Iniciativa econômica local, imagem e territorialidade: os casos de Fortaleza e Recife*

Manoel Tibério Alves de Souza**

SUMÁRIO: 1. Introdução; 2. O novo empreendedorismo urbano: pontos centrais e o caso brasileiro; 3. Vendendo a *imagem*: o desafio da cidade na lógica cultural do capitalismo tardio; 4. Um novo empreendedorismo urbano no Nordeste do Brasil? Uma introdução aos casos de Fortaleza e Recife; 5. Considerações finais.

PALAVRAS-CHAVE: descentralização; iniciativa econômica local; novo empreendedorismo urbano; imagem.

A partir da literatura contemporânea sobre as principais mudanças político-econômicas verificadas nos países centrais, este artigo analisa o modo como tais mudanças configuram-se no Nordeste do Brasil. São salientados alguns tipos básicos de estratégias de competitividade voltadas à retomada do desenvolvimento econômico, adotadas nas experiências recentes das instâncias subnacionais de governo em processo de declínio econômico nos países centrais. São analisadas a questão do turismo e a imagem da cidade e examinado preliminarmente o modo como o "novo empreendedorismo urbano" vem se expressando para os casos de Fortaleza e Recife. Algumas das conclusões apresentadas expressam as ambigüidades desse universo temático e suas limitações para o caso brasileiro.

Local economic initiative, image and territoriality: the cases of Fortaleza and Recife, Brazil

Based on the contemporary literature about the main political-economic changes observed in the central countries, this paper analyzes how such changes are taking place in Northeastern Brazil. The paper points out some basic types of competitive strategies for the return of economic development used recently by sub-national governments in central countries experiencing

* Artigo recebido em set. e aceito em nov. 1998. A primeira versão deste artigo foi apresentada no VII Encontro Nacional da Anpur, realizado de 26 a 30 de maio de 1997 em Recife, PE.

** Pesquisador associado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano (MDU/UFPe).

economic decline. It analyzes tourism and the image of the city, and examines how the new urban entrepreneurship expresses itself in Fortaleza and Recife. The conclusions are a reflection about the ambiguity of this thematic universe and its limitations on the Brazilian case.

1. Introdução

Na região Nordeste do Brasil, o desenvolvimento econômico das cidades há muito não constitui necessariamente um ponto "cego". Conforme dados econômicos recentes divulgados pela Sudene (1996), entre 1970 e 1995 o Rio Grande do Norte cresceu 7,9%, o Maranhão 7,6%, o Ceará 7,2%, a Bahia 5,4% e Pernambuco 5,1%. O Nordeste cresceu como um todo 5,8%, e o Brasil 4,6%.

Entre os nove estados da região, cinco apresentaram taxas de crescimento do produto interno bruto (PIB) superiores às registradas pelo país e pelo Nordeste, como é o caso, por exemplo, do Ceará. Com o desempenho registrado em 1996, o sistema produtivo do Nordeste gerou um PIB de R$100,6 bilhões e um PIB *per capita* de R$2.236,39 distribuídos pelos estados. O comportamento de algumas variáveis setoriais sobre o período em questão aponta para o fato de que a economia regional nordestina "ressentiu-se, em menor escala, das conseqüências provenientes das medidas postas em prática pelas autoridades da área econômica do Governo Central" (Sudene, 1996:26-30).

Nos últimos 25 anos, o Rio Grande do Norte foi o estado que mais cresceu no Nordeste, seguido pelo Maranhão e, depois, pelo Ceará, que desponta como o terceiro estado em crescimento regional, com o terceiro maior PIB *per capita* da região e a maior taxa média anual de crescimento do PIB entre 1990 e 1996 (*Jornal do Comércio*, 1997). Segundo levantamento do BNDES, o Ceará é o sétimo estado do país em investimentos anunciados desde 1997, sendo antecedido por São Paulo, Paraná, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Bahia. Sendo assim, até o ano 2002 o estado receberá US$3,3 bilhões. Destes, US$1 bilhão virão do grupo alemão Thyssen, destinados ao projeto da Refinaria do Nordeste (Renor), que, segundo estimativas, criará 42 mil empregos diretos e indiretos durante sua fase de construção (*O Povo*, 1998a).

A despeito de tão marcada inflexão no padrão de gestão das cidades no Nordeste do Brasil onde o florescimento do espírito empreendedor aparentemente está em ascensão, a literatura existente que trata das mudanças pós-democratização não tem dado a devida atenção analítica ao tema. Assim, a literatura sobre a descentralização das políticas públicas e o papel dos governos no novo federalismo têm, em seu foco analítico, contemplado a descentralização concebida fundamentalmente como *democratização do Estado*. Sob esse aspecto, a cooperação, a gestão democrática da cidade e a inserção do movimento popular são percebidas como a alternativa possível, por significar um importante avanço na

gestão contemporânea local em face das amplas heterogeneidades estruturais, sobretudo em estruturas federativas, como é o caso do Brasil.[1]

Sabe-se que há um claro dualismo (marcadamente regional) entre o Sul, que apresenta níveis de desenvolvimento e consumo *per capita* comparáveis a qualquer economia dos centros desenvolvidos, e o Nordeste, que, em muitos aspectos, apresenta características pré-capitalistas (Diniz, 1995). Contudo, percebe-se cada vez mais que a estrutura do discurso sobre as políticas urbanas no Nordeste do Brasil, seguindo uma tendência mundial, vem tomando um novo curso, sobretudo nos anos 90.

Este artigo procura examinar, embora de modo preliminar e com uma amostra reduzida, as novas tendências (ainda em curso) no direcionamento das políticas urbanas e no padrão de gestão nas experiências recentes dos governos municipais em duas importantes cidades da região Nordeste do Brasil: Fortaleza e Recife. São contempladas, em particular, mudanças relativas às iniciativas econômicas locais em que a cidade adquire grande centralidade como importante pólo mobilizador *par excellence* voltado ao desenvolvimento econômico local. A questão do turismo e a imagem, como precondição e desafio à venda da cidade na "lógica cultural do capitalismo tardio", constituem o objeto central de análise.

O artigo é composto de três partes. Na primeira, é realizada uma breve incursão sobre as principais mudanças nas ações (estratégicas e competitivas) dos governos locais verificadas nas economias centrais. Serão salientados alguns tipos básicos de estratégias de iniciativa econômica local bem-sucedidas e suas principais características, a partir de Harvey (1989a). Em seguida, é apontada aquela de maior visibilidade para o caso brasileiro.

Na seção seguinte, a questão do turismo e a imagem da cidade constituem o objeto central de análise. A cidade, pela conformação de uma imagem voltada à promoção turística e sua crescente visibilidade nos meios de comunicação como produto vendável, é percebida como um caleidoscópio de desejos pulsantes. O desafio da imagem (precondição para a venda da cidade e uma demanda legítima de nosso tempo), suas implicações político-econômico-sociais, suas oportunidades e limites são analiticamente explorados.

Finalmente, na terceira seção, é realizada uma incursão preliminar sobre como a questão da promoção turística, a imagem e, de modo mais amplo, a questão do "novo empreendedorismo urbano" vêm-se configurando para os casos de Fortaleza e Recife. Algumas das conclusões apresentadas refletem sobre as ambigüidades desse universo temático e suas limitações para o caso brasileiro.

[1] Ver, a esse respeito, Arretche (1996a e 1996b). Para um ampla revisão sobre os pontos fundamentais da agenda programática das reformas em favor da descentralização das políticas públicas, ver Souza (1997).

2. O novo empreendedorismo urbano: pontos centrais e o caso brasileiro

Como afirma Harvey (1989a e 1989b) em sua análise sobre o *empreendedorismo urbano*, esse movimento de transformações em curso nos países centrais torna a *região urbana um ator fundamental* e determinante na posição de competitividade na divisão espacial do consumo. Tal movimento aponta para um "estilo consumista" de urbanização, que, após os anos 50, passa a promover uma ampla base de consumo em massa. Para o autor, tais evidências estariam sinalizando uma reorientação nas atitudes relativas à *urban governance,*[2] assumindo grande relevância nos países capitalistas avançados.

Dito de outro modo, as experiências de iniciativa econômica local nos anos 70 e 80 têm demonstrado que os governos urbanos encaminham-se para o abandono de posturas "gerenciais",[3] típicas dos anos 60, em favor de novas formas de ação substancialmente *inovativas e empreendedoras.* As novas ações (estratégicas e competitivas) adotadas pelos governos locais assinalam, assim, uma mudança radical, quando comparadas ao padrão de gestão até então vigente tanto nos países centrais quanto nos países em desenvolvimento.

Entre as estratégias de competitividade adotadas pelos países centrais — e que são apontadas como típicas do *empreendedorismo urbano* —, Harvey (1989a) salienta alguns tipos básicos que por vezes podem ser adotados através de objetivos específicos e/ou combinados. Assim, a competição interurbana se estabelece sobre:

---

[2] Seguindo a sugestão de Pacheco (1993:223), optamos, também, por manter o termo no original em inglês, dada a dificuldade de encontrar uma tradução para *governance*. Na verdade, essa expressão tem um sentido conceitual e refere-se a formas de condução de uma organização social. Como afirma a autora, "seu significado é político e remete à esfera social — e não estatal". Nesse sentido, *urban governance* seria, portanto, relativo à condução das relações sociais em contexto urbano. Para Fischer (1996:19), "*governance* é um conceito plural, que compreende não apenas a substância da gestão, mas a relação entre os agentes envolvidos, a construção de espaços de negociação e os vários papéis desempenhados pelos agentes no processo".

[3] Como afirma Preteceille (1990:56), do ponto de vista gerencial, "o objetivo da política urbana era acompanhar o crescimento econômico, fornecendo-lhe infra-estrutura e meios de consumo coletivo a fim de assegurar a mobilização e a reprodução da mão-de-obra necessária. A cidade desta política eram as habitações, os equipamentos coletivos, os transportes, os centros, os imóveis de escritórios, o fundiário, *e não a produção, as empresas, o trabalho*" (grifo meu). Para o autor, "o econômico se situava fora do campo do urbano tal como delimitado pelo discurso planejador, e levado em conta somente como motor exógeno do crescimento urbano, presente, por exemplo, em planos diretores através das previsões de crescimento do emprego cujos efeitos era preciso rebater espacialmente".

- o lugar ocupado pela cidade na divisão internacional do trabalho através da criação ou exploração de vantagens particulares para a produção de bens e serviços;
- a posição na divisão espacial do consumo através de inovações culturais, equipamentos comerciais e de lazer, novos estilos de arquitetura e de *design* urbano;
- disputas por funções de comando e de controle nos campos das finanças, informação e governo, onde tem grande peso a hierarquia urbana já estabelecida, pois a conquista de um lugar privilegiado, nestes campos, demanda altos investimentos em infra-estrutura e comunicação;
- a competição pela atração dos recursos governamentais das esferas central e regional, recursos esses cada vez mais escassos, mas com grande peso relativo em algumas áreas urbanas.

A segunda estratégia mencionada acima é a que tem tido maior visibilidade e propiciado resultados mais imediatos em cidades em processo de declínio econômico na Europa e nos EUA. Tal estratégia está basicamente voltada para a consolidação de uma posição privilegiada na *divisão espacial do consumo*. Nessa perspectiva, a questão do *turismo e a imagem da cidade* tornam-se pontos fundamentais. Com efeito, a cidade passa a ter como principal exigência apresentar-se de forma inovativa, excitante, criativa e *state place* para morar ou visitar, divertir-se e consumir (Harvey, 1989a:9). Tal estratégia — entre outras igualmente relevantes assinaladas por Harvey — vem sendo experimentada por governos locais comandados por diferentes partidos políticos ou coalizões, em contexto de governos centrais neoliberais, socialistas etc. (Harvey, 1989a e 1989b; Pacheco, 1993:222; Osborne & Gaebler, 1997).

Algumas experiências bem-sucedidas mais recentes de "cidades que dão certo" têm proporcionado grande visibilidade a cidades médias e pequenas do Brasil, como são os casos de Belo Horizonte, Curitiba, Osasco, Bauru, Campo Mourão e Joinville. As estratégias inovadoras implantadas, ao contabilizarem aspectos positivos bastante significativos na promoção do desenvolvimento econômico sustentável e no estabelecimento de um leque mais amplo de diálogo com a sociedade local, apesar de seus limites, têm feito das referidas experiências um modelo aparentemente bem-sucedido e paradigmático de gestão local no Brasil (Figueiredo & Lamounier, 1996). Essa tendência já aponta indícios de transbordamento para cidades da região Nordeste do Brasil — ainda que de forma às vezes incipiente —, como são os casos de Fortaleza, Recife e Salvador.

Ao desenvolver uma interessante sistematização sobre alguns casos recentes de administrações municipais consideradas bem-sucedidas no Brasil, Figueiredo e Lamounier (1996:207-14) nos oferecem uma interessante e oportuna visão de conjunto proporcionada pela análise de distintas manifes-

tações locais. Essa análise resulta em um panorama singular sobre o modo como os novos tipos de parcerias entre os setores público e privado, a criatividade e o espírito empreendedor vêm transformando as administrações municipais em cidades administradas por governantes de diferentes partidos. Para os autores (1996:209), "o regime democrático, e com ele a crescente confiança na descentralização, e o estímulo à participação são ingredientes fundamentais na revolução municipal que hoje começa a se configurar no Brasil".

Em conseqüência, amplia-se no debate nacional um horizonte novo favorável à discussão sobre as oportunidades, avanços e limites de tais ações e de que modo podem expressar a gestação de novas tendências em curso. Embora se deva reconhecer os limites metodológicos e quantitativos do universo pesquisado *vis-à-vis* os mais de 5 mil municípios brasileiros, tais experiências, mesmo não expressando uma tendência substantiva e normativa, são percebidas como capazes de apontar algumas características gerais que, não perdendo de vista as especificidades do lugar, poderão potencializar uma silenciosa e efetiva "revolução da boa administração municipal". Para os autores, tal questão é fruto de pelo menos quatro fatores:

- a descentralização propiciada pela Constituição de 1988;
- a consciência, hoje generalizada no país, de que teremos de correr contra o tempo para melhorar o mais breve possível as nossas condições sociais;
- a busca da eficiência nas administrações locais e, sobretudo, de soluções criativas, que maximizem e tornem duradouro o impacto dos recursos disponíveis;
- o máximo envolvimento possível da comunidade na formulação e na execução dos projetos, que, dessa forma, passam a contar com o apoio e a efetiva colaboração de seus futuros beneficiários.

O modo como tais questões vêm conformando a reorientação da agenda político-administrativa local nos casos analisados pelos autores aparentemente parece sinalizar uma tendência em ascensão, apontando, também, para uma significativa mudança na *urban governance*[4] (Figueiredo & Lamounier, 1996). A maior aproximação entre os setores público e privado tendo em vista a promoção do desenvolvimento econômico sustentável, bem como a maior atenção com a qualidade das parcerias a serem estabelecidas, é percebida como importante indicador que, não raro, tem orientado a nova agenda da administração municipal.

[4] Essa expressão tem um sentido conceitual e refere-se a formas de condução de uma organização social, conforme será demonstrado mais à frente.

As mudanças recentes relativas ao padrão de gestão e ações (estratégicas e competitivas) voltadas ao desenvolvimento econômico local nos casos de Fortaleza e Recife apontam fortes evidências da emergência de um *novo empreendedorismo urbano* na região. Com efeito, algumas mutações significativas na paisagem urbana (ainda em curso) parecem confirmar tal tendência. No caso das cidades da região Nordeste do Brasil, o *novo empreendedorismo urbano* aparentemente tem sido favorecido no sentido de *criar uma imagem de cidade* que potencialize a promoção turística e a oferta cultural, como veremos mais a frente.

3. Vendendo a *imagem*: o desafio da cidade na lógica cultural do capitalismo tardio[5]

> *"Você sabe melhor do que ninguém, sábio Kublai, que jamais se deve confundir uma cidade com o discurso que a descreve. Contudo, existe uma ligação entre eles."*
> Calvino, 1990

A imagem da cidade, na era pós-moderna, certamente não é a mesma do planejamento urbano das cidades modernas e que tinha na metrópole (e na criação de distritos industriais), na *cidade grande*, o signo do progresso máximo da civilização, do desenvolvimento da espécie humana e da produção e difusão da cultura da modernidade.

Hoje, nos anos 90, vislumbra-se um momento de transição do modelo desenvolvimentista de Estado no sentido de reformas de corte neoliberais. O Estado vem cedendo espaço ao mercado. Esse movimento de transição tem sido acelerado pelo avanço das tecnologias de comunicações, pela ofensiva da agenda neoliberal e, mais ainda, por uma crescente reestruturação dos processos produtivos e das relações contratuais de trabalho no sentido da flexibilização e da eficiência econômicas, bem como da financeirização.[6]

Tais mudanças, conforme a literatura vem demonstrando (Valadares & Preteceille, 1991), são responsáveis, em boa parte, pela reorganização da dinâmica urbana. Dessa forma, o planejamento urbano passa por uma profunda revisão conceitual e de posturas. O uso do espaço de modo regulado,

[5] Do ponto de vista teórico-conceitual, estamos considerando a *lógica cultural do capitalismo tardio* em suas inter-relações com o *pós-modernismo*. Assim, tendo em vista os objetivos desta seção, optamos por uma maior aproximação com o pensamento de Harvey (1989a, 1989b e 1993) e Jameson (1996).

[6] Para uma ampla reflexão sobre esse tema, ver Harvey (1993).

através de instrumentos normativos, deve envolver uma maior flexibilização das relações entre agentes públicos e privados na promoção do desenvolvimento local. Mais do que nunca as parcerias urbanas estiveram no cenário nacional e internacional.

O poder público e seus planejadores passam por um momento em que tais transformações, provocadas em grande parte pela globalização da economia e pelo avanço tecnológico, estão agindo no espaço urbano, de modo a permitir maior potencialização das energias ligadas ao desenvolvimento local. Desse modo, o poder local — devido à intensificação da fragmentação e competitividade interurbana, marcadas pelo "empreendedorismo" (Harvey, 1989a) — assume a dianteira do processo de desenvolvimento urbano, formulando políticas e gerenciando interesses difusos, com o objetivo maior da promoção do bem-estar coletivo. A agenda de políticas urbanas certamente é bastante distinta daquela dos anos 70 e se pauta pela "flexibilização" e "desregulamentação" como princípios estruturadores da gestão democrática da cidade.

Tal questão marca a abertura de novos paradigmas,[7] centrados fundamentalmente numa perspectiva de gestão democrática e participativa, descentralizada, flexível e autônoma, em que o poder local assume, de modo inédito, a dianteira do processo de desenvolvimento do país. O municipalismo como estratégia de desenvolvimento urbano, apesar de seus limites, passa a ser a marca registrada dos anos 90.

No momento em que o individualismo é a palavra de ordem, em que assistimos à apologia do mercado total e ao proclamado "esgotamento das energias utópicas" (Habermas, 1987), em que competitividade e eficiência constituem a "idéia-força" das políticas urbanas, o desafio de reconstruir uma nova imagem de cidade — mais compatível com as novas exigências contemporâneas e em sintonia com os propósitos da competitividade — assume papel estratégico fundamental nesse *fin de siècle*.

A cidade, sob o pós-fordismo, sobretudo a pequena e média, adquire visibilidade não apenas pela grande centralidade que as empresas de base média passam a ter. Mais que isso, ela passa a constituir o lugar integrador *par excellence* de "novas" identidades citadinas e/ou locais (urbanas, metropolitanas e regionais) possíveis. A cidade emerge como uma espécie de signo catalisador e restaurador daquilo que poderíamos chamar de "elo perdido" (espaço simbiótico e simbólico; um novo elo entre cultura, política[8] e economia).

Com o movimento pela descentralização, "antigas" questões relativas à identidade nacional, a apologia às virtudes do multiculturalismo nacional, os desafios implícitos e explícitos à aventura de se pretender ser uma espécie de

---

[7] Para uma análise mais ampla dos novos paradigmas emergentes, ver Lyotard (1986), Davis (1989), Harvey (1993) e Jameson (1996).

[8] Uma interessante análise sobre este tema pode ser encontrada em Marques (1995:95-9).

"outro gigante da América, o outro *melting pot* de raças e culturas" (Veloso, 1997:14; Skidmore, 1994) e, de modo mais amplo, as questões relativas à "formação e o sentido do Brasil" (Ribeiro, 1995), que, por algum tempo, estimularam as interpretações sobre a sociedade brasileira desde o monarquista Eduardo Prado aos mais influentes intelectuais dos dias atuais, parecem ceder lugar, não a um "realismo sensato", mas a um movimento radical e em sentido oposto ao anterior. Recolocando a questão, o vazio deixado pela ausência de possíveis (re)interpretações sobre a sociedade brasileira contemporânea é preenchido, para o bem ou para o mal, pela apologia da fragmentação das diversidades de identidade e cultura nacionais. Haja vista a excessiva ênfase atribuída ao "imagismo cívico"[9] construído localmente, ou seja, territorializado.

Essa suposta busca do "elo perdido", ou da integração nacional, agora não mais se realiza pelo planejamento nacional-centralizado, mas através do local. Com efeito, o lugar que a cidade deseja ocupar nos âmbitos nacional e internacional dependerá, em boa medida, da capacidade de erigir uma imagem de si mesma compatível com as novas exigências contemporâneas (por exemplo, reestruturação econômica e novas estratégias de desenvolvimento local). Dito de outro modo, a cidade precisa inventar-se a si mesma.

A imagem assume, então, uma dimensão estratégica fundamental, sobretudo se considerarmos o cenário recente de crescente competição por um lugar privilegiado na *divisão espacial do consumo* (Harvey, 1989a). Assim, a imagem não só tem um sentido de integração e identidade por si só, mas, para além de tudo isso, assume uma dimensão economicista estratégica fundamental. Todo o "capital simbólico" que a imagem for capaz de suscitar e consolidar torna-se agora uma urgência e, ao mesmo tempo, parte de uma ação estratégica de *city marketing* (Garcia, 1997). Uma vantagem comparativa e competitiva capaz de cristalizar um *imagismo cívico* (valorização dos símbolos culturais) e que, por sua vez, transforma-se em equivalentes monetários (Bourdieu, 1974, 1989 e 1996; Hirschman, 1979; Baudrilard, 1995; Lacerda 1995), capitalizáveis a partir da promoção turística voltada ao desenvolvimento econômico local. Sobre esse aspecto, Castells e Borja (1996:157) afirmam: "a cidade, entendida não somente como território que concentra um importante grupo humano e uma grande diversidade de atividades, mas também como um espaço simbiótico (poder político — sociedade civil) e simbólico (que integra culturalmente, dá identidade coletiva a seus habitantes e tem um valor de marca e de dinâmica com relação ao exterior) converte-se num âmbito de respostas possíveis aos propósitos econômicos, políticos e culturais de nossa época".

---

[9] Esta expressão é utilizada por Gilberto Freyre (1987:16) e refere-se à valorização dos símbolos culturais já existentes, como a defesa de valores tradicionais e regionais (por exemplo, Pernambuco e Bahia), e, paradoxalmente, pós-modernos, como na arquitetura e noutras artes espaciais e visuais.

Pela ótica empreendedora apontada por Harvey (1989a e 1989b) — particularmente no que se refere às estratégias de desenvolvimento econômico local —, o exercício da *urban governance* adquire papel central, articulando um conjunto importante de atores sociais e apontando novos padrões de relacionamento entre os setores público e privado.

Algumas experiências bem-sucedidas em torno desse tema revelam que a *urban governance* parece estar, de certo modo, orientada pela lógica da qualidade total — expressão da "moda" comum ao universo da reengenharia empresarial —, sobretudo quando consideramos as ações (estratégicas e competitivas) das municipalidades voltadas à adoção de planos estratégicos de cidades (Castels & Borja, 1996).

Com efeito, verifica-se um claro abandono de posturas gerenciais, em favor de ações eminentemente empreendedoras em que, não raro, a cidade, ela própria, se torna um produto "vendável" (Harvey, 1989a e 1989b). Talvez seja mais oportuno, para o caso urbano, cunharmos a expressão imagem total, para designar uma situação na qual a cidade — como objeto de desejos e de consumo de *mass media* — está antes inclinada a criar e consolidar uma imagem capaz de dar respostas ao estereótipo imaginário e/ou imagético e fantástico do universo turístico (por exemplo) do que, necessariamente, a dar respostas às exigências práticas da vida real, embora esta, por vezes, seja afetada positiva e, aliás, justificadamente por aquele.

O enfoque discursivo e programático das novas políticas urbanas, ao contemplar, fundamentalmente, a competitividade e a eficiência, parece transpor para o universo urbano um conceito largamente utilizado no mundo empresarial ("qualidade total"). Nesse contexto, a imagem total aparece como uma demanda legítima, uma precondição à competitividade e, de modo mais amplo, ao desenvolvimento urbano e econômico local.

Estaríamos assistindo, nesse final de milênio, a um *revival* esteticista? Um retorno ao classicismo grego e/ou à "poética do mundo visível" (Paglia, 1992:379) como amálgama das mazelas da modernidade, às quais, por sua vez, se sobrepõem as novas experiências de espaço-tempo em que, e apesar disto, o *flâneur* baudelairiano de Benjamin (Eagleton, 1995:67-8) pode, enfim, repousar sob a cumplicidade de uma paisagem mais amena? Assim, a cidade — a partir da conformação de uma imagem e/ou imagens capazes de dinamizar a promoção turística e a venda da cidade — parece querer apresentar-se como um caleidoscópio de desejos pulsantes voltado a cativar o "novo" sujeito (Fukuyama, 1992; Eagleton, 1995), que, aparentemente, não precisa mais travar sua incansável luta histórica pelo reconhecimento.

Com efeito, a imagem da cidade assume relevância capital na competição dentro da divisão espacial do consumo. E será mais eficiente na medida em que for capaz de intensificar o sentimento cívico, a oferta de cultura, lazer, entretenimento etc. Mais amplamente, a cidade contemporânea passa a ser percebida como "protagonista de nossa época", um "ator político que pro-

move acordos e associações, assume responsabilidades diante da sociedade e da União, representa enfim um pólo central na articulação entre a sociedade civil, a iniciativa privada e as diferentes instâncias do Estado". Como principal exigência, deverá, portanto, apresentar-se "atraente, funcional, dotada de infra-estruturas modernas e que assegure garantias mínimas de qualidade de vida e segurança pública" (Castells & Borja, 1996:157).

Na competição por um lugar na divisão espacial do consumo (Harvey, 1989a e 1989b), a cidade, como objeto de promoção turística, torna-se, ela mesma, um controvertido e estonteante objeto do desejo. Precisa sensibilizar o "público" permanentemente, no que se refere tanto à vida cotidiana da população quanto aos desejos dos turistas e investidores. Conta para isso com sua imagem e/ou miríade de imagens capazes de suscitar e (re)suscitar *ad infinitum* novos desejos tangíveis, mesmo quando voláteis, etéreos (virtuais, quem sabe?). Para tanto, tem como principal desafio construir com eficiência e eficácia uma espécie de *persona sexualis* (de si mesma?), que possa ser reconhecida, desejada e "desejante". Uma espécie de quintessência do universo dionisíaco, uma catedral barroca (Maffesoli, 1996), ou uma ode à máquina "desejante" a que se referem Deleuze e Guattari (1976).

Para Maffesoli (1996), "é surpreendente observar que nenhum domínio da vida social escapa a esse jogo da aparência. O mundo da aparência é o único lugar visível. Ele pode, formalmente, fazer apelo a um além, como as igrejas barrocas. Ele é, de fato, moldado para bastar-se a si mesmo. A teatralidade favorece o que é vivido *hic et nunc*, o que recusa a transparência de prazer. Há, no artifício e no fantástico barrocos, um imanentismo evidente, cuja virtude essencial é deter a corrida do tempo".

Desta forma, ao lado dos aspectos político-econômico-sociais, há, também, um aspecto psicológico fundamental e, por vezes, superior aos demais. Daí porque a cidade, tal qual um cartão-postal,[10] ou uma "moura encantada" e avultante, que se quer de beleza ideal e influências transbordantes, pavoneia-se, insinuando-se como uma garantia de realização plena do desejo.

Mais que isso, um baú de desejos tangíveis e/ou *open mall* "desejante", de lábios tão sonhados, ou um grande "seio", um "berço" quente, íntimo e confortável que nos remete, por um lado, às raízes, ao familiar e, por outro, ao lúdico, dionisíaco e ao *ethos* da festa (Bourdieu, 1983:91). À primeira vista, antigas interdições relativas ao "princípio de prazer" como ameaça e obstáculo à universalização do "princípio de realidade" — até então percebido como referencial apolíneo (do modernismo?) exclusivo, único capaz de im-

[10] Como afirma Sevcenko (1995:430-1), "Durante a *Belle Époque*, acrescentou-se aos cartões-postais um novo predicado que não altera seu estatuto originário. Ao atributo de suportes para variadas mensagens e, portanto, cumpridores de uma função meramente comunicativa, veio se adicionar um 'valor de exposição' (...)". Uma interessante literatura sobre a *Belle Époque* pode ser encontrada em Ponte (1993).

pulsionar a cultura e a continuidade do processo civilizatório (Marcuse, 1978) — aparentemente foram abolidas.

É esse jogo infinito de espelhos performáticos que a cidade, nos anos 90, parece querer consubstanciar (invenção de um lugar simbólico para acolher as diferenças; capacidade de escolher; julgar; participar; ampliação da cidadania social; morar; divertir-se; consumir etc.). Valores simbólicos — como é o caso da "identidade", do "sucesso", da "felicidade", do "prazer", do "amor", do "reconhecimento", da proclamada "democracia liberal", do estilo de vida ou da "estilização da vida" — tornam-se agora uma espécie de *happening*, ou melhor, de *sexiness*[11] e/ou *héxis* (Bourdieux, 1974, 1983, 1989 e 1996) corporal da pós-modernidade, tendo a cidade como palco e cenário do possível.

Para tanto, a invenção ou reengenharia da imagem torna-se questão de vida ou morte para as cidades contemporâneas (Gadelha, 1996). A cidade, a paisagem urbana e seus monumentos, seus "lugares de memória", sua culinária, sua música e, de modo mais amplo, seus "modos" e "modas" (Freyre, 1987) passam a assumir uma dimensão (nem sempre velada) de sedução e "erotismo funcional". Não raro alguns "objetos", "modos" e "modas" são oferecidos, lançados via intermediação de discursos programáticos (preservação do meio ambiente, antes como garantia de qualidade de vida do que como uma conquista histórica dos movimentos ecológicos e ambientais, ou como promoção turística e/ou marketing voltado ao consumo e à venda da cidade), apresentados como capazes de preencher (mil vezes) o que em psicanálise convencionou-se chamar de "falta".

No caso das metrópoles, como ícone ou *state place* do ideário moderno, essa "falta" se expressou por não atender satisfatoriamente (sobretudo nos países "periféricos") às necessidades básicas fundamentais relativas à qualidade de vida (habitação, transporte, segurança, lazer, educação, saúde etc.), à construção e consolidação da cidadania, bem como à universalização da prosperidade.

Essa "falta" relativa às necessidades básicas fundamentais da vida moderna, somada ao desejo de aquisição, parece reduplicar a "falta" — particularmente nos países não-alinhados —, "fazendo dela uma incurável insuficiência de ser, uma falta-de-ser que é a vida" daqueles que estão na contraface do desenvolvimento (teoria do escoramento, Deleuze & Guattari, 1976:43).

A novidade, na era da pós-moderna, é que a cidade não se contenta em ser apenas um espaço geográfico. Ela passa a adquirir centralidade tanto na

[11] Ao considerar o tema da sublimação de impulsos eróticos em política, em negócios e em formas de propaganda ou de comerciais, Marcuse (1978) nos apresenta uma interessante reflexão sobre a projeção moderna de *sexiness*.

vida política quanto na vida econômica, social, cultural e nos meios de comunicação (Castells & Borja, 1996). Tal reação parece esboçar-se em face da rigidez e das mazelas decorrentes do paradigma centralizado (Harvey, 1989b e 1993), até então vigente, adicionalmente a uma paisagem urbana inóspita, insólita, caótica, de subjetividades fragmentadas e superpostas, típicas das metrópoles modernas tão luminosamente salientadas por Baudelaire (1996) e em filmes legendários, como é o caso de *Paris Texas*, dirigido por Wim Wenders.

Daí o impulso pró-descentralização verificado em meados dos anos 80, no qual o Estado se fragmentou nas municipalidades (cidades-Estado, ou melhor, cidades-empresa), como instância legítima e supostamente capaz de atender efetivamente às novas exigências de ordem política e econômica: no primeiro caso, pelo estímulo à democracia participativa e à ampliação da cidadania política e social; no segundo, pela intensificação da competitividade e da eficiência alocativa (Melo, 1996:6-7).

Mas a cidade na era pós-moderna parece constituir, também, um lugar estratégico fundamental para a emergência de um novo modelo de acumulação, em sintonia com a lógica cultural do capitalismo tardio (Harvey, 1989a e 1993; Preteceille, 1990; Melo, 1991). Desse modo, os governos urbanos progressivamente se convertem de gerentes em empreendedores.[12] Os Estados nacionais perdem cada vez mais sua capacidade regulatória em função dos avanços tecnológicos, da ofensiva neoliberal e do grande dinamismo das empresas transnacionais ("a geopolítica da Guerra Fria foi substituída pela geoeconomia"),[13] dado que no "plano territorial, o pós-fordismo tem por

---

[12] Para Harvey (1989a:13), a intensificação da competição interurbana pressupõe um processo permanente de inovações efêmeras que, embora estimulante, aponta para resultados nem sempre virtuosos para todos aqueles que desejam manter se à frente do jogo, podendo por vezes ser destrutivo. Para o autor, a nova fase do capitalismo tardio é permeada por uma forte inclinação pós-moderna e pelo favorecimento do crescimento do empreendedorismo urbano. Tal inclinação pós-moderna tem-se manifestado, por exemplo, pelo desenho de fragmentos urbanos em vez do planejamento urbano, pela moda e estilo efêmeros e ecléticos em vez da procura de valores mais permanentes, pela citação e ficção em vez da invenção e função e, finalmente, pelo meio no lugar da mensagem e pela imagem sobre o conteúdo.

[13] Como afirma Preteceille (1990:56), "hoje a estrutura do discurso das políticas praticamente se inverteu. O planejamento (sobretudo econômico e secundariamente urbano) perdeu sua centralidade hegemônica, e o Estado central se atribui um papel secundário na economia em relação a uma dinâmica de reestruturação onde a legitimidade principal é afirmada pelo lado da empresa, seja ela nacionalizada, desnacionalizada ou privada. Na política urbana, cada vez mais local em decorrência da descentralização, é o desenvolvimento econômico formulado nos termos precisos e limitados da vida e desenvolvimento das empresas que veio a ocupar, pouco a pouco, o primeiro plano". A esse respeito, o interessante artigo "Mercantilistas totalmente modernos" (*Gazeta Mercantil*, 1997:3-4), ao referir-se à competição intergovernos para vender produtos de exportação, bem como à luta para persuadir empresas estrangeiras a montar fábricas em seus países (políticos-mascates ou mercadores), faz a seguinte ponderação: "pode parecer estranho que governos devam fazer tanto esforço na promoção de exportações exatamente

base a expansão industrial centrada na média empresa de base local e por *locus* a pequena cidade" (Melo, 1991:77).

Por tudo isso, a cidade "pinta-se", "pavoneia-se", penteia-se, veste-se, calça-se, enfim, adorna-se em movimentos libidinosos e "desejantes", em cores anis e sobretons verde-rosas carregados de sensualidade escarlate. Por isso, a ênfase ambiental, a ecologia, o desenvolvimento sustentado etc. A "qualidade total", a "imagem total", o "erotismo funcional" deverão refletir-se, sobretudo, na paisagem urbana. A fronteira entre a cidade que se pavoneia, o "corpo que pavoneia-se" (Maffesoli, 1996) e a "imagem", torna-se cada vez mais tênue, parecendo fundir-se num imenso *bricolage*[14] desejável e "desejante". Uma espécie de *trade-mark* da nova política urbana. Como afirma Melo et alii (1994:150-1), "entramos na era das velhas práticas de *boosterism* norte-americano[15] onde as imagens do lugar tornam-se uma preocupação básica dos governos locais e empresários, em lugares tão diversos como Detroit, Beirute, Belfast, Rio de Janeiro e Fortaleza".

A imagem da cidade, seu "erotismo funcional", seu "capital simbólico", suas cores hiper-realistas, suas belezas naturais, suas arenas de espetáculos

---

quando estão reduzindo sua presença em outras formas de interferência comercial, como as tarifas, sob os auspícios da Organização Mundial de Comércio (OMC). Uma explicação plausível é que muito de sua energia é aplicada no apoio a pequenas empresas, que não podem manter seus próprios escritórios no exterior. O Departamento de Comércio da América, por exemplo, calcula que 90% de seu trabalho se dirige a pequenas empresas. Mas o quão bem-sucedido ele é? Laura Tyson, até recentemente chefe do National Economic Council da América, admite que houve um aumento muito pequeno na participação das pequenas empresas nas exportações americanas, embora essa fosse uma das metas do governo. Uma segunda explicação é que, especialmente quando grandes contratos em infra-estrutura estão em jogo nos mercados emergentes, os governos ficam temerosos de abandonar as empresas nacionais porque outros governos estão comprometidos em auxiliar seus próprios paladinos. Ao mesmo tempo, o próprio comprador é normalmente um governo ou outra empresa estatal. Conquistar um contrato fica mais difícil sem o endosso pessoal de um ministro. (...) 'No melhor dos mundos', afirma Garten, hoje reitor da Escola de Administração de Yale, 'os governos deveriam sair completamente do negócio. Mas o mercado é corrompido pela presença do governo. Assim, você fica de lado e pontifica sobre Adam Smith ou entra na briga?' Os governos um dia sairão dos negócios de exportações? Talvez quando os porcos voarem". Por fim, "os governos encaram o investimento estrangeiro como uma forma de reanimar economicamente regiões empobrecidas".

[14] Estamos utilizando esse termo em sintonia com o pensamento de Lévi-Strauss. Conforme salienta Deleuze e Guattari (1976:15), este termo foi introduzido por Lévi-Strauss na linguagem antropológica para caracterizar a atividade mito-poética e ficou consagrado na obra *O pensamento selvagem*. Sendo assim, *bricolage* é a atividade de aproveitar coisas usadas, quebradas, ou apropriá-las para outro uso, em um novo arranjo ou numa nova função.

[15] Como afirma Melo et alii (1994:97), "nos Estados Unidos os casos de *boosterism* são abundantes na década de 80 mas a incorporação das práticas de *marketing* de interesses locais aparece como um fenômeno internacionalmente mais abrangente na atual década".

BIBLIOTECA MARIO HENRIQUE SIMONSEN
FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

coletivos, seu "capital social"[16] são agora seu maior trunfo, seu batom "temperado com doce e ledo riso, a cujo abrir abrem no campo as flores, as palavras discretas e suaves, das quais o movimento fará deter o vento e as altas aves" (Camões, 1996:78).

Da capacidade de exercer sua força criativa, teatral, espetacular e sedutora sobre narcisos, dândis, *voyeurs, yuppies* e *outsiders* dependerá, em boa medida, o sucesso ou fracasso das cidades contemporâneas: ora seduzindo consumidores preferenciais (ou não) e turistas apaixonados, ora atraindo ávidos investidores dos mais diversos matizes. Mas se a cidade, seu capital simbólico, sua imagem, seus "espetáculos públicos" voltados à promoção turística são um "bem público" "acessível" a todos indiscriminadamente, o uso democrático da cidade não nos parece ainda um "bem" tangível a todos aqueles que dela se aproximam e se apaixonam com desejos e/ou perplexidades (dualismo cidade formal *versus* cidade informal).[17]

O paradoxo é que a cidade — não somente como território, mas também como um espaço simbiótico e simbólico (Castells & Borja, 1996:157) — poderá por vezes revelar, sob o "doce e ledo riso", os ardis (geralmente velados) de uma anfitriã que também sabe ser lasciva, arredia, irônica, perversa e/ou dissimulada, causando imensa dor naqueles que, a despeito das "janelas de oportunidades" que lhes são permanentemente sinalizadas, jamais estarão entre os "eleitos".[18]

Mas o que é "a coisa imaginada" que tais imagens parecem querer suscitar como realização da relação entre o "desejante" e o desejado? Autores como Harvey (1989a) têm apresentado alguns pontos interessantes para o debate ao salientarem a importância de se "construir um imaginário físico e social das cidades adequado aos propósitos da competitividade".

---

[16] Para Putnam (1996:179-80), muitas das formas de "capital social" existentes — confiança, por exemplo — nos remetem ao que Hirschman denominou "recursos morais". Uma característica específica do capital social — confiança, normas e cadeias de relações sociais — é o fato de que ele normalmente constitui um bem público, ao contrário do capital convencional, que normalmente é privado.

[17] Pacheco (1995:201-2), citando Pierce, Johnson & Hall (1993), salienta que a contribuição desses autores consiste na sistematização de parâmetros de experiências virtuosas, uma vez que a maioria das experiências sistematizadas por Harvey (1989b) tem-se revelado perversa. Desse modo, os autores apontam uma nova agenda para as cidades que querem prosperar econômica, social e politicamente. Ela inclui, por exemplo, "a necessidade de enfrentar com energia os problemas sociais e a dualização crescente das cidades: a existência de duas sociedades lado a lado, uma preparada para as oportunidades na nova economia mundial, outra excluída, onde o desemprego é crônico e as condições de vida são precárias". Ver também, a esse respeito, Rolnik (1994:351-60).

[18] Tal contradição torna-se mais visível no caso, por exemplo, das economias ainda socialmente limitadas e perversas na distribuição da riqueza criada localmente. Para uma interessante reflexão sobre esse tema, remetemos o leitor a Melo et alii (1994:148-60). Ver, também, Eagleton (1995:53-68).

Para os teóricos da compensação, "a obsessiva estratégia de resgate cultural que observamos nos dias que correm funciona como uma contrapartida para a perda da estabilidade ressentida pelo indivíduo nas sociedades contemporâneas. O resgate oferece aos indivíduos a sensação de que as tradições culturais não foram atingidas pela modernidade" (Marques, 1995:96).

Assim, no cerne da "coisa imaginada" — que compõe a substância da imagem e cujo alcance constitui um desafio e uma precondição para a venda da cidade (comunicação com o público) — repousa, primeiramente, a nem sempre fácil tarefa de dinamizar valores simbólicos (cores, raças, castas, crenças, riquezas são diferenças)[19] na esfera local que sejam capazes de promover efetivamente a consolidação de uma espécie de identidade coletiva territorializada, como compensação e refúgio à angústia da perda da "estabilidade".

Com efeito, os "lugares de memória" (Marques, 1995) assumem, de modo crescente, um sentido integrador em escala local e territorializada, na medida em que podem suscitar sentimentos de "pertencer a esse espaço; de solidariedade social; orgulho cívico e lealdade ao espaço" (Harvey, 1989a). Ao referir-se sobre o mundo da memória e o tempo perdido, Bobbio (1997:54-5) pondera: "Se o mundo do futuro se abre para a imaginação, mas não nos pertence mais, o mundo do passado é aquele no qual, recordando as nossas lembranças, podemos buscar refúgio dentro de nós mesmos, debruçar-nos sobre nós mesmos e nele reconstruir nossa identidade; um mundo que se formou e se revelou na série ininterrupta de nossos atos durante a vida, encadeados uns aos outros, um mundo que nos julgou, nos absolveu e nos condenou para depois, uma vez cumprido o percurso de nossa vida, tentarmos fazer um balanço final. É preciso apressar o passo. O velho vive de lembranças e em função das lembranças, mas sua memória torna-se cada vez mais fraca. O tempo da memória segue um caminho inverso ao do tempo real: quanto mais vivas as lembranças que vêm à tona de nossas recordações, mais remoto é o tempo em que os fatos ocorreram. Cumpre-nos saber, porém, que o resíduo, ou o que logramos desencavar desse poço sem fundo, é apenas uma ínfima parcela da história de nossa vida. Nada de parar. Devemos continuar a escavar! Cada vulto, gesto, palavra ou canção, que parecia perdido para sempre, uma vez reencontrado nos ajuda a sobreviver".

A dinamização dos valores simbólicos adquire, assim, dupla função. De um lado esses valores têm um sentido integrador e identificador construído localmente, conferindo aos cidadãos um *self* coletivo e territorializado que os homogeneiza internamente, ou seja, acolhe e reconcilia as diferenças domésticas para diferenciá-los externamente. De outro, são apresentados como uma nova variável (um "bem cultural" e/ou "capital simbólico"), uma vantagem

[19] Esta frase foi extraída do poema-canção *Miséria* (de Arnaldo Antunes, gravado por Adriana Calcanhoto no CD *Senhas*)

comparativa na competição interurbana nacional e global. A qualidade e a intensidade de tais valores, obviamente, determinarão a posição da cidade na competição (nacional e internacional) por um lugar privilegiado na divisão espacial do consumo.

Várias são as críticas às estratégias recorrentes de *city marketing* (Garcia, 1997). Entre elas, os "lugares de memória" (Marques, 1995) têm adquirido grande importância no debate contemporâneo, por suas "externalidades negativas" decorrentes do esforço exacerbado dos governos locais na consolidação de uma imagem (às vezes conflitante com o "real") que seja capaz de potencializar prioritariamente um marketing voltado para a atração de novos investimentos e oportunidades turísticas. Dessa perspectiva, a indústria do turismo estaria no papel de indústria "criadora de história" ("falsificação da localidade").

Tais lugares, por sua capacidade de transformar-se — direta ou indiretamente — em equivalentes monetários — "símbolo de distinção social", "mercantilização do lugar" etc. (Shaw & Williams, 1994:244; Magnavita, 1995:149-56) —, estariam mais próximos das necessidades, anseios e promessas do liberalismo contemporâneo do que das exigências do mundo real. Como afirma Schor (1996:49), citando Shaw e Williams (1994), "para a indústria do turismo, a criação da imagem a ser vendida faz parte de suas atividades, onde os turistas buscam sair da rotina do dia-a-dia através do contato com sociedades e culturas diferentes da sua".

Todavia, vale lembrar que bens simbólicos como arte e cultura, ao serem passíveis de se transformar em "mercadoria" (Marques, 1995:98-9), parecem suscitar o temor da perda de sua capacidade sensorial e subjetiva que nos permite entender o sentido da vida, da dimensão histórica, do existenciar o lugar, da vivência, do curso da história. Os valores simbólicos, como "fato de comunicação", permitem que se interprete todo o resíduo justamente como a "contínua contribuição de subjetividades diferentes, arraigadas na história e na sociedade, que fazem levitar a presença (muda em si) e povoam de significados; antes, tal interpretação parece tornar a espacialidade urbana, em suas mutações simbólicas ao longo do tempo, num sistema de significados, ao mesmo tempo estável e instável, cujas estruturas não são o trâmite da comunicação, mas o principal dos conteúdos" (Eco, 1976). Ao salientar as particularidades da relação de uma imagem poética com um arquétipo adormecido, Bachelard (1989:183) faz a seguinte consideração: "A imagem poética não está submetida a um impulso. Não é o eco de um passado. É antes o inverso: pela explosão de uma imagem, o passado longínquo ressoa em ecos e não se vê mais em que profundidade esses ecos vão repercutir e cessar. Por sua novidade, por sua atividade, a imagem poética tem um ser próprio. Ela advém de uma ontologia direta".

Na lógica cultural do capitalismo tardio, tais conteúdos (aparentemente) são atropelados, banalizados pelo cotidiano imediato permeado pelo fugi-

dio, volátil, e pelo pastiche, relegados, assim, a meros objetos de *mass media*, reduzidos à condição de lazer, diversão e entretenimento, o que, por sua vez, nos remete ao oco de seu fetichismo economicista e fálico (Lyotard, 1974). Dessa forma, a ênfase nos "lugares de memória" assume importância estratégica menos por seu potencial informativo (decorrente da fruição de signos que lhe é intrínseca) e mais por seus impactos imediatos na consolidação de uma imagem de cidade, bem como por sua capacidade de transformar-se (direta ou indiretamente) em equivalentes monetários (Magnavita, 1995:149-56) voltados às necessidades, anseios e promessas do liberalismo contemporâneo.

Por algum tempo procurou-se compreender o fenômeno urbano através de suas complexas relações coletivas, sociais e culturais, como mensagem, como sistema de significantes que conotam significados possíveis (Eco, 1976). E aqui cabe uma questão que nos parece central, ou seja, até que ponto e em que termos ainda é válido afirmar que os valores simbólicos de uma localidade territorializada assumem grande relevância (no processo de conformação da imagem da cidade) como fato de comunicação (Eco, 1976; Pignatari, 1980), ou melhor, como um sistema de signos que comunica, antes de mais nada, sua própria estrutura?

Ao que tudo indica, é nesse particular que se concentra boa parte das críticas, uma vez que o modo pelo qual se vem definindo o valor, a seleção e as prioridades quanto à preservação de alguns monumentos e lugares de memória não raro estaria demasiadamente condicionado aos interesses privados, os quais nem sempre coincidem com os interesses dos especialistas, ou das minorias menos favorecidas e ansiosas por preservar seus marcos de identidade.

Parece não haver também uma preocupação *a priori* se o transeunte ou consumidor será capaz de dar conta dos códigos estéticos, arquitetônicos, fatos históricos, ou movimentos artísticos ali contidos. A impossibilidade de decodificação correta da informação — como fruição de signos — retira do consumidor a possibilidade de plenitude ou parcialidade da informação desejada, tornando ocas as particularidades urbanas e culturais do lugar, reduzindo-o por vezes ao campo exclusivo do primitivo, bizarro, exótico, pitoresco, inusitado e/ou, no caso mais perverso, picaresco.

O mais trágico em tudo isso é que, alijado desse enriquecimento cultural global[20] que tal vivência poderia proporcionar-lhe ou engendrar (vivenciar lugares inéditos; fazer intercâmbio cultural etc.), nestes termos só restará ao consumidor desatento (nativo e/ou visitante) contentar-se com o consumo

[20] Referimo-nos às experiências cotidianas experimentadas pelo novo sujeito na lógica do capitalismo tardio quando integrado à "alta sociedade" de Lyotard (1974:76). Para o autor, "o ecletismo é o grau zero da cultura geral contemporânea: as pessoas escutam *reggae*, assistem a um *western*, almoçam McDonald's e jantam cozinha local, usam perfume de Paris em Tóquio e roupas *retro* em Hong Kong; o conhecimento é um assunto de jogos de TV".

compulsório da arte e da cultura (incluam-se os modos e modas do lugar)[21] naquilo que elas não são, ou seja, na forma de entretenimento.

Não obstante a forte controvérsia em torno desse universo temático, não podemos deixar de considerar a existência de efeitos positivos resultantes da exposição e venda da imagem das cidades, mesmo quando não antecipados e/ou intencionais. Por exemplo, o resgate da cidade e de seus valores intrínsecos, conforme estamos assistindo nesse final de século. Nesse sentido, Calvino (1990:59) é categórico: "você sabe melhor do que ninguém, sábio Kublai, que jamais se deve confundir uma cidade com o discurso que a descreve. Contudo, existe uma ligação entre eles".

As experiências recentes de cidades que têm promovido reformas urbanas no sentido de consolidar uma posição privilegiada na divisão espacial do consumo têm apontado significativos efeitos "secundários" (expansão do nível de empregos formais e informais no setor turístico; melhoria ambiental e da qualidade de vida dos nativos; a própria preservação de áreas históricas, ainda que parcial). Adicionalmente, assistimos, sobretudo nesse final de século, ao ressurgimento de um otimismo crescente com relação à cidade, por tudo aquilo que hoje ela contém de promessa sobre a produção de um futuro significativamente melhor do que o presente e o passado.[22] Haja vista o movimento pró-descentralização nos anos 80; a intensificação das parcerias público-privadas; a inserção — ainda que limitada — da sociedade civil organizada na gestão da coisa pública; um certo grau de reflorescimento da solidariedade social e do espírito empreendedor, orgulho cívico e lealdade ao lugar (por exemplo, "orgulho de ser nordestino") — às vezes levados a radicalismos intransigentes —, a tentativa de integrar culturas antes periféricas e fragmentadas (por exemplo, o resgate da tradição pré-colombiana, como estratégia de aproximação de culturas pan-americanas: ameríndia, latina e africana), "em um mundo onde o capital alija cada vez mais e mais o sentido de lugar" (Harvey, 1989a:14).

---

[21] Uma estimulante literatura sobre esse tema pode ser encontrada em Freyre (1987).

[22] Tal questão parece conter uma contradição básica se considerarmos a influência de Deleuze e Guattari (1976) no pensamento pós-moderno. Conforme salienta Harvey (1993:57), em sua análise sobre algumas das distinções fundamentais entre modernismo e pós-modernismo. "O modernismo dedicava-se muito à busca de futuros melhores, mesmo que a frustração perpétua desse alvo levasse à paranóia. Mas o pós-modernismo tipicamente descarta essa possibilidade ao concentrar-se nas circunstâncias esquizofrênicas induzidas pela fragmentação e por todas as instabilidades (inclusive as lingüísticas) que nos impedem até mesmo de representar coerentemente, para não falar de conceber estratégias para produzir, algum futuro radicalmente diferente". Para o autor, "há boas razões para acreditar que a *alienação do sujeito é deslocada pela fragmentação do sujeito* na estética pós-moderna (Jameson, 1984:63). Se, como insistia Marx, o indivíduo alienado é necessário para se buscar o projeto iluminista com uma tenacidade e coerência suficientes para nos trazer algum futuro melhor, a perda do sujeito alienado pareceria impedir a construção consciente de futuros sociais alternativos". Para uma análise mais ampla, ver Harvey (1993:45-67) e Jameson, F. (1984 e 1996).

4. Um novo empreendedorismo urbano no Nordeste do Brasil? Uma introdução aos casos de Fortaleza e Recife

"Being poor is no obstacle to being well governed."
The Economist, Dec. 7, 1991[23]

Nesta seção, veremos como a questão da imagem e do novo empreendedorismo urbano — voltados à promoção e à venda da cidade — vem-se configurando para os casos de Fortaleza e Recife nos anos 90. Tais tendências aparentemente revelam a emergência de uma nova inflexão nas políticas urbanas locais, tendo em vista o movimento de reestruturação econômica e as novas estratégias de desenvolvimento local.

O caso de Fortaleza

"Se descrevo Olívia, cidade rica de mercadorias e de lucros, o único modo de representar sua prosperidade é falar dos palácios de filigranas com almofadas franjadas nos parapeitos dos bífores; uma girândola d'água num pátio protegido por uma grade rega o gramado em que um pavão abre sua cauda em leque."
Calvino, 1990

A política agressiva do governo do Estado tendo em vista a atração de novos investimentos, somada à reforma fiscal realizada nas esferas estadual e municipal (Fortaleza), o redirecionamento das políticas urbanas e do modo de gerir o estado e a capital cearenses, bem como as novas configurações de parcerias entre os setores público e privado, em que empresários cearenses fazem do Pacto Cearense de Cooperação o mais fértil terreno para elaboração de políticas de desenvolvimento, tudo isso tem contribuído significativamente para o fortalecimento da confiança[24] dos investidores (domésticos e internacionais) no estado, favorecendo a emergência de um novo empreendedorismo urbano na região metropolitana do Ceará.

---

[23] Citado por Freedheim (1993), apud Melo et alii (1994).
[24] Interessante abordagem sobre o papel da "confiança" para o fortalecimento das virtudes sociais e a criação da prosperidade pode ser encontrada em Fukuyama (1996) e Putnam (1996).

Tais investimentos têm-se concentrado, em boa medida, na cidade de Fortaleza, onde já podem ser percebidos seus impactos na paisagem urbana. O florescimento do espírito empreendedor na esfera do poder público municipal tem, na gestão Juracy Magalhães (1990-93), um marco importante no direcionamento das políticas urbanas e no modo de gerir a cidade, "quando foram feitas diversas obras de embelezamento da orla marítima, recuperação de praças, construção de viadutos e alargamento de ruas" (Gondim, 1996:126).

A grande visibilidade que o Ceará vem adquirindo tanto na mídia quanto no meio acadêmico (nacional e internacional) como um caso de bom governo em um mundo de *rent-seeking* (Tendler & Freedheim, 1994; Melo et alii, 1994; Tendler, 1997) conferiu-lhe a condição de "menina dos olhos" das agências multilaterais, que, assim, passam a se "legitimar frente à crescente crítica conservadora à suposta 'ineficiência' da cooperação internacional" (Melo et alii, 1994). O propalado desenvolvimento sócio-econômico do estado tem sido capa de revistas como *Newsweek* e *The Economist*. A atenção da imprensa internacional inclui, também, reportagens no *The New York Times* e no *Wall Street Journal*. Recentemente a Unicef conferiu-lhe o prêmio Michel Paté, pelo êxito obtido no combate à mortalidade infantil.

A capital cearense, conhecida como a "Miami do Nordeste" e/ou o "Caribe Brasileiro" (Gondim, 1996:125), vem-se destacando entre as principais cidades brasileiras como um caso não só de crescimento econômico, mas também de *city marketing* (Garcia, 1997). Há poucos anos o Ceará foi cenário das novelas globais *Final feliz* e *Tropicaliente*, o que demonstra o forte senso de oportunidade e de estratégia de marketing do governo estadual que, em troca, tem dado apoio financeiro para a produção desses programas.

A novela *Meu bem querer*, cujos capítulos custam em torno de R$90 mil — considerada a novela mais cara da história da TV brasileira (*O Povo*, 1998b) —, está sendo parcialmente gravada no Ceará. As imagens têm inundado o horário nobre da TV brasileira com tomadas externas destacando a avenida Beira-Mar de Fortaleza (principal pólo turístico da cidade), com ênfase na qualidade da infra-estrutura turística (a arquitetura, a paisagem urbana, a culinária e o artesanato cearenses), e as praias do Mucuripe, Cumbuco, Flexeiras e Jericoacoara. Essas três últimas estão situadas no litoral oeste, na Costa do Sol Poente", localizada entre Fortaleza e Itapipoca, onde estão sendo investidos US$126 milhões do Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste (Prodetur), com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e dos governos federal e estadual, para a melhoria da infra-estrutura de 130km de costa na Terra da Luz.

Com efeito, diversas pesquisas (Setur/Sebrae-CE)[25] têm apontado que a cada ano o estado do Ceará e, mais precisamente, a cidade de Fortaleza vêm-se

[25] Os resultados da pesquisa Setur/Sebrae-CE foram amplamente divulgados pela *Tribuna do Ceará* (1998). Ver, também, a esse respeito, *Diário do Nordeste* (1998b).

consolidando como o destino turístico mais procurado pelos brasileiros, apresentando a maior taxa de permanência entre as capitais nordestinas (cinco dias, quando a média na região é de 3,2 dias, conforme divulgado na *Gazeta Mercantil*, 1998). A mesma pesquisa mostra que em 1998 estiveram visitando o estado 748 mil turistas, com perspectivas de ultrapassar 1 milhão até o final do ano. A receita turística relativa ao período da alta estação de julho mostra que Fortaleza recebeu só nesse período 145.084 turistas, que geraram uma receita de R$105,3 milhões para o estado, significando um impacto econômico no PIB da ordem de 6,3% e um crescimento com relação ao ano passado de 32,8%, com previsão de, até o final do ano, atingir o índice de 37%.

Há oito anos Fortaleza vem sediando o Cine Ceará — Festival de Cinema e Vídeo, com o apoio do empresariado local e o propósito de transformar a cidade em um importante pólo do cinema nacional. Conforme salienta um dos mais importantes jornais locais (*Diário do Nordeste*, 1998b), das quatro produções cearenses selecionadas para 1998, entre 14 filmes e 13 vídeos, somente uma ficou fora das premiações. As produções cinematográficas mais recentes a ter o Ceará como cenário incluem, entre outros, *Riacho doce* (baseado na obra do cearense José Lins do Rego), *Beladona* (de Flávio Barreto), *O guarani* (de Norma Bengell), *A casa da palma* (de André Klotz) e *A ostra e o vento* (de Walter Lima Júnior).

Desse modo, a capital cearense tem-se utilizado astutamente da *media* nacional e internacional para a promoção de uma imagem virtuosa de si mesma ("Ceará, Terra da Luz"), em que a cidade é apresentada como um produto vendável, com forte apelo ao seu lado moderno, ao "estilo *consumista* de urbanização", e às potencialidades turísticas decorrentes de suas qualidades naturais e dos grandes investimentos em infra-estrutura e serviços, como vantagens comparativas e competitivas. Assim, o estado credencia-se, cada vez mais, a ocupar um lugar privilegiado na "divisão espacial do consumo" (Harvey, 1989a), na qual a indústria do turismo aparece como o setor da economia que tem apresentado o maior dinamismo no mundo nas últimas décadas. Ao lado das áreas de tecnologia da informação e de telecomunicações, é um dos setores de crescimento mais veloz da atualidade.

As mudanças recentes no padrão de gestão municipal e seus impactos na paisagem urbana apontam para um florescimento do espírito empreendedor no estado e, sobretudo, na capital cearense, em que se pode perceber que o novo discurso das elites modernizantes vem sendo pautado pela política de resultados efetivos, pela criatividade, eficiência e eficácia das políticas urbanas.

Conforme mensagens proferidas na Câmara Municipal de Fortaleza, as duas gestões do prefeito Juracy Magalhães (1990-93 e 1996-99, *ainda em curso*), bem como a administração de Antônio Elbano Cambraia (1993-96), apresentaram uma forte preocupação com a continuidade administrativa,

particularmente no que se refere a ação planejada, padrão de racionalidade, busca da eficiência empresarial, incentivo à participação popular/gestão compartilhada, valorização da cidade e preservação do meio ambiente.

Um exemplo de continuidade administrativa que, em mais de um aspecto, pode ser considerado de sucesso é a política de planejamento e desenvolvimento urbano com forte apelo à revitalização da imagem da cidade, além da política de incentivo ao turismo, as quais não raro aparecem como uma das questões consensuais de "absoluta prioridade" ao longo dos anos 90. A esse respeito, o prefeito de Fortaleza, Antônio Cambraia (1993), é categórico: "o nosso entendimento é o de que devemos privilegiar a integração da comunidade ao esforço de atração turística, através da utilização compartilhada dos atrativos da cidade, do incentivo ao artesanato e às artes, da preservação das manifestações culturais e folclóricas e desestímulo a negócios turísticos que impliquem danos à ecologia, aos valores culturais e morais e aos direitos da criança e do adolescente".

A seguir, são destacados alguns indicadores preliminares de mudança voltada ao desenvolvimento econômico local em que o "novo empreendedorismo urbano" vem-se manifestando com muita intensidade. Tais mudanças apontam, em particular, para a gestação de um movimento de (re)construção e promoção de uma nova imagem para a cidade, tendo em vista sua consolidação como importante *pólo turístico* nacional e internacional:

- adoção de políticas como o tratamento planejado e profissional, com visão de longo prazo, voltado para a consolidação da cidade de Fortaleza como *pólo turístico nacional e internacional*, bem como para a maximização do potencial de geração de emprego e renda inerente à atividade;

- estímulos a empreendimentos tipo *beach parks* e *shopping centers* com *design* pós-modernos, apresentando amplos espaços internos de lazer, estimulantes praças de alimentação etc.;

- criação de novos espaços culturais destinados à afirmação dos valores cearenses, bem como à promoção de cursos e formação de mão-de-obra qualificada nas mais diversas áreas artísticas e culturais tais como cinema, artes plásticas, literatura etc. (por exemplo, Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura);

- revitalização de praças em parceria com a iniciativa privada (sobretudo comerciantes lojistas); preservação do Parque Ecológico do Cocó; programa de revitalização do centro da cidade (por exemplo, Praça do Ferreira); urbanização da orla marítima; revitalização de sítios históricos etc.;

- programas de animação da cidade (por exemplo, Fortal, Cine Ceará, Modatur, Projeto Estação Ceará Terra da Luz,[26] Ação 2000,[27] Projeto No Coração da Cidade"[28] etc.); promoção de eventos culturais e festivais, criando, assim, uma atmosfera de otimismo, fundamental à expansão dos empreendimentos desejáveis.

Como se pode perceber, as novas ações do governo municipal estão explicitamente orientadas para a provisão de um "clima favorável aos negócios" (*good business climate*, conforme Harvey, 1989a) e a construção de todo tipo de animação que possibilite a atração de capital para o município. Os impactos de tais mudanças na paisagem urbana apontam para o que Harvey (1989a) denomina *estilo consumista de urbanização*, conforme se pode deduzir da passagem a seguir: "Além do sol, o produto que mais atrai os turistas, a capital cearense possui cinco hotéis cinco estrelas (o Caesar Park foi eleito o melhor hotel do Brasil pelo *Guia Quatro Rodas* em 1993); a noite de segunda-feira mais animada do Brasil (o forró do Pirata), de acordo com o jornal norte-americano *The New York Times* e é a segunda capital brasileira em renovação de frota de veículos, proporcionalmente à sua população. 'Não precisamos mais nos deslocar ao Sul do país para comprar as melhores *griffes*, lançamentos e produtos com mais qualidade. Encontramos tudo no comércio local' — atesta Pio Rodrigues, dirigente do Grupo C. Rolim, um dos mais sólidos do Ceará, e presidente do Clube dos Diretores Lojistas. (...) o Shopping Center Iguatemi, o maior da capital, por exemplo, conta com 220

---

[26] Programa de festividades anuais, realizadas na praia de Iracema (bairro boêmio que foi revitalizado recentemente) no período de 19 a 25 de março, com o propósito de apresentar à sociedade cearense a cultura e as riquezas locais. A cada dia é apresentada uma programação diferente, com ênfase nos novos talentos locais, através de *shows* de música, humor, espetáculos de dança, torneios esportivos, feiras culturais, teatro de rua, teatro de bonecos, exposições de fotografias e artes plásticas. O projeto é o resultado de uma parceria do Sistema Verdes Mares de Comunicação, Diário do Nordeste e TV Verdes Mares com o Sindicato dos Guias de Turismo do Ceará (Sindegtur). Segundo declaração da presidente da Sindegtur, o projeto tem em vista envolver os mais diversos segmentos da sociedade, além de proporcionar informações detalhadas sobre a Fortaleza antiga e as tendências para o futuro (*Diário do Nordeste*, 1998a).

[27] Projeto voltado à promoção da cultura local e o turismo. Através do estabelecimento de parcerias com a iniciativa privada, busca estimular o maior número possível de manifestações artísticas e literárias, que incluem festival de quadrilhas e músicas juninas, salão de novos, cadastro dos sítios e monumentos históricos, implantação do pólo cultural de Messejana, concerto de Natal; implantação do disque-turismo municipal, implantação de cursos de formação de guias turísticos etc.

[28] Projeto que conta com o apoio da sociedade organizada (Amigos do Centro), tendo em vista a humanização do centro da cidade. Teve início no dia 8 de maio de 1998 e é uma iniciativa da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Fortaleza (CDL). Conta também com as parcerias da Prefeitura Municipal de Fortaleza, do jornal *Diário do Nordeste* e de setores do comércio varejista (Auge Motos).

lojas. Os fortalezenses são os maiores consumidores de perfume francês Guerlain do Nordeste e têm à sua disposição uma rede gastronômica de várias nacionalidades. (...) Na área do turismo, tem o único parque aquático à beira-mar do Brasil, o Beach Park (localizado na Região Metropolitana), e uma marina de luxo, o Marina Park Hotel, com 170 apartamentos em funcionamento. (...) Na terra do forró (a cidade foi invadida por dezenas de bandas, que tocam a Oxente Music), acontece em julho o Fortal. Durante três dias, milhares de pessoas provam que Fortaleza, mesmo fora de época, promove na avenida Beira Mar um dos maiores carnavais do Brasil".[29]

O caso de Recife

> *"Se devo explicar como o espírito de Olívia tende para uma vida livre e um alto grau de civilização, falarei das mulheres que navegam de noite cantando em canoas iluminadas entre as margens de um estuário verde."*
> Calvino, 1990

A primeira gestão Jarbas Vasconcelos (1986-89), eleito a partir de uma coligação denominada de centro-esquerda composta pelo PMDB, PSDB, PTB e PC do B, teve uma administração inaugural em Recife com as seguintes características: gestão democrática da cidade; descentralização administrativa de modo a permitir uma maior aproximação da administração da população (a política "Prefeituras nos Bairros") e a questão da "inversão de prioridades"[30] — cujo investimento público priorizou o atendimento das demandas sociais (manutenção e conservação da infra-estrutura urbana, saneamento básico etc.) — em contraponto com o modelo centralizado e autoritário que foi hegemônico até meados dos anos 80 no Brasil. Do ponto de vista financeiro, o horizonte da época era marcado pela dependência em recursos federais, bem como na capacidade de arrecadação tributária local.

A política urbana tentava, assim, conciliar os limites da arrecadação com a ânsia de legitimidade, que, por sua vez, dependia da capacidade de

[29] Gondim (1996) citando Cabral, Germana (1994), "Fortaleza cresce e aparece". *O Povo*, Fortaleza, 6-3/24a.

[30] "Inverter prioridades para as administrações democráticas toma o significado de dar um sentido social e coletivo ao investimento público. É deixar de privilegiar obras monumentais (de pouco retorno social, mas de grande 'eficácia' política) para priorizar pequenas obras (pouco visíveis), exatamente porque elas respondem por grande parte das reivindicações, tornando-se um requisito imprescindível à integração das classes populares à cidade, dando-lhes condições de cidadania" (Leal, 1994:276-84).

aplicação de recursos próprios naquele momento. Assim, a primeira gestão Vasconcelos foi marcada por uma perspectiva de planejamento "fragmentado", ou seja, não havia, naquele momento, um projeto global de cidade. Quatro anos depois, a segunda gestão Vasconcelos (1993-96) "aparentemente" distancia-se de uma prática eminentemente "gerencial" (Preteceille, 1990:56) e mais aberta à inserção do movimento popular — componente principal das alianças que moldaram a Frente Popular do Recife — e que foi a marca registrada de sua primeira gestão.

Após ter-se consolidado e adquirido grande visibilidade regional e nacional ao longo dos anos 70 como um dos mais importantes pólos de desenvolvimento da região, Pernambuco, hoje, é o estado que vem apresentando o menor crescimento no *ranking* regional. Sua hegemonia vem sendo quebrada de modo quase irreversível, distanciando o estado cada vez mais da liderança regional. Preocupadas com o atual *estado de coisas*, lideranças locais ensaiam um movimento reativo em busca do tempo perdido.

Com efeito, na segunda gestão da administração municipal Vasconcelos, as ações estratégicas e de competitividade passam a se caracterizar, fundamentalmente, por um esforço que nos parece antes reativo do que estratégico, no sentido de adotar novos conceitos de gerir a cidade, os quais vêm configurando novos tipos de parcerias público-privadas, tendo em vista a retomada do desenvolvimento econômico local. Tal movimento parece ter sido "negligenciado" em sua primeira gestão, em função de uma agenda política que privilegiou a efetivação do que Marshall define como *cidadania social*.[31]

O fato de a produção da nova Lei de Uso e Ocupação do Solo de Recife (Luos), do ponto de vista territorial, ter sido amplamente discutida e aprovada ao longo da segunda gestão Vasconcelos — para além de uma simples coincidência temporal — expressa uma das facetas da nova gestão em face das novas exigências contemporâneas. Assim, as mudanças em favor de um novo padrão de gestão de corte empreendedor emergem como uma estratégia antes reativa do que estruturalmente planejada. Para tanto, a flexibilização de mecanismos institucionais reguladores, como é o caso da nova Luos, torna-se uma questão decisiva para potencializar a "construção do lugar" e, assim, torná-lo mais atraente e competitivo. Senão vejamos: "O empreendedorismo urbano da segunda gestão Jarbas é responsável pela elaboração e aprovação da nova Luos do Recife, dentro de uma visão neoliberal, afirmativa de uma filosofia de exposição e venda da cidade. Volta-se para o desenvolvimento econô-

[31] De acordo com Marshall, três elementos compõem a cidadania: uma parte *civil*, relativa aos direitos necessários à liberdade individual; uma parte *política*, referente ao direito de participar no exercício do poder político; e uma parte *social*, compreendendo tudo o que vai desde o direito a um mínimo de bem-estar econômico e segurança ao direito de participar, por completo, da herança social. Ver, a esse respeito, Marshall (1988). Para uma análise mais específica do caso brasileiro, ver Santos (1994).

mico a partir da 'construção do lugar'. Tal filosofia fez com que esta lei se resuma a um 'palimpsesto' que trata o tecido urbano como algo necessariamente fragmentado, com formas legislativas passadas, superpostas, e conseqüente colagem de usos correntes. Configura-se uma política de revitalização e requalificação do tráfego nas grandes vias urbanas. A nova Luos do Recife mais se aproxima, viabiliza e acompanha as tendências das cidades pós-modernas (ou neoliberais) de se tornarem espaços de intercâmbio, sob a égide do grande síndico — O MERCADO" (Silva, 1997).

Em entrevista concedida a Schor, a secretária de Planejamento Urbano e Ambiental da prefeitura do Recife durante a segunda gestão Vasconcelos reafirma a reflexão acima, quando salienta que, "a principal diferença entre as duas gestões de Jarbas Vasconcelos está na base institucional criada entre estas gestões". Para ela, "a ampliação do poder dos municípios, com a Constituição de 1988, e a promulgação da Lei Orgânica do Recife, em 1990, e do Plano Diretor da Cidade de Recife, em 1991, permitiram, na segunda gestão, a formulação de um 'projeto de cidade'" (Schor, 1996:93).

A ação empreendedora do governo municipal, visando à promoção da economia local, se traduziu espacialmente no planejamento e efetivação de dois pólos âncoras de atividades culturais da cidade. São eles o Projeto de Revitalização do Bairro do Recife Antigo — atual pólo cultural e de entretenimento resultante de uma proposta de renovação urbana onde foi dado um novo uso a um espaço antes economicamente deteriorado — e o Pólo Pina, onde as ações foram no sentido de consolidar uma vocação preexistente voltada ao lazer da população local e à promoção turística.

No caso do bairro do Recife Antigo, tal ação não só reverteu acentuadamente a imagem negativa e crepuscular (economicamente decadente e geradora de insegurança e violência urbana) associada àquele território, como promoveu o surgimento e a intensificação de um padrão de atividade imobiliária não existente (especulação em prédios de escritórios, expansão dos setores de comércio e serviços etc.). De modo mais amplo, as ações público-privadas têm contribuído, em parte, para o fortalecimento de uma nova base econômica para a cidade apoiada em um "terciário moderno" ("metrópole terciária"), que, na cidade de Recife, contempla, além do turismo, o comércio urbano e de varejo, o conhecimento científico, a microeletrônica e a informática,[32] como uma alternativa "possível" para a retomada do desenvolvimento local em face do crescente movimento de desindustrialização (Diniz, 1995; Vergolino & Gomes, 1995) e do desemprego estrutural.

Os novos empreendimentos no bairro do Recife Antigo apontam uma clara opção pelo setor de serviços, em boa medida financiado pelo dinheiro

[32] Sobre o desenvolvimento recente do setor terciário no estado de Pernambuco, ver *Diário de Pernambuco* (1997).

público, o que denota uma modificação significativa no perfil da gestão e no direcionamento das políticas urbanas. Assim, as estratégias de desenvolvimento econômico adotadas aproximam-se bastante das ações empreendedoras e criativas que orientaram a ação pública em algumas cidades americanas e que, segundo Frieden et alii (1991:315), tinham como pressuposto básico a idéia de que "incentivos financeiros poderiam conseguir que a participação privada atingisse objetivos públicos".

No caso de Recife, tal questão resulta de uma estratégia empreendedora de "promoção do lugar" na qual a cidade — através da "revitalização e/ou construção do lugar" — coloca-se como um produto vendável, como espetáculo e diversão, competindo com outras, com uma "cultura" diferente.

Tais mudanças têm apontado, mesmo que de forma difusa, para uma redefinição da agenda democrática da cidade, sinalizando, assim, a emergência de novos cenários possíveis. Com efeito, passam a fazer parte da nova agenda pública questões como a promoção turística, a reconstrução de uma nova imagem para a cidade de modo a torná-la mais competitiva, a privatização, a liberação do mercado e a internacionalização da economia. Alguns importantes indicadores da mudança são:

- Projeto Cores da Cidade, que inclui a restauração de 11 prédios, serviços de recuperação de fachadas, a intensificação de ações voltadas à animação e ocupação comercial do Pólo Bom Jesus, o projeto para o terminal marítimo de passageiros do porto de Recife, e a recuperação, em sistema de parceria com o empresariado local, das praças Arsenal da Marinha, Rio Branco, Tiradentes e do Brum;

- Projeto Recife Novo de Novo, que inclui a revitalização do bairro do Recife Antigo (que se consolida hoje como pólo de animação turística onde são desenvolvidas atividades tais como os projetos Anos Dourados e Dançando na Rua), a feira de antiguidades da Rua do Bom Jesus, a comemoração da festa de Ano Novo, novos bares, restaurantes e casas de *shows*, a revitalização do cais de Santa Rita e o pólo Pina;

- na área de meio ambiente, o Parque dos Manguezais, a revitalização das praças, o Jardim Botânico e o Projeto Orla;

- a proliferação de *shopping centers* (Recife, Guararapes, Carrefour etc.) e parques temáticos (Play Centers e Parque Aquático de Pernambuco);

- nas áreas de cultura, lazer e esportes, os programas de animação da cidade (Recifolia, Verão Vivo, Estação Astral, e o fortalecimento e a ampliação dos serviços de apoio ao turista); a produção e a operacionalização de eventos (ciclos do Carnaval, natalino e junino, exposições e coletivas de arte).

5. Considerações finais

Os novos desafios (re)colocados às cidades brasileiras, como espaço simbiótico e simbólico, tendo em vista a aglutinação de interesses comuns voltados para a consolidação de uma *governance* empreendedora que possibilite uma integração efetiva das instâncias subnacionais de governo nos âmbitos doméstico e externo, expressam, em certo sentido, a crise e o dilema do federalismo brasileiro nos anos 90.

Uma das críticas principais atualmente incide com intensidade sobre a grande centralidade que as cidades vêm assumindo no cenário contemporâneo para enfrentar a crise do Estado e do modelo de acumulação que lhe deu sustentação (transição para um novo modelo de acumulação pós-fordista, pós-burocrático, pós-Estados nacionais etc.). No caso brasileiro, tal questão repõe no centro do debate contemporâneo temas seculares como a "crise fiscal" e a "heterogeneidade estrutural". Os dilemas em volta desse delicado universo temático apontam, no Brasil dos anos 90, para a conformação de uma espécie de "hobbesianismo fiscal" (Melo, 1996), cujos resultados não são percebidos, do ponto de vista coletivo, como paretianamente ótimos.

Desse modo, as tendências recentes, ao recolocarem as cidades como uma espécie de "paroquialismo mundializado" (Vainer, 1995) de base territorial urbana, parecem perder de vista importantes questões relativas ao Brasil rural. Por exemplo, qual a contribuição da questão agrária como alternativa capaz de dar respostas imediatas ao chamado desemprego estrutural? No caso brasileiro, tal questão, não resolvida, constitui uma variável cíclica relevante, haja vista a intensificação dos conflitos fundiários e o crescente dualismo entre cidade formal e cidade informal. Como pensar a universalização de "ações estratégicas efetivas para um salto do desenvolvimento regional" (Sudene, 1995) sem um esforço cooperativo no sentido da superação de tais desafios e dilemas? A pertinência de tal questão no debate contemporâneo verifica-se, também, pelos *inputs* e *outputs* resultantes de uma ação estratégica desse corte, cujos efeitos causais poderiam engendrar uma relevante melhoria na qualidade de vida dos centros urbanos, a partir de uma relação de mútua causalidade entre campo e cidade.

A crescente centralidade que as cidades vêm adquirindo, e que, no caso brasileiro, é função da descentralização e do chamado "pacto federativo", tem deixado de lado importantes questões como o debate sobre as potencialidades efetivas do Brasil rural no contexto da globalização. Tal descaso reforça e agrava velhas e novas questões, a exemplo da disjunção entre o Brasil urbano e o rural. Com efeito, algumas externalidades negativas indesejáveis, decorrentes desse *estado de coisas*, já são bastante visíveis (fragmentação da identidade nacional em prol de um tipo de identidade construída localmente, tendência ao separatismo, conflitos entre cidade formal e cidade informal etc.).

Desse modo, a agenda pública atual, além da ausência do Estado como indutor/coordenador do processo de desenvolvimento, reduz drasticamente a arena democrática, perdendo de vista medidas que visem a (re)pensar um novo ciclo de desenvolvimento menos excludente para o Brasil do século XXI. Por exemplo, uma capacitação mais justa das instâncias subnacionais de governo (estados e municípios), para que estas possam participar de modo efetivo da retomada do desenvolvimento econômico local, regional e nacional, consolidando e implementando, entre outros, *planos estratégicos de cidade* (Castells & Borja, 1996) compatíveis com as novas exigências contemporâneas.

Conforme análises recentes, 4.218 municípios brasileiros não têm o que tributar, denotando, por sua vez, a larga dependência da maioria dos municípios com relação à transferência de recursos (cada vez mais escassos) de outras esferas do governo (Figueiredo & Lamounier, 1996:15-7). Somados a esse cenário, não devem ser esquecidos os "efeitos perversos da descentralização" (Melo, 1996), bem como os paradoxos que assolam o federalismo brasileiro no final do século XX (Almeida, 1995 e 1996; Afonso & Silva, 1995; Souza, 1998), onde as grandes heterogeneidades sociais e regionais, além da rigidez da atual política econômica, voltada à estabilidade monetária e ao controle prioritário da inflação, expressam alguns dos imensos dilemas e desafios que parecem ameaçar a estabilidade democrática do Brasil dos anos 90.

Quanto à questão relativa à validade funcional de projetos como o Cores da Cidade, entendemos que o desafio de erigir uma "imagem de cidade" mais compatível com a "lógica cultural do capitalismo tardio" — mesmo quando não intencional — poderá lançar grande luz à desmistificação e ao esclarecimento da exuberância da policromia cultural e imagética que constitui (desde sempre) as cores que formaram e estão a formar o Brasil. Este é em si um dado que já nos parece absolutamente relevante. Como afirma Finguerut (1995:53-4), "não cabe julgar as soluções escolhidas. Cabe sim um olhar afinado com os anseios das comunidades para o futuro de suas cidades".

Vale lembrar que as questões do novo empreendedorismo urbano e da "imagem" emergem como uma alternativa possível (mas não única) em um cenário onde se conjugam a crise do Estado e a crise do modelo de desenvolvimento que foi hegemônico no período desenvolvimentista do pós-guerra, agravadas, ademais, pela propalada crise fiscal presente em boa parte dos estados e municípios brasileiros.

Por fim, gostaríamos de concluir lançando algumas questões provocativas. Estariam as cidades na era da pós-modernidade e seu *estilo consumista de urbanização* (Harvey, 1989a) incorrendo nos mesmos paradoxos que permearam os anseios das cidades desde os tempos modernos, ou seja, estariam promovendo a "realização perversa da irrealização essencial do desejo" (Chauí, 1984:160; Marcuse, 1978; Foucault, 1985; Hegel, 1974 e 1993)? Qual a quali-

dade, intensidade e os novos tipos de "desejos"[33] míticos e/ou utópicos implícitos e explícitos que têm orientado o ideário imagético das cidades e que os novos empreendimentos urbanos se propõem realizar? Em que medida podemos afirmar (ou negar) que a realização de tais desejos apontam para o "fim da história" e para a conformação do "último homem", conforme proclamado mais recentemente por Fukuyama (1992)?

Referências bibliográficas

Afonso, Rui de Brito Álvares & Silva, Pedro Luiz Barros. *A Federação em perspectiva: ensaios selecionados.* São Paulo, Fundap, 1995.

Almeida, Maria Hermínia Tavares de. Federalismo e políticas sociais. *RBCS* (28):88-108, São Paulo, Anpocs, 1995.

———. Pragmatismo por necessidade: os rumos da reforma econômica no Brasil. *Dados, 39*(2):213-34, 1996.

Arretche, Marta T. S. Mitos da descentralização: mais democracia e eficiência nas políticas públicas? *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, Anpocs, *11*(31):88-108, 1996a.

———. A descentralização como condição de governabilidade: solução ou miragem? *Espaço & Debates*. Neru (39):75-86, 1996b.

Bachelard, G. *La poétique du espace*. Paris, Quadrige/Presses Universitaires de France, 1989.

Baudelaire, Charles. *Sobre a modernidade: o pintor da vida moderna.* Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1996.

Baudrillard, Jean. *Da sedução*. Campinas, Papirus, 1994.

———. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro, Elfos; Lisboa, Edições 70, 1995.

Bobbio, Noberto. *O tempo de memória: de senectude e outros escritos autobiográficos*. Rio de Janeiro, Campus, 1997.

[33] "Hegel coloca o desejo e sua função *negatriz* como articuladores da passagem do natural ao cultural. É enquanto desejo que o homem se revela como um *eu*. Para esse filósofo, o indivíduo sem *eu* se esgota no *objeto* contemplado, porque o que a contemplação revela é o objeto e não o sujeito. O desejo faz com que o indivíduo se volte para si mesmo, constituindo, pela *negação* do objeto desejado, um *eu*. Destruindo o objeto, o *eu* se constitui para que o desejo seja *satisfeito*. No lugar da realidade objetiva — destruída ou transformada — surge uma realidade subjetiva pela assimilação ou interiorização do objeto. Só há *eu* verdadeiramente humano quando se suprime o outro e se volta para algo não-natural — *ser desejo do desejo do outro*. Isso significa que o desejo de um é reconhecido pelo desejo do outro, reconhecimento que vem através de um código cultural, ultrapassa os indivíduos e é comunicado pela falta, veículo pelo qual se articulam as subjetividades" (Brasil, 1989:144-5, grifo meu). Ver também, a esse respeito, Hegel (1993).

Bourdieu, Pierre. Condição de classe e posição de classe. In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 1974.

———. Gosto de classe e estilo de vida. In: Ortiz, Renato (org.) & Fernandes, Florestan (coord.). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo, Ática, 1983, p. 82-121.

———. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, Difel, 1989.

———. A economia dos bens simbólicos. In: *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas, Papirus, 1996.

Brasil, Maria de Fátima Tavares. Esse obscuro objeto do desejo. *Griphos — Revista do Iepsi* (7):140-51, 1989.

Calvino, Ítalo. *As cidades invisíveis*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

Cambraia, Antônio. Fortaleza, cidade saudável. Fortaleza, 1993. (Mensagem à Câmara Municipal de Fortaleza.)

Camões, Luís Vaz de. *Camões: verso e prosa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1996.

Castells, Manuel & Borja, Jordi. As cidades como atores políticos. *Novos Estudos Cebrap*, *45*:153-66, 1996.

Chauí, Marilena. *Repressão sexual: essa nossa (des)conhecida*. São Paulo, Brasiliense, 1984.

Davis, Mike. A renovação urbana e o espírito pós-moderno. *Espaço e Debates*. São Paulo, Neru (27):92-7, 1989.

Deleuze, Gilles & Guattari, Félix. *O anti-édipo: capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro, Imago, 1976.

Diário do Nordeste. Fortaleza, 17-3-1998a. Caderno Cidade, p. 17.

Diário do Nordeste. Fortaleza, 6-7-1998b. Caderno 3, p. 6.

Diário do Nordeste. Fortaleza, 28-8-1998c. Economia.

Diário de Pernambuco. Recife, 1-7-1997. Caderno Economia, p. c1 e c12.

Diniz, Clélio Campolina. A dinâmica regional recente da economia brasileira e suas perspectivas. Rio de Janeiro, Ipea, 1995. (Texto para Discussão.)

Eagleton, Terry. Capitalismo, modernismo e pós-modernismo. *Crítica Marxista*. São Carlos, Brasiliense, *1*(2):53-68, 1995.

Eco, Humberto. *A estrutura ausente*. São Paulo, Perspectiva, 1976.

Figueiredo, Rubens & Lamounier, Bolivar. *As cidades que dão certo: experiências inovadoras na administração pública brasileira*. Brasília, MH Comunicação, 1996.

Finguerut, S. Cores da cidade: os casos do Rio de Janeiro e Recife. In: Zanchetti, S. et alii (orgs.). *Estratégias de intervenção em áreas históricas*. Recife, MDU/Pnud, 1995. p. 53-4.

Fischer, Tânia. Gestão contemporânea, cidades estratégicas: aprendendo com fragmentos e reconfigurações do local. In: Fischer, Tânia (org.). *Gestão contemporânea, cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro, FGV, 1996.

Foucault, Michel. *História da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro, Graal, 1985. v. 1.

Freedheim, Sarah. *Why fewer bells tolls in Ceará: success of a community health worker program in Ceará, Brazil*. Boston, MIT, 1993.

Freyre, Gilberto. *Modos de homem e modas de mulher*. Rio de Janeiro, Record, 1987.

Frieden, B. J. et alii. *Downtown, Inc., how America rebuilds cities*. Cambridge, Mass., MH Comunications, 1991.

Fukuyama, Francis. *O fim da história e o último homem*. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

———. *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro, Rocco, 1996.

Gadelha, Hayle. Imagem: uma questão de vida ou morte para a cidade. In: Fontes, Angela & Coelho, Franklin Dias (orgs.). *Desenvolvimento econômico local: temas e abordagens*. Rio de Janeiro, 1996.

Garcia, Fernanda Ester Sánchez. *Cidade espetáculo: política, planejamento e city marketing*. Curitiba, Palavra, 1997.

Gazeta Mercantil. Mercantilistas totalmente modernos. Rio de Janeiro, 14 a 16-2-1997. Caderno Fim de Semana, p. 3-4.

Gazeta Mercantil. 24-7-1998. Regional Nordeste, p. 4.

Gondim, Linda Maria Pontes. Fortaleza entre apocalípticos e integrados: imagens da cidade e pacto social urbano. In: Fischer, Tânia (org.). *Gestão contemporânea, cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro, FGV, 1996.

Habermas, Jürgen. A nova intransparência: a crise do Estado de bem-estar e o esgotamento das energias utópicas. *Novos Estudos Cebrap* (18), 1987.

Harvey, David. From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler*, 71 B:3-17, Stockholm, 1989a.

———. *The urban experience*. Oxford, Blackwell, 1989b.

———. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo, Loyola, 1993.

Hegel, G. W. F. *Estética e outros escritos*. São Paulo, Abril, 1974. (Série Os Pensadores.)

———. *Fenomenologia do espírito — parte II*. Petrópolis, Vozes, 1993.

Hirschman, Albert O. *As paixões e os interesses: argumentos políticos para o capitalismo antes de seu triunfo*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.

Jameson, Fredric. The politics of theory: ideological positions in the post-modernism debate. *New German Critique* (33):53-65, 1984.

———. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo, Ática, 1996.

Jornal do Comércio. Recife, 27-5-1997. Caderno Economia, p. 4.

Lacerda, Norma. *Estado, capital financeiro, espaço habitacional: o caso da região metropolitana do Recife*. Recife, Universitária, 1990.

———. O papel das variáveis não econômicas na formação dos espaços urbanos: o caso da área recifense de Casa Forte. In: *Cidade e produção do cotidiano*, 1995.

Leal, Suely Maria Ribeiro. Para "além" do Estado: tendências, limites e alcance das novas formas de gestão urbana a nível local. Campinas, Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia, 1994. (Dissertação de Doutorado.)

Lyotard, Jean-François. *Economic libidinale*. Paris, 1974.

———. *Pós-moderno*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1986.

Maffesoli, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis, Vozes, 1996.

Magnavita, Pasqualino Romano. Quando a história vira espetáculo do poder. In: Zanchetti, Sílvio et alii. (orgs.). *Estratégias de intervenção em áreas históricas*. Recife, MDU/Pnud, 1995. p. 153-4.

Mandel, Ernest. *Late capitalism*. London, 1975.

Marcuse, Herbert. *Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud*. Rio de Janeiro, Zahar 1978.

Marques, Sônia. As estratégias dos lugares de memória: um novo elo entre cultura e política. In: Zanchetti, Sílvio et alii (orgs.). *Estratégias de intervenção em áreas históricas*. Recife, MDU/Pnud, 1995. p. 95-9.

Marshall, T. H. *Cidadania e classe social*. Brasília, Fundação Projeto Rondon, 1988.

Melo, Marcus André B. C. de. Regimes de acumulação, Estado e articulação de interesses na produção do espaço construído: Brasil, 1940-1988. In: Valadares, L. & Preteceille, E. (orgs.). *Reestruturação urbana: tendências e desafios*. São Paulo, Nobel, 1990.

———. Entre Estado e mercado: mudanças estruturais na esfera pública e a questão urbana. *Espaço & Debates*. São Paulo, Neru, *32*:73-9, 1991.

———. Crise federativa, guerra fiscal e "hobbesianismo municipal": efeitos perversos da descentralização? s.l., 1996. mimeog.

———; Gunn, Phil; Gondim, Linda & Lubambo, Cátia. *Elites empresariais, processo de modernização e políticas públicas: o caso do Ceará*. Relatório elaborado no período de outubro de 1993 a março de 1994 no quadro da pesquisa Novas elites políticas no Nordeste: o caso do Ceará, desenvolvida no Idec, com apoio da Fundação Ford. 1994.

O Povo. Fortaleza, 6-8-1998a. Caderno Economia, p. 1D-4D.

O Povo. Fortaleza, 20-8-1998b. Caderno Vida e Arte, p. 5B.

Osborne, David & Gaebler, Ted. *Reinventando o governo; como o espírito empreendedor está transformando o setor público*. Brasília, MH Comunicações, 1997.

Pacheco, Regina Sílvia. Iniciativa econômica local: a experiência do ABC. In: Lodovici, E. S. & Bernareggi, G. M. (orgs.). *Parceria público-privado: cooperação financeira e organizacional entre o setor privado e administrações públicas locais*. São Paulo, Summus, 1993.

———. Gestão metropolitana no Brasil: arranjos institucionais em debate. In: Valladares, L. & Coelho, M. P. (orgs.). *Governabilidade e pobreza no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1995.

Paglia, Camile. *Personas sexuais: arte e decadência de Nefertite a Emily Dickinson*. São Paulo, Companhia das Letras, 1992.

Pignatari, Décio. *Informação, linguagem, comunicação*. São Paulo, Cultrix, 1980.

Ponte, Sebastião Rogério. *Fortaleza* Belle Époque*: reformas urbanas e controle social (1860-1930)*. Fortaleza, Fundação Demócrito Rocha/Multigraf, 1993.

Preteceille, Edmond. Paradigmas e problemas das políticas urbanas. *Espaço & Debates*. São Paulo, Neru (29):54-67, 1990.

———. Cidades globais e segmentação social. In: Ribeiro, Luís César et alii (orgs.). *Globalização, fragmentação e reforma urbana: o futuro das cidades brasileiras na crise*. Rio de Janeiro, Civilização brasileira, 1994.

Putnam, Robert D. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de Janeiro, FGV, 1996.

Ribeiro, Darcy. *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

Rolnik, Raquel. Planejamento urbano nos anos 90: novas perspectivas para novos temas. In: Ribeiro, Luiz César de Queiroz & Santos Jr., Orlando Alves dos (orgs.). *Globalização, fragmentação e reforma urbana: o futuro das cidades brasileiras na crise*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1994.

Santos, Wanderley Guilherme dos. *Cidadania e justiça: a política social na ordem brasileira*. Rio de Janeiro, Campus, 1994.

Schor, Evelyn. Vendendo a cidade: o empresarialismo urbano no Recife. Recife, MDU/UFPe, 1996. (Dissertação de Mestrado.)

Schorske, Carl E. A cidade segundo o pensamento europeu: de Voltaire a Spengler. *Espaço & Debates*. São Paulo, Neru (27):47-57, 1989.

Sevcenko, Nicolau. *A questão cultural no embate de diferentes planos: metrópole X região X nação X mundo*. In: Gonçalves, Maria Flora (org.). *O novo Brasil urbano: impasses, dilemas perspectivas*. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1995.

Shaw, G. & Williams, A. M. *Critical issues in tourism: a geographical perspective*. Oxford, Blackwell, 1994.

Silva, Pedro Luiz de Orange L. da F. e. Empreendedorismo urbano *versus* a nova Lei de Uso e Ocupação do Solo de Recife. 1997. (Working Paper.)

Skidmore, Thomas E. *O Brasil visto de fora*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1994.

Souza, Manoel Tibério Alves de. Argumentos em torno de um "velho" tema: a descentralização. *Dados*. Rio de Janeiro, *40*(3):377-411, 1997.

———. *A globalização e o dilema do federalismo brasileiro no final do século XX: pontos para o debate*. 1998.

Sudene. *Nordeste: cidadania e desenvolvimento: esboço de uma política regional*. Recife, 1994.

———. *Pacto Nordeste: ações estratégicas para um salto do desenvolvimento regional*. Recife, Sudene, 1995. (Versão preliminar.)

———. *Boletim conjuntural Nordeste do Brasil*. Recife, 1996. p. 1-412.

Tendler, Judith. *Good government in the tropics*. Baltimore, John Hopkins University Press, 1997.

——— & Freedheim, Sara. Trust in a rent-seeking world: health and government transformed in Northeast Brazil. *World Development*. Great Britain, Elsevier Science. *22*(12): 1.771-91, 1994.

Tribuna do Ceará. Fortaleza, 10-8-1998. Caderno B, Economia.

Vainer, Carlos B. Regionalismos: anacronismo ou pós-modernidade? In: Gonçalves, Maria Flora (org.). *O novo Brasil urbano: impasses, dilemas, perspectivas*. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1995.

Valadares, Lícia & Preteceille, Edmond. *Reestruturação urbana: tendências e desafios*. Rio de Janeiro, Nobel, 1991

Veloso, Caetano. *Verdade tropical*. São Paulo, Companhia das Letras, 1997.

Vergolino, José Raimundo & Gomes, Gustavo Maia. A macroeconomia do desenvolvimento nordestino: 1960-1994. Rio de Janeiro, Ipea, 1995. (Texto para Discussão, 372.)