

A aplicação do *city marketing*: o caso da cidade de Niterói

Na década de 80 o país estava enfrentando uma grande crise econômica e a cidade de Niterói não escapou dessa crise. A cidade sofreu com grandes índices de desemprego e subemprego, e o setor de construção naval foi um dos grandes atingidos pela crise tendo sido reduzido praticamente a metade o número de trabalhadores. Niterói na década de 90 sofreu um boom imobiliário o que ocasionou uma reestruturação urbana. Niterói teve uma reestruturação urbana, dando ênfase às formas urbanas com a construção do museu de arte contemporânea com obras de melhoramentos e limpeza do centro da cidade, acabou adquirindo o estatus de a quarta cidade em qualidade de vida, o que acabou atraindo um grande contingente populacional de renda média, que buscava qualidade de vida e pouca violência. Com o esse crescimento populacional, Niterói também teve seu crescimento econômico. A presente pesquisa tem como finalidade apresentar o quadro evolutivo e a reestruturação urbana do município de Niterói, já que este em boa parte da sua história teve funcionalidade ligada ao sendo usada militarmente pra defesa ou sendo a capital do Rio de Janeiro, quando este era município neutro, mas, sobretudo a pesquisa terá grande foco entre o período final da década de 80 com a grande crise econômica que atingiu a todo o país e principalmente na década de 90 quando Niterói começou a ter grande valorização de suas áreas e dando inicio ao ascendente crescimento em função da reestruturação urbana da cidade, traçando um breve histórico geral e detendo-se, em seguida, ao planejamento urbano, e a crescente migração para o município. Inicialmente a estruturação urbana de Niterói se dava em função da sua área central, onde a estação das barcas, a estação ferroviária e o porto eram os principais focos de interligação da cidade. Nas últimas décadas, a ocupação se consolidou nas áreas de expansão natural. O processo de ocupação provocou uma elevação no custo das propriedades locais e dos terrenos ainda não edificados. Conseqüentemente houve o remanejamento da população de menor renda anteriormente estabelecida, configurando uma nova estratificação sócio-espacial a partir da implantação e proliferação de dezenas de condomínios privados, ocupados por famílias de mais alta renda. O prefeito Jorge Roberto

Silveira foi eleito em 1989, às expectativas eram grandes tanto na população das classes altas e também nas classes menos desfavorecidas já que apostavam que esse candidato poderia suprir suas necessidades básicas como, asfaltamento de ruas, saúde, educação, saneamento básico entre outras.

Com o Plano Diretor de Niterói, lei 1157, de 30 de dezembro de 1992, uma das suas diretrizes, foi o artigo 180, que criou e dividiu Niterói em cinco Regiões de Planejamento (Região das Praias da Baía, Região Norte, Região de Pendotiba, Região Oceânica, Região Leste). Com base em critérios de homogeneidade em relação à paisagem, tipologia, ao uso das edificações e ao parcelamento do solo, considerados, ainda os aspectos sócio-econômicos e físicos, em especial as bacias hidrográficas. o presente trabalho contará com a análise de tabelas, mapas, bibliografias, buscando a compreensão sobre os fenômenos que induziram e influenciaram a essas transformações e seus efeitos no cotidiano da cidade.

Palabras Clave: *niteroi, city marketing, reestrtruração urabana, cidade, modernização*

Niterói

A região de Niterói, que em Tupi significa água escondida, era inicialmente chamada de aldeamento de São Lourenço dos Índios, que foi originada com a doação de uma sesmaria na margem oriental da Baía de Guanabara ao cacique da tribo dos Teminós, Araribóia (Martin Afonso de Sousa) em recompensa pela ajuda prestada no combate e expulsão dos franceses do entorno da baía de Guanabara. No início a ocupação da cidade foi estruturada em núcleos em torno de igrejas que ficavam encarregadas de cristianizar e manter o controle português.

As características topográficas da cidade influenciaram e foram muito importantes no processo de ocupação, com a proximidade com o Rio de Janeiro num primeiro momento através do mar e atualmente também por via terrestre.

O processo da industrialização brasileira no final do século XIX ocorreu também em Niterói, que foi marcado pela implantação de estaleiros, fábricas entre outros tipos de indústrias, que colaboraram com a ocupação e crescimento de diversos bairros.

De acordo com Alexandre Rosa (2003), no século XX, a estruturação urbana de Niterói se dava em função da sua área central, onde estava localizada a estação das barcas, a estação ferroviária e o porto que eram os principais focos de interligação da cidade.

O modelo econômico implantado pelo regime militar em 1964, que foi por um tempo chamado de "milagre brasileiro" foi responsável por um salto industrial no país, e no caso de Niterói, houve um, porém com adoção deste modelo econômico as empresas de pequeno e médio porte que não conseguiram nenhum tipo de associação com capital estrangeiro, fecharam as portas, assim a crise começou a atingir Niterói com a falência destas pequenas indústrias e o declínio das médias e grandes empresas que não conseguiram se modernizar e nem fazer associações.

Segundo Leda (2007) Na década de 40, o processo de urbanização passou a ser mais significativo em Niterói. Obras e fatos ocorridos em Niterói desde a década de 40 que configuram a sua estruturação urbana.

1940:

- Abertura de vias inicia o processo de substituição do bonde pelo ônibus como transporte coletivo e marca o início da verticalização da área central
- Abertura da Avenida Ernani do Amaral Peixoto, em 1942 (Foto1)

Foto: 1 Construção da Avenida Ernani do Amaral Peixoto



Fonte: site www.girassol.iespana.es

1950:

- A expansão da cidade se dá agora através das praias da baía (Foto 2), marcada pela ocupação residencial das classes médias e média- alta.

Foto: 2 praia de Icaraí em 1950



Fonte: www.girassol.iespana.es

1960:

- Obras viárias importantes estruturando a cidade em dois eixos principais em direção ao norte, a Avenida do Contorno (Foto 3) facilitando a ligação Niterói- São Gonçalo, e em direção ao sudeste seguindo paralelamente a baía de Guanabara até as praias oceânicas com o túnel Roberto Silveira ligando Icaraí a São Francisco.

Foto: 3 Avenida do Contorno



Fonte: www.oglobo.globo.com

1970:

- 1974 com a conclusão da ponte Rio – Niterói (Foto4), principal ligação viária entre as cidades.

Foto 4: ponte Rio –Niterói



Fonte: <http://meioambiente.niteroi.rj.gov.br>

Acontece um grande impacto na estruturação urbana e conseqüentemente econômica de Niterói, com o redirecionamento dos investimentos públicos da cidade,

com o objetivo de possibilitar a expansão urbana, através do sistema viário, coma a execução de planos e obras para adequação e ampliação da infra-estrutura básica, tendo em vista o crescimento do mercado imobiliário.

Com a Ponte Rio – Niterói intensifica-se a produção imobiliária nas áreas centrais e bairros litorâneos, iniciando a ocupação em direção as áreas de expansão natural da cidade, como a Região Oceânica e Pendotiba. O município torna-se, então, opção de moradia para uma população intra-metropolitana que para lá se dirige. Durante a década de 70 assistimos a um acelerado aumento populacional de Icaraí, caracterizado pela intensa verticalização das moradias. A intensa concentração provocou prematuramente a saturação do sistema, o que demandou obras emergenciais de adequação às novas demandas. As pressões para a expansão urbana no final da década de 70 justificaram a abertura de um segundo túnel ligando os bairros de Icaraí e São Francisco, bem como o alargamento da Avenida Estácio de Sá (atual Avenida Roberto Silveira).

1980 e 1990:

- Em 1996 foi inaugurado o Mac (museu de arte contemporânea) O MAC foi projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer e inaugurado dia 6 de setembro de 1996 (foto 5).

Foto 5: Museu de Arte Contemporânea (MAC) – Niterói – RJ



Fonte: Casseres (2008)

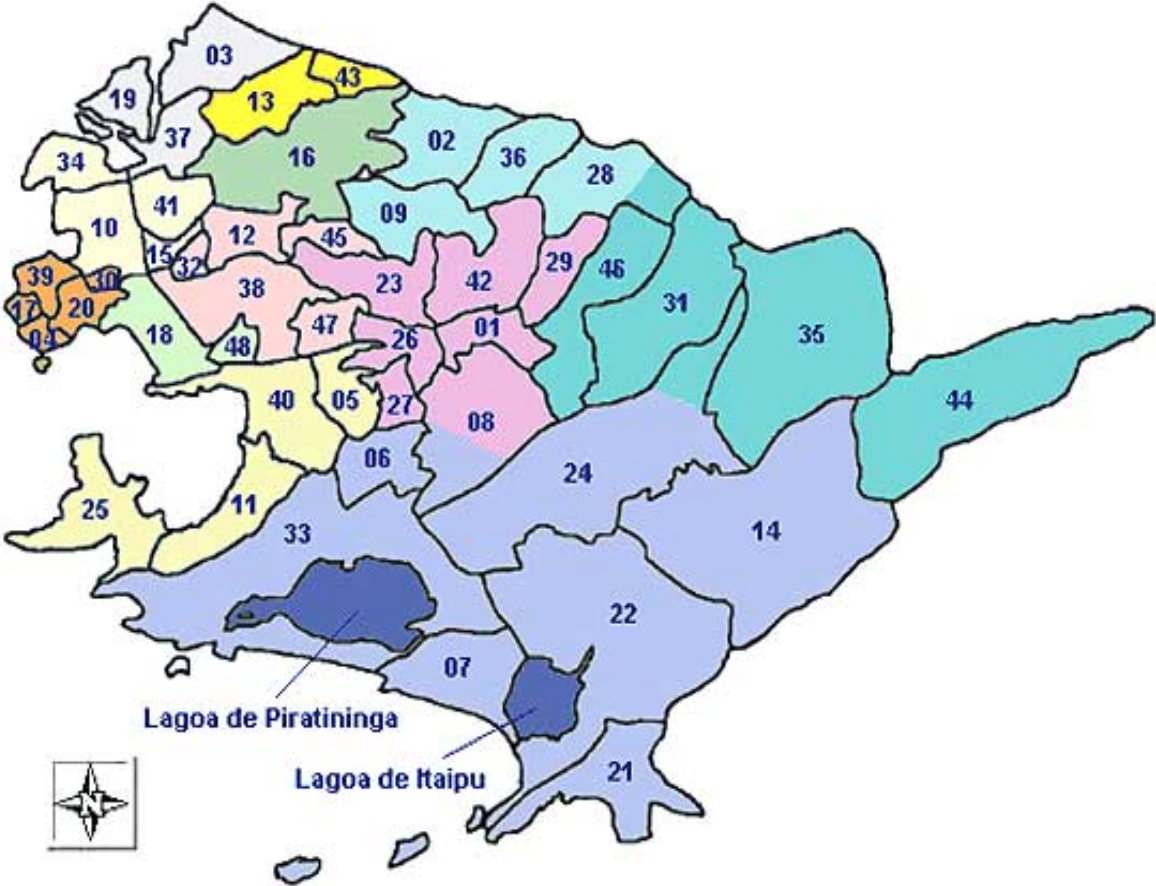
O Museu encontra-se no Mirante da Boa Viagem, Mais um passo para tornar Niterói, a Capital da Cultura Brasileira. O Museu tem sido considerado um referencial turístico mundial.

Nas últimas décadas, a ocupação se consolidou nas áreas de expansão natural. O processo de ocupação provocou uma elevação no custo das propriedades locais e dos terrenos ainda não edificados. Conseqüentemente houve o remanejamento da população de menor renda, configurando uma nova estratificação sócio-espacial a partir da implantação e proliferação de dezenas de condomínios privativos, ocupados por famílias de mais alta renda. Os loteamentos implantados a partir da década de 50 são progressivamente ocupados e, paralelamente, inicia-se o processo de favelização particularmente nas encostas, reservas florestais e em áreas invadidas de propriedades públicas e privadas, ou nas áreas remanescentes dos diversos loteamentos.

O município de Niterói atualmente segundo o IBGE censo de 2000 tem uma população 459.451 habitantes, que estão distribuídos em nas Regiões de Planejamento de Niterói: Região das Praias da Baía, Região Norte, Região Oceânica, Região de Pendotiba e Região Leste. Niterói é constituído por 48¹ bairros (mapa1)

¹ Niterói atualmente tem 52 bairros, mas como a criação de 4 novos bairros foi feita após o censo de 2000 e sendo assim ainda não existem dados suficientes para análise desses bairros, por isso nesta pesquisa esses 4 bairros que pertencem a Região Oceânica só serão citados e não estudados a fundo.

Cartograma 1: Niterói divisão em bairros



Fonte: www.nitideal.com.br

Bairros de Niterói

01. Badu, 02. Baldeador, 03. Barreto, 04. Boa Viagem, 05. Cachoeira,
06 Cafubá, 07. Camboinhas, 08. Cantagalo, 09. Caramujo, 10. Centro, 11. Charitas,
12. Cubango, 13. Engenhoca, 14. Engenho do Mato, 15. Bairro de Fátima,
16. Fonseca, 17. Gragoatá, 18. Icaraí , 19. Ilha da Conceição, 20. Ingá ,
21. Itacoatiara, 22. Itaipu, 23. Ititioca 24. Jacaré, 25. Jurujuba, 26. Largo da Batalha
27. Maceió, 28. Maria Paula, 29. Matapaca, 30. Morro do Estado, 31. Muriqui
32. Pé Pequeno, 33. Piratininga, 34. Ponta D'Areia, 35. Rio do Ouro,
36. Santa Bárbara, 37. Santana, 38. Santa Rosa, 39. São Domingos 40 São
Francisco, 41. São Lourenço, 42. Sapê, 43. Tenente Jardim 44. Várzea das Moças,
45. Viçoso Jardim, 46. Vila Progresso 47. Viradouro, 48. Vital Brazil.

A cidade de Niterói vinha sofrendo com as péssimas administrações de seus gestores, que não ligavam para modernização da cidade. O quadro da cidade de Niterói no final da década de 80 eram as ruas sujas, sem planejamento urbano e infra estrutura básica. Na década de 90 iniciou-se um boom imobiliário na cidade o que ocasionou numa reestruturação urbana. A modernização de Niterói deu ênfase às formas urbanas, como a construção do museu de arte contemporânea, obras de melhoramento e limpeza do centro da cidade. Com esses e outros investimentos na modernização da cidade, Niterói acabou adquirindo o estatus de a 4º cidade em qualidade de vida, o que acabou atraindo um grande contingente populacional de renda média, que buscava qualidade de vida e pouca violência. Com o esse crescimento

populacional, Niterói também teve seu crescimento econômico. *Segundo Carvalho (2001):*

Para a cidade de Niterói que amargara um longo período de declino econômico e desorganização administrativa, parecia ser mais apropriado ao grupo gestor de plantão a adoção desse modelo de administração municipal. A reformulação do sentido da cidade e todos os discursos e táticas adotados na construção de uma nova imagem, seguiram essa fórmula de pensar a cidade adequando-a as novas demandas do capitalismo mundial.

Niterói obteve o título de 4° cidade em qualidade de vida, na gestão do prefeito Jorge Roberto da Silveira, que tinha como uma das metas principais na sua plataforma eleitoral a “qualidade de vida” para a cidade de Niterói. Iniciou-se essa busca com a limpeza e conseqüentemente o embelezamento da cidade, assim deu início à busca do primeiro lugar em qualidade de vida. Um intenso marketing ressaltando os aspectos positivos da cidade foi criado para a conquista do consenso entre os moradores não importando a classe social pertencente. A colaboração da população é essencial, o sentimento de pertencimento à cidade, a aprovação dos projetos que visam embelezar elevar a “auto estima da cidade” são elementos reiteradamente apresentados pelos governos municipais para mostrar o sucesso dos projetos implantados. Segundo SÁNCHEZ (1999:115)

O “city marketing” constitui-se na orientação da política urbana à criação ou ao atendimento das necessidades do consumidor, seja este empresário, turista ou o próprio cidadão”. Em

pormenores é a propaganda de auto promoção da cidade que tem como objetivo atingir os seus próprios habitantes criando um laço sentimental com a cidade, bem como os possíveis e eventuais investidores, que busca a construção de uma nova imagem da cidade, dotada de um forte impacto social.

Entende-se que o *City Marketing* é uma ferramenta usada pelos gestores urbanos para “vender” a cidade através da forma-mercadoria as cidades tem sido pensadas e produzidas como uma mercadoria vendável não somente para possíveis novos moradores e investidores, mas também para os próprios moradores da cidade.

Ranking Municipal do Instituto Pólís para 181 municípios brasileiros mais populosos, exceto os do Pará.

RANKING DA QUALIDADE DE VIDA (5 melhores colocações, por região)									
NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
Manaus (AM)	0,573	Salvador (BA)	0,667	Brasília (DF)	0,805	Santos (SP)	0,930	Blumenau (SC)	0,889
Boa Vista (RR)	0,522	Aracaju (SE)	0,650	Goiânia (GO)	0,770	S. Caetano do Sul (SP)	0,920	Porto Alegre (RS)	0,885
Porto Velho (RO)	0,504	Recife (PE)	0,644	Cuiabá (MT)	0,685	Ribeirão Preto (SP)	0,899	Florianópolis (SC)	0,883
Macapá (AP)	0,484	Paulista (PE)	0,629	Anápolis (GO)	0,621	Niterói (RJ)	0,890	Curitiba (PR)	0,882
Rio Branco (AC)	0,418	João Pessoa (PB)	0,629	Dourados (MS)	0,618	Campinas (SP)	0,890	Joinville (SC)	0,835

Fonte: Núcleo de Gestão Municipal do Instituto Pólís retirado do site fundação

Perseu Abramo

O *City Marketing*, por vezes baseia-se em uma “maquiagem”, uma auto promoção da cidade. No caso da cidade de Niterói essa auto promoção se dá através do título de quarta em qualidade de vida, com esse título Se utilizando do *City Marketing* os gestores urbanos mostram somente os aspectos positivos da cidade para a população. Os possíveis novos moradores estão em busca de infra-estrutura e outras qualidades que existem nas cidades modernas que são alardeadas a todo o momento pela mídia. Afirma SÁNCHEZ (2001):

Através da análise de alguns processos de reestruturação urbana da década de 90, em sua relação com os respectivos governos de cidade e suas políticas urbanas, é possível identificar interessantes convergências. Essas convergências dizem respeito às estratégias utilizadas pelo poder político para “vender” as cidades. De fato, a partir de um determinado momento histórico, aqui identificado com os anos 90, as cidades passaram a ser “vendidas” de modo semelhante, o que sugere que o espaço das cidades se realiza agora enquanto mercadoria.

Os gestores urbanos utilizam o ranking de qualidade de vida para fazer a propaganda e promoção da cidade. O ranking de qualidade de vida nos municípios do Instituto Pólis foi elaborado com base nos indicadores socioeconômicos das cidades do Brasil. Os pesquisadores do instituto utilizaram informações coletadas pelo IBGE e aplicaram para todos os municípios um mesmo padrão de análise². Segundo Carvalho (2001):

² A metodologia da pesquisa do Instituto Pólis para a construção do índice foi inspirado no conceito formulado por: Amartya Sen, que é baseado no Banco Mundial para comparar em diferentes países seus estágios de desenvolvimento humano (IDH).

(...) para a cidade de Niterói que amargara um longo período de declínio econômico e desorganização administrativa, parecia ser mais apropriado ao grupo gestor de plantão a adoção desse modelo de administração municipal. A reformulação do sentido da cidade e todos os discursos e táticas adotados na construção de uma nova imagem, seguiram essa fórmula de pensar a cidade adequando-a as novas demandas do capitalismo mundial.

Desta forma, atributos da vida urbana têm sido relidos e otimizados na construção da imagem pretendida e poder concorrer com outras cidades na atração de investimentos e atividades terciárias através dos meios de comunicação. Um exemplo dessa releitura a ser citado foi à mudança no “logotipo” da cidade que antes era o índio Araribóia e após a modificação passou a ser o Museu de Arte Contemporânea (MAC).

Se partirmos do princípio que atualmente a cidade é uma mercadoria e os moradores são consumidores, os gestores urbanos elaboram um marketing para a cidade onde a propaganda é baseada na exaltação dos seus aspectos positivos em contraposição aos habituais problemas urbanos das demais metrópoles brasileiras e assim incentivando a vinda de novos moradores.

Os moradores deparam-se com diversos tipos de produtos e serviços, fazendo suas escolhas com base em suas percepções do valor e praticidade com que estes os proporcionam, muitos gestores urbanos estão importando certas táticas e metodologias da iniciativa privada com o objetivo de agregar um maior valor e importância no “mercado” aos olhos de seus moradores e também no dos investidores externos.

Conclusão

A especulação imobiliária apesar de ser uma atividade muito lucrativa, existe a necessidade de que os gestores urbanos não se encantem excessivamente com as práticas oriundas da iniciativa privada, pois muito embora estas possam ser importadas para a administração pública, o seu uso de forma alguma pode interferir na premissa basilar de que o interesse coletivo deve sempre preponderar e não somente modernizando as áreas da cidade aonde poderão ser vendidas a uma parcela da população e sim modernizando a cidade num todo.

No presente trabalho procurou se demonstrar a reestruturação urbana ocorrida em Niterói dando ênfase o “city marketing” que foi criado para cidade, que deu maior destaque as formas urbanas com obras de melhoramentos e limpeza da cidade, visando à inserção da cidade no conjunto de grandes centros com capacidade de atração estratégica de fluxos de pessoas, de novos negócios e investimentos, assim atraindo um grande contingente populacional de renda média, que buscava qualidade de vida e pouca violência.

Haveria a necessidade dos gestores urbanos de repensarem as suas ações e iniciativas de apoio excessivo aos ideais e interesses do capital imobiliário, pois em geral são idéias importadas pela administração pública como modelo de modernidade e de desenvolvimento da cidade e que não atinge aos interesses da grande maioria da população já que pertencem as classes mais baixas.

Bibliografia

CARLOS, Ana Fani A. *A Cidade*. São Paulo: Contexto, 1997.

Casseres, Maetê Brito. A valorização imobiliária e o desenvolvimento da Região Oceânica em Niterói. UERJ/FFP. Monografia, 2008

CARVALHO, Marcos César Araújo. Niterói: a construção de uma imagem de "cidade da qualidade de vida" Niterói: UFF. Tese de Mestrado, 2001.

ROSA, Alexandre Guimarães. Análise do uso e ocupação do solo na região administrativa de Pendotiba em Niterói [Trabalho de conclusão de curso (TCC)] / Alexandre Guimarães Rosa. Niterói, RJ : : [s.n.], , 2003. .63 f Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Universidade Federal Fluminense, 2003.

SÁNCHEZ, F. Políticas urbanas em renovação: uma leitura dos modelos emergentes. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, Campinas, n.1, p.115- 132, 1999.

_____. "A reinvenção das cidades na virada do século: agentes, estratégias e escalas de ação política". *Revista de Sociologia e Política*. Dossiê Cidade e Poder. Curitiba, n.16, p.31-50, 2001.

Sites

<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2571> acessado no dia 27/05/2007

<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2571> acessado no dia 07/01/2008

<http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://www.nitideal.com.br/bairros/img/mapa01.jpg&imgrefurl=http://www.nitideal.com.br/bairros/&h=399&w=550&sz=34&hl=pt->

http://girassol.iespana.es/galeria/galeria_niteroi.html acessado em 15/06/2008

<http://abiliojr.multiply.com/photos/album/97> acessado em 15/06/2008

http://meioambiente.niteroi.rj.gov.br/fotos_niteroi_antiga/ponte_rio_niteroi_1974.gif acessado em 15-06-2008

http://oglobo.globo.com/fotos/2006/09/20/20_PVG_rio_contorno.JPG acessado no dia 07/07/2008

<http://www.urbanismo.niteroi.rj.gov.br/legis/LinkedDocuments/Lei%202113.2003%20Altera%20PUR%20RO.pdf> acessado no dia 27/07/2007

<http://www.urbanismo.niteroi.rj.gov.br> acessado no dia 27/07/2007