



IMPLICAÇÕES DO EMPRESARIAMENTO DE GOVERNOS LOCAIS PARA O ESPAÇO URBANO EM TEMPOS DE FINANCEIRIZAÇÃO

Heleniza Ávila Campos¹
Nicole Bueno Leal de Almeida²
Vítor André da Silveira Duarte³

O crescimento urbano, ao se converter em um produto financeiro negociado no mercado, promove a competição entre os agentes deste mercado se torna mais evidente. Sendo a cidade o lugar onde esse produto se materializa e toma forma (edifícios, salas comerciais, pavilhões, condomínios, entre tantos outros), as relações intra e intercidades se moldam para — e a partir de — o conjunto dessas formas.

Na busca por mais investimentos, sob a égide do discurso neoliberal que pretende colocar o poder público (Estado) à mercê do mercado, como visto em Bresser-Pereira (2009), o poder público adota a mesma lógica de atuação das empresas privadas e faz com que um município entre em disputa de mercado contra outros municípios.

O presente artigo pretende discutir como a lógica financeira recente, que pauta o *marketing* das cidades e vem gradualmente comprometendo o amplo direito à cidade no contexto brasileiro. Para tanto, a estrutura do artigo será dividida em duas etapas, além da introdução e das considerações finais.

A primeira parte do artigo se concentra em discutir e problematizar, a partir do arcabouço teórico, a transformação do crescimento urbano em um produto financeiro negociado no mercado. Enquanto a segunda destaca as contradições e consequências da competição intermunicipal por investimentos financeiros, em especial nas implicações no direcionamento do poder público para resolver questões de interesse do mercado imobiliário em detrimento de necessidades locais. O que se verifica é que a adesão de tal modelo acaba por, frequentemente, comprometer o direito ao acesso à Cidade, a preservação dos ambientes naturais e a identidade cultural.

¹ Instituição: PROPUR / UFRGS. Vínculo: professora. E-mail: heleniza.campos@gmail.com

² Instituição: PROPUR / UFRGS. Vínculo: estudante de Doutorado. E-mail: nlealdealmeida@gmail.com

³ Instituição: PROPUR / UFRGS. Vínculo: estudante de Doutorado. E-mail: vitor.duarte@ufrgs.br



O empresariamento dos governos urbanos, a partir da perspectiva de Harvey (1996), promove a competição entre cidades, levando governos municipais e estaduais a atuarem “como se fosse um negócio”, conforme Paulani (2006, p. 78), copiando o modelo de austeridade, controle fiscal e as parcerias público-privadas, que transformaram o modo de administrar o Estado sob o ditame neoliberal. Este movimento torna necessário, para os governos locais, o uso de estratégias para convencimento e atração de investidores, a adoção do marketing das cidades, especialmente no mercado imobiliário, e termina transformando o espaço urbano de forma especulativa e não coordenada. “A cidade que servia como apoio para o desenvolvimento de atividades correlacionadas à produção se torna uma das matérias primas para a produção e acumulação de capital” (OLIVEIRA, 2015, p.8).

Além disso, o mercado financeiro especulativo tem encontrado no avanço tecnológico e informacional inúmeras oportunidades de diversificação de investimento e ofertas de ativos para seus investidores. É possível estabelecer uma renda constante através da renda obtida em aluguéis sem que o investidor precise ter em seu nome qualquer imóvel físico, bastando apenas adquirir um título de investimento imobiliário. Este é apenas um exemplo de como o mercado financeiro pode interferir nas dinâmicas territoriais, alterando e impactando o espaço urbano de uma forma que muitas vezes sequer pode ser percebida em um primeiro olhar.

A economia globalizada depende ainda de infraestruturas fixas para funcionar e para que o capital possa fluir, expandir e acumular. O tecido urbano se transforma tanto em produto desse processo quanto em matéria prima para ele. São numerosas e diversificadas as demandas do mercado sobre as cidades: a concentração de mão de obra qualificada e todas as estruturas necessárias para formá-la, atraí-la e mantê-la, como universidades, centros tecnológicos, mercado de trabalho próximo ou local; infraestruturas de transporte e tecnologia; logística multimodal; atrativos locais para moradia, como diversidade e qualificação no comércio e serviços, atividades de cultura e lazer; atrações turísticas, entre outros.



Para todas as atividades citadas há exigência de investimentos, públicos e privados, gerando mais e mais concorrência entre as cidades para atrair tais investidores, mas também há o dispêndio de recursos públicos para viabilizar esses investimentos. Nem sempre a parte que cabe ao poder público envolve o gasto financeiro. Frequentemente, é no papel de (des)regulador que o Estado representado em seus governos municipais vai atuar, facilitando, ou flexibilizando, para utilizar um termo popularizado no dicionário neoliberal, a implantação das estruturas necessárias a atender as vontades e necessidades do mercado, mesmo que estas não condigam com as necessidades sociais locais.

O empresariamento das ações do Estado promove a competição interurbana e, tal como as empresas operando no mercado, a reprodução de padrões que apresentaram algum tipo de sucesso em outro local (HARVEY, 1996). É uma lógica de funcionamento facilmente observável e perfeitamente comparável: cidades e empresas.

Um elemento que toma força neste processo é o marketing das cidades (city marketing), visto que agora a cidade precisa ser “vendida com uma imagem atraente e com potencial de valorização” (DINIZ; MAGALHÃES e SANCHES JÚNIOR, 2021, p. 53). O marketing das cidades consiste em tornar a cidade atrativa para investidores, visitantes e inclusive para seus moradores, criando identidades locais que serão oferecidas também ao mercado global. A depender de quais características são mais interessantes do ponto de vista do mercado, é necessário empreender um esforço para criar ou consolidar na população local a identificação com os atributos que geram valor ao “produto final”, ou seja, a cidade.

A necessidade de competir pode tornar as cidades meras cópias de outras, ou gerar cópias dos elementos de destaque de cidades que alcançaram algum tipo de relevância no mercado global (ou até regional). Mesmo nas cidades de pequeno e médio portes, com suas evidentes limitações financeiras, o processo de empresariamento pode ser observado e a competição intermunicipal também acontece, evidentemente em uma escala de projetos e



investimentos menores, mas nem por isso menos perigosos para as suas comunidades.

Tais processos geram o que Muñoz (2004) chama de “urbanização”, ou seja, a banalização das paisagens e das culturas, apropriando os espaços para o “gosto global”. Também resulta destes processos a “containerização” das cidades, que, segundo Braga (2013), é também consequência da urbanização e se caracteriza pela fragmentação do espaço urbano e a criação de espaços desconexos histórica, cultural e visualmente das cidades em que se instalam, sendo apenas containers para acumulação de capital sobre o ‘casco’ do território.

Por um lado, algumas cidades ou regiões se dinamizam economicamente, por outro, observam-se outras que padecem e observam acelerado êxodo de sua população, enquanto necessitam cada vez mais dos recursos ordinários dos governos estadual e federal, fazendo com que estas últimas se sujeitem mais fortemente às exigências deste mercado, flexibilizando e comercializando seus principais ativos sociais, culturais e ambientais, até, quem sabe, não restar nada mais a ser comercializado.

Numa perspectiva que os fatos não deixam ser esquecida, o Direito à Cidade, tratado por Lefebvre (2016) e Harvey (2014), é negado a grande parte da população, cerceando seus direitos de acesso a bens públicos, ao trabalho, à cultura e tradição locais, à moradia. Pessoas que não interessam (não contribuem positivamente) ao circuito proposto e estabelecido pelo Mercado, são frequentemente apagadas (às vezes literalmente) do espaço urbano.

Essa lógica é replicada nos territórios, seguindo estritamente a cartilha neoliberal, fantasiada de desenvolvimento econômico, cooptando atores políticos e sociais, e confundindo a opinião pública de tal forma que as comunidades locais podem com frequência se posicionar contrariamente aos grupos que questionam e se opõe a instalação de projetos estranhos àquela comunidade, seja por fatores históricos, culturais, econômicos, até mesmo por riscos ambientais (ACSELRAD; MELLO e BEZERRA, 2009).

É preciso trazer essas temáticas à tona, discuti-las abertamente, de forma a subsidiar teoricamente as lutas sociais empenhadas localmente, para que se



possa conscientizar as sociedades e trazer as comunidades para o centro dos debates sobre como suas ruas, seus bairros, suas cidades, podem ser modificadas (e degradadas) por interesses econômicos externos aos seus próprios interesses e necessidades.

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, Henri; MELLO Cecilia Campello do Amaral; BEZERRA, Gustavo das Neves. *O que é Justiça Ambiental*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

Bresser-Pereira LC. **Assalto ao Estado e ao mercado, neoliberalismo e teoria econômica**. *Estudos Avançados*. 2009; 23(66):7–23. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40142009000200002>

BRAGA, Paula Marques. **Intervenções Urbanas em Áreas Centrais Históricas: paisagens particulares versus a banalização da paisagem**. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. 2013.

DINIZ, Luciano dos Santos; MAGALHÃES, Ana Carolina Pioto; SANCHEZ JUNIOR, Paulo Fernandes. **Empresariamento urbano e city marketing: reflexões a partir da cidade de Belo Horizonte**. *COLÓQUIO – Revista do Desenvolvimento Regional - Faccat - Taquara/RS* - v. 18, n. 1, jan./mar. 2021.

HARVEY, D. **Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio**. São Paulo, Espaço e Debates, nº 39, 1996, p. 48-64.

_____. **Cidades Rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**.

Tradução: Jeferson Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. Itapevi, SP: Nebli, 2016.



MUÑOZ, Francisc. **UrBANALización - En el Zoco Global de las Imágenes Urbanas**. Cidades, Comunidades e Territórios, 2004.

OLIVEIRA, C. M. **Entrepreneurialism: empresariamento ou empreendedorismo urbano - duas traduções, dois significados**. In: Anais do XVI Encontro Nacional da ANPUR, 2015.

PAULANI, L.M. **O projeto neoliberal para a sociedade brasileira: sua dinâmica e seus impasses**. In: LIMA, J.C.F., and NEVES, L.M.W., org. Fundamentos da educação escolar do Brasil contemporâneo [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2006, pp. 67-107.