produzindo uma intensa combinação entre técnicas de comunicação, estratégias de marketing moderno, indústria do turismo e gestão da imagem urbana (SANCHEZ, 1993). A associação entre política urbana, marketing e turismo instaura um processo de reconstrução permanente da imagem da cidade, que passa a ser comercializada para “cidadãos consumidores” como uma experiência urbana diferenciada, como uma marca-produto. De forma análoga à Zukin, Sánchez sentencia que a própria cidade é, assim, reinventada enquanto uma mercadoria, buscando por espaço na vitrine de um mercado mundial de cidades extremamente competitivo (SÁNCHEZ, 2010, p.119).

Em resumo, os autores mencionados denunciam o modelo turístico-cultural de renovação urbana, sobretudo, enquanto um processo de comercialização da cidade, que passa a ser vendida como uma imagem-marca dentro de um mercado global de destinos.

\* \* \*

No capítulo seguinte, pretende-se destacar quais foram as condições de recepção do modelo turístico-cultural de política urbana no Brasil, mais especificamente na cidade do Rio de Janeiro. Em linhas gerais, demonstra-se que o trânsito internacional de ideias e modelos em políticas públicas, operado pelas redes de cooperação e influência descritas nas últimas páginas, foi de suma importância para a reprodução desse modelo por aqui. Aos poucos, o que se revela de fato são interdependências internacionais entre elites locais e nacionais de diferentes países (explicadas em parte pelas homologias existentes entre as posições ocupadas em seus respectivos espaços sociais), mas com características assimétricas e fronteiras mal definidas. Entretanto, toda a pesquisa que embasa o capítulo confirma que não é possível explicar a recepção dessas ideias sem contemplar a própria história da cidade, o contexto político-burocrático local ao longo de pelo menos 30 anos, bem como as motivações/trajetórias dos atores políticos e econômicos envolvidos. Ao fim, salta aos olhos o caráter não-linear e diverso das dinâmicas de interação entre processos locais e globais.

## **CAPÍTULO 3 - O PROJETO DE MODERNIZAÇÃO TURÍSTICA DA CIDADE DO RIO E O NOVO OLHAR SOBRE O PORTO**

A complexa rede de influência e cooperação voltada para a transferência de modelos e referenciais na área de políticas públicas, descrita no último capítulo, foi indispensável para que as políticas turístico-culturais de renovação urbana não só fossem conhecidas no Brasil, mas, sobretudo, efetivadas enquanto uma agenda de Estado.

Como será pontuado ao longo deste capítulo, fica patente nas trajetórias individuais de membros das elites políticas e econômicas locais, o papel central exercido pela formação educacional/profissional no exterior e pelas chamadas visitas técnicas no processo de incorporação desses modelos. Vale lembrar que muitas dessas ocasiões são proporcionadas pelo financiamento direto de governos estrangeiros. Nesse mesmo sentido, a constante presença – normalmente planejada – de consultores, acadêmicos e empresários estrangeiros nos círculos locais contribui em muito com esse processo. Foi assim que a Technologies Urbanes de Barcelona SA conquistou contratos em mais de seis países da América Latina. Por outro lado, é preciso olhar também para a atuação das filiais de multinacionais, repartições de organismos internacionais e os chamados “*think tanks*” que já estão no Brasil há muitas décadas.

Em suma, existe uma longa rede de interdependências funcionais que contribui diretamente para a incorporação desses modelos - que nada mais são do que formas de pensar a cidade - por parte daqueles que efetivamente disputam o comando tanto do campo político quanto do espaço social.

Ainda assim, a transferência planejada ou espontânea de modelos globais através das elites não explica completamente porque as políticas turístico-culturais de renovação urbana foram implementadas por diversas cidades brasileiras, especialmente em casos como o do Rio de Janeiro, no qual houve um uso repetitivo e sistemático desse tipo de intervenção. Como será argumentado neste capítulo, a mobilização das elites locais no sentido dessas políticas também faz parte de um contexto em que a exploração econômica do espaço urbano, do turismo e da cultura é instrumentalizada em favor dos projetos de ascensão ou hegemonia política de determinadas lideranças locais, regionais ou mesmo nacionais (FARIAS, 2011).

Dessa forma, é preciso atentar para as disputas locais pelo domínio dos campos político e burocrático, pois foi em meio ao contínuo trabalho político de proposição de diferentes projetos de cidade e sociedade por parte de facções das elites locais, que o modelo turístico-cultural de pensar/governar sobre o espaço urbano foi trazido à baila. Afinal, se na visão de mundo neoliberal que esses grupos passam a compartilhar, a cultura, o turismo e o espaço são vistos como ativos econômicos, de outro lado, esses ativos só fazem sentido enquanto parte de um projeto de desenvolvimento que, em última medida, serve como justificativa para a sua dominação.

Como mencionado anteriormente, não se trata de confundir as disputas pelo campo político e burocrático com a própria razão do Estado. O foco está posto principalmente nas visões de cidade e sociedade que acabam se tornando vitoriosas e que, a partir do momento que passam a ocupar o espaço do poder estatal municipal ao longo de décadas, acabam imprimindo marcas na racionalidade estatal. Nesse sentido, a expressão “razão de Estado” é aqui entendida como o conjunto de crenças sociais que, em um determinado período de tempo, ocupa a posição de repertório oficial da instituição que detém o monopólio da violência simbólica legítima. Assim, encontra-se consagrado como saber oficial, público e legítimo, sustentado pela força do coletivo e do consenso que o Estado representa/opera (BOURDIEU, 2010, p. 146).

Nesse sentido, será argumentado que no caso do Rio de Janeiro – assim como em outras cidades brasileiras e latino-americanas (vide Tabela 3) -, as políticas turístico-culturais de renovação urbana foram acionadas como parte de um esforço mais amplo das elites locais no sentido de alocar recursos materiais, humanos, jurídicos e simbólicos com o objetivo final de fomentar o que Farias designou como “modernização turística”: a saber, o ordenamento de paisagens e ambiências, bem como de suas singularidades geográficas, históricas e étnicas, com vistas à produção e o consumo do espaço através do turismo e do entretenimento (FARIAS, 2011, p. 145). Nesse processo, parte da cidade é remodelada sob a justificativa de que é preciso se reinserir na nova economia globalizada através da diferenciação/especialização em setores de vanguarda, no caso, o turismo.

**Tabela 3 – Lista de projetos de renovação urbana com viés turístico-cultural executados no Brasil (1990-2010)**

<b>Bairro</b>	<b>Cidade</b>	<b>Ano</b>
Centro/Lapa	Rio de Janeiro	1984-2005
Pelourinho/Centro	Salvador	1986-2000
Centro	São Luís	1987-1998
Porto/Centro	Belém	1991-2000
Centro	Fortaleza	1993-1999
Recife Antigo/Centro	Recife	1993-2000
Luz/Centro	São Paulo	1998-2007
Centro	Belo Horizonte	2000-2009
Centro	Vitória	2001-2005
Centro	Manaus	2002-2009
Centro	Ouro Preto	2006-2009
Centro	Curitiba	-
Cidade Alta	Natal	-

Fonte: Elaboração do autor, 2019.

Contudo, esse projeto de modernização turística não pode se dar à revelia dos agentes locais e das idiossincrasias históricas, culturais e sociais do lugar, pois são justamente eles que diferenciam aquela localidade das demais.

Trata-se de uma dinâmica que atravessa os planos global, nacional e local, envolvendo interações e trânsitos entre espaços de poder, mas também negociações, articulações e tensões no âmbito do contexto histórico-social do centro urbano em questão, conformando um complexo “encaixe de dimensões territoriais indefinidas” (FARIAS, 2011, p. 143).

### 3.1 Turismo e espaço urbano no Rio

Como argumentado, o papel central desempenhado pela esfera da cultura e do entretenimento-turismo nos processos de recriação e reestruturação do espaço físico e simbólico da região do Centro e do porto do Rio está diretamente vinculado aos diferentes projetos de modernização turística perpetrados pelas elites políticas e econômicas locais nas últimas décadas. Ainda assim, antes de se debruçar mais detidamente sobre esses projetos em específico, é necessário considerar a presença de longa data desse campo institucional na cidade e sua ligação com diferentes etapas de urbanização do Rio de Janeiro. Até certo ponto, essa relação histórica explica porque uma vocação supostamente natural do Rio para o turismo e para o entretenimento sempre foi acionada como justificativa para os diferentes projetos de redensolvimento urbano da zona portuária. Trata-se, por um lado, de uma imagem de urbe construída e compartilhada durante séculos e, por outro, de um protagonismo simbólico, político e econômico exercido pelos grupos ligados a esse setor dentro do campo de poder carioca.

“... descortinar tal processo de modernização turística, no qual se operam transformações nos espaços e nos modos de sua cognição e percepção... creio estar, em tal intrincamento de planos, posto numa escala espaço-temporal alongada, o nicho da força motriz que apreende parcelas da paisagem geográfica e cultural como um produto turístico carioca, no teor do qual a manifestação festiva da cultura popular e a matriz cultural do samba internam-se no lugar do entretenimento, no anverso da elaboração de uma imagem da ‘cidade maravilhosa’ e de Brasil, país tropical e cadinho telúrico de raças festivamente amalgamadas” (FARIAS, 2011, p. 147).

O início desse percurso histórico remonta à segunda metade do século XIX, período em que as elites locais, imbuídas da tarefa de implantação de uma civilização moderna no Brasil, iniciam um esforço sistemático no sentido de estimular e difundir a prática do turismo entre os seus pares. Nesse contexto, jornais e revistas realizaram uma espécie de campanha pedagógica, publicando reportagens que sagravam o turismo como um hábito moderno, capaz de combinar lazer e saúde. Os mesmos veículos “anunciavam os empreendimentos empresariais na área de comércio de viagens e hospedagens tanto como um marco quanto um feito de uma modernização redentora; seus artífices identificados a verdadeiros heróis civilizadores” (FARIAS, 2011, p. 149).

Naquele intervalo do século, a estrutura social e econômica da cidade se complexificou dada a sua função como centro comercial, político e tributário do Império e da Primeira República durante o ciclo do café, o que teve como contrapartida a expansão e

diferenciação das atividades comerciais e o florescimento do setor de serviços. Somado a isso, o porto do Rio se consolida como ponto de parada obrigatório da importante linha marítima Atlântico Norte-Pacífico, recebendo um número cada vez maior de estrangeiros (FARIAS, 2011, p. 151). Assim, década após década, assiste-se à inauguração de hotéis, novos estabelecimentos no ramo de alimentação pronta e bebida, os “*restaurants*”, além de bares, cafés, confeitarias e as próprias agências de viagens. Pouco tempo depois, no início do século XX, começam a ser erguidos os imponentes hotéis de luxo da cidade, como o Hotel Avenida (1911) e o Rio Palace-Hotel (1915) – alguns já controlados por redes hoteleiras (FARIAS, 2011, p. 154). Nesse sentido, Farias chama a atenção para o fato que já nesse período, o Rio de Janeiro contava com um número significativo de agentes sociais envolvidos com os ramos de hospedagem, alimentação e diversão, estabelecendo redes de interdependências entre eles, seus consumidores, poder público e outros agentes estrangeiros (FARIAS, 2011, p. 156).

Em 1922, é fundada na então capital da República, a nova Associação Brasileira de Turismo, cuja tarefa consistia em integrar agências de viagens, meios de acomodação e transportes existentes no país dentro de um mesmo quadro de serviços e produtos turísticos (FARIAS, 2011, p. 157). A fundação da associação acontece, sobretudo, por conta das demandas relativas às comemorações do primeiro centenário da independência do Brasil, evento que representa um verdadeiro marco na formatação da cidade do Rio de Janeiro enquanto um produto turístico de exportação. O epicentro das comemorações foi a realização, pela segunda vez na cidade, da famosa Exposição Internacional, que naquela edição contou com 28 pavilhões onde foram abrigadas as comitivas das nações expositoras, bem como restaurantes, bares, stands de novidades, dentre inúmeras outras atrações (FARIAS, 2011, p. 167). Os pavilhões foram construídos na Esplanada do Castelo, anteriormente ocupada pelo Morro do Castelo, ficando situados às margens da Baía de Guanabara e tendo ao fundo o Pão de Açúcar. “Na composição desses traços simbólicos e materiais ganha plasticidade a aquarela brasileira, de um país-nação exuberante em sua tropicalidade telúrica e continental, moderna e tradicional, civilizada mas preñe de natureza” (FARIAS, 2011, p. 167). Nessa oportunidade, já se faz presente a fórmula que elege elementos do folclore e da paisagem tropical como símbolos da nação brasileira, ali apresentados na forma de peças a serem contempladas enquanto espetáculos cívicos e

turísticos (FARIAS, 2011, p. 162)<sup>73</sup>. Pode-se dizer que, pela primeira vez, o traçado urbano e as paisagens naturais da cidade foram esquematicamente combinados para compor uma imagem turística do Rio visando publicidade no exterior.

Ainda na mesma década, o prefeito Antônio Prado Jr. convida o arquiteto francês Alfred Agache para elaborar o Plano de Remodelação, Extensão e Embelezamento da Cidade, considerado o primeiro plano diretor urbanístico do Rio de Janeiro. No projeto, a priorização da faixa litorânea sul e o desenho viário proposto para a região revelam como a valorização do cenário de mar e montanha foi uma preocupação fundamental (FARIAS, 2011, p. 169). O próprio arquiteto chega a escrever no documento que a presença do oceano, da baía e da mata, combinados ao embelezamento e saneamento das ruas, consolidariam a vocação do Rio de Janeiro para se constituir cada vez mais como um “grande centro do turismo mundial” (FARIAS, 2011, p. 169). Como em 1922, novamente paisagens naturais e desenho urbano são combinados e pensados sob o formato de cenários turísticos. A novidade está no fato de que, desta vez, ocupam posição axiomática justamente no primeiro plano diretor urbanístico da cidade. Trata-se de uma aproximação entre Estado, planejamento urbano e turismo que irá se repetir em diversas ocasiões.

Ao longo das décadas seguintes, em especial nos anos 1950, o rebatizado *Touring Club* (antiga Associação Brasileira de Turismo) investe sistematicamente na ampliação da infraestrutura turística do centro urbano, construindo o primeiro terminal rodoviário do país na Praça Mauá e inaugurando o primeiro terminal de passageiros para o transporte marítimo (FARIAS, 2011, p. 159)<sup>74</sup>. Somado a tamanho investimento material, o Estado brasileiro se dedica continuamente à publicização das paisagens litorâneas do Rio de Janeiro no exterior, mobilizando os seus recursos cenográficos através de diferentes mídias (revistas de viagem, músicas e até mesmo filmes<sup>75</sup>) com o objetivo último de consolidar a imagem da metrópole como um destino turístico internacional (FARIAS, 2011, p. 179; FREIRE-MDEIROS, 2005, p. 22). Nesse mesmo contexto, a partir da atuação conjunta do *Touring Club* e do governo local, a folia de Carnaval vai ser tomada como peça-chave na promoção da imagem turística

---

<sup>73</sup> Além da deslumbrante paisagem natural que cercava os pavilhões, durante a exposição, o grupo de música popular de ascendência afro-brasileira, Oito Batutas, foi a grande atração na programação de bares e restaurantes, apresentando como novidade artística e interesse turístico a sua já famosa combinação entre o maxixe e o jazz (FARIAS, 2011, p. 167).

<sup>74</sup> Como parte desse esforço, em 1936 é construído o primeiro aeroporto da cidade, o Santos Dumont.

<sup>75</sup> Como demonstra Freire-Medeiros (2005, p.22), a produção de filmes hollywoodianos ambientados no Rio foi elemento importante na construção das relações diplomáticas e turísticas entre o Estado Novo e os EUA.



da cidade e na atração de visitantes estrangeiros para o Brasil. A incorporação do samba e do Carnaval ao patrimônio simbólico da Nação, encabeçada pelo Estado brasileiro em sua missão de integração política e cultural do país, pavimentou caminho para essa operação (VIANNA, 2002). Por outro lado, o desenvolvimento da folia no Centro do Rio contribuiu para a sua formatação na qualidade de espaço de publicidade e consumo de massa, atraindo o investimento de empresários do setor de bebidas, alimentação e hospedagem que passam a bancar a organização/expansão da festa com vistas a potenciais ganhos comerciais e publicitários. Ou seja, havia grande interesse na inclusão da folia no pacote turístico do Rio (FARIAS, 2011, p. 172).

Esse momento foi ponto de partida para que, pouco a pouco, “as manifestações coloridas da alegria de multidões pelas ruas, embalados pelos ritmos das marchas, sobretudo do samba, introduzissem tons outros ao visual do Rio de Janeiro ‘Cidade Maravilhosa’, capital tropical da brasilidade festiva, carnavalesca” (FARIAS, 2011, p. 181). O deslocamento do Carnaval para o centro da amálgama simbólica, política e comercial que fundamenta tanto o Brasil quanto o Rio turístico reatualiza a fórmula esboçada na Exposição Universal de 1922, ao combinar mais uma vez paisagem natural e cultura popular. Algo sistematicamente replicado pelo Estado brasileiro nos anos 30 e 40.

Algumas décadas mais tarde, no fim dos anos 1960 e início dos anos 1970, a percepção do turismo como uma alternativa relevante para a economia, que vinha sendo gestada nos EUA e Europa, passa a ser compartilhada pelos governos militares que, assim, investem na expansão das atividades do setor como parte de um projeto nacional de desenvolvimento. Em 1967, durante o governo Castelo Branco, é instituída a primeira Política Nacional de Turismo a partir da qual são criados o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), estatal voltada especificamente para a gerência do setor (FARIAS, 2011, p. 126). Como contrapartida simbólica de toda essa estrutura governamental, é lançada a campanha “Destino Brasil”. Segundo Farias, a campanha sintetiza toda uma grade classificatória que valoriza o território e o povo brasileiro “de acordo, respectivamente, com as prerrogativas sobre edênico continente tropical (o país jardim) e seu povo exótico – espontâneo, mas ordeiro nas emoções” (FARIAS, 2011, p. 127). Um esquema publicitário e cognitivo que distingue as imagens e signos que devem circular como marca registrada do país. E, outra vez, os patrimônios naturais e culturais da cidade do Rio continuam ocupando o centro desse quadro turístico.

Diante desse panorama histórico, Farias (2011) procura destacar como a justaposição do tema da nacionalidade com as ideias de território exuberante e povo culturalmente singular forja uma imagem de Brasil, e simultaneamente de Rio de Janeiro, que está diretamente vinculada à sistemática cultural e da diversão. Do ponto de vista desta tese, importa vislumbrar como esse imaginário coletivo investido sob o signo “Rio”, combinado à crescente força dos agentes do setor, foi determinante para a centralidade que a instituição do entretenimento-turismo ganha na história urbana da metrópole carioca.

Contudo é extremamente importante ter em vista que o turismo no Rio de Janeiro, seja do ponto de vista espacial-geográfico, seja do ponto de vista simbólico, se concretizou de forma extremamente concentrada, beneficiando uma parte da cidade em detrimento das demais. A partir de meados do século XX, verifica-se um investimento majoritário dos diferentes ramos do setor e das incorporadoras imobiliárias na orla da Zona Sul, partindo do bairro do Flamengo até o Leblon e, mais recentemente, até a Barra da Tijuca. As razões para tal são inúmeras, podendo-se elencar a especulação imobiliária e a oferta desigual dos serviços de segurança pública ao longo do território como as mais importantes.

“Tal concentração se faz de acordo com um movimento seletivo, em que a Zona Sul apropria capitais culturais, financeiros e de segurança que a fizeram um fragmento dotado do poder de sintetizar a totalidade da imagem do Rio de Janeiro. Enfim, a articulação da exportação turística coparticipa da manutenção da desigualdade social entre as zonas da cidade. Ocupada, em suas margens, por grandes empreendimentos imobiliários, principalmente, para habitação ou fins de exploração do comércio de hospedagem, a orla sul é fixada como polo turístico por excelência” (FARIAS, 2011, p. 184).

No mesmo período, entre as décadas de 1940 e 1980, os bairros da região central assistem a um longo processo de decadência econômica e urbana, caracterizado principalmente pela evasão de moradores de classe média e alta rumo à Zona Sul e à Barra da Tijuca. Paralelamente, determinadas áreas da região são funcionalizadas exclusivamente enquanto espaço de negócios, recebendo um grande contingente de pessoas de outros bairros que chegam durante o dia e partem ao fim do expediente. Por conta disso e da crescente expansão da área metropolitana, o Centro vai sendo, pouco a pouco, dominado por viadutos, avenidas, elevados, terminais de ônibus etc., que acabam por transformá-lo em um corredor viário da cidade, uma zona de passagem (FARIAS, 2010, p. 109). As consequências sociais e simbólicas desses eventos foram dramáticas, de modo que o Centro passa a ser estigmatizado pela situação de abandono dos imóveis, pela fama de violenta, além da urbanização desordenada e do trânsito caótico.

### **3.2 A retomada do Centro através da cultura: Corredor Cultural e Projeto Sagas**

Diante da seriedade do quadro que acometia o Centro, a partir da década de 1980, os governos estadual e municipal do Rio, associações de empresários, arquitetos, urbanistas e membros da sociedade civil passam a realizar uma série de empreitadas - algumas combinadas, outras não - com o objetivo de requalificar algumas áreas dos bairros centrais, sobretudo, no sentido de reativar o patrimônio imobiliário da região, recuperar sua função econômica e preservá-lo enquanto bem histórico.

“A sucessão de projetos partiu do imperativo posto pelo poder público local, na época, de que era preciso ‘encher de vida o centro da cidade’, considerando as quatro regiões administrativas e os seus 10 bairros aí localizados. E isso significava intensificar os usos para fins comerciais por parte das classes médias, assim, ativando fluxos intra-urbanos” (FARIAS, 2010, p. 111).

Uma iniciativa extremamente importante nesse sentido foi o deslocamento para a região da Cidade Nova de parte majoritária do poder público municipal, como um meio de redistribuir os recursos do Estado dentro da cidade (FARIAS, 2010, p. 95). Por outro lado, foram realizadas uma série de ações de reurbanização, embelezamento e disciplinamento de usos em espaços públicos importantes do Centro, como a Praça XV, o Largo de São Francisco, dentre outros (PINHEIRO; DEL RIO, 1993, p. 59). Contudo o cerne dos esforços esteve voltado para a implantação e/ou aprofundamento das funções de lazer, diversão e consumo cultural na região (FARIAS, 2010, p. 108).

Sem sombra de dúvidas, a formação discursiva que vinha sendo gestada nos EUA e Europa já começava a influenciar o Estado brasileiro e empresários locais, levando-os a reconhecer essas funções como uma importante alternativa de desenvolvimento urbano (o que será discutido no próximo tópico). Entretanto os documentos e evidências encontrados levam a crer que as primeiras iniciativas desse tipo no Centro do Rio foram motivadas principalmente por uma compreensão da cultura, da arte e da memória como um direito e um instrumento de cidadania, pautada muito mais em critérios históricos, antropológicos e artísticos do que propriamente econômicos. Dessa forma, pode-se dizer que o processo de retomada do Centro através da cultura começa, antes de tudo, animado pelo entendimento da cultura como forma de resistência e pelo espírito da redemocratização, mas provavelmente já informado pelo discurso que combina cultura e turismo com o desenvolvimento econômico urbano.

O estágio embrionário desse processo remonta ao começo dos anos 1980, quando são desenvolvidos no bairro da Lapa três empreendimentos culturais que se tornarão extremamente importantes para o Centro e toda a cidade do Rio. O primeiro deles, o Circo Voador, começa como um festival de música de grande sucesso ocorrido no verão de 1982 no bairro de Ipanema e que, alguns meses mais tarde, se instala de forma definitiva em um terreno baldio em frente aos Arcos da Lapa. Entre 1982 e 1996, o Circo Voador funcionou como um espaço cultural multifuncional extremamente popular, com apresentação de músicos e bandas de renome nacional, além de dança, teatro, circo, dentre outros<sup>76</sup> (WIKIPEDIA, 2019c). O mesmo grupo de produtores do Circo Voador participa em 1982 de um movimento contra a demolição da antiga fábrica de fogões e cofres que ficava a poucos metros do circo, a Fundação Progresso. Com uma proposta bem diferente, o grupo recorre a um financiamento de R\$ 8 milhões do BNDES para transformar as instalações da fábrica em uma espécie de “shopping cultural”, com salas de cinema, lojas, galerias e um grande teatro. Apesar das obras previstas não terem sido totalmente concluídas, a Fundação Progresso se consolidou como uma importante casa de espetáculos da cidade, com realização de shows, festas e feiras<sup>77</sup> (PAIVA, 2010). Por fim, o terceiro empreendimento foi a reforma da sala de concertos Cecília Meirelles por parte do governo estadual, o que abriu caminho para a sua afirmação como principal espaço para espetáculos de música instrumental da cidade.

Os três empreendimentos, combinados às rodas de samba e choro tradicionalmente realizadas na região, atraíram um grande contingente de pessoas para o bairro, sobretudo, à noite e aos fins de semana. O sucesso inicial despertou o interesse de donos de bares, restaurantes e discotecas que passam a investir e instalar seus empreendimentos em imóveis antigos das ruas adjacentes. O poder público, por sua vez, contribui através do melhoramento e embelezamento das ruas e espaços públicos, principalmente no entorno dos Arcos, combinado à restrição da circulação de veículos e aumento da área de pedestres. Como consequência, entre os anos 1980 e 1990, a Lapa se vê reocupada por pequenos hotéis, bares, restaurantes, academias de dança, antiquários, casas noturnas, etc., se consagrando como um importante polo cultural, musical e gastronômico do Rio de Janeiro.

---

<sup>76</sup> Em 1996, supostamente após ter sido vaiado pelo público do local em um evento, o então prefeito César Maia cassou a licença do Circo Voador, que por muitos anos permaneceu fechado, chegando a ser demolido pela gestão de Luiz Paulo Conde. Depois de uma ação popular movida na justiça, o local foi liberado e a prefeitura foi obrigada a reconstruir o equipamento. Em 2004, o local foi reaberto ao público.

Apesar do caráter pioneiro do Circo Voador e da Fundação Progresso e da importância da retomada da Lapa para o processo mais amplo de recriação do Centro, boa parte da literatura especializada é inequívoca ao reconhecer o projeto do governo municipal, o Corredor Cultural, como a iniciativa de “revitalização” mais importante da década de 1980 (CORREIA, 2013; GUIMARÃES, 2014). Com motivações e métodos bem diferentes dos projetos que serão desenvolvidos nos anos 1990 e 2000, o Corredor Cultural propunha a normatização de construções em quatro zonas da região central (vide figura 19) a partir de um viés preservacionista e patrimonializante.

De acordo com Augusto Pinheiro e Vicente Del Rio, arquitetos responsáveis pela concepção do projeto, o Corredor Cultural começa a ser desenhado em 1979 a partir das reivindicações de urbanistas, moradores e comerciantes pela permanência e preservação do patrimônio cultural e edificado do Centro, como contraponto à “perda de identidade da cidade” (PINHEIRO; DEL RIO, 1993, p. 52). Dessa forma, uma equipe de arquitetos e urbanistas concebe o projeto como uma metodologia alternativa capaz de controlar o desenvolvimento urbano e econômico em áreas históricas, conciliando preservação e mudança – mas com a segunda sempre condicionada à primeira (PINHEIRO; DEL RIO, 1993, p. 54). Basicamente, o Corredor propõe a normatização – e mais tarde, o estímulo através de incentivos fiscais - de projetos de reforma de edifícios antigos, bem como de construção de edifícios novos, a partir de uma série de diretrizes arquitetônicas e urbanísticas que têm como objetivo: promover/recuperar o patrimônio imobiliário, reforçar a diversidade funcional do pequeno comércio e, por fim, revitalizar a imagem pública da área através da melhoria e embelezamento de espaços públicos (PINHEIRO; DEL RIO, 1993, p. 55).

Na prática, o projeto tornado lei em 1984, garantiu orientação e apoio técnico para a preservação de mais de 3.000 imóveis nas quatro zonas previstas, bem como contribuiu com/estimulou a recuperação de centenas de prédios de acordo com seus elementos originais (vide figura 20), por meio da pintura de fachadas, manutenção de telhados e salas de entrada, restauração de ornamentos, etc. (RIO DE JANEIRO, 1987). Por outro lado, através de lei publicada em 1987, o projeto também estimulou a predominância de atividades culturais e de lazer nos imóveis restaurados (para que funcionassem como bares, restaurantes e cafés) e garantiu o uso original e localização das casas de espetáculos já existentes na região (RIO DE JANEIRO, 1987).

**Figura 19 – Mapa do Corredor Cultural no centro do Rio<sup>78</sup>**



Fonte: SLIDESHARE, 2019.

**Figura 20 – Edifício restaurado de acordo com as diretrizes do Corredor**



Fonte: PIXFOLIO, 2019.

<sup>78</sup> Limites originais e subáreas do projeto, sendo: a número 1, região do Saara; a número 2, Largo de São Francisco; a número 3, Praça XV; a número 4, Lapa.

Em outra frente, o Corredor Cultural também envolveu a reurbanização de logradouros históricos e espaços públicos importantes do Centro por parte do poder municipal, através da reestruturação de pavimentos, restrição da circulação viária, instalação de novo mobiliário urbano e de nova iluminação pública.

“Áreas históricas específicas mereceram tratamento especial, seja para aumentar seu potencial turístico, seja para aumentar o seu aproveitamento. Alguns casos foram extremamente complicados por seu comprometimento com o tráfego de veículos, paradas de ônibus. Ainda assim por conta de sua importância histórica e necessidade de melhoria da qualidade do ambiente, o Corredor Cultural propôs novos desenhos para esses importantes espaços” (PINHEIRO; DEL RIO, 1993, p. 59, tradução nossa)<sup>79</sup>.

Nesse contexto, foram feitas inúmeras melhorias na Praça XV, no Largo de São Francisco, na Lapa e na Cinelândia. Por exemplo, no Largo de São Francisco, o largo foi devidamente recuperado, os jardins laterais e as grades protetoras da Igreja de São Francisco de Paula foram restaurados, os terminais de ônibus e estacionamentos foram removidos e a circulação de pedestres reforçada (PINHEIRO; DEL RIO, 1993).

Por envolver uma série de frentes de requalificação do espaço urbano e do patrimônio imobiliário do Centro, o Corredor Cultural acabou exercendo um efeito catalisador sobre toda a região. O projeto abriu caminho para que vários centros culturais fossem inaugurados em prédios históricos reformados e readaptados (como a Casa França Brasil, o Centro Cultural Banco do Brasil e o Centro Cultural dos Correios), além de ter estimulado os governos federal e estadual a renovarem equipamentos públicos como o Museu Histórico Nacional e Biblioteca Nacional.

“Nos rastros dos resultados obtidos com esses esforços que permitiram o incremento e fixação de um público para atividades e eventos artístico-culturais no centro carioca, livrarias, bares, restaurantes, casas de dança e de shows, campi universitários e outros estabelecimentos afins surgiram, como também centros empresariais e espaços para convenções e negócios” (FARIAS, 2010, p. 111).

Dessa forma, o Corredor representa o início de um processo de retomada do Centro através da cultura que atravessa os anos 1990 e 2000, possibilitando que a região recuperasse sua posição como um dos núcleos turístico-culturais do Rio.

---

<sup>79</sup> “Specific historic areas have merited special treatment, either to enhance their potential for tourism or simply to increase enjoyment of them. In some cases intervention has been extremely complicated, as many of parts of them were heavily committed to vehicular traffic, bus stops, and terminals. Nevertheless, because of their historic importance, and because of the need for an enhancement of the overall environmental quality, the Corredor Cultural proposed new designs for these important spaces” (PINHEIRO; DEL RIO, 1993, p. 59).

Na mesma década de 1980, a região portuária do Rio de Janeiro também foi alvo de um movimento preservacionista que acabou culminando na implementação de uma lei municipal voltada à proteção do patrimônio edificado. Contudo, apesar da efetivação da legislação, o impacto e efeito catalisador no desenvolvimento dos bairros envolvidos foi bem menor do que o obtido no âmbito do Corredor Cultural. Em parte, isso se explica pelo caráter predominantemente preservacionista/protecionista do projeto. Mas, por outro lado, também evidencia o desprestígio e abandono da zona portuária à época<sup>80</sup>, mesmo em comparação com o Centro.

Em linhas gerais, o projeto surge no ano de 1983, quando moradores incomodados com a ameaça de demolição de imóveis por conta de obras de alargamento de vias, decidem se unir e realizam a “1ª Quinzena de Debates sobre o Bairro da Saúde”. Como parte das deliberações do evento, é feita a solicitação junto ao governo municipal para criação do Grupo de Trabalho para Proteção e Valorização do Patrimônio Cultural dos Bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo, que viria a ser composto por associações de moradores dos três bairros, representantes dos órgãos de proteção ao patrimônio nos níveis federal, estadual e municipal, além de arquitetos, professores universitários, etc. O GT, então, assume a missão de realizar um inventário dos bens culturais móveis e imóveis da área e, em seguida, elaborar uma legislação de proteção para os mesmos (RIO DE JANEIRO, 1984, n.p.).

A partir dos trabalhos realizados pelo GT, nasce em 1985 o projeto SAGAS, uma proposta de legislação para preservação da identidade e do patrimônio cultural e arquitetônico dos bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo (por isso, a abreviação SAGAS). A proposta se desdobrava em duas frentes: por um lado, previa a delimitação de zonas específicas dentro da região e regulava os usos e atividades característicos de cada zona (uso residencial; tipo de comércio e indústria; tipo e porte das edificações; etc.); por outro lado, identificava subáreas de preservação e imóveis a serem tombados, proibindo demolições ou reformas que descaracterizassem as fachadas, telhados ou parte externa da edificação. Todo projeto de alteração, reforma e construção em área tombada passaria pelo crivo da Diretoria de Patrimônio Cultural do município. E todas as obras de alargamento de vias seriam revistas pelo governo (RIO DE JANEIRO, 1985, n.p.).

---

<sup>80</sup> O quadro histórico que culmina na situação de abandono e estigmatização da zona portuária será melhor discutido no próximo tópico. Embora seja o mesmo quadro que acomete o Centro, o processo no porto guarda elementos e motivos próprios.



**Figura 21 – Mapa das APACs do centro e porto**



Fonte: MACHADO, 2017.

**Figura 22 – Imóveis tombados pelo SAGAS e restaurados pelo Porto Maravilha**



Fonte: MINUBE, 2019.

No ano de 1987 é promulgada a lei que institui a Área de Proteção Ambiental (APA) dos bairros da Saúde, Santo Cristo, Gamboa e Centro, seguindo à risca as diretrizes propostas pelo GT. A APA SAGAS – que mais tarde se tornaria uma APAC, por conta do acréscimo do adjetivo Cultural – foi uma iniciativa marcante na história da zona portuária por conta de seu caráter pioneiro e reivindicativo, ao definir legalmente a primazia do patrimônio cultural e arquitetônico sobre quaisquer processos de planejamento e reestruturação urbana dentro de uma região praticamente esquecida pelo resto da cidade. A APA foi fundamental para que o governo municipal, órgãos de proteção ao patrimônio, profissionais da área e acadêmicos passassem a dedicar maior atenção para aquela localidade. Por outro lado, a amplitude espacial da área de proteção e sua permanência ao longo do tempo foi condição indispensável para que, mais de duas décadas depois, o extenso patrimônio edificado da região fosse artificialmente anexado ao projeto do Porto Maravilha como um recurso turístico-cultural a ser restaurado e explorado<sup>81</sup>.

### **3.3 Elites locais e o projeto de modernização turística do porto**

O mesmo processo de decadência urbana e econômica que acometeu a região central do Rio de Janeiro entre os 1940 e 1980, também tomou conta dos bairros da zona portuária da cidade. Na verdade, o quadro era ainda mais grave do que no Centro, portando algumas causas e características próprias à localidade.

Em primeiro lugar, desde o começo do século XX, o porto já havia se tornado uma região altamente estigmatizada do Rio, por dar abrigo a estivadores, marinheiros, prostitutas, dentre outras profissões, que usualmente se instalavam em cortiços, casas de cômodos e estalagens. Nesse sentido, o porto era visto pelas classes abastadas como um lugar proibido, criando-se desde muito cedo uma situação de apartação social (CARLOS, 2010, p. 24). Por outro lado, ao longo de muitas décadas, os bairros portuários receberam um enorme contingente de imigrantes nordestinos, a maioria de trabalhadores negros vindo do estado da Bahia em busca de melhores condições de vida. O preconceito e xenofobia das classes média e alta - já concentradas na “distante” Zona Sul - com relação à presença dessa grande

---

<sup>81</sup> Trata-se de uma anexação artificial no sentido de que apesar do patrimônio arquitetônico dos bairros portuários ser constantemente mencionado nas publicações e apresentações do Porto Maravilha como uma das atrações do projeto, na prática, até o ano de 2019, não houve uma política de restauro e recuperação direcionada especificamente para ele. Apenas imóveis de valor histórico, como a Igreja de São Francisco da Prainha, e alguns casarões adjacentes à sede do projeto receberam intervenção.

população de imigrantes negros reforçou ainda mais a estigmatização social e simbólica da localidade (CARLOS, 2010, p. 37).

Para além dos estigmas e respectivas formas de descaso, abandono e esquecimento, o primeiro grande abalo urbanístico sofrido pela zona portuária foi a construção da Avenida Presidente Vargas na década de 1940. A intervenção radical, com mais de 3 km de extensão e envolvendo a demolição de 525 prédios (desde casebres e cortiços até igrejas), promoveu uma divisão física e social no tecido urbano do Centro. Assim, se por um lado, o porto passou a estar espacialmente apartado do núcleo administrativo, financeiro e comercial da cidade, se consolidando como uma área periférica aos bairros centrais (FARIAS, 2010, p. 92), por outro, a calamidade social que foi a realização de demolições em série deixou milhares de pessoas desabrigadas, forçando boa parte delas a procurar alternativas precárias de moradia justamente nos bairros portuários (CARLOS, 2010, p. 38). Nas décadas de 1950 e 1960, a região já era vista pelo Estado simplesmente como um eixo do sistema viário de uma metrópole em crescimento, um local estratégico de passagem e acesso às outras zonas da cidade. E, assim, menos de dez anos depois de sofrer o primeiro abalo, a zona portuária se vê totalmente recortada por uma série de viadutos e vias expressas, sendo a mais famosa delas a Perimetral, erguida nos anos 1950.

Por fim, na década de 1970, a atividade portuária começa a dar sinais concretos de decadência e as instalações da área se mostram cada vez mais obsoletas diante das novas tecnologias do setor de navegação e contêineres. A transferência de parte das atividades para o Porto do Caju e a construção do Porto de Sepetiba, nos anos 1980, agravam ainda mais esse cenário (CARLOS, 2010). A partir desse momento, a região portuária havia se transformado “numa espécie de corredor para o tráfego pesado de mercadorias e pessoas, ladeado por uma zona de obsolescência no que concerne ao status conferido às edificações e muitos dos seus ocupantes” (FARIAS, 2010, p. 95).

É importante destacar que muitos autores contestam a visão do poder público, empresários e mesmo acadêmicos de que o Centro e o porto estavam em situação de “decadência”. Esses autores reforçam que os bairros da região sempre apresentaram considerável presença habitacional, bem como de comércio e serviços. Além disso, que a população local está ali estabelecida há muitas gerações, exercendo uma vida social vigorosa. Embora seja fácil constatar as taxas de declínio na função residencial e em funções econômicas da região nesse período, é necessário concordar que o status de “decadente” é,

sobretudo, simbólico e se constrói, muitas vezes, à revelia da população que continua ali vivendo. Ainda assim, do ponto de vista exclusivamente metodológico desta tese, a separação entre realidade e representação simbólica de cada localidade é pouco heurística. Ao longo do capítulo, tenta-se deixar claro que o que está sendo analisado é, antes de tudo, a visão hegemônica de cidade construída pelas elites políticas e econômicas locais. E, desse ponto de vista, a imagem de “decadência” vinculada à região está presente há muito, pairando como um dado inquestionável.

\* \* \*

Diferentemente do que ocorreu no Centro, no caso do porto, foram as elites econômicas da cidade, e não o poder público, que ainda na década de 1980, decidiram intervir no local sob a justificativa de que se tratava de uma região com imenso potencial, estrategicamente situada na malha urbana e “naturalmente” vocacionada para receber um grande empreendimento imobiliário, comercial e turístico. Um empreendimento que alavancaria a economia e a imagem tanto da cidade como do estado do Rio de Janeiro (DINIZ, 2013, p. 38).

Nos capítulos anteriores, demonstrou-se que as décadas de 1970 e 1980 foram marcadas pela ascensão e propagação do discurso que aponta para o turismo como uma alternativa de desenvolvimento econômico, na contrapartida da consolidação do setor de serviços como novo axioma das economias centrais e da primazia do mercado financeiro como gerador de valor (FEATHERSTONE, 2015; LIPOVETSKY; SERROY; 2011). No plano nacional, esse contexto repercutiu na priorização do setor turístico dentro do projeto de desenvolvimento dos governos militares (FARIAS, 2011). Já no plano regional, as elites políticas e econômicas de diferentes estados e capitais - como, por exemplo, Rio, Salvador, São Luís, dentre outras - passam a vislumbrar a produção e o consumo do espaço urbano através do turismo e do entretenimento como “uma nova fronteira a ser explorada” (FARIAS, 2011, pp. 207-213). Dessa forma, o espaço turístico enquanto produto voltado para massas de consumidores, capaz de acionar dezenas de ramos comerciais e de serviços ligados a transportes, hospedagem, alimentação, construção civil, etc., é cada vez mais visto como peça central dos projetos de desenvolvimento econômico desses grupos (FARIAS, 2011, pp. 207-213).

Como demonstra o estudo de Farias, tanto no caso do Rio de Janeiro quanto de Salvador (assim como de outras capitais brasileiras), o projeto de modernização turística do espaço urbano foi empreendido como uma tentativa de reacomodação do papel das elites locais e como um esforço de reposicionamento daqueles centros (e, logo, dos próprios grupos envolvidos) na escala da sociedade nacional (FARIAS, 2011, pp. 207-213). Dispondo de poder suficiente para transformar seus valores e interesses em um projeto coletivo para a cidade, essas elites mobilizaram politicamente recursos humanos, simbólicos e materiais sob o argumento de que era preciso se reinserir na nova economia globalizada através da diferenciação/especialização em setores de vanguarda, como tecnologia da informação ou turismo (FARIAS, 2011, p. 201).

No caso específico do Rio de Janeiro, esse contexto esteve reforçado pela presença histórica desse campo institucional na cidade:

“... ganha efetividade neste instante um agrupamento empresarial importante ligado às atividades de hospedagem, diversão, alimentação e bebidas, agências de viagens, transportes, entre outros, apesar de reposicionado em funções complementares às exercidas pelos conglomerados hoteleiros e pelas operadoras hegemônicas no mercado mundial. Somados aos agentes diretamente representativos das cadeias empresariais internacionais, formam um grupo com razoável autonomia em relação aos demais setores da economia e também da esfera estatal, mas com força para pressionar o poder público e o conjunto da sociedade, na medida em que os valores que defendem são acolhidos pelos canais de formação da opinião, como a mídia” (FARIAS, 2011, p. 182).

Segundo Diniz, no começo da década de 1980, “a percepção da crise da economia fluminense, de sua dependência do Estado, e a identificação de suas fragilidades histórico-estruturais fizeram emergir as ‘vozes do Rio’, com destaque para aquelas ligadas aos setores naval, comercial e financeiro” (DINIZ, 2013, p. 38). Na prática, um grupo de empresários deu início a um plano para mobilização de diferentes setores da sociedade em prol da recuperação econômica tanto da cidade quanto do estado do Rio. Batizada pelos próprios participantes como “Clube do Rio”<sup>82</sup>, a articulação entre “empresários, técnicos de alto nível, dirigentes e intelectuais” tinha como “preocupação acabar com o quadro de esvaziamento político e econômico do Estado” (EMPRESÁRIOS, 1980, p. 40). Dentre os projetos sugeridos pelo Clube com vistas a esse objetivo, estavam: a criação de um Centro

---

<sup>82</sup> Segundo Diniz, (2013, p. 39), participaram do Clube do Rio: Israel Klabin, empresário e ex-prefeito do Rio de Janeiro; Ruy Barreto, presidente da ACRJ; Amaury Temporal, vice-presidente da ACRJ; Mauro Magalhães, presidente da Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Rio de Janeiro (ADEMI/RJ); Josef Barat, professor da COPPE/UFRJ; Cardeal Eugênio Salles e Mário Henrique Simonsen, ex-presidente do Banco Central e ex-ministro da Fazenda e do Planejamento.

Financeiro Internacional, de um Centro de Comércio Internacional, de uma Área de Alta Tecnologia, bem como a implementação do Projeto Cultural Rio (EMPRESÁRIOS, 1980, p. 40). Para viabilizar os investimentos necessários para a execução dessas empreitadas, em 1982, membros do Clube <sup>83</sup> fundam a empresa Riopart – Participações e Empreendimentos S.A., um “banco de negócios que pretendia reunir 100 empresários e capital inicial de Cr\$ 500 milhões” (DINIZ, 2013, p. 39).

A presença desses quatro empreendimentos no cerne da plataforma mais ampla de recuperação do estado e da cidade evidencia como a valorização combinada do mercado financeiro, da atividade imobiliária e do turismo redefine as prioridades de investimento e intervenção na estrutura urbana por parte das elites locais. Ao longo desse processo, diferentes zonas da cidade são eleitas para incorporação nos mapas locais de negócios, bem como de entretenimento e turismo (FARIAS, 2011, p. 208). E foi nesse cenário específico que a zona portuária voltou à cena, quando a Riopart decide propor a construção do Centro Internacional de Comércio (CIC) do Rio de Janeiro na área do porto.

“Com 59 sócios, o Riopart foi em conjunto com a Associação Comercial do Rio de Janeiro o responsável pelo lançamento do Projeto do Porto do Rio, que pretende transformar a região do Cais do Porto, numa área de comércio, com restaurantes, hotéis e um showroom permanente, com produtos típicos brasileiros e exportáveis. Segundo o empresário Mauro Magalhães, trata-se de um projeto com 'princípio democrático', pois está sendo discutido também pelos moradores da área e que não corre o risco da descontinuidade” (OS ACIONISTAS, 1983, p. 17).

A proposta de construção do centro na zona portuária foi oficializada e extensamente debatida durante o evento de lançamento da campanha “Rio Internacional” (vide figuras 23 e 24), realizado em outubro de 1982 pela Riopart e pela Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ) com o objetivo de:

“gerar condições para a *implantação definitiva do Centro Internacional de Comércio do Rio de Janeiro*, contribuir para a elevação da participação brasileira no comércio internacional, criar possibilidades para o desenvolvimento dos setores industriais e de serviços do município e Estado do Rio de Janeiro, *estabelecer sistemas práticos para o desenvolvimento contínuo do turismo no Rio*, e *promover a reurbanização da Zona do Centro, com ênfase na área portuária*” (RIO INTERNACIONAL, 1982, p. 6, grifo nosso).

Durante o evento, foi anunciado um concurso urbanístico nacional para a região portuária, com apoio do Instituto dos Arquitetos do Brasil/RJ e patrocínio da Riopart. De acordo com o número especial da revista da ACRJ dedicado ao evento e à campanha, o

---

<sup>83</sup> Ruy Barreto, Amaury Temporal e Mauro Magalhães estão entre os fundadores da Riopart (DINIZ, 2013).



concurso previa a construção de um grande complexo imobiliário que se estenderia por sete quilômetros, abrangendo uma área de 250 hectares – segundo a revista, um terço do Centro da cidade (RIO INTERNACIONAL, 1982, p. 11). Como parte da proposta, o concurso exigia que o complexo contemplasse estruturas como “showrooms, hotéis projetados exclusivamente para executivos ligados ao comércio de exportação-importação, centro de comércio internacional, áreas de lazer, shoppings, marina, aquário e museu” (RIO INTERNACIONAL, 1982, p. 11). Segundo Amaury Temporal, empresário, presidente da Riopart e um dos idealizadores da proposta, o principal objetivo da construção do novo complexo turístico e de negócios do porto era transformar a cidade na porta da América do Sul, atuando como centro comercial e financeiro do continente (BARROS, 1982, p. 36).

**Figura 23 – Foto de uma das mesas do evento Rio Internacional**



Fonte: RIO INTERNACIONAL, 1982, p. 5.

**Figura 24 – Logo da campanha Rio Internacional, acompanhado de citação da fala do presidente da Embratur no evento**



Fonte: RIO INTERNACIONAL, 1982, p. 12.

De acordo com o urbanista Vicente Del Rio, a formação da Riopart e a proposta de construção do centro internacional na região portuária foram diretamente inspiradas pelo “Grande Comitê de Baltimore” (*Great Baltimore Committee*), organização privada que reunia os principais líderes da cidade estadunidense, e pelo projeto de redensolvimento urbano de Inner Harbor (DEL RIO, 2010, p. 30). De fato, a referência a Baltimore e a outras experiências internacionais é uma constante, seja no evento realizado em 1982, seja na cobertura da imprensa, seja no número especial da revista da Associação Comercial do Rio de Janeiro. Para os fins desta tese, tamanha presença simbólica dessas referências vale um exame à parte.

Em primeiro lugar, durante o evento, algumas mesas de discussão contaram com a presença de convidados do exterior que expuseram sobre diferentes experiências internacionais. O maior destaque foi dado à arquiteta brasileira Lilliam Brafman, responsável pelo projeto de recuperação do Tâmis Sul em Londres, área portuária onde foi instalado o World Trade Center daquela cidade. Claramente, a participação da arquiteta era uma forma de buscar recomendações, mas também de legitimar a proposta do CIC a partir de uma fala especializada e respaldada por uma experiência anterior bem-sucedida.

Por outro lado, na notícia de divulgação do evento na edição de 17 de outubro de 1982 do Jornal do Brasil, o repórter equipara o projeto do CIC para o porto carioca a duas experiências de requalificação portuária ocorridas nos Estados Unidos, no caso, Baltimore e Boston. Lançando mão de um parágrafo para cada experiência, o jornalista descreve as principais características das duas empreitadas e, principalmente, os inúmeros benefícios gerados:

“A reurbanização de área idêntica, em torno do porto da cidade norte-americana de Baltimore criou 15 mil empregos nas dezenas de escritórios, lojas e bares que se abrigaram, elevando a arrecadação de tributos de 2 milhões de dólares para 11 milhões de dólares anuais.

(Boston) Aproveitou edifícios de 150 anos para criar um centro de negócios que atraiu, em 1980, 15 milhões de visitantes - 1 milhão de turistas a mais do que o Walt Disney World, na Flórida...” (BARROS, 1982, p. 36).

Como fica evidente, o jornalista cita as duas cidades para destacar as vantagens econômicas e turísticas de um empreendimento como o CIC dentro de um plano maior de redensolvimento urbano, procurando mobilizar a opinião pública em favor da proposta da Riopart e da ACRJ.



Finalmente, o caso do número especial dedicado pela revista da ACRJ ao evento é emblemático (como seria esperado, por se tratar de um veículo institucional). Ao longo da publicação, a experiência de Inner Harbor em Baltimore é sistematicamente evocada como “o” parâmetro a ser seguido pela iniciativa no porto carioca. Assim, por exemplo, quando descreve os diversos equipamentos imobiliários exigidos pelo concurso, a revista sublinha que a proposta deve estar “nos moldes do que conseguiu realizar, recentemente, o Porto de Baltimore, nos EUA” (RIO INTERNACIONAL, 1982, p. 11). Em seguida, a publicação dedica uma página inteira (vide figura 25) para apresentar todos os 56 componentes do complexo portuário, descrevendo-o como uma atração turística nacional e internacional, executada por US\$ 1 bilhão, mas que devolveu “para os cofres públicos uma grande parte do investimento realizado, além de se ter tornado um grande centro de comércio internacional” (RIO INTERNACIONAL, 1982, p. 15).

**Figura 25 – Mapa de Inner Harbor (Baltimore) apresentado na revista da ACRJ**



*O projeto urbanístico do Porto de Baltimore, inicialmente orçado em US\$ 200 milhões foi executado por US\$ 1 bilhão, e se tornou atração turística interna e externa, carreado para os cofres públicos uma grande parte do investimento realizado, além de se ter tornado um grande centro de comércio internacional. São os seguintes os componentes do complexo portuário de Baltimore:*

- 1) Restaurante Panorâmico
- 2) Marina interior
- 3) Quadra de esportes
- 4) Pavilhão internacional
- 5) Museu
- 6) Baltimore Sul
- 7) Centro científico de Maryland
- 8) Sala das autoridades
- 9) Igreja luterana
- 10) Baltimore Oeste
- 11) Conjunto habitacional
- 12) Pontos de interesse turístico

- 13) Igreja Otterbein
- 14) Banco Central
- 15) Projeto das Docas de Camden
- 16) Estrada
- 17) República de Estudantes
- 18) Universidade de Maryland
- 19) McCormick
- 20) Piers
- 21) Orgulho de Baltimore
- 22) Passeio Público
- 23) Cais público
- 24) Pavilhão do Porto
- 25) Hotel Regency
- 26) Viaduto
- 27) Centro de Convenções
- 28) Companhia telefônica
- 29) Praça interior
- 30) Centro bancário
- 31) Centro de Comércio
- 32) Centro cívico
- 33) Principais hotéis
- 34) Centro Charles
- 35) Edifício USF&G

- 36) Edifício da IBM
- 37) Edifício da Administração
- 38) Doca Constelação
- 39) Barcos para turistas
- 40) Barcos de aluguel
- 41) World Trade Center
- 42) Rua Prattes
- 43) Edifício da Imprensa
- 44) Edifício RTKL
- 45) Aquário
- 46) Restaurante SS Nobsk
- 47) Centro Municipal
- 48) Estrada 83
- 49) Prefeitura
- 50) Metrô
- 51) Hotel da Companhia de Energia Elétrica
- 52) Restaurante dos armazéns
- 53) Submarino Torsk
- 54) Campus do Porto
- 55) Pontes cobertas
- 56) Pier 5

Em um primeiro momento, pode-se especular que a presença de experiências internacionais nessas ocasiões corresponde a uma estratégia de legitimação da proposta. Desse modo, como ocorre na reportagem do *Jornal do Brasil*, a menção a experiências bem-sucedidas em países como os EUA seria uma forma de legitimar técnica e simbolicamente o argumento em favor da criação de um grande centro de comércio em uma zona portuária abandonada.

Entretanto, a presença recorrente de Baltimore e de outros centros internacionais em documentos do início dos anos 1980 chama a atenção, sobretudo, porque a rede transnacional de circulação de ideias e referências para políticas urbanas, discutida no capítulo anterior, ainda era um tanto incipiente mesmo nos Estados Unidos e na Europa. Dessa forma, tal presença revelaria que, bem antes da formação dos circuitos oficiais de propagação do modelo turístico-cultural de renovação urbana, essas referências já circulavam através de “um seleto grupo de agentes que, embora espalhados por diferentes países, mantêm entre si uma posição homóloga no espaço social de cada país” (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 237). Tratam-se de diferentes facções das elites locais - que cada vez mais fariam parte de uma mesma rede de interdependência global, mas com formas de participação extremamente assimétricas -, como empresários, políticos, servidores públicos do alto escalão, jornalistas ou mesmo acadêmicos, que detinham capital econômico e cultural suficiente para observar, fazer circular e mesmo criar referências internacionais em matéria de política pública ainda na década de 1980. Não por acaso, o empresário Amaury Temporal, à época presidente da Riopart, aparece descrito na reportagem do *Jornal do Brasil* como um “entusiasta de projetos de reurbanização” (BARROS, 1982, p. 36).

Movidos pelos mais diversos interesses e respondendo a condições sociais específicas, esses atores foram responsáveis pela propagação das crenças que estão na base de uma visão de mundo neoliberal e da respectiva compreensão da cultura como recurso (LIMA JÚNIOR, 2003; YÚDICE, 2013). Ancoradas na defesa das narrativas da globalização e da consequente necessidade de capturar o dinamismo econômico do novo cenário internacional em favor da cidade e do estado do Rio de Janeiro, essas facções das elites econômicas (e, como será demonstrado no tópico seguinte, políticas) procuraram legitimar sua dominação e ascender no âmbito do campo de poder nacional por meio de um conjunto de projetos, com destaque daqueles ligados à modernização turística da metrópole carioca.

No fim, a proposta de construir o Centro Internacional de Comércio na zona portuária se arrastaria ao longo de toda a década de 1980. Em 1987, a Associação Comercial do Rio de Janeiro chega a divulgar uma provável parceria com uma multinacional japonesa da área de telecomunicações, a NTT<sup>84</sup>, com o intuito de construir na região tanto o CIC quanto um “Teleporto”, um edifício inteligente responsável por prover infraestrutura de conexão e rede de alta qualidade (MAIOR, 1987, p. 8). A parceria com os japoneses não deu certo, mas dois anos depois a proposta do Teleporto e do CIC reaparecem no plano de redensolvimento elaborado pela Empresa de Portos do Brasil S.A (Portobrás). O novo plano contemplava a área de proteção SAGAS, que permaneceria inalterada, e propunha a implantação dos dois centros, mais *shoppings*, setores de diversões, praças, parques, etc., por toda a zona portuária. A Portobrás é extinta pelo governo Collor em 1990 e o projeto é novamente abandonado. O Centro Internacional de Comércio nunca foi construído e o Teleporto do Rio de Janeiro (figura 26) só viria a ser inaugurado, por outro consórcio, oito anos depois e há seis quilômetros da Praça Mauá, na Cidade Nova.

Ao longo de toda a década de 1980, o único empreendimento de grande porte que foi efetivamente executado na região do porto foi a construção do Edifício Rio Branco 1 (figura 27), construído entre 1983 e 1989 pela empresa João Fortes Engenharia. À época, a empresa chegou a concentrar sua estratégia de *marketing* na ideia de que o novo edifício era o “endereço internacional do Brasil” e o ponto de partida da renovação da Praça Mauá e da zona portuária (FERNANDES, 2004). Na prática, o edifício permaneceria por muito tempo atuando como uma demarcação, uma fronteira entre o centro de negócios da cidade e o cais abandonado. Ainda assim o porto continuaria ocupando a imaginação e os interesses das elites locais, que viriam a desenvolver toda uma série de projetos de renovação urbana para a área ao longo das décadas de 1990 e 2000 (DINIZ, 2013). Havia um entendimento comum entre elas de que, após deixar de ser a capital do país e perder importantes atividades econômicas para São Paulo, o Rio de Janeiro precisava voltar a se desenvolver. E para tal, como será melhor apresentado no próximo tópico, um projeto de modernização turística baseado em programas de revitalização e na promoção de megaeventos culturais e esportivos seria o passaporte para o renascimento bem-sucedido da cidade (SARUE, 2015; RICHMOND, 2016).

---

<sup>84</sup> “*Nippon Telegraph and Telephone*” (Empresa Japonesa de Telefone e Telégrafo).

**Figura 26 – Centro Empresarial Cidade Nova (antigo Teleporto do Rio)**



Fonte: STROM, 2019.

**Figura 27 – Edifício Rio Branco 1, visto a partir da Praça Mauá**



Fonte: Próprio autor, 2019.

### **3.4 Megaeventos e renovação urbana como estratégia, um plano para a cidade**

Embora os planos do Clube do Rio e da Riopart nunca tenham saído do papel, o fato é que o projeto de modernização turística do espaço urbano do Rio de Janeiro com foco na zona portuária continuou no topo da agenda de desenvolvimento local das elites cariocas ao longo dos anos 1990 e 2000. A novidade é que, no começo da década de 1990, as facções políticas que assumem o comando do governo municipal tomam os planos do Clube do Rio para si e iniciam uma longa série de iniciativas político-administrativas com o propósito de concretizá-lo. Em vista disso, a análise das especificidades dessa nova fase dos projetos de renovação urbana no porto e no Rio passa inexoravelmente pelo significado dos mesmos para a construção da hegemonia política dessas facções, pois, como será pontuado ao longo deste tópico, o recurso à reestruturação turístico-cultural do espaço vai se consolidar como uma das suas principais estratégias de governo e dominação política (o que, obviamente, se deu em articulação/negociação com os interesses das elites econômicas da cidade e do estado).

Na prática, o interesse da prefeitura do Rio no reaproveitamento da zona portuária já aparece na gestão Marcello Alencar (1989-1992), quando um grupo de trabalho foi criado para “estudar e definir parâmetros de uso e ocupação do solo para revitalização e desenvolvimento da Área Portuária da Cidade” (FERNANDES, 2004, p. 79). Contudo a trajetória do processo de renovação do porto – e de toda a cidade – foi significativamente redefinida com a ascensão do grupo político de César Maia ao poder municipal, inaugurando uma hegemonia política que se estendeu por quatro mandatos consecutivos, indo de 1993 até 2008. Ao longo de todo esse período, as iniciativas de revitalização do espaço urbano e de valorização da cultura e do turismo como alternativas de desenvolvimento ocuparam o centro tanto da agenda de governo quanto do seu discurso de legitimação política. Junto a essas duas prioridades, também se destacava o interesse permanente em fazer do Rio um centro mundial de realização de megaeventos. Nesse contexto, o plano de requalificação da região portuária para fins turístico-culturais ganhou um sentido especial.

“Destaca-se, dessa sucessão de mandatos, a atenção com o ordenamento, o embelezamento e o aparelhamento urbano da cidade do Rio de Janeiro, assim como o investimento em segurança pública e a infraestrutura esportiva. Além disso, foi criada uma imagem do Rio como um espaço simbólico atraente, para que a cidade reunisse os atributos necessários para sediar megaeventos, como o Pan-Americano de 2007” (PARADEDA, 2015, p. 110).

A ascensão de César Maia ao poder municipal do Rio de Janeiro é, como em muitos outros casos semelhantes, explicada fundamentalmente pelo processo de redemocratização do Estado brasileiro nos anos 1980. Apesar de ser filho de um servidor público do alto escalão, até ser eleito, Maia tinha uma trajetória política pouco expressiva, nunca tendo sido protagonista nos partidos pelos quais passou. Após um exílio de cinco anos no Chile<sup>85</sup>, retornou ao Brasil em 1973 e somente no início da década de 1980 iniciou sua carreira política como quadro do Partido Democrático Trabalhista (PDT). Durante o governo de Leonel Brizola no Rio (1983-1987), Maia ocupou uma série de cargos na área econômica, desempenhando funções consideradas mais técnicas do que políticas. No início dos anos 1990, César Maia rompe com Brizola e muda para o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). No novo partido, Maia teve o cuidado de não se associar ao então governador do Rio, o peemedebista Moreira Franco, cuja imagem estava bastante desgastada, buscando acolhida no grupo de Carlos Lessa e Renato Archer, que então apoia e contribui com sua candidatura à prefeitura do Rio em 1992.

Durante a corrida eleitoral, César Maia procurou construir sua imagem como uma pessoa capaz de aliar competência técnica e comprometimento político, afirmando que iria implementar uma gestão moderna “com base nos modelos de sucesso das principais cidades do mundo<sup>86</sup>, apoiada na parceria público-privada... e na divulgação da imagem da cidade, até então vinculada à intensa favelização e aos elevados índices de violência urbana” (PARADEDA, 2015, p. 109). Dessa forma, sustentou sua campanha vitoriosa sobre a promessa de que enfrentaria o grave problema da desordem urbana e da exclusão social por meio de um governo modernizado, empreendedor e pouco burocrático:

“Especificamente, o projeto de cidade é apresentado como uma tentativa de superar as consequências físicas e sociais nefastas da urbanização acelerada e desordenada, que seria o principal obstáculo enfrentado pela cidade do Rio. Nele, propõe-se uma saída através de políticas inovadoras e localmente direcionadas, integrando e melhorando diferentes territórios urbanos...” (RICHMOND, 2016, p. 627, tradução nossa).<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup> Na década de 1960, César Maia foi militante do movimento estudantil da Universidade Federal de Ouro Preto e filiado do Partido Comunista Brasileiro, o que culminou na sua perseguição durante a ditadura militar e na busca de exílio no Chile, onde permaneceu de 1968 a 1973. Formou-se em economia na Universidade do Chile, tendo estudado junto com outros quadros políticos brasileiros, como José Serra.

<sup>86</sup> De fato, a campanha de César Maia foi inspirada no plano estratégico da cidade de Madri, na Espanha. Como relatado pelo próprio em entrevista: “Esse material do plano estratégico de Madri foi a base do meu documento de campanha em 1992” (MAIA apud LIMA JÚNIOR, 2003, p. 196).

<sup>87</sup> “Specifically, the City Project is presented as an attempt to overcome the negative social and physical legacies of rapid urbanization and urban fragmentation, which, it suggests, are the fundamental obstacles the city currently faces. It proposes to do so through innovative and locally sensitive policies that simultaneously upgrade and integrate different urban territories” (RICHMOND, 2016, p. 627).



Buscando cumprir com a promessa de campanha, em um de seus primeiros atos como prefeito, Maia instituiu cinco grupos de trabalho responsáveis pelas áreas que ele considerava prioritárias: desenvolvimento social, econômico e urbano, além de gerenciamento do município e finanças. Cada um dos grupos tinha um secretário municipal à frente, responsável por articular as políticas e estratégias naquela área e por responder diretamente ao prefeito (ACIOLY, 2000, p. 511). O grupo de desenvolvimento urbano era liderado pelo novo Secretário de Urbanismo, o professor de arquitetura Luís Paulo Conde, que havia assessorado Maia durante a campanha de 1993 (e que seria indicado para sucedê-lo como prefeito em 1996). Ao longo do período na secretaria, a política urbana de Conde esteve direcionada para dois objetivos principais, diretamente relacionados à promessa de campanha de Maia: a reabilitação de espaços públicos e a integração das favelas ao tecido urbano da cidade (ACIOLY, 2000, p. 511).

Com vistas ao segundo objetivo, a gestão Maia-Conde implementou o programa “Favela Bairro”, que consistia na entrada do Estado nas favelas através de investimentos em infraestrutura (como água, esgoto e calçamento), equipamento comunitários (como postos de saúde e creches), arborização de espaços públicos e legalização fundiária. O programa teve grande repercussão na época, dando muita visibilidade à gestão de Conde (ACIOLY, 2000, p. 513).

No que diz respeito ao primeiro objetivo, a prefeitura criou o programa “Rio Cidade”, que consistia na reurbanização de vários bairros das zonas Sul, Norte e Oeste, através da modernização da infraestrutura local, do embelezamento paisagístico e da melhoria do sistema viário (mais ou menos nos mesmos moldes do Corredor Cultural, mas em um número bem maior de localidades). Sob o discurso de que era preciso romper com o engessamento da burocracia, o “Rio Cidade” organizou concursos públicos para que a iniciativa privada e a sociedade civil propusessem metodologias de renovação para os respectivos bairros. Para cada projeto aprovado, um “gerente” era designado para que ficasse responsável pela formulação, implementação e execução do mesmo (ACIOLY, 2000, p. 516). Através desse modelo, Luís Paulo Conde pretendia superar um “urbanismo totalizante” e fomentar uma “aproximação estratégica”, com iniciativas simultâneas em diferentes partes da cidade (ACIOLY, 2000, p. 516).

“A segunda, RIO CIDADE, buscava identificar quais bairros eram estruturadores da cidade e quais eram seus eixos principais – estimuladores das áreas adjacentes –, para iniciar o

processo de qualificação urbana. Vale ressaltar a matriz catalã destas propostas, onde a escolha de áreas era realizada para a inserção de um planejamento urbano. Os eixos principais de cada bairro serviriam de elemento “polarizador e catalisador” das transformações, melhorias e do desenvolvimento dos bairros” (LIMA, 2017, p. 131).

Luiz Paulo Conde entendia que as intervenções do “Favela Bairro” e do “Rio Cidade” eram indispensáveis dentro de um propósito maior, atuando enquanto peças estratégicas no projeto de cidade do governo Maia:

“Hoje existe uma rede de cidades. E o Rio – pelo seu tamanho e pela peculiaridade que tem sob o ponto de vista da beleza – tem um papel fundamental a desempenhar nessa rede de cidades. A Rio-92... demonstrou essa potencialidade que tem o Rio numa rede de cidades. A estratégia seria olhar não só os gabaritos, o que vai subir ou descer, mas procurar uma estratégia de desenvolvimento urbano.” (CONDE apud THURY; THIS, 1992).

Ou seja, as políticas de reurbanização implementadas deveriam servir a um projeto de desenvolvimento mais amplo, com o objetivo de alçar o Rio de Janeiro a uma nova posição dentro de uma rede internacional de cidades. E que projeto mais amplo seria esse?

Como será demonstrado nas próximas páginas, as ideias, perspectivas e propostas da gestão Maia/Conde no que diz respeito à plataforma de renascimento da cidade e do estado estão delineadas no Plano Estratégico da Cidade, o “Rio Sempre Rio”, de 1996.

O professor de urbanismo Carlos Vainer participou da elaboração e aprovação do plano estratégico enquanto membro convidado do Conselho da Cidade (instância consultiva do plano que contava com 1.500 representantes dos mais diversos setores da sociedade carioca). Em artigo no qual expõe detalhes do processo, Vainer alega que boa parte das etapas de discussão e avaliação que embasaram o plano eram meramente protocolares, servindo apenas como uma maneira de legitimar a iniciativa como uma metodologia participativa. Segundo Vainer, dos métodos aos conteúdos publicados, quase tudo foi definido internamente por um comitê executivo, majoritariamente composto por assessores da própria prefeitura e por consultores contratados (VAINER, 2000b). Nesse sentido, o Plano Estratégico está impregnado com interesses e valores do quadro político-administrativo que o conduziu.

No plano, mais uma vez, a reestruturação da paisagem urbana está alinhada ao propósito de transformar o Rio em um centro mundial de cultura, turismo e entretenimento. Assim, será argumentado que o plano explicita como esse grupo político aliou renovação urbana, turismo e cultura com o objetivo de sustentar política e simbolicamente o seu projeto de cidade.



Pode-se alegar que um documento oficial com as características publicitárias de um plano estratégico não seria a melhor opção para acessar os interesses e valores mais “íntimos” de um determinado grupo político à frente do Estado. Contudo, aqui tudo indica que o grupo de César Maia transformou o documento em uma espécie de carta de intenções da própria gestão. Nesse sentido, parte-se do pressuposto que o documento é uma forma de narrativa na qual os valores e posicionamentos desses grupos estão transfigurados.

“Por isso, à parte os efeitos objetivos de decisões tomadas no processo de planejamento, este também opera na dimensão simbólica: não responde aos desafios, elabora-os e os constitui como tais, fazendo ver o mundo de um modo particular e agir segundo esse modo de ver. Propondo alternativas para o enfrentamento da realidade descrita, o planejamento estratégico constitui, de fato, elemento fundamental para que a representação se objective, na forma de programas e projetos diversos, na canalização de recursos públicos para determinadas prioridades e na instauração de processos decisórios que privilegiem e autorizem a visão dos capitalistas e experts” (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 231).

A utilização da metodologia conhecida como “planejamento estratégico” enquanto uma técnica de governança urbana data da década de 1970, mesmo período em que a cultura passa a ser apresentada como uma alternativa para o desenvolvimento econômico e social. À época, os municípios estadunidenses passaram a utilizá-la para lidar com o agressivo programa de contingenciamento e desburocratização implementado pelo governo Ronald Reagan (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 73). Entretanto a ferramenta logo passa a ser recomendada e difundida por agências multilaterais, consultores e especialistas, seja na Europa, seja em outros continentes, como uma receita de sucesso a ser copiada por toda e qualquer cidade. A justificativa para tal era de que o setor público e as cidades estavam diante de um novo ambiente global, marcado por mudanças e incertezas, e que para se adequar ao novo cenário, era preciso seguir o exemplo das grandes empresas que já vinham passando por uma “revolução administrativa” com esse propósito<sup>88</sup>.

Segundo os defensores do modelo, dentro de um mundo cada vez mais globalizado, a economia e a qualidade de vida das cidades estariam diretamente condicionadas à sua capacidade de se inserir no espaço de fluxos, através da competição com outras cidades e territórios (BORJA; CASTELLS, 1997). Assim, a principal missão da gestão urbana seria justamente capacitar as cidades para a competição ou, em outras palavras, melhorar a sua competitividade e produtividade através de investimentos em inovação, conectividade (e,

---

<sup>88</sup> A tese de doutorado de Lima Júnior discute em detalhes como a disseminação internacional da ferramenta esteve diretamente associada ao domínio de uma visão neoliberal de mundo (LIMA JÚNIOR, 2003).

logo, infraestrutura tecnológica, humana e institucional), autonomia administrativa e capacidade de negociação com parceiros públicos e privados (LIMA JÚNIOR, 2003, p.164). Desse modo, com vistas a esse objetivo, os governos locais precisavam renovar os seus instrumentos de gestão, os princípios de suas políticas urbanas, bem como as próprias instituições. E o planejamento estratégico seria o melhor recurso disponível nesse sentido.

Atuando como um dos principais difusores do modelo, Jordi Borja pregava que o plano estratégico era um instrumento de articulação, liderança e expansão da cidade:

“Cabe ainda ao governo local a promoção interna à cidade para dotar seus habitantes de patriotismo cívico, de sentido de pertencimento, de vontade coletiva de participação e de confiança e crença no futuro da urbe. Esta promoção interna deve apoiar-se em obras e serviços visíveis, tanto os que têm um caráter monumental e simbólico como os dirigidos a melhorar a qualidade dos espaços públicos e o bem-estar da população” (BORJA; CASTELLS, 1997, p. 226, tradução nossa).<sup>89</sup>

A difusão do modelo estratégico no Brasil e na América Latina se deu pela ação de empresas de consultoria internacionais, sobretudo, as catalãs, que vendiam a experiência de sucesso de Barcelona como resultado da aplicação de duas ferramentas: a cooperação público-privada e o planejamento estratégico (VAINER, 2000a).

Na prática, a proposta de elaborar um plano estratégico para a cidade do Rio já estava presente na candidatura de César Maia em 1992. Durante os anos de formação nos quadros do PDT, Maia participou de um programa de preparação de políticos na Alemanha, onde teve contato pela primeira vez com as novas tendências de pensamento em matéria de política urbana (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 194). Em seguida, se inscreveu em um programa de visita a diferentes cidades do mundo com o propósito de se atualizar no tema, entrando em contato, durante a oportunidade, com representantes da empresa de consultoria Andersen e com o plano estratégico que haviam elaborado para a cidade de Madri, na Espanha. A partir dessa experiência, Maia se inspirou no plano de Madri para propor algo semelhante na campanha de 1992. Uma vez à frente da prefeitura, o político contrata a mesma Andersen Consulting para apresentar a metodologia empregada na capital espanhola e designa um grupo de trabalho para dar encaminhamento ao processo de elaboração do plano estratégico do Rio de Janeiro, com supervisão de Luís Conde e Carlos Lessa (LIMA JÚNIOR, 2003).

---

<sup>89</sup> “Internal promotion of the city in order to instil ‘civic patriotism’ in its inhabitants, a sense of belonging, a collective wish to participate and confidence in and optimism about the future of the city. This internal promotion must be based on visible works and services, both those of monumental or symbolic character and those directed at improving the quality of public areas and the wellbeing of people” (BORJA; CASTELLS, 1997, p. 226).

No mesmo período, Conde sugere que o convite fosse estendido à empresa responsável pelo plano de Barcelona, de modo que as metodologias das duas cidades pudessem ser comparadas. Por sua trajetória no comando de um importante escritório de arquitetura e sua carreira como professor universitário, Luís Paulo Conde já tinha uma relação bem estabelecida com os urbanistas responsáveis pelas iniciativas desenvolvidas em Barcelona, principalmente com o ex-secretário de urbanismo, Oriol Bohigas (LIMA JÚNIOR, 2003, p. 191). Por outro lado, Jordi Borja, enquanto presidente da *Tecnologies Urbanas Barcelona S.A (TUBSA)*, ciente da contratação da *Andersen Consulting*, já vinha tentando uma aproximação junto à gestão de César Maia com o intuito de vender os serviços dos catalães (inclusive, esteve presente na cerimônia de posse do prefeito).

“A elaboração do plano estratégico do Rio pela *Tecnologies Urbanas de Barcelona* teve um significado especial, não apenas como símbolo de prestígio, mas também para a abertura de mercados externos (...) *Tubsa* já havia contribuído para a abertura de portas na América Latina (México, Chile, Argentina, Colômbia, Honduras), o que facilitou contratos, projetos ou importantes concessões para companhias renomadas da cidade (...) Nesse contexto, a oportunidade de uma espetacular e contínua presença no Rio de Janeiro, através da elaboração de um plano estratégico pelas companhias privadas e públicas reunidas na *Tubsa*, é um veículo excepcional para a promoção econômica e técnica de Barcelona” (BORJA, 1993, p. 18, tradução nossa).<sup>90</sup>

Após comparar os modelos propostos pelas duas cidades espanholas, por motivos que serão apresentados adiante, César Maia e seu quadro acabam optando pela proposta de Barcelona (LIMA JÚNIOR, 2003).

“O fato é que o resultado de Barcelona é espetacular, porque o produto disso tudo é que Barcelona, a visibilidade internacional de Barcelona e a atratividade pode ser medida pelos números de turistas, de pessoas que chegam, de eventos que ocorrem, e eles souberam aproveitar muito bem isso” (MAIA apud LIMA JÚNIOR, 2003, p. 201).

Para Lima Júnior, a metodologia barcelonesa foi escolhida por Maia porque permitia que, através da elaboração do plano, fossem estabelecidos canais de interação com os principais atores da sociedade carioca, seja da academia, da indústria e mercado ou da mídia. Dessa forma, o processo participativo do modelo catalão seria um instrumento de

---

<sup>90</sup> “La elaboración del plan estratégico de Rio por parte de *Tecnologias Urbanas de Barcelona* reviste un interés especial, no sólo como efecto demostración de prestígio, sino como apertura al exterior... Desde *Tubsa* mismo ya se habia contribuído a abrir algunas puertas em America Latina (México, Chile, Argentina, Colombia, Honduras), lo que há facilitado la consecución de contratos, proyotos o concesiones importantes a empresas emblemáticas de la ciudad.... En este contexto la oportunidad de una presencia espectacular y continuada em Río de Janeiro, como la que se deriva de la realización de um plan estratégico, por parte de las empresas públicas y privadas agrupadas em *Tubsa* es um instrumento privilegiado de promoción económica y tecnológica de Barcelona” (BORJA, 1993, p. 18).

legitimação/sustentação política da própria gestão (LIMA JÚNIOR, 2003). Segundo o diretor-executivo do Plano Estratégico, Carlos Lessa, a proposição do plano era uma forma de viabilizar um projeto comum de cidade, um instrumento para construção de consensos em torno de quais seriam os problemas prioritários e respectivas soluções. Para Lessa, este era um passo “imprescindível na constituição de uma força política capaz de situar o Rio de Janeiro como destino de investimentos públicos e privados” (LESSA apud LIMA JÚNIOR, 2003, p. 186).

“Nossa motivação nasceu da convicção de que a cidade do Rio de Janeiro precisava romper o ciclo das crises institucionais, econômicas e de crescimento desintegrado, ocorridas nas últimas décadas. Era preciso romper os pontos de estrangulamento e desenhar as novas linhas de crescimento futuro da cidade” (RIO DE JANEIRO, 1996, n.p.).

Como parte desse esforço de legitimação e mobilização, Luiz Paulo Conde então sugere a César Maia uma aproximação com as lideranças empresariais da cidade e do estado. Conde era provavelmente muito próximo aos principais empresários da cidade por conta do seu escritório de arquitetura.

“... o Humberto Motta tinha assumido a Associação Comercial... Eu disse: ‘César Maia, porque não traz o Humberto Motta, vê se ele topa’, ele disse ‘vai lá’, e aí eu fui lá e vendi a ideia de fazer o Plano Estratégico. Ele ligou para a FIRJAN<sup>91</sup> e a FIRJAN topou. Aí o Humberto Motta disse: ‘Não. Só topo se forem 58 empresas participando’ – que tinha um número aí que tinha que pagar por mês aos espanhóis ... Então nosso trato foi que... cada empresa dava mil reais naquela época, então eram R\$ 70 mil por mês... E aí se montou um consórcio de empresas com a Prefeitura [...]” (CONDE apud LIMA JÚNIOR, 2003, p. 197).

No dia 04 de fevereiro de 1994, é instaurado o Consórcio Mantenedor do Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro, com o propósito de apoiar e financiar as atividades de elaboração do plano, sobretudo, a contratação da empresa catalã que assumiria a Direção Executiva do plano, a TUBSA de Jordi Borja (VAINER, 2000b).

Como mencionado, a especificidade da metodologia proposta pela TUBSA estava no seu caráter participativo, pois propunha a composição de grupos de trabalho formados por representantes de diferentes setores da sociedade com o intuito de elaborar um diagnóstico da cidade e, a partir daí, propor um conjunto de diretrizes acompanhadas de soluções práticas bem definidas (LIMA JÚNIOR, 2003). Os consultores catalães ficaram responsáveis por orientar e supervisionar todo o processo. Ao fim, os “rituais de legitimação”, eventos nos quais os objetivos e ações propostos seriam avaliados e aprovados pelo Conselho da Cidade,

---

<sup>91</sup> Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro.

instância maior do plano composta por empresários, políticos, servidores públicos, representantes da sociedade civil, jornalistas, etc. (RIO DE JANEIRO, 1996; LIMA JÚNIOR, 2003).

“O conselho permanente do plano estratégico reunia mais de 1500 representantes em discussões contínuas que levaram à proposição de soluções para muitos dos problemas urgentes do Rio... Trata-se do primeiro plano estratégico formulado na América Latina a apresentar uma visão pragmática das oportunidades e ameaças enfrentadas pela cidade” (ACIOLY, 2000, p. 514, tradução nossa).<sup>92</sup>

Entretanto, como mencionado, as coisas aconteceram de maneira bem diferente. Os grupos de trabalho foram arbitrariamente formados com acadêmicos, servidores públicos e empresários indicados pela prefeitura. Além disso, as reuniões de discussão e negociação estavam rigorosamente ajustadas às exigências do contrato firmado com os barcelonenses (VAINER, 2000b). A função do Conselho acabou sendo meramente simbólica, tendo esse se reunido somente em eventos de homologação de documentos (VAINER, 2000b). Dessa forma, não parece exagero afirmar que o Plano Estratégico foi um mecanismo de legitimação e mobilização acionado pelo governo César Maia com o propósito de indicar e efetivar o seu próprio projeto de cidade.

Como argumentado por Carlos Vainer (2000b), em última instância, o que o Plano pretende criar é uma imagem supostamente consensual e compartilhada de cidade, um Rio de Janeiro que diferentes setores da sociedade – representados nos grupos de trabalho, seminários e reuniões – teriam vislumbrado como ideal/potencial a ser seguido através de ações e projetos. Por trás dessa representação, existiu um esforço político colossal empreendido pelo poder público municipal, lideranças empresariais e setores da mídia no sentido de promover uma “nova consciência do urbano”, demarcando na composição imaginária da cidade quais seriam seus maiores problemas, os grandes potenciais desperdiçados, os instrumentos para superação e os ideais a serem atingidos.

“... esse alinhamento entre políticos, população e imprensa expressa um ‘consenso’ construído ao redor dos possíveis efeitos positivos para a cidade, seus empresários e sua população, tais como: atração de investimentos e turistas internacionais, geração de empregos para a população local, reestruturação urbana e construção de um legado material e imaterial para a cidade, além de inseri-la no mercado global” (PARADEDA, 2015, p. 108).

---

<sup>92</sup> “The strategic plan’s permanent assembly gathered more than 1500 representatives in continuous discussions that lead to solutions of many of Rio’s urgent problems.... This was the first strategic plan formulated in Latin America to present a pragmatic view of the opportunities and threats faced by Rio” (ACIOLY, 2000, p. 514).

Dessa forma, são as diferentes facções da elite local, os atores capazes e habilitados a representar a cidade na qualidade de “lideranças”, que vão apresentar quais são os interesses gerais do Rio de Janeiro, produzindo harmonia e unidade no lugar do conflito e da diferença. A posição dominante detida no espaço social garante que suas próprias visões de mundo se afirmem enquanto imagem de cidade (BOURDIEU, 2010). Essa imagem então é incorporada e oficializada pelo Estado como parte de um projeto de cidade institucionalizado, o Plano Estratégico, desdobrando-se em políticas públicas, programas e ações de governo.

Aqui, o Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro “Rio Sempre Rio” (1996) será analisado como uma materialidade discursiva que condensa toda uma performance narrativa perpetrada pelos quadros político-administrativos do Estado carioca, com apoio de consultores especializados, no sentido de propor uma determinada visão/imagem de cidade. Nela, fica evidente a presença de uma racionalidade que enquadra os lugares e suas respectivas singularidades através de estratégias de apresentação da diferença pautadas no *marketing* de produtos<sup>93</sup> (NETTO, 2016).

\* \* \*

Seguindo o discurso comum dos urbanistas e consultores barcelonenses, o documento do Plano Estratégico é aberto exatamente com a justificativa de que a globalização da economia impôs novos desafios às cidades, que a partir de então teriam de competir entre si pela atração de recursos de capital, de investimentos e de talentos (RIO DE JANEIRO, 1996). Dessa forma, o plano seria uma oportunidade para traçar linhas estratégicas adequadas ao posicionamento da cidade no mercado global.

“A confluência de ações iniciadas por diversos setores públicos e privados será um poderoso impulso para o desenvolvimento da economia e da qualidade de vida do carioca. Queremos que o Rio de Janeiro, no mais breve possível, seja uma cidade acolhedora, participativa, competitiva, integrada interna e externamente, com acesso e oportunidades para melhoria de vida dos seus cidadãos, tornando-se um polo de atratividade regional, nacional e internacional” (RIO DE JANEIRO, 1996, l. Mensagem do Conselho).

---

<sup>93</sup> Lima Júnior (2003) e Netto (2016) fornecem evidências interessantes de como tanto o instrumento do planejamento estratégico quanto a estratégia de *marketing* de lugares fazem parte do mesmo senso comum internacional abordado no fim do segundo capítulo. Também mostram que esses modelos costumam circular pelas mesmas redes de interdependência.

Na sequência, o documento evoca outro lugar comum, ao apontar a singularidade da combinação entre desenho urbano e paisagens naturais como uma das grandes vantagens comparativas do Rio, “uma cidade singular”. Simultaneamente, a diversidade cultural e a criatividade do povo carioca também são evocadas enquanto signos-marca importantes da cidade. Por outro lado, mais uma vez a cidade é representada como uma espécie de miniatura do Brasil, devendo atuar como símbolo, vitrine e porta de entrada do turismo internacional no país.

“O Rio é conhecido internacionalmente pela forma de integração da natureza com o ambiente urbano, pelo carisma do jeito de ser 'carioca', pela sua característica de inovador em todos os setores, de centro de musicalidade, de laboratório de integração social e de exercício da cidadania, reforçando a identidade da cidade com o país, sustentando a sua atratividade e projetando uma imagem positiva” (RIO DE JANEIRO, 1996, p. 21).

Ou seja, o argumento do plano está centrado no diagnóstico de que se trata de um centro urbano com enorme potencial (ativos naturais, arquitetônicos, artístico-culturais, étnicos, etc.) a ser devidamente explorado através de uma política orientada e pragmática.

Eis que, então, define-se a meta central do Plano:

“Tornar o Rio de Janeiro uma metrópole com crescente qualidade de vida, socialmente integrada, respeitosa da coisa pública e que *confirme sua vocação para a cultura e a alegria de viver*, uma metrópole empreendedora e competitiva, *com capacidade para ser um centro de pensamento*, de geração de negócios para o país e sua conexão privilegiada com o exterior” (RIO DE JANEIRO, 1996, p. 23, grifo nosso).

Chama a atenção como as mesmas diretrizes do receituário proposto por Borja e Castells no âmbito da ONU-Habitat aparecem condensadas na meta principal do Plano. Nele fica claro que o projeto de cidade, concebido pela gestão Maia à luz do exemplo de Barcelona, ambiciona consolidar o Rio de Janeiro como um centro econômico nacional e global, apoiando-se nos setores do conhecimento e da cultura enquanto âncoras do processo de desenvolvimento. A partir daí, o documento apresenta sete estratégias de atuação na cidade com vistas a alcançar tal meta. Das sete estratégias, pelo menos cinco envolvem ações e projetos diretamente relacionados à renovação urbana (inclusive do porto) e à valorização da cultura e do entretenimento-turismo.

Dentre as cinco, três chamam a atenção por concentrar a maioria dos esforços dentro desse enfoque<sup>94</sup> e por isso serão apresentadas a seguir.

---

<sup>94</sup> Outras estratégias, como a “O carioca no século XXI” e a “Rio Acolhedor” na área de qualidade de vida e ambiental, também contemplam ações como: oferecer às pessoas oportunidades e facilidades para acesso ao emprego e aos bens sociais e culturais em seu sentido mais amplo; incremento da arborização da cidade e a

A estratégia de número 4, “Rio Integrado”, prevê uma política sistemática de integração e equilíbrio territorial no município, o que seria alcançado através do fortalecimento do Centro e no estímulo a novas centralidades nas diferentes zonas da metrópole. Assim, para a refuncionalização do Centro enquanto área de articulação e atração da cidade, o Plano prevê a construção de moradias na região e a revitalização da área portuária, da praça XV e dos bairros do Santo Cristo, Gamboa, Saúde e Estácio (RIO DE JANEIRO, 1996). Mais especificamente, as ações e projetos propostos no âmbito dessa estratégia envolvem: a oferta de moradias no Centro por meio da recuperação/readaptação de espaços e prédios abandonados; a complementação do Teleporto construído na Cidade Nova, com a instalação de escritórios, um hotel, um *shopping center* e um centro de convenções; por fim, a *revitalização da área portuária*, tendo como âncora a revitalização do Píer Mauá e as edificações adjacentes (RIO DE JANEIRO, 1996).

Logo de início, a estratégia de número 4 coloca a proposta de renovação da zona portuária como um objetivo concreto do Plano, embora não deixe claro exatamente o que será feito. O documento menciona apenas a revitalização do Píer Mauá e edificações adjacentes como âncora do projeto, além da necessidade de criar uma entidade gestora para a implantação do empreendimento (RIO DE JANEIRO, 1996). Apesar da falta de clareza, a proposta volta a aparecer em mais duas estratégias, revelando a sua importância dentro do projeto de cidade concebido pela gestão Maia. Ou seja, como na década de 1980, o porto continua sendo visto como um espaço valioso na perspectiva da modernização turística movida pelas elites locais.

Já na sexta estratégia, “Rio Competitivo”, o documento volta-se para ações e projetos que alavanquem a competitividade da cidade do Rio dentro da economia global, dando grande ênfase para os setores do turismo e entretenimento, além das áreas de tecnologia. Como parte da estratégia, propõe-se uma política de incentivo à expansão e diversificação dos setores produtivos “de vocação da cidade”, a saber, as indústrias do audiovisual, fonográfica, do design e moda (RIO DE JANEIRO, 1996). Dentro dessa política, são apresentadas enquanto propostas a serem executadas a criação de um “Polo de Cine e Vídeo” e a realização dos eventos “Rio Design” e do “Rio Capital da Moda”. Por outro lado, a estratégia também contempla o fortalecimento do turismo de negócios no Rio,

---

recuperação de praças e parques; realizar intervenções específicas nos principais espaços urbanos para melhorar as infraestruturas e a estética da cidade.



com a realização de eventos de grande e médio porte como exposições, feiras e convenções (RIO DE JANEIRO, 1996). Ou seja, o conjunto de metas delineadas na estratégia “Rio Competitivo” torna evidente a compreensão por parte do governo de que os diferentes setores produtivos da cultura e o turismo são áreas prioritárias, que precisam ser objeto de políticas públicas e investimentos para que possam se expandir e se consolidar enquanto eixos de desenvolvimento da cidade e do estado.

Finalmente, a sétima e última estratégia, “Rio 2004: polo regional, nacional e internacional”, dá a verdadeira dimensão do projeto de cidade do governo Maia e do lugar ocupado pelo tripé reestruturação urbana, cultura e entretenimento-turismo. De acordo com a estratégia, a cidade desenvolverá uma série de projetos nas áreas de cultura, esporte e eventos com o intuito de melhorar sua imagem interna e externa e, conseqüentemente, se consolidar como polo de atratividade regional, nacional e internacional (RIO DE JANEIRO, 1996). Mais uma vez as vantagens comparativas que a cidade detém são evocadas como um potencial desperdiçado pela falta de articulação e capacidade:

“O Rio tem, na sua imagem, um ativo valioso e elemento decisivo para o seu desenvolvimento. Muitas de suas atividades estão estruturadas sobre este fator de atratividade. Cultura e lazer, esporte e turismo são importantes como geradores de emprego, de integração social e "marca" do Rio. Sua oferta cultural é bem dotada de equipamentos, diversificada e capaz de criar e de ser vanguarda (moda, escola de samba, música). Tem vocação para os esportes ao ar livre e boa oferta de instalações esportivas. É a única metrópole-resort do mundo. Possui oferta singular de áreas para o turismo verde - inclusive em cidades próximas. E apresenta-se como cidade reconhecidamente hospitaleira” (RIO DE JANEIRO, 1996, l. Estratégia 7).

Dessa forma, melhorias na gestão dos setores, na sua divulgação e nas informações ofertadas, bem como a recuperação de áreas específicas e construção/distribuição de equipamentos de cultura, lazer e esporte pela cidade são apontadas como metas a serem perseguidas dentro dessa estratégia.

Um dos objetivos específicos prevê a consolidação do Centro da cidade como um polo cultural de atração nacional e internacional, aproveitando a riqueza da vida cultural da região para desenvolver um mercado de produção e consumo de bens culturais. Para tal, seriam realizados investimentos na infraestrutura do setor, com construção de novos espaços e renovação de espaços já existentes, bem como na formação e qualificação de profissionais. Na prática, as ações e projetos propostos envolvem: promover melhorias nos museus da área e incentivar a instalação de novos museus; criar um novo centro cultural a partir da agregação de pequenos museus, como o Museu do Transporte, do Índio; etc.

“Converter o objetivo em realidade obriga ao desenvolvimento de infra-estruturas e atividades, e em *abordar claramente o aspecto econômico da cultura e da arte*. Aproveitar as intervenções que se realizam no Centro para convertê-lo num núcleo de alta densidade cultural, e elemento formador básico da identidade do carioca” (RIO DE JANEIRO, 1996, l. Estratégia 7, grifo nosso).

Outro objetivo contemplado pela sétima estratégia é o aprimoramento da política de *marketing* da cidade, com a construção de um Plano Cooperativo de Imagem e de um Plano Operacional de *Marketing* que reforcem as atratividades e singularidades da cidade e redefinem sua imagem, criando o “Produto Rio” (RIO DE JANEIRO, 1996). Dentro desse objetivo, destaca-se o interesse em direcionar essa política “para atrair sedes de organizações e associações públicas e privadas, nacionais e internacionais, com o objetivo de incrementar o consumo, as viagens, o uso de serviços e a atratividade em geral” (RIO DE JANEIRO, 1996, l. Estratégia 7).

A estratégia também contempla um esforço significativo na melhoria das políticas de turismo da cidade, visando à ampliação do público através de oferta dirigida e diferenciais de atratividade turística, sobretudo, “megaeventos, corredores turísticos e programas de qualidade total” (RIO DE JANEIRO, 1996, l. Estratégia 7).

“Converter o Rio num centro de destino turístico mais completo, definindo roteiros que utilizem a cidade como ponto de entrada no país e estimulem os interesses dos visitantes por atividades de cultura, lazer, esporte e ecológicas. Criar projetos para o turismo emergente (eventos esportivos, saúde, terceira idade, incentivo empresarial)” (RIO DE JANEIRO, 1996, l. Estratégia 7).

Dentro dessa perspectiva de ampliação do turismo, há um interesse especial pela captação e promoção de grandes eventos artísticos, culturais e esportivos. Como parte desse esforço, o investimento nas infraestruturas esportivas da cidade e os demais preparativos necessários para a candidatura de sede dos Jogos Olímpicos de 2004 é dado como prioridade: “Apoiar o Projeto dos Jogos Olímpicos 2004. Definir um projeto emblemático que mobilize a cidade, favorecendo sua transformação urbanística e o aperfeiçoamento dos serviços” (RIO DE JANEIRO, 1996, l. Estratégia 7). A organização das Olimpíadas foi sistematicamente defendida pelo grupo político de César Maia durante as duas décadas em que estiveram no poder, pois seria uma oportunidade para “atingir os objetivos e metas estabelecidos no plano, além de realizar projetos urbanos estruturantes, alavancar investimentos públicos nas três escalas governamentais e projetar uma nova imagem de cidade” (LIMA, 2017, p. 148). Nesse sentido, procurava-se justificar a realização do megaevento por conta do enorme

impacto econômico e cultural que poderia ter na “qualidade de vida” do Rio de Janeiro e do Brasil como um todo. No documento da candidatura, idealiza-se o evento como um “momento de virada” na história do Rio. Os diversos investimentos em infraestrutura para os Jogos beneficiariam toda a economia, assim como a exposição midiática para milhares de espectadores no mundo todo, que atrairia uma grande gama de turistas para a cidade. Dezenas de milhares de empregos seriam criados e as atividades relacionadas ao esporte, lazer e turismo teriam um grande impulso (BRASIL, 1996a).

A candidatura também prometia a modernização e reconstrução de equipamentos culturais e esportivos da cidade, principalmente no Centro e nas imediações da Baía de Guanabara:

“O Rio de Janeiro tem um legado significativo de ativos culturais e monumentos. Muitos desses prédios históricos estão concentrados no centro da cidade e na orla. Com essa concentração de equipamentos culturais e esportivos, alguns dos quais serão modernizados ou restaurados, a área será conhecida como Boulevard Cultural Olímpico. (...). O plano de renovar a infraestrutura irá reforçar a posição do Rio como o centro dinâmico da cultura, das artes e das tradições brasileiras” (BRASIL, 1996b, I. Theme 11)<sup>95</sup>.

De certa forma, a sétima e última estratégia, “Rio 2004: polo regional, nacional e internacional”, sintetiza o projeto de cidade construído ao longo do plano e que aqui tanto interessa analisar. Ao elencar objetivos como transformar o centro da cidade em um polo de produção e consumo cultural, aperfeiçoar as políticas de turismo, ampliar o número de visitantes por meio de grandes eventos culturais e esportivos, o documento torna explícita a ênfase desproporcional colocada pelo governo Maia nesses setores como uma alternativa para a retomada do desenvolvimento no Rio (RICHMOND, 2016). Ou seja, esse grupo político compartilha a crença de que cultura e o turismo são recursos indispensáveis a serem gerenciados politicamente em favor do renascimento econômico da cidade. O que, por sua vez, faz com que parte considerável do quadro político-administrativo do Estado e de seus recursos financeiros e jurídicos sejam mobilizados com vistas a esse propósito. Nesse cenário, as políticas turístico-culturais de renovação urbana e de realização de megaeventos são executadas como parte de uma mesma estratégia de poder, que visa efetivar o projeto de cidade que dá sustento à hegemonia política desse grupo.

---

<sup>95</sup> “Rio de Janeiro has a significant legacy of cultural assets and monuments. Most of these historic buildings are concentrated in the...city centre and its shoreline. With its concentration of sports and cultural facilities, some of which will be modernized or restored, this area will be known as the Olympic Cultural Crossroad. (...).The plan to renovate the infrastructure will reinforce Rio's position as the dynamic center of Brazilian culture, arts and traditions” (BRASIL, 1996b, I. Theme 11).

Em meio às linhas de concepção desse projeto de cidade, surge mais uma vez a visão de futuro construída pelas elites locais no que diz respeito à zona portuária do Rio de Janeiro, agora ressignificada como uma área prioritária na agenda de modernização turística da cidade. Como sublinhado, as três estratégias do Plano de 1996 deixam claro que, na visão do governo Maia, a missão de renascimento econômico do Rio passa necessariamente pela ativação do potencial imobiliário, econômico e turístico da região portuária através da aplicação de políticas turístico-culturais de renovação urbana.

Nesse contexto, César Maia apresentaria já em 1994 quais eram os seus planos para o porto: a construção da “Cidade Oceânica do Rio de Janeiro”. Encomendado ao arquiteto francês Jacques Rougerie, responsável pelo desenho de diversos aquários modernos construídos no litoral da França, o projeto previa a transformação do Píer Mauá em um complexo turístico, cultural e tecnológico. Orçado em US\$ 40 milhões e previsto para ser construído em dois anos através de financiamentos público e privados, o complexo imobiliário de quatro pavimentos previa a instalação de 6.500 metros de aquários, um cinema, um *shopping center*, salas de convenções, marina, anfiteatro, um terminal para barcos de turismo e até um centro de informações científicas (vide figura 28).

O problema é que a Companhia de Docas do Rio de Janeiro (CDRJ), estatal federal proprietária de grande parte dos terrenos da região, já vinha elaborando outra proposta para a mesma área. Nela, propunha-se a transformação da Praça Mauá e do Píer Mauá em um complexo empresarial e turístico, contando com uma torre de escritórios de 25 andares, um *shopping center*, um centro de convenções, uma marina, além de “um setor de animação com museus e cenografias urbanas” e um hotel 5 estrelas (vide figura 29).

A existência de duas propostas diferentes para a mesma área acabou se desdobrando em uma situação de desconfiança e sabotagem por parte de César Maia, de modo que os dois projetos acabaram se inviabilizando (DINIZ, 2013). Ainda assim o projeto de cidade concebido pelo grupo político ligado à gestão Maia, com seu forte apelo aos setores da cultura e do entretenimento-turismo enquanto alternativas de desenvolvimento, bem como a consequente ressignificação da zona portuária como uma área prioritária na agenda de modernização turística da cidade, continuariam na ordem do dia, ganhando força e materialidade ainda maior durante o segundo governo César Maia (2001-2008). Nesse período, o espaço urbano do Rio será completamente transformado por um conjunto de grandes projetos urbanos de viés turístico-cultural e esportivo implementado pelo Estado.

**Figura 28 – Simulação do projeto “Cidade Oceânica”**



Fonte: RIO PODE, 1994, p. 14

**Figura 29 – Projeto arquitetônico da CDRJ para o Píer Mauá**



Fonte: PÍER MAUÁ, 1995, p. 11.

### 3.5 Cultura e turismo como recurso: o projeto Porto do Rio

Ao fim do seu primeiro mandato (1993-1996), como ainda não havia reeleição para cargos do executivo no Brasil, César Maia decide indicar Luiz Paulo Conde como seu sucessor nas eleições de 1996. O secretário de urbanismo ganhara muita visibilidade durante a gestão graças aos programas “Favela Bairro” e “Rio Cidade” e acabou sendo bem-sucedido na empreitada eleitoral. Ainda que os dois tenham se desentendido e rompido relações pouco tempo depois, o fato é que a gestão Conde (1997-2000) manteve o tripé cultura, turismo e renovação urbana no centro da agenda de governo.

Durante o mandato, por exemplo, foi elaborado o “Plano Maravilha”, a primeira política pública exclusivamente voltada para o turismo do município, elaborada com apoio de diversos representantes do setor e contando com diretrizes, metas e propostas que visavam melhorar o turismo no Rio (BOITEUX; WERNER, 2009, p. 25). Como parte desse esforço, o governo municipal passou de R\$ 5 milhões para R\$ 45 milhões investidos nas campanhas de melhoria da imagem da cidade, o que surtiu efeitos, sobretudo, na captação de eventos como feiras, encontros e congressos (FARIAS, 2011, p. 187). Ao mesmo tempo, a prefeitura ampliou os investimentos no Carnaval, tanto no apoio ao desfile das escolas de samba quanto na organização e aperfeiçoamento das folias de rua dos bairros centrais (FARIAS, 2011, p. 188). Por outro lado, a gestão Conde também foi responsável pela criação do Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos (IPP) em 1998, autarquia que, desde então, tem sido responsável pela coordenação das principais iniciativas de intervenção urbana no Rio, incluindo as políticas de renovação urbana.

Concluído o mandato de seu sucessor, César Maia retorna mais uma vez ao poder municipal, agora permanecendo no cargo por dois mandatos consecutivos (2001-2008). Ao longo dos oito anos de gestão, Maia não só manteve como reforçou ainda mais a estratégia de atuação que combinava renovação urbana, cultura, turismo e megaeventos como vetores de desenvolvimento urbano e econômico. Nesse período, salta aos olhos o investimento vultoso e sistemático em megaeventos de entretenimento (nas áreas da arte, cultura e esporte) e na respectiva construção de grandes equipamentos urbanos (de cultura e esporte), concebidos pelo prefeito como catalisadores do desenvolvimento de diferentes regiões da cidade (os chamados “*flagship projects*”). Nas palavras do próprio César Maia: “A

experiência internacional indicava que a recuperação da centralidade cultural exigia equipamentos de alta qualidade que cumprissem esse papel aglutinador” (MAIA, 2009).

Na prática, o que o segundo governo Maia fez foi eleger diferentes zonas do município (as “cidades dentro da cidade”) que receberiam imensos projetos urbanos com foco em renovação urbana de fins turístico-culturais e de entretenimento. Verdadeiras “cidades temáticas” que funcionariam como pólos irradiadores de desenvolvimento econômico, social e urbano, estrategicamente posicionados nos quatro cantos da cidade (LIMA JÚNIOR, 2003). E assim nasceram a Cidade do Samba (Gamboa, região portuária), a Cidade das Crianças (Santa Cruz, zona oeste), a Cidade da Música (Barra da Tijuca), além do Estádio Olímpico Nilton Santos (Engenho de Dentro) e do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas (São Cristóvão), ambos na zona norte. O último projeto que completaria esse conjunto de intervenções seria o Museu Guggenheim-Rio, previsto para o espaço desocupado do Píer Mauá, na zona portuária. Como será detalhado mais adiante, o museu era uma das grandes ambições do prefeito César Maia, mas acabou sendo barrado na justiça após uma intensa campanha de ativistas que eram contra a construção da filial.

Para os fins deste trabalho, importa analisar principalmente como, ao longo desse período, o Estado colocou em marcha justamente o projeto de cidade que havia sido vislumbrado pelo grupo político de César Maia no Plano Estratégico de 1996. Com oito anos de comando a seu favor, o grupo usou e abusou da estratégia que toma a cultura e o turismo como recursos de um projeto econômico e político (que, por sua vez, sustenta essa longa hegemonia política). Ao fim, o que se viu foi a completa transformação do tecido urbano do Rio de Janeiro, agora tomado por megaprojetos arquitetônicos.

\* \* \*

A perspectiva de transformar a realidade urbana da cidade através de pólos irradiadores construídos em diferentes localidades foi traduzida no segundo plano estratégico da gestão Maia, publicado em 2004. Batizado como “As cidades da Cidade”, o plano adota uma metodologia pautada na focalização das estratégias, ações e projetos de acordo com o contexto, demandas e vocações de cada uma das doze regiões elencadas. Em linhas gerais, o plano se desdobra em doze seções, que repetem a mesma metodologia do plano de 1996, só que agora com diagnósticos e objetivos específicos para uma determinada região.



**Figura 30 – Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas**



Fonte: WIKIMEDIA, 2019c.

**Figura 31 – Cidade do Samba**



Fonte: FLICKR, 2019.



**Figura 32 – Cidade da Música**



Fonte: WIKIPÉDIA, 2019d.

**Figura 33 – Cidade das Crianças**



Fonte: MAIS LAZER, 2019.

Segundo o prefeito, a justificativa para a nova estratégia viria de:

“... uma frente foi todo um estudo que eu fiz durante o meu período sem mandato a respeito de desenvolvimento endógeno e de micro-desenvolvimento. Então, ali eu peguei algumas leituras e dessas leituras tirei alguns textos e esses textos eu trouxe para a prefeitura, inclusive a reconceituação de globalização. É necessário que você tenha um cluster de interações que potencialize talentos e atividades concentradas regionalmente, porque é este cluster que se relaciona, que se globaliza” (MAIA apud LIMA JÚNIOR, 2003, p. 200).

Mesmo que o plano seja dividido em doze regiões, o enfoque nos setores da cultura, turismo e entretenimento enquanto alternativas de desenvolvimento continua presente em praticamente todas as seções. Apenas para se ter uma ideia, os vetores “turismo”, “cultura” e “esporte” aparecem como estratégia/objetivo de nove das doze regiões. Por exemplo, Tijuca, Bangu, Campo Grande e Jacarepaguá são mencionados como regiões que poderiam atuar como pólos de lazer e cultura, utilizando principalmente o potencial do ecoturismo (RIO DE JANEIRO, 2004). A Zona Sul, como não poderia deixar de ser, é eleita como principal polo turístico, cartão postal de exportação e deve continuar recebendo investimentos para aproveitar tamanho potencial (RIO DE JANEIRO, 2004).

Esse mesmo enfoque está presente nas propostas de candidaturas para os Jogos Pan-Americanos de 2007 e Jogos Olímpicos de 2012. Nos documentos oficiais que embasam as duas propostas, a vocação da cidade para o turismo é o tempo todo evocada, ressaltando-se os seus inúmeros atrativos e qualidades (Carnaval, “natureza erudita”, numerosos centros culturais, etc.). Na visão do governo, a combinação entre beleza natural e arquitetônica, uma extraordinária capacidade de gerar imagens (e, logo, publicidade), além de uma vocação para os esportes, tornavam a candidatura da cidade imbatível (SIRKIS, 2012, p. 144). Por outro lado, os documentos também reiteram exaustivamente a importância dos dois eventos para fomentar desenvolvimento nas áreas de serviços, turismo e infraestrutura (BRASIL, 2004).

O projeto de cidade desenhado nesses documentos – que corroboram em muito o Plano de 1996 – se desdobrou em enormes investimentos do poder municipal, com apoio do governo federal e da iniciativa privada, em megaprojetos urbanos nos setores da cultura, do entretenimento-turismo e do esporte em diferentes partes da cidade. Somente nos setores da cultura e turismo, obviamente acoplados a iniciativas de renovação urbana, foram desenvolvidos três empreendimentos de vulto na Zona Norte, Zona Oeste e no próprio Centro.

Na Zona Norte, um pavilhão abandonado de 156.000 m<sup>2</sup>, construído por Juscelino Kubitschek para sediar a Exposição Internacional de Indústria e Comércio de 1962, foi totalmente restaurado e adaptado para abrigar a famosa “Feira dos Nordestinos”, feira a céu-aberto que funcionava no estacionamento do local. Os vendedores foram então acomodados nas 700 barracas padronizadas que hoje compõem o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas (figura 30), ofertando um sem número de produtos ligados às tradições nordestinas. Na ocasião, também foram construídos dois palcos em cada ponta do pavilhão com o intuito de promover eventos, shows musicais, apresentações de quadrilha e festas como um todo (ALVES, 2011, p. 319).

Na região do Centro, mais especificamente no bairro portuário da Gamboa, foi construída a “Cidade do Samba” (figura 31), um complexo de 14 edifícios que passou a funcionar como centro de produção de carros alegóricos e fantasias para o desfile das escolas de samba do Rio. Fruto de um acordo do prefeito com a Liga das Escolas de Samba, o empreendimento foi concebido para, além de abrigar as escolas, funcionar como um complexo de arte e entretenimento, onde o turista poderia sentir “as emoções do Carnaval durante os 365 dias do ano” (LIESA, 2019).

Na Zona Oeste, foram construídos dois megaempreendimentos nas áreas de cultura e lazer. A primeira, a Cidade da Música (figura 32), foi concebida como um projeto monumental pelo arquiteto francês Christian de Portzamparc, abrigando um complexo cultural que conta com uma sala de concertos para orquestras e ópera (uma das maiores na América Latina), um teatro de câmara, uma sala eletroacústica, além salas de ensaio, galerias, camarins, salas de aula, etc. A obra foi extremamente criticada pelo alto custo (R\$ 518 milhões), mas sempre prontamente defendida pelo prefeito César Maia como um polo cultural fomentador de desenvolvimento e visibilidade para o Rio. A cidade só foi completamente inaugurada em 2013, pelo prefeito Eduardo Paes, que decidiu batizá-la como “Cidade das Artes” (WIKIPÉDIA, 2019d).

O segundo empreendimento, a Cidade das Crianças (figura 33), envolveu a construção de um parque público aquático e recreativo no bairro de Santa Cruz, na Zona Oeste. O parque foi pensado como uma opção de lazer gratuita dentro de uma região extremamente populosa e distante da região central. Inaugurado em 2004, ele conta com um planetário, teatro, biblioteca infantil, brinquedoteca, um viveiro de aves, além de quadras de esporte, piscina, área de recreação e praça (WIKIPÉDIA, 2019e).

Em vista dos dois megaeventos esportivos almeçados pela prefeitura, os Jogos Pan-Americanos 2007 e os Jogos Olímpicos 2012, também foram realizados investimentos vultuosos na construção de equipamentos esportivos e de habitação nas mesmas regiões mencionadas. No caso da Zona Norte, foi construído o então Estádio Olímpico João Havelange (figura 34), agora renomeado com o nome do ex-jogador Nilton Santos, estrutura esportiva com capacidade para acomodar 46.931 espectadores, inaugurada em 2007 com o objetivo de abrigar as competições de futebol e atletismo do Pan-Americano.

Em outra área da Zona Oeste, mais precisamente na Barra da Tijuca, foram instaladas as principais arenas esportivas que receberiam as competições dos Jogos Pan-Americanos. O conjunto de equipamentos chegou a ser batizado como “Cidades dos Esportes”. A Arena Olímpica do Rio (figura 35), hoje renomeada como Jeunesse Arena, foi criada para servir como um ginásio poliesportivo, capaz de abrigar diferentes modalidades de competição. Inspirado nas arenas norte-americanas de basquete profissional, o equipamento tem 92 mil m<sup>2</sup> e capacidade para abrigar 18 mil pessoas (WIKIPÉDIA, 2019f). Na mesma região, foi construído o Parque Aquático Maria Lenk (figura 36), complexo de 42 mil m<sup>2</sup> que conta com piscinas e tanques voltados para as competições de natação, nado sincronizado e saltos ornamentais. O mesmo tem capacidade para receber até oito mil pessoas (WIKIPÉDIA, 2019g). Além de outros equipamentos esportivos de menor porte, também foi construído na Barra da Tijuca um complexo residencial com 17 prédios e 1480 apartamentos, a Vila Pan-Americana (figura 37). O complexo abrigou as 42 delegações do Pan-Americano e depois foi entregue aos moradores que compraram os apartamentos ainda no lançamento, em 2005. Apesar de ter sido divulgado como um dos principais legados dos jogos, a Vila tem apresentado uma série de problemas de ordem estrutural nos últimos anos, gerando críticas por parte dos atuais moradores e da mídia (PESSOA, 2017).



**Figura 34 – Estádio Nilton Santos, o “Engenhão”**



Fonte: Wikipédia, 2019h.

**Figura 35 – Jeunesse Arena**



Fonte: Wikipédia, 2019f.



**Figura 36 – Parque aquático Maria Lenk**



Fonte: Wikipédia, 2019g.

**Figura 37 - Vila Pan-Americana**



Fonte: PESSOA, 2017.

Junto com a Barra da Tijuca e a Zona Norte, o Centro e a região portuária foram as áreas que mais receberam atenção por parte do governo municipal no que diz respeito à promoção de grandes intervenções urbanas. Assim como no projeto de cidade desenhado no Plano Estratégico de 1996, as duas regiões continuaram no topo da agenda de renovação urbana com fins turístico-culturais implementada pela segunda gestão Maia. Nas palavras do então Diretor de Urbanismo do Instituto Pereira Passos:

“A experiência tem mostrado que passado e presente, preservação e renovação, cultura e turismo, lazer e negócios podem e devem conviver entre si e, melhor, juntos produzirem riqueza, trabalho, desenvolvimento econômico e social, bem estar e auto-estima, ou seja, uma nova cultura para as cidades. Muitas metrópoles mundiais já estão trilhando este caminho voltando os olhos, há bastante tempo, para os antigos centros, hoje transformados em pólos de atração e eixos de referência. (...). Com todos os sinais. Basta olhar para ver. As novas ordenações urbanas passam por investir no Centro.” (PINHEIRO, 2002, p. 7).

No Plano Estratégico de 2004, o objetivo proposto para a região central prevê a sua consolidação como “centro de referência histórico-cultural do país”, buscando por meio da conservação, restauração e promoção do patrimônio arquitetônico, histórico e cultural local, fomentar o chamado “turismo cultural” (RIO DE JANEIRO, 2004). Nesse sentido, são propostas ações como: revitalização de espaços culturais; criação de circuitos culturais na região; recuperação de igrejas e outros pontos históricos; implantação de um museu vivo; e, finalmente, “a revitalização da zona portuária, objetivando o incremento de atividades culturais” (RIO DE JANEIRO, 2004, l. Centro).

“É a região que apresenta maior potencial para o desenvolvimento do 'turismo cultural', modalidade que se tem mantido em crescimento constante, desde a requalificação dos centros históricos de cidades europeias e americanas, a partir de meados da década de 70. Esses antigos centros degradados foram revitalizados e passaram a atrair novos moradores e novas atividades comerciais, mantendo a integridade de boa parte dos seus acervos históricos. Este também é o desafio para a Região Centro: recuperar a pujança econômica e a efervescente vida social, sem descaracterizar o patrimônio histórico” (RIO DE JANEIRO, 2004, l. Análise por tema).

Dessa forma, assim que assume a pasta, o novo Secretário de Urbanismo escolhido por César Maia, Alfredo Sirkis<sup>96</sup> (2001-2006), elege a revitalização do centro e, sobretudo, do porto como prioridade de sua gestão. Nas suas palavras, a prefeitura “pela primeira vez, chamou a si a responsabilidade de coordená-la” (SIRKIS, 2012, p. 259). Na perspectiva de

---

<sup>96</sup> Alfredo Sirkis foi vereador no Rio de Janeiro entre 1980 e 1990, com atuação voltada principalmente para a área ambiental. Durante a primeira gestão Maia, foi Secretário Extraordinário de Meio Ambiente. Derrotado nas eleições para prefeito em 2000, foi convidado por Maia para presidir a Secretaria de Urbanismo.

Sirkis, a renovação do centro e do porto eram fundamentais para o futuro da cidade, pois a sua degradação intensificava o processo de fragmentação urbana do Rio de Janeiro.

“Em dezembro de 2000, recém-indicado secretário de Urbanismo, fiz uma reunião com a nata do empresariado da construção civil carioca, na Firjan, e anunciei que a prioridade da administração que tomaria posse, em janeiro, em matéria urbanística, seria a revitalização do centro e, particularmente, o estímulo ao uso residencial. Quase todos me olharam como se estivessem vendo um extraterrestre. Argumentaram que o centro estava morto, que não havia mercado e que o futuro sorria na Barra. Respondi-lhes, parafraseando, que as notícias sobre a morte do centro do Rio estavam algo exageradas e que, se eles não se animassem, iríamos trazer investidores de fora do Rio” (SIRKIS, 2012, p.275, grifo do autor)

Sirkis acreditava que não havia outro modo de recuperar a vitalidade do centro, sem intervir radicalmente na situação de degradação do porto e, através da renovação, estimular a utilização daquela região para funções residenciais. Assim, a Secretaria de Urbanismo se dedicou prioritariamente à elaboração de uma nova proposta para a área, o que culminou no Plano Porto do Rio. Em linhas gerais, o plano propunha estimular o desenvolvimento da região através da atração de novos empreendimentos privados voltados para as áreas de serviços, comércio, lazer e moradia, e, ao mesmo tempo, preservar e valorizar o patrimônio arquitetônico local através do reaproveitamento de imóveis históricos e da melhoria de locais emblemáticos (RIO DE JANEIRO, 2001).

“As instalações obsoletas, após uma fase de decadência e abandono, passaram a ser reinventadas para novos usos: cultura, entretenimento, turismo, escritórios, universidade, etc. O Rio de Janeiro, infelizmente, ficou para trás. Mas este embaraçoso atraso não deixa de trazer uma vantagem: podemos assimilar bem os acertos e descartar os erros dos que nos precederam, de Baltimore a Buenos Aires, de Lisboa a Gênova” (RIO DE JANEIRO, 2002, n.p.)<sup>97</sup>.

Assim, o plano pautava-se em três estratégias principais de ação: o que Sirkis designou como “projetos especiais”, grandes empreendimentos turístico-culturais que funcionariam como âncoras do processo de renovação urbana da região; as reconversões, ou seja, a restauração e modernização dos edifícios históricos da região para fins de cultura, turismo, comércio e moradia; finalmente, as intervenções de infraestrutura e urbanização dos espaços públicos (SIRKIS, 2012, p. 262).

---

<sup>97</sup> No livro “Megalópolis”, espécie de coleção de textos, memórias e fotos do ex-Secretário Municipal de Urbanismo, fica muito claro que Alfredo Sirkis, quando ainda ocupava o cargo, cumpriu uma extensa agenda de visitas a diferentes cidades do planeta que haviam realizado projetos de renovação urbana considerados bem-sucedidos. Ao ler o livro, é possível identificar Atenas, Buenos Aires, Barcelona, Lisboa, Sidney, dentre outras.



No que diz respeito aos “projetos especiais”, o plano previa além da criação da Cidade do Samba, a construção de um enorme complexo turístico-cultural no Píer Mauá, pensado enquanto um empreendimento capaz de funcionar como pedra-angular de todo o projeto de renovação da região. Combinado à renovação da Praça Mauá e à reconversão de edifícios adjacentes (como os prédios “A Noite”, Portus e os armazéns do cais), esse complexo transformaria aquele ponto específico do porto em um centro indutor de desenvolvimento com forte apelo turístico, reunindo atividades de lazer, cultura, comércio e serviços<sup>98</sup> (RIO DE JANEIRO, 2001). Pouco tempo depois, definiu-se que esse empreendimento seria o Museu Guggenheim-Rio. Além do museu, o plano também previa a construção de um aquário oceânico.

Com relação à segunda estratégia, o epicentro das reconversões seria a reciclagem e modernização dos seis primeiros armazéns do cais, que seriam aproveitados enquanto grandes equipamentos de lazer, cultura e comércio – contando com galerias, restaurantes, cinemas e escritórios (RIO DE JANEIRO, 2001). Havia um entendimento de que os armazéns eram uma marca da região portuária e precisavam ser valorizados como tal. Além disso, pontua-se a alta demanda já existente para utilização do local, que não era correspondida pela falta de interesse do poder público e da iniciativa privada (RIO DE JANEIRO, 2001). O plano ainda reitera a intenção de reformar edifícios antigos - como “A Noite” e Portus - para que fossem utilizados como centros de lazer e comércio.

Finalmente, no que tange às intervenções de infraestrutura e urbanização, o plano Porto do Rio contempla uma série de ações que seriam desenvolvidas com o intuito de transformar completamente o espaço urbano do porto. Como primeiro objetivo, o aperfeiçoamento dos serviços e equipamentos públicos existentes na região. Em segundo lugar, o plano coloca como objetivo a reintegração à paisagem e ao uso da Baía de Guanabara, através da criação de um extenso passeio público na orla. Nesse mesmo sentido, é mencionada a necessidade de realizar um tratamento estético e acústico da Avenida Perimetral.

---

<sup>98</sup> O Plano Porto do Rio reproduz a perspectiva de César Maia no que tange à intervenção em localizações estratégicas para que essas funcionem como meios indutores de requalificação urbana. O plano chega inclusive a dividir a região em sete núcleos temáticos de desenvolvimento econômico, social e cultural (RIO DE JANEIRO, 2002).

Contudo a principal prioridade do plano nesse quesito é a reestruturação de toda a malha viária local com o objetivo de reintegrá-la à cidade, incluindo a promoção do maior número de possibilidades de locomoção: passeio público, ciclovias, rodovias e, principalmente, o Veículo Leve Sobre Trilhos (RIO DE JANEIRO, 2001).

A proposta de construir uma filial do Museu Guggenheim<sup>99</sup> no Rio de Janeiro é um capítulo à parte na história do Plano Porto do Rio. Segundo Fernandes (2004), a negociação para a possível vinda do Museu para a cidade começa ainda na gestão Luiz Paulo Conde, por intermédio do banqueiro Edegar Cid Ferreira. À época, existiam quatro filiais do museu no mundo (Nova Iorque, Bilbao, Berlim e Veneza) e a franquia vinha sinalizando seu interesse em lançar novas empreitadas, inclusive na América Latina. Nesse contexto, uma comitiva composta por Thomas Krens (diretor da Fundação Guggenheim), Frank Gehry (arquiteto responsável pelo projeto de Bilbao) e Juan Vidarte (diretor da filial espanhola) visita o Brasil em duas oportunidades, em 1999 e 2000. Na segunda visita, a comitiva passou por diferentes capitais do país, se reunindo com dirigentes locais para discutir as possibilidades de instalação do Museu em uma delas (FERNANDES, 2004). Já nesse momento o Rio de Janeiro havia despontado como candidata mais provável. Uma vez vitorioso nas eleições de 2000, César Maia decide comprar a ideia do projeto e pede a Alfredo Sirkis que desse prosseguimento às negociações. Os dois tinham a pretensão de que o Museu fosse construído em uma área degradada da cidade, reproduzindo a ideia de pólos irradiadores de desenvolvimento concebida por Maia. Pouco tempo depois, no âmbito da elaboração do Plano Porto do Rio, ficou decidido que o novo museu seria o projeto âncora a ser instalado no Pôr Mauá.

“O Rio deseja um catalisador cultural para o novo desenvolvimento urbano e um estímulo para a economia local e regional e tem os recursos para financiar a construção capital e os custos operacionais. O Guggenheim possui uma riqueza de objetos culturais e tem acesso a valores incalculáveis através de seus acertos de colaboração e de filiação, assim como um nome forte, internacionalmente reconhecido e uma reputação, experiência em programação de grande monta e o desejo de continuar a desenvolver seu programa e abordagem cultural num novo mercado. Benefícios substanciais para ambas as partes podem resultar da combinação dos respectivos interesses e recursos” (RIO ESTUDOS, 2002).

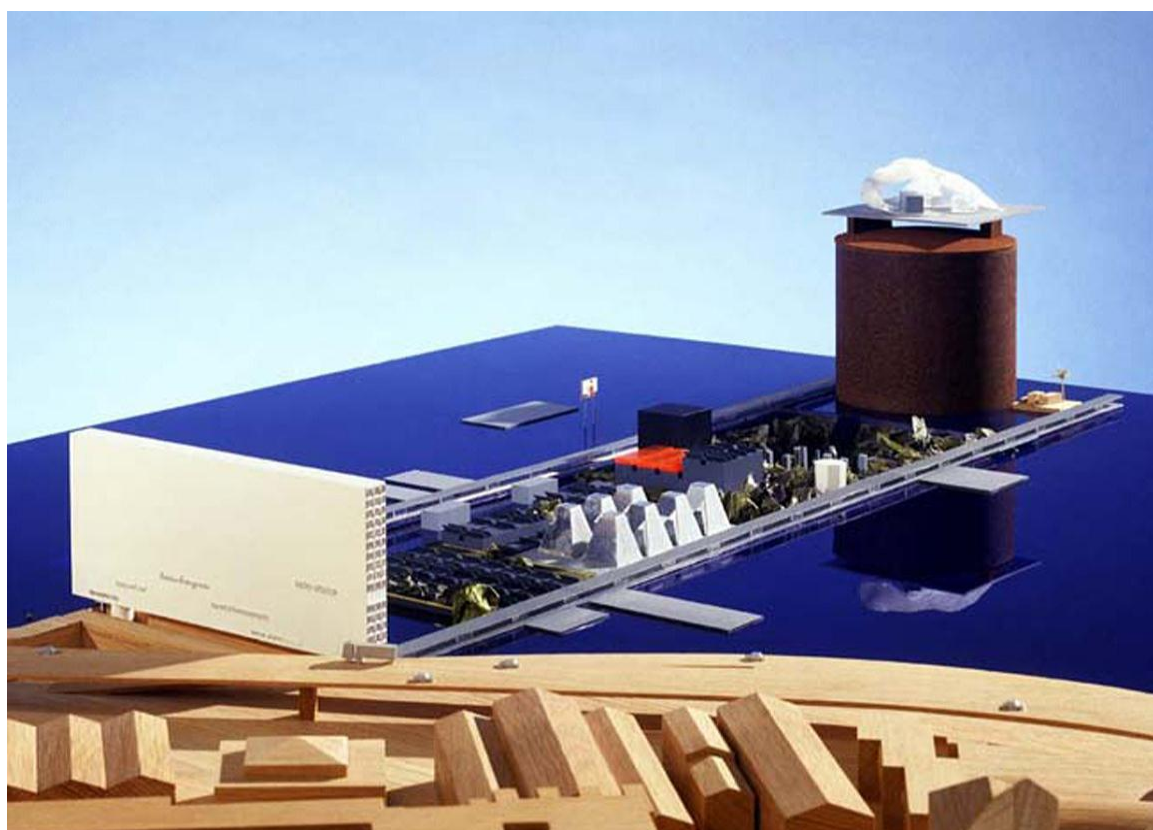
---

<sup>99</sup> O Museu Guggenheim (Nova Iorque) foi idealizado por Solomon Guggenheim, que morreu antes da inauguração da obra, concebida pelo arquiteto Frank Lloyd Wright, em 1959. O nome do museu foi dado em homenagem ao seu idealizador/realizador. Diante dos graves problemas orçamentários do Museu, o então diretor Thomas Krens decide implementar uma política de expansão através de “filiais” nos anos 1990. A política de Krens foi extremamente pioneira na transformação de equipamentos culturais em marcas internacionais.

Em linhas gerais, a justificativa de Maia e Sirkis era de que a presença de um museu de renome internacional na região portuária seria um fator de desenvolvimento imobiliário e turístico com impacto positivo sobre toda a economia do Rio de Janeiro.

Assim, entre 2001 e 2002, boa parte do arcabouço legal, financeiro, urbanístico e arquitetônico do projeto foi elaborado (figura 38), com participação direta dos representantes da Fundação Guggenheim e empresas de consultoria internacional. Embora as conversas estivessem adiantadas, desde o início os altos valores envolvidos se revelariam um problema para a opinião pública (só para o uso da marca seriam pagos US\$ 30 milhões). Pouco a pouco, um grande movimento de resistência ao museu começou a se formar na cidade, culminando tanto na instauração de uma CPI na Câmara Municipal quanto numa ação popular na justiça.

**Figura 38 – Simulação do museu Guggenheim-Rio**

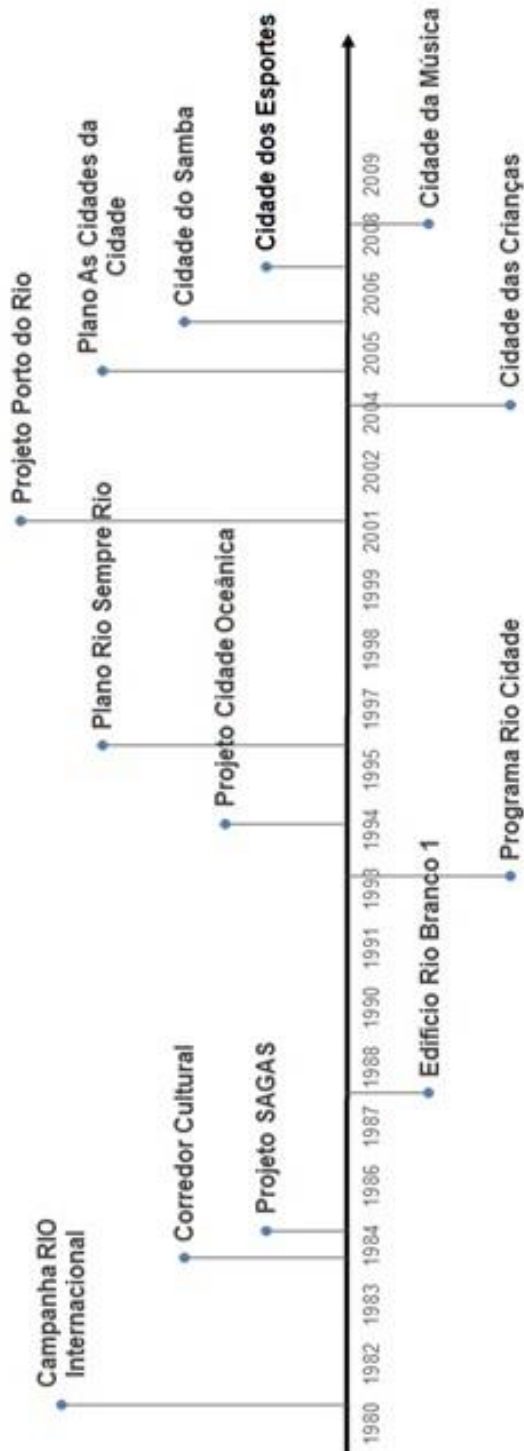


Fonte: ARCOWEB, 2019.

Embora o Plano Porto do Rio tenha sido efetivado como um decreto do executivo municipal no ano de 2001, estabelecendo a Área Especial de Interesse Urbanístico do Plano Porto do Rio, quase nada foi realmente efetivado (com exceção do longo esforço de elaboração e planejamento realizado pelo grupo de trabalho designado). O projeto âncora, o Museu Guggenheim-Rio, acabou embargado na justiça, o que teria frustrado o prefeito César Maia (SIRKIS, 2012, p. 253), levando-o a desistir do projeto de renovação na área da Praça e do Píer Mauá e a concentrar esforços no bairro da Gamboa, onde construiu a Cidade do Samba e a Vila Olímpica da Gamboa.

Mesmo assim, o plano foi um marco na história dos processos de renovação da região portuária porque, como será demonstrado no próximo capítulo, praticamente todos os elementos que constituem o atual projeto Porto Maravilha já estavam previstos nele. Segundo Sirkis, o divisor de águas que permitiu que a gestão Paes levasse o projeto a cabo foi a “competência” do novo prefeito em adaptar o plano e conseguir os apoios necessários para a sua implementação (SIRKIS, 2012, p.292). Em certa medida, o Plano Porto do Rio é o ponto de chegada de um longo processo de ressignificação da região portuária por parte das elites econômicas e políticas do Rio de Janeiro, que vinham, década após década, aprofundando seu interesse em intervir naquela. Como demonstrado, a aplicação de políticas turístico-culturais de renovação urbana na região serviria ao propósito de explorá-la economicamente como um centro de produção e consumo turístico-cultural. Contudo, essa estratégia só faz sentido enquanto parte de um projeto de desenvolvimento econômico e de um respectivo projeto de cidade que, no fundo, sustenta política e simbolicamente o domínio de algumas dessas facções tanto sobre o Estado quanto sobre o espaço social em questão.

Gráfico 3 – Linha do tempo com os projetos de renovação e planos estratégicos da cidade do Rio (1980-2010)



Fonte: Elaboração do autor.

## **CAPÍTULO 4 - A REINVENÇÃO DO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA CULTURA E DO ENTRETENIMENTO-TURISMO: O PORTO MARAVILHA**

Neste quarto e último capítulo da tese, pretende-se destrinchar o projeto Porto Maravilha enquanto o mais importante desdobramento desse longo percurso de proposição de projetos de cidade e respectivos planos de modernização turística da zona portuária, revelando-o como uma materialização muito bem acabada da forma de pensar e governar as cidades elaborada no âmbito do Estado norte-americano ainda na década de 1960 e incorporada à razão do poder municipal carioca como parte vitoriosa nas disputas dos campos político e administrativo.

Desse modo, o primeiro tópico do capítulo discute o modo bem-sucedido como o governo Eduardo Paes atualizou perspectivas e planos que já vinham sendo elaborados tanto pela gestão César Maia quanto pelos governos estadual e federal, dando vida a uma política de urbanismo centrada nos preparativos para os Jogos Olímpicos de 2016 e na renovação urbana da região portuária. Os tópicos seguintes, então, procuram dar conta das estratégias de intervenção adotadas na operação Porto Maravilha, apontando principalmente para a centralidade da cultura e do entretenimento-turismo na dinâmica e vitalidade do projeto como um todo. Através da formatação de megaestruturas voltadas para serviços e práticas de cultura e entretenimento-turismo ou da funcionalização de patrimônios arquitetônicos e histórico-culturais locais enquanto espaços de visitação turística e consumo cultural, o projeto recorre aos dois setores a todo instante com vistas ao tão almejado propósito de desenvolvimento econômico, social e urbano. Ao mesmo tempo, o esforço reflexivo procura contemplar o caráter “não-unívoco” e “não-linear” da interação entre elementos sistêmicos de caráter mercantil-cosmopolita, culturas urbanas específicas e paisagens locais. Como proposto por Farias (2010), os processos de funcionalização e tematização de paisagens e lugares enquanto domínios de consumo e lazer não se dão à revelia das suas singularidades e especificidades históricas. Dessa forma, é preciso conceber e problematizar o espaço urbano “renovado” através de uma perspectiva que seja capaz de conciliar os aspectos sistêmicos, históricos e contextuais que o integram (FARIAS, 2010; FARIAS 2011).

#### 4.1 O Porto Maravilha e as Olimpíadas como vetores de planejamento urbano

Quando Eduardo Paes assume a prefeitura do Rio de Janeiro no dia 01 de janeiro de 2009, a candidatura da cidade para sediar os Jogos Olímpicos de 2016 já estava bem encaminhada, a recepção de jogos importantes da Copa do Mundo de Futebol de 2014 também era certa, bem como parte considerável do que viria a ser o projeto Porto Maravilha já havia sido delineado e planejado por um grupo de trabalho interministerial do executivo federal (DINIZ, 2013). Em poucos meses, todas as três empreitadas estariam confirmadas principalmente graças aos esforços dos governos de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e de Sérgio Cabral (PMDB) no âmbito dos executivos federal e estadual.

Nesse sentido, não seria absurdo pensar que a prefeitura do Rio e o novo prefeito foram tomados por um processo que já estava em andamento por interesse de instâncias superiores. Apesar de verossímil, essa afirmativa é incorreta. Primeiro, porque a gestão de César Maia participou – ao que tudo indica, de maneira truncada e difícil – das longuíssimas etapas de concepção, elaboração e negociação por trás de cada uma das três empreitadas<sup>100</sup> (DINIZ, 2013; SIRKIS, 2012). Dessa forma, o projeto de modernização turística da cidade foi compartilhado e negociado o tempo todo com os poderes estatais em nível estadual e federal<sup>101</sup>. Segundo, porque a performance política, administrativa e, sobretudo, discursiva da gestão Paes ao longo dos seus oito anos de vigência (2009-2016) foi absolutamente indispensável para o encaminhamento “bem-sucedido” das três iniciativas.

Assim, o presente tópico desdobra-se a partir da constatação de que o governo de Eduardo Paes herdou o projeto de modernização turística do Rio de Janeiro que vinha sendo executado pelo grupo político de César Maia, mas teve a seu favor os trunfos de uma capacidade muito superior de negociação e articulação com os governos estadual e federal –

---

<sup>100</sup> Aqui, também é preciso levar em consideração que, apesar de não fazer parte da mesma facção político-partidária de César Maia, Eduardo Paes sempre esteve dentro das gestões do mesmo: na primeira, como Subprefeito da Zona Oeste I; na segunda, como Secretário Municipal de Meio-Ambiente (2001-2002). Como ficará evidente ao longo deste capítulo, os projetos de cidade encabeçados pelos dois prefeitos são muito próximos.

<sup>101</sup> Apesar de não ser explorada no capítulo anterior, a negociação do projeto de cidade com os governos estadual e federal é previsível por uma série de motivos, sendo um dos principais a dependência administrativa e financeira do município com relação ao estado e ao governo federal. Além disso, sabe-se que as elites políticas que compunham os quadros do Estado nos três níveis naquele período possuíam trajetórias e posições aproximadas, quando não faziam parte da mesma facção político-partidária, o que indica a existência de visões de mundo e de projetos de sociedade comuns.

por compor a mesma aliança político-partidária (PT-PMDB) -, bem como de uma atuação totalmente direcionada à efetivação desse projeto.

Nesse contexto, a gestão de Eduardo Paes consagra o conjunto de intervenções urbanas necessário à preparação da cidade para os Jogos Olímpicos de 2016 e a Copa do Mundo de 2014, bem como à renovação urbana da zona portuária nos moldes do Plano Porto do Rio, como o eixo norteador (seja do ponto de vista administrativo, seja simbólico) de todo o planejamento urbano do Rio de Janeiro entre 2009 e 2016 (SARUE, 2015).

Do ponto de vista simbólico, a visão de cidade construída nesse período foi sistematicamente associada à crença de que o município, o estado e o país viveriam uma fase de prosperidade econômica e centralidade político-cultural nos próximos anos. Dentro dessa narrativa, o desenvolvimento da indústria petrolífera (com os recentes anúncios do pré-sal), o boom da construção civil e a realização de grandes obras de infraestrutura, combinados à realização de megaeventos como a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos de 2016 e o respectivo crescimento das atividades turísticas e culturais, seriam evidências concretas do novo momento de protagonismo do Rio de Janeiro enquanto cidade global e do Brasil como país em franco desenvolvimento.

“Ninguém discute a relevância cultural, econômica e histórica do Rio de Janeiro. Mas nós, que vivemos e fazemos esta cidade, precisamos questionar o presente e a realidade que nos cerca para novamente alimentar os sonhos de um futuro promissor. A expectativa de ser a capital da Copa 2014 e a conquista dos Jogos Olímpicos de 2016 estabelecem um momento oportuno para transformar esses sonhos em ideias, projetos, realizações” (RIO DE JANEIRO, 2009a, p. 7).

Tanto na fala de Paes transcrita acima quanto no Plano Estratégico da Prefeitura de 2009, chama a atenção como a perspectiva de futuro almejado para a cidade – e logo, os objetivos e planos que dela derivam – esteve o tempo todo ancorada na ideia de que o momento do Rio havia chegado e que era preciso aproveitar a oportunidade (LIMA, 2017). Os Jogos, a Copa, o porto, tudo apontava para a chance que o Rio de Janeiro teria de se consolidar tanto como um centro urbano próspero, capaz de atrair e gerenciar investimentos com eficácia, entregar obras modernas no prazo previsto, quanto como um polo turístico global, capaz de sediar com sucesso os maiores megaeventos do mundo e receber turistas de todas as partes:

“Foi construída a ideia de que chegou ‘a vez do Rio’, um ‘momento único’ para a cidade e seus cidadãos a partir de 2009. A partir da imagem cristalizada do ‘Rio do turismo, do lazer e de belezas incomparáveis’, o projeto da cidade olímpica buscou sua atualização e



associação a novos valores, produzindo a imagem de uma nova cidade que além de bela é também segura para investimentos, para os cidadãos e para o turista” (LIMA, 2017, p. 138).

Esse discurso triunfalista, designado por muitos autores como “Rio Olímpico”, foi repetitivamente acionado por Eduardo Paes – bem como por seus aliados na esfera estadual e federal – como justificativa para toda e qualquer ação (ou falha) da prefeitura, atuando como principal dispositivo de legitimação de seu projeto de cidade e das políticas públicas perpetradas com o propósito de efetivá-lo (RICHMOND, 2016).

Do ponto de vista político-administrativo, não há dúvidas de que o amplo programa de obras e adaptações que precisava ser implementado nas áreas de infraestrutura, transportes e meio-ambiente - indo desde a construção de novos equipamentos esportivos e novas infraestruturas viárias à despoluição da Baía de Guanabara – para que a cidade alcançasse os parâmetros estipulados pelo Comitê Olímpico, funcionou como a locomotiva do projeto de governo executado pela gestão Paes com apoio do estado e do executivo federal. Nesse sentido, a missão de atingir as metas previstas antes dos Jogos e entregá-las enquanto um grande legado urbano para a cidade protagonizou a agenda de governo de janeiro de 2009 a agosto de 2016.

“Os Jogos Rio 2016 serão uma celebração que servirá ao mesmo tempo como fonte e acelerador de transformações, garantindo um legado sustentável para a cidade, para o Brasil e para os Movimentos Olímpico e Paraolímpico. Os Jogos serão fundamentais para antecipar a realização de aspirações de longo prazo do Rio de Janeiro, aprimorando o tecido social, físico e ambiental da cidade, um processo que já está em andamento graças à própria candidatura aos Jogos de 2016” (BRASIL; 2009, p. 18).

Por outro lado, quase sempre divulgado como um dos principais legados dos Jogos, o plano de renovação da zona portuária também esteve no topo das prioridades da gestão Paes. No próprio documento de candidatura aos Jogos, argumenta-se que um legado significativo já estava sendo entregue à cidade, incluindo a “transformação da zona portuária em um grande bairro residencial, de entretenimento e turismo, que renovará o elo entre o porto e o coração da cidade” (BRASIL; 2009, p. 22). Nas palavras do prefeito Eduardo Paes:

“O principal legado é a melhoria da infraestrutura urbana. A região portuária vivia um longo processo de degradação que começava a atingir outras regiões do Centro Histórico, onde a cidade começou a se desenvolver. Por isso, essa recuperação é tão importante. A revitalização significa o reencontro do Rio com sua história. Com o Porto Maravilha, uma área de cinco milhões de metros quadrados, recebe nova infraestrutura, com limpeza, saneamento, iluminação e uma nova lógica de mobilidade. Sem a Perimetral, que separava a cidade do mar, surgirá uma nova área de convivência. Com os museus, (...), novos equipamentos culturais, bares, restaurantes e empresas se instalando, a região voltou a ser uma ótima opção de moradia” (PAES apud O FUTURO, 2015).

O “Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2009-2012”, por sua vez, justifica que a região portuária da cidade encontrava-se em estado de grande degradação, de modo que o Estado e a iniciativa privada deveriam unir esforços, a exemplo do que foi feito em outras cidades do mundo, em prol da “completa revitalização (econômica, social, ambiental e cultural) da região” por meio da “criação de espaços de arte, cultura, entretenimento, educação e habitação” (RIO DE JANEIRO, 2009a, p. 92).

Como mencionado, as principais bases do projeto Porto Maravilha já haviam sido construídas durante as etapas de concepção do Plano Porto do Rio no governo César Maia, nos anos de 2001 e 2002, e de negociações e articulações desenvolvidas no âmbito do grupo de trabalho interministerial do governo Luiz Inácio Lula da Silva, entre 2006 e 2008 (DINIZ, 2013; SARUE, 2015). Apenas para que se tenha uma ideia, em seu livro “Megalópolis”, o ex-Secretário de Urbanismo Alfredo Sirkis elenca pelo menos 18 intervenções previstas no Plano Porto do Rio que foram adotadas e executadas no Porto Maravilha (SIRKIS, 2012, p. 388). No que tange o GT interministerial, a pesquisa de Betina Sarue demonstra que quase todo o arcabouço jurídico-legal e financeiro do novo projeto foi concebido pela equipe federal com apoio da Caixa Econômica Federal e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – com forte inspiração no Plano Porto do Rio<sup>102</sup> (SARUE, 2015, p. 59).

Ainda assim, a construção política em torno do propósito “Rio Olímpico operada pelo governo Paes e a respectiva aproximação entre preparativos para as Olimpíadas e renovação da zona portuária foram imprescindíveis para que o projeto pudesse sair do papel.

Nesse período, a rede internacional de influência em matéria de políticas urbanas volta a ser acionada, dessa vez, ao que tudo indica, com propósitos mais simbólicos do que práticos, no sentido de legitimar internacionalmente o projeto Porto Maravilha<sup>103</sup>. No começo de 2010, os mesmos consultores barcelonenses que participaram da elaboração do Plano Estratégico de 1996 no primeiro governo César Maia, foram mais uma vez contratados, agora para que compartilhassem as suas experiências com a organização dos

---

<sup>102</sup> Nessa oportunidade, também foi o governo federal que trouxe as principais construtoras do país, como a Odebrecht, OAS, Carioca Engenharia e Andrade Gutierrez, para dentro do processo de concepção e negociação (SARUE, 2015, p. 53).

<sup>103</sup> Essa rede também foi acionada durante a candidatura e preparação da cidade para sediar os Jogos Olímpicos de 2016. Ao longo de todo o processo, foram contratados: a empresa australiana de consultoria EKS; a empresa de consultoria empresarial norte-americana McKinsey como assessoria de construção de uma proposta de legado; e, finalmente, o executivo britânico Michael Payne, membro do comitê de candidatura de Londres 2012 que foi contratado como assessor de estratégia (SILVESTRE, 2012).

Jogos Olímpicos de 1992 e com a construção de um legado urbano através do megaevento (VAINER, 2011). Assim, em março de 2010, é realizado o seminário “Olimpíadas e a Cidade - Conexão Rio-Barcelona”, contando com organização do IAB-RJ e participação especial do Governador Sérgio Cabral, do Prefeito Eduardo Paes, do ex-prefeito Luís Paulo Conde, bem como dos espanhóis Pasqual Maragall, ex-prefeito de Barcelona, e, mais uma vez, Jordi Borja. O evento contou com patrocínio de nada menos do que dez instituições espanholas, desde instituições estatais a empresas multinacionais privadas<sup>104</sup>.

Além de ter uma segunda edição prevista, o seminário se desdobrou na assinatura de um acordo de cooperação entre a prefeitura do Rio de Janeiro e a empresa de consultoria dos renomados catalães. Segundo relatos, em uma das ocasiões, o prefeito Eduardo Paes teria afirmado que gostaria de se tornar o próximo Maragall e que aspirava que o futuro do Rio fosse semelhante ao de Barcelona:

“Barcelona é, sem dúvidas, o grande modelo que temos a seguir. De fato, a cidade se transformou por completo com as Olimpíadas. Os Jogos sempre servem à cidade. O desafio é como nós poderemos tirar o máximo disso” (PAES apud GISMONDI, 2010).

Como parte desse esforço de legitimação internacional do Porto Maravilha, a prefeitura, com apoio do IAB-RJ, também realizou uma série de concursos de arquitetura para que propostas inovadoras – normalmente produzidas por escritórios internacionais renomados – pudessem ser contempladas em diferentes partes do Porto (bem como do Parque Olímpico). O mais famoso deles foi o concurso de arquitetura do complexo arquitetônico que constituiria as Vilas de Mídia e Árbitros, que até então seriam construídas na região do porto e não na Zona Oeste, como aconteceu.

Logo que assumiu a prefeitura em janeiro de 2009, Eduardo Paes solicitou aos quadros da Secretaria Municipal de Urbanismo e à sua equipe de assessoria que elaborassem os projetos de lei que viriam a dar vida ao projeto Porto Maravilha (DINIZ, 2013; SARUE, 2015).

“Poucos dias após o resultado do segundo turno das eleições de 2008, recebi um telefonema do prefeito eleito Eduardo Paes abrindo diálogo e convidando-me para apresentar-lhe, em seu escritório de transição, na FGV, o programa Porto do Rio de revitalização da área

---

<sup>104</sup> Foram elas: Câmara Oficial Espanhola de Comercio, Embaixada da Espanha, Telefônica, Gás Natural, Grupo Agbar catalão, com destaque na área de serviços urbanos, particularmente água e saneamento), Abengoa (grupo sevilhano da área de energia, transporte e telecomunicações), Banco Santander, empresa de consultoria Price Water House Coopers, ACCIÓ (Acción para la Inovación e Internacionalización de la Empresa Catalã, empresa pública catalã consagrada a promover a internacionalização de empresas catalãs) e Clube Brasileiro-Catalão de Negócios (VAINER, 2011).

portuária, pois pretendia fazer dele sua prioridade urbanística e pedir o apoio ao governo federal e ao do estado para viabilizá-lo” (SIRKIS, 2012, p. 283).

Ainda no primeiro ano de governo de Paes, no dia 23 de novembro de 2009, foi promulgada a Lei Complementar nº 101, que instituiu a “Operação Urbana Consorciada - OUC da região do Porto do Rio de Janeiro” em uma nova área de especial interesse urbanístico (RIO DE JANEIRO, 2009b). Em linhas gerais, a legislação prevê uma extensa operação de revitalização e reestruturação de vias, espaços públicos e edifícios dentro de uma área de 5 milhões de m<sup>2</sup>, com o objetivo final de modernizar e requalificar a região portuária para, então, reintegrá-la à dinâmica econômica, social e cultural da cidade. A operação é concebida, e posteriormente executada, em torno de quatro eixos de intervenção: a) reurbanização das vias e espaços públicos; b) construção e readequação de equipamentos culturais e fomento das indústrias criativas; c) aprimoramento da infraestrutura de circulação e do transporte público; d) estímulo ao uso residencial e comercial da área (CDURP, 2019a).

Complementarmente, a lei nº 101 também previa como objetivos da operação urbana: i) a recuperação de imóveis com importância para proteção do patrimônio histórico-cultural da região e a sua restauração e reconversão para usos compatíveis (a lei determina que parte dos recursos obtidos pela operação sejam aplicados nesse sentido); ii) “a criação de circuito histórico-cultural, contemplando a devida identificação dos patrimônios material e imaterial, passado e presente, e capacitação técnica na área de turismo e hotelaria, visando promover o circuito” (RIO DE JANEIRO, 2009b); iii) a criação de equipamentos públicos, áreas de lazer e meios de circulação para pedestres e ciclistas, bem como espaços multidisciplinares para atividades de grupos culturais e atendimento de demandas de cidadania; iv) o atendimento econômico e social da população afetada através de um programa específico (RIO DE JANEIRO, 2009b).

No mesmo dia 23 de novembro de 2009, a Câmara Municipal do Rio promulga a Lei Complementar nº 102, que cria a Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (CDURP), uma sociedade de economia mista cuja missão era promover o desenvolvimento da área e implementar concessões voltadas para tal (RIO DE JANEIRO, 2009c). A Companhia também fica responsável pela execução ou concessão da gestão dos serviços de interesse local e serviços públicos de competência municipal, como paisagismo, limpeza urbana, coleta de resíduos sólidos, drenagem de águas pluviais, iluminação pública, etc. (RIO DE JANEIRO, 2009c).

**Figura 39 – Mapa da Operação Urbana Consorciada (OUC)**



Fonte: CDURP, 2019a.

A primeira fase do projeto Porto Maravilha foi financiada pela própria prefeitura com apoio do Ministério do Turismo, no valor de R\$ 350 milhões, contemplando a reformulação urbanística da Praça e do Píer Mauá, do Morro da Conceição e do bairro da Saúde, com investimentos em iluminação pública, pavimentação, calçamento e arborização, além de drenagem, esgoto, abastecimento de água, energia, telefonia e gás (COMEÇOU, 2010, p. 3).

As fases subsequentes vêm sendo executadas pela Concessionária Porto Novo SA (grupo formado pelas empresas Odebrecht, OAS e Carioca Engenharia), com prestação de obras e serviços prevista para os primeiros 15 anos da operação e financiada através de um fundo imobiliário criado com a venda de Certificados de Potencial Adicional de Construção (CEPACs) <sup>105</sup> por parte da CDURP. Esses certificados são títulos imobiliários públicos emitidos pela CDURP/prefeitura do Rio que garantem ao comprador o direito de construir um determinado percentual de área acima do que está estabelecido na lei da operação urbana, o chamado “potencial adicional de construção”.

Além de ser responsável pela prestação de serviços urbanos básicos na região (coleta de lixo, iluminação, esgoto, mobiliário urbano, etc.), a Concessionária Porto Novo, ao longo dos últimos 10 anos, executou grandes obras de infraestrutura na região, como a implantação da Avenida Binário e da Via Expressa, a construção dos túneis “Rio 450” e “Prefeito Marcello Alencar”, a demolição da Avenida Perimetral e a implantação das linhas do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT). Também foi realizada a renovação de todo mobiliário urbano, tais como abrigos para pontos de ônibus, lixeiras, totens informativos, painéis informativos, cabines de acesso à internet, bancos de praças, etc. (CDURP, 2019a).

Do ponto de vista da infraestrutura turística, a operação urbana contemplou uma série de outras obras. Da parte da Concessionária Porto Novo, foram realizadas a construção do Museu do Amanhã e a implantação do novo passeio público à beira-mar, batizado como “Orla do Conde”. Já a prefeitura e a CDURP financiaram com seus próprios recursos a reforma do edifício Príncipe Dom João VI e do antigo terminal rodoviário para a criação do Museu de Arte do Rio (MAR).

---

<sup>105</sup> Na prática, a Caixa Econômica Federal adquiriu todos os CEPACs do Porto Maravilha em um único leilão em 2010, tornando-se o único operador dos títulos. O banco usou os fundos do FGTS para tal, esperando gerar rendimentos através da revenda dos títulos para terceiros. Nos últimos anos, a estratégia se mostrou ineficaz, pois a venda de CEPACs tem sido muito menor do que o esperado. Em mais de uma oportunidade, a prefeitura do Rio teve de emitir títulos públicos próprios para financiar a operação, pois a CEF não estava conseguindo vender os CEPACs em quantidade suficiente.

Através do programa Porto Maravilha Cultural, que destina parte dos lucros obtidos com as vendas dos CEPACs para as obras de restauro do patrimônio local, a CDURP também financiou a recuperação da Igreja São Francisco da Prainha, do Galpão Gamboa, do Centro Cultural José Bonifácio, dentre muitos outros.

A iniciativa privada, por sua vez, foi responsável pela efetivação de três grandes equipamentos culturais do novo porto: o AquaRio, a roda-gigante Rio Star e o complexo de armazéns reformados “Pier Mauá”.

Outros projetos privados importantes também foram desenvolvidos no âmbito imobiliário do Porto Maravilha. Nos últimos anos, foram construídas várias torres de escritórios, como os edifícios Porto Atlântico (foto 6), ACQWA Corporate (foto 6), sede da L’Oréal Brasil (foto 6), Subsea, Vista Guanabara, Porto Brasilis, etc.

\* \* \*

Ao caminhar pelas ruas da área de especial interesse urbanístico implementada pelo projeto, fica muito evidente que o tecido urbano da área e as dinâmicas espaciais locais foram completamente transformadas. Os novos arranha-céus, os museus, os diferentes edifícios restaurados deixam claro que algo está acontecendo ali. Obviamente, na visão do então prefeito Eduardo Paes, o projeto era um sucesso:

“Quem circula pela Região Portuária e pelo Centro nos pontos já livres da Perimetral, mergulha no encantamento diante da nova paisagem urbana. Até aqui, mais de 60% dos 4,7 quilômetros de viaduto foram removidos. Antigos terrenos e construções que viviam à margem e à sombra do elevado desde os anos 1970 agora estão à vista de todos. O trabalho quase arqueológico da prefeitura, em pleno coração da cidade, deixa ainda mais evidente a beleza de uma das áreas mais bonitas do Rio (PAES, 2014a, p. 2).

O que não fica tão claro é o quanto essas transformações favoreceram a vida dos moradores da região. Apesar do crescimento no número de estabelecimentos como restaurantes, bares, casas de hospedagem, além dos grandes edifícios de escritórios, percebe-se que essa dinâmica fica circunscrita às imediações da Praça e do Pier Mauá. Fora desse perímetro, o antigo comércio local, os pequenos sobrados deteriorados e os inúmeros prédios abandonados continuam dominando a paisagem.

Como será detalhado no tópico 4.5, os moradores entrevistados durante a pesquisa de campo deixam claro esse distanciamento do Porto Maravilha. Existe uma grande expectativa de que o projeto possa gerar oportunidades, mas muito pouco pôde ser notado até agora (com exceção das melhorias nas áreas de urbanização e transporte).



**Figura 40 – Região da Praça Mauá antes do projeto de renovação**



Fonte: MAPIO, 2019.

**Fotografia 5 – Praça Mauá revitalizada**



Fonte: Próprio autor, 2019



**Fotografia 6 – Edifícios corporativos no Porto Maravilha**



Fonte: Próprio autor, 2019.

## 4.2 O lugar central da cultura no Porto Maravilha

Ainda que o projeto Porto Maravilha seja uma extensa operação imobiliária e urbanística, percorrendo uma área que se estende por pelo menos quatro bairros diferentes e envolvendo ações nas áreas de infraestrutura, transportes e serviços urbanos, sempre esteve evidente que a alma do projeto residia na reinvenção de parte do espaço urbano local através da implantação de uma complexa estrutura de cultura e entretenimento-turismo.

Seja do ponto de vista dos investimentos e esforços perpetrados pela prefeitura, seja da publicidade feita, houve uma clara priorização das obras e iniciativas que transformariam a região no novo centro turístico e cultural da cidade, com diversas atrações nas áreas das artes, da cultura popular e erudita, do entretenimento e turismo. Não por acaso a “âncora” ou o polo irradiador de desenvolvimento do projeto consistiu na reestruturação da Praça e do Píer Mauá com a construção do Museu do Amanhã e a reconversão do Palacete Dom João VI e do antigo terminal rodoviário no Museu de Arte do Rio (MAR).

Além disso, o projeto também alocou recursos para um conjunto de iniciativas de preservação e readequação do patrimônio local, com o restauro de parte dos armazéns do Píer Mauá, dos Galpões da Gamboa, do Centro Cultural José Bonifácio e da Igreja de São Francisco da Prainha. Entre museus, centros culturais, edifícios e sítios históricos, aquário, roda-gigante, biblioteca e teatro, são mais de 28 atrações que compõem o “mapa cultural” do Porto Maravilha, boa parte delas interconectada através da Orla do Conde, o novo passeio público da região com uma nova frente marítima.

“A curiosa mistura de arquitetura histórica e moderna, prédios antigos e espigões, novos museus que convivem com feiras alternativas, festivais, arte, experiências gastronômicas, teatro, música, festas disputadas, agenda de tirar o fôlego e até tubarões. O Porto Maravilha se tornou polo de atividades turísticas e culturais. Apesar de sua conhecida vocação criativa, a região ainda era desconhecida pela maioria. Durante os Jogos Olímpicos, teve até esquema especial para o ‘tráfego de pessoas’ (...). O sucesso de público reforça o dom cultural da região abraçada pelos cariocas após as obras de revitalização” (REVOLUÇÃO CULTURAL, 2016, p. 6).

Ao fim e ao cabo, combinando ações de ampliação e modernização de equipamentos culturais, iniciativas de restauração e adequação do patrimônio material local, estratégias de fomento à instalação de restaurantes e hotéis, tudo isso integrado por uma nova infraestrutura de transporte, o projeto Porto Maravilha procurou reconfigurar e transformar a zona portuária do Rio de Janeiro no novo grande centro de cultura e entretenimento-turismo da cidade e do país.

A presente tese de doutorado levanta como argumento central justamente a constatação de que o Porto Maravilha é a materialização viva de uma forma de pensar a cidade que há muito vinha cativando corações e mentes nos espaços de poder do Rio de Janeiro, tendo sido sistematicamente incorporada à razão de Estado ao longo de diferentes mandatos (César Maia, 1993-1996, 2001-2008; Luís Paulo Conde, 1997-2000; Eduardo Paes, 2009-2016) que a posicionaram no centro da agenda político-administrativa e da narrativa política. Uma forma de pensar que concebe a cultura e o turismo enquanto peças estratégicas de um projeto de produção e consumo do espaço urbano, que por sua vez atuaria como um importante ativo em prol do desenvolvimento socioeconômico da cidade e do estado (FARIAS, 2011; YÚDICE, 2013).

Desse modo, quando efetivada, essa forma de pensar/governar a cidade desloca a cultura e o entretenimento-turismo para o centro do projeto de reestruturação e modernização da zona portuária, pois era claro e transparente que através dos dois setores seria possível estimular o crescimento econômico da região, criar empregos, gerar receitas, produzindo um círculo virtuoso que daria fim aos problemas de degradação urbana e abandono social.

“Infelizmente parece claro como a maior parte dos investimentos, tanto públicos como privados, tem o objetivo de fortalecer quase que exclusivamente um específico setor da economia urbana. Trata-se principalmente das áreas relativas à produção de serviços e tecnologias que estão na base da economia criativa, voltadas à atração no mercado local de empresas multinacionais ou parcerias internacionais fundamentais para a inserção da cidade num circuito econômico global” (BUROCCO, 2017, p. 410).

E assim foi feito. Como ponto de partida, a prefeitura investiu cerca de R\$ 80 milhões na restauração e adaptação do Edifício Príncipe Dom João VI e do antigo terminal rodoviário para que ali funcionassem, respectivamente, um moderno pavilhão de exposições artísticas com quatro pavimentos e uma escola de artes onde seriam oferecidos cursos, workshops e mostras tanto para a comunidade local quanto para os estudantes da rede pública municipal<sup>106 107</sup>.

---

<sup>106</sup> O contrato assinado com a Fundação Roberto Marinho (FRM) envolve a prestação de serviços que vão desde a “concepção e conteúdo; projeto museográfico; projetos de arquitetura; ações educativas; gerenciamento de projetos técnicos e obras; conteúdos e realização de obras de implantação da Escola do Olhar” (ECOPOL; PEIC, 2016). Os contratos foram firmados com a Casa Civil e com a Secretaria de Educação.

<sup>107</sup> Além do contrato com a FRM, a prefeitura também assinou um contrato de gestão do museu com o Instituto Odeon, que recebe cerca de R\$ 12 milhões por ano para tal (ECOPOL; PEIC, 2016). Em novembro de 2019, o museu ameaçou fechar as portas porque o Instituto não estaria mais recebendo os repasses por parte do governo Marcelo Crivella.

O Museu de Arte do Rio (foto 8) foi inaugurado no dia 01 de março de 2013, data do aniversário de 448 anos da cidade do Rio de Janeiro. Com uma média de mais de 300 mil visitas ao ano e um design arquitetônico que caiu nas graças da publicidade oficial e da mídia, o MAR consagrou-se rapidamente como um sucesso turístico e como um das principais imagens-marca da nova zona portuária:

“No entorno do MAR, bares e restaurantes sentem o resultado do aumento do público, estendem o horário de funcionamento e incrementam seus pratos. Espaço de cultura que valoriza a riqueza arquitetônica da Zona Portuária, o MAR é muito mais que um museu convencional: inserido no processo de revitalização da região, sempre dialoga com a população que vive na área. (...). Festejar o primeiro aniversário do MAR é festejar o reencontro do Rio de Janeiro com uma região histórica degradada há décadas que representa a própria alma da nossa cidade. Parabéns ao Rio, ao Museu de Arte do Rio e aos cariocas que redescobrem o Centro e a arte no Rio” (PAES, 2014b, p. 2).

Entretanto, quando o MAR foi inaugurado, a verdadeira atração do novo porto ainda estava em construção, o projeto-âncora que apontaria da ponta do píer para o futuro promissor da região e de toda a cidade do Rio de Janeiro.

Após cinco anos de obras e um investimento de R\$ 213 milhões<sup>108</sup>, o edifício em forma de bromélia assinado pelo arquiteto-celebridade espanhol Santiago Calatrava<sup>109</sup> foi inaugurado no dia 17 de dezembro de 2015 com uma grande celebração. Além da forma arrojada, o novo Museu do Amanhã (foto 7) chamava a atenção por seu tamanho colossal, ocupando uma área de 15 mil m<sup>2</sup> e contando com cinco salões para a exposição permanente, auditório, loja, cafeteria, restaurante, espelhos d'água e 5.500 m<sup>2</sup> de jardins assinados pelo escritório Burle Marx (FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO, 2019). A exposição permanente também gerou grande publicidade ao museu por conta de seu caráter inusitado: experiências interativas sobre o futuro do planeta Terra.

Com uma marca expressiva de 3,5 milhões de visitantes em três anos e meio de funcionamento, o Museu do Amanhã foi repetitivamente celebrado como o principal ícone da renovação da zona portuária, entrando para o seleto rol de cartões postais da cidade do Rio.

---

<sup>108</sup> A construção foi financiada com os fundos arrecadados a partir da venda dos CEPACS. Dessa forma, não onerou diretamente os cofres municipais. Ainda assim, a CDURP teve de investir R\$ 32 milhões para a assinatura do contrato de gestão do museu com o Instituto de Desenvolvimento e Gestão, organização social sem fins lucrativos ligada à Fundação Roberto Marinho.

<sup>109</sup> O arquiteto espanhol assina uma série de obras de renome internacional, muitas construídas em áreas que foram objeto de políticas de renovação urbana. As mais famosas são a “Puente de la Mujer” no Puerto Madero de Buenos Aires, o Complexo Olímpico de Atenas e a Cidade das Artes e Ciências em Valencia.

“O apelo estético do magnífico projeto do arquiteto Santiago Calatrava e a proposta criativa da concepção desse espaço capaz de atrair cariocas e turistas de todo o mundo descrevem o momento estimulante do Rio. É na região do Porto Maravilha, uma das mais interessantes desta cidade, que história, memória, beleza, ousadia, planejamento e um tremendo orgulho se encontram” (PAES, 2011, p. 2).

O grupo de megaequipamentos culturais implementado na região é completado pelo AquaRio (foto 9), o maior aquário da América do Sul e centro de pesquisa da vida marinha, com cinco pavimentos, 28 tanques e capacidade para receber até 8 mil animais. O moderno aquário, com custo de R\$ 100 milhões financiado pela iniciativa privada, levou quase nove anos para ser instalado nas estruturas reformadas e adaptadas do frigorífico desativado da Cibrazem. Como o Museu do Amanhã, a atração se tornou um sucesso de público, tendo atingido a marca de três milhões de visitas em três anos de funcionamento.

Facilmente pode-se constatar que o aquário e, sobretudo, os dois museus foram pensados e executados como parte de uma estratégia de planejamento urbano que Fernanda Sánchez descreveu como “espetacularização do espaço”. Nela, determinados equipamentos culturais e áreas de lazer são construídos ou reformados para que se constituam enquanto verdadeiros espetáculos cênicos, ambientes de simulação e estímulo estético que “hiper-realizam” o espaço urbano e transformam a cidade em palco de uma grande cena (SÁNCHEZ, 1993, p.94). Nesse sentido, esses espaços são adaptados como cenários nos quais “tudo é objeto de consumo estético e contemplativo”, espetacularizando a experiência urbana e a própria cidade.

Por fim, o trio de megaprojetos arquitetônicos foi estrategicamente integrado através da reestruturação e modernização de seis dos oito armazéns que ocupam a orla marítima da área (foto 10). Com amplo espaço coberto e vista para a Baía de Guanabara, os armazéns de número 01 a 05 foram reformados e agora administrados por uma concessionária privada, recebem os principais eventos turístico-culturais da cidade.

Como demonstra a pesquisa de Joana Paradedda (2015), a agenda de eventos tanto dos armazéns como da Praça Mauá, promovida quase sempre com apoio da prefeitura, define os usos majoritariamente turístico-culturais da área e promove uma imagem atrativa para o público consumidor. Essa sistemática “é perceptível pela frequente divulgação de eventos culturais, desde as tradicionais rodas de samba e choro na Pedra do Sal a festivais de outros estilos musicais como o Festival do Porto, com bandas de jazz e blues, e também festivais literários, como o Fim de Semana do Livro no Porto” (PARADEDDA, 2015, p. 208).

**Fotografia 7 – Museu do Amanhã**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 8 – Museu de Arte do Rio (MAR)**



Fonte: Próprio autor, 2019.



**Fotografia 9 – Entrada do AquaRio, com nova roda gigante de 88 metros ao lado**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 10 – Armazéns renovados do Píer Mauá**



Fonte: Próprio autor, 2019.

Por outro lado, a operação urbana do Porto Maravilha também soube acionar os recursos paisagísticos e histórico-culturais já existentes na região portuária em favor do seu propósito de modernização turística do espaço.

É verdade que dada à longa história de alinhamento entre paisagem, cultura popular e turismo no Rio de Janeiro, não surpreende que a combinação desses mesmos elementos no porto tenha sido instrumentalizada em prol do fortalecimento da imagem-marca da região e da cidade, atuando como um instrumento alegórico que torna o local ainda mais atraente para visitação (FARIAS, 2011; PIO, 2014). Contudo a perspectiva perpetrada por essa forma de pensar/governar a cidade concebe as idiossincrasias locais antes de qualquer coisa como ativos, capazes de acionar toda uma cadeia turística, midiática e de entretenimento que, por sua vez, gerará inúmeros benefícios econômicos e sociais. Nesse sentido, paisagem, patrimônio e cultura não são apenas habilmente combinados com o objetivo de produzir uma singularidade e uma marca, mas também para que possam atuar enquanto capitais econômicos – inclusive, de inovação (YÚDICE, 2013; PIO, 2014; MALTA, 2017).

Em suma, paisagens naturais e arquitetônicas como as do Morro da Conceição, narrativas históricas como a memória da população negra na região durante e após a escravidão, bem como manifestações culturais como as rodas de samba foram sistematicamente incorporadas – com muito atrito e negociação ao longo do processo – às estratégias de modernização turística da prefeitura.

“A Região Portuária guarda muito da história do Rio de Janeiro. Uma caminhada por suas ruas é suficiente para confirmar a riqueza dos patrimônios material e imaterial. Obras de grandes arquitetos, trapiches redescobertos, representações da cultura afro-brasileira, palacetes, sobrados do início do século XX e galpões ferroviários são parte da diversidade que conta a história da cidade e do País. Preservada com a lei que cria a Área de Proteção do Ambiente Cultural dos bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo (Apac Sagas), a região em que nasceu o samba tem notória vocação cultural, com manifestações artísticas de todo tipo, marco da identidade desses bairros” (CDURP, 2019b).

Esse processo se deu principalmente por meio do Porto Maravilha Cultural, programa previsto na própria lei de criação da operação urbana e que destina 3% dos recursos obtidos com a venda dos CEPACs para ações de “restauração de bens tombados, valorização do patrimônio local e fomento à atividade cultural” (RIO DE JANEIRO, 2019). No âmbito do programa, foram financiados inúmeros projetos de restauração arquitetônica com o propósito de recuperar prédios históricos da região, como a Igreja São Francisco da Prainha (foto 11),



adequar centros públicos como o edifício José Bonifácio ou instalar comércios, galerias de arte e albergues em imóveis privados (foto 12).

Em reportagem especial sobre o programa, o jornal o Globo celebra a recuperação dos imóveis:

“Foi um longo e tenebroso período de decadência. Alguns sucumbiram e viraram ruínas. Outros continuaram de pé a duras penas. Os casarões da Zona Portuária — seriam 1.500 — acompanharam por mais de meio século o declínio da região, e esse retrato é visível em ruas como Sacadura Cabral, Camerino e Senador Pompeu. Mas, com os ventos soprando a favor, parte dos sobrados volta a dar sinais de vida. Imóveis que, no passado, abrigaram armazéns, lojas, depósitos e outras atividades, começam a deixar o visual triste para trás. Os investimentos vão de hostels a galerias de arte. Na Praça Mauá em frente ao Museu de Arte do Rio (MAR), um edifício de 1930 com quatro andares está com a fachada tinindo. E as bandeirinhas de diferentes países dão a dica do que lá funcionará o Feijó Hostel, para 90 hóspedes” (AUTRAN et al, 2014, n.p.).

### **Fotografia 11 – Igreja São Francisco da Prainha restaurada através do programa Porto Maravilha Cultural**



Fonte: Próprio autor, 2019.

## Fotografia 12 – Casarões restaurados através do Porto Maravilha Cultural



Fonte: Próprio autor, 2019.

Como dito, seja através da conversão de itens arquitetônicos e histórico-culturais locais em atrações da cadeia turística do novo porto, seja através da construção de grandes complexos de arte e entretenimento e da formação de cenários espetaculares, o que o Porto Maravilha procurou fazer, em última medida, foi refuncionalizar e diferenciar o espaço urbano da região portuária do Rio de Janeiro constituindo-o enquanto o novo centro de cultura e entretenimento-turismo do país, inclusive envelopando-o através de publicidade e de pacotes e roteiros turísticos que o consagraram como o mais novo “cartão postal” da cidade (CORREIA, 2013; MALTA, 2017).

“Quem imaginaria, há poucos anos, que a Região Portuária se tornaria um dos lugares mais vibrantes do Rio? Como um local estigmatizado pelo abandono e escuridão, fruto de décadas de degradação, viraria polo de lazer e cultura? Essa transformação só foi possível com planejamento, capacidade de gestão e criatividade. (...). Passo a passo, as melhorias apareceram: Museu de Arte do Rio, Via Binário do Porto, Praça Mauá remodelada, Museu do Amanhã... recuperação do patrimônio histórico e muito mais” (PAES, 2016, p. 3).

Ora, mesmo que soe repetitivo, é preciso ressaltar mais uma vez: o Porto Maravilha nada mais é do que a materialização prática de uma forma de pensar/governar a cidade que, informada por uma visão de mundo neoliberal, delimita a cultura como um recurso a ser acionado em prol de um projeto de desenvolvimento socioeconômico (YÚDICE, 2013).

Nesse sentido, ao longo dos dez anos dessa experiência urbana, a cultura tem sido o tempo todo acionada para dar vitalidade ao conjunto da operação urbana. Sem sombra de dúvidas, ela constitui a alavanca de Arquimedes do Porto Maravilha.

#### *4.2.1 Experiência turística no Porto Maravilha*

As visitas de campo à região portuária do centro do Rio de Janeiro aconteceram em diferentes períodos do processo de renovação urbana, entre os anos de 2015 e 2019. A maior e mais importante visita ocorreu em agosto de 2019, quando foi possível passar três semanas morando no quarto de um pequeno sobrado no bairro da Gamboa. Contudo, o objetivo do presente tópico não é fazer uma reconstituição etnográfica do cotidiano na região, mas descrever minha experiência enquanto turista no circuito do Porto Maravilha.

O acesso dos visitantes ao Porto Maravilha se dá principalmente pelas avenidas Venezuela (para quem chega de carro, táxi ou ônibus) e Rodrigues Alves (para quem chega de VLT). Ao desembarcar em qualquer um desses pontos, o visitante precisa dar poucos passos para adentrar a Praça Mauá (foto 5), o epicentro do território portuário. De forma imediata, o principal cartão postal do porto renovado toma a atenção de todos. Por conta de sua estrutura branca inusitada, com proporções colossais e estrategicamente localizada na ponta do píer, o Museu do Amanhã (foto 7) impõe-se enquanto elemento organizador daquela paisagem. Todos os demais elementos orbitam em torno dele.

Desse modo, após passar alguns minutos observando aquele imenso museu-escultura e de tirar as primeiras fotos com ele ao fundo, o turista finalmente consegue dar conta dos outros pontos de interesse que compõem a praça. Certamente o primeiro a chamar a atenção é o Museu de Arte do Rio (foto 8), um complexo arquitetônico com dois edifícios de quatro andares, um moderno e um tradicional, conectados por um teto ondulado flutuante que evoca o acrônimo do museu, MAR. Logo ao lado, uma dupla de arranha-céus desperta a curiosidade do observador por conta de seus contrastes gritantes. Enquanto o edifício “A Noite”, construído ainda na década de 1920 e tendo seus dias de glória nos anos 1940 quando abrigou a Rádio Nacional, encontra-se abandonado e em processo de degradação, o Centro Empresarial Internacional Rio se destaca por ter uma estrutura moderna com 33 pavimentos espelhados. A paisagem da praça é complementada pela presença do prédio da Alfândega completamente renovado e dois guindastes portuários de 1968 também restaurados.

Depois de explorar a complexidade arquitetônica e visual da paisagem da Praça Mauá, a maioria dos visitantes vai até o Museu do Amanhã para conhecer sua famosa exibição. Uma vez na parte interna, o salão de entrada do museu já impressiona por conta de sua composição, um vão com paredes arqueadas suspensas e uma enorme esfera de LED projetando todo o planeta Terra (foto 13). A principal atração é a exibição permanente, que conta com ambientes interativos e imersivos com alta sofisticação tecnológica construídos a partir de uma narrativa científica sobre o futuro da Terra e da humanidade.

O acesso à exposição dá-se justamente por uma passagem abaixo da esfera de LED. No primeiro salão (“Cosmos”), uma projeção no teto exibe o processo de formação do universo e das galáxias, sendo acompanhada por reflexões sobre a existência humana. O segundo salão (“Terra”) conta com três cubos de sete metros de altura compostos por fotos e inscrições, cada um representando três dimensões da existência: matéria, vida e pensamento. Na câmara subsequente (“Antropoceno”), seis totens de dez metros de altura exibem vídeos sobre a história do Homo Sapiens e seus impactos no planeta. A penúltima sala (“Amanhãs”) é composta por diversos painéis interativos em formato de origami, com jogos e textos abordando estimativas e projeções sobre o futuro. Por fim, o passeio termina no interior de uma grande estrutura de madeira que evoca o formato de uma oca (“Nós”), com uma reflexão sobre conexões humanas e a relação entre passado e futuro.

### **Fotografia 13 – Museu do Amanhã (Salão de entrada)**



Fonte: Próprio autor, 2019.

No dia da visita, as demais exposições do museu não estavam abertas, de modo que não foi possível conhecer outros espaços do museu. Na saída, os visitantes são agraciados com uma caminhada às margens da Baía de Guanabara com vista para a Ponte Rio-Niterói e para toda a região portuária.

A maior parte dos turistas segue do Museu do Amanhã para a Avenida Rodrigues Alves, em direção aos armazéns que compõem o Píer Mauá e painéis de grafite existentes nas imediações. Um grupo bem menor se desloca para conhecer o Museu de Arte do Rio (apesar de estar situado a 200 metros do congênere, o MAR recebe menos de um terço do público do Museu do Amanhã).

Nos painéis da bilheteria externa, o visitante fica a par da programação atual do museu. O acervo permanente com 8 mil itens museológicos e as exposições temporárias ficam organizados ao longo dos quatro pavimentos do Palacete Dom João VI, edifício do início do século XX restaurado entre 2009 e 2013<sup>110</sup>. Através de um elevador, o visitante acessa cada um dos pavimentos, todos estruturados enquanto salões com exposições independentes umas das outras. Na ocasião, quatro exposições estavam disponíveis: a principal, “O Rio dos Navegantes”, abordava a história do Rio de Janeiro como cidade portuária; a segunda, “Mulheres na Coleção MAR”, expunha trabalhos de 150 artistas mulheres que integram a coleção do museu; a terceira, “Rosa Paulino: a costura da memória”, reunia esculturas, instalações, gravuras, desenhos e outros suportes de Rosana Paulino; finalmente, a quarta exposição, “FLUXO”, era composta por um piso e painéis interativos que proporcionam uma experiência sensorial imersiva bastante inusitada ao visitante.

A visita ao MAR termina no terraço do segundo prédio, de onde é possível visualizar toda a Praça Mauá e tirar fotos do Museu do Amanhã com a baía e a ponte ao fundo (foto 5). O espaço também conta com um pequeno café.

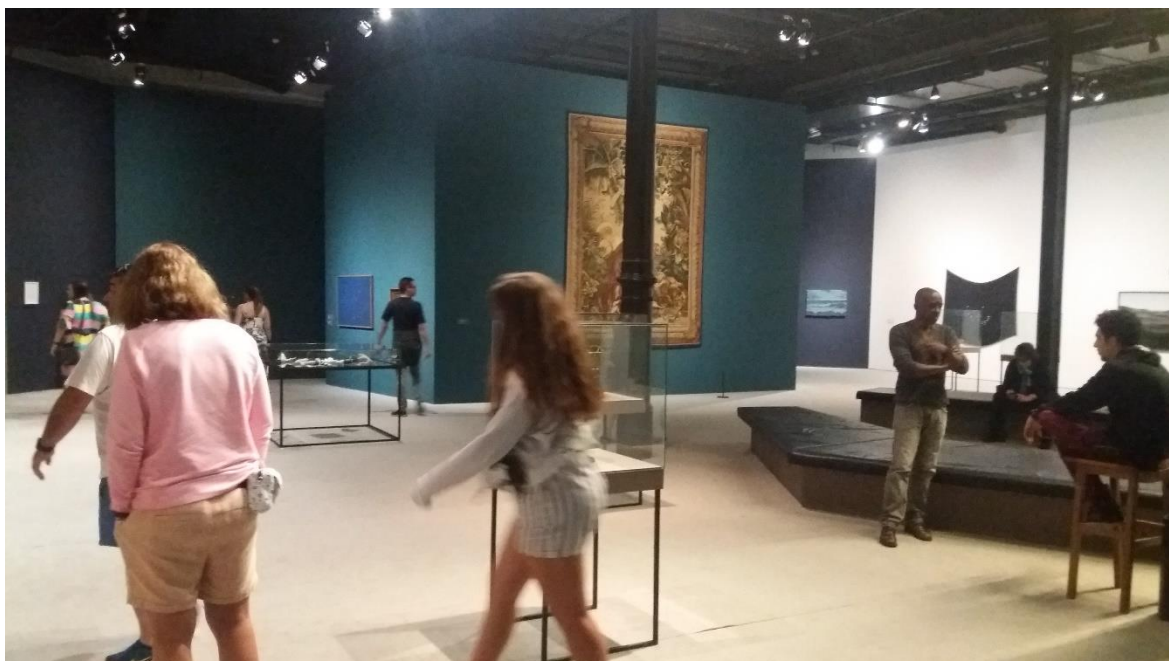
O passeio pelos dois museus leva algumas horas e é bastante cansativo, de modo que o público quase sempre procura refúgio nos restaurantes, cafés e lanchonetes da região. Nesse quesito, a oferta ainda está abaixo do que é esperado para um complexo turístico-cultural com essa magnitude. Não por acaso, o estabelecimento mais concorrido é um McDonalds que fica a menos de 100 metros, na Avenida Rio Branco.

---

<sup>110</sup> O segundo edifício do complexo, um prédio modernista que funcionou como terminal rodoviário e Hospital da Polícia Civil anteriormente, foi completamente reformado e agora abriga a Escola do Olhar. Trata-se de um espaço voltado para educação e arte que recebe alunos de toda a cidade.



**Fotografia 14 – Armazém 03 durante realização do evento Rio Gastronomia 2019**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 15 – Armazém 03 durante realização do evento Rio Gastronomia 2019**



Fonte: Próprio autor, 2019.

Outro equipamento turístico-cultural que costuma atrair um número elevado de visitantes é o Píer Mauá, complexo portuário que conta com cinco armazéns completamente renovados, nos quais funcionam pavilhões de eventos e o Terminal Internacional de Cruzeiros. Nos últimos anos, os armazéns têm sediado os principais eventos culturais e turísticos do Rio de Janeiro, como Rio+20, ArtRIO, VesteRio, Casa Brasil, etc. Na ocasião da visita, o maior festival de gastronomia do país (Rio Gastronomia) estava acontecendo nos armazéns 3 e 4 (foto 15), com um público de mais de 50 mil visitantes ao longo dos sete dias de evento. Por outro lado, o Terminal (armazém 5) costuma receber mais de 300 mil turistas por temporada.

Do outro lado do passeio público que dá acesso aos armazéns, os transeuntes se posicionam para tirar fotos à frente do principal ícone urbano do Porto Maravilha, o painel de grafite “Etnias” (foto 16) de autoria do muralista Eduardo Kobra. Reconhecido como o maior grafite do mundo feito por um só artista, o painel retrata cinco rostos que representam os continentes que disputaram as Olimpíadas de 2016.

#### **Fotografia 16 – Grafite “Etnias”**



Fonte: Próprio autor, 2019.



O tour convencional pelo Porto Maravilha costuma terminar no AquaRio e na Rio Star (foto 9), situados ao fim da Orla do Conde. Os ingressos custam entre R\$ 70 e R\$ 160 para o aquário e entre R\$ 35 e R\$ 70 para a roda-gigante, o que os torna inacessíveis para parte do público que vai ao Porto Maravilha. Muitas famílias acabam optando pelo pequeno parque infantil público da Praça Muhammad Ali (foto 17).

Aqueles que decidem entrar no aquário se deparam, logo de partida, com um enorme esqueleto de baleia-jubarte com 15 metros de comprimento. Uma vez na parte interna, o visitante perpassa 28 tanques aquáticos com diversas espécies marinhas. O maior tanque é o Recinto Oceânico e de Mergulho com 3,5 milhões de litros de água, o qual os visitantes atravessam por um túnel submerso. Outra atração bastante popular é o tanque de toque, no qual o público pode interagir com alguns dos animais.

As demais atrações do Porto Maravilha, como o Circuito Arqueológico e os prédios históricos revitalizados, não são tão populares quanto os cinco megaequipamentos turístico-culturais citados. Desse modo, a experiência turística no porto tem como marca central o espetáculo cênico dessas grandes estruturas junto à paisagem da Baía de Guanabara, além do consumo de exposições artísticas e gastronômicas nelas oferecidas.

### **Fotografia 17 – Praça Muhammad Ali**



Fonte: Próprio autor, 2019.



### 4.3 A conveniência da cultura: a economia criativa como solução

Como mencionado na Introdução, as práticas e os discursos que dão vida ao projeto Porto Maravilha estão profundamente enraizados no senso comum global que toma a economia da cultura e do entretenimento-turismo – ou da criatividade – como uma alternativa de desenvolvimento econômico, social e urbano, chegando a soar algumas vezes como um verdadeiro discurso de pregação. Se você tem uma área da cidade ou da sociedade com problemas, a solução certamente poderá ser encontrada naqueles dois setores.

Ao longo deste tópico será demonstrado como essa perspectiva está integralmente reproduzida seja nos discursos oficiais, seja nos programas paralelos de caráter social desenvolvidos no âmbito do projeto.

Chama a atenção o modo recorrente como a publicidade e mesmo a cobertura midiática do projeto aciona essa compreensão. Nas matérias e entrevistas dos veículos oficiais e não-oficiais do projeto, os números das indústrias criativas na economia da cidade e do estado são apresentados como prova da vocação histórica do Rio de Janeiro para esses setores. Em algumas oportunidades, são apresentadas iniciativas de empreendedores cariocas que investiram no ramo e que, pelas mais diversas razões, estão hoje instalados nas imediações da zona portuária. Como consequência lógica, fala-se em um suposto “potencial para a criatividade” da região do porto e da cidade como um todo, algo que deveria ser estimulado por meio de políticas públicas como incentivos fiscais ou programas de capacitação (PORTO REFORÇA, 2010, p.3).

“Criatividade foi elemento fundamental para tornar realidade a revitalização da Região Portuária, encarada por décadas como promessa que jamais sairia do papel. (...). Antes degradada, a região começa a receber nova infraestrutura com facilidades de tecnologia e mobilidade, o que atrai justamente empreendedores que fazem da criatividade o seu negócio. Escritórios de arquitetura e design, startups, empresas de audiovisual e produtoras culturais escolheram fincar suas bases na Zona Portuária. Esse ambiente levou à formação de uma rede, o Distrito Criativo do Porto, que une todas essas iniciativas para desenvolver negócios em agenda integrada e eventos relacionados à economia criativa.” (PAES, 2015, p. 2)

“Fazer com que a região se torne um polo da indústria criativa é um objetivo traçado pela Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (Cdurp), que trabalha em parceria com o Sebrae RJ para viabilizar a ideia” (PORTO REFORÇA, 2010, p. 3).

Nesse mesmo contexto, a lei nº 101 de 2009 determina a criação de políticas voltadas ao “atendimento econômico e social da população diretamente afetada pela Operação” (RIO DE JANEIRO, 2009b).

Uma das políticas implementadas foi um convênio com o SEBRAE-RJ com o intuito de “estimular o desenvolvimento de pequenos empreendedores na região” através da oferta de “programas de capacitação e consultorias, mutirões de formalização e disseminação de informações sobre oportunidades de negócios no território” (CDURP, 2011). Ao examinar os documentos e publicações do convênio, salta aos olhos a preponderância que é dada aos setores da chamada “economia criativa” (com destaque para a gastronomia) e ao turismo.

“Com a revitalização urbana, você deve ter percebido que um novo público começou a frequentar a Região Portuária. O local se tornou mais atrativo para visitantes, como o próprio carioca, e para turistas de todas as partes do mundo. Cruzeiristas já descem dos navios e aproveitam para conhecer o local. Quem trabalha, estuda ou mora na região também circula mais pelas ruas e encontra motivos para explorar os atrativos e consumir nas redondezas. Aos poucos, empresas começam a se instalar nos novos e modernos empreendimentos imobiliários do Santo Cristo. No futuro, espera-se a chegada de edifícios residenciais. A expectativa é ter cada vez mais pessoas circulando na Região Portuária, com demandas de consumo turístico, corporativo e residencial” (SEBRAE, 2019, p. 24).

Ora, as práticas e discursos evocados no âmbito desse convênio com o Sebrae procuram disseminar, entre os moradores e comerciantes da região, a crença de que a dinâmica criada pelo Porto Maravilha no âmbito da cultura e do entretenimento-turismo oferece janelas de oportunidades como a criação de um comércio ou a conquista de um emprego. Não se trata de condenar os esforços do Sebrae e da CDURP no sentido de impactar positivamente essa realidade, mas de perceber como esse tipo de política molda projetos de vida e, conseqüentemente, a racionalidade e a afetividade dos indivíduos e grupos que procuram perseguí-los com maior ou menor sucesso.

“Entenda o valor de uma boa experiência. A procura por experiências marcantes de consumo só cresce. Clientes valorizam e reconhecem quando há qualidade nos produtos, serviços e um atendimento cuidadoso. Turistas, em especial, querem vivenciar o chamado turismo de experiência, em que interagem com os costumes da região, por meio de boas vivências, envolvendo gastronomia, cultura, compras e visitas guiadas” (SEBRAE, 2019, p. 27).

“Ainda de acordo com o estudo, o público que hoje frequenta a Região Portuária tem perfil bem variado, mas, de forma geral, consome algum tipo de alimento. Os bares e restaurantes precisam identificar que tipo de gastronomia e serviço vão oferecer e definir sua estratégia para atrair mais clientes” (CDURP, 2017).

Como mencionado anteriormente, através da publicidade e dos programas sociais vinculados ao projeto, o Porto Maravilha contribui tanto com a difusão da forma de pensamento analisada ao longo de toda a tese quanto com a pedagogia dos corpos (nesse caso, dos moradores) na direção de comportamentos adequados às exigências da “nova economia”, a economia criativa. Isso porque, como lembra Farias (2011), a individualização

e especialização dos agentes em meio às exigências dos processos de cosmopolitização e de exportação turística passam também pela constituição de novas modalidades de aprendizados e afetos, pressupondo uma economia psíquica específica (FARIAS, 2011, p. 143).

Desse modo, “são chamadas para perto atividades, habilidades, comportamentos... espacialmente distantes e dotados de traços distintivos, contudo orbitando em torno de interesses comuns, de qualidade e fatores materiais translocais e trans-societais” (FARIAS, 2011, p. 145).

Os programas de educação e capacitação profissional nas áreas do turismo e da economia criativa, como os desenvolvidos pelo SEBRAE, CDURP e outros, podem ser entendidos enquanto processos de constituição dos corpos mediante técnicas de aprendizado que fomentam a internalização de saberes socialmente produzidos (BOURDIEU, 2010). Como defendido por Bourdieu, importa entender como esses processos transformam saberes sociais em sentidos de orientação e sensibilidade, convertendo a objetividade (história) em subjetividade.

Embora não seja o foco da presente tese, esse contexto sugere outras possibilidades de análise, como a compreensão da circulação de memórias através de tramados corpóreos ou a mundialização de modalidades de individualização, de mecanismos de formação de subjetividades, de composição de estruturas de personalidade e economias morais através dos inúmeros e constantes intercâmbios transoceânicos promovidos pelos processos de globalização.

“Em tempos de globalização, o certo é que a indústria do turismo possibilita circular em localidades, transformá-las e consumi-las, criando uma cultura material e uma economia de sensações que lhe é específica. O turismo precisa, portanto, ser entendido como um processo social capaz de engendrar formas de sociabilidade que produzem efeitos ainda por conhecer.” (FREIRE-MEDEIROS, 2009, p.48)

Em suma, se por um lado determinados lugares, com suas respectivas formas de sociabilidade e memórias, são reconcebidos visando a sua configuração enquanto uma espécie de circuito turístico-cultural (ou criativo), por outro, esse processo não ocorre apartado da formação e difusão de novos modelos de comportamento e novas estruturas de personalidade.

#### 4.4 Memória, identidade e turismo: o Circuito Arqueológico

Qualquer pesquisa sobre o alinhamento entre cultura, turismo e espaço urbano no projeto Porto Maravilha precisa refletir em algum momento sobre o episódio de criação do “Circuito Histórico e Arqueológico da Celebração da Herança Africana”. Isso porque houve um trabalho e uma negociação enorme tanto por parte do Estado quanto de grupos da sociedade civil em torno da incorporação de bens e espaços arqueológicos e culturais associados à narrativa da “Pequena África”, construída sobre a região por conta da longa presença de memórias e manifestações da cultura popular negra (como os clubes de rancho<sup>111</sup>, os terreiros de candomblé e as rodas de samba).

A partir de 2011, com a descoberta e abertura para visitação das antigas estruturas do “Cais do Valongo”, mais importante porto de entrada de africanos escravizados no Brasil durante os séculos XVIII e XIX, iniciou-se todo o processo de mapeamento e institucionalização do Circuito Histórico-Arqueológico. O trajeto surge no âmbito do Porto Maravilha como uma política turística de memória voltada para a história da diáspora e da cultura negra na região, dando ainda mais complexidade às combinações entre cultura, turismo e renovação urbana que esta pesquisa pretende analisar.

De acordo com a reconstituição feita por pesquisadores como Simone Vassallo e Rogério Jordão, a história da presença africana no Valongo começa em 1779 com a decisão do Marques de Lavradio de deslocar as atividades ligadas ao tráfico e venda de negros escravizados do centro da cidade para aquela área. Entre 1779 e 1831, o Cais do Valongo funcionou como o principal ponto de entrada do tráfico no Brasil, tendo recebido entre 500 mil e 1 milhão de africanos escravizados (JORDÃO, 2015). Ao longo de todo esse período, diferentes espaços daquela região foram marcados pelas terríveis práticas associadas à escravidão (sobretudo, o Cemitério dos Pretos Novos), mas também pelas vivências e experiências de tantos negros que ali tentaram sobreviver e resistir.

Embora a proibição do tráfico transatlântico em 1931 tenha surtido pouco efeito, o Cais do Valongo deixou de ser um ponto ligado ao comércio de pessoas escravizadas. Ainda

---

<sup>111</sup> Os clubes de rancho ou ranchos carnavalescos eram tipos de agremiação carnavalesca típicas da cidade do Rio de Janeiro na virada do século XIX para o século XX. Essas agremiações foram precursoras das escolas de samba, na medida em que inauguraram tradições comuns aos desfiles modernos, como o enredo, o casal de mestre-sala e porta-bandeira, bem como o uso de instrumentos de corda e sopro.

assim, a região continuaria sendo caracterizada pela forte presença da população negra. Ao longo da segunda metade do século XIX e início do século XX, o cais recebeu um grande número de homens negros livres que vinham da Bahia para o Rio de Janeiro em busca de oportunidades de trabalho - como catraieiros, arrumadores, estivadores – e moradia (VASSALLO; CICALO, 2015).

Dentro desse contexto, no começo do século XX, a efervescência dos primeiros clubes de rancho, de muitos terreiros de candomblé e umbanda, bem como das rodas de samba e de capoeira nos bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo acabou rendendo à região a alcunha de “Pequena África”, possivelmente dada pelo sambista Heitor dos Prazeres.

Quase um século depois, quando as estruturas do antigo Cais do Valongo foram encontradas pelos arqueólogos contratados pela prefeitura, a narrativa da “Pequena África”, bem como a extensa memória africana e a rica cultura popular negra foram imediatamente acionadas pelos operadores do Porto Maravilha – mas não sem muita negociação e disputa com indivíduos e organizações da sociedade civil que logo reivindicaram esses elementos para si e, conseqüentemente, o direito de participação.

“O Porto tem história, a história do nascimento da cidade. Guarda a nossa memória. Ela precisa e será resgatada. Acabamos de criar o Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana, que inclui o Centro Cultural José Bonifácio, o Cais do Valongo, o Instituto Pretos Novos, os Jardins do Valongo, o Largo do Depósito e a Pedra do Sal. As obras do Porto Maravilha revelaram sítios arqueológicos que retratam a Diáspora Africana, verdadeiros marcos da cultura afro-brasileira que serão preservados” (PAES, 2011, p. 2).

Na prática, a descoberta do Cais do Valongo durante as obras do Porto Maravilha não foi exatamente uma surpresa. Segundo Vassallo (2015), o historiador Carlos Eugênio Soares (UFBA e UFRRJ) e a arqueóloga Tânia Andrade Lima (UFRJ) solicitaram junto ao IPHAN e à CDURP que as escavações no perímetro provável fossem acompanhadas por uma equipe de arqueólogos. A própria Tânia Lima foi contratada pela prefeitura e pouco tempo depois foi anunciado que o sítio arqueológico havia sido encontrado.

Além das estruturas de pedra, também foram encontradas milhares de objetos de uso doméstico e religioso ligados à presença dos africanos escravizados. Os dois pesquisadores então cuidaram para que lideranças e organizações do movimento negro pudessem participar dos trabalhos de reconhecimento e classificação do acervo arqueológico como um todo (VASSALLO; CICALO, 2015). Quando o Circuito Histórico e Arqueológico foi criado através do decreto n.º 34803 de 29 de novembro de 2011, a participação foi oficializada por

meio da instalação do Grupo de Trabalho Curatorial do Projeto Urbanístico, Arquitetônico e Museológico (RIO DE JANEIRO, 2011).

O GT era presidido pela Subsecretaria de Patrimônio Cultural da prefeitura e contava com membros da CDURP, do Conselho Municipal de Defesa dos Direitos do Negro (COMDEDINE), da Coordenadoria Especial de Políticas Pró-Igualdade Racial (CEPPIR), além de membros convidados, como lideranças e acadêmicos do movimento negro e mesmo lideranças religiosas (RIO DE JANEIRO, 2011). No grupo, formulou-se o entendimento de que o sítio e o acervo arqueológicos não eram somente um símbolo da terrível memória da escravidão, mas, antes de qualquer coisa, uma referência em termos da ancestralidade da população negra do Rio de Janeiro e do Brasil.

A partir dessa perspectiva, o grupo elaborou uma carta de recomendações entregue aos técnicos da CDURP e da prefeitura (VASSALLO; CICALO, 2015). Contudo, de acordo com participantes do GT entrevistados por Simone Vassallo, a atuação do grupo acabou se tornando meramente consultiva, pois da forma como o Circuito foi implementado aos pontos escolhidos para integrá-lo, tudo aconteceu à revelia das suas recomendações e de acordo com os interesses da própria prefeitura. Nos questionamentos, o principal ponto de disputa diz respeito ao aparente desaparecimento das peças encontradas e a não criação do memorial onde elas seriam exibidas, de modo que o Cais virou somente “um museu a céu aberto”, como o prefeito havia profetizado na ocasião da descoberta<sup>112 113</sup>.

“Por trás do consenso em torno da singularidade do cais e da região portuária e da sua importância fundamental em termos identitários, encontramos divergências de pontos de vista. Se os militantes negros afirmam esses locais como patrimônios dos afrodescendentes, intimamente relacionados à sua própria ancestralidade e à discriminação racial, a prefeitura os equaciona a uma totalidade mais abrangente, a do povo brasileiro. Assim, se assemelha às tradicionais perspectivas patrimonializantes, de caráter nacionalista, que dissolvem as diferenças na totalidade abstrata da nação (Gonçalves, 2007; Handler, 1984) e silenciam as divergências e as relações de poder ali contidas” (VASSALLO; CICALO, 2015, p. 257).

O fato é que o Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana foi oficialmente criado no dia 29 de novembro de 2011 e vem funcionando ao longo desses oito anos como um importante roteiro turístico-educativo da cidade, recebendo visitas de

---

<sup>112</sup> Na verdade, os mais de 1,5 milhão de artefatos encontrados no sítio continuam guardados em contêineres. No fim de novembro de 2019, foi anunciado que o IPHAN iria financiar a reforma do edifício Docas Dom Pedro II para a instalação de um complexo cultural e um centro de referência do Cais do Valongo, onde as peças ficarão expostas.

<sup>113</sup> Na semana do anúncio da descoberta arqueológica, o prefeito Eduardo Paes concedeu entrevista afirmando que: “... quando vi aquilo, fiquei absolutamente chocado. Vou fazer uma praça como em Roma. Ali estão as nossas ruínas romanas” (VASSALLO; CICALO, 2015, p. 247).

muitos turistas, mas principalmente de estudantes de escolas e faculdades públicas e privadas do Rio de Janeiro. Nos dias de maior visitação (terça e quinta), os seis pontos do Circuito ficam abarrotados de crianças e jovens atentos às falas dos guias especializados que acompanham os grupos e ali narram uma versão mais ou menos consensual da história, da memória e da cultura africana e negra da zona portuária (vide fotos 18 e 19).

O *tour* começa pelo Cais do Valongo e Cais da Imperatriz (ponto 1 do circuito), onde os visitantes ficam diante das estruturas arqueológicas enquanto escutam uma apresentação do guia sobre as atrocidades cometidas pelo tráfico negreiro durante a captura, transporte, aprisionamento e comércio dos cativos. Na ocasião (foto 18), também conta-se um pouco da história do Cais e das transformações físicas pelas quais passou.

Em seguida, o grupo de visitantes é orientado a caminhar pela rua Sacadura Cabral até o Largo da Prainha, onde é possível observar a Igreja São Francisco da Prainha restaurada, para então tomar uma viela estreita que desemboca na famosa Pedra do Sal (ponto 2 do circuito). Na base da formação rochosa que dá acesso ao Morro da Conceição, os visitantes aprendem que o nome do lugar está vinculado ao trabalho com carregamentos de sal por parte dos negros escravizados, mas também que aquele espaço foi marcado por uma longa trajetória de resistência e expressão cultural da população negra, apresentado então como o berço do samba e do Carnaval (foto 19).

Os visitantes são convidados a subir pela escadaria que cruza o Morro da Conceição e dá acesso ao Jardim Suspenso do Valongo (ponto 3 do circuito), conjunto paisagístico que, segundo o guia, teria sido construído por Pereira Passos como uma forma de apagar as reminiscências de um passado sombrio (foto 20). Do jardim mesmo, os visitantes observam o Largo do Depósito (ponto 4 do circuito), onde ficavam os armazéns ligados ao comércio de cativos (foto 21).

Logo após, o grupo encaminha-se para a Rua Pedro Ernesto, onde fica instalado o Museu Memorial dos Pretos Novos (ponto 5 do circuito, fotos 22 e 23), espaço administrado por um casal de moradores que, ainda na década 1990, encontrou inúmeros ossadas no subsolo de sua casa durante uma reforma. Hoje o Museu conta com painéis explicativos que narram o terrível destino dos cativos que chegavam doentes ou mortos no Rio, um (vital) no qual as ossadas encontradas podem ser observadas, bem como uma sala de vídeo (um documentário sobre o local é exibido ao fim da visita) e um salão para mostras artísticas.

Finalmente, os visitantes fazem a última parada no Centro Cultural José Bonifácio (foto 24), centro de referência da memória africana com salão de exposição, biblioteca e livraria.

**Fotografia 18 – Estudantes de ensino fundamental visitam o Cais do Valongo**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 19 – Estudantes da PUC-Rio visitam a Pedra do Sal**



Fonte: Próprio autor, 2019.



**Fotografia 20 – Estudantes da PUC-Rio visitam o Jardim Suspenso do Valongo**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 21 – Vista do Largo do Depósito a partir do Jardim Suspenso**



Fonte: Próprio autor, 2019.



**Fotografia 22 – Turistas no salão principal do Museu Memorial dos Pretos Novos**



Fonte: Próprio autor, 2019.

**Fotografia 23 – Entrada do Museu Memorial dos Pretos Novos**



Fonte: Próprio autor, 2019.

## Fotografia 24 – Fachada do Centro Cultural José Bonifácio



Fonte: Próprio autor, 2019.

É importante destacar que o ponto da Pedra do Sal é um componente muito singular dentro do Circuito. Isso porque a formação rochosa se transformou em um importante destino turístico da cidade, não por sua história, mas por conta das famosas rodas de samba que são ali realizadas.

Nos últimos anos, as noites de samba (com destaque para a segunda-feira) têm atraído um enorme contingente de visitantes e turistas (muitos estrangeiros) para o local, de modo que todo o perímetro fica tomado pela multidão (foto 25). Ao longo das ruas adjacentes, diversas barracas são instaladas para venda de todo tipo de bebida e petiscos, contando inclusive com equipamentos de som próprios que tocam funk, samba, pagode e outros ritmos musicais a todo volume para atrair a atenção do público passante.

A consolidação da Pedra do Sal como um importante destino turístico na noite carioca certamente tem reverberado tanto na estruturação simbólica e política do Circuito Arqueológico quanto na imagem da zona portuária. Uma discussão mais detalhada a respeito desse processo pode ser encontrada em Carneiro & Pinheiro (2015).

## Fotografia 25 – Roda de samba de segunda-feira na Pedra do Sal



Fonte: Próprio autor, 2019.

O número de pessoas que visitam os pontos do Circuito Histórico e Arqueológico em único dia útil é bastante impressionante, principalmente por conta dos grupos com dezenas de estudantes. Desse modo, não há dúvida de que o roteiro e a respectiva narrativa oficial, constituídos pela prefeitura com apoio dos indivíduos e instituições que viabilizam o Circuito, têm atuado em prol da conciliação da memória e cultura afro-brasileira local com os propósitos turísticos e educativos do Porto Maravilha e do Estado.

Ainda assim, também não há dúvida de que indivíduos e grupos militantes do movimento negro têm reivindicado ativamente essa memória através da ocupação e uso alternativo desses espaços, com a realização de cerimônias religiosas de lavagem do Cais, rodas de capoeira, *tours* alternativos com dezenas de pontos de visitação, eventos culturais, dentre muitos outros (CARNEIRO; PINHEIRO, 2015).

Fica evidente que há algum tipo de diálogo e negociação entre as duas partes quando nota-se que os mesmos atores que promovem esses usos alternativos também estão envolvidos direta ou indiretamente com o circuito oficial. Do outro lado, a própria prefeitura reconhece e até financia esses eventos e atividades<sup>114</sup>.

---

<sup>114</sup> O recente processo de reconhecimento do Cais do Valongo enquanto Patrimônio Mundial da Humanidade representa uma ocasião extremamente relevante para a compreensão das dinâmicas entre os planos global,



“Sugerimos que, através das suas ações, os três principais grupos de atores mencionados neste artigo produzem uma localidade, o Cais do Valongo, como um lugar de memória da diáspora africana. Ao fazê-lo, produzem também a si próprios, sujeitos de direito dessa memória e desse patrimônio. Para tanto, realizam um árduo trabalho de criação e manutenção do local, através de ritos que transformam a realidade. As declarações públicas sobre as memórias do cais, proferidas por militantes, pesquisadores e representantes da municipalidade; as cerimônias religiosas que nele ocorrem; as reuniões com delegações da Unesco; as visitas de personalidades representantes do movimento negro, do Estado e da Unesco; os decretos municipais e a colocação de placas, são todos acontecimentos que propiciam a construção dessa localidade. Através deles, são criados o monumento e patrimônio Cais do Valongo, os seus novos entendimentos e formas de gestão e os sujeitos que reivindicam seu pertencimento e herança” (VASSALLO; CICALO, 2015, p. 264).

Assim, enquanto espaço vivido, o Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana é produto de uma série de negociações e articulações que tem permitido que as singularidades histórico-culturais de caráter afro-brasileiro existentes na região sejam continuamente adaptadas às políticas oficiais de turismo e educação do poder estatal carioca, mas que simultaneamente tem dado vazão aos discursos e estratégias de identidade e reconhecimento dos indivíduos e grupos que se percebem de alguma forma envolvidos (CACERES, 2014; VASSALLO; CICALO, 2015).

Para Farias (2011), nesse cenário, a lógica das operações turísticas de codificação e potencialização de novidades não existe sem a individualização e a especialização de agentes e lugares feitas de acordo com suas singularidades étnico-histórico e/ou geográficas, mas, claro, adaptando-as simultaneamente à matriz global que impõe determinados procedimentos e habilidades (FARIAS, 2011, p. 145)

“Entendimento de que a reterritorialização turística das festas regionais está fundada no modo como o tempo hegemônico da modernidade-mundo se rebate sobre e no interior dos espaços das experiências e das referências identitárias, é crucial delinear as consequências da modernização turística sobre os suportes materiais e simbólicos das expressões humanas, enfim, sobre os elementos espaciais, na contrapartida do ajuste de fatores que dão concretude à economia do lúdico e à instituição do entretenimento” (FARIAS, 2011, p. 135)

Nesse sentido, os inúmeros detalhes envolvidos no Circuito são uma oportunidade única para perceber como processos de funcionalização e tematização de paisagens e lugares enquanto domínios de consumo e lazer não se dão à revelia das suas singularidades e especificidades históricas. Em última instância, é sempre importante conceber e problematizar o espaço urbano “renovado” através de uma perspectiva que seja capaz de conciliar os aspectos sistêmicos, históricos e contextuais que o integram.

---

nacional e local no âmbito das políticas turísticas de memória. Infelizmente, não houve possibilidade de realizar esse esforço de reflexão no espaço da presente tese.

#### **4.5 A relação das comunidades locais com o projeto**

A tentativa de destrinchar a renovação da zona portuária e o projeto Porto Maravilha enquanto um processo histórico-social de múltiplas dimensões, inserido em redes de interdependências que se estendem do nível local ao global, passa necessariamente pela compreensão das relações que as comunidades que ali vivem mantêm com o projeto.

Nesse sentido, a pesquisa de campo também envolveu a realização de uma série de entrevistas com moradores, comerciantes e trabalhadores dos bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo. As entrevistas seguiram um roteiro com perguntas abertas sobre: experiência anterior ao início do projeto; opiniões a respeito do Porto Maravilha; participação em instituições da sociedade civil, associações ou fóruns comunitários; efeitos positivos e negativos do projeto na região e na rotina do entrevistado; etc.

Antes de tratar dos relatos levantados, é importante pontuar que a maioria dos habitantes da região é pobre ou extremamente pobre, com um número significativo residindo nas favelas locais. As taxas de escolaridade são baixas e boa parte da população trabalha no mercado informal, como vendedor ambulante, trabalhadora doméstica, trabalhos temporários (bicos), dentre outros (DATA RIO, 2019).

A maioria dos entrevistados relataram que o início do projeto foi bastante problemático por conta de medidas arbitrárias e da falta de transparência por parte da prefeitura. Muitos ficaram sabendo do projeto por meio de reportagens na mídia ou informes distribuídos pela CDURP nas ruas do bairro. Contudo, nos dois casos o conteúdo era limitado e majoritariamente panfletário, apontando apenas para os supostos benefícios do projeto. Não houve consulta prévia e nem mesmo representação das comunidades locais nas primeiras etapas do processo, o que revela a completa exclusão dessas pessoas tanto da concepção quanto do desenvolvimento inicial do Porto Maravilha.

A situação piorou dramaticamente a partir do momento que agentes da Secretaria Municipal de Habitação (SMH) passaram a marcar portas de casas com uma inscrição alfanumérica que indicava a remoção dos moradores num futuro próximo. Diante desse cenário trágico e arbitrário, muitos moradores passaram a se reunir e discutir formas de organização e resistência. Segundo Xavier (2012), um nome importante nesse movimento foi Antônio Carlos Machado, líder comunitário e presidente do Bloco Filhos de Gandhi, que organizou uma série de reuniões que culminaram na criação do Fórum Comunitário do Porto.

De acordo com a reconstituição etnográfica feita por Xavier, as reuniões promovidas por Antônio Carlos ganharam envergadura à medida que as ameaças de remoções por parte da SMH se espalharam pela região. A grande maioria dos participantes era composta por moradores que tiveram suas casas marcadas pela SMH. Decidiu-se então pela criação do Fórum Comunitário do Porto, instância responsável por captar e divulgar informações a respeito das remoções e outras consequências do projeto de renovação urbana. A partir da atuação do Fórum e de associações locais, outros atores externos (como acadêmicos, ativistas e burocratas) tomaram conhecimento da situação e também passaram a colaborar com o movimento dos moradores (XAVIER, 2012). Vitórias importantes foram conquistadas, como uma liminar que suspendeu as remoções até que a prefeitura criasse uma instância de participação e diálogo com as comunidades locais.

A partir de então, algumas reuniões e seminários foram realizados pela CDURP nesse sentido. Contudo, segundo um dos entrevistados que esteve nesses eventos, era evidente que que todo o planejamento do projeto estava definido e que as reuniões serviam apenas para deixar os moradores a par das ações e, sobretudo, para tentar convencê-los de que os benefícios futuros compensariam os danos causados. A narrativa da CDURP era de que as obras de revitalização, os novos equipamentos culturais e as instalações olímpicas iniciariam um ciclo de progresso econômico e social em toda a região. Além disso, havia a promessa que políticas de requalificação profissional e valorização do patrimônio seriam financiadas com a venda dos CEPACs. Com relação às remoções, a prefeitura garantiu nessas mesmas reuniões que todas as 350 famílias despejadas teriam direito a moradias novas através dos programas de habitação popular do Estado. Enquanto isso não acontecesse, essas famílias receberiam aluguel social.

Nesse contexto, uma vez que o processo de renovação parecia inevitável, parte do movimento de moradores passou a estabelecer linhas de colaboração com a prefeitura com o objetivo de garantir o maior número de contrapartidas em favor das comunidades locais. A principal proposta previa a construção de creches, escolas, quadras esportivas e unidades de saúde com os recursos financeiros levantados pelo projeto. Apesar de ter sido acatada pelos representantes da prefeitura, até hoje não há nenhum indício de que ela será efetivada.

“As instituições locais estão participando, elas fazem parte do processo, embora este não seja um processo deliberativo de construção conjunta de um projeto segundo propostas discutidas e definidas a partir de um consenso. A participação se dá por meio do compartilhamento com o Estado da responsabilidade de criar espaços educativos e investir em programas sociais que

possam garantir a melhoria das condições de vida da população local” (TOLEDO, 2012, p. 102).

Um bloco importante desse movimento de negociação e colaboração é composto pelas associações culturais locais, que são numerosas e estão há muito ali instaladas, sobretudo, por conta da forte tradição do carnaval e do samba na região. Em sua pesquisa, Correia encontrou pelo menos dezesseis associações desse tipo atuando naquela área (CORREIA, 2013). Segundo a autora, esses grupos têm visto o projeto Porto Maravilha como uma oportunidade de estímulo à economia criativa e de reconhecimento do patrimônio material e imaterial local. Através de parcerias, patrocínios e fomento (majoritariamente através do programa Porto Maravilha Cultural), essas associações atuam de forma a produzir ganhos sociais e econômicos para si e para a comunidade local.

Da parte dos moradores que não participam dos movimentos sociais e culturais descritos, quando questionados sobre os impactos do projeto Porto Maravilha, a maioria converge para uma mesma pauta: os constantes aumentos no valor dos aluguéis. Como muitos dos entrevistados vivem em imóveis alugados, a preocupação com os custos das moradias é determinante. Segundo levantamento feito por Paradedda (2015), o valor médio do aluguel residencial nos bairros da Saúde e Gamboa teve uma alta de quase 100% entre 2008 e 2015. Esse acréscimo foi ainda maior no bairro do Santo Cristo, chegando a 200% em sete anos (PARADEDDA, 2015). Ainda assim os preços praticados na região são bem mais modestos do que no Centro e outros bairros, de modo que os moradores acabam optando por permanecer até o momento que não puderem mais arcar com esses custos.

Com relação aos pontos positivos do Porto Maravilha, o entusiasmo é maior entre os comerciantes e vendedores ambulantes, que destacam um forte aumento no número de visitantes e turistas (principalmente nas imediações da Praça Mauá e da Pedra do Sal). Segundo eles, o público até 2009 era composto majoritariamente por moradores locais. A partir das inaugurações no Porto Maravilha, o público de fora vem se tornando predominante, com destaque para os fins de semana (quando o número de transeuntes na Praça Mauá é bem elevado) e segundas (quando é realizado o samba da Pedra do Sal).

Os demais moradores não compartilham do entusiasmo dos comerciantes. Eles relatam que existe uma grande expectativa de criação de empregos e oportunidades por conta do Porto, mas que esse movimento ainda é limitado. Quando instigados a apontar algum efeito positivo, alguns mencionam melhorias na segurança e na limpeza da região.



#### **4.6 O futuro do porto e do Rio: a invasão da cultura e do turismo**

Parafrazeando Urry, a “onda” da cultura e do entretenimento-turismo invadiu o Rio de Janeiro e a zona portuária, reinventando material e simbolicamente seus “espaços, histórias e atividades sociais” (URRY, 2001, p. 208). Aspectos cênicos, naturais e históricos foram combinados de modo a promover modalidades de uso e fruição do espaço com foco no lazer e no turismo, de modo que as paisagens da zona portuária, assim como as respectivas formas de sociabilidade e memórias aí presentes, foram reconfiguradas enquanto “espaços idílicos” e “espetáculos cênicos” (FARIAS, 2011; SANCHEZ, 1993). Locais de autenticidade, de espontaneidade, de contato entre o cotidiano e o extraordinário, configurando-se como um ambiente “sagrado” voltado para o ritual contemporâneo do “descontrole controlado das emoções” (FEATHERSTONE, 2015; FARIAS, 2014).

Processo que não ocorreu apartado da conciliação com as idiossincrasias e singularidades histórico-sociais da região, nem mesmo das dinâmicas de aprendizagem e educação afetiva em jogo. Ao fim, a zona portuária, a cidade do Rio de Janeiro e seus próprios habitantes vêm sendo reinventados pela “onda” da cultura e do entretenimento-turismo e pelas modalidades de sensibilidade turística e comportamento informalizado que a acompanham (LIPOVETSKY; SERROY, 2011; URRY, 2001).

Entretanto, como demonstrado ao longo de toda a tese, esse processo de reinvenção não é espontâneo, nem mesmo começou em 2009 com o governo Eduardo Paes. Por trás dele existe um esforço contínuo por parte das elites econômicas e políticas cariocas no sentido de implementar um projeto de modernização turística para a cidade. Assim, o espaço urbano do porto do Rio consagra-se como objeto de interesse permanente, pelo menos desde 1980, porque cumpre função essencial na missão de ordenamento de paisagens e ambiências com propósitos de exploração turístico-econômica encabeçada pelas elites locais. Os inúmeros projetos elaborados pelo Estado para a área só fazem sentido nesse contexto.

Simultaneamente, a racionalidade que move grupos sociais inteiros e o próprio Estado nessa direção também não tem nada de espontâneo ou de novo, constituindo uma forma de pensar/governar as cidades elaborada ainda na década de 1960 no âmbito das particularidades do Estado e da sociedade estadunidenses e que foi sistematicamente exportada para outros países através da atuação de uma rede de influência que apenas parece neutra. No percurso, esse modelo cognitivo foi disseminado como um discurso técnico

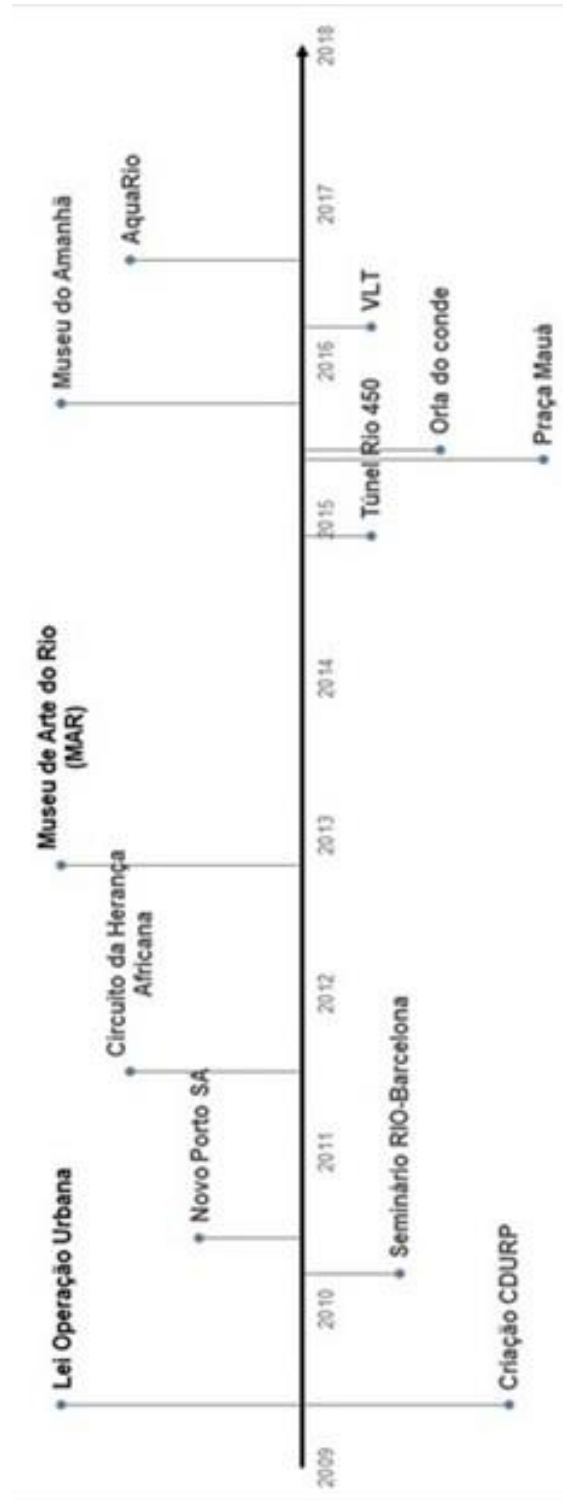
“desenraizado”, aparentemente objetivo e universal, mas portando em si uma visão de mundo específica, que aqui optou-se por designar como “neoliberal”. Ora, a incorporação desse modelo cognitivo por parte de facções das elites cariocas e a posterior transformação do mesmo em razão de Estado foi condição fundamental para que os projetos de cidade executados fossem tanto na direção da modernização turística.

Todavia o futuro desse longo esforço de modernização turística da zona portuária e da cidade, pelo menos do ponto de vista do Estado, não parece mais tão certo e tão brilhante como há poucos anos atrás. Os desdobramentos políticos e jurídicos da operação Lava Jato atingiram em cheio praticamente todos os atores envolvidos no Porto Maravilha, sobretudo, as suas lideranças políticas (Sérgio Cabral e Eduardo Paes) e seu braço operacional (as construtoras do Consórcio Porto Novo). Esse contexto desfavorável ainda foi agravado pela dificuldade permanente da Caixa Econômica em vender os CEPACs, o que tem comprometido em diversas ocasiões a estabilidade financeira do projeto. Até pouco tempo, era a prefeitura do Rio que vinha preenchendo essa lacuna.

A eleição do bispo evangélico Marcelo Crivella para a prefeitura do Rio de Janeiro em 2016 tornou a situação ainda mais complicada. As empresas responsáveis pela operação do Porto Maravilha e dos principais equipamentos turístico-culturais tiveram de suspender ações na região por diversas vezes devido à falta de repasses por parte da gestão Crivella. Na perspectiva dessa facção política cristã e conservadora, a criação de políticas de Estado e o investimento sistemático nos setores da cultura e do entretenimento-turismo são vistos como onerosos, supérfluos e até mesmo promíscuos.

Esse novo contexto tem se desdobrado em constantes desentendimentos entre os atores envolvidos no topo do Porto Maravilha e, conseqüentemente, tem atrapalhado o desenvolvimento do projeto. Ainda assim, todo o cenário descrito ao longo desta tese permite afirmar que nos últimos anos e nos próximos, a zona portuária e a cidade do Rio continuarão sendo reinventadas através da cultura e do entretenimento-turismo.

Gráfico 4 – Linha do tempo com as principais ações do projeto Porto Maravilha (2009-2019)



Fonte: Elaboração do autor.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O complexo processo de reinvenção do espaço portuário do Rio de Janeiro enquanto um grande polo internacional de cultura e entretenimento-turismo não havia sido analisado por nenhum dos incontáveis estudos desenvolvidos sobre o Porto Maravilha. A presente tese foi uma tentativa de realizar essa tarefa, destrinchando o fenômeno em questão à luz das teias de interdependência descritas ao longo dos capítulos. As quatro dimensões analisadas - i) estrutural, ii) histórica, iii) político-discursiva e iv) configuracional-local – figuram como contextos de constituição do objeto da tese.

Na dimensão estrutural, importa sublinhar mais uma vez como o capitalismo informacional e as sociedades pós-industriais estão completamente atravessados pelos processos de processamento de símbolos, sejam eles de caráter cognitivo-informacional, sejam eles de caráter estético-semiótico. O caráter imprescindível do processamento de símbolos tanto na produção, como na distribuição e no consumo criou uma intersecção inédita entre o domínio simbólico e o domínio econômico, com repercussões sobre todas as dimensões da vida social. Como apontado por Castells (1999), a capacidade humana de simbolização tornou-se o núcleo central do sistema produtivo e do novo modelo socioeconômico. Ao se basear cada vez mais em funções de criação cognitiva e estética, com atividades de processamento simbólico que adotam uma sensibilidade hermenêutica forjada nos campos acadêmico e artístico, a nova economia capitalista se fundiu ao domínio da cultura, se “culturalizou” (LASH; URRY, 1994). Por outro lado, a lógica capitalista também avança sobre praticamente todo e qualquer tipo de exercício de simbolização, “mercantilizando” cada vez mais a cultura. Essa perspectiva levou um conjunto de autores a defender a tese de que as fronteiras entre economia e cultura se diluíram.

Por conta dessa aproximação, a cultura enquanto mercado especializado na produção de bens simbólicos sofreu importantes transformações e deslocamentos. Trata-se de um verdadeiro ponto de inflexão nos processos de industrialização do simbólico, que passam a um novo patamar a partir dos anos 1970 e chegam ao seu ápice nos anos 2000 e 2010 com a digitalização dos bens e serviços culturais. Nesse período, salta aos olhos o avanço arrebatador da cultura, que sai da condição de um setor marginal para, então, consagrar-se como um complexo midiático-mercantil transnacional de proporções gigantescas, funcionando como um dos principais vetores de crescimento das economias centrais.

Contudo, Featherstone lembra que essas transformações estão mutuamente vinculadas ao surgimento de novas formas de sociabilidade e estruturas de personalidade. Nesse sentido, trata-se da ascensão de uma economia das emoções, fundamentada tanto em uma espécie de hedonismo calculista generalizado como na estetização da racionalidade instrumental-funcional. “Técnica e erótico conformam sempre mais um mecanismo de regulação e coordenação sociais” (FARIAS, 2011, p. 396).

“Enfim, uma mercantilização integral da cultura que é, ao mesmo tempo, uma culturalização das mercadorias. Na época da cultura-mundo, as antigas oposições da economia e da cotidianidade, do mercado e da criação, do dinheiro e da arte dissolveram-se, perderam o essencial de seu fundamento e de sua realidade social. Produziu-se uma revolução: enquanto a arte, daí em diante, se alinha com as regras do mundo mercantil e midiático, as tecnologias da informação, as indústrias culturais, as marcas e o próprio capitalismo constroem, por sua vez, uma cultura, isto é, um sistema de valores, objetivos e mitos. (...). O imaginário cultural não é mais um céu acima do mundo ‘real’, e o mercado integra cada vez mais em sua oferta as dimensões estéticas e criativas. Sem dúvida, o econômico jamais foi totalmente externo à dimensão do imaginário social, sendo o mundo da utilidade material ao mesmo tempo produtor de símbolos e de valores culturais. Simplesmente agora essa combinação é explicitada, gerida, instituída em um sistema-mundo globalizado” (LIPOVETSKY, SERROY, 2011, p.10).

O desenvolvimento de uma economia cultural transnacional de tamanha proporção, presente em praticamente todo centro urbano de médio ou grande porte ao redor do mundo, propagando, concomitantemente, novas formas de sociabilidade e deslocamentos associados a ela, tem produzido um enorme impacto no ordenamento das cidades, na medida em que instaura novas dinâmicas e promove transformações significativas. Por outro lado, novas formas de pensar a cidade, que combinam planejamento urbano, cultura, entretenimento e turismo, ganham importância cada vez maior entre atores urbanos e governos, principalmente na forma de categorias-força como “cidades criativas” e “distritos criativos”.

\* \* \*

Assim, no que diz respeito às dimensões histórica e político-discursiva, vale destacar que as décadas de 1970 e 1980 foram marcadas pela ascensão de uma nova forma de compreensão no âmbito da política e do próprio Estado norte-americano: a perspectiva neoliberal. Enquanto uma forma de compreensão do mundo que procura descrever, avaliar e propor as maneiras pelas quais a sociedade, o Estado e a economia devem se relacionar, essa perspectiva distingue-se principalmente pelo axioma de que o Estado, enquanto entidade coletiva, deve reduzir ao máximo seu raio de ação com o intuito de preservar as liberdades individuais e sua capacidade de autorregulação por meio do mercado.

No âmbito das políticas de renovação urbana promovidas nos Estados Unidos, o que se viu foi o esvaziamento dos programas de habitação e serviços sociais e a criação de todo tipo de incentivo para que desenvolvedores privados levassem adiante seus próprios projetos de renovação. Os fundos federais financiaram um verdadeiro boom na construção de estádios, hotéis, centros de convenções e distritos de entretenimento por todo o país (COWAN, 2016).

Esse olhar economicista para a política de renovação altera os termos de avaliação e execução em jogo, de modo que agora os projetos de renovação urbana precisam justificar sua existência de acordo com novos objetivos: aumento da competitividade, capacidade de inovação e diversificação da economia da cidade; potencial para construção de uma imagem-marca e, conseqüentemente, poder de marketing para atrair novos investidores e turistas. Em suma, seu potencial para diferenciar a cidade dentro do mercado local, regional ou global.

“O triunfo do hipercapitalismo não é apenas econômico; é cultural, tornando-se o esquema organizador de todas as atividades, o modelo geral do agir e da vida em sociedade. Ele atingiu o imaginário coletivo e individual, os modos de pensamento, os objetivos da existência, a relação com a cultura, com a política, com a educação” (LIPOVETSKY, SERROY, 2011, p.38).

É nesse contexto que o modelo cognitivo-discursivo das políticas turístico-culturais de renovação urbana ganha relevo. Ainda na primeira metade da década de 1970, alguns governos estaduais e municipais norte-americanos lançam esforços no sentido de mensurar a contribuição das artes e da cultura para a economia, com foco, sobretudo, no desenvolvimento das cidades. A importância histórica desses estudos reside no fato de que eles inauguram o processo de oficialização da maneira de pensar que está na base do modelo: atividades e instituições ligadas às artes e cultura podem desempenhar papel estratégico na retomada da vitalidade econômica de uma determinada área ou cidade.

Dos anos 1970 para 1980, esse raciocínio vai sair das esferas municipais e estaduais para ocupar o espaço privilegiado das comissões dos poderes Legislativo e Executivo estadunidenses, determinando cada vez mais a forma como a política nacional de renovação urbana seria pensada e executada a partir de então. Ao longo desse processo, houve um deslocamento das formas oficiais de pensamento e ação dedicadas ao espaço urbano, que passaram de uma imagem pautada na moradia, no trabalho e na produção industrial para uma imagem pautada no turismo, no lazer e no consumo artístico-cultural.

O reconhecimento por parte do Estado é aqui frisado como um momento de importância histórica porque representa a entrada da perspectiva turístico-cultural no rol de formas de pensamento da instituição que detém o monopólio de criação de sentidos legítimos nas sociedades nacionais modernas (BOURDIEU, 2010). Assim, a partir dessa interpretação, pode-se dizer que nesse momento a perspectiva turístico-cultural se torna uma forma de pensamento dominante.

Pouco a pouco, as intervenções de renovação urbana vão sendo redirecionadas para a finalidade de transformar centros e portos em espaços de consumo com foco em turismo e entretenimento, voltados para “visitantes” da classe média suburbana ou turistas vindos de outras regiões e países. O impacto desse fenômeno será enorme considerada a posição central ocupada pelos Estados Unidos na arena global. Pouco a pouco, essa nova forma de pensar as políticas urbanas vai se disseminar pelo mundo, pautando as agendas de diferentes instituições governamentais, conglomerados econômicos, universidades, etc.

\* \* \*

González (2010) chama a atenção para o fato de que parece haver um consenso internacional bastante enraizado no âmbito das políticas turístico-culturais de renovação e desenvolvimento urbano. Há algumas décadas, os mesmos tipos de intervenção e as mesmas cidades-modelo atraem a atenção de milhares de políticos, planejadores, arquitetos e empresários de diferentes países.

Como pontuado ao longo do segundo capítulo, a Organização das Nações Unidas (ONU) tem desempenhado um papel crucial ao atuar sistematicamente como um dos principais fiadores do modelo no âmbito das redes transnacionais de circulação de ideias e referências para políticas públicas. Desde o fim da década de 1980, as entidades do sistema têm o divulgado e defendido como parte de um repertório discursivo mais amplo que procura conciliar cultura e desenvolvimento (ALVES, 2011).

A atuação dessa rede de formulação e propagação de ideias e modelos em políticas públicas, liderada por organismos internacionais como a ONU, o Banco Mundial ou a União Europeia - mas dinamicamente sustentada por acadêmicos, consultores, servidores públicos, políticos e empresários em diversos países –, foi imprescindível para a consolidação dessa nova forma de pensar as relações entre as cidades, a cultura e o entretenimento-turismo.

Como alertam Bourdieu e Wacquant, trata-se da circulação planetária de ideias e modelos que surgem em meio às particularidades da sociedade e do Estado norte-americano e que, por meio de congressos, livros e informes, acabam sendo disseminados como critérios “sem história”, aparentemente universais (BOURDIEU; WACQUANT, 2005). “Lugares comuns” que são sistematicamente divulgados e reiterados por canais supostamente neutros, como os organismos internacionais, conformando uma espécie de senso comum universal, que desenraiza as particularidades daquela sociedade e a transforma em um modelo tácito (BOURDIEU; WACQUANT, 2005).

Modelo tácito que veicula uma filosofia do indivíduo e da organização social ligada à experiência norte-americana (BOURDIEU; WACQUANT, 2005, p. 211), que muitos autores têm designado como uma visão neoliberal de mundo. Enquanto esquema de compreensão da realidade, essa visão é caracterizada primordialmente por decifrar os comportamentos e as relações sociais apenas em termos econômicos, elevando princípios do universo do mercado e da administração de empresas à condição de referências absolutas seja das ações individuais e coletivas, seja das instituições e organizações como um todo (FOUCAULT, 2008).

“O papel da cultura expandiu-se como nunca para as esferas política e econômica, ao mesmo tempo em que as noções convencionais de cultura se esvaziaram muito. Em vez de focalizar o conteúdo da cultura... ou a sua antropologização mais recente, como um meio de vida... talvez seja melhor fazer uma abordagem da questão da cultura de nosso tempo, caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, como um recurso” (YÚDICE, 2013, p.30).

Seguindo Yúdice, não se trata de condenar esse processo como uma espécie de profanação da cultura, mas de percebê-lo como a consolidação de uma nova maneira de entender e praticar a cultura (YÚDICE, 2013). Assim, dentro dessa visão, se por um lado a cultura é ressemantizada enquanto um recurso a ser gerenciado racional e estrategicamente, um ativo com potencial para contribuir com o desenvolvimento econômico, político e social de uma cidade ou país, do outro lado, a cidade é investida de novo significado, passando a ser entendida como um ator econômico que precisa se posicionar em um mercado global competitivo, planejando-se e instrumentalizando-se para tal.

\*

\*

\*



Essa complexa rede de influência e cooperação voltada para a transferência de modelos e referenciais na área de políticas públicas foi indispensável para que as políticas turístico-culturais de renovação urbana não só fossem conhecidas no Brasil, mas, sobretudo, efetivadas enquanto uma agenda de Estado. Contudo, como demonstrado no terceiro capítulo, a mobilização das elites locais no sentido dessas políticas também faz parte de um contexto em que a exploração econômica do espaço urbano, do turismo e da cultura é instrumentalizada em favor dos projetos de ascensão ou hegemonia política de determinadas lideranças locais, regionais ou mesmo nacionais (FARIAS, 2011).

Dessa forma, é decisivo compreender as disputas locais pelo domínio dos campos político e burocrático, pois foi em meio ao contínuo trabalho político de proposição de diferentes projetos de cidade e sociedade por parte de facções das elites locais, que o modelo turístico-cultural de pensar/governar sobre o espaço urbano foi trazido à baila.

No caso do Rio de Janeiro, assim como em outras cidades brasileiras e latino-americanas, as políticas turístico-culturais de renovação urbana foram acionadas como parte de um esforço mais amplo das elites locais no sentido de alocar recursos materiais, humanos, jurídicos e simbólicos com o objetivo final de fomentar o que Farias designou como “modernização turística”: a saber, o ordenamento de paisagens e ambiências, bem como de suas singularidades geográficas, históricas e étnicas, com vistas à produção e o consumo do espaço através do turismo e do entretenimento (FARIAS, 2011).

No entanto, esse projeto de modernização turística não pode se dar à revelia dos agentes locais e das idiosincrasias históricas, culturais e sociais do lugar, pois são justamente eles que diferenciam aquela localidade das demais. Assim, trata-se de uma dinâmica que atravessa os planos global, nacional e local, envolvendo interações e trânsitos entre espaços de poder, mas também negociações, articulações e tensões no âmbito do contexto histórico-social do centro urbano em questão, conformando um complexo “encaixe de dimensões territoriais indefinidas” (FARIAS, 2011).

“Devido à universalização do olhar do turista, todos os tipos de lugares (na verdade isto ocorre em quase todos os lugares) passaram a estruturar-se como objetos do olhar do turista; em outras palavras, não como centros de produção ou símbolos do poder, mas como lugares de prazer” (URRY, 2001, p.170).

Partindo desse diagnóstico, o Porto Maravilha passa a ser enquadrado como desdobramento de um longo processo de resignificação da região portuária por parte das elites econômicas e políticas do Rio de Janeiro, que vinham década após década

aprofundando seu interesse em intervir naquela. Como já detalhado, a aplicação de políticas turístico-culturais de renovação urbana na região serviria ao propósito de explorá-la economicamente como um centro de produção e consumo turístico-cultural. Entretanto, essa estratégia só faz sentido enquanto parte de um projeto de desenvolvimento econômico e de um respectivo projeto de cidade que, no fundo, sustenta política e simbolicamente o domínio de algumas dessas facções tanto sobre o Estado quanto sobre o espaço social em questão.

Em última instância, a tese procura destrinchar o projeto Porto Maravilha enquanto o mais importante desdobramento desse longo percurso de proposição de projetos de cidade e respectivos planos de modernização turística da zona portuária, revelando-o como uma materialização muito bem acabada da forma de pensar e governar as cidades elaborada no âmbito do Estado norte-americano ainda na década de 1960 e incorporada à razão do poder municipal carioca como parte vitoriosa nas disputas dos campos político e administrativo.

\* \* \*

Vale destacar que a presente tese se inscreve em uma antiga agenda de pesquisa que busca compreender o espaço urbano enquanto espaço-memória. Nesse sentido, toma-se como pressuposto a ideia de que o espaço configura-se como um **a priori social**, pois o espaço nunca é apenas um espaço físico e plano, mas sempre um espaço rugoso onde se coagulam significações, estimas e valorações que, na condição de se tornar um saber incorporado adotado como modo de coordenação e comunicação, produz efeitos nas condutas e nas práticas dos sujeitos nele implicados. O espaço aparece, assim, como uma espécie de representação cognitivo-afetiva de vasta rede de relações sócio-simbólicas, produzindo definições de sentido que afetam a sensibilidade corporal, a percepção e a memória dos sujeitos (ELIAS, 1998). Uma síntese de saberes e afetividades incorporada por meio da qual uma realidade se constitui como familiar e natural para todo um grupo interdependente de pessoas, uma certeza incrustada no *habitus*, nas estruturas de personalidade dos habitantes.

Na medida em que lançamos mão da ideia de que o espaço configura-se como um a priori social, importa salientar que este, como síntese incorporada de saberes e afetividades coletivas, tem como principal característica a de ser uma irrupção histórica gestada e atualizada a partir de arquiteturas institucionais de retenção e distribuição do conhecimento, de experiências simbolizadas e, sobretudo, de memórias. O central, neste

ponto, é que a apreensão desse a priori social passa necessariamente pela análise desses arranjos institucionais de produção e distribuição do conhecimento que estão ancorados em equilíbrios de poder entre grupos sociais; afinal, como se trata de uma síntese, os ideais e interesses, conceitos e sentimentos de um ou outro grupo estão aí coagulados e reproduzidos em detrimento de muitos outros, e na condição de saber incorporado, estão legitimados enquanto prerrogativa social, enquanto dado familiar, ponto-de-partida da vida intergrupala, como paisagem!

A partir dessa perspectiva, o que tentou-se realizar foi uma análise dos processos pelos quais determinadas modalidades de produção de sentido sobre o mundo acabam se amalgamando à razão de Estado, principalmente no que diz respeito às intervenções e criações de paisagens, culminando na incorporação dessas visões de mundo nos espaços então produzidos. O que sensibiliza a reflexão feita é justamente o modo pelo qual determinadas narrativas gestadas no espaço social são institucionalizadas – reconhecidas e naturalizadas – como razões de Estado (ou projetos de cidade), constituindo-se, então, como linguagens oficiais que acabam informando direta ou indiretamente os programas de intervenção e renovação de espaços urbanos nos últimos 40 anos.

O que se quer é entender como esta ou aquela “fala” sobre o mundo, este ou aquele discurso é tomado como linguagem do campo de poder, constituindo-se como forma de compreensão que informa os respectivos projetos de cidade e de sociedade desse campo em dado momento, influenciando e dando forma às mais variadas iniciativas de intervenção, no caso, no espaço e no território, com o intuito de realizar esses mesmos projetos.

\* \* \*

Finalmente, com relação à dimensão configuracional-local, tentou-se demonstrar a centralidade da cultura e do entretenimento-turismo na dinâmica e vitalidade do projeto Porto Maravilha como um todo. Através da formatação de megaestruturas voltadas para serviços e práticas de cultura e entretenimento-turismo ou da funcionalização de patrimônios arquitetônicos e histórico-culturais locais enquanto espaços de visitação turística e consumo cultural, o projeto recorre aos dois setores a todo instante com vistas ao tão almejado propósito de desenvolvimento econômico, social e urbano.

Por outro lado, a operação urbana também soube acionar os recursos paisagísticos e histórico-culturais já existentes na região portuária em favor do seu propósito de modernização turística do espaço. A perspectiva perpetrada por essa forma de pensar/governar a cidade concebe as idiossincrasias locais antes de qualquer coisa como ativos, capazes de acionar toda uma cadeia turística, midiática e de entretenimento que, por sua vez, gerará inúmeros benefícios econômicos e sociais. Nesse sentido, paisagem, patrimônio e cultura não são apenas habilmente combinados com o objetivo de produzir uma singularidade e uma marca, mas também para que possam atuar enquanto capitais econômicos (inclusive, de inovação).

“Isso, nos termos de Debord, é uma ‘sociedade do espetáculo’ ... ou aquilo que Eco descreve como ‘viagens à hiper-realidade’.... Nessas regiões temáticas, os objetos observados precisam parecer reais e absolutamente autênticos. [...]. Em um certo sentido, as cenas são mais reais do que o original. Em outras palavras, são hiper-reais ou pelo menos a superfície ... é mais real. [...]. Assim, as representações se aproximam mais de nossas expectativas em relação à realidade, dos signos que carregamos e que esperam ser desencadeados” (URRY, 2001, p.197).

Ao mesmo tempo, o esforço reflexivo procura contemplar o caráter não-unívoco e não-linear da interação entre elementos sistêmicos de caráter mercantil-cosmopolita, culturas urbanas específicas e paisagens locais (como no caso do Circuito Histórico e Arqueológico da Celebração da Herança Africana).

Além disso, como detalhado através da publicidade e dos programas sociais vinculados ao projeto, o Porto Maravilha também contribui com a pedagogia dos corpos (nesse caso, dos moradores) na direção de comportamentos adequados às exigências da “nova economia”, a economia criativa. Como lembra Farias (2011), a individualização e especialização dos agentes em meio às exigências dos processos de cosmopolitização e de exportação turística passam também pela constituição de novas modalidades de aprendizados e afetos, pressupondo uma economia psíquica específica. Nesse sentido, os programas de educação e capacitação profissional nas áreas do turismo e da economia criativa devem ser entendidos enquanto processos de constituição dos corpos mediante técnicas de aprendizado que fomentam a internalização de saberes socialmente produzidos.

Se por um lado determinados lugares, com suas respectivas formas de sociabilidade e memórias, são reconcebidos visando a sua configuração enquanto uma espécie de circuito turístico-cultural (ou criativo), por outro, esse processo não ocorre apartado da formação e difusão de novos modelos de comportamento e novas estruturas de personalidade.

“O que acontece no momento é que, à medida que o turismo se transforma em uma grande indústria, de alcance mundial, muitos ou a maioria dos países serão invadidos por uma onda turística. É uma onda que não se confina a determinados lugares, mas na qual quase todos os espaços, histórias e atividades sociais podem ser material e simbolicamente refeitas para o olhar que não cessa de devorar” (URRY, 2001, p.208).

Como dito anteriormente, a onda da cultura e do entretenimento-turismo invadiu o Rio de Janeiro e a zona portuária, reinventando material e simbolicamente seus espaços, histórias e atividades sociais. Processo que não ocorreu apartado da conciliação com as idiossincrasias e singularidades histórico-sociais da região, nem mesmo das dinâmicas de aprendizagem e educação afetiva em jogo. Ao fim, a zona portuária, a cidade do Rio de Janeiro e seus próprios habitantes vêm sendo reinventados pela onda da cultura e do entretenimento-turismo e pelas modalidades de sensibilidade turística e comportamento informalizado que a acompanham.

## REFERÊNCIAS

### Referências bibliográficas

ACIOLY JR., C. Reviewing urban revitalisation strategies in Rio de Janeiro: from urban project to urban management approaches. *Geoforum*, v. 32, n. 4, p. 509–520, 2001.

ADORNO, T; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

ALVES, E. Diversidade cultural, patrimônio cultural material e cultura popular: a UNESCO e a construção de um universalismo global. *Sociedade & Estado*, Brasília, v. 25, n. 3, p. 539-560, Dec. 2010.

ALVES, E. *A economia simbólica da cultura popular sertanejo-nordestina*. Maceió: EDUFAL, 2011.

ALVES, E. As indústrias da criatividade e a cultura popular sertanejo-nordestina. In: FARIAS, Edson Silva de; MIRA, Maria Celeste (Orgs.). *Faces contemporâneas da cultura popular*. Jundiaí: Paco Editorial, 2014.

ALVES, E. Simbólico e mercadoria: o consumo cultural-digital das famílias brasileiras. In: FARIAS, Edson Silva de; FERNANDES, Dmitri; COUTO, Bruno Gontyjo do. (Org.). *Arte / Cultura nas Ciências Sociais*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2019. (No prelo).

ALVES, E. A economia criativa do Brasil: o capitalismo cultural brasileiro contemporâneo. *Latitude*, Maceió, v.6, n. 2, p. 191-214, jul-dez 2012.

ARANTES, O. *A cidade de pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

BABBIE, E. *Métodos de pesquisas de survey*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

BAUGESS, J.; DEBOLT, A. *Encyclopedia of the sixties: a decade of culture and counterculture*. California: ABC-CLIO, 2012.

BELL, D. *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*. Madrid: Editorial Alianza, 1991.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO et al. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BENJAMIN, W. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

BIANCHINI, F.; PARKINSON, M. *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*. Manchester: Manchester University Press, 1993.

BIDOU-ZACHARIASEN, C. Introdução. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de 'revitalização' dos centros urbanos*. São Paulo: Anablume, 2003.

BOAS, T. C.; GANS-MORSE, J. Neoliberalism: From New Liberal Philosophy to Anti-Liberal Slogan. *Studies in Comparative International Development*, v. 44, n. 2, p. 137–161, 2009.

BOITEUX, B; WENER, M. Introdução ao estudo do turismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BORJA, J; CASTELLS, M. *Local and global: the management of cities in the information age*. Londres: Routledge, 1997.

BOURDIEU, 2005. El misterio del ministerio: de las voluntades particulares a la “voluntad general”. In: WACQUANT, L. (Org.). *El misterio del ministerio: Pierre Bourdieu y la política democrática*. Barcelona: Gedisa, 2005.

BOURDIEU, P. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

BOURDIEU, P.; DARBEL, A.; RIVET, J.; SEIBEL, Claude. *Travail et travailleurs en Algérie*. Paris-La Haye: Mouton, 1963.

BOURDIEU, P.; SAYAD, A. *Le déracinement: la crise de l'agriculture traditionnelle en Algérie*. Paris: Les Editions de Minuit, 1964.

BOURDIEU; WACQUANT, 2005. Sobre las astucias de la razón imperialista. In: WACQUANT, L. (Org.). *El misterio del ministerio: Pierre Bourdieu y la política democrática*. Barcelona: Gedisa, 2005.

BRAMBILLA, R. (1979). *What makes cities livable?: learning from Baltimore*. Nova Iorque: Institute for Environmental Action, 1979.

BROWN, P. H. America's waterfront revival: port authorities and urban redevelopment. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2009.

BUROCCO, L. Designing Politics: Designing Respect - poder e alteridades dentro de parcerias culturais internacionais. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 53, n. 3, p. 400–412, 2017.

CÁCERES, L. S. R. Reconocimiento étnico, derecho a la habitación y los impasses de la custodia del patrimonio afrodescendiente en Río de Janeiro. 19,

CALLON, M.; MEADEL, C.; RABEHARISOA, V. The economy of qualities. In: THRIFT, Nigel; AMIN, Ash (Ed.). *The Blackwell cultural economy reader*. Oxford: Blackwell, 2004.

CARLOS, C. A critical look at the port area of Rio de Janeiro city. *Bitacora*, v. 17, n.2, p. 23-54, 2010.

CARNEIRO, S. de S.; PINHEIRO, M. L. Cais do Valongo: patrimonialização de locais,

objetos e herança africana. *Religião & Sociedade*, v. 35, n. 2, p. 384–401, 2015.

CASTELLS, M. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CONWAY, L. R. Under the Knife: A Case Study of the Impact of New Federalism on Community Development Appropriations. *Journal of Legislation*, v. 10, p. 14, May, 1983.

CORREIA, M. *Entre portos imaginados: construções urbanísticas pensadas a partir do projeto Porto Maravilha, cidade do Rio de Janeiro*. 2013. 196 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). – Departamento de Antropologia, Universidade de São Paulo, São Paulo.

COWAN, A. *Nice Place to Visit Tourism and Urban Revitalization in the Postwar Rustbelt*. Philadelphia: Temple University Press, 2016.

DEGEN, M.; GARCÍA, M. The Transformation of the ‘Barcelona Model’: An Analysis of Culture, Urban Regeneration and Governance: The cultural transformation of the ‘Barcelona model’. *International Journal of Urban and Regional Research*, v. 36, n. 5, p. 1022–1038, 2012.

DEL RIO, V. Baltimore e o Inner Harbor. In: ANDREATTA, V. (Org.) *Porto Maravilha: Rio de Janeiro - 6 casos de sucesso de revitalização portuária*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2010.

DERTHICK. *Keeping the Compound Republic: Essays on American Federalism*. Washington, DC: Brookings, 2001.

DINIZ, N. *Da emergência do imaginário da revitalização ao Porto Maravilha*. 2013. 125 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

DUMAZEDIER, J. *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ECOPOL; PEIC. *Quem são os donos da Educação e da Cultura no Rio de Janeiro? Os contratos entre a Fundação Roberto Marinho e a Prefeitura*. 2016. 36 f. Relatório de pesquisa. Universidade Federal do Rio de Janeiro; Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

EDWARDS, B. *London Docklands: urban design in an age of deregulation*. Oxford: Butterworth Architecture, 1992.

EY. *Cultural times: the first global map of cultural and creative industries*. Londres: Ernst & Young, 2015.

FARIAS, E. Espaço e lembranças na economia simbólica urbana: o “retorno” da Pequena África carioca. *Tomo*, São Cristóvão, v. I, n. 16, p. 79-130, jan-jun 2010.



FARIAS, E. Humano demasiado humano: entretenimento, economia simbólica e forma cultural na configuração contemporânea do popular. In: FARIAS, Edson Silva de; MIRA, Maria Celeste (Org.). *Faces contemporâneas da cultura popular*. Jundiaí: Paco Editorial, 2014.

FARIAS, E. *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. Curitiba: Appris, 2011.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, F. O Museu Guggenheim do Rio de Janeiro: prelúdio de uma nova época?. 2004. 179 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

FOUCAULT, M. Nascimento da biopolítica. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FREIRE-MEDEIROS, B. O Rio de Janeiro que Hollywood inventou. Rio Janeiro: Zahar, 2005.

FREIRE-MEDEIROS, B. *Gringo na laje: produção, circulação e consumo da favela turística*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

GIDDENS, A. As consequências da modernidade. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GONZÁLEZ, S. Bilbao and Barcelona ‘in Motion’. How Urban Regeneration ‘Models’ Travel and Mutate in the Global Flows of Policy Tourism. *Urban Studies*, v. 48, n. 7, p. 1397–1418, 2011.

GREBLER, L. Urban Renewal in European Countries: its emergence and potentials. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1964.

GUIMARÃES, R. A arquitetura de um espaço de “salvação” em tempos de revitalização urbana da região portuária carioca. In: Encontro Anual da ANPOCS, 38., 2014, Caxambu. *Anais*. São Paulo: ANPOCS, 2014.

HALL, P. Cidades do amanhã. São Paulo: Perspectiva, 1995.

HIERNAUX, D.; GONZÁLEZ, C. Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, Santiago, v. I, n. 58, p. 55-70, 2014.

ISENBERG, A. Designing San Francisco: Art, Land, and Urban Renewal in the City by the Bay. Princeton: Princeton University Press, 2017.

JACOBS, J. The death and life of great American cities. Nova Iorque: Random House, 1961.

JAMESON, F. *El giro cultural: escritos seleccionados sobre el posmodernismo*. Buenos Aires: Manantial, 1999.

JAMESON, F. *El posmodernismo, o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós, 1991.

JONAS, A.; WILSON, D. *The urban growth machine, critical perspectives two decades later*. New York: State University of New York Press, 1999.

JORDAO, R. *Uma descoberta anunciada: lembranças, apagamentos e heranças do mercado de escravos do Valongo no Rio de Janeiro*. 2015. Tese de Doutorado (Doutorado em Letras). – Departamento de Letras, PUC-Rio, Rio de Janeiro.

JUDD, D. El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *Revista EURE*, Santiago, v. XXIX, n. 87, p. 51-62, sep 2003.

LASH, S.; URRY, J. *Economies of signs and space*. Londres: SAGE Publications, 1994.

LIMA JÚNIOR, P. *Uma estratégia chamada “planejamento estratégico”*: deslocamentos espaciais e atribuições de sentido na teoria do planejamento urbano 2003. 279 F. Tese (Doutorado Planejamento Urbano e Regional). – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

LIMA, L. *A relação do marketing territorial e plano diretor urbano: a questão do legado urbano do projeto Porto Maravilha no Rio de Janeiro*. 2017. 216 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de Brasília, Brasília.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *A cultura mundo*. São Paulo: Cia das Letras, 2011.

LORENS, P. Comparative analysis of contemporary regeneration of waterfronts in port cities. In: DUNDAR, S; KARATAS, N; EVREN, H; LORENS, P. (Org.). *New faces of harbour cities*. Newcastle: Cambridge Scholar Publishing, 2014.

LURY, C. *Consumer culture*. New Jersey: Rutgers University Press, 2011.

MACHADO, 2017. A potencialidade escondida do centro do Rio. In: Simpósio Científico do ICOMOS Brasil, 3º, 2017, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte, ICOMOS, 2017.

MAGRINYA, F.; MAZA, G. Simulations of Barcelona: urban projects in port spaces (1981-2002). In: PETERSON, M; MCDONOGH, G. (Org.). *Global downtowns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2012.

MALTA, E. Patrimonialização, sustentabilidade e consumo: a recomposição da paisagem cultural do Rio de Janeiro. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 53, n. 3, p. 521–531, 2017.

MANDEL, E. *O capitalismo tardio*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MENDES, L. A regeneração urbana na política de cidades: inflexão entre o fordismo e o pós-fordismo. *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, v. 5, n. 1, p. 33-45, 2013.

MEYER, H. *City and Port, urban planning as a cultural venture in London, Barcelona, New York, and Rotterdam: changing relations between public urban space and large-scale infrastructure*. Nova Iorque: International Books, 1999.

NEPOMUCENO, S. *Entre garotos e suas equipes: consumo tecnocultural e dinamicidade ético-estética na cena black brasiliense*. Riga: Novas Edições Acadêmicas, 2015.

NEPOMUCENO, S. Lutas, memórias e vitórias: tramas contemporâneas dos mercados do Rap na metrópole candanga. In: COUTO, Bruno (Org.). *Memórias e identidades da metrópole: cartografando espaços de significações no Distrito Federal*. Jundiaí: Editorial Paco, 2019.

NETTO, M. O discurso do marketing de lugar e os grandes eventos. *Caderno CRH*, v. 29, n. 78, p. 495–512, 2016.

PARADEDA, J. Megaeventos, reestruturação urbana e gentrificação: O caso do Projeto Porto Maravilha – Rio de Janeiro. 2015. 370 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

PINHEIRO, A.; DEL RIO, V. Cultural Corridor: a preservation district in downtown Rio de Janeiro, Brazil. *Traditional Dwellings and Settlements Review*, v.4, n.2, p. 51–64, 1993.

PIO, L. Novas tendências na revitalização de áreas “históricas”: o caso Porto Maravilha. In: Seminário Internacional Políticas Culturais, IV, 2013, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2013.

RICHMOND, M. AND GARMANY, J. (2016), ‘Post-Third-World City’ or Neoliberal ‘City of Exception’? Rio de Janeiro in the Olympic Era. *International Journal Urban Regional*, v.40, p. 621-639, 2016.

SÁNCHEZ, F. *Cidade espetáculo: política, planejamento e city marketing*. Curitiba: Palavra, 1993.

SARUE, B. Grandes Projetos Urbanos e a Governança de Metrôpoles: o caso do Porto Maravilha no Rio de Janeiro. 2015. 142 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SCOTT, A. *The cultural economy of cities: essays on the geography of image-producing industries*. Londres: SAGE Publications, 2000.

SILVESTRE, G. Rio de Janeiro mega-event strategy 1993-2016. 2012. 57 f. Postgraduate Research Grant (PhD in Planning Studies). - IOC Olympic Studies Centre, University College London, Londres.

SMITH, H.; FERRARI, M. (2012) *Waterfront Regeneration Experiences in City-building*. Londres: Routledge, 2012.

STORPER, M. *The regional world: territorial development in a global economy*. Nova Iorque: Guilford, 1997.

STROM, E. Converting Pork into Porcelain: Cultural Institutions and Downtown Development. *Urban Affairs Review*, v. 38, n. 1, p. 3–21, 2002.

TOLEDO, M. Participação de instituições locais em projetos de revitalização urbana: o caso do Projeto Porto Maravilha na cidade do Rio de Janeiro. 2012. 114 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública). - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro.

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel e SESC, 2001.

VAINER, C. Os liberais também fazem planejamento urbano?: glosas ao “Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro”. In: ARANTES, O. (Org.). *A cidade de pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000b.

VAINER, C. Cidade de Exceção: reflexões a partir do Rio de Janeiro. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Planejamento, XIV, 2011. *Anais*. Natal: ANPUR, 2011.

VAINER, C. Pátria, empresa e mercadoria: planejamento estratégico urbano. In: ARANTES, O. (Org.). *A cidade de pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000a.

VASSALLO, S.; CICALO, A. Por onde os africanos chegaram: o Cais do Valongo e a institucionalização da memória do tráfico negreiro na região portuária do Rio de Janeiro. *Horizontes Antropológicos*, v. 21, n. 43, p. 239–271, 2015.

VIANNA, H. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

WARREN, M.; MCCARTHY, M. *The living city: Baltimore's Charles Center & Inner Harbor development*. Baltimore: Maryland Historical Society, 2002.

WEBER, M. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000. v.1.

XAVIER, P. Do porto ao Porto Maravilha: considerações sobre os discursos que (re)criam a cidade. 2012. 167 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

YÚDICE, G. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

YUDICE, G. *Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social?*. *Alteridades*, Cidade do México, v.18, n. 36, jul-dez. 2008.

ZELIZER, J. E. *The Fierce Urgency of Now: Lyndon Johnson, Congress, and the Battle for the Great Society*. New York, NY: Penguin Press, 2015.

ZIPP, S. *Manhattan Projects: The Rise and Fall of Urban Renewal in Cold War New York*. Oxford: Oxford University Press, 2010.

ZUKIN, Sharon. Paisagens do século XXI: notas sobre a mudança social e o espaço urbano. In: ARANTES, Antônio (Org.). *O espaço da diferença*. Campinas: Papirus, 2000a.

ZUKIN, Sharon. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In: ARANTES, Antônio (Org.). *O espaço da diferença*. Campinas: Papirus, 2000b.

### **Documentos citados e consultados**

ACIONISTAS do Riopart reuniram-se ontem para comemorar um ano de atividades do primeiro banco de negócios do Rio de Janeiro. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 28 mai. 1983, *Economia/Negócios*, p. 17.

AUTRAN, P; LIMA, L; BERTOLUCCI, R; CANDIDA, S. Passado ganha roupa nova na Zona Portuária. *O Globo*, Rio de Janeiro, 21. de Dez. 2014.

BARROS, R. Empresário quer reurbanizar o Porto do Rio. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 17 out. 1982, *Economia/Negócios*, p. 36.

BORJA, J. Barcelona y el plan estratégico de Río. *La Vanguardia*, Barcelona, 13 de dezembro de 1993.

BRASIL, Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. *Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento*. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

BRASIL. Comitê Olímpico Nacional. Dossiê candidatura 2012. Rio de Janeiro: Comitê de Candidatura, 2004.

BRASIL, 2009. Comitê Olímpico Nacional. Dossiê candidatura 2016. Rio de Janeiro: Comitê de Candidatura, 2009.

BRASIL. Comitê Olímpico Nacional. Rio de Janeiro Candidate to Host the XXVIII Olympic Games in 2004, Volume III. Rio de Janeiro: Comitê de Candidatura, 1996.

BRITISH AND AMERICAN ARTS ASSOCIATION. *Arts and the Changing City: An Agenda for Urban Regeneration*. London: British and American Arts Association, 1989.

CDURP. “Sebrae no Porto” destaca potencial da Orla Conde. Porto Maravilha, Rio de Janeiro, 06. de Abr. 2017. *Obras Social*.

CDURP. Apresentação do projeto Porto Maravilha. Disponível em: [http://www.portomaravilha.com.br/conteudo/apresentacoes/porto\\_maravilha\\_2018.pdf](http://www.portomaravilha.com.br/conteudo/apresentacoes/porto_maravilha_2018.pdf). Consultado em: 10. Nov. 2019a.

CDURP. Diversidade cultural e arquitetônica. Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/images/pmcult.pdf>. Consultado em: 10. Nov. 2019b.

CDURP. Pequenos negócios na região portuária. Porto Maravilha, Rio de Janeiro, 14. de Dez. 2011. Obras, Social.

COMEÇOU a revitalização da região do Porto. Revista do Porto Maravilha, Rio de Janeiro, n. 1, 2010, p. 3.

CWI, D. Conference on Policy Related Studies of the National Endowment for the Arts. Baltimore: Walters Art Gallery, 1978.

EMPRESÁRIOS planejam Clube do Rio para evitar esvaziamento. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 14 dez. 1980, Cidade, p. 40.

ESTADOS UNIDOS. Advisory Council on Historic Preservation. Preservation and urban revitalization. Washington, DC: ACHP, 1979.

ESTADOS UNIDOS. Livable cities: how small grants programs can make a difference. Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1977b.

ESTADOS UNIDOS. National Endowment for the Arts. (1977a). Economic impacts of arts and cultural institutions: a model for assessment and a case study in Baltimore. Ann Arbor: University of Michigan Library, 1977a.

ESTADOS UNIDOS. National Endowment for the Arts. Economic impacts of arts and cultural institutions. Washington, DC: NEA, 1981.

ESTADOS UNIDOS. The Central city problem and urban renewal policy. Washington, DC: Congressional Research Service, 1973.

ESTADOS UNIDOS. Urban America in the eighties: perspectives and prospects. Washington, DC: President's Commission for a National Agenda, 1980a.

ESTADOS UNIDOS. Urban waterfront revitalization: the role of recreation and heritage. Washington, DC: Department of the Interior, 1980b.

FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO. Museu do Amanhã. Disponível em: [https://frm.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mda\\_BookConteudo.pdf](https://frm.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mda_BookConteudo.pdf). Consultado em: 10. Nov. 2019.

GISMONDI. Rio 2016 anuncia parceria com Barcelona para usar os Jogos de 1992 como modelo. Globoesporte.com, Rio de Janeiro, 18. de Mar. 2010. Disponível em:

<http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Olimpiadas/0,,MUL1534944-17698,00-RIO+ANUNCIA+PARCERIA+COM+BARCELONA+PARA+USAR+OS+JOGOS+DE+COMO+MODELO.html>. Consultado em: 10. Nov. 2019.

GREATER PHILADELPHIA CULTURAL ALLIANCE. An introduction to the economics of Philadelphia's cultural organizations : findings of an economic impact survey. Philadelphia: GPCA, 1975.

LANDRY, C. *Prefácio*. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo, Garimpo de Soluções, 2011.

LIESA, 2019. *Cidade do samba*. Disponível em: <<http://cidadedosambarj.globo.com/2012/por/cidade.html>>. Consultado em: 18 ago. 2019.

MAIA, C. *O Rio e os fatos que atingiram sua centralidade cultural!* Disponível em: <https://diariodorio.com/a-centralidade-cultural-do-rio-de-janeiro>. Consultado em: 10. Nov. 2019.

MAIOR empresa do Japão pode construir Centro Internacional de Comércio do Rio. *Revista da Associação Comercial do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, Ano XLVIII, n. 1233, p. 8-10, 1987.

MAIS LAZER na Zona Oeste com a Cidade das Crianças. *O Dia*, Rio de Janeiro, 06 fev. 2019. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2019/02/5617884-mais-lazer-na-zona-oeste-com-a-cidade-das-criancas.html#foto=1>. Consultado em: 10. Nov. 2019.

MASSACHUSETTS. The arts, a priority for investment: the report of the Governor's Task Forces on the Arts & Humanities. Washington, DC: National Conference of State Legislatures, 1973.

NOVA IORQUE. City Planning Commission. Urban renewal, New York City: A report to Robert F. Wagner. Nova Iorque: City Planning Commission, 1958.

NOVA IORQUE. Report of the Mayor's Committee on Cultural Policy. Nova Iorque: The Committee, 1974.

O FUTURO da cidade em construção: entrevista com Eduardo Paes. *O Globo*, Rio de Janeiro, 22 de Mar. 2015. Morar Bem, p. 19.

PAES, E. Encontro de história, memória, ousadia e orgulho. *Revista do Porto Maravilha*, Rio de Janeiro, n. 6, 2011, p. 2.

PAES, E. MAR: muito mais do que um museu. *Revista do Porto Maravilha*, Rio de Janeiro, n. 13, 2014b, p. 2.

PAES, E. O Rio se descobre. *Revista do Porto Maravilha*, Rio de Janeiro, n. 14, 2014a, p. 2.

PAES, E. Sonho real. *Revista do Porto Maravilha*, Rio de Janeiro, n. 12, 2016, p. 2.

PAES, E. Território da inovação. *Revista do Porto Maravilha*, Rio de Janeiro, n. 19, 2015, p. 2.

PAIVA, A. Fábrica de confusões: Perfeito Fortuna volta de auto-exílio no Acre para tentar salvar a Fundação Progresso. *Época*. 29. de Nov. 2010. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,ERT191286-15220-191286-3934,00.html>. Consultado em: 10. Nov. 2019

PESSOA, T. Dez anos sem uma solução para a Vila do Pan. *O Globo*, Rio de Janeiro, 19. jan. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/dez-anos-sem-uma-solucao-para-vila-do-pan-20788254>. Consultado em: 10. Nov. 2019.

PÍER Mauá: um complexo de R\$ 180 milhões. *Revista da Associação Comercial do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, Ano 57, n. 1303, pp. 11-12, out. 1995.

PINHEIRO, A. Preservar, conservar e modernizar: um novo paradigma para a reabilitação do Centro do Rio. *Estudos Cariocas*, n. 52, Instituto Pereira Passos, 2002.

PORTO REFORÇA sua vocação criativa. *O Globo*, Rio de Janeiro, 04. de. Ago. 2013. *Boa Chance*, p. 3.

REVOLUÇÃO CULTURAL. *Revista do Porto Maravilha*, Rio de Janeiro, n. 22, 2016, p. 6.

RIO DE JANEIRO. Plano Estratégico da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 2009a.

RIO DE JANEIRO. Plano estratégico da cidade do Rio de Janeiro: Rio Sempre Rio. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 1996.

RIO DE JANEIRO. Decreto n.º 34803 de 29 de novembro de 2011. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 2011.

RIO DE JANEIRO. Exposição Porto do Rio. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 2002.

RIO DE JANEIRO. Lei complementar n.º 101, de 23 de novembro de 2009. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 2009b.

RIO DE JANEIRO. Lei complementar n.º 102, de 23 de novembro de 2009. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 2009c.

RIO DE JANEIRO. Lei n.º 1139 de 16 de dezembro de 1987. Prefeitura da Cidade, 1987.

RIO DE JANEIRO. Plano estratégico da cidade do Rio de Janeiro: as cidades da Cidade. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 2004.

RIO DE JANEIRO. Porto do Rio: plano de recuperação e revitalização da região portuária do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 2001.



RIO DE JANEIRO. Projeto Sagas 1984. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade, 1984.

RIO DE JANEIRO. Proposta de legislação para os bairros da Saúde, Gamboa, Santo Cristo: complementação do projeto Sagas. Prefeitura da Cidade, 1985.

RIO INTERNACIONAL teve 34 eventos que reuniram 100 mil participantes. *Revista da Associação Comercial do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, Ano XLIII, n. 1180, p. 4-15, out. 1982.

RIO PODE ter “Cidade Oceânica”. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 22 mar. 1994, Cidade, p. 14.

SEBRAE. Transformação da Região Portuária: novo Porto, novos negócios. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Publica%C3%A7%C3%A3o%20SebraenoPorto.pdf>. Consultado em: 10. Nov. 2019.

SIRKIS, 2012. Megalópolis. Rio de Janeiro: Tix Editora, 2012.

SPINOZA, P; LACERCA, P. Ponto de ebulição: Praça Mauá vira o centro das atenções. *O Globo*, Rio de Janeiro, 01. de Jan. 2016.

THURY, A.; THYS, B. Preparar o Rio para o futuro: entrevista com Luiz Paulo Conde. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 06 dez. 1992. p.13.

UNESCO. Creatives Cities for sustainable development. Paris: Unesco, 2016a.

UNESCO. Creatives Cities of Unesco for sustainable development. Paris: Unesco, 2004.

UNESCO. Culture and development: Report of the Director-General of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Paris: Unesco, 2011.

UNESCO. Culture and sustainable development Report of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Paris: Unesco, 2014.

UNESCO. Culture, Urban Future: global report on culture for sustainable urban development. Paris: Unesco, 2016b.

WASHINGTON REGIONAL ARTS PROJECT. The arts in metropolitan Washington: some preliminary data on economics, financing, and organization. Washington, DC: 1975.

WEICHER, J. Urban renewal, national program for local problems. Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1972.

WOODBURY, C. The future of cities and urban redevelopment. Chicago: University of Chicago Press, 1953.

## Sites citados e consultados

BALTIMORE SUN WEBSITE. Demolition to start on mechanic theatre. Disponível em: <https://www.baltimoresun.com/bal-demolition-to-start-on-mechanic-theatre-20140904-story.html> Acesso em: 10. Ago. 2019a.

BALTIMORE SUN WEBSITE. Robert Kniesche a life devoted to Baltimore and photography. Disponível em: <http://darkroom.baltimoresun.com/2012/11/robert-kniesche-a-life-devoted-to-baltimore-and-photography/#PhotoSwipe1553016875542> Acesso em: 10. Ago. 2019b.

BANCO MUNDIAL. *World Bank Open Data*. Disponível em: <https://data.worldbank.org/>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

BARCELONA.CAT. Barcelona Beach. Disponível em: <https://www.barcelona.cat/en/what-to-do-in-bcn/bathing-and-beaches/barceloneta-beach> Acesso em: 10. Ago. 2019.

BARCELONA CHECKIN. Guide. Disponível em: [https://www.barcelonacheekin.com/img/stored\\_images/barcelona/area/812\\_guide.png](https://www.barcelonacheekin.com/img/stored_images/barcelona/area/812_guide.png) Acesso em: 10. Ago. 2019.

BUSINESS INSIDER. Here's how huge Netflix has gotten in the past decade. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/netflix-subscribers-chart-2017-1>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

CHPCNY. Slum clearance plan for Lenox Terrace. Acesso em: 10. Ago. 2019. Disponível em: <http://chpcny.org/2014/04/the-1951-slum-clearance-plan-for-lenox-terrace/>. Acesso em: 10. Ago. 2019.

DATA RIO. Data Rio: informações sobre a cidade. Disponível em: <https://www.data.rio/>. Acesso em: 10. Nov. 2019.

DIGICONOMICA. Global tech is world's third-largest economy, but is it a healthy one? Disponível em: <https://diginomica.com/2017/11/08/global-tech-worlds-third-largest-economy-healthy-one/>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

DISNEY. About the walt disney company. Disponível em: <https://www.thewaltdisneycompany.com/about/>. Acesso em: 10. Ago. 2019.

ENTREPREUNER. The Crazy Numbers Behind Netflix's 20 Years of Success. Disponível em: <https://www.entrepreneur.com/slideshow/287906>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

GLOBALWEBINDEX. An Overview of Music Streaming in 2018. Disponível em: <https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/music-streaming-2018/>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

GOEDDE; HORII; SANGHVI. Global agriculture's many opportunities. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Private%20Equity%20and%20P>

[rincipal%20Investors/Our%20Insights/Global%20agricultures%20many%20opportunities/Global%20agricultures%20many%20opportunities.ashx](#). Acesso em: 10. Ago. 2018.

GOOGLE MAPS. Baltimore. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps> Acesso em: 10. Ago. 2019.

GUGGENHEIM.ORG. Guggenheim Bilbao. Disponível: <https://www.guggenheim.org.com>. Acesso em: 10. Ago. 2019.

STROM. Condomínio do Edifício Centro Empresarial Cidade Nova Teleporto. Disponível em: <http://strom.com.br/cases/condominio-do-edificio-centro-empresarial-cidade-nova-teleporto/>. Acesso em: 10. Nov. 2019.

IBISWORLD. Global Oil & Gas Exploration & Production - Global Market Research Report. Disponível em: <https://www.ibisworld.com/industry-trends/global-industry-reports/mining/oil-gas-exploration-production.html>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

JAMES KARMRODT WEBSITE. Baltimore Inner Harbor – After. Disponível em: <http://www.lightnerphoto.com/?p=45>. Acesso em: 10. Ago. 2019.

JOHN HOPKINS UNIVERSITY WEBSITE. One Charles Center. Disponível em: <https://www.ce.jhu.edu/baltimorestructures/Buildings/One%20Charles%20Center/1.jpg> Acesso em: 10. Ago. 2019.

LA VANGUARDIA. El Moll de la Fusta: fa 30 anys i busca una nova identitat. Disponível em: <https://www.lavanguardia.com/encatala/20170103/413058266856/el-moll-de-la-fusta-fa-30-anys-i-busca-una-nova-identitat.html> Acesso em: 10. Ago. 2019.

MAPIO. Praça Mauá antes da renovação. Disponível em: <https://mapio.net/images-p/1354004.jpg>. Acesso em: 10. Nov. 2019.

MINUBE. Rua Sacadura Cabral. Disponível em: <https://www.minube.com.br/sitio-preferido/rua-sacadura-cabral-a3655199>. Acesso em: 10. Nov. 2019.

MONTREAL. Intercity Porto Maravilha. Disponível em: [https://www.clubemontreal.com.br/portal-cliente/img/25347/F\\_01109J/0/0/intercity-porto-maravilha-hotel-tranquil](https://www.clubemontreal.com.br/portal-cliente/img/25347/F_01109J/0/0/intercity-porto-maravilha-hotel-tranquil). Acesso em: 10. Nov. 2019.

NYTIMES. New York City Public Housing History Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/06/25/nyregion/new-york-city-public-housing-history.html>. Acesso em: 10. Ago. 2019.

PIXFOLIO. Mem de Sá 23. Disponível em: [http://www.pixfolio.com.br//midia/53/53\\_1433949282.jpg](http://www.pixfolio.com.br//midia/53/53_1433949282.jpg). Acesso em: 10. Nov. 2019.

SLIDE SHARE. Preservação e Revitalização no Centro do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.slideshare.net/valimjulia/preservao-e-revitalizao-no-centro-do-rio-de-janeiro>. Acesso em: 10. Nov. 2019.

STATISTA. World revenue by industry segment. Disponível em: <https://www.statista.com/>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

TRANSPORTAL , 2019. O que fazer no Pelourinho. Disponível em: <https://www.transportal.com.br/noticias/rodoviaria-salvador/o-que-fazer-no-pelourinho/>. Acesso em: 10. Ago. 2019.

WE ARE SOCIAL. Global digital report. Disponível em: <https://wearesocial.com/us/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

WEEKMEN. Maremagnum de Barcelona. Disponível em: <https://www.weekmen.com/maremagnum-de-barcelona/>. Acesso em: 10. Ago. 2019.

WIKIMEDIA. Ghirardelli Chocolate Square. Disponível em: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c1/Ghirardelli\\_Chocolate\\_Square\\_14\\_2013-03-28.jpg/800px-Ghirardelli\\_Chocolate\\_Square\\_14\\_2013-03-28.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c1/Ghirardelli_Chocolate_Square_14_2013-03-28.jpg/800px-Ghirardelli_Chocolate_Square_14_2013-03-28.jpg). Acesso em: 10. Ago. 2019b.

WIKIMEDIA. Lincoln Center. Disponível em: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lincoln\\_Center\\_Twilight.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lincoln_Center_Twilight.jpg). Acesso em: 10. Ago. 2019a.

WIKIPÉDIA. Cidade das Artes. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Cidade\\_das\\_Artes](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cidade_das_Artes). Acesso em: 10. Nov. 2019d.

WIKIPÉDIA. Cidade das Crianças Leonel Brizola. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Cidade\\_das\\_Crian%C3%A7as\\_Leonel\\_Brizola](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cidade_das_Crian%C3%A7as_Leonel_Brizola). Acesso em: 10. Nov. 2019e.

WIKIPÉDIA. Circo Voador. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Circo\\_Voador](https://pt.wikipedia.org/wiki/Circo_Voador). Acesso em: 10. Nov. 2019c.

WIKIPÉDIA. Estádio Olímpico Nilton Santos. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A1dio\\_Ol%C3%ADmpico\\_Nilton\\_Santos](https://pt.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A1dio_Ol%C3%ADmpico_Nilton_Santos). Acesso em: 10. Nov. 2019h.

WIKIPÉDIA. Jeunesse Arena. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Jeunesse\\_Arena](https://pt.wikipedia.org/wiki/Jeunesse_Arena). Acesso em: 10. Nov. 2019f.

WIKIPÉDIA. Parque Aquático Maria Lenk. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Parque\\_Aqu%C3%A1tico\\_Maria\\_Lenk](https://pt.wikipedia.org/wiki/Parque_Aqu%C3%A1tico_Maria_Lenk). Acesso em: 10. Nov. 2019g.

WIKIPEDIA. National Aquarium (Baltimore). Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/National\\_Aquarium\\_\(Baltimore\)](https://en.wikipedia.org/wiki/National_Aquarium_(Baltimore)). Acesso em: 10. Ago. 2019a.

WIKIPEDIA. World Trade Center Barcelona. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Trade\\_Center\\_Barcelona#/media/File:BCN\\_World\\_Trade\\_Center\\_and\\_Torre\\_de\\_Jaume\\_I.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/World_Trade_Center_Barcelona#/media/File:BCN_World_Trade_Center_and_Torre_de_Jaume_I.jpg) Acesso em: 10. Ago. 2019b.

WORLD FINANCE. Top 5 of the fastest-growing industries in the world. Disponível em: <https://www.worldfinance.com/markets/top-5-of-the-fastest-growing-industries-in-the-world>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

WTTC. Travel & tourism global economic impact & issues 2017. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2017-documents/global-economic-impact-and-issues-2017.pdf>. Acesso em: 10. Ago. 2018.

## **Anexo I – Roteiro de entrevista**

As perguntas aqui apresentadas serviram apenas como guia para as entrevistas realizadas, que apresentaram caráter aberto.

### 1. Perfil sociodemográfico

- a) Nome
- b) Idade
- c) Cor/raça
- d) Renda mensal
- g) Escolaridade
- h) Profissão
- i) Cidade de origem

2. Motivo da visita: se o entrevistado está visitando aquele espaço por motivos turísticos/lazer, de trabalho ou mora nas proximidades.

→ *Abordar os temas 3 a 5 se o entrevistado for um turista:*

3.1. Há quanto tempo está na cidade?

3.2 Qual bairro está hospedado?

3.3 Quais pontos turísticos da cidade já visitou?

3.4 Primeira vez naquele espaço?

4. Quais os equipamentos turísticos-culturais e outras atrações do espaço já foram visitados?

4. Experiência no lugar: pedir para o entrevistado narrar livremente as suas impressões gerais a respeito daquele espaço e dos equipamentos visitados.

5. Outras experiências: pedir para o entrevistado citar experiências semelhantes em outros espaços/cidades.

→ *Abordar os temas 6 a 10 se o entrevistado for um morador:*

6.1 Há quanto tempo mora na cidade?

6.2 Há quanto tempo mora na região do porto?

6.3 Trabalha na região do porto?

7. Já visitou aquele espaço enquanto turista/para lazer? Quais os equipamentos turísticos-culturais e outras atrações do espaço já foram visitados?

8. Experiência no lugar: pedir para o entrevistado narrar livremente as suas impressões gerais a respeito daquele espaço e dos equipamentos visitados.

9. Experiência prévia: pedir para o entrevistado narrar livremente como era o cotidiano da região antes do projeto.

10. Opinião sobre o projeto: pedir para o entrevistado falar sobre suas impressões (positivas ou negativas) sobre o projeto e eventuais impactos.

*I.1 Roteiro de entrevista (versão em inglês)*

1. Sociodemographic profile

- a) Name
- b) Age
- c) Color/race
- d) Income
- g) Education
- h) Profession
- i) City of origin

2. Reason for visit: if the respondent is visiting that space for reasons of tourism/leisure, work or lives nearby.

→ Address topics 3 to 5 if the respondent is a tourist:

3.1. How long have you been in town?

3.2 Which neighborhood are you staying in?

3.3 Which sights in the city have you already visited?

3.4 First time in that space?

4. What tourist-cultural facilities and other attractions in the space have already been visited?

4. Experience in the place: ask the interviewee to freely narrate their general impressions about that space and the equipment visited.

5. Other experiences: ask the respondent to cite similar experiences in other spaces/cities.

→ Address topics 6 to 10 if the respondent is a resident:

6.1 How long have you lived in the city?

6.2 How long have you lived in the port area?

6.3 Do you work in the port region?

7. Have you ever visited that space as a tourist/leisure? What cultural-tourist facilities and other attractions in the space have already been visited?

8. Experience in the place: ask the respondent to freely narrate their general impressions about that space and the equipment visited.

9. Previous experience: ask the respondent to freely narrate how daily life was in the region before the project.

10. Opinion about the project: ask the respondent to talk about their impressions (positive or negative) about the project and any impacts.



## **Anexo II - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)**

### *II.1. TCLE (versão em português)*

#### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) na pesquisa de campo referente à pesquisa de doutorado desenvolvida por Bruno Gontyjo do Couto, doutorando em Sociologia no Programa de Pós-Graduação em Sociologia na Universidade de Brasília, cujo contato é o telefone (XX) XXXX-XXXX e e-mail XXXXXX@XXXXXX. Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada por Edson Silva de Farias, professor do Departamento de Sociologia da UnB, a quem poderei consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail XXXXXX@XXXXXX.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão submetidos às normas éticas destinadas à pesquisa da Sociedade Brasileira de Sociologia (SBS).

Minha colaboração se fará de forma anônima, por meio de entrevista semiestruturada a ser gravada a partir da assinatura desta autorização. O acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pelo pesquisador e/ou seu orientador coordenador.

Fui ainda informado(a) de que posso me retirar dessa pesquisa, sem sofrer quaisquer sanções ou constrangimentos.

Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Assinatura do(a) entrevistado(a): \_\_\_\_\_

Assinatura do pesquisador: \_\_\_\_\_

II.2. TCLE (versão em inglês)

TERM OF FREE AND INFORMED CONSENT (TCLE)

I hereby declare that I agreed to be interviewed in the field research concerning the doctoral research carried out by Bruno Gontyjo do Couto, Visiting Scholar at the Lozano Long Institute of Latin American Studies of The University of Texas at Austin, whose contact is phone (XX) XXXX-XXXX and e-mail XXXXXX@XXXXXX. I was also informed that the research is guided by Lorraine Leu, professor at the Lozano Long Institute at UT-Austin, whom I will be able to consult at any time I deem necessary through the email XXXXXX@XXXXXX.

I declare that I accepted to participate of my own free will, without receiving any financial incentive or having any burden, and with the sole purpose of contributing to the success of the research. I was informed of the strictly academic objectives of the study.

I was also informed that the uses of the information provided by me are subject to the ethical standards for research by the Brazilian Society of Sociology (SBS).

My collaboration will be done anonymously, through a semi-structured interview to be recorded after signing this authorization. Access to and analysis of the data collected will only be carried out by the researcher and/or his/her coordinating advisor.

I was also informed that I can withdraw from this research, without suffering any sanctions or constraints.

I certify that I have received a signed copy of this Informed Consent Form, as recommended by the Brazilian National Research Ethics Commission (CONEP).

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ of \_\_\_\_\_ of \_\_\_\_\_.

Signature of the respondent: \_\_\_\_\_

Researcher Signature: \_\_\_\_\_