

A Indústria do Turismo e as Transformações Urbanas no Mundo Globalizado: Críticas ao Modelo Estratégico baseadas no caso dos Jogos Pan Americanos do Rio de Janeiro (2007).

Tourism Industry and Urban Transformations in a Global World: Criticisms on the Strategic Model based on the 2007 Rio de Janeiro Pan American Games

Abstract

Cities around the world have made significant changes in their landscapes and structures as a means to attract corporations, investments, events and tourism, thus becoming targets in the global market. Based on a literature review this paper reviews their strategies towards international competition and 'local development', as well as their results. The study proposes an analytical framework and then focuses on the 2007 Pan American Games in Rio de Janeiro and its investments, interventions and outcomes. Through the comparison of local adopted policies and both expected and unwanted results, this work offers planners, managers and researchers a tool to better understand and guide urban planning in touristic (and so-called international) cities.

Resumo

Muitas cidades do mundo têm empreendido significativas mudanças no planejamento e gestão do espaço urbano para se inserir no mercado global de empresas, investimentos e eventos turísticos. Este artigo discute as iniciativas locais para a competição no circuito turístico internacional e com vistas ao 'desenvolvimento' local. A partir da literatura, os autores constroem um Modelo de Análise de Políticas Urbanas para o Turismo, passível de aplicação tanto em análises críticas das situações construídas como em projetos de desenvolvimento de recursos locais. Estudamos os casos de várias cidades-destino internacionais e enfocamos o Rio de Janeiro, que tem buscado com afinco uma maior inserção no circuito mundial. Este trabalho busca, através da análise comparativa das estratégias e seus resultados, subsidiar os planejadores brasileiros na gestão de destinos com potencial turístico. Faz-se também uma crítica ao modelo estratégico internacional, conforme os cânones do caso Barcelonês, adotados no Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Planejamento Urbano, Turismo Internacional, City Marketing, Paisagem, Desenvolvimento local, Rio de Janeiro.

Altamiro Mol Bessa, MS
Danielle Barros de Moura Benedicto, MS
Lucia Capanema Alvares, PhD.
Luis Antônio Antunes Teixeira, Doutor.

Sessão Temática 1

1. Introdução

O turismo, uma das atividades econômicas de maior crescimento no mundo, apresenta em sua vertente urbana grandes possibilidades de atração de investimentos com significativo efeito multiplicador nas economias locais. Os projetos turísticos muitas vezes tornam-se políticas de governos que investem grande volume de recursos na recriação da imagem urbana e na construção de empreendimentos que possam tornar-se atrativos para investidores e turistas, gerando renda, empregos e impostos (Kotler, Haider e Rein, 1996; Beni, 2003). Empresários e gestores multinacionais desejam suas organizações em locais com boa qualidade ambiental e qualidade de vida; desejam suas marcas associadas à imagem de modernidade da cidade em que se instalam. Daí, governos e empresas lançam mão do planejamento e gestão da paisagem como parte integrante do planejamento de determinadas localidades.

O objetivo deste trabalho é a apresentação de variáveis analíticas das Políticas Urbanas para o Turismo a partir da identificação dos métodos e estratégias empregados por localidades-chave (citadas pela revisão de literatura como tendo alcançado uma posição de destaque no circuito turístico internacional). Para tal, empreendeu-se revisão bibliográfica e documental e análises comparativas para estabelecer relações entre os dados.

A cidade do Rio de Janeiro, embora não se apresente como um dos grandes destinos turísticos internacionais, é certamente o caso brasileiro mais emblemático, podendo oferecer um maior número de lições para o planejamento urbano. Para uma análise das suas políticas recentes, dados primários foram coletados in loco; faz-se uma revisão histórica da relação turismo e cidade e analisa-se a implantação de equipamentos e infra-estrutura urbana focando principalmente nos grandes eventos, como o PAN 2007. O caso permite uma crítica quanto aos desdobramentos das políticas públicas para as paisagens e as identidades locais e demonstra utilidade dos estudos para o planejamento.

2. A Indústria do Turismo, a busca pelo 'desenvolvimento' e suas possibilidades de sustentabilidade

Será preciso introduzir brevemente a questão do desenvolvimento em si e alguns de seus reflexos na sociedade ocidental para apontar a gênese de seu discurso ideologizante. As bases institucionais e culturais do pensamento moderno foram inicialmente lançadas no século XVI, quando a Europa saía da Idade Média para entrar na era das luzes e das grandes descobertas científicas e territoriais. Na segunda metade do século XVIII, quando a Revolução Industrial tomou forma, o conceito de modernidade foi cunhado para representar o apogeu do potencial evolutivo do homem em geral, cujas sementes podiam ser encontradas em qualquer sociedade civilizada (Ake, 1993). Tal conceito de modernidade engendrou um ideal de desenvolvimento rumo à sociedade europeia semi-industrializada que seria, não apenas inevitável, mas também necessário e bom. A modernidade e o desenvolvimento foram a principal ideologia a embasar os objetivos sociais, econômicos e políticos do mundo ocidental até os anos 1940.

Foi somente com a divisão do mundo em grandes blocos pós Segunda Guerra que a ideologia da modernidade conheceu limites práticos de expansão. Conquanto o Plano Marshall de recuperação da economia europeia dentro do ideal moderno tenha tido grande sucesso, o ideal desenvolvimentista de aplicar aqueles princípios ao resto do mundo comprovou-se controverso, pois: 1) a experiência europeia de industrialização não havia sido repassada ao Terceiro Mundo; 2) os países pobres não tinham colônias para explorar e assim manter mercados consumidores; 3) a estrutura de classes nesses países era completamente diversa daquela encontrada no Primeiro Mundo; e 4) havia uma enorme diversidade cultural e política entre os países pobres (dos Santos, 1973).

Os efeitos danosos do modelo desenvolvimentista nos países do Hemisfério Sul vêm sendo apontados desde os anos 1970: Grandes concentrações de renda e desigualdades sociais; concentração da industrialização nas regiões mais 'desenvolvidas' de cada país, gerando conflitos entre regiões; importação de tecnologias exógenas a cada país e mecanização exacerbada e prematura de algumas atividades agrícolas; bolsões de miséria no campo; ondas migratórias para os centros industrializados; nascimento de uma "sub-classe"¹ permanente nas grandes cidades do Terceiro Mundo e incapacidade das administrações municipais para atender à crescente demanda por serviços e infra-estrutura urbana. Embora muito se tenha rechaçado o modelo desenvolvimentista e, por conseguinte, sua base ideológica moderna, ainda hoje o desenvolvimento toma status de ideal a ser perseguido em quase todo o ocidente, pasteurizando culturas, homogeneizando diversidades e disseminando modelos de consumo nascidos no Primeiro Mundo. O fenômeno da globalização é sua face mais contemporânea e avassaladora, excluindo pela

¹ do inglês *underclass*, termo cunhado por Myrdal em 1962. In MYRDAL, Gunnar. *The Challenge to Affluence*. New York: Pantheon, 1962.

via da propaganda qualquer questionamento em relação à distribuição de custos e benefícios do desenvolvimento.

2.1 A sustentabilidade e o desenvolvimento local na matriz do Turismo

O turismo é hoje atividade econômica que movimenta quantias da ordem de 500 bilhões de dólares anuais no mundo. Os efeitos econômicos positivos do turismo têm sido largamente estudados pela própria Organização Mundial do Turismo, que preconiza métodos de avaliação como a metodologia de contas-satélite (BRASIL, 2005), e por acadêmicos das áreas de economia e administração, entre outros. Segundo Rabahy (2003), entre os efeitos positivos do turismo, estão a influência no crescimento do PIB, a geração de salários e rendas diretos e indiretos, sendo o efeito multiplicador dos empregos diretos da ordem de 1 para 5,5 indiretos. A atividade turística, entendida sob a ótica da indústria de serviços, tem sido alvo de grandes investimentos, como é possível averiguar nos inúmeros casos de revitalização de waterfronts e docklands (Tyler, Guerrier e Robertson, 2001), ou mesmo de antigos centros de comércio e serviços, onde há grande quantidade de imóveis e atividades de potencial interesse turístico.

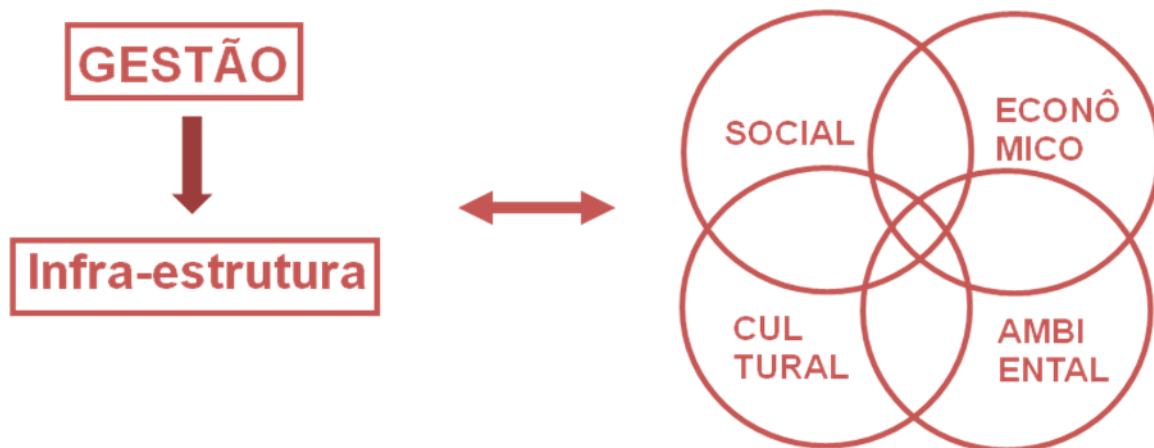
Todavia, como lembra Barretto (2001), vários autores em nível mundial vêm alertando autoridades, planejadores, empreendedores e usuários para os riscos sociais, culturais e ambientais presentes na exploração turística de comunidades e ecossistemas, bem como os riscos de concentração de renda e recursos (Coriolano, 1998). É nessa bipolaridade de raciocínio que o turismo deve ser questionado vis-a-vis um desenvolvimento sustentável, tão discutido nas áreas afins ao planejamento social e econômico desde fins dos anos 1970 (Alvares, 2001).

O desenvolvimento da atividade turística tem seguido, em todo o mundo, a trajetória inicialmente descrita no planejamento organizacional como “ciclo de vida” (Daft, 2003). Segundo Thurot (apud Ruschmann, 1997), a atividade passa por três fases: descoberta do destino, expansão com aumento da estrutura receptiva e do fluxo de turistas, e perda da identidade com conseqüente massificação do destino. A massificação seria o grande elemento destruidor dos atrativos e do próprio turismo; Holder (apud Ruschmann, 1997) vai mais além em sua teoria da autodestruição da atividade turística: primeiramente, há o local de atratividade ímpar com fluxo turístico diminuto e elitista; num segundo momento o local começa a explorar a atividade em maior escala, atraindo a classe média e trazendo uma série de efeitos negativos para a sociedade local; o terceiro momento é o do turismo de massa, com degradação do destino; finalmente, a quarta fase é de perda da atratividade, declínio econômico, ocupação territorial desordenada, equipamentos abandonados, e uma população desenraizada culturalmente, que apesar de não ter mais empregos relacionados

ao turismo, não mais se insere nas atividades econômicas tradicionais. Ambas proposições apontam para a insustentabilidade da atividade turística efetivada sem cuidadoso planejamento.

Configura-se assim a sustentabilidade como desafio maior para o desenvolvimento sustentável local através do turismo. Para considerar a idéia geral de sustentabilidade do turismo é preciso primeiramente pensar a própria função turismo. Dentre os estudos turísticos, o paradigma mais largamente aceito é aquele sistematizado no Brasil por Beni (2003), que apresenta três subsistemas inter-relacionados. O primeiro descreve as relações ambientais – ou existentes no ambiente de destino, dadas pelos aspectos sociais, econômicos, culturais e ambientais; o segundo descreve a organização estrutural do local, compreendida pelos aspectos da superestrutura – ou governamentais, e da infra-estrutura urbana e turística; o terceiro descreve as ações operacionais do turismo, governadas pelo mercado, onde oferta e demanda se dão simultaneamente mas em lugares diferentes, daí demandando a distribuição – ou intermédio de agentes e operadoras. Este artigo se aterá à sustentabilidade das relações ambientais frente às ações da superestrutura na infra-estrutura urbana e turística. Na tentativa de refinar e melhor analisar a idéia do turismo sustentável em todos os seus aspectos temáticos este artigo se propõe a pensá-los brevemente em suas dimensões próprias.

Figura 1- Conjunto das Relações ambientais, superestrutura e infra-estrutura



Fonte: Beni, Mário Carlos. Análise Estrutural do Turismo (7ª Ed.). Ed. Senac. São Paulo, SP, 2003.

A Sustentabilidade Econômica – Segundo Santos e Campos (2003), a sustentabilidade econômica está calcada na própria viabilidade turística do destino, ou seja, na relação entre receita e despesa que a atividade traz, considerando-se os custos sociais e ambientais; na viabilidade empresarial – ou na rentabilidade das empresas ligadas aos

serviços turísticos, para que os empresários não se esqueçam de seu compromisso com a sustentabilidade e alterem o equilíbrio; e na satisfação dos turistas. Para manter a sustentabilidade econômica do destino é preciso, ainda segundo Santos e Campos, renovar os setores tradicionais da economia concomitantemente à criação de novos setores, descentralizando e diversificando as instituições de crédito locais. Para Coriolano (2003), além da produção de riquezas sem comprometimento dos insumos, é preciso distribuí-las, como forma de diminuir a pressão populacional sobre os recursos finitos. Finalmente, Singer (1998) indica que a economia local deve crescer concomitantemente à capacidade de oferta de infra-estrutura urbana e de serviços. A consideração de atividades econômicas que sejam compatíveis com a escala local é, portanto, de fundamental importância, e a imposição de pressões de grandes grupos pode ser danosa ao futuro dessas economias.

A Sustentabilidade Social – Ligada primordialmente à qualidade de vida local, a sustentabilidade social pode ser traduzida na geração e distribuição de trabalho e renda e na capacitação para a ação crítica e continuada de toda a população, segundo Álvares e Menezes (2004). Seguindo os ensinamentos de Paulo Freire e acompanhando a evolução dos conceitos na área da educação comunitária, Álvares e Silva (2005) defendem 1) o estabelecimento e a manutenção da capacidade popular de definir os próprios modelos de desenvolvimento – respeitando os parâmetros culturais locais, e 2) a inclusão coletiva nos processos de planejamento, contribuindo para a auto-determinação dessas populações na busca pelo controle de suas vidas. Santos e Campos (2003) salientam a importância da participação das populações locais no processo de materialização territorial do desenvolvimento turístico visando à sua fixação no destino, e apontam para a necessidade de preservação dos valores sociais.

A Sustentabilidade Cultural – A cultura pode ser definida sob a ótica do turismo, como um “conjunto de crenças, valores e técnicas para lidar com o meio-ambiente, compartilhado entre contemporâneos e transmitido de geração a geração” (Beni, 2002, p. 86), evidenciando a noção de patrimônio cultural como um composto de bens tangíveis e intangíveis (Barretto, 2000). Assim, a sustentabilidade cultural estaria no respeito à identidade local e na manutenção da paisagem, da personalidade local e da cultura material e imaterial (Santos e Campos, 2003). Choay (2001), chama a atenção para a existência de um campo de forças opostas quanto à preservação em todo objeto patrimonial, representando os mais diversos interesses – da conservação à exploração e destruição – inclusive de comunidades, e advoga um equilíbrio destas forças com foco no habitante local. Do ponto de vista da sustentabilidade cultural, embora a transformação seja inerente à própria dinâmica da cultura e inevitável face à presença do turismo, entende-se que ela

deve operar em bases respeitadoras dos processos e ritmos locais de transformação, num processo dialético, e não por substituição ou imposição de modelos externos.

A Sustentabilidade Ambiental – A preservação da biodiversidade e a utilização e conservação racional dos recursos naturais dentro de uma perspectiva de longo prazo, são as bases da sustentabilidade ambiental para Santos e Campos (2003). Ruschmann acrescenta que, sob a perspectiva do turismo, é preciso garantir o equilíbrio entre a atividade e a proteção ambiental respeitando-se as capacidades de carga locais e os limites de expansão do setor, estimulando-se a interação entre os profissionais do turismo e os ambientalistas, e não subestimando as potenciais agressões ao ambiente de todas as modalidades de turismo; ainda segundo a autora, o turismo só é sustentável quando “todos aqueles que vivem do turismo suport[a]m os custos resultantes da qualidade do produto” a curto, médio e longo prazos (Ruschmann, 1997, p. 68). Este conceito e sua natureza incluyente levam ainda à necessidade de conscientização por meio de ações pedagógicas. Finalmente, Pearce advoga a “maximização e otimização da distribuição dos benefícios do desenvolvimento econômico [...] para que os recursos naturais sejam mantidos, restaurados e melhorados” (Pearce apud Beni, p.61).

A situação comum a tantos municípios brasileiros quanto à sustentabilidade turística confirma, como Thurot e Holder (apud Ruschmann, 1997) demonstraram, a convergência das sustentabilidades setoriais: a superexposição do local traz a perda da identidade cultural e da atratividade locais, causando queda na demanda por serviços e desemprego e redundando na ruptura do tecido social e na exclusão de alguns setores, o que coloca pressão crescente sobre os recursos naturais, configurando um quadro de declínio geral, como uma espiral rumo ao fundo do poço. Há que se pensar, por outro lado, que o ciclo vicioso da insustentabilidade pode ser revertido quando se constrói um ciclo virtuoso de sustentabilidade, em que a cultura ou o meio ambiente proporcionam orgulho comunitário e forte tecido social, facilitando a adoção de estratégias de desenvolvimento economicamente sustentável (Coriolano, 2003).

3. O turismo urbano internacional

O processo de globalização caracteriza-se também pela competitividade entre localidades em busca de espaços privilegiados no cenário internacional (Borja e Forn, 1996). As possibilidades informacionais atuais fazem com que “cada lugar tenha acesso ao acontecer dos outros” (Santos, 2004, p.26); Assim, adotam objetivos mercadologicamente similares, empregando as mesmas estratégias para alcançá-los. Neste mercado estão, por exemplo, Nova York, Tóquio, Londres, Paris, Madri, Frankfurt, Hong-Kong, Zurique, Moscou, Cingapura, Seul, Xangai, Cidade do México, conforme Pinto (2001).

Quando o objetivo da localidade é o desenvolvimento através do turismo, seu planejamento deve ser apropriado às potencialidades; deve porém, no sentido normativo, observar, valorizar e conservar os traços culturais locais, presentes tanto nas paisagens quanto no patrimônio construído e nos aspectos imateriais. Algumas utilizam grandes eventos para seus projetos de transformação urbana, como Barcelona com os Jogos Olímpicos de 1992; outras como Paris, Londres, Berlim, Bilbao e Xangai (Pinto, 2001) utilizaram intervenções no acervo patrimonial e a arquitetura icônica – que se utiliza de formas relativamente simples com grande potencial simbólico - como estratégia de desenvolvimento turístico. Cidades como Cingapura optaram por um planejamento centralizado, privilegiando a melhoria da qualidade ambiental e sanitária da cidade e atraindo empresas de serviços e fortes investimentos públicos em educação, saúde e transporte coletivo (Moura, 2004). Dubai investe na atividade turística construindo grandes equipamentos de lazer com arquitetura espetacular (Neve, 2005). Em todas as localidades citadas houve um aumento considerável do fluxo turístico, o que incrementou suas economias e melhorou os índices gerais de qualidade de vida dos habitantes. A questão que se coloca é relativa às conseqüências para parcelas das populações deslocadas e/ou perturbadas para dar lugar a obras, e para as identidades e paisagens locais, tão ameaçadas neste início de século XXI.

3.1. *As paisagens urbanas como recursos turísticos*

Os lugares turísticos são, geralmente, escolhidos em função de suas paisagens, que passam a ser consideradas turísticas, sendo desenvolvidas a partir de uma intensa utilização do território - bem disponível e de livre acesso (OMT, 2001). Assim, muitas localidades criam, restauram, reorganizam ou revitalizam paisagens, transformando-as em atrativos turísticos.

Este processo de intervenção sobre a paisagem para aumentar o potencial competitivo das localidades contribui para alterar a imagem das cidades, principalmente naquelas possuidoras de atrativos culturais expressivos, seja por intervenções no patrimônio, seja pela revitalização de áreas degradadas ou abandonadas, pela gentrificação de grandes áreas da cidade ou mesmo pela inserção de novos artefatos culturais e grandes equipamentos, acabam por influenciar de forma perene a relação homem-espço.

4. Políticas urbanas adotadas pelos grandes centros turísticos internacionais

Com a economia globalizada, surge uma nova linha de gestão urbana baseada na competição em diversas escalas. As cidades passam a ser lidas e geridas como empresas, tornam-se mercadoria a ser vendida; é “a mercadotecnia da cidade; vender a cidade, converteu-se (...) em uma das funções básicas dos governos locais (...)” (Borja e Forn, 1996, p.33). A cidade tornada empresa, planejada e gerida “estrategicamente”, tem sua lógica expansiva baseada na renovação de alguns fragmentos da cidade numa “acupuntura urbana”. Neste contexto, governos municipais reorganizam suas feições e estrutura, adequando-as aos imperativos do capitalismo globalizado de corte neoliberal. O planejamento estratégico emerge como o principal instrumento do “empresariamento urbano” descrito por Harvey (2001).

A literatura aponta para oito principais estratégias adotadas por localidades, detalhadas a seguir.

4.1 *Marketing urbano*

Quando atua sobre uma cidade, o marketing pode ser denominado marketing urbano, ou *city marketing*. Consiste no controle dos processos num determinado território, objetivando atender às necessidades e expectativas de moradores, turistas e empresas e contribuir para a competitividade da localidade no seu ambiente concorrencial. No entanto, não se pode utilizar as mesmas estratégias do marketing de produtos. Neste caso, dever-se-ia criar condições para que o destino atendesse às expectativas de seus moradores e visitantes antes de divulgar uma imagem.

Deve-se cuidar para que as ações não impliquem apenas em espetacularização das cidades e nem concentrem-se na solução de questões mercadológicas e de caráter imediato que produzam resultados efêmeros sobre a paisagem urbana e sobre a demanda turística. Deve-se atentar para a qualidade de vida das comunidades atingidas concreta ou culturalmente pelos projetos que usam o *city marketing*. Um exemplo negativo é Xangai, onde os chineses criaram um complexo de contínua autopromoção que tem atraído muitos estrangeiros com empregos, e muitos à procura deles, o que começa a criar desequilíbrios sociais (Varela, 2003).

O city-marketing, através do “urbanismo-espetáculo” vem se transformando em instrumento de primeira ordem para a administração pública (Ashworth E Voogd, 1991; Cooke, 1990 *apud* Sanchez, 1999). Protagonista deste espetáculo, o capital transforma as cidades em cenários e os cidadãos em meros figurantes ou em simples espectadores. A produção dos espaços urbanos espetacularizados é ampliada e estimulada de modo a atender à demanda crescente pelo consumo do entretenimento, resultando em experiências urbanas estandardizadas, pasteurizadas.

4.2 *Parcerias estratégicas*

Para financiar ou realizar o seu projeto de design urbano, a localidade estabelece parcerias, que podem se dar entre entidades públicas, empresas e organizações não governamentais. “O capital em pessoa é hoje o grande produtor dos novos espaços urbanos, por ele inteiramente requalificados. Desta forma, o espaço público e a fisionomia das cidades têm sido determinadas ou ditadas, em grande parte, por estratégias empresariais contando com o apoio e aval estatais” (Arantes, 2000, p.226). Ao adquirir o caráter de uma empresa, um agente econômico que segue regras ditadas pelo mercado, perde a dimensão de território de exercício da democracia local (Arantes, Vainer e Maricato, 2000).

Os projetos, ao promover o crescimento econômico das cidades, geram empregos diretos e indiretos, atraindo capitais e aumentando a arrecadação de tributos. Os cálculos realizados por seus empreendedores, porém, estão direcionados em grande medida apenas para o agenciamento econômico de alguns setores de acumulação associados aos diferentes mercados (do turismo, fundiário, imobiliário, dos serviços ligados aos esportes, da cultura). Os impactos físicos e financeiros passam a ser priorizados nos estudos, secundarizando estudos sobre os possíveis impactos sociais e culturais.

Barcelona construiu parcerias estratégicas envolvendo a prefeitura da localidade, o governo da Espanha e a Comunidade Européia, além de empresas privadas, para executar o projeto das Olimpíadas de 92, em consonância com sua proposta de city marketing. Em Cingapura, priorizou-se “melhorar o produto doméstico e expandir a influência da indústria doméstica por meio do desenvolvimento na região do bloco asiático, buscando competição e cooperação saudáveis como rota para o crescimento sustentável” (Khan, 2003, p.95). No *Darling Harbour*, Sydney, as parcerias trouxeram investimentos públicos e privados “que transformaram tanto o espaço físico quanto o social da Baía” (Hall, 2003, p.35), com a remoção forçada da comunidade anteriormente instalada¹.

4.3 *Captação de grandes eventos*

A criação de equipamentos para receber eventos é uma das estratégias mais empregadas pelos centros turísticos. Sanchez (1999) aponta que muitas cidades atingiram o objetivo de tornarem-se importantes centros do turismo internacional utilizando esta estratégia para realizar seu projeto de transformação urbana eficaz, como [os casos de Barcelona e Lisboa] (Sanchez, 1999).

Dentre os grandes eventos urbanos, podemos destacar os esportivos, principalmente, os Jogos Olímpicos da modernidade. No decorrer do século XX, o esporte e, particularmente, os grandes eventos esportivos, foram se transformando em fenômeno sócio-cultural marcado por um alto grau de complexidade, apropriados e inseridos na lógica capitalista. Convertidos em ‘espetáculos de fraternidade entre os povos’, os grandes

eventos esportivos como os Jogos Olímpicos passam a ser disputados nas diversas cidades do mundo.

A partir de 1960, segundo Chalkley e Essex (2002), os jogos passaram a ser freqüentemente utilizados para promover e implementar programas e políticas urbanas de grande escala, com impactos muito mais substanciais sobre a paisagem e o meio ambiente urbano das cidades-sede. Seul (1988) e Barcelona (1992) são exemplos do uso dos Jogos Olímpicos como “poderosa” alavanca para a afirmação do modelo assentado nas parcerias público-privadas e na renovação seletiva de setores urbanos, no aquecimento do setor imobiliário, nas indústrias do turismo e do entretenimento e na publicidade em torno do evento (Sánchez, 2003; Mascarenhas, 2005).

Robertson e Guerrier (2003) lembram que as Olimpíadas de Barcelona, o Ano Europeu da Cultura em Madri e a Expo em Sevilha, todos em 1992, foram utilizados para transformar a imagem espanhola, tradicionalmente associada ao lazer de sol e mar (Robertson e Guerrier, 2003). Lisboa é descrita por Freitag (2002) como um caso de sucesso de transformação em metrópole moderna a partir de grandes eventos: em 1992, a cidade passa a ser a sede administrativa da União Européia; em 1994 é declarada capital cultural da Europa e, finalmente, Lisboa sedia a última exposição industrial mundial da Europa do século vinte, a EXPO-98.

4.4 Criação ou melhoria da estrutura urbana

De acordo com Falcão (1996) o turismo deve preocupar-se com a infra-estrutura urbana, “seja reforçando e induzindo a sua estruturação e qualificação, no caso de novas áreas (...) ou na utilização de áreas já solidamente integradas a outros circuitos da produção/reprodução – centros urbanos já consolidados” (Falcão, 1996, p.65).

Seattle, nos Estados Unidos, ao atrair corporações internacionais para seu território entrou para o “grupo de regiões com a mais elevada taxa de crescimento populacional dos EUA” (Pinck, 2004, p. 130). A cidade teve um extraordinário progresso econômico e tecnológico, tornando-se inclusive sede das empresas Boeing e Microsoft e “das melhores companhias de teatro norte-americanas depois de Nova Iorque e Chicago [recebendo] altos patrocínios culturais privados” (Pinck, 2004, p. 136). Com isto, segundo o autor, conseguiu adequar sua infra-estrutura urbana para manter uma boa qualidade de vida para a população residente. Cingapura é outra destinação citada pela literatura como modelo de desenvolvimento turístico que gerou qualidade ambiental e melhoria do padrão de vida da população local (Moura, 2004). Dubai, num movimento inverso, promoveu a melhoria da sua infra-estrutura para atração de negócios e turistas. De acordo com Molavi (2004, p.1), (tradução nossa), “Dubai promove ambientes seguros, atrativos para o investimento estrangeiro. [...] Investiu na infra-estrutura e criou uma indústria do turismo que ainda atrai

milhões de viajantes, apesar da falência da estratégia geral de desenvolvimento e atração de investimentos.

4.5 *Utilização da arquitetura icônica*

Os ícones sempre existiram na história da humanidade. Na contemporaneidade, porém, os ícones arquitetônicos destacam-se não só por sua monumentalidade e escala, mas também pelo fato de serem projetados por arquitetos conceituados mundialmente que, com seu reconhecimento internacional, já iniciam o processo de mitificação ainda na fase de concepção (Hazan, 2004).

Para Urry (2001), as pessoas necessitam de experiências diferentes daquelas que experimentam na sua vida cotidiana; elas desejam ver um objeto ímpar como o *Empire State*, a Torre *Eiffel* e o Palácio de *Buckingham*. Para Arantes os ícones têm sido utilizados como “forma-publicidade da mercadoria, com a nova supremacia econômica patrocinando os símbolos bem desenhados que lhe celebr[a]m o triunfo” (ARANTES 2000, p.226). Muitos governos têm se utilizado de edificações monumentais para alavancar desenvolvimentos locais e revitalização pontual.

Normalmente, os ícones são implantados em regiões centrais degradadas, destacam-se na paisagem urbana, e servem como catalizadores no processo de desenvolvimento e recuperação destes locais (Choay, 1996). Um exemplo recente é o Museu Guggenheim em Bilbao na Espanha, que revitalizou aquela cidade, doravante uma das mais importantes cidades do circuito cultural europeu. Algumas intervenções fazem com que “a população inscrev[a] esses locais na sua agenda de tempos livres e cri[e] um hábito.” (Gama, 2003, p. 71).

4.6 *Intervenção patrimonial*

A intensificação da atividade cultural e turística, principalmente a partir da década de 1970 nas cidades européias, passou a provocar a utilização do patrimônio como estratégia de recuperação econômica, principalmente de lugares que tinham na industrialização a sua principal base de geração de renda e empregos (Choay, 1996; Monet, 1996). Na maioria das vezes as intervenções não empregam uma única técnica: “da restauração à reutilização, passando pela mise-en-scène e animação cultural, a valorização do patrimônio histórico apresenta múltiplas formas, de contornos imprecisos que quase sempre se associam” (Choay, 1996, p.213).

Ao retomar a condição de capital da Alemanha, Berlim transforma sua imagem, “ajustando-se à nova realidade pela exploração das possibilidades do espaço pós-moderno [e] mantendo os edifícios antigos restaurados [...] arrebatando moradores e visitantes” (Cencic, 2004, p. 123).

Em Gênova, “o antigo e o novo conseguem aliar-se (...). Seu bairro portuário está sendo remodelado pelo famoso arquiteto Renzo Piano, autor do Centro Pompidou de Paris. [...] A cidade [...] tornou-se uma espécie de Wall Street mediterrânea”. (Haidinger, 2004, p. 104).

4.7 Marcos regulatórios

Os marcos regulatórios constituem-se num conjunto de legislações, normas e procedimentos que interferem na gestão pública e privada dos espaços públicos, seja na fase de concepção, planejamento, implementação ou controle e contribuem para garantir ou modificar a paisagem de uma localidade. Planos diretores, leis de uso e ocupação do solo, códigos de posturas, normas de fiscalização; legislações fiscais, legislações de controle social e legislações ambientais são exemplos.

Em Cingapura, “a centralização da posse da terra e da tomada de decisões que estruturam o planejamento, acompanhadas de um rígido processo de controle [da população, dos serviços e da indústria, permitem que o espaço seja produzido organizadamente, materializando um desenho urbano equilibrado” (Moura, 2004, p. 5).

4.8 Planejamento e gestão participativa

Apesar da revisão de literatura não apresentar casos de seu emprego, a gestão participativa é um princípio normativo a ser considerado, dada a importância da inclusão social nas decisões da administração pública. Os modelos mais centralizados, sem consulta ou participação popular, costumam atender menos aos interesses da população local, privilegiando os interesses econômicos das classes dominantes. Hoje, considera-se que as cidades devem ser pensadas para satisfazer tanto a seus moradores quanto aos turistas. Desta forma, a qualidade dos destinos turísticos deve acontecer pela participação dos organismos públicos, privados e da população local, através do desenvolvimento e execução de planos, programas e projetos (BOULLÓN, 2005; OMT, 2001; KOTLER, HAIDER e REIN, 1996).

Os destinos turísticos analisados nesta seção e suas respectivas estratégias adotadas estão sumarizados na TABELA 1.

TABELA 1: Destinos e estratégias adotadas

ESTRATÉGIAS	Marketing urbano	Parcerias estratégicas	eventos	Captação de estrutura urbana	Criação de	Arquitetura icônica	Intervenções patrimoniais	Marcos regulatórios	Planejamento participativo
DESTINOS									
Auckland									
Barcelona									
Berlim									
Bilbao									
Cingapura									
Dubai									
Gênova									
Hong-Kong									
Lisboa									
Londres									
Madrid									
Seattle									
Sydney									
Xangai									

5. Modelo de Análise das Políticas Urbanas para o Turismo

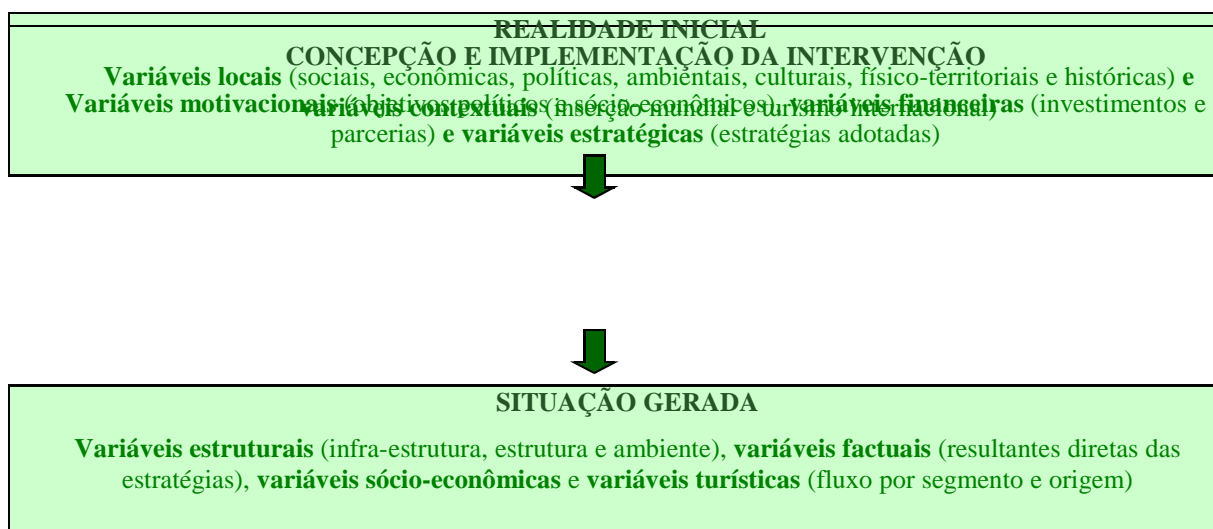
Os processos de transformação das cidades estudadas se deram em três fases fundamentais:

- ✓ A primeira, que precede a decisão política de intervenção está relacionada à “realidade inicial”, dada pelos condicionantes locais e contextuais, tais como infraestrutura urbana, evolução do tecido urbano, patrimônio cultural, indicadores sócio-econômicos, posicionamento geo-político, fluxo turístico;
- ✓ a segunda, “concepção e implantação da intervenção”, quando estratégias conhecidas são aplicadas ao destino segundo as possibilidades de atrair investimentos e seus objetivos - tais como reforçar a imagem pública da cidade, melhorar a qualidade de vida, tornar-se centro econômico, financeiro, tecnológico ou cultural e turístico; e

- ✓ a terceira diz respeito aos resultados da política implementada, ou à “situação gerada”, que avalia aproximadamente os mesmos aspectos considerados na primeira fase.

A FIGURA 2 resume o modelo proposto pelos autores.

FIGURA 2 – Modelo de Análise de Políticas Urbanas para o Turismo



Fonte: Bessa, 2006.

O estudo de caso que se segue é um exemplo da possível utilização do modelo, tanto nas áreas da administração pública voltadas para o desenvolvimento e a internacionalização de cidades como para os estudos urbanísticos.

6. O caso do Rio de Janeiro em tempos recentes

A cidade do Rio de Janeiro, reconhecida mundialmente como destino turístico desde o início da propagação da atividade, foi também centro político e capital do país até a inauguração de Brasília em 1960, quando viu-se em processo de esvaziamento econômico. Com economia fundamentada nos serviços administrativos e no turismo, sofreu ainda um último baque com a transferência da Embratur para Brasília em 1991, o que significou distanciamento político entre o órgão e a cidade. A partir da década de 1990 o Rio toma para si e sob a égide do Plano Nacional de Municipalização do Turismo (1994), a gestão do Turismo em seu território.

A situação do turismo vai se deteriorando em termos de atratividade comparada. O número de desembarques no Rio entra em declínio em relação ao destino Brasil, caindo de 30,9% dos desembarques brasileiros em 1994 para 18,7% em 2004; o mesmo se dá com relação ao número de turistas internacionais: Em 1990, 51,1% dos turistas no Brasil têm como principal destino a cidade do Rio, dado que cai progressivamente para 36,9% em 2003.

Não obstante, o crescimento do turismo na cidade em números absolutos é de 170% entre 1990 e 2003 (SET/EBAPE-FGV, 2005).

Quanto à aplicação do modelo de análise das políticas urbanas para o turismo, pode-se afirmar que o Instituto Pereira Passos (IPP) e a RIOTUR têm levantado consistentemente todos os dados relativos à primeira fase, de avaliação da realidade inicial². A Prefeitura seguiu também o modelo proposto em sua segunda fase - concepção e implantação das intervenções, pois declara seus objetivos gerais e específicos para cada região da cidade bem como para o todo, e evidencia sua opção pela “cultura estratégica”, já, mais que avaliando, atraindo parceiros no setor privado. A terceira fase também vem sendo seguida, considerando-se o número e gama de estudos produzidos pelas instituições municipais desde a aprovação do Plano Estratégico II em 2004.

6.1 Estratégias adotadas: Parcerias estratégicas, criação de marcos regulatórios e atração de grandes eventos

Desde início dos anos 1990, diversas tentativas de inserção da cidade do Rio de Janeiro no circuito global de produção e realização de grandes eventos esportivos são realizadas. Elas se enquadram no contexto histórico político específico da administração César Maia, na qual identifica-se a disputa entre a gestão democrática e a gestão estratégica da cidade, tendo sido esta última tornada dominante ao longo dos anos³.

Desde 1992 o discurso administrativo enfatiza o agravamento de uma situação de “crise” urbana, proclamando a busca pela eficácia administrativa, pelo restabelecimento da “ordem urbana” e pelo incentivo às atividades econômicas como prioridade. Para tanto, se inspira na experiência “bem sucedida” de reestruturação urbana e econômica da cidade de Barcelona, fortalecida principalmente a partir da realização dos Jogos Olímpicos de 1992, sob a consultoria de nomes internacionais como Jordi Borja e Manuel de Forn, da TUBSA (Tecnologias Urbanas Barcelona S.A). Em 1993, a Prefeitura da Cidade, a Associação Comercial (ACRJ) e a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) firmam contrato com esta empresa para prestar consultoria na elaboração do “Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro” (PECRJ). O plano seria financiado por um Consórcio Mantenedor constituído por 51 empresas e associações empresariais. Em 1995, foi homologado o PECRJ, ou “Rio Sempre Rio”. Sua estrutura principal era composta por sete linhas estratégicas: “O Carioca do Século XXI”, “Rio Acolhedor”, “Rio Participativo”, “Rio Integrado”, “Portas do Rio”, “Rio Competitivo” e, por último, “Rio 2004: Pólo Regional, Nacional e Internacional”.

Apesar dos promotores defenderem a ampla participação popular e institucional na elaboração do PECRJ, uma análise mais profunda mostra ‘quem deu as cartas’: Na estratégia “Rio 2004”, por exemplo, o objetivo era desenvolver uma série de projetos com

prazos definidos e efeitos sobre a imagem interna e externa da cidade, de modo a torná-la um pólo de atratividade internacional. A realização dos Jogos Olímpicos de 2004 na cidade do Rio de Janeiro era encarada como o evento capaz de alavancar o desenvolvimento da cidade como um todo, sendo neste sentido, uma das principais estratégias contidas no plano.

No segundo mandato (2001–2004), César Maia continua o processo de inserção da cidade no cenário internacional, elaborando em 2002 o segundo Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro, “As Cidades da Cidade”, com doze planos estratégicos regionais (PECRJ, 2002). Neste mesmo ano, o Rio é eleito cidade-sede dos Jogos Pan-americanos Rio 2007, dando início à corrida pelos Jogos Olímpicos de 2012. As estratégias destacam a Barra da Tijuca propondo a melhoria da infra-estrutura e a diversificação da oferta de equipamentos e atividades de cultura e lazer na região. Salientamos que em todas estas candidaturas olímpicas os planos estratégicos foram as grandes matrizes orientadoras das propostas, determinando os locais de competição e equipamentos a serem construídos de acordo com as estratégias e o suposto modelo urbanístico estabelecidos.

6.2 Estratégias adotadas: Inserção de Arquitetura Icônica, Intervenções no Corpus Patrimoniale e Melhoria da Infra-estrutura

O IPP (Instituto Pereira Passos) autarquia de planejamento urbano vinculada à Secretaria Municipal de Urbanismo da municipalidade e a Riotur (Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro S.A.), sociedade de economia mista subordinada à Secretaria Especial de Turismo que “tem por objeto a implementação da política de turismo do Município do Rio de Janeiro [...] em consonância com as diretrizes e os programas ditados pela Administração Municipal”⁴ são os dois grandes responsáveis pelo desenho e aplicação das políticas urbanas e turísticas da cidade. Não são subordinados aos apelos das administrações sucedâneas, mas vêm respondendo à política baseada no planejamento estratégico de forma exemplar, complementando as demais ações da prefeitura.

Com relação às estratégias aqui discutidas, vêm se utilizando e/ou recomendando mais amiúde a arquitetura icônica, as intervenções em áreas ricas em patrimônio histórico e a melhoria da infra-estrutura de forma pontual e estratégica. Mais recentemente, apóiam grandes projetos urbanos, como o Porto Maravilha, de reestruturação central da cidade.

O IPP coordenou, em conjunto com a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (SMEL) e o Comitê Olímpico Brasileiro (COB), as ações de planejamento para implantação da infra-estrutura do Pan 2007. “Uma série de intervenções foi planejada e organizada, visando tornar este evento inesquecível. Intervenções nas áreas de urbanismo, transportes, meio ambiente, habitação, cultura e turismo, entre outros, são estratégicas para gerar um legado inestimável e tornar a cidade, definitivamente, a capital latino-americana dos esportes.

[...] O IPP teve, também, atuação decisiva na organização da candidatura do Município aos Jogos Olímpicos de 2012 em todas as suas fases” (IPP, 2008)

Na área da infra-estrutura urbana, o IPP apresentou como projetos o “Plano de recuperação e revitalização da Área Portuária” e o “Cidade Nova: Teleporto e Centro de Convenções”. O projeto portuário, tal como previsto no plano anterior ao Porto Maravilha, visava a otimizar o receptivo e capitalizar as benesses relativos às chegadas de passageiros em cruzeiros marítimos (que vem crescendo substancialmente) em parceria com o BNDES e a CEF. Já o projeto Cidade Nova, tinha como objeto uma região vizinha ao porto, que dotada de infra-estrutura e equipamentos “ampliar[ia] a atratividade do Rio na captação de eventos nacionais e internacionais” (IPP, 2008). Entre seus Projetos Especiais, o IPP, em parceria com a Riotur apresentou ainda o Caminho Imperial (caminho da Quinta da Boa Vista até a Fazenda Imperial de Santa Cruz percorrido pelo imperador e sua família) que contava com o apoio das universidades privadas da Zona Oeste, visando “resgatar a história, valorizar os bens culturais remanescentes da região e dinamizar o eixo que atravessa a cidade passando por vários bairros”. (IPP, 2008).

7. Epílogo: O ‘legado’ das ações estratégicas recentes para o desenvolvimento sustentável local

Centrada na atração de grandes eventos esportivos, a municipalidade construiu e utilizou nos Jogos Pan Americanos de 2007 (Pan) praticamente os mesmos equipamentos propostos na candidatura de 2012, distribuídos em quatro grandes áreas: Barra da Tijuca, Maracanã, Pão de Açúcar e Deodoro. A Vila Pan-americana permaneceria localizada na Barra da Tijuca, sendo implantada num terreno de 480.000 m² com dimensões de 580m x 500m, ocupando uma área de 290.000 m², com capacidade para 15.360 pessoas distribuídas em 48 edifícios de apartamentos com 11 andares, sendo quatro apartamentos por andar. Exceção, a transferência do estádio de atletismo da Barra para o Engenho de Dentro na Zona Norte seria uma indutora da renovação urbana na região.

As questões da imagem e da atração de investimentos aparecem de forma recorrente tanto na proposta RIO 2012 como no Plano Estratégico II. Os jogos olímpicos são colocados como oportunidade única de difundir, “em escala mundial, a imagem da cidade do Rio, do seu Estado e do Brasil, apresentando suas belezas naturais, sua riqueza cultural e sua excelência em organização de eventos desta envergadura” (Comitê de Candidatura RIO 2012 - Documento, 2003 p.22 – v1) representando “novas oportunidades de negócios e importantes investimentos em políticas públicas” (ibidem, 2003, p.84).

O legado social foi outro tema teoricamente valorizado pelos promotores do evento sendo através da Agenda Social, que consistia em 43 metas sociais a serem alcançadas até

2007, divididas em seis grandes eixos: Crianças e Adolescentes, Jovens, Idosos, Mulheres e Gênero, Portadores de Deficiência e População em extremo risco social, além dos programas sociais propostos como os guias cívicos e o projeto medalha de ouro. Ao longo do processo de implementação do Pan, a Agenda Social foi reduzida a 14 metas.

Orçado inicialmente em aproximadamente 696 milhões de reais, os custos do Pan também foram objeto de muitas alterações ao longo do processo de implementação dos Jogos: Saltaram para aproximadamente 3,8 bilhões de reais, incluídos neste valor os investimentos das três esferas de governo, que perfizeram uma contribuição da ordem de 72% dos custos totais (Para dirigentes, 2008).

De acordo com Barros (2008), “[e]fetivamente, [...] verifica-se que muito pouco do que foi apresentado no Dossiê de Candidatura como “legado” para os cidadãos foi executado. [...] Os ganhos com infra-estrutura urbana, os projetos sociais, a valorização da prática esportiva, dentre tantas propostas, foram simplesmente relegados a segundo plano, ou deixados totalmente de lado. [Ainda,] grande parte dos equipamentos [...] construída mediante parcerias [público-privadas ou] com dinheiro público, logo [foi privatizada]” (Barros, 2008, p.78) a preços irrisórios e com longos prazos de arrendamento (Arenas jazem, 2008) como foram os casos da Arena HSBC e do Engenhão (ver figuras 3 e 5).

7.1 Vila Pan-Americana e Complexo do Autódromo – especulação imobiliária, ações de despejo e conflito ambiental

A Vila Pan-Americana e o Complexo do Autódromo causaram um grande impacto arquitetônico e urbanístico na paisagem da região, mas principalmente representaram um ponto de inflexão na relação estabelecida com as comunidades (pobres) vizinhas.

Surgiram denúncias que abrangiam desde a forma de financiamento, custos dos equipamentos, processos licitatórios, destinação pós-evento, modificações do projeto original, problemas na execução das obras até o embate direto com as comunidades locais, frente ao processo de ‘aspepsia urbana’ que ia se estabelecendo na região. Sob a justificativa do Pan, várias comunidades foram ameaçadas de remoção: Duas delas conseguiram resistir às intensas tentativas de remoção (Canal do Anil e Vila Autódromo) enquanto outras duas foram removidas (Arroio Pavuna e Canal do Cortado).

FIGURA 3 – Parque Aquático Maria Lenk e Arena HSBC



Fonte: Danielle Barros Benedicto e Lucia Capanema Alvares

A localização da Vila na Barra da Tijuca contribuiu para que o processo de especulação imobiliária aumentasse na região. De fato, pesquisa realizada em 2005 pelo Grupo de Pesquisa ETTERN/IPPUR/UFRJ e GPDU-UFF constatou o processo de valorização da área associado ao crescente número de empreendimentos no entorno da Vila Pan-Americana. Tal tendência também foi identificada em estudos apresentados à municipalidade por Compans e Curi (2006a; 2006b), e reconhecida nos relatórios anuais 2005, 2006 e 2007 da Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Rio de Janeiro. A legislação limitadora do crescimento vertical na área foi alterada e a legislação ambiental federal referente às Áreas de Preservação Permanente, desconhecida. As estruturas dos edifícios chegam a atingir cerca de 45 metros de profundidade em área alagadiça, indicando grande interferência ambiental (conforme mostra a figura 4).

Figura 4 – Vila Pan-Americana em Área de Preservação Ambiental



Fonte: Lucia Capanema Alvares

7.2 O caso do “Engenhão”

O projeto do Estádio João Havelange, o Engenhão, contraria o Estatuto da Cidade (Lei no. 10.257 de 10 de julho de 2001) ao não realizar Estudo de Impacto de Vizinhança ou audiência pública prévia com os moradores da região. Tal estudo traria à baila o caso dos apartamentos condominiados que se localizam na mesma quadra do estádio, cujos moradores são submetidos ao grande volume de ruídos gerados a cada utilização do equipamento (ver figura 5). Com capacidade para 45.000 lugares e previsão de ampliação para 60.000, o estádio foi projetado visando também atender outros eventos esportivos do circuito internacional, como Copa do Mundo e jogos Olímpicos. Sua construção foi polêmica desde o início. Um dos primeiros conflitos se deu em relação à localização da edificação, o bairro do Engenho de Dentro, muito denso e consolidado; a legislação no entorno do “Engenhão” foi alterada de modo a tornar a região mais lucrativa para os investimentos privados e alterar a paisagem local significativamente. Cinquenta e uma ruas, de sete bairros próximos ao estádio, foram transformadas em área de Especial Interesse Urbanístico, redefinindo o zoneamento e ampliando o gabarito de 2 para 18 pavimentos, mudando o uso de industrial para misto e permitindo a construção de unidades habitacionais com apenas 30 m² de área construída.

As obras do estádio implicaram na demolição de oficinas e galpões ferroviários. Apesar das estruturas restantes serem tombadas pelo patrimônio histórico-cultural municipal, seu entorno foi completamente descaracterizado como se pode apreender da figura 5. Por

fim, a privatização do estádio e o abandono do projeto do Centro Olímpico de Desenvolvimento de Talentos – CODT também foram foco de críticas, pois furtaram aos moradores das áreas afetadas a prometida contra-partida sócio-cultural.

FIGURA 5 – Engenhão e seu legado para a comunidade local



Fonte: Lucia Capanema Alvares

7.3 – À guisa de conclusão: a busca pelo ‘desenvolvimento’ e a sustentabilidade no caso carioca

Os dados apresentados permitem avaliar que o caso do Pan 2007 mostrou investimentos insustentáveis sob todos os pontos de vista, malgrado a adoção do discurso do desenvolvimento local: são claros os impactos negativos nas relações econômicas, sociais, culturais e ambientais (com sérias influências nas contas públicas, nas identidades, em tecidos sociais, na paisagem e no patrimônio local). Já no quesito inserção internacional no seletivo grupo de destinos de grandes investimentos e fluxos turísticos, a cidade do Rio de Janeiro continua no campo das promessas, quando os administradores da cidade propagam os próximos grandes eventos – Copa do Mundo FIFA 2014 e Jogos Olímpicos 2016 – como carros-chefe da atratividade, que conta também com projetos imobiliários como o Porto Maravilha.

Ainda, sob o prisma do Modelo de Análise de Políticas Urbanas para o Turismo, podemos dizer que tanto as variáveis locais como as variáveis contextuais têm sido fartamente estudadas e documentadas pelo IPP e a Riotur e pelo Ministério do Turismo, gerando um bom conhecimento acerca da realidade inicial; já na concepção das intervenções a “cultura estratégica” manifestamente adotada leva a objetivos políticos e sócio-econômicos concentradores de renda e benefícios nos setores financeiros e imobiliários; conseqüentemente, a implementação das intervenções fica a reboque e a gosto destes mesmos setores através de possíveis parcerias e aportes privados. As estratégias adotadas, que no caso do PAN 2007 englobam, além das parcerias estratégicas, a criação de marcos regulatórios, a atração de grandes eventos, a inserção de arquitetura icônica, as intervenções no *corpus patrimoniale* e a melhoria da infra-estrutura para servir aos grandes projetos, redundam quase inexoravelmente no beneficiamento do sistema em detrimento das culturas e paisagens locais.

8. Referências Bibliográficas

Ake, Claude. Development and Underdevelopment. In Joel Krieger (ed.). The Oxford Companion to Politics of the World. New York: Oxford University Press, 1993.

Alvares, Lucia C. A questão Metropolitana e as Políticas Oficiais no Brasil: Evolução e o Caso da Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH). Anais do 1º Congresso Brasileiro de Direito Urbanístico, 2001. Mimeo

Alvares, Lucia C. e Paulo D. R. MENEZES. A Auto-Gestão Compartilhada e a Pesquisa-Ação Participativa como instrumentos de gestão da Vila Novo Ouro Preto – Belo Horizonte. In Anais do XXVIII ENANPAD 2004 – resumo e CD-Rom.

Álvares, Lucia C. e Isabel O. e Silva. Educação e capacitação comunitárias para o turismo: Um estudo dos Pólos Turísticos Caminhos do Norte e Vales do São Francisco e do Jequitinhonha – MG. In Anais do II ENANPUR 2005 (no prelo).

Arantes, Otília. O Lugar da arquitetura depois dos modernos. São Paulo: Edusp, 2000.

Arantes, Otília. Vainer, Carlos; Maricato, Ermínia. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2000.

Asworth, G. J.; Voogd, H. Selling the city: marketing approaches in public sector urban planning. London/New York, Belhaven Press, 1990 (caps. 1 a 3. Pp. 1- 44).

Barreto, Margarita. Turismo e legado cultural (3ª ed.) São Paulo: Papyrus, 2000.

Barros Benedicto, Danielle. Desafiando o Coro dos Contentes: Vozes dissonantes no processo de implementação dos Jogos Pan-Americanos, Rio 2007. Dissertação de Mestrado, IPPUR/UFRJ, 2008.

Beni, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 8a. ed. São Paulo: Editora Senac, 2003.

Borja, Jordi. Forn, Manuel. Políticas da Europa e dos Estados para as cidades. Espaço e debates. São Paulo, n.39, p. 32-47, 1996.

Boullón, Roberto C. Os municípios turísticos. Bauru: Edusc, 2005.

Brasil. Ministério do Turismo. Estatísticas Básicas do Turismo, 2005. Disponível em <www.turismo.gov.br>. Acesso em 03 de abril de 2005.

Cencic, Alenka. A harmonia pela diversidade na arquitetura de Berlim. IH em revista, Belo Horizonte. V.1,n.1, p. 123-140, dez. 2004. p. 123-140. ISSN 1807-1422.

Choay, Françoise . A alegoria do patrimônio. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

Comitê de Candidatura 2012. RIO 2012: Candidature Olympique de Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Comitê de Candidatura 2012, 2004.

Comitê de Candidatura 2012. RIO 2012: Cidade Postulante. Rio de Janeiro: Comitê de Candidatura 2012, 2003 (folder).

Compans, Rose; CURI, Cláudia. Relatório sobre o licenciamento de construções no ano de 2005. Armazém de Dados. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006a.

Compans, Rose; CURI, Cláudia. Relatório sobre o licenciamento no primeiro semestre de 2006. Armazém de Dados. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006b.

Coriolano, Luzia Neide M. T.(org.).Turismo com Ética. Fortaleza: Editora Funece: 1998.

Coriolano, Luzia Neide M. T.(org.) (2). O Turismo de Inclusão e o Desenvolvimento Local. Fortaleza: Premium Editora, 2003.

DAFT, Richard L. Organizações. Teoria e Projetos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

Essex, S.; Chalkley, B.. The changing infrastructural implications of the winter olympics, 1924-2002. The Bollettino della Società Geografica Italiana, Serie XII, Volume VII, 4, 2002.

Falcão, José Augusto Guedes. O turismo internacional e os mecanismos de circulação e transferência de renda. In: Yázigi, Eduardo; Carlos, Ana Ana Fani Alessandri; Cruz, Rita De Cássia Ariza (Org.). Turismo espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Editora Hucitec, 1996. p. 63 –74.

Freitag, Bárbara. Cidade dos homens. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2002.

Gama, Paulo. Londres: Futurista por tradição. Volta ao Mundo, Lisboa, ano 9, no. 108 p. 68-96, set. 2003.

Haidinger, Robert. Wall Street mediterrânea. Volta ao Mundo, Lisboa, ano 10, no. 118, p. 100-108, agosto 2004.

Hall, Michael. A tomada de decisão política e o planejamento centralizado – Darling Harbour, Sydney. In: Tyler, Duncan; Guerrier, Yvone Robertson; Martin (Org.). Gestão de turismo municipal. Teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2003. p. 21 –40.

Harvey, D.. Condição Pós-Moderna. São Paulo: Editora Loyola, 1989. 13ª Edição, fevereiro de 2004.

Hazan, Vera Magiano. O papel dos ícones da contemporaneidade na revitalização dos grandes centros urbanos. In: Arqutextos, out. 2003. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/arqutextos>. Acesso em: 15 nov 2004.

IPP. Instituto Pereira Passos. Projetos Urbanos. Disponível em www.rio.rj.gov.br/ipp. Acesso em: 14 ago 2008.

Kotler, P.; Haider, D.; Rein, I.. Marketing Público. São Paulo: Makron Books, 1996.

Molavi, Afshin. City on a Hill – Dubai dispatch. New Republic, v.230, ed.4, 02 ago. 2004, Disponível em:<<http://web33.epnet.com>>. Acesso em: 06 ago. 2005.

Monet, J. O álibi do patrimônio. In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, no. 24, ano 1996. p. 220 – 228.

Moura, Rosa. Cidades-modelo e a performance de Cingapura. In: Arqutextos. Disponível em <<http://www.vitruvius.com.br/arqutextos>. Acesso em: 27 dez 2004.

Neve no deserto. Veja, São Paulo, ed. 1934, ano 38, n. 49, 7 dez. 2005.

OMT. Organização Mundial Do Turismo. Introdução ao Turismo. São Paulo: Rocca, 2001.

Pinck, Axel H.. Seattle: melhor é difícil. *Volta ao Mundo*, Lisboa, ano 10, no. 111 p. 126-136, jan. 2004.

Para Dirigentes, gastos valeram investimento. *Folha de São Paulo*, esporte, 20 de janeiro de 2008.

Pinto, J.G. Planejamento estratégico e city marketing: a nova face das cidades no final do século XX. *Caminhos de Geografia – revista on line*. Programa de pós-graduação em geografia –UFU . Rio de Janeiro mar/2001

Prefeitura Da Cidade Do Rio De Janeiro. Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro: As Cidades da Cidade. Rio de Janeiro, 2002.

Rabahy, Wilson A . Turismo e Desenvolvimento. Estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri, SP: Manole, 2003.

Robertson, Martin; Guerrier, Yvonne. Eventos como vitrines empresariais – Sevilha, Barcelona e Madri. In: In: TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvone; ROBERTSON, Martin (Org.). *Gestão de turismo municipal. Teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos*. São Paulo: Futura, 2003. p. 291 –308.

Ruschmann, Doris Van de Meene. Turismo e planejamento sustentável. Campinas, SP: Papyrus Editora, 1997.

Sanchez, Fernanda. Políticas urbanas em renovação: uma leitura dos modelos emergentes. *Revista Brasileira de estudos Urbanos e Regionais*, Campinas, n.1, p.115-132, 1999.

Sánchez, Fernanda. A reinvenção das cidades para um mercado mundial. Editora Argos, Santa Catarina, 2003.

Santos, Cristiane e Carlos Campos. Estratégias para o desenvolvimento sustentável do turismo. In CORIOLANO, Luzia Neide M. T. *Turismo Comunitário e Responsabilidade Socioambiental*. Fortaleza: Editora EDUECE, 2003.

Santos, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2004.

Santos, Theotônio dos. Dependencia Economica y Cambio Revolucionario en America Latina. Caracas: Editorial La Enseñanza Viva, 1973.

Secretaria Especial de Turismo/EBAPE-FGV. *Economia do Turismo da Cidade do Rio de Janeiro – 2003*. Rio de Janeiro, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2005.

Singer, Paul. *Economia Política da Urbanização* (14ª ed.). São Paulo: Contexto, 1998.

Tyler, Duncan; Guerrier, Yvone; Robertson, Martin (Org.). *Gestão de turismo municipal. Teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos*. São Paulo: Futura, 2003. p. 291 –308. URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas*

sociedades contemporâneas. Trad. Carlos Eugênio Marcondes de Moura. – 3a. ed. - São Paulo: Stúdio Nobel: SESC, 2001.

Varela, João Costeira. Mítica Xangai. Simbiose das épocas. Volta ao Mundo, Lisboa, ano 10, no. 109, p. 156-168, nov. 2003.

¹ Segundo Adam Jones, ex-morador da região, durante entrevista pessoal aos autores em 12 de abril de 2005.

² Ver sites www.armazemdedados.rio.rj.gov.br do IPP e www.rio.rj.gov.br/planoestrategico da RIOTUR.

³ O prefeito César Maia está, na prática, no poder durante todo o período focado neste artigo: 1993-1996, 2001-2004, 2005-2008. A gestão de 1997-2000 estava a cargo de Luiz Paulo Conde, ex-secretário de urbanismo na gestão César Maia e candidato apoiado pelo mesmo. No entanto, durante a administração Conde a aliança política entre os dois políticos foi rompida. Em 2000 disputa e conquista pela segunda vez a prefeitura carioca.

⁴ Segundo o sítio eletrônico da própria agência, hospedado no sítio oficial da Prefeitura da cidade. Em www.rio.rj.gov.br/riotur. Acesso em 13 de agosto de 2008.