UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO REGIONAL E GESTÃO DE CIDADES CURSO DE MESTRADO EM PLANEJAMENTO REGIONAL E GESTÃO DE CIDADES

Bruno dos Santos Del' Esposti

ENTREGANDO O JOGO.

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO REGIONAL E GESTÃO DE CIDADES CURSO DE MESTRADO EM PLANEJAMENTO REGIONAL E GESTÃO DE CIDADES

Bruno dos Santos Del' Esposti

ENTREGANDO O JOGO.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Regional e Gestão de Cidades da Universidade Cândido Mendes-Campos/RJ, para obtenção do grau de MESTRE EM PLANEJAMENTO REGIONAL E GESTÃO DE CIDADES.

Orientador: Prof. José Luis Vianna da Cruz, DSc.

Coorientadora: ProfªÉrica Tavares da Silva Rocha, DSc.

FICHA CATALOGRÁFICA

E77e Esposti, Bruno dos Santos del'.

Entregando o jogo./ Bruno dos Santos del' Esposti – 2017.

73 f.; il.

Orientador: José Luis Vianna da Cruz.

Coorientadora: Érica Tavares da Silva Rocha.

Dissertação de Mestrado em Planejamento Regional e Gestão de Cidades-Universidade Candido Mendes - Campos. Campos dos Goytacazes, RJ, 2016.

Bibliografia: f. 63-67.

1. Jogos de tabuleiro - Banco imobiliário (cidade olímpica). 2. Planejamento estratégico. 3. Cidade-mercadoria. I: Universidade Candido Mendes - Campos. II. Título.

CDU: 794+796.032.2: 711.432(815.3R)

BRUNO DOS SANTOS DEL' ESPOSTI

ENTREGANDO O JOGO.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Regional e Gestão de Cidades da Universidade Cândido Mendes-Campos/RJ, para obtenção do grau de MESTRE EM PLANEJAMENTO REGIONAL E GESTÃO DE CIDADES.

Aprovada em: 29 de abril de 2016

BANCA EXAMINADORA

Prof. José Luis Vianna da Cruz, DSc. – Orientador
Universidade Candido Mendes

Prof. Érica Tavares da Silva Rocha, DSc. - Coorientadora
Universidade Candido mendes

Prof. Vinícius Santos, DSc.
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ 2016

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pelos valores transmitidos e pelo exemplo de amor e de dedicação à família.

Ao professor orientador dessa dissertação José Luis Viana da Cruz, por seu entusiasmo e profissionalismo, inspiração para a minha caminhada.

À professora orientadora Érica Tavares da Silva Rocha pelas valiosas orientações e pelo carinho com o qual recebeu meu pedido para contribuir com este trabalho.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense (IF Fluminense), por financiar este curso.

À 1ª Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Proteção à Educação da Capital pela concessão de cópia dos autos do inquérito civil nº 260.849/2013.

Aos professores, funcionários e colegas do Mestrado pelo tempo de convívio, leveza, alegrias e conhecimento.

Aos membros da Banca Examinadora pelas contribuições a este trabalho.

RESUMO

ENTREGANDO O JOGO.

Os jogos de tabuleiro podem constituir eficientes instrumentos de reforço de valores e princípios. Eles podem ser utilizados como ferramentas pedagógicas de naturalização de ideologias vigentes no conflito de interesses presentes na sociedade. A versão "Cidade Olímpica" do clássico Banco Imobiliário, jogo de tabuleiro fabricado pela empresa Estrela S.A., foi criado como proposta de valorizar uma determinada concepção de cidade que, recentemente, ganhou destaque na cidade do Rio de Janeiro com a preparação para as Olimpíadas 2016. Encomendado pelo município do Rio de Janeiro para ser adotado no Ensino Fundamental de sua rede de ensino, este jogo apresenta como propriedades suscetíveis de investimentos, pontos turísticos, monumentos históricos, bairro, vias e outros equipamentos urbanos construídos a partir das transformações pelas quais passou a cidade maravilhosa preparando-se para o megaevento olímpico. No jogo, a cidade é revelada como mercadoria, já que propriedades públicas são oferecidas para investimentos, podendo ser compradas, valorizadas, especuladas e vendidas. Nesse sentido, ele estaria reproduzindo um discurso ideológico que apresenta um modelo de cidade resultante de um planejamento urbano estratégico vinculado ao mercado imobiliário, financeiro e empresarial, sendo apresentado como natural e inquestionável aos educandos, ignorando os conflitos que se dão na cidade em torno da luta por condições dignas e igualitárias de moradia e acesso aos equipamentos públicos de uso coletivo. Analisando este cenário, quais seriam os recursos simbólicos e concretos manipulados no jogo? Quais os elementos naturalizados? Que visão de apropriação dos espaços da cidade esse jogo estaria difundindo? Qual o modelo de cidade que este jogo de tabuleiro estaria ajudando a reproduzir? Uma cidade para todos ou uma cidade de exceções? Os dados foram lançados e o jogo já começou.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos de tabuleiro. Banco Imobiliário – Cidade Olímpica. Planejamento Estratégico. Cidade-mercadoria.

ABSTRACT

UNMASKING THE GAME

The board games can construct efficient tools of reinforcement of values and principles. They can be used as pedagogical tools of naturalization of effective ideologies in the conflict of interests present in society. The version "Olympic City" of the classic game Monopoly, board game produced by the Estrela S.A. company, was created with the purpose of valorize a particular conception of the city that, recently, gained prominence in Rio de Janeiro city with the preparation for the 2016 Olympics. Ordered by the Rio de Janeiro county to be adopted in the Elementary School of his school system, this game features as susceptible investment properties, tourist attractions, historic monuments, neighborhood, roads and other urban facilities constructed from the transformations undergone by the Wonderful City getting prepared for the Olympic mega event. In the game, the city is revealed as a commodity, as public properties are offered for investments, they can be purchased, valued, speculated and sold. In this sense, it would be reproducing an ideological discourse that presents a city model resulting of a strategic urban planning, linked to a real estate, financial and business market, being presented as natural unquestioned to students, ignoring the conflicts that occur in the city around the struggle for dignity and equal housing and access to public facilities for collective use. Analyzing this scenario, what would be the symbolic resources and concrete handled in the game? What appropriation of view of city spaces this game would be spreading? What city model this board game would be helping to reproduce? It is a city for everybody or a city of exceptions? The dice were rolled and the game has already started!

KEYWORDS: Board games. Monopoly – Olympic City. Strategic planning. Commodity-city

.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:	Embalagem do Jogo	51
Figura 2:	Maracanã, Vila dos Atletas e Porto Maravilha	53
Figura 3:	Transoeste, Transbrasil e Transcarioca	55
Figura 4:	Comlurb, Clínica da Família, Centro de Operações do Rio, Metrô, BRT e Rio Filme	55
Figura 5:	Carta de Sorte ou Revés	56
Figura 6:	Manual de instruções	57
Figura 7:	Carta de Sorte ou Revés	58
Figura 8: Figura 9:	Tabuleiro do Jogo Autógrafo do Vainer	59 62
Figura 10:	Alunos jogando	68
Figura 11:	Guias dos Locais	69
Figura 12:	Manuais do Jogo	70
Figura 13:	Dinheiro e Peças do Jogo	71
Figura 14:	Títulos de Posse	72
Figura 15:	Tabuleiro do Jogo	73

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

COI: Comitê Olímpico Internacional

FIFA: Federação Internacional de Futebol

FUNDEB: Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de

Valorização dos Profissionais da Educação

IDEB: Índice de Desenvolvimento da Educação Básica

LDB: Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

MEC: Ministério da Educação

SUMÁRIO

1:	INTRODUÇAO	11
1.1:	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	15
2:	REVISÃO DA LITERATURA	16
2.1:	PREÂMBULO ACERCA DA QUESTÃO URBANA NO CAPITALISMO CONTEMPORÂNEO	16
2.1.1:	A cidade sob a ótica do mercado	17
2.1.2:	Os megaeventos e a cidade-espetáculo	23
2.1.3:	O direito à cidade: de quem?	26
2.1.4:	A necessidade de produzir consensos	29
2.1.5:	A lógica da legislação urbana	31
2.1.6:	O city marketing: o marketing das cidades	39
3 :	ASPECTOS HISTÓRICOS E PEDAGÓGICOS DO JOGO	42
4 :	ESTRUTURA METODOLÓGICA	47
5 :	ANÁLISE DESCRITIVA DO JOGO "BANCO IMOBILIÁRIO: CIDADE OLÍMPICA	50
6 :	CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
7 :	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
	ANEXO A: FOTOS DO JOGO	68

1: INTRODUÇÃO

As políticas urbanas neoliberais, que ganharam força no Brasil há cerca de duas décadas, vêm sendo decisivas no sentido de definir a (re) estruturação do espaço urbano. Extrapolando o econômico, as mudanças impulsionadas pela globalização afetam a produção do espaço urbano e atingem diretamente a formulação e legitimação de paradigmas nas políticas urbanas.

O neoliberalismo é um conjunto de ideias políticas e econômicas capitalistas que defende a não participação do Estado na economia. Esta doutrina defende a pouca intervenção do governo no mercado de trabalho, medidas de privatização de empresas estatais, a livre circulação de capitais internacionais e ênfase na globalização, a abertura da economia para a entrada de multinacionais e a adoção de medidas contra o protecionismo econômico, dentre outras. Tal teoria econômica fundamenta-se na implementação de políticas objetivando aumentar a produtividade.

A teoria neoliberal surgiu na década de 1970 e foi elaborado pela Escola Monetarista do economista Milton Friedman como uma solução para a crise que atingiu a economia mundial em 1973, provocada pelo aumento excessivo no preço do petróleo.

Esse "modelo" neoliberal globalizante, implementado no Brasil principalmente a partir de 1990, vem operando significativas mudanças na sociedade brasileira, reforçando a desigualdade estrutural existente, tudo isso sob o domínio das chamadas leis de mercado, do individualismo, da competitividade e do consumismo, sufocando os valores da igualdade, da solidariedade, da soberania nacional, de uma democracia participativa.

A cidade passa a ser tratada como espaço direto e sem mediações da valorização e financeirização do capital. Submetida ao movimento espontâneo do

mercado, a cidade passa a funcionar como uma verdadeira empresa e como tal passa a ser conduzida (VAINER, 2011).

A adoção do modelo de empreendedorismo urbano transformou a cidade, ao mesmo tempo em ator e objeto de uma ação estratégica. O discurso deste modelo de empreendedorismo utiliza-se, portanto, de uma linguagem metafórica, na qual a cidade torna-se "empresa", enquanto equipamentos, serviços e trabalhadores tornam-se "mercadorias". A competitividade das empresas passa a inspirar a "competitividade das cidades" – como um recurso discursivo pelo qual se atribuem novos papéis e objetivos à administração urbana (COMPANS, 2004). Dentro dessa ótica, a estratégia mais promissora é vender a imagem das cidades, suas peculiaridades e suas qualidades como atrativos locacionais. São ferramentas utilizadas pela atuação empreendedorista dos governos locais. Foi exatamente isso que aconteceu com a cidade do Rio de Janeiro ao se candidatar para sediar os Jogos Olímpicos de 2016.

A realização dos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro revela a confluência de interesses entre dois campos emergentes no cenário neoliberal contemporâneo: a nova economia do esporte e o novo paradigma de planejamento e gestão das cidades por meio de projetos ditos estratégicos. Tal comunhão de interesses é resultado do modo como as competições esportivas conquistaram ampla projeção na mídia, envolvendo o setor privado. O esporte foi incorporado, enquanto portador de sentidos e significados, como suporte para naturalizar uma dinâmica de cidades que competem entre si, de lugares do espetáculo e do empreendedorismo.

Como instrumento de legitimação do megaevento esportivo, utilizado como estratégia de potencializar a eficiência econômica e a reorganização territorial, são introduzidas formas modernas de dominação e técnicas de manipulação cultural (BOURDIEU, 1998; SANTOS, 2011). Desse modo, o espaço toma forma também por meio de representações e imagens adequadas, o que explica a importância que vem adquirindo o *city marketing* como instrumentos das políticas urbanas.

São criados artefatos culturais e símbolos como estratégias utilizadas pelo poder político para "vender" as cidades, divulgando-as como um lugar próspero para investimentos. Dentro dessa ótica, os espaços da cidade se realizam agora enquanto mercadoria. Como toda mercadoria, estratégias são desenvolvidas para

sua promoção: "são produzidas representações que obedecem a uma determinada visão de mundo, são produzidas representações que obedecem a uma determinada visão de mundo, são construídas imagens-síntese sobre a cidade, encontrando na mídia e nas políticas de *city marketing* importantes instrumentos de difusão e afirmação" (SÁNCHEZ, 2010).

Um dos artefatos produzidos pela Prefeitura do Rio de Janeiro para divulgar a cidade maravilhosa foi de dar a ela outra imagem-síntese por meio da perífrase "cidade olímpica". Um jogo de tabuleiro foi criado para divulgar essa nova marca: Banco Imobiliário – Cidade Olímpica.

O Banco Imobiliário é um jogo de tabuleiro de compra e venda de propriedades, lançado no Brasil em 1944 pela Manufatura de Brinquedos Estrela S.A., empresa nacional com 77 anos de atividade. É um clássico no mundo dos jogos de tabuleiro, com sucesso reconhecido há várias décadas, ocupando a posição de campeão em vendas do gênero. Ao longo dessa trajetória, seu fabricante diversificou a edição original em versões especiais e temáticas, levando em consideração momentos históricos, acontecimentos sazonais, cidades e temas diversos. O que todas as versões mantiveram intacto foi seu objetivo principal: ficar rico, ou acumular riqueza pessoal.

No início de 2013, foram veiculadas notícias de jornais e revistas sobre a criação de uma versão desse jogo intitulada "Banco Imobiliário – Cidade Olímpica", decorrente de um contrato que teria sido firmado entre a Prefeitura do Rio de Janeiro e a Brinquedos Estrela S.A., no valor total de R\$ 1.050.748,00 (um milhão, cinquenta mil e setecentos e quarenta e oito reais), para compra de 20 mil unidades do brinquedo que seriam utilizados como recurso pedagógico na formação dos alunos da rede municipal do ensino fundamental.

Naquela ocasião, as notícias mencionavam que o jogo havia sido custeado com verbas do FUNDEB (Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação) e distribuído para as escolas da rede pública municipal de ensino como material de conteúdo pedagógico.

Essas afirmações motivaram o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, por meio de sua 1ª Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de proteção à Educação da Capital, a instaurar o Inquérito Civil nº 201300260849, para apurar se havia ocorrido desvio de finalidade na criação do jogo "Banco Imobiliário – Cidade

Olímpica", e se, de fato, constituía material de propaganda institucional com o fim de exaltar as obras e projetos do governo do atual prefeito do Rio de Janeiro. Era o Rio de Janeiro no tabuleiro.

Diante desse cenário, o presente estudo buscou analisar até que ponto o "Banco Imobiliário – Cidade Olímpica" funciona como um instrumento utilizado para naturalizar a competitividade para a acumulação e a especulação imobiliária. Tentou-se ainda verificar em qual medida esta versão do jogo estaria estimulando o educando a entender a cidade do Rio de Janeiro como um espaço exclusivamente mercantil. Ainda se ele seria capaz de desenvolver a criticidade e a competência na resolução dos problemas reais no ambiente urbano carioca, como a desigualdade no acesso à infraestrutura social, aos serviços públicos e à moradia digna. Tentou-se diagnosticar a existência de um recurso ideológico que estaria reproduzindo e referendando um modelo de cidade resultante de um projeto político e econômico do grupo dominante, como natural e inquestionável aos educandos, ignorando os conflitos que se dão no espaço urbano em torno da luta por condições dignas e igualitárias de moradia e acesso aos equipamentos públicos de uso coletivo.

Finalmente, pretendeu-se avaliar, se o jogo "Banco Imobiliário — Cidade Olímpica" desvinculou-se de seu caráter didático e se serviu de estratégia do governo municipal do Rio de Janeiro em utilizá-lo como instrumento para divulgar e referendar as transformações realizadas na cidade por ocasião dos megaeventos esportivos, naturalizando seu processo de mercantilização. Em outras palavras, buscou-se desmistificar o jogo, enquanto objeto de estudo, como recurso originalmente didático no processo de ensino-aprendizagem, descobrindo se ele estaria agindo como ferramenta de persuasão entre os alunos do Ensino Fundamental do Município do Rio de Janeiro. O jogo teria sido distribuído para as escolas da rede pública municipal de ensino como material didático? Ele teria sido elaborado com o fim de exaltar as obras e projetos do governo atual, como propaganda institucional, em verdadeiro desvio de finalidade? Teria sido custeado com verbas do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (FUNDEB)?

Para verificar tais hipóteses, a trajetória da pesquisa fundamentou-se em buscas teóricas e documentais, as quais classificam-na como uma pesquisa

qualitativa, além de análise descritiva do jogo com a finalidade de identificar as possíveis associações com os principais conceitos do planejamento urbano.

Enfim, durante toda a pesquisa, a grande questão instigadora era: qual a lógica que o jogo "Banco Imobiliário – Cidade Olímpica", enquanto "recurso pedagógico", contribuiu para reproduzir?

1.1: ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

O capítulo inicial tem como objetivo contextualizar a Política Urbana Brasileira a partir da implantação das medidas econômicas de teor neoliberal implantadas nos anos de 1990, quando surgiram instrumentos de gestão urbana denominados estratégicos que buscaram consolidar investimentos do capital privado combinando-os a megaeventos sob a lógica da cidade-espetáculo, da cidade-empresa, da cidade-negócio e da cidade de exceção. Para tanto, por uma questão didática, este capítulo foi dividido em seções contribuindo para uma leitura mais organizada e, por isso, convidativa. Em suas seções serão apresentados os principais conceitos, concepções e referenciais teóricos que tratam da questão urbana no capitalismo contemporâneo.

Em seguida, o capítulo 2 apresenta o resultado de uma sutil revisão bibliográfica sobre os aspectos históricos e pedagógicos do jogo enquanto recurso didático colaborador no processo de ensino-aprendizagem.

No capítulo 3 é apresentada a metodologia empregada no estudo, apresentando o resultado das buscas teóricas e documentais que classificam-na como uma pesquisa qualitativa.

Por fim, o capítulo 4 apresenta o jogo "Banco Imobiliário – Cidade Olímpica" como objeto de estudo e o descreve analiticamente, identificado nele elementos do planejamento urbano estratégico.

Finalmente, as considerações finais apresentam as principais conclusões obtidas neste estudo, buscando sugerir mecanismos de intervenção quanto à garantia do aspecto pedagógico do jogo enquanto recurso didático.

2: REVISÃO DA LITERATURA

2.1: PREÂMBULO ACERCA DA QUESTÃO URBANA NO CAPITALISMO CONTEMPORÂNEO

A crise do capitalismo que explodiu no início na década de 1970, e que tomou forma clara nos anos 80, começou a afetar as prosperidades conquistadas pelo fordismo e pelo keynesianismo das décadas de 1950 e 1960. O capital passou a dar sinais de um quadro crítico, demonstrando tendência decrescente da taxa de lucro decorrente do excesso de produção, esgotamento do padrão de acumulação de produção taylorista/fordista até então vigente, crise do *Welfare State* ou do "Estado de Bem-Estar Social", a intensificação das lutas sociais (com greves, manifestações de rua) e a crise do petróleo.

Como resposta a esse período de recessão, surgiram novas formas de conceber e pensar o planejamento urbano. Como saída para a crise, deu início um processo de reestruturação produtiva com transformações na esfera de produção, ocasionado pelas mudanças tecnológicas e outras. Nesse sentindo, observou-se uma reconfiguração do lugar e papel do Estado na relação com a sociedade e com o capital. Pode-se afirmar que a restruturação dos processos produtivos e o ajuste estrutural da atuação do Estado ocasionaram um significativo impacto na configuração das cidades.

O "modelo" neoliberal, implementado no Brasil principalmente a partir de 1990, operou significativas mudanças na sociedade brasileira e a globalização reforçou a desigualdade estrutural existente.

A globalização dos mercados resultou em uma "guerra de lugares" lutando pela conquista de investimentos privados. Maricato (2011) afirma que o "plano estratégico" cumpre o papel de, ao mesmo tempo, desregular, privatizar e fragmentar, dando ao mercado um espaço absoluto e reforçando a ideia da cidade autônoma que necessita instrumentar-se para competir com as demais na disputa por investimentos, de modo a transformá-la em uma "máquina urbana de produzir renda". Os megaeventos esportivos se tornaram lócus importantíssimos de uma disputa internacional por recursos. Assim, novos questionamentos surgem: o que um grande evento esportivo representa na construção da imagem de uma cidade ou de um país? Quais os agentes e interesses envolvidos na produção e na promoção de um megaevento esportivo?

Todos são testemunhas que essas competições demandaram um investimento pesado em várias áreas como transporte, infraestrutura e principalmente a construção de vários novos estádios no país inteiro. Essas obras são parte de um projeto maior que obedece a normas internacionais e interferiu de modo impactante na vida das cidades e de seus citadinos.

A adoção das diretrizes e concepções neoliberais que configuraram as relações entre capital, Estado e sociedade resultou em profundas repercussões a respeito do lugar e do papel da cidade no processo de acumulação. Antes dessa ofensiva neoliberal, ainda sob a égide das ideias keynesianas, "a cidade deveria ser regida por necessidades mais gerais de acumulação e circulação do capital, cabendo ao planejamento a tarefa da racionalização e funcionalização espacial por meio de instrumentos que se generalizaram a partir da Segunda Guerra Mundial, colocando plano diretores e zoneamento em primeiro lugar. (VAINER, 2013)

Agora sob a égide do Consenso de Washington, a cidade passa a ser tratada como espaço direto e sem mediações da valorização e financeirização do capital.

2.1.1: A cidade sob a ótica do mercado

Submetida ao movimento espontâneo do mercado, a cidade passou a funcionar como uma verdadeira empresa (VAINER, 2009), e como tal passou a ser conduzida. Esse fenômeno é resultado da adoção do modelo de empreendedorismo

urbano que transformou a cidade, ao mesmo tempo, em ator e objeto de uma ação estratégica.

O discurso do empreendedorismo utiliza-se, portanto, dessa linguagem figurada, metafórica – na qual a cidade torna-se "empresa", enquanto equipamentos, serviços e trabalhadores tornam-se "mercadorias". A competitividade das empresas torna-se "competitividade da cidade" – como um recurso discursivo pelo qual se atribuem novos papéis e objetivos à administração urbana (COMPANS, 2004). Dentro dessa ótica, a estratégia mais promissora é vender a imagem das cidades, suas peculiaridades e suas qualidades como atrativos locacionais. São ferramentas utilizadas pela atuação empreendedorista dos governos locais. Foi exatamente isso que aconteceu com a cidade do Rio de Janeiro ao se candidatar para sediar os Jogos Olímpicos de 2016.

De acordo com Vainer (2011), esse empreendedorismo urbano é a transposição para a esfera pública de modelos de gestão e competição empresariais. A cidade passa a ser vista como uma empresa, que compete com outras cidades-empresa no mercado internacional. A cidade é reduzida a uma de suas dimensões, a econômica, e mesmo assim a apenas uma das faces dessa dimensão econômica, a empresarial. E a partir do momento em que se pensa a cidade como empresa, ela também passa a ser vista como mercadoria e o gestor cria estratégias para "vender" sua cidade para o mundo. É a partir desse pressuposto que se desenvolve o marketing urbano. Entretanto, o marketing que "vendeu" o Rio para o exterior não mostrou a favela, a pobreza, nem as desigualdades. O marketing torna invisível tudo que não é uma virtude de mercadoria.

De acordo com os apontamentos do arquiteto e urbanista João Sette Whitaker Ferreira (2014), "era necessário legitimar esse modelo de alguma forma".

A Cidade-empresa é pensada e administrada como tal. Conforme Vainer (2000), os papéis se misturaram e uma nova concepção de cidade entrou em cena. Para ele, essa é a palavra de ordem que impulsiona as cidades que buscam a aprovação das forças do mercado mundial.

São cidades (re) configuradas por um protagonismo de gestão que atende à lógica financeira e trata o urbano como um negócio. E se a cidade é percebida como

uma oportunidade de negócio, nada mais natural do que os governos se renderem àqueles que entendem de negócio: os empresários.

A parceria público-privada torna-se fundamental nesse processo de empreendedorismo urbano, que se caracteriza pela recuperação de antigas centralidades, criação de novas centralidades e atração de investidores e cidadãos-consumidores, sendo que o grande desafio dos centros urbanos na atualidade é identificar o que prejudica o seu desenvolvimento, bem como definir políticas públicas que sustentem um projeto de cidade digno de inserção na economia mundial.

A "Cidade Maravilhosa" quer ser uma cidade global e para isso precisa ser uma cidade empresarial. Produtividade e competitividade se imprimem como ações indispensáveis ao modelo de cidade difundido no Brasil e na América Latina por consultores catalães, que usam, especialmente, o sucesso de Barcelona como paradigma de suas análises e propostas. Em outras palavras, o planejamento estratégico representou uma transposição dos conceitos do planejamento de empresas para o planejamento urbano, e vem sendo utilizado em várias cidades ao redor do mundo. Um caso significativo é o de Barcelona, por ocasião das Olimpíadas em 1992, conduzido e liderado por Jordi Borja, geógrafo e político catalão.

O planejamento estratégico é um modelo de planejamento urbano que começou a ser pensado nos anos 60 a partir dos conceitos e técnicas do planejamento empresarial aplicado na Harvard Business School. Já que as cidades estavam submetidas aos mesmos desafios das empresas, por que não tentar utilizar estratégias empresariais para solucioná-los? Foi o que aconteceu e pareceu dar certo. O setor público apropriou-se das metodologias da gestão empresarial nos anos 80, nos Estados Unidos, quando diversas cidades americanas passaram a utilizar o planejamento estratégico com enfoque no desenvolvimento econômico.Os megaeventos neste contexto tornam-se estratégias ideais à medida que tais efervescências sociais reforçam sentimentos de pertencimento e orgulho pátrio, além de atrair investimentos e consumo da e na cidade.

A cidade-mercadoria, a cidade-objeto de luxo, segundo Vainer, é uma das ideias mais populares dos neoplanejadores e nesta dinâmica o *marketing* urbano torna-se fundamental ao processo de planejamento e gestão das cidades. É a

estratégia da publicidade dos espaços citadinos. Mas o autor ressalta que a cidade é a mais complexa das mercadorias existentes, pois sua venda depende de quem se tem em vista como comprador. As empresas que fazem parcerias com o governo local são ao mesmo tempo coprodutoras das transformações urbanas e consumidores da cidade na forma dos privilégios e lucratividade oriundos dessas parcerias.

O planejamento de *marketing* urbano depende do diagnóstico das características de cada cidade, visto que ela pode ser vendida a uma infinidade de mercados. Estabelece-se um receituário neoliberal que para além do mercado externo visa um mercado constituído pela demanda de localizações do capital, interesses que qualificam a cidade como mercadoria.

Vainer (2000) afirma que tais "planejadores" deixam claro que a abertura das cidades para o exterior é seletiva, visto que não se desejam visitantes e usuários em geral, muito menos imigrantes pobres expulsos de outros países igualmente pobres, querem visitantes e usuários solventes.

O direito à cidade passa a ser diretamente proporcional ao índice de solvência de estrangeiros e visitantes, participantes de um grupo seleto do tipo "quem dá mais", uma realidade que se transforma efetivamente em projeto, em estratégia de promoção da cidade. Mas para Vainer (2000) não bastava trabalhar os recursos infraestruturais e simbólicos constituintes dos valores de uso que o capital transnacional reconhecia na mercadoria cidade, era preciso seguir o modelo Barcelona, cujo plano estratégico operou um grande *city marketing* com foco na revitalização de áreas degradadas, construção de hotéis, promoções turísticas, segurança, eventos corporativos e projetos culturais.

No contexto de análise dessa nova concepção de cidade, a cidade é objeto e sujeito, pois a cidade-coisa, a cidade-mercadoria, pode também deixar a forma passiva de objeto para assumir a forma ativa de sujeito, uma empresa. Conceber a cidade como empresa implica, segundo Vainer, uma "lógica implacável": o *marketing lead city planning*, exige que as decisões sobre a cidade estejam nas mãos dos que decidem nas empresas. Nesse novo conceito de planejamento, os interesses do mercado estão representados nas f público-privadas, cujas formas de atuação vão da captação de recursos e execução de grandes intervenções urbanas à gestão de equipamentos e prestação de serviços coletivos. As parcerias são, na opinião de

Borja e Castells (1997), um dos principais mecanismos que conferem às cidades condições de inserção na competitividade urbana, consolidando um projeto de cidade definido por seu plano estratégico. Este projeto de cidade deve contemplar as novas funções dos governos locais enquanto promotores, cujos objetivos são promover a cidade para o exterior; favorecer a cooperação público-privada; desenvolver o "patriotismo cívico" e uma inovação político-administrativa. Nesse sentido, os autores propõem que a organização política local não faça uma administração centralizada nem uma "separação rígida entre o setor público e privado" (BORJA e CASTELLS, 1996, p. 159), pois uma gestão eficaz deve assegurar agilidade e transparência para atingir suas metas.

No entanto, Vainer (2001) critica essa proposta e diz que "(...) "o fim da separação rígida quer dizer, em bom catalão, participação direta, sem mediações, dos capitalistas e empresários nos processos de decisão referentes ao planejamento e execução de políticas (...)". O Rio de Janeiro viveu e vive sob a experiência das parcerias público-privadas. Ele ressalta ainda que em parceria com a prefeitura, um consórcio empresarial e associações patronais conduziram de forma autoritária a cidade, negando a participação de segmentos tidos como irrelevantes do ponto de vista estratégico.

A cidade-empresa supõe e propõe uma despolitização da cidade à medida que o plano político se tornou um plano de gestão. Vainer (2011) considera central não pensar a cidade-empresa como uma proposta simplesmente administrativa, gerencial ou operacional, mas sim entender que o conceito de cidade e de poder público estão sendo ressignificados por uma operação que transforma a cidade em sujeito/ ator econômico que precisa ser competitivo, realista em relação às demandas do mercado e não pode se dar ao luxo de produzir planos utópicos. O controle político dissolve-se em um espaço de competitividade urbana onde o que conta são os resultados, os números. Desenvolver o patriotismo cívico é um dos pilares que sustentam o projeto de cidade segundo Borja e Castells (1996). A analogia cidade-pátria é uma estratégia para a criação de consenso.

Perante tamanha despolitização do espaço público, de negação da cidade enquanto *polis*, torna-se imprescindível ao planejamento estratégico o consenso sobre a cidade. A busca pelo consenso, segundo o autor, está pressuposta no

discurso que trata a "cidade como unidade: a cidade compete, a cidade deseja, a cidade necessita.

Enquanto se discute se as cidades competem ou não, e o que elas desejam, aceita-se, como natural, a instauração da cidade como sujeito – sujeito simples, coeso, sem qualificação". (VAINER, 2012).

O patriotismo da cidade e a consciência de crise ocupam lugar de destaque no projeto ideológico dos catalães. Na referência que fazem a Barcelona e a outras cidades que obtiveram sucesso, a consciência de crise está presente como ponto de partida para a imposição das transformações. Se diferentes instâncias públicas e privadas apontam, repetidamente, problemas com áreas degradadas e improdutivas, violência, mobilidade urbana comprometida por falta de vias de acesso e transporte público deficiente, como é o caso do Rio de Janeiro, naturaliza-se a ideia de que a cidade precisa mudar, especialmente para atender às necessidades internas..

Sob a naturalização da necessidade de mudança incentivado pelo sentimento de superação da crise, cria-se um consistente patriotismo de cidade. O patriotismo da cidade é simultaneamente condição e resultado do projeto de cidade, pois "a unidade que se propunha no discurso unitário sobre a cidade é a unidade que se pretende construir" (VAINER, 2011).

Nesse sentido, monumentos, esculturas, a beleza estética de praças e jardins e boa infraestrutura urbana dão dignidade cidadã e reforçam identidades. Por tudo isso, é possível compreender que a criação de consciência de crise e o patriotismo da cidade são elementos fundamentais à construção de um consenso sobre a necessidade de firmar e legitimar parcerias público-privadas. Basta observar um pouco a atuação do atual prefeito em gestão, considerado uma figura carismática que utiliza sobremaneira o *marketing* urbano para "vender" o Rio como uma cidade ideal para investimentos e turismo, ingredientes indispensáveis à concepção de cidade-empresa, legitimando essa lógica.

Ermínia Maricato (2012) chama atenção para o fato de que historicamente o urbanismo brasileiro compromete-se apenas com parte da cidade. São "ideias fora do lugar" porque, conforme a autora, o planejamento deve atender às necessidades do todo. Mas também pode-se dizer que as ideias estão no lugar justamente porque, como sempre, seguem regras que privilegiam uma parcela da sociedade. Para a "cidade ilegal" (favelas ou quaisquer outras áreas cujo crescimento urbano se deu

fora da lei) não há planos, pois "trata-se de um lugar fora das ideias" (MARICATO, 2012).

Em seu livro "O impasse da política urbana no Brasil", Maricato (2012) afirma que o urbanismo brasileiro não tem comprometimento com a realidade totalizante concreta, mas com uma ordem que diz respeito a uma parte da cidade, apenas. Para ela, trata-se de ideias fora do lugar porque, pretensamente, a ordem se refere a todos os indivíduos, de acordo com os princípios do modernismo ou da racionalidade burguesa. Em contrapartida, afirma também que as ideias estão no lugar por isso mesmo: porque elas se aplicam a uma parcela da sociedade reafirmando e reproduzindo desigualdades e privilégios. Para a cidade ilegal não há planos, nem ordem. Aliás, ela não é conhecida em suas dimensões e características. Trata-se de um lugar fora das ideias. As periferias extensas com casas, transportes, luz e água precários são classificadas por Maricato como "nãocidades", lugares que mais uma vez ficaram fora das ideias dos neoplanejadores. Nesse sentido, a autora rejeita as noções de cidades como "atores políticos", defendidas por Borja e Castells (1996), já que as cidades são lugares e não agentes ou atores que tomam a cidade como uma mercadoria, empresa ou pátria, conforme aponta Vainer. Os planos estratégicos vestiram uma roupagem democrática para serem vendidos às municipalidades latino-americanas, mas para Maricato servem ao ideário neoliberal que também se afirma democrático. Esta autora ainda afirma que, dentro dessa ótica, a cidade acaba agindo corporativamente para sobreviver e vencer. Trata-se, para ela, da "cidade corporativa" ou "cidade-pátria", que cobra o esforço e o "consenso" de todos em torno dessa abrangente visão de futuro. Para tanto, ela deve apresentar os serviços e equipamentos exigidos das cidades globais: hotéis cinco estralas, centros de convenções, polos de pesquisa tecnológica, aeroportos internacionais etc., a fim de vender-se com competência. Trata-se da "cidade-mercadoria", da "cidade-empresa" que deve ser gerida como tal.

2.1.2: Os Megaeventos como estratégia para atrair investimentos

Percebeu-se então que os grandes eventos, sobretudo os esportivos, que movem paixões nacionais, tinham a grande "qualidade" de serem popularmente aceitos. A ideia era associar a esses eventos às obras de requalificação urbana

desejadas. Assim, ao redor de um grande estádio, de um pavilhão de exposições, começaram a ser erguidos centros de negócios, bairros de alto padrão etc. Operações casadas em que governantes e investidores saíram ganhando, com a vantagem do apoio popular.

Como demonstra Oliveira (2015), a Federação Internacional de Futebol (FIFA) e o Comitê Olímpico Internacional (COI), no caso do Rio de Janeiro, perceberam o poder que têm nas mãos. Governantes passaram a tratá-los como fontes milagrosas de capitais. Quem obtém o direito de sediar seus eventos tem uma justificativa de inquestionável atrativo de popularidade para dispor de rios de dinheiro público em nome da "modernização" da cidade, alavancando negócios milionários para o setor privado. Porém, necessidades legitimamente urbanísticas e, em geral, mais urgentes, são passadas para trás.

No entanto, como mostra Maricato (2013), nos países em desenvolvimento, o *tsunami* de capitais envolvidos aprofunda a dinâmica estrutural de desigualdade urbana e segregação socioeconômica.

Sánchez (2014) afirma que, "na dimensão urbanística, as intervenções realizadas mostraram-se pontuais, sem relação mais consistente com a cidade. Conforme a autora, estava incorporada, desde o princípio, a lógica da cidade elitista que se manifestou na estratégia de concentrar o evento em áreas nobres, visando, ao mesmo tempo, segurança e conforto aos participantes, e, sobretudo, oferecer ao mundo uma imagem urbana supostamente 'civilizada' e 'moderna'. Longe, portanto, de qualquer preocupação no sentido de utilizar o evento para redistribuir no espaço da cidade as benfeitorias da infraestrutura urbanística".

Além disso, as entidades esportivas indicam empresas "amigas" para os projetos de engenharia, interferem nas escolhas das empreiteiras e pressionam os governos a abrirem pesadas linhas de financiamento. Sua força é tanta, e a submissão dos políticos locais tão gritante, que conseguem forçar a aprovação de leis específicas e excepcionais para garantir seus privilégios.

Para Maricato (2013), revitalização, reabilitação, revalorização, requalificação, reforma, não importa o nome dado ao processo que reúne capitais internacionais "especializados" no urbanismo do espetáculo e que utiliza como álibi megaeventos esportivos, culturais ou tecnológicos: com frequência, são as mesmas instituições financeiras, as mesmas megaconstrutoras e incorporadoras e os mesmos arquitetos

do *star system* que promovem um arrastão empresarial a fim de garantir certas características a um pedaço da cidade que se assemelha, no mais das vezes, a um parque temático.

Sabe-se que aos grandes capitais internacionais ligados aos megaeventos somam-se capitais nacionais e locais das áreas de construção civil, mercado imobiliário, turismo, gastronomia e hotelaria. Por outro lado, a dilapidação do fundo público, seguindo leis casuísticas e apressadas, além de projetos incompletos, se dá sob o argumento do "legado" que, após o megaevento, restará em benefício de toda a população. Contudo, a experiência evidencia que tal cenário tende a contrariar as necessidades locais e sobrar como um conjunto de "elefantes brancos".

Em relação ao campo da mobilidade e da moradia, Rolnik (2014) afirma que o interesse social é álibi para um milionário movimento de construção, que, entretanto, ignora as reais necessidades populares. Uma tendência geral de expulsão dos pobres da cidade, com a valorização imobiliária vinculando-se à distinção de classe, é o que se verifica. De acordo com a autora, o Brasil é signatário de leis internacionais sobre o direito à moradia que garantem que quando uma remoção precisa ser de fato realizada, a comunidade tem o direito de conhecer o projeto, de discuti-lo e de apresentar alternativas. Mas não é assim que as remoções se realizaram no Rio de Janeiro e em outras cidades brasileiras. Os funcionários das prefeituras foram às comunidades e pintaram um número na parede, indicando para as famílias que não poderiam permanecer mais ali.

Além disso, as compensações financeiras têm sido totalmente insuficientes para garantir o direito à moradia adequada dessas pessoas em outro local, e, em grande parte dos casos, quando houve reassentamento, este se deu em áreas muito distantes da moradia original, prejudicando os moradores no acesso aos locais de trabalho, aos meios de sobrevivência e à rede socioeconômica que lhes permite sobreviver na cidade. O marco internacional do direito à moradia determina que um reassentamento deve, necessariamente, oferecer condições iguais ou melhores do que a anterior, o que inclui não somente as condições da casa, mas também os equipamentos públicos e as oportunidades que a moradia permite acessar.

Para Rolnik (2014), as associações das marcas com o esporte no mundo empresarial envolvem operações simbólicas e ideológicas e a ideia de legado justifica a frente de expansão imobiliária. Segundo a autora, é mais que isso pois é

ela que permite o estabelecimento de exceções em relação às regras e às legalidades existentes. É, portanto, a exceção em nome do legado que vai justificar todas as desconstituições de direitos promovidas: as expulsões e despejos forçados para ceder espaço ao desenvolvimento da infraestrutura e à renovação urbana, as operações de grande envergadura contra pessoas sem teto, a discriminação de grupos marginalizados, tudo isso para ficar apenas no campo da moradia.

A autora ainda afirma que sediar grandes eventos esportivos traz ganhos e dinamismo econômico. Para ela, a grande questão é: ganhos para quê? E ganhos para quem? A resposta a essas perguntas está diretamente relacionada ao processo de tomada de decisões sobre quais, onde e como serão os investimentos. No caso da cidade do Rio de Janeiro, nenhum dos projetos urbanos relacionados às Olimpíadas de 2016 foi definido a partir de um amplo processo de discussão com a sociedade. Caso a lógica fosse outra, certamente entraria para a agenda a urbanização de assentamentos onde vivem famílias de baixa renda a fim de consolidar e garantir seu espaço nas cidades, ou planejar obras de mobilidade capazes de atender as prioridades de deslocamento da população da cidade. A verdade é que os impactos sociais da preparação para os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro somaram-se ao descontentamento da população com a vida na cidade. As manifestações de junho de 2013 tiveram como uma das reivindicações o direito à cidade. Essas manifestações revelam a indignação com um modelo de cidade que nega o direito à cidade para maior parte da população.

Pode-se afirmar que o processo de assalto às economias nacionais, com propostas de renovações urbanas que incluem grandes obras e flexibilização da normativa urbanística, não acontece exclusivamente em função dos grandes eventos. Pode-se dizer que funciona como uma estratégia da globalização neoliberal. Com os megaeventos, essa tendência se potencializa. As cidades ocupam um papel importante no processo de acumulação no capitalismo globalizado, do qual, por ocasião dos meganegócios, o espaço urbano, as obras de infraestrutura e as edificações constituem parte essencial.

2.1.3: A cidade na ótica do direito à cidade

A partir das análises realizadas até aqui, surge uma pergunta: para quem é a cidade? Dentro desse panorama, o cidadão tem direito a ela? O Estado virou síndico, e o cidadão, inquilino?

Direito à cidade implica colocá-la com a ótica predominante do valor de uso para que todos possam usufruir da riqueza socialmente produzida. Ou seja, é uma forma — como dizem Lefebvre (2001) e Harvey (2006) — de alterar a dinâmica da cidade como mercadoria. Ao invés de ver cada pedaço da cidade como valor de troca, pensá-la, em sua totalidade, como valor de uso. Dar a ela uma finalidade social. Privilegiar sua função enquanto catalizadora de direitos sociais.

A cidade, tal como descrita pelo sociólogo urbano Robert Park (1967), é:

a mais consistente e, no geral, a mais bem-sucedida tentativa do homem de refazer o mundo onde vive de acordo com o desejo do seu coração. Porém, se a cidade é o mundo que o homem criou, então é nesse mundo que de agora em diante ele está condenado a viver. Assim, indiretamente, e sem nenhuma ideia clara da natureza de sua tarefa, ao fazer a cidade, o homem refaz a si mesmo.

O direito à cidade se torna bem mais do que o direito individual de ter acesso a serviços públicos de qualidade. Se nós somos a cidade e se a cidade somos nós, como Park (1967) sugere na citação acima, podemos pensar que ter direito à cidade é ter mais liberdade de viver e experimentar os espaços que criamos e recriamos constantemente. Ignorar essa relação de sobrevivência mútua é aceitar uma cidade sem sentidos.

Para Harvey (2006), esse direito é mais coletivo do que individual à medida que as remodelações urbanas dependem de um poder coletivo. Negar à população o direito de participar do fazer e refazer a cidade é um dos mais importantes direitos humanos comumente negligenciados. Harvey (2006) afirma que se Park está certo quando diz que ao refazermos a cidade estamos refazendo a nós mesmos, temos que avaliar constantemente não só as nossas atitudes como as dos outros. Quando percebemos que o nosso cotidiano está estressante e sem motivação, temos o direito de mudar de rumo, porque "a questão do tipo de cidade que desejamos é inseparável da questão do tipo de pessoas que desejamos nos tornar. A liberdade de fazer e refazer a nós mesmos e a nossas cidades dessa maneira é, sustento, um dos mais preciosos de todos os direitos humanos". (HARVEY, 2006).

Como foi visto até aqui, a cidade do Rio de Janeiro é a grande protagonista das discussões sobre transformações urbanas e megaeventos, especialmente por ser sede dos Jogos Olímpicos de 2016. O Rio vem sendo discursivamente construído para ocupar uma privilegiada posição no concorrido mercado internacional das metrópoles, e a partir do "orgulho" coletivo dessa consagração, formar uma nova identidade carioca. Os governos federal, estadual e municipal se uniram em prol dos megaeventos, argumento que historicamente se tornou eficaz para atrair investimentos e mostrar ao mundo o quanto uma cidade pode ser maravilhosa. Todavia, a pergunta persegue: maravilhosa para quem, se no rastro dessas tão famosas reestruturações urbanas emergem processos de exclusão de camadas da sociedade, desapropriações e manifestações de insatisfação de diferentes segmentos da sociedade? Os mais diretamente atingidos por essas transformações já entenderam que os megaeventos servem de pano de fundo para alguns mandos e desmandos sobre a cidade, deixando nítida a falta de democracia na cidade.

O conceito de direito à cidade, deste modo, não pode ser compreendido apenas como o direito de visita ou de retorno às cidades tradicionais. Para Henri Lefèbvre (2001, p. 134) "direito à cidade se manifesta como forma superior dos direitos" e engloba os direitos "à liberdade, à individualização na socialização, ao habitat e ao habitar". E continua o autor "o direito à obra (à atividade participante) e o direito à apropriação (bem distinto do direito à propriedade), estão implicados no direito à cidade" (LEFÈBVRE, 2001). Ele é, pois, formulado como o direito à vida urbana, transformada, renovada (LEFÈBVRE, 2001). David Harvey (2006) define, em semelhante raciocínio, o direito à cidade: O direito à cidade é

muito mais do que um direito de acesso individual ou grupal aos recursos que a cidade incorpora: é um direito de mudar e reinventar a cidade mais de acordo com nossos mais profundos desejos. Além disso, é um direito mais coletivo que individual, uma vez que reinventar a cidade depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo sobre o processo de urbanização. A liberdade de fazer e refazer a nós mesmos e a nossas cidades '(...) é um dos nossos direitos humanos mais preciosos, ainda que um dos mais menosprezados. (p. 28).

É certo que para Harvey (2006) o direito à cidade é compreendido para além do usufruto de benefícios públicos urbanos. O direito à cidade se manifesta

principalmente como o direito de modificação do espaço urbano. Ao compreender a cidade enquanto um produto que gera lucro (que é feito para o consumidor que tem o poder financeiro de comprá-lo) a mudança planejada para a cidade, muito embora possa melhor as condições da vida cotidiana de boa parte dos moradores, reforça a segregação urbana de parte da população que não dispõe de renda.

Assim, o direito à cidade é também o direito de participar da construção do projeto de cidade, que envolve seus habitantes (os diversos atores sociais) e o poder público. Em contrapartida, a existência da pressão econômica tende a aumentar as desigualdades socioespaciais, resultantes de determinadas políticas públicas em prol de determinados grupos sociais. Para Orlando A. Dos Santos Júnior (2010) é possível verificar dois paradigmas na política urbana brasileira: "o paradigma da cidade-mercado *versus* o paradigma da cidade-direito de intervenção pública, com seus diferentes impactos sobre a dinâmica das cidades". Portanto, o descompasso entre os dispositivos legais e a dinâmica prática do planejamento urbano mais igualitário é um objetivo a ser concretizado.

Em Lefebvre (2001), o direito à cidade é uma utopia, uma plataforma política a ser construída e conquistada pelas lutas populares contra a lógica capitalista de produção da cidade, que mercantiliza o espaço público urbano e o transforma em uma engrenagem a serviço do capital. O discurso hegemônico para a construção de um projeto de cidade está longe de considerar o de uma "cidade para todos". Ele estrutura-se "na articulação de três analogias constitutivas: a cidade é uma mercadoria, a cidade é uma empresa, a cidade é uma pátria" (VAINER, 2012). Isso leva a pensar a cidade do Rio de Janeiro como uma mercadoria de luxo a ser consumida, promovida por uma gestão urbana que tem a exacerbação do sentimento patriótico como um ponto forte da construção do consenso sobre a cidade.

2.1.4: A necessidade de produzir consensos

A ideia de fabricação de consenso a qualquer preço se tornou a peça-chave da concorrência entre as cidades, uma fábrica de ideologias, segundo Arantes (2012), que usa sentimentos como o de comunidade e civismo para uma mobilização competitiva permanente. A forte carga simbólica associada aos

espetáculos constituiu uma receita ideal para a convergência perfeita entre a produção dos megaeventos esportivos e a produção do espaço urbano dentre dos ideários do modelo neoliberal No centro das coalisões que permitem tal dinâmica estão incorporadores, corretores, banqueiros, seguidos de coadjuvantes "como a mídia, os políticos, universidades, empresas esportivas, câmaras de comércio e, enfim, nossos dois personagens desse enredo de estratégias: os planejadores urbanos e os promotores culturais" (ARANTES, 2012).

São atores que na busca do consenso têm seus interesses representados no plano estratégico, para Maricato um plano-discurso que cumpre um papel ideológico, destacando "alguns aspectos para ocultar outros" (2012). E é sobre este plano-discurso que pensamos o conceito de cidade-empresa e sua busca pelo consenso, utilizando os megaeventos como importante estratégia discursiva neste processo.

Segundo Vainer (2011), há a necessidade de consenso, e nesse sentido, a versão "Cidade Olímpica" do jogo Banco Imobiliário contribui para isso.

Para Broudehoux (2014), isso se chama *potemkinismo* e pode ser definido como a manipulação de aparências para distorcer a realidade, especialmente a fim de retratar um maior nível de desenvolvimento. Para ela, a construção da imagem potemkinista não está limitada a manipulações visuais, mas inclui também uma ampla gama de práticas e estratégias discursivas, muitas vezes por meio do uso de uma retórica sedutora, de uma linguagem superlativa, da mistificação de dados e de diversas formas de exagero para melhorar a percepção da realidade.

Com isso, o aspecto político do planejamento é negligenciado, visto que os princípios e os interesses estão definidos *a priori*. A participação dos atores, defendida pelo planejamento estratégico, acaba sendo feita basicamente por aqueles que detêm o poder econômico.

Em consequência, levas e levas de moradores do centro da cidade e das áreas próximas aos interesses dos capitais envolvidos nos grandes eventos que orientam os investimentos no Rio de Janeiro, são deslocadas, de forma forçada, dos seus locais de moradia e levadas para pontos distantes da cidade, desestruturando formas de vida, de convivência e soluções longamente estruturadas de moradia, estudo e trabalho, como o caso da Vila Autódromo, objeto de maior repercussão recentemente.

2.1.5: A legislação urbana reflete qual ótica?

Sabe-se que a Política Urbana no Brasil possui previsão constitucional, conforme os artigos 182 e 183, e objetiva a ordenação do espaço urbano e desenvolvimento das funções sociais da cidade com a garantia do bem-estar da população (BRASIL, 1988). O texto constitucional prevê também o instrumento do Plano Diretor, obrigatório para cidades com população igual ou superior a vinte mil habitantes (BRASIL, 1988, art. 182, § 1º), a função social da propriedade urbana (BRASIL, 1988, art. 182, § 2º), bem como o usucapião urbano (BRASIL, 1988, art. 183).

Por sua vez, a legislação infraconstitucional brasileira, regulamenta os artigos citados acima e define que o direito à cidade comporta (BRASIL, 2001, art. 2º, inciso l):

- (I) direito à terra urbana
- (II) direito à moradia;
- (III) direito aos serviços públicos;
- (IV) direito à infraestrutura urbana;
- (V) direito ao transporte público;
- (VI) direito ao saneamento ambiental;
- (VII) direito ao trabalho
- (VIII) direito ao lazer.

Tais direitos possui a dimensão intergeracional, ou seja, é um direito que comporta as presentes e futuras gerações.

Em linhas gerais, o Estatuto da Cidade fixa o caráter público e social que deverá gerir a propriedade urbana, em prol do equilíbrio do ambiente (do bem coletivo) e do bem-estar e segurança da população (BRASIL, 1988, art. 1°, parágrafo único).

A participação popular – em audiências e debates públicos para a elaboração ou modificação do plano diretor participativo – é outra previsão do Estatuto e figura como um dos instrumentos de gestão democrática (BRASIL, 2001, art. 43, II).

Há, ainda, a iniciativa popular de leis, projetos, programas e planos a fim de auxiliar no desenvolvimento urbano (BRASIL, 2001, art. 43, IV). O direito à cidade, nos termos do Estatuto da Cidade (Lei n. 10.257 de 2001), corresponde a um conjunto de direitos que dizem respeito aos serviços públicos disponíveis aos cidadãos. Para além do direito à moradia, à terra urbana, ao transporte público, ao trabalho, ao lazer e ao saneamento básico, o direito à cidade deve ser entendido também como o direito de participar na construção do projeto de cidade, ideia cunhada na literatura de Lefebvre (2001) e Harvey (2006).

A rigor, a aplicação mais efetiva do Estatuto da Cidade depende de lutas nessa direção. Todavia, um balanço da literatura recente sobre o Estatuto (Maricato, 2010, 2011; Fernandes e Alfonsin, 2009; Fernandes, 2007, 2010) revela um consenso entre os estudiosos no Brasil: a referida lei ainda não saiu do papel, ao menos não da forma como muitos desejam. Para isso, ainda será necessário um volume significativo de articulação e mobilização popular, cujo desafio consiste em alterar de modo concreto a correlação de forças vigente na sociedade brasileira – há muito dependente e subordinada aos interesses dos proprietários do capital (Maricato, 2000, 2010; Ribeiro, 2003; Quinto Júnior, 2003). Isso não significa diminuir a importância dos avanços obtidos no campo jurídico-legal com a aprovação do Estatuto da Cidade; pelo contrário, significa reconhecer que, com a aprovação dessa lei, foi dado um passo fundamental no combate ao excludente modelo de urbanização brasileiro, e que a mobilização social não se encerra no momento da aprovação de textos e normas legais.

Como afirma Vainer (2011), "sem conflito não há transformação". Ou seja, uma legislação avançada é condição necessária, mas não suficiente para a realização de uma reforma profunda nos alicerces estruturais de qualquer sociedade. Na qualidade de um direito social, portanto, o direito à cidade exige, uma "permanente luta" por sua efetivação.

Quando a cidade não é vista como um direito coletivo e sim um direito de consumir, seu planejamento pode ser excludente. Preços elevados de terrenos urbanos, de moradias não condizem com a função social da propriedade, pressuposto fixado em lei.

O pensamento de Bava (2014) corrobora tal afirmação: [...] O espaço público se fragmentou, se privatizou, a segregação se impôs. Bairro rico de um lado, com

todos os tipos de serviços públicos disponíveis, *shoppings*, espaços de lazer, polícia privada garantindo a segurança. Bairros pobres e favelas de outro, ocupações com habitações precárias autoconstruídas, sem esgoto e muitas vezes sem água potável, com a eletricidade vinda de ligações clandestinas, em áreas de risco sujeitas a deslizamentos e inundações, sem equipamentos de educação e saúde, sem transporte público adequado, acossados por uma polícia que criminaliza a pobreza (BAVA, 2014).

Para Maricato (2014), quando determinado espaço urbano é visto como mero produto — especialmente com construções de alto padrão o resultado é a segregação urbana, com violação de direitos, sobretudo, o chamado "direito à cidade", que é entendido pela autora como uma forma superior dos direitos. Para Sánchez (2010), a mercantilização da cidade opera em dois sentidos: os espaços capturados pelas relações de produção capitalista, que são incorporados aos processos de reestruturação urbana em curso, podem se destinar à produção ou propriamente ao consumo do espaço. No primeiro caso, por intermédio de obras de infraestrutura, operações logísticas de otimização de fluxos produtivos e obras de modernização tecnológica que agregam densidade técnica aos lugares para atração de empresas multinacionais; no segundo, por meio de operações vinculadas ao turismo e ao lazer, operações imobiliárias e, finalmente, operações voltadas ao consumo da cidade, estimuladas pela publicidade. (SÁNCHEZ, 2010)

Assim, a cidade negócio, criada e planejada, para receber grandes empresas tende a operar no sentido de valorizar melhorias e projetos condizentes com as exigências do mercado, deixando em segundo plano as melhorias que a população precisa. Um dos principais obstáculos para a concretização do direito à cidade é de ordem jurídica e política: o maior obstáculo para a efetividade do Estatuto da Cidade é [...] do próprio direito à cidade, é uma disputa de fundo entre uma velha ordem jurídica nucleada pelo direito individual de propriedade e a nova ordem jurídico-urbanística que emerge [...], na qual a função social da propriedade e o direito à cidade passam a ser novos centros para o ordenamento jurídico, agora policêntrico. Parece que a aprovação da lei e a emergência dos novos direitos difusos e coletivos não foram capazes de afastar interpretações jurídicas e políticas ainda marcadas pela ótica do liberalismo jurídico clássico.

Poder Judiciário, Ministério Público, Administrações Públicas e mesmo entidades da sociedade civil e movimentos sociais precisam, urgentemente, compreender que a efetividade dos novos direitos previstos no Estatuto da Cidade depende de uma radical mudança de postura e de olhar para a cidade enquanto fenômeno central da contemporaneidade e elevada, agora, à categoria de direito coletivo do qual são titulares todas as pessoas que vivem em cidades. Todos precisam compreender que todo cidadão tem direito à cidade.

Outro ponto de mercantilização da cidade é verificada nos acontecimentos recentes de remoções forçadas na cidade do Rio de Janeiro. Comunidades pobres foram removidas para o embelezamento ou para a construção de estruturas para megaeventos

Vainer (2013) calcula que, para a Copa do Mundo de 2014, no Brasil, cerca de 250 mil pessoas foram retiradas de suas casas. Para o autor, essa é a prova de que a cidade neoliberal se desenvolve em um ritmo excludente e é responsável por diversas mazelas: favelização, criminalidade, degradação do ambiente, etc. (VAINER, 2013).

Para complementar o tema de megaeventos, Raquel Ronik (2014) esclarece que o Brasil é signatário de leis internacionais que dizem respeito ao direito à moradia; porém, as remoções não contemplaram a manifestação dos moradores, que não tiveram acesso à informação ou esclarecimentos técnicos e jurídicos: "os funcionários das prefeituras simplesmente vão às comunidades e pintam um número na parede", é assim que os moradores têm ciência de que não poderão permanecerem em suas casas.

O novo contrato social a ser estabelecido deverá se basear em princípios de solidariedade e de convivência democrática com a diferença e a multiplicidade. Para tanto, as estratégias de descentralização deverão: incorporar formas de participação direta da população em processos decisórios relativos a investimentos e a controle do território; modificar a rigidez e a desarticulação das estruturas e instituições responsáveis por políticas setoriais sociais, evitando o desperdício de recursos e a sobreposição de competências e beneficiários; reduzir a centralização da proteção social na esfera federal, no âmbito da reforma fiscal e tributária nacional, através da ordenação e comprometimento das fontes de financiamento em nível federal, estadual e municipal. (2002).

A consolidação da legislação e do instrumento de participação popular devem existir na prática. Por vezes, a participação popular é questionada, como casos em que o Poder Público não disponibiliza espaço para comportar todos os participantes ou, ainda, quando há interesse de que a população não participe dos debates do planejamento urbano.

Observa-se uma inefetividade de alguns instrumentos da lei, indicando uma série de obstáculos institucionais ao efetivo direito à cidade.

O grande dilema é em torno da possibilidade de que a participação pode ser utilizada como instrumento legitimador de decisões já tomadas, as decisões de gabinete, em que os benefícios abarcam interesses individuais, em prejuízo ao bem coletivo.

Renato Cymbalista (2007) é um dos autores que alertam para esse problema. Para ele, muitos planos diretores foram criados em gabinete, com exclusão deliberada dos cidadãos. Nesses casos, o papel do Ministério Público é fundamental para que a participação seja consolidada.

É mediante controle da população e do Ministério Público que a gestão pública e o projeto de cidade poderão, de fato, ser um diálogo público com decisões coletivas e em prol do bem comum. Não obstante os casos de questionamento dos procedimento no Judiciário, há que se reconhecer o avanço que tal legislação proporcionou: a gestão democrática do espaço urbano, isto é, o diálogo entre técnicos, Prefeitura, Câmara de Vereadores, população em geral e representantes de associações. Lefèbrve, na década de 1970, já previa que a participação popular seria uma das estratégias de rompimento com a exclusão socioespacial. A consolidação e eficácia normativa figura também ao lado da vontade política da população, pensamento que converge com a ideia de superação da pobreza política.

A gestão e a prática do planejamento urbano deverão consolidar diferentes conceitos, práticas e, ainda, incorporar os novos atores sociais que fazem parte dos procedimentos associados ao Plano Direito Participativo, como prevê o Estatuto da Cidade.

A construção de um plano coletivo "ideal" deverá utilizar a visão do cidadão comum, para compreensão adequada suas necessidades, carências, interesses, e questionamentos, que muitas vezes não chegam até o governante. Só assim será efetivo o direito à cidade sustentável e democrática.

Sabe-se que a legislação urbanística brasileira, a partir dos anos 1990, assume os ideários neoliberais e reflete tais princípios na Lei do Estatuto da Cidade, principalmente na parte das operações urbanas em consórcio e da outorga onerosa do direito de construir. Novos instrumentos de gestão urbana entram em cena em correspondência ao modelo neoliberal em vigor, tendo como foco central dar conta dos processos de renovação urbana, implantação de infraestruturas e de equipamentos sociais, por meio de uma menor participação do Estado nas áreas social e urbana.

Planejamento estratégico, parcerias público-privadas, atuação de organizações não-governamentais são exemplos destes novos instrumentos utilizados universalmente. Eles têm facilitado a ação de grupos de pressão, organizados por meio da figura jurídica das organizações sociais, voltados a atingir interesses individualizados, através de parcerias diversas com a administração pública em detrimento dos interesses coletivos. Em contrapartida, outros instrumentos com a ideia de democratização dos processos decisórios - e do controle social da implementação de políticas públicas surgem para frear aqueles promovendo um processo organizado de escuta e de debate em torno das diferentes opções e suas implicações para a cidade, viabilizando as escolhas e sua implementação.

O Estatuto da Cidade no inciso II do art. 2º e no capítulo IV prevê instrumentos de gestão democrática da cidade: conselhos de política urbana, debates, audiências e consultas públicas, conferências de desenvolvimento urbano, iniciativa popular de projetos de lei e planos. São instrumentos contra instrumentos.

Pode-se afirmar que são instrumentos de gestão participativa contra instrumentos de gestão estratégica, todos em diferentes dimensões.

De um lado estão o Estatuto da Cidade e o Plano Diretor que instituíram Parcelamentos, Edificações e Utilizações Compulsórios, IPTU Progressivo no Tempo, Desapropriações com Pagamentos de Títulos, Usucapião Especial de Imóvel Urbano, Direito de Superfície, Outorga Onerosa do Direito de Construir, Direito de Preempção, Operações Urbanas Consorciadas, Transferência do Direito de Construir, Estudo de Impacto de Vizinhança. Em outra dimensão temos conselhos de política urbana, debates, audiências, consultas públicas, conferências

de desenvolvimento urbano, iniciativa popular de projetos de lei e planos, todos privilegiando a participação da sociedade civil.

Do outro lado estão o Planejamento Estratégico com suas parcerias públicoprivadas (PPPs), flexibilização da legislação urbana, agilização de processos e atuação de organizações não governamentais.

O novo empreendedorismo tem como elemento principal, a noção de "parceria público privada" (PPP) em que a iniciativa tradicional local se integra com o uso dos poderes governamentais locais, buscando e atraindo fontes externas de financiamento, e novos investimentos diretos ou novas fontes de emprego (HARVEY, 2005, p. 172).

O planejamento estratégico tem como um dos seus pilares a associação dos diversos atores urbanos por meio de parcerias público-privadas.

este novo modelo de gestão público-privada tem provocado profundas e questionáveis mudanças na atuação dos governos municipais com relação às suas prioridades na alocação de recursos e compromissos na implementação de políticas, com tendências cada vez maiores a uma mercantilização da vida urbana (Sánchez, 1999, p. 118).

De acordo com Harvey (2006), o objetivo dessas parcerias é "muito mais o investimento e o desenvolvimento econômico através de empreendimentos imobiliários pontuais e especulativos do que a melhoria das condições em um âmbito específico". Nesse mesmo sentido e com um olhar sobre a realidade brasileira, Marcelo Lopes de Souza (2004) afirma que:

Essas parcerias são estabelecidas visando à criação, execução e gestão de projetos em que, na maioria das vezes, o Estado (e, indiretamente, todos nós, pagadores de impostos) assume todos os riscos e custos, e o setor privado fica com a gestão e os benefícios (os lucros dos projetos). É como se o Estado "pusesse a mesa" para os empresários particulares, sob o argumento de que os empregos que serão criados e os recursos advindos do "aquecimento" da economia local justificariam isso – argumento esse que é, como muitos têm observado e mostrado, bem fraco. (p. 55)

Em meados da década de 1990, o Rio de Janeiro se orgulhava por ser uma das primeiras cidades brasileiras a elaborar seu plano estratégico, justificando sua necessidade nos megaeventos esportivos que iria sediar. Apesar de bastante

cobiçado, o modelo foi logo criticado por importantes estudiosos do campo do Planejamento Urbano, como revela o fragmento a seguir:

Não faltam aqueles que oferecem, a preços não módicos, fórmulas capazes de conduzir qualquer cidade ao pódio restrito das cidades globais. Os clientes, muitos prefeitos latino-americanos, buscavam salvar suas municipalidades da insolvência promovida pela crise fiscal, seguindo o modelo mais vendido do continente: Planejamento Estratégico, à la Barcelona (Maricato, 2001, p. 57).

Dentro desse contexto, para promover a cidade, é necessário gerar um consenso entre os cidadãos, os quais precisam confiar nos rumos da gestão comprometida com a sua valorização no *marketing* das cidades capazes de atrair investimentos imobiliários elitizados.

Portanto, a implementação dos conceitos privados no setor público pôde ser observada, principalmente, nas duas últimas décadas na cidade do Rio de Janeiro, onde a busca pela realização dos Jogos Olímpicos conduziu e orientou as principais determinações da política urbana do município carioca nos últimos anos. Os megaeventos esportivos acabaram representado a oportunidade de implementar os Grandes Investimentos Urbanos (GPUs) na cidade, por meio de uma gestão urbana denominada Planejamento Estratégico. Em outras palavras, o Planejamento da Cidade foi o Planejamento dos Jogos.

A principal razão pela qual a revisão do plano diretor da cidade do Rio de Janeiro se arrastou por tanto tempo é o fato de as gestões que se seguiram tão logo sua aprovação não tinham interesse político em utilizá-lo, tendo buscado na experiência internacional outro instrumento, o plano estratégico como principal legitimador de suas políticas e ações no território carioca - o Plano Diretor foi engavetado por conta da adoção do planejamento estratégico (1996, 2004, 2009), revelando assim o foco das gestões que se sucederam nesse período. O processo de sua revisão só teve início por conta da obrigatoriedade imposta pelo Estatuto das Cidades – mero cumprimento de uma obrigação legal. Neste caso particular, os grandes eventos foram utilizados como instrumentos remodeladores do espaço urbano.

Uma vez conquistado o direito de sediar os eventos esportivos, esse foi o instrumento, o principal pretexto para se colocar em prática um processo de

(re)ordenação do território carioca. Um tipo de (re)ordenação que não é fruto de um processo democrático de discussões e debates com a sociedade e que não privilegiou os espaços que mais precisavam de investimentos. Enquanto corria o processo de revisão do Plano Diretor, os projetos relacionados aos megaeventos estavam sendo concebidos e implementados na cidade, em paralelo e sem nenhum diálogo com o que o Plano Diretor determina, inclusive contrariando várias de suas diretrizes como, por exemplo, a escolha da Barra da Tijuca como local privilegiado de concentração de investimentos.

Para o prefeito do Rio, Cesár Maia, o projeto de 2004 foi correto ao concentrar a maioria das instalações em uma área. Ele critica, no entanto, a escolha do Fundão. "Os Jogos são, antes de tudo, um evento econômico relacionado ao esporte. Ele tem suas lógicas e suas exigências. Imaginem uma foto de capa de jornal mostrando um atleta e no fundo uma favela com um homem esquálido. Nós não precisamos e nem queremos esconder nossas dificuldades, mas é preciso entender a complexidade dos Jogos Olímpicos. (BRASIL, 2008, p.12).

Torna-se evidente que todo o processo de elaboração do plano olímpico é marcado por uma verticalidade, ou seja, um projeto de cidade que vem claramente de cima para baixo, do tipo *top-down*, imposto aos cidadãos sem nenhum diálogo ou transparência. É a cidade desenvolvendo seu *city marketing* ou *marketing urbano* (Sanchez, 2003) para "vender" a imagem do Rio nesse mercado simbólico que faz a cidade operar como uma empresa, onde a publicidade mascara as contradições sociais e o debate é silenciado pela necessidade de aproveitar a "oportunidade de negócio" trazida pelo megaevento.

2.1.6: O City marketing: o marketing das cidades

Até aqui foi possível concluir que, dentro dessa lógica, a cidade deixa de ser o lugar do cidadão (o que tem direito à cidade) para ser o local do citadino (o que mora na cidade). A cidade acaba por se transformar em uma mercadoria, em um objeto de luxo a ser vendido num mercado competitivo, a um público alvo específico: o capital internacional e o capital especulativo local. A cidade acaba por adquirir o caráter de uma empresa, um agente econômico que atua de acordo com as regras impostas pelo mercado. Assim, a cidade deixa de ser pensada sob um plano político, dos

direitos, não sendo mais construído como um território de exercício local da democracia (VAINER, 2000).

O Planejamento Estratégico e o *city marketing* são instrumentos que, segundo Vainer (2000) "autorizam a transposição do modelo estratégico do mundo das empresas para o universo urbano, como é ela que autoriza a venda das cidades, o emprego do *marketing* urbano".

A cidade, enfim, muito embora esteja sendo tratada como um produto, uma mercadoria, não deve permitir que o "espaço objeto e sujeito de negócios" se imponha sobre o "espaço do encontro e do confronto de cidadãos" (Vainer, 2000); afinal, esta é a finalidade única de ser e de existir da cidade, numa concepção democrática e republicana, que orienta nossa legislação.

Vainer (2000) destaca como um dos aspectos condenáveis do planejamento estratégico, o *marketing* de cidades. Se a intenção é vender, surge a questão: vender para quem? A prática mostra que normalmente a cidade é "vendida" para os grandes investidores do capital estrangeiro. Isso quer dizer que os aspectos a serem valorizados na cidade não são aqueles importantes para a população em geral, mas sim aqueles que agradam e esse grupo específico.

Por isso, aspectos como infraestrutura tecnológica e de comunicações, hotéis de luxo, mão-de-obra qualificada e aeroportos internacionais passam a liderar a lista de prioridades dos planos estratégicos.

Nesse sentido, outras questões podem ser trazidas à tona: a cidade pode ser "vendida"? A cidade é propriedade particular? por que a cidade deve ser "vendida"? Quem são – ou, deveriam ser – os donos da cidade?

Com relação à ambiência urbana, por outro lado, o *marketing* acabou gerando uma banalização dos projetos urbanos, vistos como instrumentos para embelezar a cidade e atrair o investidor interessado em uma cidade agradável para morar e consumir. Com isso, abre-se mão de uma visão integrada dos problemas urbanos, gerando um conjunto de intervenções fragmentadas que desperdiçam seu potencial de estruturar o espaço e atuar positivamente na dinâmica do sistema urbano. Essa prática, aliás, vai radicalmente contra a visão sistêmica da cidade defendida pelo próprio planejamento estratégico.

Vainer (1999) acrescenta ainda que a intenção de "vender" a cidade fica bem clara até mesmo na linguagem utilizada nos ensaios teóricos. Güell (1997, p. 133),

por exemplo, diz que depois que um empresário escolhe uma cidade ele pode ou não a recomendar para outras pessoas, e acrescenta: "por essa razão, o papel do vendedor do lugar não termina com a compra, e sim continua com o que se conhece como período pós-venda".

O atual prefeito do Rio de Janeiro chegou a gravar um TED no qual ele mostra quatro grandes ideias sobre como levar o Rio — e todas as cidades — ao futuro, incluindo inovações arrojadas (e executáveis) de infraestrutura e como deixar a cidade "mais inteligente". Esse personagem carismático (em geral o prefeito da cidade ou outra liderança política ou não) deve "unir a cidade" em torno de si, para que não se questione a importância dos planos no que concerne à minimização dos reais problemas enfrentados pela população.

Ao contrário, pretende-se que seja obtida a legitimidade necessária à implementação desses planos. Nessa medida, nessa concepção de planejamento, a preocupação central do discurso dos consultores ligados à elaboração dos planos estratégicos é muito mais a de promover a cidade para o crescimento imobiliário do que propriamente administrá-la para o bem comum. Desse modo, o discurso do empreendedorismo urbano é vendido por consultores como a panaceia para os problemas econômicos e sociais da cidade. Assim,

A ênfase no turismo, na produção e consumo de espetáculos, na promoção de eventos efêmeros numa dada localidade representam os remédios favoritos para economias urbanas moribundas. Investimentos urbanos desse tipo podem ser paliativos imediatos apesar de efêmeros aos problemas urbanos. Mas estes são, em geral, altamente especulativos (HARVEY, 2006).

3: ASPECTOS HISTÓRICOS E PEDAGÓGICOS DO JOGO

Os jogos de tabuleiro surgiram na Suméria antiga, hoje Iraque, há mais de 4000 anos.

O Banco Imobiliário é a tradução do jogo mais vendido no mundo: o *Monopoly*. Ele foi produzido em mais de 25 línguas e distribuído em pelo menos 80 países. Estima-se que 500 milhões de pessoas já o tenham jogado.

De acordo com Bertell Ollman, professor da Universidade de Nova Iorque, em seu artigo "À procura de jogos críticos", tal jogo foi imaginado em 1903, por Elizabeth Mager, uma *quaker* adepta do Imposto Único do economista Henry George. Ela inventou o jogo em 1903 e chamou-o o "Jogo do latifundiário" (*Landlord Game*). Afirma-se que o sonho da criadora era que a tributação se desse exclusivamente na forma de um imposto sobre a propriedade de terras. O Monopólio começara então como uma crítica ao próprio sistema que ele tanto fizera para promover. A ideia inicial do jogo era demonstrar a "iniquidade de um sistema social no qual uma pequena minoria de proprietários lucrasse com o aluguel que eles cobram dos locatários".

Uma versão de 1925, agora já chamado de Monopólio, feita por Louis Thun, declara na sua introdução: "Monopólio é concebido para mostrar o mau resultado da instituição da propriedade privada. No princípio do jogo, todo participante é contemplado com a mesma probabilidade de êxito de todos os outros. O jogo finaliza com uma pessoa na posse de todo o dinheiro. "O que conta para o fracasso do resto, e que fator único foi selecionado para explicar a obviamente mal ajustada distribuição da riqueza da comunidade, representada por esta situação? Os que vencem responderão 'qualificação'. Os que perdem responderão 'sorte'. Mas talvez

alguns afirmem, ainda que admitindo os elementos qualificação e sorte, que a resposta está com Scott Nearing [um escritor socialista da época]: 'propriedade privada' ".

Pedagogos afirmam que os jogos também podem servir para um propósito crítico, introduzindo fatos desconfortáveis, desmascarando fraquezas sociais, encorajando oposições, e até mesmo apresentando alternativas futuras. Como foi visto, isso emerge da origem do jogo em questão. "Os jogos, tal como ciência/ficção, muitas vezes proporcionam a cobertura para a crítica fundamental e mesmo a revolta. Será apenas uma coincidência que no xadrez, o jogo medieval por excelência, um cavaleiro e um bispo possam aprisionar um rei?"

Ollman (2005) afirmou: "fazer um jogo justo, dar a cada participante a mesma oportunidade de vencer, significava distorcer a vida real". Sua conclusão deixou-o com um dilema que o dividia: "para um jogo cumprir as exigências elementares do jogo de azar, ele não podia ser socialista. Se ele fosse socialista, focasse as desigualdades na nossa sociedade e mostrasse o que podia ser feito acerca delas, ele não podia ser um jogo."

E as regras do Banco Imobiliário mudaram? O objetivo do jogo é comprar e alugar ou vender propriedade tão lucrativamente que alguém se torna o jogador mais rico e finalmente monopolista. "Obviamente, algo está incorreto. A acumulação desequilibrada de riqueza, que Mager denunciara, tornou-se o objetivo de todo o exercício". (OLLMAN, 2005)

O sociólogo e professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro Paulo Baía afirma que a visão pedagógica do jogo é equivocada e que a brincadeira com crianças pode gerar visões distorcidas da realidade.

O psicólogo Koffka (1921) dá vários exemplos para mostrar como uma criança transfere uma situação de brinquedo para a vida.

De acordo com Fontes (1998), o brinquedo cria uma zona de desenvolvimento proximal da criança. No brinquedo, a criança sempre se comporta além do comportamento habitual de sua idade, além de seu comportamento diário; no brinquedo é como se ela fosse maior do que a realidade. Como no foco de uma lente de aumento, o brinquedo contém todas as tendências do desenvolvimento sob forma condensada, sendo, ele mesmo, uma grande fonte de desenvolvimento.

É notável que a criança comece com uma situação imaginária que, inicialmente, é tão próxima da situação real. O que de fato ocorre é uma reprodução da situação real. O brinquedo é muito mais a lembrança de alguma coisa que realmente aconteceu do que imaginação.

À medida que o brinquedo se desenvolve é possível observar um movimento em direção à realização consciente do seu propósito. É incorreto conceber o brinquedo como uma atividade sem propósito. O propósito, como objetivo final, determina a atitude afetiva da criança no brinquedo.

Na contramão dessas afirmações, a fabricante do jogo, a tradicional Manufatura de Brinquedos Estrela S.A. defende haver no Banco Imobiliário um "caráter profundamente pedagógico, pois ensina as crianças a aprenderem como funciona a sistemática financeira, aplicando a matemática e também ensina os principais locais do Brasil, ensinando história e geografia para as crianças". Segundo a empresa, "com o acontecimento mundialmente famoso das Olimpíadas no Rio de Janeiro, em 2016, surgiu a ideia de adaptar um Banco Imobiliário para isso e foi criado o Banco imobiliário – Cidade Olímpica", conforme resposta da empresa ao Ministério Público.

A Estrela afirma não ser novidade a utilização do jogo Banco Imobiliário como projeto pedagógico, que através da atividade lúdica ensina as crianças a aprenderem com a realidade onde vivem. Esclarece ainda, por meio de ofício em resposta ao Ministério Público, que "não existe qualquer projeto de natureza política no caso, mas sim de projeto, exclusivamente, de natureza lúdica e pedagógica".

O Município do Rio de Janeiro, em Distrato celebrado entre sua Secretaria Municipal de Educação e a empresa Estrela, justificou que a intenção com a referida aquisição era a de utilizar os jogos em sua Rede Pública de Ensino, para potencializar experiências curriculares e oportunizar o aprendizado lúdico aos alunos. Defendeu a singularidade do material de funcionar de acordo com a mecânica de um jogo conhecido em larga escala, por diversas gerações, que é o Banco Imobiliário, e, ao mesmo tempo contemplar, na versão que é objeto desta dissertação, a abordagem de diversos pontos turísticos, obras viárias e locais de realização de provas olímpicas. O Município acreditava que a aquisição do referido material poderia contribuir fortemente para a construção de conhecimentos sobre a cidade, de forma lúdica e interdisciplinar, uma vez que, pelas características do

material apresentado, relacionava-se com diversos campos do conhecimento, especialmente nas áreas de matemática, história e geografia.

A arquiteta e urbanista Ermínia Maricato, que não é pedagoga, oferece, em seu livro "O Impasse da Política urbana no Brasil", um exemplo de uma verdadeira campanha pedagógica: conhecer a realidade do conjunto de cidades brasileiras e a realidade específica exigiria a incorporação do tema como matéria escolar do Ensino Fundamental, algo a ser definido juntamente com o Ministério da Educação. No entanto, o sentido da sua afirmação, é o da cidade como *locus* de conflitos de interesses, que devem ser regulados em benefício da universalização e equidade dois direitos ao seu usufruto.

A distribuição do Banco Imobiliário nas 1.074 escolas públicas do município trouxe à tona outras práticas "educacionais", promovendo a atual gestão. Houve, em uma das provas de matemática aplicada aos alunos do 6º ano do Ensino Fundamental, uma questão sobre o BRT – sistema de ônibus implantado pelo prefeito.

As críticas ao jogo, inspirado em obras da prefeitura, resultou na insatisfação demonstrada pela sociedade civil, apontando para impropriedades pedagógicas e educacionais do projeto. Professores da rede pública de ensino do município carioca realizaram uma paralisação na Cinelândia, Centro do Rio, que contou com o slogan "Escola não é banco, nem de brincadeira".

Durante a polêmica, a Secretaria Municipal de Educação divulgou, em nota, que o brinquedo serviria para "divulgar o Rio", além de que os professores poderiam "utilizar o jogo de forma pedagógica, uma vez que disciplinas como geografia, história e matemática, e temas transversais, como a preservação cultural da cidade", poderiam ser trabalhados com os alunos. Para a prefeitura, o jogo serviria para potencializar experiências curriculares e oportunizar o aprendizado lúdico aos alunos.

De acordo com teoria do desenvolvimento de Piaget, o sujeito constrói o conhecimento na medida em que vai vivenciando fases. A primeira delas é a fase da assimilação, baseada na estruturação por incorporação da realidade exterior a formas devidas à atividade do sujeito. A segunda é a acomodação, na qual, acontece a combinação de esquemas ou modificações de esquemas para resolver problemas que venham de experiências novas dentro do ambiente. A terceira e

última é a fase da equilibração traduzida na estabilidade da organização mental que dá conta de um novo conhecimento.

Nesse sentido, para que o desenvolvimento cognitivo do aluno seja garantido, é necessário estimulá-los por meio de situações diversificadas com desafios gradativos. Assim, necessário desequilibrá-lo o tempo todo.

Foi o que fez o professor José Teixeira, que levou aos seus alunos do 6º ano do Ensino Fundamental ao Ensino Médio, a questão, que persiste no país e no mundo, de políticos misturarem o público e o privado: "estou trabalhando como isso acontece e cria, em algumas situações, radicalismo no poder. É importante que os estudantes tenham consciência de que a máquina pública não deve servir à iniciativa privada" (Jornal O Dia. Disponível em: ">http://www.odia.ig.com.br/.> Acesso em: 05. mar.2013).

4: ESTRUTURA METODOLÓGICA

A pesquisa se desenvolveu a partir da análise do inquérito civil nº 201300260849, instaurado pela 1ª promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Proteção à Educação da Capital, instaurado para apurar possível desvio de finalidade na criação do jogo Banco Imobiliário – versão Cidade Olímpica, se o projeto havia sido custeado com recursos da Educação, por meio do FUNDEB e se apresentava conteúdo pedagógico.

As partes do jogo (manual, tabuleiro, títulos de posse e cartas de sorte ou revés) foram analisados para serem realizadas tentativas de associação com os conceitos do capítulo anterior.

Surpreendentemente, os autos não problematizaram esse modo de apropriação da cidade. Pregunta-se, então: qual é o papel do ensino nesse debate que tem como assunto a configuração das cidades. Inseri-lo na escola seria uma forma de contrapor à lógica mercadológica? É necessário que o Estado assuma a responsabilidade de formar seus cidadãos dentro da lei, numa perspectiva de cidade para todos.

Analisando os autos do inquérito civil, buscou-se responder se o projeto havia sido custeado com recursos direcionados à Educação por meio de verbas do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação.

O art. 21 da Lei nº 11.494/2007 estabelece que os recursos dos Fundos, inclusive aqueles oriundos da complementação da União, serão utilizados pelos Estados, pelo Distrito federal e pelos Municípios, no exercício financeiro em que lhes forem creditados, em ações consideradas como de manutenção e desenvolvimento

do ensino para a educação básica, conforme disposto no art. 70 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional)

O art. 23 da Lei nº 11.494/2007 estabelece que é vedada a utilização dos recursos dos Fundos no financiamento das despesas não consideradas como de manutenção e desenvolvimento da educação básica, conforme o art. 71 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.

A sociedade civil demostrou insatisfação com a criação da versão do jogo por diversos meios de comunicação, apontando para impropriedades pedagógicas e educacionais do projeto. Afinal, o que um aluno vai aprender calculando o lucro que ele pode ter adquirindo uma clínica da família ou cobrando pedágio na Transoeste?

O art. 2º da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 prevê que a educação, dever da família e do Estado, inspirada nos princípios de liberdade e nos ideais de solidariedade humana, tem por finalidade o pleno desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

O art. 32 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 estabelece que:

o ensino fundamental obrigatório (...) terá por objetivo a formação básica do cidadão, mediante: (...) II – a compreensão do ambiente natural e social, do sistema político, da tecnologia, das artes e dos valores em que se fundamenta a sociedade; (...) IV – o fortalecimento dos vínculos da família, dos laços da solidariedade humana e de tolerância recíproca em que se assenta a vida social. (BRASIL, 1996)

A 1ª Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Proteção à Educação da Capital instaurou inquérito civil em face da Prefeitura do Rio de Janeiro para apurar o possível desvio de finalidade na criação do jogo Banco Imobiliário, bem como a origem dos recursos na compra e se apresenta conteúdo pedagógico.

A Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro justificou ao Ministério Público que a aquisição do jogo "Banco Imobiliário – Cidade Olímpica", constituía material didático, já que contemplava diversos pontos turísticos, obras viárias e locais de realização de provas olímpicas, e contribuiria fortemente para a construção de conhecimentos sobre a cidade, de forma lúdica e interdisciplinar, uma vez que, pelas características do brinquedo em questão, relacionava-se com diversos campos de conhecimento especialmente nas áreas de matemática, história e geografia.

O pano de fundo de seu tabuleiro é o dinamismo do mundo dos negócios nos dias de hoje, difundindo um tipo de apropriação dos espaços da cidade.

No entanto, torna-se importante definir qual o modelo de cidade que esse jogo de tabuleiro ajuda a produzir. Uma cidade para todos ou uma cidade de exceção?

De acordo com Lefebvre (2001), "a cidade é a expressão das relações sociais de produção capitalista, sua materialização política e espacial que está na base da produção e reprodução do capital". Assim, as cidades estão cada vez mais condicionadas pelos fluxos de globalização, tornando-se fragilizadas e *locus* de dualidades discrepantes.

O manual do jogo foi uma fonte analisada. Neste momento, pôde-se iniciar a construção de um entendimento de que ele sugere a adoção de uma lógica de planejamento urbano empresarial voltado para a mercantilização dos espaços públicos, tornando-os atraentes aos negócios e ao mercado, expressa no Planejamento Estratégico de Cidades.

É esse contexto que atribui sentido à versão Cidade Olímpica do jogo, como um, dentre vários instrumentos, que, para muitos, buscava naturalizar a competitividade para a acumulação e a especulação imobiliária. Estimularia o residente, seja na escola ou em casa, a aceitar a cidade, naturalmente, como um espaço exclusivamente mercantil.

Nesse sentido, considerando-se o parâmetro legal da gestão urbana, em que medida esse jogo poderia contribuir para desenvolver a criticidade e a competência na resolução de problemas graves do ambiente urbano brasileiro, como a desigualdade no acesso à infraestrutura social, aos serviços públicos e à moradia digna? Quais são os sinais que, nele, apontam para algum discurso ideológico que reproduz e referenda um modelo de cidade, resultante de um projeto político e econômico do grupo econômicos dominantes, como natural, legítimo e inquestionável, junto aos educandos, ignorando os conflitos que se dão no espaço urbano em torno da luta por condições dignas e igualitárias de moradia e acesso aos equipamentos públicos de uso coletivo?

Enfim, qual lógica que o Jogo Banco Imobiliário Cidade Olímpica, enquanto "recurso pedagógico", contribuiu para reproduzir?

5: ANÁLISE DESCRITIVA DO JOGO "BANCO IMOBILIÁRIO : CIDADE OLÍMPICA"

O Banco Imobiliário é um jogo de tabuleiro de compra e venda de propriedades, lançado em 1944 pela Manufatura de Brinquedos Estrela S.A., empresa nacional com 77 anos de atividade. É um clássico no mundo dos jogos de tabuleiro, com sucesso reconhecido há várias décadas, ocupando a posição de campeão em vendas do gênero. Ao longo dessa trajetória, seu fabricante diversificou a edição original em versões especiais e temáticas, levando em consideração momentos históricos, acontecimentos sazonais, cidades e temas diversos. O que todas as versões mantiveram intacto foi seu objetivo principal: ficar rico, ou acumular riqueza pessoal.

Antes de abrir o tabuleiro, observa-se estampado na embalagem do jogo o logotipo da prefeitura do Rio de Janeiro, revelando existência de acordo prévio entre o poder público e a fabricante para a criação do jogo. A utilização da imagemsíntese por meio da perífrase "cidade olímpica" também sugere a autorização para exploração da logomarca oficial. Lá está escrito: "O Rio se reinventa, os investimentos se multiplicam. Faça os lances certos e seja um vencedor nos negócios".



Figura 1: embalagem do jogo (logo do Rio e cidade Olímpica) Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

De acordo com Sánchez (1999) o "city marketing é uma promoção da cidade que objetiva atingir os seus próprios habitantes enquanto consumidores da produção empresarial dos espaços urbanos, que busca a construção de uma nova imagem da cidade, dotada de um forte impacto publicitário.

O marketing urbano, por sua vez, serve à construção da imagem atraente da cidade, da ideologia do "projeto de cidade". É a cidade-espetáculo. Nos planos, o que ganha maior visibilidade e interesse são justamente obras monumentais, na maioria das vezes concentradas nas áreas nobres das cidades. Para conseguir legitimar os planos, o *marketing* atrela-se às mídias locais e até internacionais propagandeando os projetos como os símbolos do "desenvolvimento" da cidade. A todo tempo, busca-se produzir e projetar novas imagens e representações acerca das cidades, de modo a situá-las no mercado global de cidades, onde se disputam capitais, turistas, eventos etc. Nesse sentido, prometem como legado, cidades competitivas em escala global. Gera-se, assim, um consenso público a partir de um ator carismático.

Conforme Sánchez (2010), a representação da cidade é um objeto cobiçado e disputado. "Representar a totalidade, o todo social, implica poder: implica construção de hegemonia, capacidade de convencimento, criação de consenso". Nesse sentido é que o jogo é umas das estratégias de investimentos simbólicos da gestão atual do Rio de Janeiro que necessitam ser permanentemente disputados na conquista e reprodução do consenso e na atração de novos investimentos.

Em Bourdieu (1998), depreende-se que essa luta pela hegemonia do chamado "discurso forte", enquanto interpretação da realidade e legitimação dos projetos de futuro, está associada à elaboração de imagens, enquanto sínteses discursivas: um campo de disputas ampliadas visando, ao mesmo tempo, à conquista e à produção do poder político e econômico. Segundo este autor, "a potenciação dos processos tem sido transformada em peça-chave dos governos das cidades e a informação midiática, através de múltiplas modalidades, tem sido escolhida como forma privilegiada da relação entre a administração pública e os cidadãos. Esses processos técnicos de informação configuram um "circuito propriamente político entre dominantes e dominados, através dos diversos aparelhos de produção simbólica" (BOURDIEU, 1998).

A repetição exaustiva da perífrase "Cidade Olímpica" representa a manipulação simbólica operada pela linguagem.

As representações e os discursos ganham força de convicção devido aos sujeitos e instituições que os utilizam como é o caso da Estrela, reconhecida empresa nacional do ramo de brinquedos.

Tentando justificar tal medida no inquérito civil instaurado pela 1ª promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Proteção à Educação da Capital, a Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro afirma que a finalidade do jogo é "promover a aproximação dos cidadãos cariocas com os equipamentos disponíveis na cidade, contribuindo para a elevação de sua autoestima, já que amplia as condições para o pleno exercício da cidadania." (p. 74)

Sobre isso, o Diretor Presidente da empresa de brinquedos Estrela esclareceu "não existir qualquer projeto de natureza política no caso, mas sim de projeto, exclusivamente, de natureza lúdica e pedagógica." (p. 27)

Logo nas primeiras linhas do manual está escrito: "você vai poder comprar o Maracanã, construir uma casa na Vila dos Atletas ou até mesmo um hotel no Porto Maravilha."



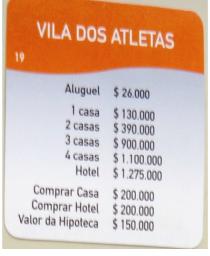




Figura 2: Maracanã, Vila dos Atletas e Porto Maravilha. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016)

Ao abrir o tabuleiro, destacam-se as propriedades (bairros, vias, monumentos históricos e pontos turísticos da cidade do Rio de Janeiro) que podem ser compradas ao "cair" em cima das casas, tais como Corcovado, Lapa, Pão de Açúcar, Lagoa Rodrigo de Freitas, Copacabana, Marina da Glória, Barra da Tijuca, Deodoro, Engenhão, Sambódromo, Museu do Amanhã, Vila dos Atletas, Maracanã, Museu da Imagem, Parque Olímpico, Transoeste, Bairro Carioca, Transbrasil, Transcarioca, Parque Madureira).



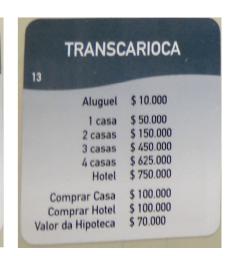


Figura 3: Transoeste, Transbrasil, Transcarioca. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016)

Destacam-se também as denominadas "companhias". São elas: Comlurb, Clínica da Família, Centro de Operações Rio, Metrô, BRT e Rio Filme.



Figura 4: Comlurb, Clínica da Família, Centro de Operações Rio, Metrô, BRT e Rio Filme. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Sobre elas, o seguinte *slogan:* "diversificar é a palavra de ordem do mundo dos negócios". E ainda: "As companhias são empresas de diferentes ramos que podem proporcionar muito lucro ao seu proprietário".

Vainer (2012) afirma que o desejo de vender a imagem do Rio no mercado simbólico leva a cidade a operar como uma empresa, em que a mídia mascara as contradições e trava um debate silencioso para aproveitar as oportunidades de negócios geradas pelos megaeventos. Para Vainer (2012), o Rio opera como uma empresa. A gênese dessa lógica se deu em 1992, inspirado pelo modelo Barcelona. As grandes cidades cada vez mais atuam como empresas, e o Rio desempenha esse papel à medida que seu desenvolvimento depende de fatores econômicos ligados ao mercado mundial das cidades; prepara-se para a concorrência internacional e gerencia atividades produtivas, serviços e recursos humanos, atributos constitutivos do planejamento estratégico empresarial.

Nesse sentido, "o planejamento estratégico, segundo seus defensores, deve ser adotado pelos governos locais em razão de estarem as cidades submetidas às mesmas condições e desafios que as empresas" (VAINER, 2012). Se a problemática da questão urbana tratava de temas como crescimento desordenado, trabalho, equipamentos de consumo coletivo, movimentos sociais urbanos e racionalização do solo, Vainer (2011) ressalta que o "nexo central" das discussões atuais é a competitividade urbana. E parte fundamental deste processo de competição é pensar a cidade como projeto de investimento.

Como possibilidade de investimentos são oferecidas as novas "marcas" da Rio Cidade Olímpica, como já foi visto, a Clínica da Família, o Bairro Carioca, os BRTS (vias expressas de ônibus), o Museu de Arte do Rio, o Museu da Imagem e do Som etc.

Nas cartas de sorte ou revés, pode ser encontradas pérolas como a do tipo "seu imóvel foi valorizado com a pacificação da comunidade vizinha. Receba R\$ 75 mil", um exemplo claro de especulação imobiliária.



Figura 5: Carta de Sorte ou Revés (texto acima). Fonte: Elaborado pelo Autor (2016)

Especulação imobiliária, endividamento e gentrificação são marcas que, com raras exceções, acompanham essas custosas transformações, tão comumente alardeadas como vantajosas.

Ainda sobre este assunto, o manual estimula o jogador: "compre, venda, especule! Sabe aquela propriedade que falta para você completar um grupo e que está com seu adversário? Você pode a qualquer momento do jogo fazer uma oferta pela propriedade tão desejada".

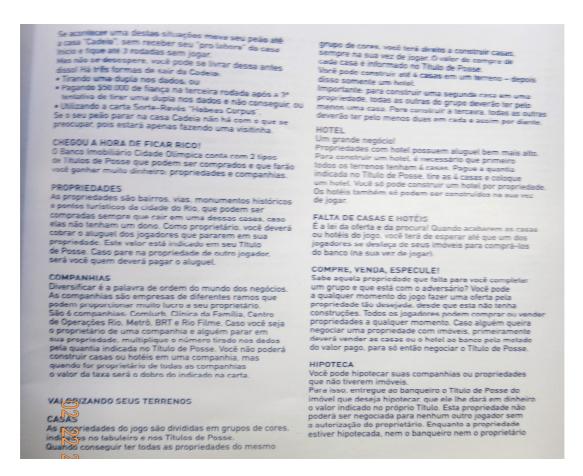


Figura 6: Foto do Manual (texto acima). Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

De acordo com Vainer (2014), nossas cidades estão confrontadas à valorização acelerada do solo, que resulta de fortes movimentos especulativos favorecidos pelas intervenções governamentais. A apropriação, sob a forma de ganhos fundiários (mais-valores imobiliários), da valorização decorrente dos investimentos públicos tem como um dos exemplos mais perversos a parceria público-privada do Parque Olímpico, no Rio, que entrega a um consórcio privado 1 (um) milhão de metros quadrados para um grande projeto imobiliário em região na qual estão sendo feitos pesados investimentos públicos em infraestrutura e mobilidade.

Segundo o mesmo autor, na avaliação da dimensão fundiária-imobliária não há como reconhecer que a cidade da especulação imobiliária é uma cidade em que se privatizam recursos públicos e se aprofundam as desigualdades e a segregação sócioespacial.

Em outra carta de "sorte": "O Rio está recebendo mais turistas. Sua agência de viagens faturou mais. Receba \$ 100.000,00. Outra: "O BRT - Ligeirão

chegou até seu bairro. Vai economizar com passagem. Receba \$ 10.000,00. E ainda: "Você mudou para uma casa nova no bairro Carioca. receba \$ 100.000,00.

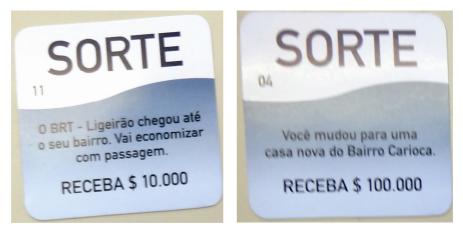


Figura 7: Carta de Sorte ou Revés (texto acima). Fonte: Elaborado pelo Autor (2016)

Quem lança os dados no tabuleiro do Banco Imobiliário Cidade Olímpica tem a chance de investir na Comlurb, na Clínica da Família, no Centro de Operações, nos BRTs e até na Rio Filme, citadas como "empresas" que podem proporcionar muitos lucros.

Os investimentos feitos pelo atual prefeito do Rio de Janeiro são detalhados numa verdadeira "aula" sobre as grandes obras realizadas na Cidade Maravilhosa.



Figura 8: Tabuleiro do Jogo. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Diante dos questionamentos do Ministério Público quanto à licitude da contratação e conteúdo do jogo, o município do Rio de Janeiro e a fabricante de brinquedos Estrela celebraram um Termo de Compromisso e Ajustamento de Conduta, no qual o Município do Rio se comprometeu a devolver todas as vinte mil unidades do jogo "Banco Imobiliário — Cidade Olímpica". Em contrapartida, a empresa Estrela se comprometeu a efetuar a devolução integral dos valores pagos pelo Município do Rio de Janeiro, de R\$ 962.400,00 (novecentos e sessenta e dois mil e quatrocentos reais). Nos autos do Inquérito Civil, ficou comprovado por meio de Nota de Autorização de despesa emitida pela Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro

de que a fonte do recurso foi o Fundo de Manutenção e Desenvolvimento do Ensino (FUNDEB). Isso resultou na celebração de um Distrato, que consistiu no desfazimento do contrato de compra e venda e na emissão de comprovante de transferência do valor devolvido.

A questão fundamental é como o jogo explicita, banaliza e até mesmo transforma em algo positivo a vinculação das ações da prefeitura com os processos de valorização imobiliária e de mercantilização da cidade.

No jogo, Estrela e Prefeitura candidamente respondem com clareza a questão. Os efeitos são positivos quando provocam valorização: no mundo da financeirização da produção da cidade, este é o valor que importa.

Diante das análises, pode-se afirmar que o jogo "Banco Imobiliário Cidade Olímpica" se caracteriza como veículo de construção de determinada leitura da cidade, intervindo na construção de valores culturais e de representações sociais que, por sua vez, promovem determinados comportamentos e formas de utilização dos espaços públicos. A ilusão de objetividade, a aparência de ordem "natural", permitem a aceitação passiva de valores culturais, políticos e morais dos grupos ligados ao projeto político dominante frente aos demais grupos subordinados

6: CONSIDERAÇÕES

Vive-se hoje, principalmente nos médios e grandes núcleos urbanos, sob a égide da uma cidade de exceção. A cidade onde a regra é a exceção - no que diz respeito ao direito de todos à cidade – torna-se a nova forma de regime urbano. A exceção surge como norma e as leis estão completamente livres de controle político da maioria dos seus habitantes. É o que Vainer (2006) chama de democracia direta do capital. Militarização, criminalização dos pobres, remoções forçadas, violência institucional, falta de acesso à justiça e à informação, é a realidade na maioria das cidades.

O "jogo" Banco Imobiliário – Cidade Olímpica é simulacro. Representação do real que pretende ser referendado, considerado lícito.

Conforme Maricato (2011), é necessário combater o analfabetismo elucidando a estratégia de forças selvagens que fazem do solo urbano e dos orçamentos públicos pasto para seus interesses. Listar as forças que têm poder sobre a produção das cidades já seria um tema fundamental desse aprendizado. Uma campanha pedagógica incorporando o tema nos componentes curriculares das escolas ajudaria a minimizar a ignorância sobre o espaço geográfico e urbano no Brasil revelando as forças que o dominam e criando um novo patamar de conhecimento sobre as cidades.

Há saída para tudo isso? A resistência pode fazer uma cidade diferente. Consciência coletiva, consciência política, organização e luta. Afinal, a tolerância pode ser imperdoável e, a modo do mestre Fernando Pessoa, às vezes resistir é preciso, viver não é preciso.

Preciso é acreditar: "o jogo ainda não acabou; dá para virar" (VAINER, 2015).

3 mens) ande mes O se so ande pra comb a falls alabour de pra comb a falls Constra

BRASIL EM JOGO



Figura 9: Autógrafo do Vainer. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

	^		,	
7.	REFERENCIAS	RIRI	INGRA	FICAS

ARANTES, Otília Beatriz Fiori. Uma estratégia fatal. 2000. In: VAINER, Carlos B; MARICATO, Ermínia. A cidade do pensamento único : desmanchando consensos. Petrópolis, Vozes, 2000.
BADARÓ, M. B. A multidão nas ruas: construir a saída de esquerda para a crise política, antes que a reação imprima sua direção. Niterói-RJ: UFF, , 2013.
BIENENSTEIN, G; et al O que está em jogo? Contradições, tensões e conflitos na implementação do Pan-2007. O Jogo continua: megaeventos esportivos e cidades. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2011. p. 219-236.
BORJA, J; CASTELLS. As cidades como atores políticos. Novos Estudos , São Paulo, n.45, 1996. Disponível em: http://novosestudos.uol.com.br/v1/files/uploads/contents/79/20080626_as_cidades_como_atores.pdf . Acesso em: 14 jan 2016.
Jogos Pan-americanos 2007: um balanço multidimensional. O Jogo continua: megaeventos esportivos e cidades. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2011.p. 100-122
BOURDIEU, Pierre. A produção da crença : contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3. ed. São Paulo: Zouk, 2004.
. O poder simbólico . Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

COMPANS, Rose. **Empreendedorismo urbano**: entre o discurso e a prática. São Paulo: UNESP, 2004.

DAMATTA, Roberto. A lógica da cidade empresa. **Jornal O Globo**, dia 06 ago 2011. Disponível em: http://oglobo.globo.com/opiniao/a-logica-da-terra-18304689 > Acesso em: 12 mar 2016.

FERREIRA, João Sette Whitaker. **Brasil em jogo:** o que fica da Copa e das Olimpíadas? São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2014.

FISHER, Tânia (org.) **Gestão contemporânea:** cidades, estratégias e organizações locais. Rio de Janeiro. FGV, 1996.

FREIXO, M. "**Ordem/desordem**: violência e políticas de segurança na cidade". Niterói-RJ: UFF, 2014. Palestra.

HARVEY, David. **Direito à cidade**. Disponível em http://www.deirva.com.br/?p=46. Acesso em: 15 fev. 2016.

_____. A produção capitalista do espaço. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2006.

IVO, Any Brito Leal. **Para além dos jogos de futebol:** o processo de reestruturação das cidades para a Copa de 2014 e a "marca" Brasil. Salvador-BA: EDUFBA, 2015.

JENNINGS, Andrew, Rolnik, Raquel, Lassance, Antonio, VAINER, Carlos. **Brasil em jogo: o que fica da Copa e das Olimpíadas?** São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2014.

LEFEBVRE, H. O direito à cidade. São Paulo: Centauro, 2001.

LIMA JUNIOR, Pedro de Novais. **Uma estratégia chamada "planejamento estratégico":** deslocamentos espaciais e atribuições de sentido na teoria do planejamento urbano. 2003. Tese. (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) — Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em:

http://www.ippur.ufrj.br/download/pub/PedroDeNovaisLimaJunior.pdf>. Acesso em: 15 fev 2016.

LOPES, R. A Cidade Intencional : o planejamento estratégico de cidades. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.
MARICATO, Ermínia. Brasil, Cidades : Alternativas para a crise urbana. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 47-124.
Cidades rebeldes: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2013.
O impasse da política urbana no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
MASCARENHAS, G; BIENENSTEIN, G.; SÁNCHEZ, F. Pós-escrito: 2014 e 2016, quem define o jogo? O Jogo continua: megaeventos esportivos e cidades. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2011.p. 287-296.
OLIVEIRA, Marta Kohl de; DANTAS, Heloysa; TAILLE, Yves de La. Jean Piaget, Lev Semenovich Vygotsky, Henri Wallon : teorias psicogenéticas em discussão. São Paulo: Sumus, 1992.
OLIVEIRA, Nelma Gusmão de. O poder dos Jogos e os Jogos de poder: interesses em campo na produção da cidade para o espetáculo coletivo. Rio de Janeiro. EDUERJ, 2011.
OLMAN, Bertel. À procura de jogos críticos: true confessions of a marxist businessman. Disponível em: http://resistir.info/varios/critical_games.html . Acesso em: 15 mar. 2016.
ROLNIK, Raquel. O que é a cidade? São Paulo: Brasiliense, 1994.
SÁNCHEZ, Fernanda (org); et al. A Copa do Mundo e as cidades: políticas, projetos e resistências. Niterói-RJ: EDUFF, 2014.
Políticas urbanas em renovação: uma leitura dos modelos emergentes. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais , Campinas, n.1, p.115- 132, 1999. Disponível em: http://unuhospedagem.com.br/revista/rbeur/index.php/rbeur/article/view/13 >. Acesso em: 12 dez 2014.

A reinvenção das cidades para um mercado mundial. 2.ed. Chapecó-SC: Argus, 2010. Disponível em:
http://www.isthmus.com.br/argos/dados/MaisDetalhes31854_1.pdf . Acesso em: 12 dez 2014.
Cidade espetáculo: política, planejamento e city marketing. Curitiba: Palavra, 1997.
SANTOS, Milton. O Espaço do cidadão . 7.ed. São Paulo: EDUSP, 2007.
O espaço da cidadania e outras reflexões. Porto Alegre: Fundação Ulysses Guimarães, 2011.
SILVA, E. R. O Planejamento Estratégico sem plano: uma análise do empreendedorismo urbano no Brasil. Revista de Geografia e Ordenamento do Território , n.2, p.279-306, 2012. Disponível em http://cegot.org/ojs/index.php/GOT/article/viewFile/2012.2.012/25 . Acesso em: 15 fev. 2016.
SOUZA, M (org); SPOSITO, M. (org). A Produção do Espaço Urbano : agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.
VAINER, Carlos. Cidade de exceção : reflexões a partir do Rio de Janeiro. 2011. Disponível em http://pfdc.pgr.mpf.gov.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/publicacoes/diretio-a-moradiaadequada/artigos/cidade-de-excecao-carlos-vainer >. Acesso em: 15 de fev 2016.
Os liberais também fazem planejamento urbano? In:; ARANTES, Otília; MARICATO, Ermínia. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Petrópolis,RJ: Vozes, 2000. p. 105 – 119.
"Pátria, empresa e mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano". In:; ARANTES, Otília; MARICATO, Ermínia. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
As escalas de poder e o poder das escalas: o que pode o poder local?. in: planejamento e território : ensaios sobre a desigualdade. Cadernos IPPUR-UFRJ , Rio de Janeiro, v.16, n.1. p.13-31, jan-jul, 2002. Disponível em: http://unuhospedagem.com.br/revista/rbeur/index.php/anais/article/download/2147/2100 >. Acesso em: 12 fev 2015.

_____. Os liberais também fazem planejamento urbano". In: _____; ARANTES, Otília; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único:** desmanchando consensos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 117-119.

ANEXO A: FOTOS DO JOGO.





Figura 10: Alunos Jogando. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).



Figura 11: Guias dos Locais. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).



Figura 12: Manuais do Jogo. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).



Figura 13: Dinheiros e Peças do Jogo. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).



Figura 14: Títulos de Posse. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).



Figura 15: Tabuleiro do Jogo. Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).