



“A VER NAVIOS”: DESCAMINHOS DA TURISTIFICAÇÃO DA ZONA PORTUÁRIA DO RIO DE JANEIRO

João Carlos Carvalhaes Monteiro¹

RESUMO

O artigo tem como objetivo discutir os resultados de uma pesquisa sobre a turistificação da zona portuária do Rio de Janeiro, elucidando os impactos do turismo na produção do espaço e na dinâmica socioeconômica da área. Demonstrou-se uma insatisfação de comerciantes locais, profissionais do setor do turismo e turistas quanto às infraestruturas instaladas e às atrações concebidas com o propósito de atrair visitantes. O principal resultado foi revelar que a euforia inicial em relação ao potencial da turistificação de gerar um círculo virtuoso de desenvolvimento deu lugar a questionamentos, confirmando a hipótese de que a inserção da zona portuária do Rio de Janeiro no circuito de turismo era deficiente e incompleta quase uma década após o lançamento do Projeto Porto Maravilha. Na primeira parte do artigo, discutimos o conceito de turistificação e a relação deste processo com os esforços de “regeneração urbana”. Em seguida, ressaltamos as diferentes iniciativas do poder público em promover a atividade turística no perímetro de intervenção do Projeto Porto Maravilha, destacando o turismo diaspórico em torno da valorização da cultura e memória afro-brasileira, o turismo em favela direcionado a ativar economicamente o Morro da Providência, e o Boulevard Olímpico conformado enquanto espaço de turismo inspirado em fórmulas internacionalmente difundida de regeneração de *waterfronts*. Em seguida, chamamos atenção para alguns elementos que indicam o “naufrágio” do Projeto Porto Maravilha em sua tentativa de conformar a zona portuária como novo cluster do turismo internacional do Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Turistificação, Porto Maravilha, Rio de Janeiro.

RÉSUMÉ

L'article vise à présenter les résultats d'une recherche sur la touristification de la zone portuaire de Rio de Janeiro, en élucidant les impacts du tourisme sur la production de l'espace et la dynamique socio-économique de la région. Cette étude a démontré l'insatisfaction des commerçants locaux, des professionnels du tourisme et des touristes à l'égard des infrastructures installées et des attractions conçues dans le but d'attirer les visiteurs. Le principal résultat a été de révéler que l'euphorie initiale concernant le potentiel de la touristification à générer un cercle vertueux de développement a fait place à une remise en question, confirmant l'hypothèse selon laquelle l'insertion de la zone portuaire de Rio de Janeiro dans le circuit touristique était déficiente et incomplète.

¹ Doutor em Geografia pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e professor do Instituto de Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ-Maracanã). E-mail: joacarlosmonteiro@gmail.com



près d'une décennie après le lancement du projet Porto Maravilha. Dans la première partie de l'article, nous abordons le concept de touristification et la relation entre ce processus et les efforts de "régénération urbaine". Ensuite, nous mettons en évidence les différentes initiatives des autorités publiques pour promouvoir le tourisme dans le périmètre d'intervention du projet Porto Maravilha, en soulignant le tourisme diasporique autour de la valorisation de la culture et de la mémoire afro-brésilienne, le tourisme de favela visant à activer économiquement le Morro da Providência, et le boulevard olympique façonné comme un espace touristique inspiré de formules internationalement répandues pour la régénération des *waterfronts*. Ensuite, nous soulignons certains éléments qui indiquent le "naufage" du projet Porto Maravilha dans sa tentative de faire de la zone portuaire un nouveau pôle de tourisme international à Rio de Janeiro.

Mots-clés: Touristification, Porto Maravilha, Rio de Janeiro.

INTRODUÇÃO

Durante a realização dos Jogos Olímpicos Rio 2016, multidões ocuparam o recém-inaugurado Boulevard Olímpico, uma via de pedestres construída às margens da baía de Guanabara com inspiração na *rambla* de Barcelona. Apesar de não acolher nenhuma modalidade esportiva, coube ao boulevard a função de "sala de visitas" da cidade olímpica, abrigando atividades artísticas e culturais, e de exibição das marcas de grandes empresas patrocinadoras do evento. O sucesso da nova atração parecia consumado quando 150 mil pessoas visitaram o local num único fim de semana, provocando um "congestionamento humano" que obrigou a prefeitura a montar bloqueios com grades e a estabelecer uma mão única de circulação de pedestres.²

Após o encerramento do evento, as multidões engarrafadas não foram mais vistas, e a *rambla* carioca ficou cada vez mais longe de ser um espaço aglutinador de visitantes como a sua congênere catalã. As atividades comerciais e de serviços não decolaram, e os poucos empresários que apostaram no potencial turístico da área se decepcionaram com os rumos do "legado olímpico" encarnado na figura do boulevard. Ao longo da via, as fachadas de imóveis vazios em sequência, cobertas por grafites, mal escondem o fracasso da tentativa de inserir a zona portuária carioca na rede internacional de turismo. Um taxista à espera de clientes em frente ao terminal de

² MERGULHÃO, A. 'Congestionamento humano' faz prefeitura mudar Boulevard Olímpico. *Folha de São Paulo*, 15 ago. 2016.



passageiros de transatlânticos do Píer Mauá resume o sentimento de frustração: “Ficamos a ver navios, literalmente [...]. As promessas não duraram nem um verão”.³

Para além de uma vitrine dos Jogos, é preciso situar o boulevard como uma das principais intervenções no âmbito do Projeto Porto Maravilha, uma operação urbana consorciada inspirada em experiências internacionais de “revitalização” de antigos bairros portuários e executada com o aporte de investimentos públicos bilionários. O projeto funciona como indutor de revalorização de um extenso perímetro da área central do Rio de Janeiro e está amparado na captura de renda fundiária em bases especulativas. Para alcançar este objetivo, se baseou na implantação de novas materialidades – vias expressas e túneis, um sistema de VLT (veículo leve sobre trilhos), requalificação de espaços públicos, construção de dois museus e um aquário municipal, entre outros – e está atrelado à conformação de novas subjetividades – em especial a reversão dos estigmas territoriais prevaletentes sobre a zona portuária, além da disseminação de representações positivas com o intuito de atrair visitantes e investidores. Nesse contexto, a configuração da zona portuária como um novo polo turístico do Rio de Janeiro e sua inserção no circuito internacional de turismo aparecem como potencialidades compatíveis com os anseios dos promotores do Projeto Porto Maravilha, reproduzindo uma tendência mundial de atrelar processos de “regeneração urbana” à turistificação.

Este artigo tem como objetivo discutir os resultados de uma pesquisa sobre a turistificação da zona portuária do Rio de Janeiro, elucidando os impactos do turismo na produção do espaço e na dinâmica socioeconômica da área. Ressalta-se que os conhecimentos produzidos no âmbito desta investigação partiram de uma abordagem etnográfica e, portanto, de viés qualitativo. Entre 2016 e 2020 foram realizados trabalhos de campo, entrevistas semiestruturadas, coleta de reportagens e artigos de opinião na imprensa, levantamento em redes sociais, em materiais de divulgação e na documentação oficial de promotores do Projeto Porto Maravilha e de entidades associadas.⁴ A extensa coleta de dados demonstrou uma insatisfação de comerciantes locais, profissionais do setor do turismo e turistas quanto às infraestruturas instaladas e

³ Entrevista nº 21 (Homem, 53 anos, taxista), realizada em 18 fev. 2018.

⁴ A pesquisa foi interrompida em fevereiro de 2020 em função do avanço da pandemia da Covid-19 no Brasil. Os resultados apresentados não contemplam as possíveis transformações na zona portuária do Rio de Janeiro após essa data. Os impactos da pandemia deverão ser objeto de estudo futuro.



às atrações concebidas com o propósito de atrair visitantes para a zona portuária. De modo geral, o principal resultado foi revelar que a euforia inicial em relação ao potencial da turistificação de gerar um círculo virtuoso de desenvolvimento deu lugar a questionamentos, confirmando a hipótese inicial da pesquisa de que a inserção da zona portuária do Rio de Janeiro no circuito de turismo era deficiente e incompleta quase uma década após o lançamento do Projeto Porto Maravilha.

Na primeira parte do artigo, discutimos o conceito de turistificação e a relação deste processo com os esforços de “regeneração urbana”. Em seguida, a partir do estudo de caso da zona portuária do Rio de Janeiro, ressaltamos as diferentes iniciativas do poder público em promover a atividade turística no perímetro de intervenção do Projeto Porto Maravilha, destacando o turismo diaspórico em torno da valorização da cultura e memória afro-brasileira, o turismo em favela direcionado a ativar economicamente o Morro da Providência, e o Boulevard Olímpico conformado enquanto espaço de turismo inspirado em fórmulas internacionalmente difundida de regeneração de *waterfronts*. Em seguida, chamamos atenção para alguns elementos que indicam o “naufrágio” do Projeto Porto Maravilha em sua tentativa de conformar a zona portuária como novo cluster do turismo internacional do Rio de Janeiro.

Figura 1 – “Congestionamento humano” durante a inauguração do Boulevard Olímpico, às vésperas da abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016.



Fonte: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.



TURISTIFICAÇÃO E “REGENERAÇÃO URBANA”

Na literatura especializada, a turistificação é definida como a transformação funcional do espaço mediada pela proliferação de atividades vinculadas direta ou indiretamente ao acolhimento e consumo de visitantes. O crescimento do turismo e o papel instrumental que essa atividade desempenha nas múltiplas transformações do ambiente urbano são, portanto, compreendidos como processos contínuos de turistificação. Este neologismo, no entanto, não deve ser interpretado como um conceito bem-definido e estabelecido na literatura (Ojeda & Kieffer, 2020). Em muitos casos, o termo turistificação é mobilizado para compor juízos negativos de transformações socioespaciais, relacionando-o a fenômenos de gentrificação e espetacularização, entre outros. Nesse sentido, este trabalho se alinha a uma perspectiva acadêmica no campo dos estudos turísticos que discute a turistificação sem atrelá-la a um sentido dicotômico de positividade e negatividade, considerando o fenômeno um processo complexo de transformação induzida pela atividade turística sobre um determinado recorte espacial.

Num contexto de neoliberalização, em que as políticas urbanas se mostram cada vez mais vinculadas às lógicas de extração de mais-valia do solo urbano e à promoção do consumo dos lugares, a turistificação adquire novos significados. Historicamente, o turismo foi acionado para promover o desenvolvimento social e econômico por meio da criação de empregos, geração de renda, captura de divisas estrangeiras e arrecadação de impostos. Nos marcos do atual regime de acumulação pós-fordista, gestores locais lançam mão da atividade turística como um “colete salva-vidas” em contextos de crise e recessão.

A dificuldade de muitas localidades em se adequarem às novas demandas suscitadas pelo advento da globalização e pela revolução tecnológica-informacional, e a assimilação de uma racionalidade empresarial na gestão pública, repercutiram diretamente na produção do espaço urbano (Harvey, 1989). Para salvar as cidades da “crise urbana” – representada pelas altas taxas de desemprego, pela queda das arrecadações de impostos e consequente incapacidade das municipalidades em prover serviços básicos para a reprodução social – observa-se um alinhamento político de



gestores municipais e agentes econômicos em prol da implementação de medidas que visem maximizar a atratividade de capitais. As iniciativas de “regeneração urbana” despontam como um dos principais recursos mobilizados para promover o desenvolvimento social e econômico locais. Em todo mundo, observa-se uma profusão de grandes projetos que buscam a transformação do ambiente construído, em especial aqueles setores das cidades que se qualificam pelo alto potencial de lucratividade sob a forma de extração da renda da terra, adaptando-os às exigências de potenciais investidores.

A literatura sobre o tema indica que projetos de “regeneração urbana” estão pautados em grande medida por um receituário de ações em que se destaca o desenvolvimento da atividade turística. Trata-se, portanto, de enfatizar que além da atração de capitais e investidores, as transformações do espaço urbano assumem o compromisso de criar ambientes compatíveis com desejos e demandas de turistas. Para tal objetivo, o portfólio de opções contempla a criação de espaços públicos de lazer, a valorização de edifícios históricos, a implementação de distritos patrimoniais, a promoção de festivais e eventos de natureza esportiva, cultural e artística, a requalificação de frentes marítimas, a construção de cassinos, centros de convenções, museus, entre outros. Neste sentido, “acima de tudo, a cidade tem que se apresentar como um lugar inovador, excitante, criativo e seguro para se viver ou visitar, divertir-se e consumir” (Harvey, 1989, p. 9). A cultura, em especial o consumo cultural, tem se mostrado um componente essencial em projetos de “regeneração urbana” e iniciativas de turistificação. Tal como apontado por Zukin (1998), estratégias que atrelam a cultura ao desenvolvimento econômico são acionadas pelas cidades que não se mostram bem-sucedidas na transição para o novo regime de acumulação pós-fordista.

No caso da cidade do Rio de Janeiro, esta articulação entre turismo, cultura e regeneração urbana aparece no discurso público há pelo menos três décadas, em especial a partir da construção do primeiro plano estratégico municipal (Prefeitura, 1995).

Compreende-se, portanto, que a turistificação assume múltiplas feições, tão diversificadas quanto o próprio espaço geográfico. No reduzido território da zona portuária do Rio de Janeiro, por exemplo, a aposta dos promotores locais não se limita



ao Boulevard Olímpico e seu entorno, e a adaptação do espaço urbano para fins de acolhimento e consumo turísticos se manifesta de diferentes formas.

CAIS DO VALONGO E O TURISMO DIASPÓRICO

A poucos metros do boulevard, outro espaço de destaque nos planos do complexo turístico da zona portuária revitalizada é o Cais do Valongo, reconhecido como principal ponto de desembarque de africanos escravizados das Américas.

A celebração da cultura afro-brasileira foi vislumbrada como um produto para os visitantes, instrumentalizando o passado negro da área como um elemento de distinção frente a outras cidades que igualmente exploram o potencial turístico de seus *waterfronts*. Assim, o esforço pelo reconhecimento do sítio arqueológico do Cais do Valongo como patrimônio da humanidade pela Unesco está atrelado à intencionalidade de desenvolver o turismo diaspórico na zona portuária.

Na interpretação de Coles e Timothy (2004), o turismo diaspórico teria como público-alvo prioritário os membros de comunidades diaspóricas que buscam uma experiência de consumo e vivência de lugares relacionada com a história de seus antepassados. No caso brasileiro, Pinho (2018) demonstra como a Bahia se tornou um ponto nodal de um nicho do turismo que atrai milhares de afro-estadunidenses interessados nas raízes culturais da diáspora negra no Atlântico. Neste sentido, a patrimonialização do Cais do Valongo permitira a integração da zona portuária carioca neste “mapa da africanidade”, com repercussões positivas para a revalorização simbólica da área e impulsionando o seu potencial turístico.

O incentivo de agentes públicos à criação de atrações destinadas a celebrar a cultura e a história afro-brasileiras é abraçado por ativistas e setores do movimento negro, que vislumbram nele a possibilidade de alinhar o turismo étnico a debates mais amplos sobre desigualdade e racismo. A equalização desses interesses, contudo, não ocorre sem tensionamentos. Grupos locais criticam as iniciativas da prefeitura de promover a celebração do passado negro, acusando-a de optar por uma abordagem com feições folclóricas e espetacularizada – despolitizada e mercadológica, portanto.



Para um gestor público engajado na promoção local, o reconhecimento patrimonial do Cais do Valongo teria “potencial de atrair a atenção do mundo, do turismo internacional”, culminando com “milhares de turistas americanos vindo visitar a zona portuária” nas próximas décadas:

O título de Patrimônio da Humanidade é importantíssimo para a cidade e para o projeto [Porto Maravilha]. Isso tem o potencial de atrair a atenção do mundo, do turismo internacional para a zona portuária. [...] Hoje o turismo étnico é a grande aposta do setor, movimenta muitos dólares e só vem crescendo. [...] Nos Estados Unidos têm agências de viagens que se especializaram nos roteiros afros para os negros americanos. Eles viajam para a África e fazem visitação nos espaços de memória da escravidão, no Benin, em Gana, no Senegal. [...] O Rio de Janeiro tem condições muito melhores de atrair esse público, vamos entrar na rota, e eu vejo milhares de turistas americanos vindo visitar a zona portuária nos próximos anos.⁵

Apesar da inscrição do sítio na lista de patrimônios da Unesco em 2017, a expectativa de torná-lo uma atração internacional não foi concretizada, e as entrevistas revelam que o sítio arqueológico é uma atração desconhecida ou ignorada pelos turistas que circulam pelo Boulevard Olímpico. A falta de visitantes só não é constante em razão da presença de grupos de estudantes dos ensinos fundamental e médio, trazidos por seus professores em excursões escolares. Dessa forma, o insucesso do Cais em atrair “milhares de turistas” não apaga a sua relevância para fins educacionais e como lugar de memória para religiões de matriz africana.

⁵ Entrevista nº 12 (Assessor do prefeito Eduardo Paes), realizada em 18 out. 2016.



Figura 2 – Funcionários realizam manutenção do Cais do Valongo após sítio arqueológico patrimônio da humanidade ser alagado por chuva em 2018.



Fonte: Tânia Rêgo/Agência Brasil.

MORRO DA PROVIDÊNCIA E O TURISMO EM FAVELA

A zona portuária abriga também a comunidade reconhecida como a primeira favela do Brasil, o Morro da Providência, um marco histórico igualmente utilizado para promover o Projeto Porto Maravilha como destino turístico. No âmbito da operação urbana, a principal infraestrutura concebida para a comunidade foi um teleférico, que, além de melhorar a mobilidade urbana dos moradores, serviria para facilitar o acesso de turistas ao morro, permitindo aos visitantes a contemplação da paisagem em mirantes voltados para a baía de Guanabara e o Cristo Redentor. A promoção de um ambiente seguro para os turistas foi garantida pela instalação de uma Unidade de Polícia Pacificadora (UPP da Providência), que manteve durante alguns anos um aparente controle militarizado do tráfico de drogas na área.

A turistificação do Morro da Providência reproduz o formato *slum tourism*, existente há pelo menos duas décadas nas favelas da zona sul do Rio de Janeiro. No caso particular da Providência, o poder público municipal foi especialmente atuante na transformação da favela em atrativo turístico. As ações da prefeitura ultrapassaram a construção do teleférico, contemplando ainda a estruturação de mirantes e uma



cenarização do local, que, nas palavras de uma gestora municipal entrevistada, “buscou inspiração no projeto de revitalização do Pelourinho de Salvador”.⁶

Poucos meses depois dos Jogos Olímpicos, o teleférico foi desativado e a UPP da Providência passou por uma desestruturação que culminou com a volta da atuação ostensiva de narcotraficantes. Em meio às disputas pelo controle do território, os tiroteios frequentes interrompem até mesmo a circulação do VLT nas ruas do entorno da favela. A presença de turistas na Providência hoje é reduzida e esporádica. Pequenos comerciantes locais, donos de bares e restaurantes, além de moradores que investiram na conversão de seus imóveis em *hostels* relatam frustração quanto à interrupção de seus planos. Apesar desse cenário desolador para aqueles que previam a geração de renda por meio da atividade turística, é preciso salientar que esses moradores expressam juízo positivo quanto ao processo de turistificação da favela. Nas entrevistas realizadas, observa-se que, no curto período de intensa visitação, a presença de turistas garantiu empoderamento e amplificação de vozes da comunidade, além de uma visibilidade midiática jamais presenciada na história da Providência. Nesse sentido, é preciso reconhecer o turismo em favelas não só como mera contemplação de espaços da pobreza, mas também como uma atividade que fomenta a ação política de grupos sociais invisibilizados e silenciados no espaço urbano.

⁶ Entrevista nº 07 (Gestora municipal), realizada em 09 mar. 2016.



Figura 3 – Projeto da Prefeitura para o Morro da Providência.



Fonte: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.

BOULEVARD OLÍMPICO E A INSPIRAÇÃO CATALÃ

Retoma-se aqui a análise do Boulevard Olímpico, ponto de partida deste artigo. A opção em conceber essa via como elemento central do Projeto Porto Maravilha alinha-se aos pressupostos de um modelo consagrado em várias cidades do mundo nas últimas três décadas: converter antigos bairros portuários obsoletos e desvalorizados em novos espaços de consumo, ressignificados por meio de instalações culturais e de entretenimento. No caso da zona portuária carioca, o Museu do Amanhã, projetado pelo *starchitect* Santiago Calatrava, e o painel “Etnias”, assinado pelo renomado grafiteiro Eduardo Kobra, são duas das principais iscas culturais (Arantes, 2000) concebidas para compor uma nova imagem da área. Um aquário municipal – AquaRio, “o maior aquário da América do Sul” – e uma roda-gigante – Rio Star, “a maior roda-gigante da América Latina” – completam as materialidades que compõem esse novo polo turístico da cidade.

Figura 4 – Grafites e intervenções artísticas cobrem as fachadas de imóveis vazios localizados no Boulevard Olímpico.



Fonte: Marcos André Pinto.

NAUFRÁGIO

Todos esses investimentos demonstram um real incremento da atividade turística na zona portuária, notadamente quando o cenário atual é confrontado com o contexto de uma década atrás, antes das obras do Projeto Porto Maravilha: tratava-se de uma *no-go area*, um território estigmatizado pela presença de sujeitos e grupos sociais indesejados e fora da vista daqueles que buscavam o Rio de Janeiro como destino turístico. Por outro lado, é preciso chamar atenção para os descaminhos do processo de turistificação da zona portuária e a incapacidade de gestores públicos em cumprir a promessa de torná-la “mais famosa e mais visitada que o Cristo Redentor”.⁷

As entrevistas realizadas no âmbito desta pesquisa evidenciam o descontentamento generalizado em relação ao destino da área. No portão de desembarque do Píer Mauá, uma guia de turismo afirmou, enquanto aguardava o desembarque de uma família francesa em visita à cidade:

⁷ Entrevista nº 12 (Assessor do Prefeito Eduardo Paes), realizada em 18 out. 2016.



Aqui na zona portuária eu não tenho muitas coisas a oferecer para um turista. O que eu tenho para propor como visitação? [...] Essas pessoas vêm passar duas ou três noites na cidade, elas já têm em mente o que querem visitar: Pão de A ugar, o Cristo [Redentor], Santa Teresa, as vezes a Lapa, ou o [est dio do] Maracanã.⁸

Outro guia de turismo relata:

Uma vez eu tive uma demanda de um grupo para visitar o boulevard. Mas foi rápido, aproveitaram as últimas horas antes de o navio partir [...]. Não tem nada de diferente para se ver aqui,   só um calçadão sem árvores, não tem nem sombra.⁹

Nas palavras da proprietária de um *food truck* estacionado no entorno do Museu do Amanhã:

Eu investi todas as minhas economias neste *food truck*. Durante as Olimpíadas, eu ganhei muito dinheiro. Todo o mundo que trabalhava com alimenta o aqui lucrou [...]. Depois, virou esse deserto que você está vendo. De vez em quando, eles fazem algum evento aqui no boulevard, isso aumenta as vendas, mas eu estou pensando em sair, voltar para o meu emprego anterior.¹⁰

CONCLUSÕES

No campo dos estudos turísticos, um volume significativo de trabalhos tem ressaltado que a transforma o funcional do espaço para atividades vinculadas ao consumo e acolhimento de visitantes tem gerado consequências negativas em muitas cidades, fazendo eclodir ondas de descontentamento de seus moradores. Os motivos vão desde o aumento dos preços dos aluguéis – ocasionado pela pressão da especula o imobiliária e pelo aumento exponencial de imóveis disponibilizados em plataformas digitais de aluguel por temporada, como o Airbnb –   privatiza o de espaços públicos – criando restri es   circula o nos espaços e corroendo o sentimento de pertencimento de moradores aos seus bairros (Milano, 2018). Barcelona parece ser o exemplo mais notável dos impactos negativos do processo de turistifica o, que contribuir m para a

⁸ Entrevista n  32 (Mulher, 33 anos, guia de turismo), realizada em 27 jan. 2019.

⁹ Entrevista n  33 (Homem, 29 anos, guia de turismo), realizada em 27 jan. 2019.

¹⁰ Entrevista n  35 (Mulher, 40 anos, microempresária), realizada em 27 jan. 2019.



eleição de uma prefeita cujo plano de governo era pautado pelo decréscimo turístico.¹¹

Apesar de adotar um receituário de produção do espaço urbano inspirado na capital catalã, o Projeto Porto Maravilha não alcançou até o momento o mesmo tipo de êxito no Rio de Janeiro. Frente a essa situação, é necessário analisar as ações futuras de agentes públicos e privados relacionadas à promoção da atividade turística na área e avaliar se os impactos negativos identificados em cidades europeias e norte-americanas encontrarão eco no contexto dos bairros portuários cariocas.

REFERÊNCIAS

ARANTES, O. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis, Vozes, 2020.

COLES, T.; & Timothy, D. (Org.). **Tourism, Diasporas and Space**. London: Routledge, 2004.

HARVEY, D. From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. **Geografiska Annaler**, vol. 71, n. 1, 1989, p. 3-17.

MILANO, C. Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, vol. 16, n. 3, 2018, p. 551-564.

OJEDA, A.; KIEFFER, M. Touristification. Empty concept or element of analysis in tourism geography? **Geoforum**, vol. 114, 2020, p. 143-145.

PINHO, P. **Mapping Diaspora: African American Roots Tourism in Brazil**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2018.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. **Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro “Rio sempre Rio”**. Rio de Janeiro: PCRJ, 1995.

ZUKIN, S. Urban lifestyles: diversity and standardisation in spaces of consumption. **Urban Studies**, vol. 35, n. 5-6, 1998, p. 825-839.

¹¹ Prefeita Ada Colau, eleita em 2015 e reconduzida ao cargo em 2019.