Porto Maravilha: *branding* como amálgama de um espaço neoliberal

Maria Helena Carmo dos Santos

Introdução

Há muito as cidades têm sido objeto de intervenções, de representações sociais, de estudos das mais variadas áreas do conhecimento. Filósofos, geógrafos, sociólogos, urbanistas, arquitetos têm olhado para a cidade seja para questioná-la sobre o que seria ou deveria ser, seja para analisar as modificações que ela vem sofrendo ao longo de centenas de anos, porque elas ocorrem e quais suas consequências para a sociedade.

Entre os séculos XV e XIX, a cidade passa por grandes transformações: destrói tudo o que "obstaculizava as dinâmicas dos negotia" (Cacciari, 2010: 26), consolida "o poder político num único centro nacional" (Mumford, 2004: 387) e, com o capitalismo no século XVII, há um estímulo à expansão urbana, principalmente por causa dos mercadores, financistas e senhores de terra (idem: 445) – talvez o momento em que o novo sistema econômico começa a exercer influência nos recentes Estados nacionais. Seguindo a perspectiva histórica do desenvolvimento das cidades, Mumford traz à tona um fato para se compreender como o solo urbano começou a ser apropriado no século XII, o que provavelmente poderia apontar para um olhar mais "estratégico" de ocupação da cidade, pelo menos do ponto de vista do "investimento privado":

> O traçado de uma cidade tem relação com as necessidades dos negócios (...) a unidade fundamenta não é mais a vizinhança ou o recinto fechado, mas o lote de edificação individual, cujo valor pode ser medido em termos de frente em metros: isso favorece um retângulo com uma frente estreita e grande profundidade, que proporciona um mínimo de luz e ar aos edifícios, particularmente às moradias (...) vantajosas para o especulador em imóveis, para o construtor comercial e para o advogado. Os lotes favoreciam o bloco retangular de construção, que mais uma vez tornou-se a unidade de ampliação da cidade (Mumford, 2004: 457).

Se na cidade grega e romana a centralidade está no espaço vazio, respectivamente na ágora e no fórum, na medieval, os mercadores e mercadorias foram integrados e instalados no centro, na praça do mercado, ou seja, a centralidade urbana acolhe produtos e as pessoas (Lefebvre, 2011: 129), proibindo acesso àqueles que ameaçam a função econômica. Para o autor, a cidade capitalista criou o centro de consumo para o qual eram atraídos comércios raros, produtos e gêneros de luxo e onde o consumidor também consumia o espaço (idem: 130). Seria então o prenúncio de que o espaço, de forma embrionária sendo convertido em mercadoria, iria se tornar na atual cidade-mercadoria, aquela que precisa se (re) posicionar de forma estratégica no cenário global para atrair investimentos, negócios, turistas?

Neste artigo, propomos o seguinte recorte: refletir sobre como a área portuária da cidade do Rio de Janeiro, esquecida, degradada por décadas, renasce como Porto Maravilha, tomando como ponto de partida a "promessa" governamental de transformar o Rio em uma nova cidade (*site* Cidade Olímpica) através do projeto Cidade Olímpica, e como esse discurso oficial é publicizado por uma gestão de *branding* da área do porto e, por extensão, da cidade do Rio de Janeiro.

De porto a Porto Maravilha

As histórias do Brasil, da cidade do Rio de Janeiro e de seu porto se fundem ao longo dos séculos. Segundo Santos e Lenzi (2005), mesmo antes da fundação do Rio de Janeiro, em 1565, o "porto" já era considerado um lugar estratégico devido às características geográficas, informação que constava nos documentos portugueses do início do século XVI, o que o tornava um importante local de ligação entre o Rio da Prata e os postos negreiros da África (idem, 2005).

No século XVIII, o porto do Rio incorpora uma nova função com a transferência da capital do Brasil Colônia de Salvador para o Rio de Janeiro: a de exportador de metais preciosos, principalmente ouro, dando início ao segundo ciclo econômico. Por essa razão, transferiu-se o mercado de escravos do Centro da cidade (Rua Direita, atual Primeiro de Março) para o Valongo cujo cais se converteu em polo central do comércio de escravos (Cardoso; Vaz; Albernaz e Pechman, 1997: 29).

Com o fim do tráfico de escravos, as instalações portuárias passaram a comercializar açúcar e, principalmente, café. Com o aumento da produção e exportação do "ouro negro" ocorreu um novo processo de urbanização e melhorias, como aterros na rua da praia da Saúde, na Prainha e no Valongo (Pinheiro; Rahba; Santos e Lenzi, 2005). No entanto, o início do processo de decadência da zona portuária muito se deve à perda de maior porto exportador do Brasil, em 1890, para a cidade de Santos, embora tenha permanecido como principal porto importador e distribuidor do país (Cardoso; Vaz; Albernaz e Pechman, 1997: 120). Parte vital da atividade econômica da cidade e do Brasil por quase quatro séculos, o porto atraía milhares de brasileiros negros (principalmente com o fim da escravidão e crise do café) para trabalho braçal, que se estabeleciam a princípio na Saúde, antigo Valongo, onde a moradia era barata (ibidem, 2005). Bairros pobres e insalubres, Saúde e Prainha enfrentaram o epicentro da primeira grande epidemia de febre amarela no Rio de Janeiro, tendo sido a área, em 1904, um dos palcos mais importantes para o episódio conhecido como a Revolta da Vacina[1] (Santos e Lenzi, 2005: 131).

Maior porto importador do Brasil à época do governo de Pereira Passos (1902-1906), a sua modernização representava um papel fundamental no equilíbrio das contas federais. Naquele momento, segundo Abreu (1987: 19), "era preciso também criar uma nova capital, um espaço que simbolizasse concretamente a importância do país como principal produtor de café do mundo, que expressasse os valores e os *modi vivendi* cosmopolitas e modernos das elites econômica e política nacionais".

Era, portanto, uma política de governo a nível municipal e federal que, ao mesmo tempo em que se embelezava a cidade e se atacava a insalubridade crônica da capital federal e se "preparava a direção de expansão do uso residencial para burguesia urbana" (Pinheiro e Rabha, 2004: 46), enfrentava outra questão: era urgente a modernização do porto, afinal era um importante motor da economia nacional agrário-exportadora. Em geral, o período Passos representa "a superação efetiva da forma e das contradições da cidade colonial

escravista e o início de sua transformação em espaço adequado às exigências do modo de produção capitalista (Abreu, 1987: 67).

Nos anos 1960, a exemplo de outros portos tradicionais, com o fim do "cais de linha" e o crescimento do porto de Santos, o porto do Rio perde importância no comércio marítimo brasileiro (Atrás do porto existe uma cidade, 2009: 27). E, na década de 1970, com a construção do Viaduto da Perimetral, os bairros portuários ficaram ainda mais apartados da cidade (Ferreira, 2012). Com o passar do tempo, após o porto do Rio perder o *status* de circulação de produtos exportados e importados, a área e o entorno sofreram um longo processo de degradação e de esvaziamento populacional. Com o Projeto Porto Maravilha, que toma forma após a cidade do Rio de Janeiro ser escolhida como sede da Olimpíada 2016, quer se construir uma nova história para a região portuária.

Assim como aconteceu em Baltimore, Barcelona, Cidade do Cabo, Buenos Aires, Roterdã e Hong Kong, o principal objetivo do projeto é a recuperação urbanística e socioeconômica de uma região abandonada e decadente, apesar de alto poder de renovação (Góes, 2010: 7) a partir de investimentos em infraestrutura, habitação, comércio, indústria, mas também em cultura e entretenimento[2], como AquaRio, o maior aquário marinho da América Latina; o Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR), o Museu do Amanhã (inauguração prevista para julho de 2015); e o novo prédio da Biblioteca Nacional, cujo projeto "valoriza os vínculos entre o edifício e a praça-esplanada resultante da reurbanização do Porto, justamente na inflexão do cais, na posição em que ele se abre à cidade"[3]. Para o presidente da Cdurp[4], o novo prédio "será mais uma atração do corredor cultural formado pelo novo passeio público"[5] em construção na Avenida Rodrigues Alves, que ligará a Praça XV ao Armazém 8 do Cais do Porto. De acordo com o discurso oficial, o projeto Porto Maravilha vai ao encontro às políticas de requalificação urbana que parecem privilegiar "o tempo livre à disposição dos cidadãos que, deste modo, reivindicam um correspondente espaço público" (Ferreira e Indovina, 1999: 10), em uma "releitura" da cidade que já teve em seu porto uma importante centralidade.

Intervenções urbanísticas de grande impacto fazem parte do Projeto Porto Maravilha, como mudanças viárias[6], como a criação de uma nova rota, a Binário do Porto[7], a demolição do elevado da Perimetral[8], a transformação da Avenida Rodrigues Alves em via expressa e a reurbanização de 70 km de vias. O empreendimento promete mudar totalmente "o conceito de mobilidade urbana na Região Portuária (…), privilegia o transporte público coletivo, valoriza a ideia de morar perto do trabalho, cria mais espaços para o pedestre,

implanta 17 km em ciclovias, contempla recursos de acessibilidade e integra os sistemas de meios de locomoção na área"[9].

Com grandes eventos sendo realizados no Rio de Janeiro, como Copa do Mundo e Olimpíada, o discurso político acredita que "o porto do Rio está prestes a se transformar em um novo paradigma para o país, dessa vez integrado ao movimento das cidades mundiais" (Paes, 2010: 5) e a região portuária em "dinâmicos centros irradiadores de desenvolvimento econômico, social e cultural" (idem). Para marcar o contexto atual, o Porto Maravilha parece antecipar o que é e será: "maravilha", como se uma metonímia da "Cidade Maravilhosa[10]". Estratégias de *branding*, incluindo a própria denominação do projeto, estão em andamento, como *site* institucional, revista, folhetos e perfil no Facebook, além do Facebook Cidade Olímpica, uma vez que a requalificação da área portuária faz parte do discurso oficial em relação ao legado dos Jogos Olímpicos 2016.

Porto Maravilha: uma lógica neoliberal de (re)ordenamento urbano

As áreas portuárias/fluviais sempre tiveram um papel estratégico na história das cidades. De vários portos partiram centenas de desbravadores que se lançavam em busca de conquistas de territórios ou rotas de mercado, no princípio por produtos raros e matéria-prima (madeira e minério), depois, com a Revolução Industrial, por produtos manufaturados. Atualmente, além do processo de carga e descarga, o fluxo de serviços transformou as áreas portuárias e bairros arredores em espaços de turismo, lazer e negócios. Isso reflete o que Milton Santos (2006: 161) denominou meio técnico-científico-informacional, em que, ao mesmo tempo em que há aumento da importância dos capitais fixos (estradas, pontes, etc.) e dos capitais constantes (maquinário, veículos, sementes especializadas, etc.), cresce o número e a importância dos fluxos (incluindo os financeiros). Na etapa anterior do meio geográfico, o espaço torna-se mecanizado, uma artificialização do entorno natural, em que inexistia a mediação homem e natureza.

A partir da invenção das máquinas há uma nova territorialização do espaço geográfico por meio de estradas de ferro, rodovias, fábricas, por exemplo, gerando um afastamento do meio natural. Produzido em razão do comércio (Santos, 2006: 237), colonizadora e capitalista, o meio técnico desenraizaria a cultura local, que "cede" às influências desse espaço que se expande. Atualmente, na etapa técnico-científico-informacional, os territórios são menos

"nacionais" e mais "globais" e a relação produção, circulação e consumo de mercadorias fica ainda mais fluida com as redes de comunicação sob a forma de cabos submarinos, satélites e antenas, tornando possível o controle e sincronização da produção e circulação de mercadorias em fábricas distantes da sede das empresas e a garantia do consumo em nível global. Mais uma vez, devido à mudança mundial de uma economia industrial, que molda esse período técnico, para uma economia baseada na informação, do período técnico-científico-informacional, surgem novos desafios para as cidades para que elas enfrentem a terceirização da economia, a desindustrialização e o "deslocamento" (Guala, 2007: 19).

Na cidade como centro mundial, a economia dominante é a metropolitana (Mumford, 2004: 567), sendo que, no começo do século XXI, as indústrias culturais moldam as políticas econômicas em diversas áreas urbanas, em uma potencial aceleração do entretenimento de massa que surgiu no século anterior (Kotkin, 2012: 21). Nos países avançados, as cidades apoiariam suas perspectivas futuras em centros culturais e de entretenimento, rumo a um papel mais efêmero (idem). Surgem, como consequência desse processo, conceitos efêmeros da cidade, como "Rio, capital da moda", "Cidade Olímpica". Os grandes eventos são, ao mesmo tempo, resultados e promotores dessa economia mais fluida ou fragmentada (Sennet, 2006) em que o turismo e a cultura exercem uma importância fundamental, criando nova oportunidade de trabalho e de consumo, redefinindo o próprio modelo de desenvolvimento (Guala, 2007: 19). Para Guala, as antigas cidades portuárias passam pela recuperação de suas áreas abandonadas, revitalizando-as com aquários e centros de ciência para que sejam competitivas internacionalmente e atraiam investimentos.

Áreas muito valorizadas, que chamam atenção do capital, elas dependem que o Estado continue desempenhando um forte papel diretivo (Sennet, 2006: 149). Ao Estado cabe verificar as modificações necessárias para o uso do solo, distintas das originais de um porto ativo economicamente. Santos enfatiza que o espaço é mais valorizado e, portanto, garante uma rentabilidade maior caso duas condições se apresentem, sempre mediadas pelo Estado: 1. de ordem técnica, ou seja, equipamentos, infraestrutura, acessibilidade; e 2. organizacional, a exemplo de leis locais, impostos, relações trabalhistas, por exemplo (2006: 166), o que favorece às parcerias público-privadas, como ocorre com o projeto de requalificação do Porto do Rio.

Próximas aos centros metropolitanos, como em outras grandes cidades, no Rio de Janeiro, a área do porto tem área altamente valorizada, que pode

ser direcionada para aproveitamentos múltiplos, ao mesmo tempo em que modernizam e reciclam galpões e armazéns, marcas da paisagem já construída, transformando-as em equipamentos voltadas ao lazer, à cultura e ao comércio, como tem sido a prática em várias outras cidades (Porto do Rio, 2001: 15). O discurso oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro, desde o início de documentos que abordam o interesse em recuperar a região portuária indica uma "adesão" a um sistema globalizado, em que há uma ampliação do "sistema-mundo" de todos os lugares e de todos os indivíduos (Santos, 2005: 145), sendo o mundo, um conjunto de possibilidades, cuja efetivação depende das oportunidades oferecidas pelos lugares (idem: 147).

Palco de modificações ao longo do tempo, as cidades vêm sendo planejadas mais próximas ao discurso empresarial do que ao dos interesses de cidadão. Palavras como estratégia, global, produto, mercadoria são recorrentes no discurso político das cidades que se querem lançar como mundiais, estando, portanto, subjugadas ao olhar imperativo capitalista ou uma percepção neoliberal do espaço urbano. O espaço antes obsoleto, em ruínas e sem uso precisa ter um desempenho produtivo. Para isso, esse espaço há de se especializar seja em decorrência de suas virtualidades naturais, realidade técnica ou vantagem de ordem social (Santos, 2006: 166). Santos destaca que essa "guerra de lugares" por mais investimentos, por uma recolocação no cenário mundial se torna mais "dramática quando está em jogo os empregos". Entretanto, é possível, sim, dizer que essa "guerra de lugares" envolve intervenções urbanas, como as das zonas portuárias, com alto potencial de retorno de investimentos, revestidas por um discurso de *branding* urbano que visa a diferenciar e potencializar a imagem de uma cidade frente a outras.

Se por um lado as cidades têm de se apresentar economicamente atraentes para se (re) inserir globalmente, por outro, precisam considerar quais atributos locais podem ser incorporados à imagem que se deseja construir e projetar no exterior. Bourdin (2001: 36) defende que o local se apresenta na "construção comum do sentido que faz o vínculo social" e o local herdado, como uma genealogia que contribui para uma compreensão do social e de que como esse passado age com o presente, deve ser repensado porque se constitui em um nível de integração das ações e dos atores, dos grupos e das trocas (idem: 56). O patrimônio, então, seria uma produção local, revelando a autenticidade desse território. O local se projetaria na diferença. Nessa bipolaridade entre o global e local, ou como sugere Santos, nessa tensão entre o mundo e o lugar (2005: 154), haveria uma oposição entre o "aqui-cidade" e o "outras cidades" que

se compõem, se retroalimentam, se interdependem continuamente. É uma tensão constante na bolsa de valores das cidades em que os ativos tangíveis da cidade-empresa, quer dizer, os bens "concretos" de sua propriedade, como o uso do solo, imóveis (capital físico e financeiro) e os intangíveis (imagem, marca, capacidade de comunicação com investidores, percepção) compõem o nível de atratividade ou risco da cidade.

Buscar forma de (re) ordenação do espaço urbano se apresenta como uma possibilidade de apresentar a investidores os ativos tangíveis e intangíveis da cidade. E a reconversão das "frentes de água" tem sido, nas duas últimas décadas, uma solução de (re) invenção das cidades. Teixeira (1999: 79-81) faz um levantamento sobre três modelos de reconversão desses espaços. No modelo americano, caracterizado pelas parcerias público-privadas incorporadas ao planejamento urbano, as intervenções são "monofuncionais, muitas vezes desenraizadas", e têm foco no turismo, lazer e recreação, nas quais aquários, centros de convenções, hotéis e marinas são destaques dos espaços construídos. O segundo modelo reproduz o modelo americano para Europa, Ásia e Austrália, com alto grau de artificialismo, terceirização e medidas de desregulamentação e flexibilização da gestão urbana para atrair investimentos em uma das formas principais do capital custear e orientar os projetos de reurbanização e reformas financiadas pela iniciativa privada (Jacobs, 2000: 326). Teixeira alerta que esse processo de financiamento e gestão a nível global tem provocado, em alguns casos, a transformação de formas arquitetônicas em um "cocktail de referências históricas e contemporâneas, incaracterístico e sem identidade" (idem: 108), comprometendo a necessária legibilidade destacada por Lynch (1999: 3) em que "as partes devem ser reconhecidas e organizadas em um modelo coerente". No terceiro, há uma participação dos agentes locais na definição de regeneração e reestruturação dos quarteirões centrais e pericentrais, que incluem, principalmente, medidas de habitação (Ibid.: 81).

Analisando-se o projeto Porto Maravilha, identifica-se que a opção adotada é uma mescla do americano e o de reprodução desse modelo: de um lado o planejamento urbano empresarial, com as parcerias público-privadas e alguns equipamentos voltados para o turismo e lazer, como o AquaRio e hotéis; do outro uma desregulamentação e flexibilização do uso do solo urbano, tanto para atrair investimentos quanto para permitir outras ocupações que não sejam restritas às atividades portuárias.

Segundo Fix (2011), a desregulamentação realizada principalmente a partir da década de 1980 coloca a aproximação do imobiliário com o mercado

de capitais em outro patamar de especulação[11], ou seja, há uma expansão da lógica financeira no espaço urbano que ocorre graças a vários agentes, como as políticas setoriais (habitação e infraestrutura), e à regulamentação dos setores financeiro e imobiliário, como se percebe na nota divulgada pela jornalista Flávia Oliveira:

> Incentivos no Porto do Rio foram prorrogados. Nova lei dá mais três anos para empreendimentos da região pedirem isenção de IPTU, ITBI e ISS à prefeitura (...) R$ 798 milhões – foi o valor dos serviços de construção civil movimentados na área do Porto no 2º semestre de 2012. É a cifra que está sujeita à isenção de ISS. Foi equivalente a 12,8% do movimento do setor na cidade (Oliveira, 2013: 26).

E na mudança de gabarito residencial: "Porto terá o maior prédio residencial da cidade – edifício de 40 andares e 1.330 apartamentos fará parte do conjunto que será construído para as Olimpíadas" (Bastos, 2012: 17).

Essa lógica de financeirização do espaço urbano torna-se mais explícita com a criação e venda de fundos imobiliários:

> Os primeiros fundos imobiliários para varejo foram constituídos apenas em 1999, como o Shopping Pátio Higienópolis e o JK Financial Center. A oferta para varejo estava relacionada ao saturamento do mercado de flats que ocorreu na época. Os pequenos investidores, os mesmos que participam da incorporação de flats, poderiam ser atraídos pelos fundos, de acordo com depoimentos de agentes econômicos envolvidos (Fix, 2011: 152).

Semelhante ao processo de financiamento do Shopping Pátio Higienópolis e do JK Financial Center, o projeto do porto é gerenciado pela Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (Cdurp), com operação financeira articulada pela Prefeitura do Rio de Janeiro e por meio da criação do Fundo de Investimento Imobiliário Porto Maravilha (FIIPM), especialmente para a negociação dos Cepacs[12]. De acordo com o *site* Porto Maravilha[13], em 13 de junho de 2011, os 6,4 milhões de Certificados de Potencial Adicional de Construção (Cepacs) foram arrematados em lote único, o que garantiu recursos para todas as obras e serviços da operação ur-

bana Porto Maravilha. Isso exemplifica a influência do capital financeiro no desenvolvimento do espaço urbano:

> A máquina imobiliária de crescimento local mobilizou-se para a produção de bases hospedeiras para o capital financeiro e pressionou o Estado a capturar fundos públicos nas chamadas parcerias público-privadas. A combinação entre fundo público e massas de capital concentradas transformou, ainda que parcialmente, o padrão de urbanização brasileiro nas últimas décadas (Fix, 2011; 243).

A Caixa Econômica Federal, gestora do Fundo Imobiliário Porto Maravilha, tem a exclusividade para vender os Cepacs. De acordo com a mesma matéria (Magalhães, 2012), "as duas primeiras Trump Towers começam a ser erguidas no segundo semestre de 2013, com previsão de conclusão até os Jogos Olímpicos de 2016. As outras três torres serão construídas *conforme a demanda do mercado*" (grifo da autora). É o capitalismo conquistando espaço por meio da especulação imobiliária em uma grande obra urbana (Lefebvre, 1999).

Esse uso do solo urbano, cada vez menos público e mais privado, exemplificando um nível de capitalização ou financialização das atividades (Santos, 2005: 49), aparece na cobertura midiática. Na matéria de O Globo (Rocha; Pontes e Magalhães, 2013: 9), afirma-se que "com seis vagas para cruzeiros dispostos de forma que causa grande impacto na paisagem, a obra visa atender a compromissos internacionais assumidos para as Olimpíadas de 2016", o que parece justificar o projeto controverso das docas do porto.

Associado aos Jogos Olímpicos, o Porto Maravilha representa um produto de uma cidade neoliberal que segue uma nova forma de urbanismo que surgiu nas décadas de 1960 e 70 (Greenberg, 2008: 24): o (re) desenvolvimento de áreas centrais como destinos urbanos de entretenimento (idem: 29). Para a autora, o papel assumido pelos governos municipais, o de uma governança corporativa das cidades, faz com que o *branding*[14] também migre do meio corporativo para o urbano. Como "multinacionais do século XXI" (Borja e Castells, 1997: 123), as cidades precisam seguir uma lógica de gestão, em que palavras como eficiência, produtividade, planejamento assumem importância no vocabulário da administração urbana. É a linguagem das organizações, do mercado incorporado à cidade, transformando-a em um produto competitivo regional, nacional e/ou internacionalmente para ser consumido por locais e turistas. Por essa nova ótica de ver as cidades, mais do que gerir o seu

dia a dia das cidades, a questão é: como atrair mais investimentos e turistas, diferenciando-as de outras já inseridas no mercado de consumo global e outras que estão construindo a sua inserção. Temos, portanto, de um lado, uma gestão urbana empresarial, que busca articular interesses públicos e privados, e de outro, mas de forma articulada e fundamental ao processo, o de planejar estratégias de *branding* que projetem a marca da cidade local e globalmente.

Considerações finais

Ao que tudo indica o *branding* passa a ser "o" discurso da cidade neoliberal que intenciona sua projeção internacional a partir da construção de uma narrativa ficcional em torno do seu espaço urbano. Se uma política de requalificação da zona portuária segue uma fórmula global neoliberal em que o solo urbano tem um alto valor de mercado e é, portanto, (hiper) valorizado, conjugando uma série de intervenções – viárias, de infraestrutura, de re (construção) de novas paisagens, de cenários arquitetônicos, a tentativa de traduzir isso em forma de discurso é por meio de uma gestão de *branding* urbano.

Parece-nos possível pensar que o *branding* contribuiria para a composição de um discurso da psicosfera (cf. Santos, 2005) da região portuária da cidade do Rio de Janeiro ao produzir um sentido que estimule um (novo) imaginário para o lugar, agora "maravilhoso". Essa visibilidade midiática da qual depende o *branding* torna o projeto Porto Maravilha um acontecimento para cidade do Rio de Janeiro, apoiado em um grande evento igualmente midiático, a Olimpíada de 2016.

Ancorado por um discurso em que tenta projetar o Porto do Rio de Janeiro como um local de ordem técnica (cf. Santos, 2006: 166), com uma excelente infraestrutura e acessibilidade, com um novo sistema viário para toda região, e organizacional (idem), com a flexibilização de leis locais, que altera o uso do solo, e impostos, o porto se apresenta como um lugar potencialmente rentável ou, como denomina Santos (ibidem: 166), com produtividade espacial, capaz de atrair investimentos. Mas, nessa disputa pela atenção global, que pode viabilizar a recuperação da área que até algum tempo atrás era degradada e sem valor de uso, o discurso do *branding* parece ser fundamental para manter o Rio de Janeiro em vantagem competitiva a outras cidades mundiais.

Notas

1. No meio de um grande processo de reurbanização e de saneamento da capital da República, foi instituída a lei de vacinação obrigatória, estopim para uma revolta da população, já insatisfeita com a política do "bota-abaixo" do governo Pereira Passos que reconfigurou o centro da cidade do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.ccms.saude.gov.br/revolta/revolta.html>. Acesso em 18 de jan. 2015.
2. Disponível em:
<http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto_porto_maravilha.pdf>, p. 9. Acesso em 18 jan. 2015.
3. Disponível em: <http://portomaravilha.com.br/materias/novo-projeto/n-p.aspx>. Acesso em 18 jan. 2015.
4. Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro, empresa de economia mista, controlada pela Prefeitura, que tem como principais funções implementar e gerir a concessão de obras e serviços públicos na região, além da administrar os recursos patrimoniais e financeiros referentes ao projeto. Disponível em: <http://portomaravilha.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx>. Acesso em 11 jan. 2015.
5. Idem.
6. Apresentação do vídeo institucional do Porto Maravilha. Disponível em: <http://portomaravilha.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx>. Acesso em 11 jan. 2015.
7. A Via Binária ou Binária do Porto substituirá a Perimetral e ligará a Rodoviária Novo Rio, a Avenida Rio Branco e a Rua Primeiro de Março às alças do Viaduto do Gasômetro. Serão 3,5 km de extensão, com seis faixas e várias saídas como alternativa para a distribuição do trânsito. A construção de dois túneis faz parte desta etapa das obras: o Túnel da Saúde, próximo à Cidade do Samba, com 80 metros de extensão e o Túnel 450 anos, próximo à Rua Primeiro de Março, com 1.480 metros.
8. A demolição do elevado da Perimetral, construído em 1974 para desafogar o trânsito na região central da cidade e ligar, não foi consenso entre urbanistas e população em geral. Recentemente, a campanha #riosemperimetral foi lançada no site Cidade Olímpica. São frequentes mensagens que mostram a nova paisagem sem o elevado.
9. Série Mobilidade Urbana. Disponível em
<http://portomaravilha.com.br/materias/mobilidade-urbana/m-u.aspx>.
Acesso em 11 fev. 2015.
10. As belezas naturais já eram destaque nos relatos dos primeiros viajantes e colonizadores. No início do século XX, escritores descreviam a cidade como "Éden Tropical". A poetisa francesa Jeanne Catulle-Mendès teria sido a primeira pessoa a utilizar o termo "Cidade Maravilhosa" em uma série de poemas depois de visitar a cidade. Há ainda fontes que sugerem que o escritor Coelho Neto teria criado a alcunha em 1908. A expressão ainda seria nome do programa "Crônicas da Cidade Maravilhosa", da Rádio Mayrink Veiga antes de se tornar popular com a marchinha "Cidade Maravilhosa", cantada pela primeira vez por Aurora Miranda em um concurso de marchinhas de carnaval em 1935. Disponível em: <http://www.labeurb.unicamp.br/rua/pages/pdf/18-1/8-18-1.pdf>. Acesso em 11 fev. 2015.
11. Para Fix (2011: 30), o caso norte-americano é exemplar da tendência de transformação da terra em ativo financeiro puro e este foi (e continua sendo) modelo para novos arranjos institucionais no Brasil.

12. Certificado de Potencial Adicional de Construção, o CEPAC é um instrumento de captação de recursos para financiar obras públicas. Segundo o *site* do BMF Bovespa, "o investidor interessado compra, do poder municipal, o direito de construir além dos limites normais em áreas que receberão ampliação da infraestrutura urbana". Disponível em: http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/mercados/fundos/cepacs/cepacs.aspx?idioma=pt-br. Acesso em: 30 jan. 2015.

13. Disponível em http://portomaravilha.com.br/materias/cepacs/c.aspx. Acesso em: 30 jan. 2015.

14. Branding significa "dotar produtos e serviços com o poder de uma marca. Está totalmente relacionado a criar diferenças. Para colocar uma marca em um produto, é necessário ensinar aos consumidores quem é o produto batizando-o, utilizando outros elementos de marca que ajudem a identificá-lo bem como a que ele se presta e por que o consumidor deve se interessar por ele", de acordo com Kotler (2005: 269-270).

Referências

ABREU, Maurício de A. *A evolução urbana do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: IphanRio, Zahar, 1987.

ATRÁS do Porto existe uma Cidade – Porto Maravilha. Rio de Janeiro, 2009.

BASTOS, Isabela. Porto terá o maior prédio residencial do Rio. O Globo, Rio de Janeiro, 3 jun. 2012. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/porto-tera-maior-predio-residencial-do-rio-5110899>. Acesso em: 5 jan. 2015.

BOURDIN, Alain. *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CACCIARI, Massimo. *A cidade*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2010.

CARDOSO, Elisabeth Dezouzart; VAZ, Lilian Fessler; ALBERNAZ, Maria Paula e PECHMAN, Roberto Moses. *História dos Bairros – Saúde, Gamboa e Santo Cristo*. Rio de Janeiro: Ed. Index, 1987.

DOSSIÊ de Candidatura do Rio de Janeiro a sede dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2016. Disponível em: <http://www.rio2016.com/sites/default/files/parceiros/dossie_de_candidatura_v1.pdf>. Acesso em: 5 jan. 2015.

FERREIRA, Álvaro. O porto e o bonde no início do século XX e no início do século XXI: novas exclusões? *Simpósio Internacional Globalización, inovacción y construción de redes técnicas urbanas em America e Europa*, 1890-1930. Universidad de Barcelona, Faculdad Geografia e História, 23-26 de enero 2012.

FERREIRA, Vítor Matias e INDOVINA, Francesco (Orgs.) *A cidade da Expo'98: uma reconversão na frente ribeirinha de Lisboa?* Lisboa: Editorial Bizâncio, 1999.

FIX, M. de A. B. *Financeirização e transformações recentes no circuito imobiliário do Brasil*. 2011. 288 f. Tese (Doutorado) - Instituto de Economia, Unicamp, Campinas, 2011.
GÓES, Felipe. A Cidade Maravilhosa cria um porto à sua altura. In: ANDREATTA, Verena. *Porto Maravilha Rio de Janeiro + 6 casos de sucesso de revitalização portuária*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2010. p. 7 a 9.
GREENBERG, Miriam. *Branding New York. How a city in crisis was sold to the world*. New York: Routledge, 2008.
GUALA, Chito. *Mega eventi: modelli e storie di rigenerazione urbana*. Roma: Carocci, 2007.
JACOBS, Jacobs. *Morte e vida de grandes cidades*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
KOTKIN, Joel. *A cidade: uma história global*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
KOTLER, Philip. *Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos*. 1ª edição. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.
LEFEBVRE, Henri. *A revolução urbana*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
MAGALHÃES, L. E. Grupo de Donald Trump anuncia investimento bilionário no Rio. O Globo, Rio de Janeiro, 18 dez. 2012. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/grupo-de-donald-trump-anuncia-investimento-bilionario-no-rio-7085404>. Acesso em: 5 nov. 2014.
MUMFORD, Lewis. *A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
OLIVEIRA, Flávia. Incentivos no porto do Rio foram prorrogados. O Globo, Rio de Janeiro, Caderno negócios e Cia, p. 26, 10 jan. 2013. Disponível em: <http://portal.newsnet.com.br/portal/certisign/pdf.jsp?cod_not=489300>. Acesso em: 5 jan. 2015.
PAES, Eduardo. Apresentação. In: ANDREATTA, Verena. *Porto Maravilha: Rio de Janeiro + 6 casos de sucesso de revitalização portuária*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011. p. 5.
PINHEIRO, Augusto Ivan de Freitas e RABHA, Nina Maria de Carvalho. *Porto do Rio de Janeiro: construindo a modernidade*. Rio de Janeiro: Andrea Jakobsson Estúdio Editorial, 2004.
PORTO DO RIO. Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Urbanismo, Centro de Arquitetura e Urbanismo, 2001.
ROCHA, C.; PONTES, F. e MAGALHÃES, L. E. Docas despreza opinião de urbanistas sobre impactos de píer em Y e anuncia início das obras.

O Globo, Rio de Janeiro, 15 de maio 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/docas-despreza-opiniao-de-urbanistas-sobre-impactos-de-pier-em-e-anuncia-inicio-das-obras-8392208>. Acesso em: 5 jan. 2015.
SANTOS, Milton. *A natureza do espaço. Técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp, 2006.
_____. *Da totalidade ao lugar*. São Paulo: Edusp, 2005.
SANTOS, Núbia Melhem e LENZI, Maria Isabel. *O porto e a cidade*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.
SENNET, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006.
TEIXEIRA, Miguel Branco. Reconversão de áreas urbanas em frentes de água. In: *A cidade da Expo'98: uma reconversão na frente ribeirinha de Lisboa?* Lisboa: Editorial Bizâncio, 1999.

Resumo

As cidades enfrentam um cenário internacional que parece exigir que elas se (re)posicionem como produtos para garantir uma inserção em um mercado competitivo por investimentos e turistas. Neste trabalho, propomos estudar o Porto Maravilha e como este projeto propõe um novo olhar para a região portuária do Rio de Janeiro a partir de estratégias de *branding* urbano.

Palavras-chave

Porto Maravilha - Rio de Janeiro – *Branding.*

Abstract

Cities have been facing an international scenario that seems to require them to (re)position themselves as products to ensure their insertion into a competitive market for investment and tourists. In this article, we propose to study Porto Maravilha and how this project aims to promote a new perspective to Rio de Janeiro port from by making use of urban branding strategies.

Keywords

Porto Maravilha - Rio de Janeiro – *Branding.*