

Le tourisme dans les trois « capitales » du Brésil

Ana Maria Montenegro

Volume 21, Number 1, Spring 2002

Les villes capitales

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1071535ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1071535ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Montenegro, A. M. (2002). Le tourisme dans les trois « capitales » du Brésil. *Téoros*, 21(1), 21–28. <https://doi.org/10.7202/1071535ar>



Le tourisme dans les trois « capitales » du Brésil¹

Ana Maria Montenegro

Le Brésil, pays-continent et république fédérative, a institué vingt-quatre capitales d'État, mais à l'échelle nationale, officiellement ou officieusement, trois capitales émergent : Brasília, capitale fédérale, São Paulo, capitale économique, et Rio de Janeiro, restée capitale nationale sous bien des aspects. Ce sont ces trois villes qui font l'objet de cette étude. Sans doute ne doit-on pas oublier complètement les autres capitales d'État. Malgré les écarts régionaux de développement, de niveaux de vie et d'équipements, toutes ces villes rayonnent et attirent, ne serait-ce qu'à l'échelle de leur territoire, en raison de leur offre, en matière de commerce et de loisirs, et de leur appareil politique, administratif et culturel, voire financier. La Nouvelle Constitution de 1988 attribue aux gouvernements des États et des *municípios* des compétences et des prérogatives (Montenegro, 2000).

Si ces villes pâtissent de la distance/prix des voyages aériens, la situation en bord de mer est un atout considérable qui peut conduire au déploiement de l'aire d'attraction au-delà même des frontières nationales, à l'exemple de Florianópolis au Brésil austral et de Salvador de Bahia. Il en ressort aussi que les déplacements de loisir vers ces capitales relèvent du tourisme balnéaire, bien plus que du tourisme urbain, à l'exemple du Nordeste, où l'on part souvent en quête de la chaleur et du soleil d'hiver et également de la musique *nordestine* dont Caetano Veloso et Gilberto Gil sont les représentants les plus connus sur la scène internationale. Une nouvelle

attirance désormais relayée par l'environnement. En conséquence, ces flux et les pratiques de loisir qui leur sont associées s'imposent comme un facteur important, voire décisif, des politiques urbaines.

Un aperçu des marchés interne et externe

D'après le nombre de billets vendus sur des vols intérieurs (22,5 millions en 1998; 22,2 millions en 1999; 24,2 millions en 2000), un Brésilien sur six prend l'avion une fois par année, comparativement à trois voyages par an et par habitant aux États-Unis². Voici quelques années, une association de consommateurs réclamait une baisse de 40 % des prix et révélait qu'un aller-retour São Paulo-Londres acheté à l'étranger coûtait deux fois moins cher que le même billet acheté au Brésil auprès de la même compagnie. Sur les vols intérieurs, l'écart de prix pouvait atteindre 30 % entre un billet acheté auprès de compagnies régionales et ce même billet vendu par les compagnies nationales³. Alors que le touriste étranger a pu se procurer les passes-voyages intérieurs chez lui, l'autocar s'impose au voyageur « national » qui n'a pas accès au réseau de distribution ferroviaire. Selon l'entreprise brésilienne de tourisme Embratur, sur 157 millions de Brésiliens, 12 millions seulement font au moins un voyage annuel à l'intérieur du pays. Bien que ces flux intérieurs dépassent largement la demande touristique étrangère, celle-ci n'en est pas moins, la référence récurrente des politiques touristiques.

L'apport considérable du nord du continent (le Brésil est le quatrième pays visité par les touristes nord-américains et le

septième par les des Canadiens⁴) ne l'emporte pas en volume et n'infirmes pas les caractéristiques essentielles de la demande des pays frontaliers. Celle-ci relève surtout de l'interaction entre proximité géographique et culturelle ; par exemple, l'accès à des plages plus nombreuses et plus ensoleillées au Brésil qu'elles ne le sont au sud du continent. Florianópolis, capitale de l'État de Santa Catarina, est ainsi au troisième rang des villes les plus visitées par les touristes étrangers. Ces flux touristiques se prolongent sur Torres, Camboriu et d'autres villes balnéaires du sud et même jusqu'à Buzios, au nord-est de Rio, où Brigitte Bardot a naguère séjourné⁵. C'est surtout par la route que les Paraguayens, les Argentins et les Uruguayens accèdent au Brésil et gagnent la côte⁶. Cette clientèle forme, bon an mal an, presque la moitié des visiteurs étrangers. Bien que la domination du marché mitoyen sud-américain diminue à mesure que la distance s'accroît, Salvador, capitale de l'État de Bahia et quatrième ville en importance pour les arrivées internationales, est une des villes que les touristes Argentins visitent le plus souvent. Ce créneau que Recife, bénéficiant du voisinage d'Olinda, classée « Patrimoine Mondial », et Fortaleza, capitale du Ceara, voudraient bien exploiter même si elles misent aussi sur les brefs retours au pays de leurs émigrés respectifs, tout au moins ceux qui « ont réussi ».

Aujourd'hui « 95 % des touristes qui séjournent dans le Nordeste sont des Brésiliens ; ils viennent en autocar ou en voiture privée, ils logent chez des parents ou des amis ; leur salaire mensuel moyen est de 2 000 à 2 300 BRL⁷ ». En juin 2001,



à l'occasion de la *Bumba-meu-boi*, fête traditionnelle d'une dizaine de jours soutenue à gros renforts de marketing, l'État du Maranhão, à la frontière du Nordeste et de l'Amazonie, recevait 20 % de visiteurs de plus que l'année précédente⁸. D'autres villes organisent des carnivals hors saison... En fait, la concurrence s'accroît sur les côtes, dont les zones les plus proches et les plus facilement reliées aux capitales font, depuis une dizaine d'années, l'objet du programme « Prodetur-Nordeste : programme de développement du tourisme ». Celui-ci est doté d'un budget de 80 millions de dollars américains, dont 50 % sont empruntés à la Banque interaméricaine de développement, 24 % en provenance de l'État fédéral par l'entremise d'Embratur et de la Banque Nationale du Développement Économique et Social. Le reste est financé par la Banco do Nordeste et le Trésor des États concernés (Becker, 1996). Ceci a sans doute contribué à la décision de l'Organisation Mondiale du Tourisme de réaliser sa réunion annuelle (en juin 2001) à Natal, capitale côtière du Rio Grande do Norte.

On ne peut pas en dire autant de Brasilia que bien peu de touristes étrangers visitent. En revanche, l'aéroport, fonction de capitale nationale oblige, est le troisième du pays, desservi par une gare routière très fréquentée⁹. Pour sa part, Rio ne se départit pas du rôle de capitale du tourisme intérieur et extérieur : l'occupation hôtelière y caracolait à 70 % en 1998, dix points de plus qu'en 1996, même en août, en « plein » hiver austral¹⁰. Ajoutons enfin que le « mouvement » des aéroports de São Paulo, capitale de l'État du même nom, premier dans le pays, relève certes de son importance économique, mais aussi de sa position sur les routes aériennes vers le Centre-Ouest et l'Amazonie¹¹.

Tourisme dans la capitale fédérale... ville mystique !

La hiérarchie politique et administrative nous conduit d'abord à Brasilia, capitale planifiée inaugurée dans les années Kubitschek, période clé du processus de développement du pays. Inscrite au patrimoine culturel de l'humanité, Brasilia¹²,

dont le site « concentrerait » des forces telluriques, est une ville empreinte de symboles, ce que les circuits touristiques mettent à profit, dans un esprit fort éclectique. Ces symboles conduisent de l'urbanisme et de l'architecture moderne de Lucio Costa et d'Oscar Niemeyer aux sources communes d'inspiration (l'eau comme composante de la forme urbaine, formes pyramidales dans l'architecture...) avec celles d'Akhetaton, capitale administrative de l'Égypte ancienne, dont la célérité de construction s'approcherait de Brasilia.

Troisième parc hôtelier du pays, avec 17 000 lits, un taux d'occupation de l'ordre de 60 %, du lundi au jeudi seulement, rend bien compte d'un tourisme à dominante professionnelle lié surtout à la centralité du pouvoir (Cazes et Potier, 1996). Autant de données qui vont de pair d'une part avec la situation périphérique de Brasilia par rapport aux grandes villes et, d'autre part, les basses densités du Brésil central. Ces données expliquent la corrélation entre importance et nature du tourisme, développement du territoire, situation géographique face aux marchés émetteurs. L'hébergement et les autres services d'intérêt touristique occupent ici 3,3 % des actifs (29 128 sur un total de 880 000, dont 91,5 % dans le tertiaire), y compris les activités des villes-satellites. Composantes indissociables de l'économie de l'agglomération, leurs potentiels d'accueil et de services cadrent avec les moyens du plus grand nombre, résidents ou visiteurs réguliers.

Or, la renommée de Brasilia - et les agences de tourisme la présentent comme telle - est aussi celle d'une « capitale mystique », voire « secrète », ce qui attire un grand nombre de touristes relativement démunis. Le temple de la Bonne Volonté, « pyramide à sept faces, au sommet couronné par le cristal de roche le plus pur jamais trouvé au Brésil (18 cm de diamètre, 40 cm de hauteur, 21 kilos)... », a longtemps été le monument le plus visité et conserve une honorable neuvième place. Peut-on parler de concurrence vis-à-vis de la cathédrale métropolitaine (bâtie par Oscar Niemeyer) et des nombreuses églises et

chapelles catholiques de rite romain, comme l'ermitage dédié à Dom Bosco qui aurait, dès 1883, prévu l'avènement d'une « nouvelle civilisation entre le 20^e et le 15^e parallèle » ? Une « quadra des religions¹³ » concentre les sièges administratifs de diverses communautés religieuses à dominante syncrétique, alors que leurs centres de rassemblement et de vie trouvent leur place dans des lieux plus ou moins proches : Cidade di Palmelo (dans une des villes-satellites où le spiritisme oriente la pratique de thérapies diverses), *Cidade da Fraternidade* (qui accueille et adopte des enfants), *Cidade da Paz*, *Universidade Holística Internacional de Brasilia* à 26 km « qui œuvre pour faire éveiller une nouvelle conscience et une nouvelle vision du monde », *Vale do Amanhecer* « Vallée de l'Aube » à 42 km le plus grand phénomène syncrétique du pays, à certaines époques jusqu'à 3 000-4 000 personnes s'y réunissent chaque jour... représentant des cultes et des entités afro-brésiliennes, égyptiennes, gitanes, incas, aztèques, mayas et même extraterrestres », *Cidade Eclética* à 75 km liée à l'Union spirituelle ligne blanche, « où toutes les religions s'unifient » (Source : site Internet et guide officiel de la capitale).

Tour de ville « Brasilia secrète » : 3 heures, déjeuner compris et guide bilingue (présenté par l'agence Bluepoint)

Venez connaître les beautés et l'aura mystique de la Capitale fédérale et ses merveilles architecturales. Plus de 700 institutions ésotériques, religieuses et philosophiques ont migré vers le Plateau Central brésilien et y forment une « babel » de courants qui attire chaque fois davantage l'attention des touristes et des « amants » de spiritualité.¹⁴

Si la notoriété du religieux comme composante de l'attractivité de la ville renvoie au tourisme de congrès et de réunions, cette prééminence contraste avec le profil-type des visiteurs de Brasilia, dressé dans une enquête de 2001, ou plus exactement de ceux logeant à l'hôtel (ils ne sont que 48 %). Ces voyageurs ont majoritairement leurs



frais payés et ont choisis un hôtel d'au moins trois étoiles. Ceux-ci sont à 65 % de sexe masculin et mariés, 50 % ont entre 30 et 40 ans, et détiennent un diplôme universitaire ou l'équivalent. Ils sont chef d'entreprise ou ont une profession libérale. Ils voyagent en avion (57 %), le plus souvent seul (56 %), achètent leur billet directement d'une compagnie aérienne et le récupèrent à l'aéroport, sans avoir recours à une agence de voyage. Ils vivent souvent dans la région Sudeste, se rendent à Brasilia pour travail/affaires/congrès, leur revenu moyen mensuel est de 3 001 BRL¹⁵. Par ailleurs, toujours selon la même enquête reprise depuis cinq ans, soulignons qu'il y a 7,5 % d'étudiants parmi ces voyageurs. L'université de Brasilia, qui préserve toujours le souvenir de la répression militaire, s'est acquis une renommée considérable et contribue à son tour à la multiplication de congrès et réunions universitaires ou autres. s'y multiplient. L'activité du seul *Convention & Visitors Bureau* en témoigne puisqu'il a attiré 6 événements en 1998, contre 36 et 40 les deux années suivantes, réunissant respectivement 3 600, 39 900 et 54 000 participants, sans oublier le congrès annuel de l'Agence brésilienne des agents de voyage en 2001. La ville ne manque certes pas de centres de congrès ni de musées. Cependant, l'apport des touristes étrangers à l'économie urbaine, que l'on suppose « passage obligé » en matière de relations diplomatiques, voire économiques, est « insignifiant » : peu nombreux à visiter Brasilia (4,5 % à la dernière enquête), ils n'y font souvent qu'un tour de ville, le temps d'une escale avant de reprendre leur vol vers d'autres contrées (Paviani, 1995).

Les villes-capitales les plus peuplées du pays : entre tourisme d'affaires et de loisir

São Paulo

Capitale économique du pays et première agglomération d'Amérique du Sud, São Paulo est devenue depuis six ou sept ans la grande porte d'entrée du pays et le lieu de départ de plus de 40 % des touristes brésiliens vers l'étranger¹⁶. Beaucoup de débarquements dans ses aéroports relèvent

toutefois de transferts sur des vols intérieurs. Par ailleurs, l'attraction de la ville est mitigée pour ceux qui arrivent par la route de la zone de la triple frontière avec l'Argentine et le Paraguay, en direction surtout de Foz do Iguazu.¹⁷...

São Paulo, qui cumule les palmarès en matière d'économie et de croissance, s'évertue à retenir ses « *visiteurs en veston et cravate* » au-delà du temps nécessaire aux affaires... L'intéressé « *ne songe pas à rester ne serait-ce que le temps d'un week-end* ». Aussi voit-on se multiplier les incitatifs à prolonger les séjours : Visa a parfois proposé des remises (jusqu'à 50 %) sur le prix du voyage et de l'hébergement et des « cadeaux » dans 120 établissements commerciaux (restaurants, hôtels, bars, bars-tabac, librairies, location de voiture). Trois millions de dollars américains ont été alloués à ce programme d'une année, au besoin davantage, auquel se sont associés le *Convention & Visitors Bureau*, *Varig* et *Embratur*, dans l'objectif « *d'inciter les entrepreneurs et les hommes d'affaires à rester dans la ville après avoir participé à des réunions et des événements qui les y ont amenés* » (OESP, 18 avril 1997). Par la suite on annonçait l'arrivée, au cours des cinq années suivantes, de cinq entreprises d'organisation de grandes foires « *car la ville est le plus grand centre d'événements d'Amérique latine, promoteur d'un tourisme qui a brassé 3 milliards de dollars américains en 1998, d'après la revue US Update de la Chambre américaine* » (FSP, 2 août 1999). « *En matière d'activités purement commerciales autant que sous sa modalité sociale, le potentiel de la ville est indiscutable* », affirme-t-on ! Même si leur revenu moyen annuel dépasse celui des autres voyageurs, il n'en reste pas moins hasardeux d'affirmer que « *90 % de ceux qui y débarquent viennent pour affaires et peuvent se permettre de dépenser 240 \$US / jour, trois fois plus que le visiteur traditionnel* » (FSP, 1 juin 1997)¹⁸, car seulement 52 % des arrivées internationales relèvent des affaires. Près de 45 000 foires, congrès, événements ont lieu annuellement dans l'État de São Paulo dont la majorité dans la capitale où ces activités suscitent 60 % de l'occupation hôtelière. Il y aurait de quoi attirer des capitaux

japonais qui pourraient ainsi investir dans des complexes touristiques de l'État, comme au Nicaragua... Les échanges avec le Texas, Buenos Aires, le Japon devraient s'accroître, confirmait le Secrétaire aux Relations internationales de l'actuel gouvernement municipal¹⁹. Rappelons à ce propos que trois musées de la ville sont dédiés à l'immigration - du Japon, de l'Italie et de tous les autres pays dont les ressortissants sont venus pour travailler la terre, sur l'initiative du gouvernement de l'État, vers la fin du XIX^e - et que « l'hôtel » où on les conduisait à leur arrivée abrite aujourd'hui le Mémorial de l'Immigrant²⁰.

« *Le touriste se perd dans une ville où l'information à son intention est insuffisante et où personne ou presque ne parle l'anglais* ». Devant ce constat, l'entreprise municipale *Anhembi Turismo* avait prévu la mise en place de plaques d'information-orientation, de cours destinés aux conducteurs de taxis, aux policiers et aux étudiants, de campagne télévisuelle sur l'importance du tourisme... ; cette entreprise s'était donné pour objectif d'asseoir l'image de la ville comme capitale de la gastronomie²¹, « *un des plus grands centres gastronomiques du monde* », selon une publicité récente signée *Embratur*. De ce point de vue, l'apport migratoire est encore un élément important de la culture urbaine, malgré la montée, au cours des dernières années, de discrimination contre les nordestinos (Pires, 2001). D'ailleurs, les flux touristiques en provenance du Nordeste se renforcent, tout au moins à l'occasion d'événements porteurs comme la course automobile à Interlagos (rapatriée de Rio depuis une dizaine d'années) ou lorsque des hommes d'affaires accompagnés de leurs femmes y viennent pour, entre autres, faire leurs achats...

São Paulo, tremplin latin... chaque jour 300 clientes venues des quatre coins de la planète dépensent jusqu'à 1,5 million de francs (250 000 euro) chez Daslu, la boutique la plus luxueuse du Brésil... la Morumbi Fashion Week peaufine sa renommée... Les créateurs paulistes conquièrent les podiums étrangers ! (« São Paulo, le tremplin latino », Le Monde, 10 mars 2001).

Andrade et Rodrigues, pour leur part, ont porté leur regard sur les sources d'une image qu'ils considèrent réductrice : « la ville des affaires ». « Cette étiquette est à mettre sur le compte de certains intérêts... qui misent sur les grands centres commerciaux, au détriment des options culturelles, historiques et de loisir ». Purement « technocratique », elle déteint sur la ville et conduit les habitants à l'assimiler tout entière à la seule avenue Paulista, bordée par le siège des banques, les hôtels de luxe, les restaurants et les boutiques... À moins d'admettre que « la dynamique de la ville entraîne et galvanise aussi les activités touristiques » (Andrade et Rodrigues, 1995 : 3, 7)? Cette hypothèse semble être confirmée par les expositions présentées jusqu'en janvier (Cazes, 1996 :62-65).

Au 1578 de la Paulista, l'épine dorsale de la ville, le Musée d'Art, le MASP, l'un des plus importants musées de l'Amérique du Sud, affiche haut sur ses pilotis une exposition d'art égyptien choisi dans les collections du Louvre... Loin de là, la Pinacothèque, un modèle récent de muséographie, expose Rodin ; enfin, dans le Parc Ibirapuera, l'Oca, dont l'architecture de science-fiction est signée Oscar Niemeyer, accueille « Parade », une exposition issue des collections du Centre Pompidou, grâce au banquier et mécène Edemar Cid Ferreira, figure controversée de l'art et du patrimoine brésiliens (« Quand la France parade à São Paulo », Le Monde, 3 novembre 2001).

Capitale économique et culturelle du Brésil - 620 millions de francs (94,5 millions euro) sont collectés par des fonds privés pour financer la création artistique, São Paulo se remet peu à peu des années de dictature et des crises à répétition... (« São Paulo, le tremplin latino », Le Monde, 10 mars 2001).

Il est aussi vrai que « la » Paulista, qui a détrôné l'ancien centre, doit à son tour tenir compte d'un nouveau centre d'affaires, le Berrini, qui s'impose au sud-ouest sur des

terrains où le prix du mètre carré est digne d'une capitale des affaires... sur la Marginale qui longe le Pinheiros, cette « rivière désespérément polluée qui traverse la ville » (Rochefort, 2000 : 138) avec des voies qui la longent, souvent encombrées :

São Paulo vit dans un rythme suicidaire... la circulation y est infernale, des fous foncent dans toutes les directions... résumons-nous, n'y restez pas plus de 48 heures... Mieux vaut éviter São Paulo, j'y ai été et ma seule envie était de m'enfuir²² !

Ces commentaires, glanés dans divers guides touristiques étrangers (toujours d'après la même analyse), montrent à quel point penser le tourisme en fonction du seul touriste étranger, dans une métropole comme São Paulo, est une erreur courante car l'habitant est, lui aussi, un grand consommateur d'activités culturelles dites touristiques. Le centre d'information touristique de la place de la République en témoigne : il répond chaque jour à environ une trentaine de touristes étrangers, à 20 brésiliens non-paulistes et à 110 habitants de la ville ! De quoi admettre, à l'instar d'Andrade et Rodrigues (1995 : 6, 1)²³, que l'image touristique peut rendre compte des désirs que suscite cette capitale où tout semble possible, où tout peut arriver... comme « devenir quelqu'un » ou, tout simplement, avoir du travail, alors même que cette ville « n'a pas de mémoire ».

Rio de Janeiro

Ce n'est pas le cas de Rio, riche de la mémoire d'une capitale fédérale ! Par le passé si attractive, Rio s'est transformé à un point tel qu'on l'a même déjà accusée, dans la seconde moitié des années 1980, de la « fuite » générale des touristes, étrangers surtout, qui craignaient pour leur sécurité²⁴. En Argentine, par ailleurs, « pays froid aux zones balnéaires restreintes comparées à celles du Brésil, le marché touristique avait le vent en poupe ! » (OESP, 26 décembre 2000). Le ton était donné, malgré les interprétations différentes : pour *Embratur*, le problème venait de l'insuffisance de publicité et d'informa-

tion à l'étranger. *Conjuntura Econômica*, revue de la *Fundação Getulio Vargas*, institution de recherche renommée, accusait : « en 1990 Rio recevait 51 % des touristes étrangers, contre seulement 39 % en 1994... » (Teixeira, 1994 : 59-61). Cette redistribution partielle sur d'autres lieux et régions du pays est souhaitable et souhaitée, tout au moins à en juger par les politiques en la matière, qu'elles soient le fait de la Nation, des États ou des municipalités.

L'image négative de Rio se transpose au pays : en tant que destination touristique le Brésil est « hors course » (OESP, 7 novembre 1995).

En deux ans, de 1988 à 1990, le Brésil a perdu 651 000 visiteurs étrangers, une chute de 37 % ; pendant cette même période, le nombre d'assassinats a doublé à Rio... de 1987 à 1994 les arrivées au Brésil ont diminué de 17 % et les homicides à Rio ont plus que triplé... (Veja, 6 décembre 1995).

Le pays attire moins que l'Uruguay, ... que la Jamaïque, une très petite île des Caraïbes... qui alloue 30 millions \$US à la promotion sur les marchés extérieurs ; le Brésil devrait suivre cet exemple. La violence sur les plages de Rio effraie les touristes nord-américains dont les arrivées ont chuté à 60 000, contre 180 000 en 1960... La Fondation de l'industrie touristique (privée) salue les États du Nordeste qui se sont battus pour insérer Natal, Fortaleza, Macaïo sur la carte touristique mondiale ; ces villes pourraient concurrencer Rio comme porte d'entrée du pays (FSP, 18 février 1996).

Un doute persiste en ce qui concerne l'Uruguay, étant donné la taille réciproque des deux pays, alors que pour la Jamaïque, paradis fiscal livré aux touristes d'« affaires » et aux autres vacanciers américains, la comparaison est presque infamante pour le Brésil ! En effet, selon *Le Monde* du 10 mars 2001, Rio retrouve de son importance



même si les recettes du tourisme en 1994, atteignent 21 % du PIB de l'État de Rio de Janeiro (50 milliards \$US cette année) contre 28 % en 1984...; on peut s'attendre à un processus de réversion de l'image négative de cette capitale, symbole de la violence urbaine mondiale, comme New York certes, si ce n'est que les recherches sur Rio témoignent tout de même de l'efficacité des forces policières dans la ville..

Par ailleurs, « [...] le taux d'occupation hôtelière s'y redresse : 51,6 % en 1994, 62 % et 63 % les années d'après, 70 % en 1997... » (Carta do Rio, janvier 1998). En effet, le plan Rio Maravilha, élaboré dès 1997 par la municipalité et les entreprises du secteur touristique, décidait d'investir 15 millions de dollars américains en publicité et se donnait comme objectif, à l'horizon 2000, d'attirer 5 millions de brésiliens et 2 millions de touristes étrangers en provenance de villes ciblées dans différents pays. Ces derniers sont venus, au nombre de 734 000 en 1998, puis de 807 000 l'année suivante, comparativement à 4,2 millions de Brésiliens, au moment où la ville se plaçait septième au classement de l'*International Conferences and Conventions Association*, en accueillant 60 événements internationaux²⁵. Déjà le *Rio Visitors and Convention Bureau* annonçait plus de 80 contrats signés pour l'année 2000 et 300 autres prévus jusqu'en 2007. D'après *Rio Maravilha*²⁶ qui revendique « une année de discussion avec la population » et se veut

le plan du carioca et non pas celui du gouvernement, les aspects de la dynamique urbaine à prendre en compte en matière de facteur négatif pour le tourisme seraient : (1) l'importance des bidonvilles et de la criminalité qui l'accompagne (sic); (2) l'emprise du transport par autobus qui transforme certains quartiers en couloirs de passage; (3) l'éloignement de la Zone Ouest à cause de l'expansion désordonnée de la ville.

Or, ce dernier point pose problème car, du moins en partie, cette expansion relève des

plans d'urbanisme qui la reconnaissent comme seule réserve d'espace et seule aire de desserrement démographique dans la ville. Un diagnostic des problèmes et insuffisances conclut avec une affirmation discutable : « le citoyen carioca n'a pas conscience de l'importance du tourisme pour la ville ». Or, depuis fort longtemps, qu'il soit étranger ou brésilien, le touriste s'observe partout dans la ville, souvent pour des séjours réguliers auprès de sa famille. Cela aussi fait partie du savoir-vivre et de la mémoire du *carioca* (Montenegro, 2001).

Quoi qu'il en soit, le produit touristique défini pour Rio s'appuie sur des éléments de base (beauté naturelle, équipements, urbanité, histoire urbaine, modernité, attirance en matière d'événements internationaux et nationaux...) conjugués en fonction des publics cibles et de la durée des séjours. Des produits, territoriaux ou thématiques sont censés correspondre au « concept » *Rio Maravilha*, y compris auprès du *carioca*, invité à « mieux goûter sa ville » (comme c'est aussi le cas pour le *paulistano*, c'est-à-dire le citoyen de la ville de São Paulo évoqué ci-dessus).

La mise en œuvre d'un tel plan comporte de nouvelles installations (aquarium, parcs à thème...), alors que d'autres sont à aménager, comme le *Fort de Sao Joao*, sur le cap qui délimite entre elles les plages de Copacabana et d'Ipanema, déjà ouvert au public. Le fort s'intégrerait à un futur parc thématique centré sur la baie de Guanabara, avec d'autres éléments du patrimoine. Le site Internet du Secrétariat municipal au Tourisme signale déjà la progression des visites et des promenades en bateau, à proximité de la façade maritime du centre-ville. Les services comportent, notamment : l'autobus touristique qui dessert des points d'intérêt plus ou moins éloignés des zones centrales, ou d'accès difficile sans voiture ; l'accès et l'équipement rénovés du Pain de sucre (484 442 entrées, avant même les grandes vacances de fin de l'année 2001) ; le programme « Connaître Rio à pied » (qui concerne surtout le centre-ville, dont le riche patrimoine urbanistique, architectural et

muséographique a bénéficié d'une rénovation de qualité : création ou renouveau des musées ; les réductions d'impôts que préconisait Celso Furtado, alors ministre de la Culture, y ont « fait merveille ») (Montenegro, 1995). Le vieux centre a enfin « recréé ses ressources et offre... une récréation de qualité aux populations locales ». C'est dire que par son cadre patrimonial aussi, architecture moderne comprise, malgré sa taille et son histoire récente, Rio a bien des caractéristiques des « villes d'arts » et des « petites villes écrivain » que décrivent Michel Dewailly et Émile Flamant (2000 : 116, 121). Rio est bien placée en matière de tourisme écologique, malgré la catastrophe pétrolière dans la baie en janvier 2000 face à d'autres grandes villes du pays. En revanche, la violence s'est immiscée dans l'image qu'on en projette...

Enfin, en ce qui concerne le *Plan Maravilha*, il ne faut pas oublier, parmi ses composantes (information, marketing), celles qui touchent, alternativement ou de manière plus spécifique, les touristes et les professionnels, comme la mise en place ou la rénovation d'hôtels²⁷: même si l'on peut craindre qu'elle ne témoigne de la « précipitation déraisonnable » qu'évoque Georges Cazes (1996 : 54) à propos de certaines villes moyennes européennes, où « le phénomène de surcapacité peut déboucher sur une véritable saturation du marché » qui est inséparable de la nécessité pour les chaînes hôtelières de s'affirmer partout. À propos des partis pris d'une planification stratégique omniprésente, le quotidien *O Globo* (19 décembre 1998) s'exclamait : « les groupes hôteliers ont de quoi se réjouir ! ».

Quant à Rio, rappelons qu'au moment du Réveillon 2002, qui coïncidait avec la commémoration des 500 ans de la Baie, 6 millions de reales brésiliens (l'équivalent de 2 556 782 \$US), auront été attribués à son financement dont les trois-quarts de cette somme pour Copacabana, où l'on attendait 3,5 millions de personnes, dont 20 % d'étrangers... À moins que, en raison de la tragédie du 11 septembre, ces prévisions n'aient été revues à la baisse...



CONCLUSION

La comparaison proposée par *Téoros* sur la réalité touristique des capitales nationales et celle des autres centres touristiques d'un pays nous a conduits de la capitale fédérale, Brasília, à Rio, l'ex-capitale à l'attractivité sans cesse confirmée, où la rénovation du « vieux centre » suggère peut-être une comparaison avec le Vieux-Québec et, enfin, à nous intéresser à São Paulo. Aux commandes de l'économie nationale - Milton Santos l'a montré et théorisé en géographe (Santos, 1994 et 1992) -, São Paulo se présente en capitale du tourisme d'affaires. Mais comment en discuter à partir du seul décompte des arrivées déclarées pour affaires comme « motif principal du séjour ». Bien que ce critère soit entaché d'insuffisance et d'imprécision, il est pourtant mis généralement de l'avant pour justifier la rentabilité de certains services touristiques, en particulier dans l'hôtellerie et la restauration « haut de gamme ». En conséquence, São Paulo ne se range-t-elle pas parmi « ces villes persuadées, a tort ou à raison, de pâtir d'une mauvaise image de marque, (où) la volonté de reconsidérer la représentation collective de l'agglomération et, au besoin, de la reconstruire totalement avant d'en faire un instrument de promotion, est une des justifications le plus souvent avancées pour investir dans le développement touristique » (Cazes, 1996 : 47-48) ?

La réflexion de Menezes (1996 : 98) à propos du label patrimoine de l'humanité « lorsqu'il ne fonctionne pas comme tel à l'échelle du local, du municipal, du régional », renvoie à Brasília : quel en est le sens, selon qu'on y a son lieu de vie et de travail, ou qu'on ne s'y rend que pour accomplir des tâches le plus souvent humbles et mal payées ? L'intéressé « ne songe pas à rester ne serait-ce que le temps d'un week-end ». Car le fossé est en effet immense, entre la capitale nationale - où les niveaux de vie, d'instruction et de salaires l'emportent sur le pays tout entier -, et les villes-satellites et autres, à la fois distantes et dépendantes de son offre de travail. On le sait, dès l'annonce de la construction de la future capitale du pays, des flux nourris et constants, formés par

des travailleurs en provenance d'un peu partout, se sont dirigés et relayés vers ce plateau lointain et faiblement habité. Ces émigrants se trouvaient souvent déracinés, tout au moins jusqu'au moment d'y faire venir leur famille ou d'en créer une sur place. Ce déracinement n'est-il pas un facteur explicatif majeur de l'importance acquise ici par le religieux qui est de toute façon, à travers la diversité de ses formes d'expression, une donnée fondamentale de la culture et du quotidien de la majorité des Brésiliens ?

Finalement, à propos de Rio, rappelons les lignes de rupture, en termes de distance, d'urbanisme et de modes de vie, mais aussi en termes de génération, entre les quartiers traditionnels de Rio, aisés ou non, plus ou moins centraux et les « condominiums fermés » (Montenegro, 2000 et 1993), centres commerciaux, parcs de loisir et autres microcosmes, y compris universitaires, de Barra da Tijuca où de nouvelles et assez nombreuses générations de cariocas sont nées ou ont grandi. Notons enfin, la rupture sociale et économique entre « la Barra » et les zones populaires environnantes et plus ou moins proches qui lui fournissent largement sa main-d'œuvre. On sait par ailleurs que bien des investissements y sont faits en vue des vacances et des week-ends, tant pour des voisins sud-américains, que pour des cariocas. Tout cela fait se demander si ces formes de fragmentation, perceptibles depuis longtemps, auront leur version touristique, à moins qu'elles ne l'aient déjà. À suivre...

Ana Maria Montenegro est maître de conférence au Département de géographie, Université Paris XII, et trésorière de la Commission de géographie du tourisme et des loisirs au Comité national français de géographie.

Notes

- 1 L'ensemble des citations provenant de textes en portugais sont des traductions libres de l'auteur du présent article.
- 2 *JB*, 12 août 2001.
- 3 *JB*, 27 juillet 1996.
- 4 En 1998, 527 000 arrivées en provenance des États-Unis, une hausse de 31 % sur l'année précédente, et 47 000 arrivées du Canada, une hausse de 60,2 % (219,89 \$US/jour) ; ces touristes sont aussi parmi ceux qui dépensent le plus. Leur apport atteint cette année 11 % et 2,5 % respectivement du total des arrivées étrangères (OMT, 1999).
- 5 En 1999, 8,5 % des touristes argentins au Brésil et 6 % des Français ont visité ce site balnéaire snob situé à 150 km au nord-est de Rio.
- 6 À ce propos, lire Montenegro (1994). En 1999, arrivées au Brésil en provenance des pays de La Plata (Argentine, Paraguay, Uruguay) : par voie terrestre 1 750 204 arrivées sur 2,446 000 (soit 71,5 %) ; en ajoutant la Bolivie, on obtient 1 874 492 ; par avion 632 000 (soit 25 %) sur 2 534 000. Source : Embratur, *Anuario Estadístico* (2000) (idem pour toutes les arrivées, internationales et intérieures, quel que soit le mode de transport).
- 7 Enquête Sudene, d'après le quotidien *Gazeta Mercantil*, 25 septembre 1997.
- 8 Selon l'hebdomadaire *Epoca*, 2 juillet 2001.
- 9 Brasília : (1) vols internationaux, au débarquement : 7 804 passagers en 1998, 1 384 en 1999, soit 2,50 % et 1,78 % des touristes étrangers au Brésil ont visité la ville, empruntant majoritairement des vols intérieurs. Sur 162 vols/jour sur Brasília, deux seulement assurent des liaisons internationales, avec Miami et Buenos Aires ; (2) vols intérieurs, au débarquement : Brasília : 1 902 831 passagers en 1998, 1 927 266 en 1999 ; 2 394 000 en 2000 ; Rio : 2 884 801 et 3 429 320 passagers ; São Paulo : 5 124 928 et 6 253 560 passagers.
- 10 *O Globo*, 19 décembre 1999.
- 11 Aéroports de São Paulo - vols intérieurs, débarquements : Congonhas : 2 114,6 (1998),



- 3 078,7 (1999); São Paulo : 3 010,3 (1998), 3 174,8 (1999).
- 12 Sources des données sur Brasília : site Internet du Brasília Convention & Visitors Bureau ; Perfil do turista do Distrito Federal ; Brasília Tourist Guide 2001 ; Kern et Pimentel.
- 13 *Quadra* : ensemble de pâtés de maison « équipés », caractéristiques de Brasília.
- 14 Conheça todas as belezas e a aura mística da Capital Federal, com seus encantos e maravilhas arquitetônicas. Mais de 700 organizações esotéricas, religiosas e filosóficas migram para o Planalto Central brasileiro, formando uma babel de correntes que chama cada vez mais a atenção dos turistas e amantes da espiritualidade.
- 15 La dernière enquête date du premier trimestre 2001 ; en octobre, le dollar oscillait de 2,66 à 2,85 BRL.
- 16 Depuis une vingtaine d'années, la majorité des vols en provenance de l'étranger se posent d'abord à São Paulo, et non plus à Rio, fin de parcours pour une partie seulement des vols.
- 17 São Paulo n'attire pas, ou pas assez, ceux qui arrivent aux frontières Argentine-Paraguay-Bésil par la route, en direction de Foz do Iguaçu, ville où la mise en place de la centrale hydroélectrique d'Itaipu (considérée la plus grande du monde) a provoqué une croissance exponentielle. Ses 275 chutes de 40-80 mètres de haut, classées dans le patrimoine mondial de l'humanité, en font une valeur sûre des circuits touristiques guidés. Cinquième parmi les villes les plus visitées en 1998 et 1999 par les touristes étrangers, Foz héberge aussi les Brésiliens qui se rendent à Ciudad del Este, au Paraguay, pour s'y procurer des produits importés d'origines diverses qu'ils ramènent plus ou moins légalement au Brésil. Cependant, les routes qui relient cette zone au littoral par l'État du Paraná et celui de São Paulo ne favorisent pas l'accès à sa capitale que bien de bretelles permettent de contourner (Salomon, 1992).
- 18 Les chiffres correspondants seraient de 66 500 dollars américains pour 537 841 personnes (soit 26 % du total des entrées) contre, à l'échelle du Brésil, 41 500 \$US en 1996 et 39 600 \$US en 1995. Motifs des voyages à São Paulo :
- étrangers arrivés sur des vols internationaux : affaires 51,9 %, tourisme 37,6 %, événements 7,8 %, autres 2,7 % ; arrivées sur des vols intérieurs et aux gares routières (75 % de passagers brésiliens) : visite de parents et d'amis 31 %, affaires 21 %, loisirs et achats 21 %, événements 5 %, traitements de santé 7 %, autres 15 %
- Source : Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo.
- 19 Serson, J. (2000) : 232-239 ; FSP, 2 janvier 2001. À noter, en 1997-1998, une baisse des arrivées en provenance du Japon (-41 %), réduites à 23 100 en 1998, ainsi que du Canada (-14,1 %) et des États-Unis (-9,0 %), avec respectivement 485 700 et 4 885 500 entrées en 1998 (OMT, 1999).
- 20 FSP, 1 juin 1997 ; FSP, 25 décembre 1997.
- 21 A titre d'exemple et sans commentaires... : « Après l'immigration européenne est venue celle du Nordeste... Le progrès économique a apporté à São Paulo à la fois du progrès et de la misère, la rationalisation de l'espace et le chaos urbain... Comment le principal centre développé du pays est-il devenu un autre pays, sans douanes et sans restrictions à l'entrée ? São Paulo est devenue la plus grande ville nordestine du pays et a fait ainsi proliférer la misère et une détérioration scandaleuse du niveau de vie... Un seul État, encore moins une ville, est incapable d'absorber toute la main-d'œuvre du pays » (Pires, Lazer e turismo cultural, « Préserver le patrimoine culturel de São Paulo: difficultés de la richesse », p. 103).
- 22 Andrade, J., et Rodrigues, C.N., p. 5-6, d'après *Le Guide du Routard Brésil*, Hachette et Club Guide, Italie, cités par FSP 8 septembre 1994, p. 3-1.
- 23 « Ceux qui vivent à São Paulo n'y sont pas pour souffrir à faire la queue, affronter le transit, la pollution, l'insuffisance en matière de logement, la violence. Non, le tableau du bonheur est assez bien encadré. Il suffit de regarder. Il suffit de désirer pour essayer. Et ils croient tous que la ville leur en donnera l'occasion », (Andrade et Rodrigues, 1995 : 6, d'après Lima, 1990).
- 24 OESP, 26 décembre 2000.
- 25 Embratur, *Anuario Estatístico 2000*, dossier et site Internet du Rio Convention & Visitors Bureau, site Internet du Secretaria de Turismo - Riotur.
- Ville de Rio de Janeiro : équipements et services
- Hôtels : 22 000 chambres dans 188 hôtels classés de 1 à 5 étoiles.
- Taux d'occupation hôtelière : 1994 - 57,6 %, 1995 - 65 %, ces dernières années - 68 % ; 277 auditorium-salles de réunions équipés (26 922 places).
- Centres de congrès et d'expositions : Riocentro, 100 209 m², le plus grand centre des congrès de l'Amérique latine
- Selon la municipalité, il manque à la ville un centre de congrès de capacité moyenne : un projet serait en voie d'approbation, à proximité du CBD, à côté du Téléport (lire, sur ce quartier, Montenegro, 2000).
- Agences de voyage : 350, dont 60 spécialistes du réceptif.
- Points d'information touristique (2000) : accueil de 37 800 personnes.
- « ALO RIO 10 35 » : renseignements téléphoniques; prospectus envoyés sur demande : 403 713.
- 26 Par sa conception, ses méthodes et les acteurs auxquels il fait appel - dont la participation est censée fonder sa légitimité - la démarche du Plano Maravilha (voir Bibliographie) reproduit celle mise en œuvre par le Plan stratégique de Rio de Janeiro (Montenegro, 2000).

Bibliographie

- Andrade, Julia, et Cintia Nigro Rodrigues (1995), « Por uma reapropriação da cidade : especulação sobre a imagem da cidade de São Paulo trabalhada pela indústria do turismo », *Congresso internacional de Geografia e planejamento do turismo : Sol e territorio*, Département de Géographie, Universidade de São Paulo-USP, 16-22 juillet, 12 p. photocopiées.
- Becker, Bertha (1996), « Políticas e planejamento do turismo no Brasil », dans Eduardo Yazigi, Ana Fani Alessandri Carlos, Rita de Cassia A. Da Cruz (dir.), *Turismo, uma pratica entre a crise e a inovação na metropole do Rio de Janeiro, Turismo, espaço, paisagem e cultura*, São Paulo, Hucitec, p. 181-192.
- Cazes, Georges, et Françoise Potier (1996), *Le*

tourisme urbain, Paris : Presses Universitaires de France, coll. Que sais-je ?

De Menezes, Ulpiano T. Bezerra (1996), « Os "usos culturais" da cultura. Contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais », dans Eduardo Yazigi, Ana Fani Alessandri Carlos et Rita de Cassia A. Da Cruz (dir.), *Turismo, uma prática entre a crise e a inovação na metrópole do Rio de Janeiro, Turismo, espaço, paisagem e cultura*, São Paulo, Hucitec, p. 88-99.

Dewailly, Jean-Michel, et Émile Flament (2000), *Le Tourisme, Paris*, coll. Campus, Sedes.

Lima, J.C. (1990), *Fragments de um discurso urbano. Dossiê Cidades*, Universidade de São Paulo-USP.

Montenegro, Ana Maria (2001), « Identité urbaine et pratiques festives à Rio de Janeiro », Paris, *Géographie et Cultures*, n°39, p. 53-66.

Montenegro, Ana Maria (1995), « Evolução recente da demanda turística internacional e mercado para o Brasil, São Paulo », *Congresso internacional de Geografia e planejamento do turismo : Sol e território*, Département de Géographie, Universidade de São Paulo-USP, 16-22 juillet, p. 20 photocopiées, tableaux.

Montenegro, Ana Maria (1995), « Servizi socio-culturali e pratiche del tempo libero à Rio de Janeiro : nuovi spazi, nuova segregazione », dans R. Cathedra et M. Memoli (dir.), *La Città ineguale. Pratiche culturali e organizzazione della marginalità in Africa e America Latina*, Milano : Ed. Unicopli, p. 139-154.

Montenegro, Ana Maria (1994), « Pour une approche du tourisme intérieur brésilien », Le tourisme non-littoral dans les pays en développement, Colloque de Marrakech 20-24 octobre 1991, *Revue de la Faculté de Lettres et des Sciences Humaines*, n° 10, p. 219-236, cartes.

Montenegro, Ana Maria (1994), « Le Tourisme international au Brésil », Paris : *L'Information Géographique*, vol. 58, n° 5, p. 199-210.

Montenegro, Ana Maria (1993), « Tourisme, loisirs et urbanisation sur le littoral de Rio de Janeiro », *Recherches Urbaines*, n° 8, « Architecture, urbanisme et aménagement en milieu touristique littoral », Cesurb, Talence, p. 103-118, cartes.

Montenegro, Ana Maria, et Dominique Rivière (2001), « Naples et Rio : "renouveler la ville", quels enjeux pour l'identité urbaine ? », dans

Renouveler la ville : les enjeux de la régénération urbaine, Fréville publications, Pôle Universitaire Européen Lille-Nord-Pas de Calais, p. 272-286.

Paviani, Aldo (1995), « Turismo nas metrópoles : potencialidades novas ? », Congresso internacional de Geografia e planejamento do turismo : Sol e território, Département de Géographie, Universidade de São Paulo-USP, 16-22 juillet, 5 p. photocopiées.

Pires, Mario Jorge (2001), *Lazer et turismo cultural, Barueri (SP)*, Editora Manole Ltda, 130 p.

Pires, Mario Jorge (2001), *Preservar o patrimonio cultural de São Paulo : a dificuldade da riqueza*, p.101-105.

Plano Maravilha, Plano de turismo da cidade do Rio de Janeiro, Relatório de progresso, août 1999, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 45 p.

Plano Maravilha, Plano de turismo da cidade do Rio de Janeiro, Relatório final, décembre 1997, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 182 p.

Ribeiro, Ana Clara T., D. Catia A. T. da Silva, Hermani de Moraes Vieira, et Rita de C. Da Silva (1996), dans Eduardo Yazigi, Ana Fani Alessandri Carlos, Rita de Cassia A. Da Cruz (dir.), *Turismo, uma prática entre a crise e a inovação na metrópole do Rio de Janeiro, Turismo, espaço, paisagem e cultura*, São Paulo, Hucitec, p. 213-230.

Salomon, Jean-Noël (1992), « Le complexe touristique-industriel d'Iguaçu-Itaipu (Argentine-Brésil-Uruguay) », Bordeaux, *Cahiers d'Outre-Mer*, 45 (177), janvier-mars, p. 5-20.

Santos, Milton (1994), *Por uma economia política da cidade : o caso de São Paulo*, Hucitec, São Paulo, 145 p.

Santos, Milton (1992), « São Paulo, un centre à la périphérie », dans F. Durand, J. Levy et D. Retaille, *Le Monde, Espaces et Systèmes*, Paris, Dalloz.

Serson, Julio (2000), « Ação estratégica no turismo: o caso de São Paulo » dans Lage Cesar, H.G. Beatriz et Paulo C. Milone (dir.), *Turismo, teoria e prática*, São Paulo, Atlas, p. 233-239.

Serson, Julio (1993), « Meca para o turismo de negócios e eventos », *Turismo em análise, novembro*, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, p. 81-85.

Teixeira, I. (1994), « Os dolares que o Brasil perde com a violência », *Conjuntura Econômica*, Rio de Janeiro, septembre, p. 59-61.

Journaux et guides touristiques

Brasília Convention & Visitors Bureau et Embratur, *Perfil do turista do Distrito Federal (IBPC, 5e enquête, 1er trimestre 2001)*, 44 p.

Embratur, Brasília Convention & Visitors Bureau, Imagens Editora, *Brasília, Tourist Guide 2001*, 146 p.

Embratur, Instituto Brasileiro de Turismo, Ministério do Esporte e Turismo, *Anuario Estatístico 2000*, 208 p.

Embratur, Instituto Brasileiro de Turismo, Ministério do Esporte e Turismo, *Estudo da demanda turística internacional*, (publication annuelle : dernière année consultée 1999).

Kern, Lara et Pimentel, Emani Figueiras (2000), *Brasília secreta*, Portico, 112 p.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) (1999), *Tendências del mercado turístico - Américas 1989-1998*, Madrid, OMT, 33^e réunion à Salvador de Bahia (Brésil), 24 juillet, graphiques et tableaux.

Rio Convention & Visitors Bureau, dossier et site Internet.

Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo, *Pesquisa sobre a Demanda Turística da Cidade de São Paulo 2000*, 22 tableaux.

Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo, *Pesquisa sobre a Demanda Turística Internacional (enquête Estado de São Paulo) - 1999*, 17 tableaux.

Quotidiens et hebdomadaires

Carta do Rio, Rio de Janeiro.

Epoca.

Folha de São Paulo - FSP.

Jornal do Brasil - JB, Rio de Janeiro.

Gazeta Mercantil - GM, São Paulo.

O Estado de São Paulo - OESP, São Paulo.

O Globo, Rio de Janeiro.

Veja.