




XVII ENANPUR

SÃO PAULO • 2017



Trilhos de uma nova imagem urbana – o papel do VLT na renovação urbana do centro do Rio

Rails of a new urban image - the role of the tramway in the urban renewal of downtown Rio

*Flávio Tavares Brasileiro, MDU,
flaviotavares.cidade@gmail.com.*

Arquiteto e Urbanista formado pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), graduação-sanduiche na Escuela Técnica Superior de Arquitectura da Universidad de Sevilla (ETSA-US). Atualmente é mestrando do programa de pós graduação em Desenvolvimento Urbano da UFPE (MDU-UFPE).

Resumo

Este artigo aborda o retorno do bonde moderno (VLT) à cidade contemporânea. À luz da experiência de reinserção destes veículos nos centros das cidades francesas, e com a proliferação de cidades pelo mundo com este sistema modal implantado, discutimos a hipótese de que este fenômeno está relacionado à condição de ícone ao qual o VLT foi alçado diante dos processos de renovação urbana. Para isso, usamos como tela a implantação do VLT Carioca dentro do processo de revitalização da Zona Portuária da cidade do Rio de Janeiro. O caso é emblemático por tratar-se de uma transformação para atender a um mega evento mundial, os Jogos Olímpicos, onde a área que por um longo período vinha dominada por um padrão modernista submissa aos carros, sofreu adaptações para acomodar uma nova configuração de compartilhamento com os trilhos. Desenvolvemos o argumento a partir do entendimento de que esses Grandes Projetos Urbanos possuem um padrão de urbanização neoliberal que busca atender a um novo perfil de cidade. Assim, trazemos uma correlação entre o forte conceito de marketing urbano no qual o VLT está inserido com a espécie de sina da renovação urbana. Tal fato se deve a sua suposta capacidade de catalisar efeitos colaterais como o redesenho urbano e a valorização imobiliária, criando a ideia de que há uma relação direta entre a implantação do modal e a dita revitalização.

Palavras Chave: VLT, Porto Maravilha, Marketing Urbano, Área Central, Renovação Urbana.

Resumen

En este artículo se analiza el retorno de los tranvías modernos (VLT) a la ciudad contemporánea. A la luz de la experiencia de inserción de estos vehículos en los centros de las ciudades francesas, y con la proliferación de ciudades por el mundo con este sistema modal implantado, discutimos la hipótesis de que este fenómeno está relacionado con el estado de ícono para el cual el tranvía ha sido elevado ante el proceso de renovación urbana. Para ello, hemos utilizado como pantalla la implantación del 'VLT Carioca' en el proceso de revitalización de la zona portuaria de la ciudad de Río de Janeiro. El caso es emblemático porque es una transformación que busca atender a un mega evento mundial, los Juegos Olímpicos, donde el área que durante un largo periodo fue dominada por un estándar modernista sumisa a los coches, fue adaptada para dar cabida a una nueva configuración de uso compartido con los carriles. Hemos desarrollado el argumento basado en el entendimiento de que estos grandes proyectos urbanos tienen un patrón de urbanización neoliberal que busca atender un nuevo perfil de ciudad. Así, exponemos una correlación entre el fuerte concepto de marketing urbano en el que se inserta el tranvía con la especie de 'sina' de la renovación urbana. Esto es debido a su supuesta capacidad para catalizar efectos colaterales tales como el rediseño urbano y la valoración inmobiliaria, creando la idea de que existe una relación directa entre la implantación del modal y la dicha revitalización.

Palabras Clave: Tranvía, Puerto Maravilla, Marketing Urbano, Área Central, Renovación Urbana.

INTRODUÇÃO

Desde que os bondes começaram a sair do cenário das cidades, até a primeira metade do século XX, em contraposição à contínua ascensão dos automóveis, uma completa alteração morfológica foi se desenhando no espaço viário urbano. Sabe-se que os transportes imprimem com muita força traços morfológicos que marcam a fisionomia das cidades. Mais que isso, os padrões de deslocamento, e a relação destes com os modais disponíveis à época contribuíram por caracterizar tipos de cidades, com efeitos diretos nos modos de vida e urbanidades. Isso resultou, a depender da priorização dada a cada um em determinado espaço de tempo em uma imagem de cidade particular.

A alteração imposta pelo rodoviário talvez tenha sido a mais marcante na história das cidades, que resultou em modelos de rua essencialmente baseados na circulação motorizada, e que encontram ressonância na maioria das cidades do planeta. Com isso, generalizados problemas também foram surgindo, assim como várias experiências de contestação a esse modelo.

Uma destacada experiência iniciada para reverter a lógica de priorização automotora que tinha tomado conta das suas cidades aconteceu na França. A partir da década de 1970, começou-se a explorar novos modos de transportes alternativos, que culminou na realização de um concurso, onde elegeu-se o bonde moderno Alstom (bonde francês *standart* – TFS) como veículo capaz de promover essa transformação. A partir de então, o país deu início a uma experiência estratégica de incentivo maciço à construção de vias de bondes modernos em seus centros históricos, com a finalidade explícita de resignificar os seus espaços públicos a partir de um conceito chamado de “urbanização induzida” (CASTRO, 2007), já que eles conseguiam a partir da inserção desses bondes, efeitos para além da melhora da mobilidade.

Desde então esse sistema de bonde moderno, conhecido no Brasil por VLT, vem conquistando espaço em dezenas de cidades europeias, que buscam reverter a lógica de

priorização automotora. Apostam em uma opção de transporte de massa, embora não abram mão da escala humana que sua interface de operação contemporânea possibilita. Com isso, diversas zonas centrais começaram a (re)adaptar-se morfológicamente para recebe-lo. Passou-se a usar a necessidade desse redesenho viário que o VLT exige para operar, como uma oportunidade para readaptar o desenho urbano da cidade à uma escala humana.

Esse movimento vinha acompanhado do forte processo de pedestrianização que acontecia na Europa, e que levou o estudioso alemão de zonas pedestrianizadas a falar que uma cidade sem área pedestrianizadas representativas parecia agora desesperadamente antiquada¹. O VLT surgia como um aliado nesse processo, já que se encaixava nas novas condições morfológicas e desfrutava de forte prestígio pelo apelo de design futurista do veículo, com largos painéis envidraçados e linhas suaves e arredondadas.

Assim, passava-se a entender a inserção desse sistema de mobilidade não mais como “uma simples ação pragmática baseada apenas em técnicas de engenharia, construção e gerenciamento” (CASTRO, 2007, p.43), que resolveria os problemas de acessibilidade. Sua implantação passava a ser entendida, segundo Castro (2007), enquanto uma “operação política”, onde se utilizou o bonde como vetor do debate sobre a renovação urbana:

Este debate fornece oportunidade para um questionamento global do urbanismo: o embelezamento das vias públicas, a revitalização dos centros, as novas operações imobiliárias, a renovação dos bairros degradados, a pertinência de equipamentos públicos (CASTRO, 2007, p.43).

Com isso, buscamos discutir neste artigo a hipótese de que a proliferação de cidades com este sistema modal implantado está relacionada com a condição de ícone ao qual o VLT foi alçado diante dos processos de renovação urbana. Acreditamos que tal “mitificação” chegou ao ponto de criar uma ideia de que há uma relação direta entre a implantação do modal e a dita renovação.

Esta hipótese faz parte de uma investigação de mestrado que avalia as transformações na produção do espaço urbano capitaneadas pela implantação destes veículos. Nela, levanta-se como estudo de caso a cidade do Rio de Janeiro, que implantou o VLT com base em um discurso de que este seria uma peça-chave² no projeto de revitalização urbanística ocorrido no centro da cidade em função da realização dos Jogos Olímpicos de 2016. O traçado abrange uma ampla área da região central da cidade, inscrevendo-se em fragmentos diversos, de zonas históricas, até o enlace com a moderna zona de negócios, que termina no aeroporto Santos Dumont.

Essa transformação atende a um novo perfil de cidade, e alinha-se portanto à nossa conjectura de que o VLT encaixa-se em um conceito de marketing urbano, a partir da sua capacidade de produzir externalidades para além da mobilidade.

No Rio de Janeiro, um complexo arranjo entre agentes produtores do espaço, que incluiu os três níveis de governo (municipal, estadual e federal) e entidades internacionais, foi gestado para possibilitar essa nova configuração moderna da área central. Estes, lançaram mão de uma série de modernos instrumentos urbanísticos regulatórios e de financiamento, sob a regência da grande Operação Urbana Consorciada Porto Maravilha (OUC Porto Maravilha), e da Parceria Público-Privada (PPP) do “VLT Carioca”.

Neste artigo faremos uma análise partindo do pressuposto de que essas “mega operações se implantam em determinadas zonas que ficaram relegadas, mas que resultam estratégicas desde o ponto de vista da sua acessibilidade e possibilidade de transformação urbanística e valorização” (CUENYA, 2011, p.187). Com isso buscaremos evidenciar que o processo de gestão das ações que resultaram na implantação do VLT são processos deliberados, condizente com os manuais de planejamento estratégico que, segundo Vainer et al (2012), disseminaram essas ideias a partir dos

¹ Rolf Monheim (1990) *apud* TEJEDOR (2009)

² “O Projeto VLT do Rio [...] consiste no principal componente de infraestrutura de transporte da operação urbana consorciada da região do porto, também denominada de projeto Porto Maravilha” (GRUPO CCR, 2012).

anos 1990, como modelos de atuação e de experts para a gestão municipal, induzindo a promoção e o crescimento econômico e a competitividade.



Cartaz de divulgação da Concessionária "VLT Carioca". Fonte: Página Oficial no Facebook, 2016.

O exame dos projetos levado a cabo na OUC Porto Maravilha permitirão dizer se o VLT cumpre com a diretriz contida no item "Descrição e concepção da Proposta" que consta no documento em que esse empreendimento foi selecionado e aprovado pelo Ministério das Cidades. Segundo a diretriz, ele visa "garantir a mobilidade entre as instalações olímpicas situadas na região portuária e os locais de competição dos Jogos Olímpicos de 2016" (CGU, 2016, p.58), no entanto, entendemos que argumentação oficial sustenta uma série de outros objetivos implícitos, relacionados com a capacidade do VLT promover uma nova imagem urbana.

Buscaremos para isso, traçar paralelos entre as transformações viárias ocorridas nessa região histórica – que por um longo período recente vinha dominada por um padrão modernista submissa aos carros, e que se adaptou para acomodar essa nova configuração de compartilhamento com o VLT – com o padrão de urbanização neoliberal imposto pelos grandes projetos urbanos. Entendemos que a peça do VLT se insere nesse circuito de valorização que Cuenya (2011) descreve, baseado nos "consumidores VIP", interessados em torres de vidro, e empreendimentos cada vez mais luxuosos com assinaturas de renomados escritórios de arquitetura nacionais e estrangeiros.

Verificaremos quão sincronizadas estão ocorrendo essas alterações no espaço público quando da inserção do novo modal, compreendendo o negócio que se tornou a cidade, onde se instaura um "regime político urbano no qual os interesses públicos e privados se amalgamam para definir as decisões do governo" (CUENYA, 2004 apud CUENYA, 2011, p.191).

Esse processo de avaliação é gerado com base no estabelecimento de relações com outras cidades que passaram por processo semelhante, e torna-se importante para verificarmos e

evitarmos, como sugere Cuenya (2011) que a administração pública utilize a mais-valia em favorecimento ao capital corporativo e as elites dominantes no processo urbano.

A EXPERIÊNCIA FRANCESA COM O RESSURGIMENTO DOS BONDES

O modelo de transporte público sobre trilhos dominou a maior parte do século XIX a partir da evolução de um sistema de “ônibus a cavalo” segundo Castro (2007), deixando suas marcas impressas na cidade, sendo um instrumento de extensão urbana. “Os subúrbios do século XIX foram traçados pelos trilhos, e as aglomerações se estenderam ao longo dos eixos dos bondes” (CASTRO, 2007, p. 24).

Porém, a promoção do transporte individual no século XX, a partir da década de 20, afetou os transportes públicos, e deu protagonismo aos ônibus, em detrimento das ferrovias, fundado em um discurso de maior versatilidade para o caso de mudanças rápidas de trajetos, que garantiria uma mobilidade para todos. Maricato (2008), porém, trata isso como uma “verdadeira utopia”: “A aparente liberdade, mobilidade para todos com independência de trilhos e horários”.

A campanha rodoviarista aos poucos expulsou os bondes das cidades, conseguindo com que “na Suíça, o número de redes havia passado de trinta a cinco; nos Estados Unidos, de quarenta a sete” (CASTRO, 2007). Assim, triunfou-se o modelo modernista-rodoviarista que chegou até o século XXI e se sustenta até os dias atuais.

[Dificuldades encontradas pela primeira geração de bondes:] problemas técnicos, financeiros, de organização, de inserção urbana, de concorrência com outros modos de transporte. Mas o que selou o destino dos bondes, o que causou seu desaparecimento foram as orientações políticas adotadas em termos de organização, regulamentação e definição de prioridades (CASTRO, 2007, p. 27).

Evidentemente os problemas de congestão viária se acentuaram a cada década, e o sistema de metrô se tornava a “menina dos olhos” das cidades contemporâneas que queriam escapar dessa imobilidade. De eficiência indiscutível, a população o avaliava com apreço, embora pouquíssimas cidades tivessem capacidade financeira para infraestruturas desta envergadura. Foi aí que novas soluções começaram a ser experimentadas. Na França, por exemplo,

começaram a ser exploradas várias pistas de modos de transportes alternativos, e resultaram diversos tipos de veículos futuristas – frequentemente qualificados como utópicos. [...] Alguns meses mais tarde, um concurso para a elaboração de uma nova tecnologia de transporte urbano em faixa exclusiva selecionou, entre várias propostas, o veículo proposto pela Alstom (rebatizada Alstom): esse material resultaria no “bonde francês standart (TFS)”, que seria utilizado nas realizações pioneiras de Nantes, Grenoble e na região parisiense (CASTRO, 2007, p. 32).

Foi então que, a partir da década de 70, a França começou uma experiência de incentivo maciço à construção de vias de bondes com o objetivo “de modificar o equilíbrio entre os meios de transporte e promover o uso dos transportes coletivos” (CASTRO, 2007, p. 59). Formou-se então uma “expertise” de mais de 40 anos de uma política de renovação urbana a partir da criação desses novos eixos de transporte de superfície – como uma marca registrada de operação, “the french touch”.

A estratégia global de implantação desses bondes modernos franceses iniciou-se em seus centros históricos e conformava dinâmicas espaciais inovadoras à urbe, a partir da resignificação dos seus espaços públicos. Tais inserções traziam alguns efeitos “além do previstos”, segundo Castro (2007), que iam desde a recuperação das fachadas do casario imediato, passando pelo redesenho viário da suas principais avenidas, até a valorização de áreas de até 300 ou 500 metros das estações.

Um estudo do CERTU³ chegou a algumas conclusões curiosas:

No fundo, ele agiu como um ‘revelador’, um ‘acelerador de tendências’. A ação de uma nova linha de bondes pode ser comparada à de um agente catalisador numa reação química. Ela potencializa as tendências pré-existentes, mas não as causa ou modifica. Onde as coisas já iam bem, os bondes podem melhorá-las, mas onde iam mal podem até piorá-las (CASTRO, M, 2007, p. 61).

Por trás dessa afirmação parece haver uma série de características ainda obscuras, que necessitam de investigação. Tratam-se de efeitos colaterais realmente significativos e discrepantes causados pela inserção desses trilhos. Nos tempos atuais, em que as cidades alcançaram tamanha expansão e complexidade, os modelos de transporte necessitaram além de uma evolução tecnológica individual, uma alteração dinâmica que os possibilitassem interagir entre si.

Para suportar essa nova dinâmica, porém, exigiu-se que o espaço físico fosse alterado. O tamanho populacional tem exigido cada vez mais inserções de eixos de transporte de massa que impliquem em um maior carregamento, embora tenhamos hoje limitadas possibilidades de expansão da seção viária. Ou seja, para conseguir essa otimização da rua, demanda-se uma complexa articulação modal de modo a conseguir abarcar os variados meios de deslocamento na mesma plataforma; ocasião pela qual surge a oportunidade de reformular o modelo de “escala humana” viária.

Entendemos que a emergência dos bondes na cidade contemporânea surge como uma superação do modelo de deslocamento essencialmente pedonal (cidade tradicional) sem abrir mão da escala humana. Ou seja, levantamos a hipótese de que tamanha alteração (impacto) dinâmica, paisagística, perceptiva e de uso do solo ocasionada pelas análises de inserções do bonde na França, se dá por uma alteração física no desenho urbano da cidade, através dessa nova interface viária criada para acomodar esse (novo) modal em conjugação com os demais.

Essa é uma característica que ficou incorporada no conceito de inserção de bondes na cidade, já que essa intervenção implicava em uma redistribuição dos espaços viários, democratizando-os em favor dos até então relegados pedestres, ciclistas e demais modos ativos. O bonde torna-se então integrado a essa nova configuração urbana, que, ao favorecer a presença das pessoas no espaço público, termina por favorecer a intensificação de usos comerciais – intrinsecamente relacionados com a quantidade de pessoas (clientes) no entorno.

Alguns estudos posteriores à implantação das linhas de bondes francesas comprovaram que essas mutações intensificam o comércio da região. Entretanto, o que se verificou, de acordo com o relatório de impacto no comércio de Estrasburgo⁴ foi que além da intensificação, houve uma especialização em torno de um mercado de luxo:

- Aumento das áreas de comércio, com extensão das lojas já presentes (1800m² a mais para a FNAC, 2000m² a mais para as Galeries Lafayette) e chegada de novas lojas (Virgin, Gucci, Cartier, Hermès...)
- Aumento do número de lojas,
- Diminuição de lojas independentes: a forte alta dos preços dos locais para uso comercial foi um fator importante dessa mutação (sobretudo durante o período difícil das obras de infraestrutura dos transportes),
- Especialização do comércio no centro da cidade: comércio de luxo, fazendo das compras uma atividade de lazer neste novo meio-ambiente sem automóveis (CASTRO, 2007, p.60).

³ ADEUS. Déplacements et commerces: Impacts du tramway sur le commerce dans l’agglomération strasbourgeoise. Lyon: Editions du CERTU, 2003.

⁴ Ibid

Sabemos que esses efeitos não estão exclusivamente relacionados com a inserção dessas novas linhas. Castro (2007) diz que esse é um processo urbano que já vem acontecendo nas cidades francesas independente da inserção do bonde – de acordo com a autora sua inserção apenas serve como um acelerador dessa tendência. Entretanto, os resultados das valorizações alcançadas até então sugerem uma prudência na medida em que acentua o estabelecimento de efeitos colaterais nocivos, como é o caso da gentrificação.

A partir disso, temos assistido a uma estratégia de marketing urbano para alavancar essas transformações nas cidades, baseadas no êxito das experiências que utilizaram o VLT e associando-o a um conceito de inovação. Na verdade o VLT está cumprindo um papel de vitrine promocional da escala humana, onde uma nova dinâmica urbana permite novas apropriações no espaço, e com isso, uma remodelação do uso do solo.

O MARKETING URBANO E A CIDADE GLOBAL

Temos visto nos últimos tempos, com cada vez mais frequência, nossas cidades serem alçadas à condição de mercadoria. Com isso, transforma-se toda uma lógica de gestão urbana para atender a esse novo ciclo de mercantilização, baseada numa ação que Harvey (1996) sugere chamar de “empreendedorismo urbano”. Esse novo ciclo corresponde ao regime de acumulação flexível que vivemos – tido como uma nova face do capitalismo – que repercute diretamente nas práticas de planejamento urbano, já que os processos de urbanização são, segundo Harvey (1996), indissociáveis do desenvolvimento econômico e das mudanças sociais.

Esse contexto materializou uma nova “paisagem material apropriada”, como fala Cuenya (2011), onde o capitalismo as cria “para ir modificando-as, destruindo-as ou adicionando-lhes novas estruturas físicas, geralmente nos períodos de crise e reestruturação” (CUENYA, 2011, p. 187). São os grandes projetos urbanos, que se baseiam na incorporação de novas (antigas) áreas da cidade aos circuitos de acumulação capitalista. Esses novos espaços gerados para novas formas de acumulação e de consumo baseiam-se, como explica Mascarenhas (2016), na retórica do empreendedorismo urbano, onde costumam apropriar-se com frequência da expressão “janelas de oportunidade” para grandes negócios.

Este novo tipo de urbanização “é resultado do debate pela busca de soluções para a crise econômica e fiscal que atingiu muitas cidades do mundo capitalista a partir da década de 1970” (MENDONÇA, 2014, p. 56), que fez com que esse ambiente fosse se tornando cada vez mais competitivo e, paradoxalmente, também mais homogêneo, na busca de atender aos atributos para se tornar uma cidade global.

Dentre os ícones a nível mundial dos novos padrões de urbanização, sempre baseados em vultosas estratégias de marketing, estão as cidades sede de grandes eventos internacionais, dentre os principais deles as Olimpíadas. Estes eventos costumam ser “cobiçadíssimos pelo potencial que representam de dinamização urbana nos novos padrões de competitividade, e pela certa facilidade em serem aceitos como ‘positivos’ pela opinião pública” (FERREIRA, 2003). Um exemplo marcante dessa estratégia está na cidade de Barcelona, que foi sede das Olimpíadas em 1992 e realizou uma profunda transformação nas suas decadentes áreas portuária a partir de conceitos-chave do planejamento estratégico e do marketing urbano, através dos seus principais expoentes teóricos internacionais, os espanhóis Jordi Borja e Manuel Castells.

MARCAS PERMANENTES: O *MODUS OPERANDI* OLÍMPICO

A retórica empreendedorista de Castells e Borja se espalhou mundo afora através de inúmeras consultorias, onde se vendiam “verdadeiras receitas para a aplicação do modelo” (VAINER, 2000, p. 77). O Rio de Janeiro não escapou aos catalães, que se fizeram presentes na

“elaboração da estratégia de reativar a economia urbana e promover a imagem da cidade a partir da realização de eventos globais, como as Olimpíadas” (MASCARENHAS, 2016, p. 52). Para entender o projeto olímpico carioca, Mascarenhas (2016) afirma que devemos lembrar do acordo de cooperação internacional firmado ainda em 1992, a “Declaração Rio-Barcelona 1992”. Ela continha uma agenda de operações conjuntas com vistas a elaborar uma nova estratégia de desenvolvimento.

Essas estratégias operadas pelo grande capital deixam marcas permanentes no território pois atuam segundo um *modus operandi* muito peculiar que amalgama intervenções diretas no tecido urbano e alterações jurídico-legislativas que fazem alterar o ciclo do desenvolvimento imobiliário a seu favor. Mascarenhas (2016, p. 51) expressa essa magnitude ao dizer que “nos últimos seis anos, a cidade do Rio de Janeiro viveu um período de transformações materiais e simbólicas aparentemente sem paralelo em seus 450 anos de história”.

Esses processos apresentam características deveras inovadoras, conseguindo formar parcerias com três níveis de governo (local, estadual e nacional), muitas vezes com orientações políticas distintas. Isso configura o que Carlos Vainer (2000) chama de “democracia direta do capital”, onde, segundo Mascarenhas (2016), a dimensão cidadã é esmagada pelo poderio de tal coalizção.

Essa “dimensão cidadã” é um dos maiores custos desse processo de governança corporativa, pois alija a população das decisões, e termina por resultar em projetos que promovem o desalojamento maciço da população, ou mesmo a sua “expulsão branca”, através de processos de valorização imobiliária e gentrificação.

Um exemplo dessa poderosa articulação entre o setor empresarial e os órgãos governamentais foi a inclusão, após a eleição do Rio como cidade olímpica pelo COI (Comitê Olímpico Internacional), da zona portuária entre as áreas integrantes dos projetos de revitalização urbana. 50 dias depois de aprovada a candidatura (a partir do Dossiê de Candidatura), o município aprovou a Lei Complementar 101, que modifica o plano diretor e institui a Operação Urbana Consorciada do Porto do Rio (que viria a se chamar depois Porto Maravilha). Tão logo, o Comitê Organizador Rio 2016 decidiu inserir a Vila de Mídia e a Vila de Árbitros, inicialmente propostas para a Barra, na zona portuária, numa atitude que

buscava essencialmente reforçar e legitimar o grande projeto político capitaneado pela gestão municipal, mais do que efetivamente julgar tal medida como adequada à logística dos jogos, considerando-se a enorme distância física entre este e o local central do evento, o parque olímpico na Barra da Tijuca (MASCARENHAS, 2016, p. 54).

Tal situação expressa a distância da participação popular e o descaso para com os problemas históricos de desenvolvimento urbano presentes no município. Escolhe-se a Barra da Tijuca como centro das instalações olímpicas, região com uma valorização já crescente, em detrimento de áreas com históricos negligenciamentos e com grande concentração de população pobre, como é o caso da zona Norte ou Oeste. Essa seria uma oportunidade pela qual se poderia reverter o equilíbrio dos investimentos em favor de um movimento de catálise urbana que favoreceria uma população que já é penalizada, e espera por isso há décadas.

No entanto, o procedimento capitalista demanda uma renovação urbana que, como se pode ver, impõe usualmente um processo de “destruição criativa”, ou seja, que impõe a abertura de uma nova trincheira a partir da criação de um conceito de “novo”. Tanto é verdade que no final, a zona portuária serviu para as Olimpíadas apenas como “Boulevard Olímpico”, espaço público extremamente qualificado, baseado na venda de lanches *gourmet* com *food-trucks* e patrocinadores do evento, telões para a exibição dos jogos e palco para shows musicais. As vilas, usadas como justificativas para a inclusão do espaço nos protocolos olímpicos, foram transferidas no projeto ainda em 2013 para locais próximos ao Parque Olímpico, na Barra.

A SINA DA RENOVAÇÃO URBANA

Como vimos, grandes agentes vão se articulando em favor da criação de ambientes propícios para a aplicação de seus capitais. A grande estratégia que se formou para isso foi a saída de um modelo baseado no *planejamento*, onde o Estado assumia uma grande estratégia de desenvolvimento territorial, para um modelo baseado no *projeto*. Nestes grandes projetos urbanos a escala de operação permite aos agentes empreendedores implantar, na escala do desenho urbano, um modelo de cidade baseado nos seus ideais.

Com isso, a melhoria da qualidade de vida, a valorização do espaço, a inovação cultural, a elevação da qualidade do meio urbano e os atrativos de consumo e entretenimento, se tornaram, segundo Harvey (1996, p.55), facetas proeminentes das estratégias de renovação urbana. Esse discurso está presente em todos os grandes projetos urbanos, onde as áreas eleitas para a aplicação do seu capital, as chamadas “bola da vez”, são alvo de recorrentes críticas pela situação em que se encontram, devendo livrar-se do passado e adaptar-se a essas novas facetas, gerando uma espécie de *sina*.

Ou seja, esse princípio de que a renovação urbana é uma *sina* significa que, através das estratégias de marketing urbano, todas as cidades agora precisam alcançar determinado patamar de infraestrutura para não parecerem atrasadas. Tal infraestrutura consiste, na verdade, nas novas condições de trabalho impostas por essas empresas da “nova economia”, onde segundo Castells e Borja (1997), a competitividade destas depende fortemente das condições de produtividade no âmbito territorial que operam. Assim, o princípio dos grandes projetos urbanos é “criar cenários apropriados nos quais as empresas possam encontrar infraestrutura, meios de transporte, equipamentos e serviços que as permitam funcionar a escala internacional, regional e nacional” (CUENYA, 2011, p. 189).

Um conjunto de tipos de ações veem se repetindo na aplicação desses projetos. Dentre eles tem tido destaque as infraestruturas de transporte, já que são projetos de grande envergadura por meio dos quais se conseguem promover uma reestruturação urbana. É nesse contexto que ressurgem o bonde na cidade, que volta com uma imagem de veículo futurista, com design elegante e integrado à paisagem urbana. O exemplo francês volta a ser referência para a promoção positiva desse tipo de imagem de cidade.

As realizações das primeiras linhas de bonde francesas são hoje citadas como exemplos em toda a Europa. Essa repercussão positiva foi largamente utilizada pelas cidades pioneiras para a construção de uma nova imagem urbana. Nos projetos recentes, esta imagem valorizante do bonde tem sido utilizada tanto na esfera local quanto fazendo parte de uma estratégia promocional que pode ser qualificada de *city marketing*. [...] A preocupação em criar uma linha de transportes com grande impacto visual e um espaço público espetacular corresponde a um objetivo de atrair investimentos, turistas, novas empresas e novos contingentes de população (CASTRO, 2007, p.73).

Essa estratégia promocional do bonde moderno (VLT) está alinhada a um traço estrutural dos grandes projetos desde o ponto de vista da sua articulação com a estrutura urbana que é, segundo Cuenya (2011), sua capacidade para produzir um aumento extraordinário na rentabilidade do solo em áreas estratégicas. Tem sido recorrente a utilização do VLT como um elemento capaz de catalisar processos de transformação urbana, onde dentre os principais efeitos colaterais resultantes desta, está a valorização imobiliária.

Coerente com toda a construção que estamos querendo demonstrar de que esses processos tem uma relação constante com a construção de novos cenários para a reprodução do capital, é possível ver nas alterações do projeto do traçado do VLT Carioca um atendimento a esses interesses. A área de estudo do projeto apresentada pelo estudo técnico preliminar para a implementação do VLT apresenta uma rede proposta com uma extensão da ordem de 58km, a partir de cinco áreas de planejamento. Dentre estas áreas, (1) Área Portuária (Porto Maravilha), (2)

Área Central de Negócios, (3) Glória/Lapa, (4) Cruz Vermelha/Cidade Nova e (5) Praça da Bandeira/São Cristóvão, o próprio documento argumenta que os estudos “terão um nível de aprofundamento maior nas Áreas 1 e 2, em função da priorização imposta pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro para as respectivas áreas” (GRUPO CCR, 2011a, p. 8).



Esquerda: Rede básica do VLT (aproximadamente 58km); Direita: Rede prioritária a ser implantada (28km totais). Para as olimpíadas apenas o trecho laranja foi concluído, os demais encontram-se em fase de execução. Fonte: GRUPO CCR, 2011c e G1 Rio, 2016.

Tais exposições apenas explicitam a aliança em torno de espaços para a elite, priorizando a já consolidada Área Central de Negócios, e a futura área desse polo de serviços a partir da incorporação dos imóveis ociosos da zona portuária, em detrimento das áreas mais carentes de oferta de transporte público. Outros trechos do documento também deixam claro que a prefeitura segue a tendência de investir no VLT como agente estimulador:

A municipalidade do Rio de Janeiro optou por fazer do serviço de transporte público a ser implantado na área do projeto do Porto Maravilha e áreas limítrofes, o ponto central do projeto, desempenhando a função indutora de processo de revitalização e adensamento da região, bem como da sua área central de negócios (GRUPO CCR, 2011a, p. 133).

O veículo cai como uma luva a esta nova imagem de cidade, que busca a partir da implantação de “uma nova infraestrutura de serviços urbanos, [...] criar um ambiente local associado ao novo padrão de uso do solo, tornando a área mais atraente à iniciativa privada” (GRUPO CCR, 2011a, p.37). Diz-se isso porque esses “novos centros onde se localizam as funções superiores do novo sistema requerem espaços exclusivos para a elite gerencial e tecnocrática, tal como fez anteriormente a elite burguesa” (CUENYA, 2011, p. 189). Ou seja, o VLT se insere como um sistema de alta qualidade, que atende à demanda desses novos centros, com “serviços avançados, centros tecnológicos e instituições educativas qualificadas, complexo de atividades hoteleiras orientadas ao turismo internacional e ao trânsito pela cidade” (SASSEN, 1997 apud CUENYA, 2011, p. 189).

O ESPAÇO PÚBLICO GOURMET

Como vimos, estes novos padrões exigidos por este novo circuito econômico impõe mudanças nos espaços públicos, que vão se especializando e homogeneizando. Dentre esses padrões comuns, destaca-se a excelência nos padrões de acabamento, implicando em edifícios com arquitetura icônica vanguardista e espaços públicos vibrantes com muito espaço para o consumo.

Assim, ainda no século XX, segundo Mendonça (2014), iniciou-se um processo de valorização das áreas centrais e portuárias, sendo a renovação urbana de frentes d'águas marítimas ou fluviais, os chamados "waterfronts", "considerada como uma das tipologias mais polêmicas dos projetos urbanos em larga escala, pelo grau de complexidade que apresentam e pela probabilidade de envolver conflitos de interesses" (MENDONÇA, 2014, p. 65).

O Porto Maravilha encaixa-se justamente aí, impulsionado por arquitetura vanguardistas. O Museu do Amanhã, com a assinatura do *star-architect* espanhol Santiago Calatrava, o MAR (Museu de Arte do Rio), que uniu através de uma intervenção contemporânea o antigo Palacete Dom João VI, tombado e eclético, e o edifício vizinho, de estilo modernista. Os antigos galpões ociosos agora estampam grafites artísticos, como o do brasileiro reconhecido mundialmente, Eduardo Kobra e contam com atividades e exposições de patrocinadores Olímpicos, como por exemplo o galpão da *Coca-cola*, assinado pelo croata radicado no Brasil Marko Brajovic.



Esquerda: Trilhos do VLT sendo implantados na Praça Mauá, ao fundo o Museu do Amanhã; Direita: VLT em funcionamento durante as Olimpíadas na área portuária, em frente ao galpão (ainda sem uso na época) grafitado por Kobra. Fotos: acervo do autor (jul/2015 e ago/2016)

O VLT impõe-se como um grande conector de todas essas novas atividades, sendo o sistema ideal para interligar todas essas novas obras, pois tem traçado fixo, e permite confiabilidade na regularidade temporal, além de toda a sua capacidade de dialogar bem com a paisagem e os modos ativos. Essa escolha fica explícita em uma das diretrizes do traçado, que é "interligar os principais eixos de transporte da área central, e seus pontos turísticos e/ou de grande circulação, atuais e projetados para a região" (GRUPO CCR, 2011a, p.50).

Obviamente todas essas ações incidem sob um novo estilo de vida, e atingem em grande medida um estrato específico da população. Cuenya (2011) diz tratar-se de um binômio que reflete bem a articulação entre sociedade e espaço:

Em suma, as aspirações, demandas e estilos de vida da elite que decide viver e trabalhar nos espaços da nova centralidade, (interatuando dialeticamente com o marketing dos empresários) incidem no perfil dos lugares, em termos de tipo de usos, hierarquia, qualidade físico-ambiental, conforto urbano, inovação no desenho, segurança e exclusividade de imóveis e espaços (CUENYA, 2011, p. 196, tradução nossa).

Esses novos espaços na própria Olimpíada foram tratados como espaços para consumidores VIP. A Praça Mauá, epicentro de toda a revitalização, tinha preços altíssimos nos *food trucks* e comércios do entorno. Assim, com a operação ainda nem concluída o espaço já ia assumindo uma diferenciação a partir da renda, “aqueles que não possuem esse nível de renda não podem incorrer nesses gastos, o que faz com que o mesmo consumo se converta em sinal de status social” (JARAMILLO, 2003 apud CUENYA, p. 197).

Essas diferenciações vão gerando uma série de efeitos colaterais mais amplos na sociedade, que culminam por gerar um processo de gentrificação espacial, com a “expulsão branca” dos habitantes menos solventes. Assim, conforme a análise que Cuenya (2011) faz para os usuários da região revitalizada do Porto Madeiro em Buenos Aires, os frequentadores de mais baixa renda da região são sempre “visitantes” e nunca habitantes: “o mundo que se vê é o mundo dos trabalhadores da construção e vendedoras de comida, um mundo que nunca se cruza com o outro, o dos ‘habitantes’” (CUENYA, 2011, p. 200).

A OPERAÇÃO URBANA PORTO MARAVILHA E O VLT CARIOCA

Como vimos, a zona portuária não constava originalmente no dossiê da candidatura olímpica, no entanto, “o Rio de Janeiro, aproveitando a febril conjuntura ‘olímpica’, propõe a retomada do contato da cidade com a orla, com a sofisticação e monumentalidades, sob a denominação de projeto Porto Maravilha” (MASCARENHAS, 2016, p. 54).

Embalados pelos exitosos sucessos internacionais baseados nos *waterfronts*, os empresários miravam aquela área, relegada pelo poder público, entrecortada por uma via expressa elevada, com inúmeros galpões abandonados e com grande presença de habitação de baixa renda como uma oportunidade única de aplicar seus capitais em terras brasileiras.

A realização desse tipo de evento, de caráter mundial, legítima, de acordo com Mendonça (2014) a adoção de um quadro político institucional excepcional. O planejamento urbano e a responsabilidade pela gestão territorial, legalmente assumida pelo município ganha contornos mais difusos a partir da parceria inédita com o Governo do Estado e Governo Federal. A parceria foi consolidada com a instituição do consórcio público Inter federativo da Autoridade Pública Olímpica - uma das garantias oferecidas pelo Brasil ao Comitê Olímpico Internacional (COI), durante a candidatura da cidade do Rio para sediar os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016.

Além dessas parcerias inter-poderes públicos, esses grandes projetos urbanos apresentam-se,

como uma chance dos governos locais experimentarem processos de gestão inovadores em parceria com o setor privado, como a criação de agências que possuam certa independência e autonomia para fazer a gestão do empreendimento, e a adoção de instrumentos de captação de mais-valia urbana (MENDONÇA, 2014, p.63).

Assim, o município promulgou três leis municipais em regime de urgência, segundo De Oliveira (2013 apud MENDONÇA, 2014), menos de um mês depois do anúncio da vitória carioca na

competição para sediar os jogos. Lançou-se mão com estas legislações, de dois dos mais complexos instrumentos existentes no Estatuto da Cidade que permitem grandes reestruturações urbanísticas, que são as Operações Urbanas Consorciadas (OUC) e as Parcerias Público-Privadas (PPP) – permitidos pela agência especial criada pela lei 102/2009, a Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro – CDURP.

Inicialmente, através da Lei Complementar No 101/2009, criou-se a Operação Urbana Consorciada do Porto do Rio de Janeiro (OUC Porto Maravilha). A OUC é um instrumento clássico que promove um adensamento maior no seu perímetro de atuação em troca de uma ampliação da infraestrutura, ou seja, cria um ciclo muito particular de renovação dentro dessa zona. O financiamento dessa operação se dá em geral através dos Certificados de Potencial Adicional de Construção (CEPAC), que nada mais são do que “uma forma de antecipação de recebíveis, em um esquema análogo à securitização: a transformação de ativos sem liquidez – metros quadrados adicionais de construção– em títulos passíveis de negociação” (MALERONKA, 2015, p.84).

Curioso nessa transação, que em geral é disputada pelos grandes empreendedores imobiliários em lotes periódicos, ter sido no caso do Rio, arrematada em leilão único pelo Fundo de Investimento Imobiliário Porto Maravilha (FIIPM), criado pelo Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e que é administrado pela Caixa Econômica Federal. A aquisição dos CEPAC pelo banco federal implicou no compromisso do banco pagar as despesas da operação urbana ao longo de 15 anos, assim como representa para ele um direito de construir até 50 andares na região – anteriormente limitado a 6, que vem sendo negociado agora diretamente com o setor imobiliário.

A forma encontrada para executar as obras da renovação urbana, prestar serviços e fazer a manutenção das áreas públicas foi por meio da PPP sob a modalidade de Concessão Administrativa, vencida pela Concessionária Porto Novo S.A. (única concorrente habilitada). A empresa terá um prazo de 15 anos de prestação de serviços para a prefeitura em “formato inédito no Brasil, pois, atrela num mesmo contrato a realização de obras de infraestrutura, a manutenção das áreas públicas, e a privatização dos serviços públicos” (MENDONÇA, 2014, p.90).

O VLT também foi executado a partir de uma PPP, por meio de uma concessão patrocinada para a prestação de serviços, incluindo a realização das obras e fornecimento da Rede Prioritária, visando a implantação, operação e manutenção do sistema. Essa PPP que teve como vencedora a Concessionária VLT Carioca S.A. constitui-se como um caso exemplar desse complexo processo de governança corporativa-institucional. A Controladoria-Geral da União (CGU) fez uma série de questionamentos acerca dos editais de licitação, contratos de execução de obras, projetos de engenharia, termos aditivos e medições em um relatório publicado em julho de 2016.

Tal relatório demonstra, por diversas vezes, problemas de quebra de ritos processuais corriqueiros na administração pública. Estes vão desde o não atendimento às regras dos respectivos programas de financiamento (PAC Mobilidade Grandes Cidades e Programa Pró-Transporte), até a constatação de que o edital de licitação e o contrato de concessão não continham requisitos de exigência para utilização de tecnologia, mão-de-obra e equipamentos nacionais, conforme estipula o Decreto n.o 7.888, de 15 de janeiro de 2013.

Essas constatações deixam muito claro o poder de uma operação desta escala, que consegue flexibilizar normas, leis e decretos, gerando uma publicação de novas portarias adequadas ao fim requerido. A CGU concluiu que “essas alterações resultaram no enfraquecimento do acompanhamento e fiscalização dos recursos públicos” (CGU, 2016, p. 18), as custas da agilidade do processo, ou até mesmo da imposição de determinadas decisões que ao final não se mostravam financeiramente viáveis.

Todos esses acordos se mostram coerentes com a nossa argumentação de que estes grandes projetos urbanos emergem de uma vontade empresarial, portanto de um projeto neoliberal, que encontra no Estado agora, um agente parceiro na consecução dos seus objetivos. Antes mesmo da Concorrência Internacional para a contratação da empresa responsável pela PPP, em 2012, um grupo formado pelo Consórcio CCR e suas associadas, RATP Developpement e Benito Roggio Transporte (BRT), já havia elaborado uma documentação técnica (Procedimento de

Manifestação de Interesse – PMI), que terminou por vencer o certame com “simples cópias, com alguns aprimoramentos” (CGU, 2016, p. 41) do relatório anterior:

No processo licitatório só houve a participação do Consócio vencedor, ou seja, não houve a desejada disputa entre licitantes, fato este que contraria o princípio da isonomia e da busca da melhor proposta para administração. Esse fato prejudica o objetivo do processo licitatório, pois o grupo empresarial que elaborou a documentação base do EVTE e orçamentos que integram o edital do VLT foi o mesmo que ganhou o processo licitatório, contrariando o mandamento constitucional no qual o processo de licitação pública deve assegurar igualdade de condições a todos os concorrentes (CGU, 2016, p. 42).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo cumpre uma etapa ensaística importante de uma linha de investigação que busca evidenciar a inserção do VLT como um dos componentes presentes no “cardápio” de intervenções urbanas dos grandes projetos urbanos. As características do projeto do VLT Carioca aqui apresentadas, bem como todo o processo de governança impetrado para possibilitar a sua execução, nos mostram que esse não é um processo isolado em um contexto local. Na verdade, percebemos que ele apresenta muitos traços comuns a outros grandes projetos urbanos, inserindo-se em um circuito global de (re)valorização de novas (antigas) áreas.

Apesar desses grandes projetos representarem em todo o mundo um instrumento de atuação do poder privado em uma assumida política neoliberal, não é raro encontrarmos Estados que conseguem aproveitar esse interesse empresarial para canalizar as intervenções em torno do interesse público. Os relatos das atuações em torno do Porto Maravilha podem deixar parecer que os instrumentos da OUC e PPP são os grandes vilões do processo, no entanto acreditamos que não se pode demonizar essas operações sem antes analisarmos todo o contexto no qual elas estão inseridas. O caso das Olimpíadas do Rio de Janeiro evidencia uma fragilidade institucional do Estado brasileiro, que não consegue ser forte o suficiente para colocar os benefícios coletivos sobre os interesses privados.

O relatório da CGU, que comprova muitas das nossas conjecturas, deixa bem claro a maneira “expedita” como foram analisadas algumas normativas, muitas delas não se encaixando nos parâmetros propostos, e sendo por isso, alteradas para atender ao projeto em questão. Essa fragilidade, que colocamos como um agravamento da situação no país, é também explorada na medida em que aqui, as Parcerias Público-Privadas, não apresentam-se vantajosas para os dois entes. No geral, o público tem assumido o ônus (riscos financeiros), e o privado ficado apenas com o bônus (um novo território). Foi o que aconteceu por exemplo com os CEPACs, onde a Caixa comprou todos os certificados com o capital do FGTS, assumindo os riscos pelo mercado de papéis, e os investidores ganharam com isso uma área totalmente renovada (com o capital de investimento adiantado).

É importante desmistificar também a ideia de que o VLT possa ser o vilão de toda essa operação de transformação urbana. Pelo contrário, lhe adjetivamos como ícone justamente pela capacidade que ele tem de reunir uma série de atributos que caracterizam a imagem de uma cidade contemporânea, com transporte eficiente, confortável, confiável e integrado com uma paisagem de uso misto. O marketing urbano aproveita-se dessas vantagens para lançar estratégias de diferenciação dos demais transportes públicos coletivos, que sofrem com uma depreciação da imagem. A problemática que levantamos aqui é a exacerbação dessa diferenciação, quando se reúnem uma série de atributos exclusivos em prol de uma determinada zona da cidade e classe, notadamente as mais favorecidas.

É importante que essa pesquisa avance em investigações que explicitem os benefícios e vantagens reais dessa escolha e confrontem com o discurso que levou a sua eleição. Sabemos que um dos grandes trunfos que avalizam o VLT no leque de escolha frente aos demais modais é a sua

capacidade de, contemporaneamente, operar sobre variadas interfaces. Essa diversidade de tratamentos admissíveis para a banda de rolamento é particularmente interessante na cidade contemporânea, que se constitui como um mosaico de fragmentos, resultante do somatório de diversas épocas. Essa talvez seja uma das grandes celebrações para a adoção desse sistema modal: o retorno à escala humana.

Avançar na discussão sobre os impactos paisagísticos deste modal é particularmente importante para a compreensão desse novo modelo de cidade contemporânea que se propõe a resgatar os critérios de escala humana dentro de um contexto de metrópole. No caso da zona central do Rio de Janeiro, que abriga sítios de relevância ao Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, as características técnicas do VLT são especialmente mais sensíveis à adequação ao contexto de zonas históricas.

Tal fato constituiu-se como discurso para a implantação aqui no país de uma tecnologia vanguardista, inaugurada primeiramente em Bordeaux, na França, que é a eletrificação via solo, dispensando o uso de catenárias – único no Brasil e um dos primeiros do mundo executado totalmente sem os fios aéreos. Tal tecnologia traz um apelo paisagístico especial, valorizando os edifícios e perspectivas urbanas, além de deixar o passeio com menos interferências físicas. O uso dessa tecnologia inclusive foi usado como desculpa para os atrasos ocorridos na execução do projeto.

Por fim, acreditamos ter ficado claro, pelo apanhado de documentos e discursos que trouxemos, que existe uma sincronização de ações que objetivam aproveitar-se do potencial estratégico dessas áreas centrais. Esse processo de valorização ocorre alinhado aos manuais de planejamento estratégico disseminados pelo mundo, e por isso concluímos que eles são processos deliberados. Essas estratégias se repetem em todos os projetos de maneira muito semelhante a partir de elementos-chave, tais como as torres de vidro corporativas, a assinatura de arquitetos de renome, as grandes corporações hoteleiras, a gastronomia gourmet... e, o Veículo Leve sobre Trilhos.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Maria Beatriz. O Bonde na cidade – transportes públicos e desenvolvimento urbano. São Paulo: Annablume, 2007.

CASTELLS, Manuel, BORJA, Jordi. Local y global. Madrid, Taurus, 1997.

CGU – CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO. Coordenação-Geral de Auditoria da Área de Cidades. Relatório de Avaliação dos Resultados da Gestão. Brasília, DF, 2016. 77p.

CUENYA, Beatriz. Grandes proyectos y sus impactos en la centralidad urbana. Cad. Metrop., São Paulo, v. 13, n. 25, pp. 185-212, jan/jun 2011

FERREIRA, João Sette. São Paulo: o mito da cidade global. Tese de Doutorado. FAU/USP, São Paulo, 2003, 336p.

GRUPO CCR. Estudo preliminar e provisório de demanda para o sistema de Veículo Leve sobre Trilhos na região portuária e centro do Rio de Janeiro. Anexo 7 – Projeto Funcional. Rio de Janeiro. [2011?]. Disponível em: <<http://www.mobilize.org.br/midias/pesquisas/projeto-funcional-do-vlt-porto-maravilha.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2016.

_____. _____. Volume 1 – Tomo I - Demanda. Rio de Janeiro. [2011?].

_____. _____. Volume 1 – Tomo II – Projeto Funcional. Rio de Janeiro. [2011?].

HARVEY, David. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. Espaço & Debates, v. 16, n. 39, p.48-64, 1996.

MALERONKA, Camila. INTERVENÇÃO URBANA E FINANCIAMENTO - A experiência de São Paulo na recuperação de mais valias fundiárias. revista iberoamericana de urbanismo, v. 7, n.12, p.75-91, dez. 2015.

MARICATO, Ermínia. A cidade e o automóvel. Ciência & Ambiente, v.37, p.5-12, 2008.

MASCARENHAS, Gilmar. Rio de Janeiro 2016: a cidade em movimento. Revista USP, São Paulo. n. 108, p. 49-56, janeiro/fevereiro/março 2016

MENDONÇA, Adriana. Grandes Projetos Urbanos e Gestão Pública: A Renovação da Área Portuária do Recife. Dissertação de Mestrado, MDU/UFPE, Recife, 2014, 173p.

TEJEDOR, A (Coord.). Proceso de peatonalización y nueva sociabilidad. Fundación Centro de Estudios Andaluces, 2009. ISBN: 978-84-691-9555-0.

VAINER, C. B. “Pátria, Empresa e Mercadoria. Notas sobre a Estratégia Discursiva do Planejamento Estratégico Urbano”, in O. Arantes; C. Vainer; E. Maricato. A Cidade do Pensamento Único. Desmanchando Consensos. Petrópolis, Vozes, 2000.

VLT vai mudar hábitos do carioca no trânsito, diz Prefeitura do Rio. **G1 Rio**. Rio de Janeiro, 10 mai. 2016. Disponível em: < <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2016/05/vlt-vai-mudar-habitos-do-carioca-no-transito-diz-prefeitura-do-rio.html>>. Acesso: 28 nov. 2016.