

Empresariamento urbano: da teoria à prática do planejamento urbano estratégico na cidade de Belo Horizonte (2009-2019)

*Urban entrepreneurialism: from theory to
practice of strategic urban planning in the city
of Belo Horizonte (2009-2019)*

Luciano dos Santos Diniz¹

Cibelle Paula Batista da Silva²

Paulo Fernandes Sanches Junior³

6.....

Resumo: As cidades capitalistas, em seu estágio globalizado, informacional e tecnológico, assumem um protagonismo inegável na vida cotidiana dos cidadãos. A partir de ambiciosos projetos estratégicos, as cidades atuam no sentido de flexibilizar suas estruturas produtivas e comerciais, atrair investimentos, promover o turismo e a realização de grandes eventos, capacitando-as à inserção nas redes da economia global. As cidades se vendem freneticamente, mediante a afirmação de sua competitividade e respectivas vantagens locais. O “Plano Estratégico de Belo Horizonte 2030” (2009) visa a estabelecer as diretrizes para o desenvolvimento econômico, garantir maior atratividade para investimentos, criar ambientes atrativos para turistas, promover a melhoria da qualidade de vida e, finalmente, criar uma imagem positiva da cidade. A reestruturação socioeconômica do município tem redesenhado suas estruturas internas, corroborando a tese da cidade como *growth machine*. O artigo busca compreender o “empresariamento urbano”, enquanto modelo de gestão e planejamento urbano contemporâneo, e analisar a aplicação da abordagem estratégica nas políticas urbanas empreendidas pela administração municipal de Belo Horizonte entre 2009 e 2019.

¹ Doutor em Ciências Sociais, CEFET-MG, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5396-9999>. E-mail: lucianodiniz@dcsa.cefetmg.br.

² Bacharel em Administração, CEFET-MG, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7532-9236>. E-mail: cibellepaula2011@yahoo.com.br.

³ Doutor em Engenharia Civil, CEFET-MG, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1786-867X>. E-mail: sanches@dcsa.cefetmg.br.

Palavras-chave: Empresariamento Urbano; Planejamento Estratégico; *City Marketing*; Belo Horizonte.

Abstract: Capitalist cities of today, in their globalized, informational and technological stage, assume an undeniable role in everyday lives of citizens. Based on ambitious strategic projects, cities are working to flexibilize their productive and commercial structures, attract investments, promote tourism and carry out major events, in an effort to join the networks of global economy. The cities sell themselves frantically by affirming their competitiveness and their location advantages. “Belo Horizonte’s Strategic Plan 2030” (2009) aims to establish the guidelines for economic development, ensure greater attractiveness for investments, create attractive environments for tourists, promote the improvement of quality of life as means to build a positive image of the city. This deliberate act of Government, in the socioeconomic restructuring of the municipality, has redesigned its internal structures, corroborating the thesis of the city as a growth machine. The article seeks to understand the “urban entrepreneurialism”, as a model of contemporary urban planning and management, and to analyze how this strategic approach is applied in the urban policies undertaken by the Government of the municipality of Belo Horizonte from 2009 to 2019.

Keywords: Urban Entrepreneurialism; Strategic Planning; City Marketing; Belo Horizonte.

INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, a cidade capitalista tem sofrido transformações profundas na sua organização, motivadas por mecanismos econômicos e financeiros, associados a processos mais complexos que provocam situações de exclusão e segregação socioespacial das populações com menos recursos econômicos e, por isso, mais vulneráveis. Para alguns autores, como David Harvey, por exemplo, tais questões estão relacionadas a um projeto neoliberal que começou a adensar-se a partir da década de 1970, cujos princípios têm orientado a condução dos novos processos de planejamento e gestão estratégicos adotados nas cidades, num cenário de competição interurbana.

Como resultado, o tecido urbano é moldado pelo interesse do capital, que utiliza o solo urbano com o fim precípua de garantir o funcionamento da economia global e a circulação, em diferentes escalas, de pessoas e bens (Harvey, 2014). Aspectos que, segundo Harvey (1989), constituem o denominado empresariamento urbano, em que as cidades, na condição de mercadorias, são adequadas à ordem econômica mundial.

As estratégias de desenvolvimento urbano variam de cidade para cidade, baseadas na realidade, nos recursos específicos (naturais, humanos, locacionais), no objetivo e no público a atingir. Dentre as práticas comuns a esse novo modelo de gestão urbana, tem-se o planejamento vinculado à elaboração de planos estratégicos prevendo obras de reestruturação urbana, a utilização de *marketing* urbano para promover interna e externamente a imagem da cidade, a intensificação do uso de parcerias público privadas (PPPs) e a construção de consenso entre os cidadãos para sustentar o novo projeto de cidade.

No caso de Belo Horizonte, a ação deliberada do Poder Público para a reestruturação socioeconômica da cidade tem redesenhado suas estruturas internas, corroborando a

tese da cidade como *growth machine* (Logan; Molotch, 2007). Nessa perspectiva, esse artigo busca compreender a origem, as características e as vicissitudes do empresariamento urbano, enquanto modelo de gestão e planejamento urbano contemporâneo, e analisar a aplicação da abordagem estratégica nas políticas urbanas empreendidas pelo Poder Público do município de Belo Horizonte entre 2009 e 2019.

Trata-se de um estudo de abordagem qualitativa e natureza descritiva, no qual foram utilizadas pesquisas bibliográfica, documental e entrevistas semiestruturadas, com amostra não probabilística por conveniência, com gestores públicos de órgãos ligados às políticas de planejamento estratégico, ao turismo, à atração de investimentos e à internacionalização de Belo Horizonte.

A pertinência da escolha de Belo Horizonte como objeto de estudo decorre da adoção primeva do planejamento estratégico em 2009, com revisão em 2016; da importância regional que a cidade possui enquanto capital do Estado e eixo de uma região metropolitana; das preparações para sediar a Copa do Mundo de 2014; da concessão do título de Patrimônio Cultural da Humanidade para o conjunto arquitetônico da Pampulha em 2016; das práticas de internacionalização e de incentivo ao turismo; bem como da recente aprovação do seu novo Plano Diretor (Lei nº 11.181/2019), o qual define as prioridades para o desenvolvimento urbano e ordenamento territorial da cidade nos próximos anos, com destaque para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (Agenda ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).

EMPRESARIAMENTO URBANO E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO

De acordo com Harvey (2006), a cidade é tanto produto como condição dos processos de transformações sociais em andamento. E “como uma das expressões da produção social, a cidade tem passado por transformações intimamente relacionadas com os modos de produção” (Araújo, 2012, p. 134).

A partir do início da década de 1970, observa-se uma reorientação das governanças urbanas nos países capitalistas avançados, de tal modo que a abordagem de gestão modernista vigente até então vem sendo substituída por uma forma de gestão urbana empreendedora num processo chamado de empresariamento urbano (Harvey, 2006).

A mudança na forma como as cidades são planejadas e geridas ocorreu como consequência da globalização, da ascensão da ideologia neoliberalista e da crise internacional de 1970, a qual provocou desindustrialização, austeridade fiscal e desemprego, comprometendo a capacidade dos Estados de prover o desenvolvimento das cidades. Os governos municipais assumiram, então, uma postura mais ativa e empreendedora, capaz de lhes garantir maior dinamismo político e econômico.

A globalização e a intensificação dos fluxos transnacionais de pessoas, capitais e recursos, realçou a importância das qualidades do local, acirrando a competição entre cidades pela atração de investimentos, empresas, turismo e usuários solventes – moradores e turistas (Harvey, 2006; Compans, 2014; Kohler, 2014).

Com isso, o debate sobre questões urbanas, que antes envolvia temas como crescimento desordenado, reprodução da força de trabalho, equipamentos de consumo coletivo, movimentos sociais urbanos e racionalização do uso do solo, passa a abarcar, também, uma nova questão que tem como foco a problemática da competitividade urbana (Vainer, 2013).

Essa nova perspectiva trazida pelo empresariamento urbano implica que as cidades sejam vistas e geridas como uma empresa, tornando possível a transferência de modelos e práticas da gestão empresarial para a gestão urbana (Oliveira, 1999), com o objetivo de preparar e qualificar as cidades para a competição no mercado interurbano, projetando-as no cenário nacional e internacional. Compans (2014, p. 27) complementa que o discurso do empreendedorismo, ao utilizar essa metáfora cidade-empresa, “justifica e viabiliza novas práticas e relações sociais, bem como uma agenda de investimentos pré-determinada pelo imperativo da competitividade interurbana”.

Dentre as práticas comuns a esse novo modelo de gestão urbana, tem-se o planejamento vinculado:

i. à elaboração de planos estratégicos prevendo obras de reestruturação urbana, para a implementação de projetos que combinem atratividade para eventuais investidores, alta visibilidade e atividades em consonância com as tendências econômicas emergentes, como o setor terciário e de serviços especializados – escritórios, lazer, turismo, gastronomia, esporte (Somekh; Campos Neto, 2005); construindo-se, progressivamente, uma cidade voltada para a tecnologia, a inovação e a diversidade socioeconômica (Abrantes, 2010);

ii. à utilização de *marketing* urbano para promover interna e externamente a imagem da cidade, como “um lugar inovador, estimulante, criativo e seguro para se viver ou se visitar, para se divertir ou consumir” (Harvey, 2006, p. 176), mediante a promoção de equipamentos urbanos e culturais projetados por arquitetos de renome, ampla divulgação dos atributos valorizados pelo capital transnacional e, de outro lado, mascaramento dos problemas socioespaciais locais (Borja; Forn, 1996). Conforme Vainer (2013),

“a venda da cidade é, necessariamente, a venda daqueles atributos específicos que constituem, de uma maneira ou de outra, insumos valorizados pelo capital transnacional. (...) talvez esta seja, hoje, uma das ideias mais populares entre os neo-planejadores urbanos: a cidade é uma mercadoria a ser vendida, num mercado extremamente competitivo em que outras cidades também estão à venda” (Vainer, 2013, p. 79).

iii. à intensificação do uso de parcerias público privadas (PPPs), mediante a associação entre o capital local (capital imobiliário, por exemplo) e o governo municipal no planejamento urbano, seja por meio da programação de obras e investimentos, seja através da regulação do uso e ocupação do solo, configurando-se como um importante instrumento para a nova forma de gestão, face à redução da capacidade de investimento do Estado e às contingências da nova economia (Oliveira, 1999; Harvey, 2006); e

iv. à construção de consenso entre os cidadãos para sustentar o novo projeto de cidade, expressando a vontade unitária de toda uma cidade de se manter coesa, a fim de enfrentar as outras cidades num projeto competitivo baseado no patriotismo cívico. Logo,

a produção orquestrada da imagem da cidade enquanto meio de legitimação da reestruturação urbana (Sánchez, 1999; Vainer, 2013; Harvey, 2006).

Para Oliveira (1999), as práticas e discursos da gestão urbana incluem as seguintes características da gestão empresarial: (i) a ampliação da flexibilidade e agilidade de decisão aumentando o poder e arbítrio do Poder Público; (ii) a participação na gestão e a concretização do direito à cidade proporcionais à capacidade de investimento dos cidadãos, que passam a ser vistos como consumidores de bens e serviços; (iii) maior investimento na criação de condições para a produção e circulação de bens e mercadorias, em detrimento dos programas de cunho social e da melhoria de condições de vida da população local.

De se ressaltar que, no Brasil, antes do começo do período militar, em 1964, nenhuma política urbana havia sido implementada pelo governo federal. Somente a partir desse ano, teve início a adoção de uma política urbana cuja principal característica era a centralização de decisões no governo federal, com forte orientação setorializada, o que se manifestou na criação de regiões metropolitanas e em políticas urbanas setoriais, particularmente aquelas administradas pelo Banco Nacional de Habitação – BNH (Costa, 1994).

O segundo marco na evolução da política urbana brasileira se deu com a Constituição da República de 1988, a qual determinou que a terra urbana deveria cumprir uma função social e legislou sobre os instrumentos que contribuiriam para alcançar esse objetivo: edificação e parcelamento compulsórios, imposto territorial progressivo no tempo e expropriação com fins sociais. Para definir onde e como esses instrumentos seriam adotados, as cidades – alçadas à condição de entes federativos autônomos⁴ – deveriam instituir seus respectivos planos diretores.

Segundo Maricato (2007), o planejamento urbano tradicional caracterizava-se por definir padrões holísticos de uso e ocupação do solo, sendo apoiado na centralização e na racionalidade do aparelho de Estado. Esse urbanismo frequentemente engessava as cidades, dificultando ações que levassem em conta as especificidades socioespaciais locais. Para Compans (2014), a ineficácia do planejamento urbano tradicional foi a principal justificativa dos consultores internacionais para a adoção do planejamento estratégico no setor público.

O planejamento estratégico começou a ser aplicado ao planejamento urbano, inicialmente nos Estados Unidos e na Europa, e, desde a década de 1990 tem se difundido também no Brasil e na América Latina pela ação combinada de agências multilaterais e consultores internacionais, sobretudo catalãs (Vainer, 2013), com aplicação reconhecida do “modelo Barcelona”⁵ em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador e Curitiba.

⁴ Embora o município seja o responsável pelo planejamento e ordenação do território urbano, parte considerável dos 5.570 municípios brasileiros não dispõem de recursos financeiros e pessoal técnico capacitado para a execução das políticas urbanas (Diniz; 2015). Segundo Rolnik (2009, p. 41), “mais de 70% dos municípios brasileiros obtêm 90% [de] suas receitas através de transferências de outros níveis de governo”; apresentando, pois, baixíssima capacidade institucional, com dificuldades de ordem técnica, gerencial e financeira.

⁵ Barcelona foi a primeira cidade espanhola a implementar o planejamento estratégico, após ser nomeada para sediar os Jogos Olímpicos de 1992 (Guell, 2006). Segundo Abrantes (2010, p. 1), “entende-se por

Em Belo Horizonte, o marco da adoção desse modelo se deu com a elaboração, em 2009, do “Plano Estratégico de Belo Horizonte 2030” (PEBH), que define metas e projetos para a cidade num horizonte de curto, médio e longo prazo. O plano foi elaborado num contexto de preparação para sediar a Copa do Mundo de 2014, sendo posteriormente revisado em 2016.

Além do plano estratégico, outras políticas empregadas recentemente na cidade indicam a adoção de práticas do empresariamento urbano, visando potencializar o seu desenvolvimento econômico, garantir maior atratividade para investimentos, criar ambientes atrativos para turistas, promover a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos e, finalmente, criar uma imagem positiva da cidade, capacitando-a para uma maior inserção e visibilidade no cenário de competição entre cidades.

O PEBH adotado pela administração municipal corrobora as premissas e as práticas do empresariamento urbano na condução dos novos processos de planejamento e gestão implementados na cidade. Nessa medida, o planejamento belo-horizontino envolve: (a) a criação de uma “imagem” vendável da cidade objetivando a atração de usuários solváveis; (b) o estabelecimento de um estado futuro desejado e o delineamento dos meios efetivos para torná-lo realidade, com fixação de horizontes de médio e longo prazo e sob condições de incerteza; (c) a realização de um diagnóstico estratégico – baseado na matriz SWOT, da Harvard School –, que evidencie os aspectos internos e externos da cidade, revelando seus pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças do(n) mercado interurbano; (d) estratégias para diferentes cenários (“melhor futuro” ou de “superação das adversidades”); (e) metas e resultados, projetos e planos de ação; (f) parcerias público-privadas (PPPs); (g) governança urbana; (h) *stakeholders*; (i) inserção como cidade global; (j) a transição do modo de produção na direção de segmentos que privilegiem a geração de produtos ou serviços intensivos em conhecimento e inovação; diminuição de custos e aumento de lucros (Diniz; Vêras, 2017).

Como consequência dessas novas práticas de governança urbana, verifica-se a renovação do ambiente construído, a ocorrência de processos de gentrificação, a intensificação das desigualdades socioespaciais e o mascaramento dos problemas sociais locais, em detrimento dos objetivos preconizados de sustentabilidade e diversidade socioeconômica (Engel; Almeida, 2017; Kohler, 2014).

O PLANEJAMENTO E A (RE)PRODUÇÃO DO ESPAÇO EM BELO HORIZONTE

Nos anos recentes, Belo Horizonte tem passado por “significativas transformações socioespaciais, alavancadas por grandes projetos públicos de modernização da infraestrutura econômica e viária e administrativa, com forte conteúdo simbólico de atratividade

Modelo Barcelona o conjunto de intervenções de reestruturação urbana realizadas a partir dos anos 80 na cidade de Barcelona, com recurso ao planejamento estratégico e operacional e à gestão público-privada, numa perspectiva de desenvolvimento social e económico da cidade.”

econômica” (Costa; Mendonça, 2012, p. 46). De acordo com Mendonça *et. al.* (2015, p. 17), a (re)produção socioespacial da cidade evidencia “alterações características do atual período de acumulação urbana, em que o capital imobiliário, associado ao capital financeiro, fragmenta o território com novas formas de produção do espaço, mais uma vez ancorado na ação estatal”. As políticas implementadas pelo Poder Público perpassam cinco dimensões características do empresariamento urbano: (a) planejamento estratégico; (b) fomento ao turismo; (c) incentivo à internacionalização; (d) parcerias público-privadas e (e) alteração na base produtiva.

O PEBH foi estruturado em dois níveis de planejamento – um horizonte de curto e médio prazo e um horizonte de longo prazo, com proposições de metas e indicadores para a cidade almejada em 2030 –, cujos projetos sustentadores orientam as principais ações e políticas a serem implementadas pela Prefeitura Municipal. O plano estratégico espelha as potencialidades da cidade, as oportunidades de crescimento, os desafios e os entraves ao seu desenvolvimento, assim como a análise das tendências e incertezas que poderão influenciar a trajetória de Belo Horizonte, identificados a partir do diagnóstico situacional da cidade, elaborado com base na matriz SWOT (Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 2016).

O PEBH define a visão de futuro a ser alcançada por Belo Horizonte: uma cidade de oportunidades, sustentável e com qualidade de vida. De igual modo, estabelece os atributos necessários para o alcance do estado futuro almejado: um ambiente propício e atrativo aos investimentos, empreendimentos e negócios; a perspectiva de internacionalização da cidade; a ênfase em segmentos empresariais de maior valor agregado, capital humano e intelectual; o fortalecimento do turismo, especialmente de negócios e eventos, assim como uma maior projeção e visibilidade para o patrimônio cultural da cidade – com destaque para o complexo turístico da Pampulha, reconhecido pela UNESCO, no ano de 2016, como Patrimônio Cultural da Humanidade; além de iniciativas para credenciar a capital mineira como uma *smart city*, mediante o uso de tecnologias de comunicação e informação (Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 2016). Elementos, estes, típicos do empresariamento urbano, destinados a qualificar a cidade, tornando-a atrativa para receber turistas, empresas e investimentos.

O plano propõe ainda uma gestão democrática, transparente, fundamentada no consenso e forte coesão, o que remete à construção de consenso salientada por Vainer (2013) como resultado e condição para o sucesso do novo projeto de cidade.

Observa-se que, ao final da gestão do ex-prefeito Márcio Lacerda (que governou a cidade por dois mandatos, entre 2008 e 2016), o PEBH foi adaptado ao Plano de Governo apresentado pelo prefeito em exercício atualmente (Alexandre Kalil), a partir da edição do Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG) 2018-2021, cujas Áreas de Resultado estão sustentadas em duas premissas: (i) governar para quem precisa e (ii) fazer funcionar os serviços com qualidade (Belo Horizonte, 2017). A alternância política teve outros reflexos no planejamento da cidade, visto que, em meados de julho de 2019, o Decreto nº 17.135/2019 revogou o PEBH, estabelecendo a Agenda 2030 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (Agenda ODS) da ONU como referência para o planejamento de médio e longo prazo dos programas municipais.

O PPAG, orientado pelos objetivos da Agenda ODS, prevê ações visando à melhoria da qualidade de vida dos cidadãos nas áreas da saúde, segurança, educação e mobilidade, atrelado ainda a projetos voltados para o desenvolvimento econômico. Nessa medida, o PPAG também funciona como uma ferramenta de competição interurbana, à medida em que traça estratégias para qualificar a cidade.

O segundo aspecto a ser analisado é o desenvolvimento do turismo, que tem sido um dos principais objetivos perseguidos pelas cidades que visam a se inserir no competitivo mercado interurbano. Belo Horizonte tem atuado em consonância com essa realidade, para a consolidação de um ambiente propício e atrativo para investimentos, negócios e turistas. Sendo assim, constam no PEBH diversas ações e programas implementados desde 2009, que contribuem para o desenvolvimento do turismo e buscam promover o município como polo de atração turística.

Dentre as políticas implementadas pela Agência Municipal de Turismo (BELOTUR) para desenvolver o turismo na cidade tem-se: (i) a elaboração de um Plano Municipal de Turismo; (ii) a implementação do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS); (iii) a realização de Avaliação Ambiental Estratégica, que é um estudo dos impactos da atividade turística e de lazer no meio ambiente; (iv) a utilização de *benchmarking* para o monitoramento dos destinos turísticos concorrentes de Belo Horizonte, buscando aplicar as boas práticas identificadas e melhorar o que já vem sendo feito; (v) o Plano de *Marketing* Turístico de Belo Horizonte 2015/2020, elaborado em parceria com o Ministério do Turismo, com auxílio de uma consultoria externa da empresa Chias Marketing – referência mundial em planejamento estratégico de *marketing* turístico; (vi) a realização do Planejamento Estratégico de longo prazo, com horizonte de quatro anos, para acompanhar a duração das gestões municipais; e (vii) o Plano de Negócios, feito anualmente, e que consiste num desdobramento tático e operacional do planejamento estratégico.

Sobre o Plano de *Marketing* Turístico de Belo Horizonte, a chefe do Departamento de Desenvolvimento Turístico da BELOTUR, Ana Gabriela Milagres Moreira Baêta Ale (informação verbal, 23 de novembro de 2017), relata:

“A gente tem um plano chamado Plano de *Marketing* Turístico de Belo Horizonte [...] ele fala sobre a atividade turística em Belo Horizonte como um todo. O Plano de *Marketing* é um composto mesmo de *marketing*. Ele pega tudo aquilo que eu tenho no destino e me ajuda a vender melhor. A BELOTUR contratou uma consultoria que me ajuda a vender a cidade com aquilo que eu tenho, e o que eu posso ter, o que eu tenho em potencial. Por exemplo, o Plano de *Marketing* Turístico constatou que Belo Horizonte usa 47% do potencial turístico que ele tem, ou seja, eu quero chegar no 100. Então, ele traça uma série de estratégias para eu poder alcançar o topo, como que eu devo vender meu destino, se eu tenho que criar produto diferente, se eu tenho que fazer parceria com o entorno”.

Além do turismo de negócios e eventos, a cidade se volta também para o turismo de lazer, com destaque para o complexo turístico da Pampulha. Segundo pesquisa encomendada pela Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais (Setur, 2017), no ano de 2017, para avaliar o perfil dos turistas que visitam Belo Horizonte, a Pampulha constituiu, para os respondentes, o principal atrativo turístico da cidade (13,9% dos respondentes

citaram a Lagoa da Pampulha e 11,8% fizeram menção a Pampulha). Tal fato aponta para a importância do complexo turístico da Pampulha para o turismo na cidade, fator que foi reforçado pela concessão do Título de Patrimônio Cultural da Humanidade ao seu conjunto arquitetônico, em 17 de julho de 2016, pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura). Relevante mencionar, também, a recente atribuição, pela UNESCO, do título de Cidade Criativa pela gastronomia ao município de Belo Horizonte, título que reconhece e destaca a importância do setor gastronômico no desenvolvimento turístico local.

A internacionalização tem sido outro objetivo perseguido pela cidade de Belo Horizonte nesse cenário de globalização e competitividade interurbana. Para tanto, além de aderir a um planejamento estratégico, elaborar programas de incentivo ao turismo, e estabelecer parcerias com o setor privado, a capital mineira também tem empreendido ações que possibilitem a sua inserção na rede internacional de cidades. Segundo Diretora de Relações Internacionais do município, Patrícia Romanelli Cury Grazireia (informação verbal, 12 de outubro de 2017):

“A prefeitura de Belo Horizonte já vem com um trabalho de internacionalização construído e consolidado através de parcerias estratégicas, de cooperação internacional técnica e financeira, órgãos internacionais que financiam projetos. Então, tem várias ações estratégicas no sentido de ampliar a visibilidade de Belo Horizonte no mundo. Belo Horizonte é um destino também muito procurado para atividades acadêmicas, culturais, turísticas, de negócios, então todas essas situações contribuem para a internacionalização”.

Ancorando-se na “necessidade” de se tornar uma cidade mais competitiva no cenário global, Belo Horizonte vem implementado alterações de zoneamento; flexibilização das normas relativas ao parcelamento, ocupação e uso do solo e dos códigos de edificação (elevando o potencial construtivo de diversas áreas e o gabarito de outras especialmente cobijadas pelos construtores, por exemplo); subsídios públicos de todas as espécies (renúncias fiscais, crédito barato, aquisição de terrenos, etc.); e a utilização de parcerias público-privadas (PPPs) na governança urbana, promovendo a integração entre a iniciativa tradicional local (capital privado) e o Poder Público, mediante a reconstrução de regiões urbanas degradadas, com a implementação de obras de infraestrutura e alocação de equipamentos urbanos (Programa Centro Vivo, Plano de Revitalização do Hipercentro, Operação Urbana Consorciada Antônio Carlos Leste-Oeste), bem como a criação de infraestruturas físicas (inclusive para sediar a Copa do Mundo 2014) – como edificação de rodovias, comunicações e outros melhoramentos de infraestrutura –, e sociais – como ciência e tecnologia, cultura –, que fortaleçam a base econômica da região e estimulem a criação de novos produtos e tecnologias.

Logo, notam-se ações cada vez mais intensas de agentes econômicos em conjunto com a política pública local, cujo intento na (re)produção espacial da cidade volta-se para o seu valor de troca, subjugada aos interesses do capital (Harvey, 2006). Derivada dessa lógica, ocorre a criação da PBH Ativos S/A, uma empresa privada constituída sob a forma de sociedade anônima de capital fechado pelo Poder Público Municipal (Lei Municipal nº 10.003/2010). A empresa tem como propósito articular e operacionalizar as políticas

públicas voltadas para o desenvolvimento econômico e social local, por meio da captação de recursos financeiros, PPPs, execução de obras de infraestrutura, gestão de ativos e de imóveis públicos. Desde a sua criação, em 2011, verifica-se “a transferência de vultosas quantias de patrimônio público dos cofres do município para a PBH Ativos” (Canettieri, 2017, p. 515). A gestão empresarial da PBH Ativos submete as políticas públicas à racionalidade do capital, à lógica do lucro, sem qualquer controle social.

De acordo com Borja e Castells (1997) os serviços avançados e a indústria de alta tecnologia são os novos processos produtivos estrategicamente dominantes, por serem capazes de conferir maior dinamismo econômico, e maior crescimento do emprego e do PIB na maioria dos países. Nessa lógica, é esperado que as cidades promovam uma alteração de sua base produtiva, voltando-se à produção de bens de alto valor agregado.

Em Belo Horizonte, esse processo vem sendo fomentado principalmente pelo BH-TEC – Parque Tecnológico de Belo Horizonte: uma associação civil de direito privado, de caráter científico, tecnológico, educacional e cultural, sem fins lucrativos, que atua abrigando empresas que se dedicam a pesquisar e produzir novas tecnologias.

As empresas que atualmente integram o BHTEC abrangem diversos ramos de negócio, como a biotecnologia, tecnologia da informação, meio ambiente, energia renovável, automação industrial, consultoria e gestão, dentre outros. Essas empresas recebem o apoio da instituição para o desenvolvimento de seus negócios, sendo que esse apoio se dá em várias frentes, como a aproximação com universidades e centros de pesquisa, o acesso a crédito, a disseminação de oportunidades e de eventos de interesse, promoção de *networking*, divulgação por meio de atualizações nas redes sociais, página oficial do Parque e nas apresentações institucionais, apoio para assessoria de imprensa, e incentivos fiscais (ISS), entre outras. Dentre os resultados obtidos pelo Parque Tecnológico em 2016 está um faturamento de 82,1 milhões, 11,9 milhões investidos em P&D e o lançamento de 75 novos produtos ou serviços (BHTEC, 2019).

Seguindo essa linha, outro agente que tem desempenhado um importante papel na alteração da base produtiva e no desenvolvimento tecnológico de Belo Horizonte é a comunidade de empresas e projetos San Pedro Valley, voltada para *startups* - empresas de base tecnológica. Essa comunidade surgiu em 2011 e já reúne mais de 200 empresas de diversos setores, além de aceleradoras e investidores, que tornam Belo Horizonte uma referência em criatividade, negócios e resultados em tecnologia, figurando entre as cidades brasileiras com maior densidade de empresas de tecnologia da informação (TI).

Esse ambiente também é amparado pela infraestrutura da cidade que possui 773 km de fibra óptica; 1.501 câmeras de videomonitoramento; 171 mil lâmpadas de iluminação pública sendo substituídas por LED, incluindo 26 mil com telegestão; Sistema Integrado de Gestão, Monitoramento e Informação do Transporte Coletivo Municipal (BRT MOVE); Laboratório Aberto de IoT (Internet das Coisas); Georreferenciamento e 77 áreas na cidade com livre acesso à internet (Urbam Systems, 2018), cujo número deve aumentar para 1.091 locais de acesso gratuito de *wi-fi* (*hotspots*) até 2020. E para realizar a gestão desta infraestrutura, Belo Horizonte mantém, desde 2013, o Centro de Operações

de Belo Horizonte (COP-BH), que integra as áreas de segurança e prevenção, mobilidade urbana, defesa civil, fiscalização, limpeza urbana, entre outros, cujas ocorrências são monitoradas 7 dias por semana, 24 horas por dia e provê mais segurança e qualidade de vida aos belo-horizontinos.

Também em 2017, a cidade lançou o “Programa Belo Horizonte, Cidade inteligente” para impulsionar a atuação como uma cidade de referência em planejamento urbano. Ela já se destaca com um dos maiores parques tecnológicos do Brasil (com incentivo à indústria criativa, a partir do programa Horizonte Criativo), a capital da energia solar do país (dada a utilização de painéis fotovoltaicos e biomassa oriunda de resíduos da poda e supressão de árvores, a partir da Central Geradora de Energias Renováveis) e com o primeiro lugar entre as cidades que mais possuem ações para cuidar do meio ambiente no Brasil, tendo como exemplo a implantação da Biofábrica (controle biológico de pragas em áreas verdes e hortas urbanas).

Salienta-se, por fim, que em meados de 2018, o Poder Público de Belo Horizonte aderiu à Rede Fab City, na França. A rede conecta 34 cidades, incluindo Amsterdam, Barcelona, Boston, Cidade do México, Paris, Hamburgo, além das cidades brasileiras de São Paulo, Curitiba, Recife e Sorocaba, que trabalham pela mudança do paradigma da economia industrial atual e que se comprometeram a atuar localmente na implementação de novos modelos urbanos, com práticas associadas ao desenvolvimento sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empresariamento urbano representa uma mudança no modelo de gestão das cidades, incorrendo em uma postura mais empreendedora do poder público no sentido de promover, em articulação com agentes privados, o desenvolvimento econômico local, e a qualificação das cidades para maior inserção e visibilidade no cenário competitivo de cidades.

Embora o empresariamento urbano gere inúmeros benefícios para a cidade à medida que promove o desenvolvimento econômico, atrai investimentos e gera emprego e renda, também é necessário atentar-se para a esfera social, pois todos os cidadãos devem ter igual direito à cidade e condições de desfrutar desses benefícios. Nesse sentido, há diferenças fundamentais entre o contexto de uma empresa e o contexto de uma cidade que precisam ser levados em consideração, começando pelo fato de que uma empresa visa primariamente ao lucro e a gerar valor para seus acionistas, enquanto uma cidade deve objetivar a qualidade de vida para todos os seus cidadãos.

Outro ponto a ser evidenciado é que o modelo de gestão empresarial aplicado a uma cidade está sujeito a desafios diferentes quando comparado ao contexto original, como a alternância política, que gera um problema de continuidade, em razão da ocorrência de novas eleições a cada quatro anos. As diferenças políticas e partidárias acabam por influenciar a continuidade das políticas públicas implementadas pela Administração anterior, gerando o dispêndio de recursos humanos e financeiros desnecessários.

Outro desafio identificado foi o grande impacto provocado por variáveis externas, como o cenário econômico. O maior exemplo disso é a atual conjuntura de crise econômica vivenciada pelo país e que tem se refletido nos municípios, provocando uma contingência orçamentária que dificulta as ações na administração pública. Embora empresas privadas também estejam sujeitas aos efeitos da crise, elas possuem alternativas de obtenção de recursos, como emissão de ações ou financiamentos em instituições financeiras. Outros entraves são a burocracia do serviço público, a dificuldade de conciliar prioridades entre as diversas áreas de administração pública e o trabalho em rede.

O tema é amplo e merece ser estudado e complementado por trabalhos futuros que avaliem a evolução e os efeitos das práticas de empresariamento urbano, sobretudo se consideradas as perspectivas de médio e longo prazo dos planos estratégicos de desenvolvimento socioeconômico previstos para a cidade de Belo Horizonte.

REFERÊNCIAS

- ABRANTES, Patrícia (2010). O modelo Barcelona: um exame crítico. In: *Finisterra*, 90.
- ARAÚJO, James Amorim (2012). Sobre a cidade e o urbano em Henri Lefebvre. In: *GEOUSP - Espaço e Tempo*, 31.
- BHTEC – Parque Tecnológico de Belo Horizonte. *Comunicação BHTEC*. <http://bhtec.org.br/>. Consultado em: 15 de novembro de 2019.
- BORJA, Jordi; CASTELLS, Manuel (1997). *Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información*, Madrid: Taurus.
- BORJA, Jordi; FORN, Manuel de (1996). Políticas da Europa e dos Estados para as cidades. In: *Espaços e debates*, 39.
- CANETTI, Thiago (2017). A produção capitalista do espaço e a gestão empresarial da política urbana: o caso da PBH Ativos S/A. In: *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 3.
- COMPANS, Rose (2014). *Empreendedorismo urbano: entre o discurso e a prática*. São Paulo: Editora UNESP.
- COSTA, Heloisa Soares de Moura; MENDONÇA, Jupira Gomes. (2012). Novidades e permanências na produção do espaço da metrópole: um olhar a partir de Belo Horizonte. In: OLIVEIRA, Fabricio Leal. *Grandes projetos metropolitanos: Rio de Janeiro e Belo Horizonte*. Rio de Janeiro: Letra Capital.
- DINIZ, Luciano dos Santos (2015). *(Re)estruturação urbana e o processo de gentrificação em Venda Nova – Belo Horizonte/MG*. (Tese de Doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- DINIZ, Luciano dos Santos; VÉRAS, Maura Pardini Bicudo (2017). Belo Horizonte/MG: Práticas De desenvolvimento do Vetor Norte Metropolitano. In: *Geo UERJ*, 30.
- ENGEL, Vonja; ALMEIDA, Giovana Goretti Feijó de Almeida (2017). A cidade-mercadoria e o marketing urbano na (re)construção da imagem dos espaços públicos: o caso da marca da cidade do Rio de Janeiro. In: *Rev. Bras. Estud. Urbanos Reg.*, 19.
- GUELL, José Miguel Fernández (2006). *Planificación estratégica de ciudades*. Barcelona: Editora Reverté.

HARVEY, David (1989). From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. In: *Geografiska Annaler*, 71.

HARVEY, David (2006). *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume.

HARVEY, David (2014). *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola.

KOHLER, André Fontan (2014). Políticas de renovação e regeneração urbana em Liverpool, Inglaterra: a construção de uma distopia urbana através de parcerias público-privadas. In: *R. B. Estudos Urbanos e Regionais*, 16.

LOGAN, John R.; MOLOTCH, Harvey L. (2007). *Urban fortunes: the political economy of place*. Berkeley: University of California Press.

MARICATO, Ermínia (2007). Globalização e política urbana na periferia do capitalismo. In: RIBEIRO, Luiz Cesar de Queiroz; SANTOS JUNIOR, Orlando Alves dos (Orgs). *As metrópoles e a questão social brasileira*. Rio de Janeiro: Editora Revan.

MENDONÇA, Jupira Gomes de, ANDRADE, Luciana Teixeira de; DINIZ, Alexandre Magno Alves (2015). Introdução: Mudanças e permanências na estrutura socioeconômica e territorial na Região Metropolitana de Belo Horizonte. In: MENDONÇA, Jupira Gomes de, ANDRADE, Luciana Teixeira de; DINIZ, Alexandre Magno Alves (Eds). *Belo Horizonte: transformações na ordem urbana*. Rio de Janeiro: Letra Capital, Observatório das Metrôpoles, Belo Horizonte.

OLIVEIRA, Fabrício Leal de (1999). A metáfora cidade-empresa no planejamento estratégico de cidades. In: *Cadernos IPPUR*, Rio de Janeiro, 1.

Prefeitura Municipal de Belo Horizonte (2016). Plano Estratégico BH 2030: BH no rumo certo.

ROLNIK, Raquel (2009). Democracia no fio da navalha: limites e possibilidades para a implementação de uma agenda de reforma urbana no Brasil. In: *R. B. Estudos Urbanos e Regionais*, 11.

SÁNCHEZ, Fernanda (1999). Políticas urbanas em renovação: uma leitura crítica dos modelos emergentes. In: *R. B. Estudos Urbanos e Regionais*, 1.

SETUR – Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais. Pesquisa de Demanda Turística de Minas Gerais – Alta e Baixa Temporada – 2017.

SOMEKH, Nadia; CAMPOS NETO, Candido Malta (2005). Desenvolvimento local e projetos urbanos. In: *Arquitextos*, São Paulo, 5.

VAINER, Carlos B (2013). Pátria, Empresa e Mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano. In: ARANTES, Otilia Beatriz Fiori; VAINER, Carlos B.; MARICATO, Ermínia. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*, Petrópolis: Vozes.

Recebido em 01/10/2020 – Aprovado em 16/11/2020