

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

JADER VARGAS DE ASSIS

**ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO:
O CASO DO *MUSEU DO AMANHÃ* NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Porto Alegre – RS

2017

JADER VARGAS DE ASSIS

**ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO:
O CASO DO *MUSEU DO AMANHÃ* NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Trabalho de Conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Valiati

Porto Alegre – RS

2017

CIP - Catalogação na Publicação

Vargas de Assis, Jader
ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO: O
CASO DO MUSEU DO AMANHÃ NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO
/ Jader Vargas de Assis. -- 2017.
59 f.

Orientador: Leandro Valiati.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas,
Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Economia. 2. Urbana. 3. Cultura. 4.
Revitalização. 5. Museu do Amanhã. I. Valiati,
Leandro, orient. II. Título.

JADER VARGAS DE ASSIS

**ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO:
O CASO DO *MUSEU DO AMANHÃ* NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

Trabalho de Conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Economia.

Aprovado em: Porto Alegre, 12 de julho de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Leandro Valiati (Orientador)
UFRGS

Prof. Dr. Stefano Florissi
UFRGS

Prof. Me. Pedro Perfeito da Silva
UFRGS

AGRADECIMENTOS

Foi uma longa e inesquecível jornada até aqui, cheia de altos e baixos. Porém, ao voltar ao passado e lembrar de 2009, quando ingressei na UFRGS, já não me reconheço mais. Todas as experiências que vivenciei principalmente as difíceis transformaram aquele rapaz fraco e inseguro em um homem muito mais forte e destemido.

Dedico este trabalho primeiramente aos meus pais, que onde quer que estejam agora certamente estão muito orgulhosos de mim. Talvez eles não acreditassem que um ex-operário, filho de operários, e que sempre teve que conciliar trabalho com estudos, conseguiria receber um diploma de Bacharel em Economia em uma das melhores universidades do país.

Gostaria de agradecer especialmente aos amigos Cesar Augusto Cavazzola Junior e Nathalia Gonçalves Abreu pelo incondicional apoio, não só acadêmico, mas principalmente pessoal. A amizade deles me fortaleceu principalmente nos momentos mais difíceis.

Agradeço também às amigas Patrícia Mentz e Rachel Kerber, pelo suporte neste momento tenso de minha vida.

Por fim, gostaria de agradecer a todos os meus amigos/colegas de trabalho da GERTE, que me apoiaram de todas as formas e acreditaram em mim mais do que eu mesmo.

RESUMO

O presente trabalho buscou analisar os impactos que a revitalização da zona portuária do Rio de Janeiro e, principalmente, o Museu do Amanhã causam na economia urbana da cidade. O fortalecimento da cultura é uma forma de ampliar os limites que vive a população local, além de possibilitar que estes se conectem com diferentes formas de linguagem e expressão da criatividade humana. Isso ocorre quando a cultura é refletida na personalidade do povo daquela região, tornando-se parte de sua identidade. Para realizar a avaliação deste impacto foi realizada a revisão de teorias acerca de tópicos sobre a cultura em um contexto econômico e social dentro da dinâmica urbana das cidades, em especial na cidade do Rio de Janeiro com o Museu do Amanhã. Objetivou-se, assim, a verificação dos efeitos desta revitalização na sociedade. Ações realizadas pelo museu possibilitam o acesso à cultura, educação, formação profissional, promoção à inovação e ao empreendedorismo para a comunidade o local, bem como serve de inspiração aos visitantes de outras localidades. Estas ações, além de inserirem a população numa plataforma educacional e cultural, integram a comunidade ao museu ao invés de segregá-los. Identificou-se ainda, a geração de empregos tanto na construção quanto na preservação desta revitalização. Tendo em vista que o empreendimento possui menos de dois anos, não se conseguiu avaliar com exatidão o impacto que o Museu do Amanhã causa na cidade. Entretanto, fica o anseio para que resultados satisfatórios sejam verificados na sociedade como um todo nos próximos anos, trazendo benefícios permanentes à comunidade.

Palavras-chave: Economia. Urbana. Cultura. Revitalização. Museu do Amanhã.

ABSTRACT

The present work sought to analyze the impacts that the revitalization of the port area of Rio de Janeiro and especially the Museum of Tomorrow cause in the urban economy of the city. The strengthening of culture is a way of extending the limits of the local population, as well as enabling them to connect with different forms of language and expression of human creativity. This occurs when culture is reflected in the personality of the people of that region, becoming part of its identity. In order to carry out the evaluation of this impact, a review of theories about topics on culture was carried out in an economic and social context within the urban dynamics of cities, especially in the city of Rio de Janeiro with the Museum of Tomorrow. The objective was, therefore, to verify the effects of this revitalization on society. Actions carried out by the museum allow access to culture, education, professional training, promotion of innovation and entrepreneurship for the local community, as well as being an inspiration to visitors from other locations. These actions, besides inserting the population in an educational and cultural platform, integrate the community to the museum instead of segregating them. It was also identified, the generation of jobs both in construction and in the preservation of this revitalization. Considering that the enterprise has less than two years, it was not possible to evaluate with exactitude the impact that the Museum of Tomorrow causes in the city. However, there is the desire for satisfactory results to be verified in society as a whole in the coming years, bringing permanent benefits to the community.

Keywords: Economy. Urban. Culture. Revitalization. Museum of Tomorrow.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ações de fomento à cultura nacional	24
Figura 2: Projeto Porto Maravilha.....	32
Figura 3: SWOT do Museu do Amanhã.....	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Estratégias de atuação do Museu do Amanhã.....	38
Quadro 2: Fontes Externas de Captação.....	42
Quadro 3: Fontes Internas de Captação.....	43
Quadro 4: Ações Educativas do Museu do Amanhã.....	44
Quadro 5: Ações do Programa de Conteúdo.....	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 ECONOMIA DA CULTURA.....	11
2.1 PERSPECTIVA ECONÔMICA.....	11
2.2 PERSPECTIVA ECONÔMICA: A CONTRIBUIÇÃO DE PIERRE BORDIEU..	14
2.3 CASOS DE REVITALIZAÇÃO.....	16
3 ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO NO BRASIL..	23
3.1 QUESTÃO CULTURAL.....	23
3.2 ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO URBANO NO BRASIL.....	26
4 CULTURA CARIOCA NO CONTEXTO URBANO.....	29
4.1 PORTO MARAVILHA.....	29
4.2 O MUSEU DO AMANHÃ.....	36
4.2.1 Concepção do Museu do Amanhã.....	37
4.2.2 Plano Museológico do Museu do Amanhã.....	37
4.2.3 Financiamento e Fomento.....	41
4.2.3.1 Principais fontes externas de recursos.....	41
4.2.3.2 Principais fontes internas de recursos.....	42
4.2.3.3 Parcerias regionais e nacionais.....	43
4.2.4 Impacto Social.....	44
4.2.4.1 Ações do Programa Educativo.....	44
4.2.4.2 Ações do Programa de Conteúdo.....	45
4.2.4.3 Sustentabilidade.....	47
4.2.5 Análise final.....	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS.....	55

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é analisar os impactos que a revitalização da zona portuária do Rio de Janeiro, e principalmente, o Museu do Amanhã causam na cidade do Rio de Janeiro. Pretende-se verificar os efeitos desta revitalização na economia e na sociedade carioca. Para isso serão analisados capítulos de livros, artigos, sites e o plano museológico do museu do amanhã. Este modelo de revitalização urbana adotado pela prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, está alinhado a uma tendência global de revitalização de áreas urbanas degradadas aplicado em diversas cidades ao redor do mundo. Por isso também serão utilizados três casos internacionais bem-sucedidos de revitalização onde a cultura foi a protagonista de processos de desenvolvimento econômico e social, os casos de Bilbao e Valência na Espanha e de Medellín na Colômbia. O assunto foi escolhido por se tratar de um conceito relativamente novo no Brasil.

O Brasil possui uma enorme riqueza cultural, porém artistas e entidades culturais ainda encontram pouco apoio tanto por parte das autoridades quanto por iniciativas particulares. Fortalecer a cultura de um local ou apreciar a cultura de outros é uma forma de ampliar os limites do mundo em que se vive, além de se conectar com diferentes formas de linguagem e expressão da criatividade humana, isso porque a cultura e sua riqueza refletem a personalidade de um povo, tornando-se parte de sua identidade.

Além de todos os aspectos positivos e imateriais que a cultura representa, também é fonte geradora de renda e oportunidades. A cultura pode ainda ser vista como um argumento para atração de investimentos, além de um negócio lucrativo.

As atividades culturais produzem desenvolvimento nos locais onde ocorrem sob forma de desenvolvimento turístico que, conseqüentemente, geram demandas locais para a regeneração urbana, sobretudo em áreas degradadas. Além disso, a cultura desenvolve capacidades intelectuais e emocionais que fazem a diferença em uma sociedade que objetiva a criatividade e a competitividade como forma de sanar possíveis problemas econômicos e sociais.

A tendência de revitalização de áreas urbanas tem se tornado bastante frequente, sobretudo baseado em aparelhos culturais. Tal modelo se conceitua pela aquisição de um ou mais equipamentos culturais de grande impacto arquitetônico ou de grande relevância nacional e internacional, juntamente com obras de infraestrutura e qualificação de serviços, tornando a região foco de tais intervenções uma espécie de “ilha de prosperidade” e vitrine para um processo positivo de internacionalização e atração de investimentos. Mais do que isso trata-se da construção de uma cidade criativa, onde em um mesmo espaço geográfico delimitado, seja possível morar, trabalhar, estudar e adquirir cultura e lazer.

Como se trata de um assunto recente, será tomada como base a análise teórica de autores das áreas de Ciências Sociais, Arquitetura e Urbanismo, Geografia e áreas afins que tenham realizado estudos mais aprofundados acerca do tema.

Além da introdução e das considerações finais, este trabalho está estruturado em três capítulos. O segundo capítulo tem como objetivo apresentar breve revisão da literatura sobre a cultura como forma de capital de grande relevância para o desenvolvimento econômico e social, além de abordar uma visão mais atual sobre a relevância da cultura para sociedade. Em seguida serão apresentados alguns exemplos de cidades que experimentaram outros processos de revitalização urbana.

O terceiro capítulo visa apresentar a importância do setor cultural para Brasil, elucidando as características de competitividade do nosso país e os bens de maior apelo nacional, apresentando a relevância da cultura e da criatividade para as modificações nos centros urbanos do país.

Finalmente no quarto capítulo será tratada a questão-chave deste trabalho, isto é, explorar os efeitos da revitalização da zona portuária da cidade do Rio de Janeiro. Para isto, será apresentado o seu principal aparelho urbano para a revitalização: o Museu do Amanhã. Em seguida, buscar-se-á analisar os impactos econômicos e sociais da revitalização, mais precisamente do Museu do Amanhã.

2 ECONOMIA DA CULTURA

Pode-se dizer que existem duas linhas distintas que tratam da Economia da Cultura. A primeira linha é conhecida como linha *ortodoxa*, conceituando cultura como um adjetivo, isto é, possui maior foco no comportamento do indivíduo, entendendo que os aspectos exógenos ao agente não devem ser incorporados a modelos analíticos. Já a segunda linha, *heterodoxa*, pressupõe cultura como um substantivo, focando em interpretações das relações morais de uma sociedade, atentando para o fato de que o consumo de bens culturais afeta as decisões dos agentes.

2.1 PERSPECTIVA ECONÔMICA

Objetivamente, os primeiros *insights* relacionados à Economia da Cultura surgem na década de 1960. Em 1969, a publicação de “*Performing arts: the economic dilemma*”, de William J. Baumol e William G. Bowen, identificou o motivo das dificuldades financeiras enfrentadas pelas companhias de artes performáticas¹ norte-americanas em plena época de expansão econômica. Ao comparar o setor cultural com o setor de manufaturas, os autores perceberam uma disparidade em relação ao alcance de produtividade, isso porque o progresso tecnológico em nada auxiliava o setor cultural.

De modo mais prático, podemos dizer que a introdução de máquinas, tratores e produtos químicos auxiliaram no aumento de produtividade do setor manufatureiro, expandindo a produção sem necessariamente aumentar a carga horária de trabalho (muitas vezes, inclusive, diminuindo o número de horas de trabalho) e causando uma queda nos preços desses produtos. Já no setor cultural não houve margem para este fenômeno, afinal não há meios de um músico aumentar o seu repertório concomitantemente à redução de horas de trabalho: se ele cantar 20 músicas em uma hora, ele não conseguirá cantar 30 músicas na mesma uma hora.

O que se observa nesse processo é que a produtividade dos bens culturais se mantém constante ao longo do tempo, enquanto o aumento dos

¹Companhias de dança, teatros e trabalhadores do meio musical.

salários (em geral) pressiona o custo unitário do trabalho de um artista. Por este motivo, os rendimentos da produção de bens culturais não eram atrativos para investidores, explicando o déficit do setor em plena década de 1960. Por isso:

Quando se comparam, portanto, as condições de produção dos setores manufatureiros em geral – em especial em períodos de rápido progresso tecnológico – àquelas das artes performáticas, observa-se, então, o que os autores convencionaram chamar de *productive lag*, ou seja, um diferencial de produtividade a favor da manufatura que, por essa razão, tem seus custos laborais relativos (por unidade de produto) reduzidos, podendo ter seus preços minorados – o que, é conveniente notar, colabora para ampliar as possibilidades de seu consumo por estratos populacionais menos favorecidos. (VALIATI; CORAZZA; FLORISSI, 2011, p. 12).

Ocorre então que as camadas menos favorecidas da população geralmente consomem uma quantidade muito maior de produtos manufaturados, enquanto a apreciação dos bens culturais advém de grupos com maior poder aquisitivo.

Gary Becker trouxe contribuição muito importante para o estudo da Economia da Cultura com sua tese de que *os gostos dos agentes podem ser moldados através da educação*. Esta ideia partiu de estudos elaborados por Theodore Schultz² na década de 1950. Essa nova teoria ficou conhecida como *Teoria do Capital Humano* e pressupunha que o conhecimento adquirido precisa ser visto como um recurso produtivo, ou seja, uma forma de capital intangível incorporado ao trabalhador.

Sendo assim, as preferências dos indivíduos são formadas de modo que o “desejo” de consumir bens culturais cresceria, por exemplo, com o aumento do próprio consumo. Becker (1993) observa que:

[...] a educação promove a saúde, reduz o tabagismo, aumenta a propensão para votar, melhora o conhecimento sobre controle de natalidade e estimula a apreciação da música clássica, da literatura e até jogar tênis. (BECKER, 1993, p. 21, tradução nossa³).

² Theodore William Schultz foi um economista estadunidense que tinha como objetivo entender a rápida recuperação de Alemanha e Japão após a Segunda Guerra Mundial. Em seu trabalho, concluiu que a mesma se deu rapidamente porque esses países possuíam uma população altamente educada e saudável, possibilitando uma grande expansão da produtividade. Foi ganhador do Prêmio Nobel de Economia no ano de 1979.

³ Do original, em inglês.

Valiati, Corazza e Florissi (2011) citam a abordagem de Becker e Stigler (1977) em estes autores argumentam que gostos e preferências influenciam grande parte das escolhas dos agentes, tanto na esfera privada, quanto na esfera pública. Os autores demonstraram que a difusão ampliada de valores e estilos de vida diferentes provindos de uma “civilização industrial” distanciou a satisfação de consumo apenas de necessidades básicas, possibilitando uma modificação e expansão dos gostos para outros bens.

Há de se questionar, com base no exposto, sobre a necessidade de intervenção do Estado na oferta de bens culturais. Segundo Valiati, Corazza e Florissi (2011), Richard Musgrave (1976) argumenta que os bens culturais se “encaixam” no que ele denomina *bens de mérito*, ou seja, bens privados que se destinam à utilização individual dos agentes, mas que são ofertados por entidades públicas devido à necessidade de potencialização do consumo. Segundo o autor, as pessoas devem ser encorajadas a consumir cultura, isso porque é socialmente valioso e, por este motivo, o Estado deve intervir no setor, fornecendo tais bens como documentários edificantes e museus - para citar alguns exemplos.

Atualmente a literatura econômica faz uma discussão bastante consistente no que tange às questões de externalidades culturais. No caso dos museus, por exemplo, se observam “impactos econômicos diretos – geração de emprego e renda, e pela geração de valor adicionado em outros setores, efeitos que são tratados pela economia como multiplicadores – e externalidades positivas”. (ALBERNAZ; BORGES; PASSOS, 2017, p. 164).

Segundo os autores, também se observa

A geração adicional indireta de emprego, renda, turismo, vida noturna, restaurantes, e de toda uma gama de atividades beneficiadas, que leva a um efeito multiplicador importante e que pode ser enquadrado no rol de impactos socioeconômicos dessa atividade. (ALBERNAZ; BORGES; PASSOS, 2017, p. 164).

São esses impactos que requalificam toda a área existente em torno de um museu. Cita-se como exemplo de externalidade positiva investimentos em educação e como formas de lazer o turismo e a apropriação social do museu. Neste caso, cabe destacar, que a construção de um museu é uma alternativa para que, concomitantemente, se invista em educação e se ocupe momentos

de ócio de forma criativa. Além da promoção de desenvolvimento urbano, observa-se ainda que

Além do valor arquitetônico, outros efeitos de requalificação, com foco nos habitantes das cidades, passam a ser considerados, como, por exemplo, a incorporação de valores de identidade e as externalidades positivas, como a de segurança pública e a sustentabilidade de valor cultural. (ALBERNAZ; BORGES; PASSOS, 2017, p. 164).

Neste sentido, Frey (2000), traz um estudo a respeito das estratégias que os museus podem utilizar para atrair o público. O autor cita como exemplo a raridade dos itens expostos, como quadros de pintores que ficaram muito famosos. Frey (2000) chama de “museus estrelas”, isto é, aqueles museus “obrigatórios” para os turistas. O que se observou nestes casos é que esses museus recebem muitos visitantes e que todo ano esse número aumenta.

Cidades como Paris, por exemplo, possuem diversos “museus estrelas”, como o Museu do Louvre e o Museu Picasso. Percebe-se assim, que além de “competir” com museus “não estrelas”, os museus estrelas competem entre si, constituindo um fator importante para a economia local, já que os visitantes acabam utilizando outros serviços locais, tais como hospedagens, restaurantes, transportes, etc.

Em última análise, portanto, investimentos (públicos ou mesmo privados) em bens culturais, como museus, se transformam em “alavancagem” da estrutura produtiva de uma cidade e/ou de um país.

2.2 PERSPECTIVA ECONÔMICA: A CONTRIBUIÇÃO DE PIERRE BORDIEU

Assim como no campo econômico, o campo da sociologia também engloba estudos sobre consumo de bens culturais. O sociólogo Pierre Bourdieu argumenta que instituições são capazes de influenciar decisões econômicas e que influências exógenas advêm da posição hierárquica que o indivíduo ocupa na sociedade. Neste aspecto, o consumo de cultura possui um valor simbólico que implica em diferenciação e legitimação de um “status social”. Valiati e Fonseca (2014) exploram a ideia institucional de Bourdieu sob o prisma da História do Pensamento Econômico, elucidando aspectos comuns entre a

abordagem do sociólogo e o trabalho do economista Thorstein Veblen, datado de 1899.

A primeira aproximação que se observa entre Veblen e Bordieu consiste na crítica ao consumo racional neoclássico, pois ambos acreditam que as instituições influenciam diretamente nas escolhas dos agentes. Isto significa que os agentes consomem conforme suas preferências endógenas.

Veblen (1963) traz em sua obra *Teoria da Classe Ociosa* um estudo sobre instituições e hábitos de uma sociedade capaz de moldar comportamentos. Instituições são vistas pelo autor como normas, valores, regras de convivência e cultura. Esses elementos são, para Veblen, os condicionantes mais representativos utilizados pelos indivíduos nos momentos de tomada de decisão. A classe chamada pelo autor de “ociosa” busca uma diferenciação das demais através do consumo conspícuo⁴ de bens como esporte, vestuário, jogos e bens culturais. Segundo o autor, o homem que é ocioso utiliza essa forma de consumo diferenciado como instrumento de respeitabilidade. De acordo com Veblen:

Dentro de todo este esquema graduado de ociosidade e consumo conspícuo, impera a regra de que esses ofícios devem desempenhar-se de tal maneira ou em tais circunstâncias ou com tais símbolos, que indiquem claramente quem seja o amo e a quem deva imputar-se esse ócio ou consumo e a quem corresponde por direito, em consequência, o incremento de boa reputação resultante daqueles. (VEBLEN, 1963, p. 66, tradução nossa)⁵.

Valiati e Fonseca (2014) exploraram o conceito de *habitus* na obra de Bordieu, definindo-o como vínculo entre práticas e consumo de bens realizadas por um agente ou uma classe de agentes. Segundo eles:

O produto desses esquemas de comportamento pode ser definido como o estilo de vida, que é o sistema de sinais socialmente qualificados dentro de um espaço social. Um agente econômico que habita (em termos sociais) no entorno de um certo espaço social está predisposto à aproximação. (VALIATI; FONSECA, 2014, p.11, tradução nossa)⁶.

⁴ Este tipo de consumo é realizado por uma classe que não possui necessidade de trabalhar. Desta maneira cria-se uma separação das “funções” de cada classe na sociedade, ou seja, a classe dos trabalhadores que usam todo o seu tempo para atividades pró-labore e a classe dos mais afortunados, que utilizam o seu tempo livre para realizar atividades de lazer.

⁵Do original, em espanhol.

⁶Do original, em inglês.

Em resumo, as características em comum são basicamente a crítica ao consumo racional, a inserção do indivíduo no espaço social sob forma de hábitos e *habitus* e a utilização de consumo de bens culturais como forma de distinção social. Finalmente, Valiati e Fonseca inferem, a partir de Veblen e Bordieu, que:

No caso de bens culturais, é perceptível uma valoração *ex-ante* do processo de consumo, particularmente pela vinculação do valor econômico dos bens culturais a um processo histórico de validação social da importância desses bens e também uma valoração *ex-post* pela experimentação e formação do hábito. (VALIATI; FONSECA. 2014, p.14 tradução nossa)⁷

A herança cultural é, portanto um fator de grande importância dentro deste prisma, colaborando para a formação de uma identidade coletiva que acaba se refletindo em hábitos de consumo, sobretudo culturais.

2.3 CASOS DE REVITALIZAÇÃO

Atualmente, a Economia da Cultura é abordada de forma mais abrangente, utilizando-se de instrumentos econômicos tradicionais para analisar bens e valores culturais. Frey (2000) acredita que é preciso que a Economia da Cultura tenha o mesmo enfoque analítico que quaisquer outros temas estudados pelos economistas. Segundo o autor,

Isto pode ser devido a um mal-entendido, sobre a abordagem econômica, por historiadores de arte, que parecem acreditar que os economistas estão apenas interessados naquilo que é rentável em termos puramente monetários e, portanto, que o seu único objetivo é comercializar a arte. (FREY, 2000, p. 13, tradução nossa⁸).

E complementa,

É possível que os fatores que influenciam a criação e o consumo de arte sejam especialmente numerosos e que a relação entre eles, por sua natureza, seja mais complexa do que no caso, por exemplo, da produção e do consumo de pão. Mas a arte e a cultura são, em princípio, sujeitas a escassez, ou seja, não são bens livres. (FREY, 2000, p. 14, tradução nossa⁹)

⁷Do original, em inglês.

⁸Do original, em espanhol.

⁹Do original, em espanhol.

Por isto, é preciso definir alguns conceitos para facilitar o estudo. O autor conceitua, por exemplo, “arte” como algo que possua valor para o indivíduo, sem necessariamente ser o mesmo valor definido por críticos ou outros grupos de analistas. Frey (2000) acredita que o valor cultural possui um conceito bastante dinâmico, dado que tudo aquilo que é visto ou entendido como uma manifestação artística pode variar de acordo como contexto histórico, isto é, pode ser arte para uma pessoa e não ser para outra; logo, o entendimento sobre o que é arte depende de “quem vê”. Isto significa que não existe uma arte superior ou inferior à outra.

O mesmo autor também destaca a questão do molde do gosto, já que as instituições podem interferir na construção sobre “o que é arte” de acordo com os aspectos sociais de cada indivíduo.

Frey (2000) levanta em seu trabalho a questão do financiamento dos bens culturais. Segundo o autor, apenas o financiamento privado não é suficiente devido, principalmente, às falhas de mercado. Para o autor, a cultura “cai” no mesmo problema da educação e da saúde, ou seja, os preços de mercado não compensam os investidores privados pela geração da externalidade positiva que a cultura causa na sociedade (na margem). Por isso, o incentivo recebido para praticar a quantidade ótima de arte para a sociedade não é suficiente, podendo resultar, portanto, na produção de menos arte do que o ótimo.

Não há como falar em cultura sem se pensar na questão da criatividade. Atualmente, uma das abordagens mais ricas sobre o tema é a revitalização de cidades, conhecidas como *cidades criativas*. O conceito utilizado por este trabalho é de que as cidades criativas possuem a capacidade de atrair indústrias criativas e, conseqüentemente, pessoas criativas. Deste modo, forma-se um círculo virtuoso no qual os talentos reforçam a base criativa.

Segundo Reis e Urani (2011) uma cidade criativa é “uma cidade que surpreende, que atiça a curiosidade, o questionamento, o pensamento alternativo e, com isso, a busca de soluções” (REIS; URANI, 2011, p. 33). Para isto, a cidade precisa ter, de acordo com os autores, três elementos principais, quais sejam: inovações, conexões e cultura.

As *inovações* podem ser das mais diversas ordens, i.e., podem ser inovações tecnológicas, sociais, culturais, etc. Elas precisam ser vistas como a criatividade aplicada à solução de problemas ou à antecipação de oportunidades. As *conexões* também se encaixam em diversas ordens, respeitando características singulares, mas o importante é se manter aberto e não se isolar do resto do mundo. Já a *cultura* pode ser vista como o próprio produto cultural ou mesmo pela geração de empregos no setor.

A tendência de revitalização de áreas urbanas tem se tornado frequente, sobretudo baseado em aparelhos culturais. Talvez o mais notório exemplo de revitalização urbana através de uma intervenção cultural tenha sido a cidade de Bilbao. Neste caso, foi o famoso Museu Guggenheim, obra do arquiteto Frank Gehry, que desencadeou uma série de intervenções urbanas na cidade, sobretudo na região onde a obra foi construída. Segundo Bonates (2009), o impacto da obra de Gehry na cidade de Bilbao foi tamanho que fez surgir uma expressão ainda hoje muito conhecida: “Efeito Bilbao”. Esta expressão está apoiada ao conceito de projetos urbanos do chamado “urbanismo monumentalista patriótico” devido à sua arquitetura de grife.

Também na Espanha, a cidade de Valência nos dá um exemplo de como um museu pode impactar na economia da cidade, através do grande projeto *La Ciudad de las Artes y de las Ciencias*, do arquiteto Santiago Calatrava. Segundo Carrasco-Arroyo e Raussel-Köster (2005), Valência tem optado pela construção de modernos museus frente a revitalização daqueles existentes, no intuito de atrair novos fluxos de visitantes, e, o que os autores observaram em seu estudo é que de 1999 a 2003 houve um aumento de cerca de 47% dos visitantes do referido museu.

Harvey trata do empreendedorismo urbano, que segundo ele trata-se de uma articulação entre poder estatal, sociedade civil e interesses privados com o objetivo de promover o desenvolvimento econômico regional. Este desenvolvimento que promove e qualifica bens e serviços de um local pode se tornar um forte argumento para a fluidez de capital, pois ao se perceber algum sinal de lucratividade com tais investimentos, uma nova onda de investimentos tende a surgir, desta vez de forma especulativa. Cria-se então um ambiente favorável para novos investimentos.

O ponto mais evidente onde este processo funciona é o turismo contemporâneo, mas considero um erro basear a questão nisso. Pois o que está em jogo é o poder do capital simbólico coletivo, isto é, o poder dos marcos especiais de distinção vinculados a um lugar, dotados de um poder de atração importante em relação aos fluxos de capital de modo mais geral. (HARVEY, 2005, P. 233).

Neste sentido, Frey (2000) elucida algumas formas de apoio estatal ao setor. O autor argumenta que geralmente os governos fornecem apoio institucional para criação e formalização dos direitos de propriedade, permitindo a internalização dos efeitos externos. Isto significa que as instituições de ensino, os teatros e mesmo as empresas podem se lançar e apresentar novas ideias porque vão poder ter acesso as externalidades de sua produção.

Frey (2000) também acredita que os governos podem atuar com políticas de preços mais flexíveis para os museus, teatros, musicais, ballet, variando de acordo com o dia e o horário do evento, no intuito de atrair um maior volume de pessoas para esses locais.

Monié e Silva (2015) discorrem que desde a reconversão de zonas portuárias *waterfronts* e regiões centrais das cidades nas décadas de 1960 e 1970 nos Estados Unidos, sobretudo nas cidades de Baltimore, Boston e São Francisco, até os dias atuais, as políticas urbanas evoluíram bastante, passando de uma monofuncionalidade econômica para uma dinâmica de interação entre diferentes atividades econômicas, culturais e sociais. Estes projetos passaram a ter vital importância para a transformação da cidade em questão em um local atrativo para investimentos e como instrumento de marketing global.

Além de oferecer produtos culturais, a cidade também abriga uma oferta de atividades e equipamentos de recreação e entretenimento, procurada tanto por turistas quanto pela população local. Ademais, as estruturas de comércio em geral igualmente acabam por converter-se em atrativos turísticos. Porém, considerar apenas a demanda de lazer da cidade incorreria em uma visão simplista, ao deixar de considerar que a cidade não é foco apenas do turista de lazer. Pelo contrário, a cidade exerce grande centralidade para as demandas turísticas relacionadas aos negócios e eventos. (KÖRÖSSY; LEAL, 2015, p.5).

Melguizo (2011) nos apresenta o caso da cidade colombiana de Medellin, considerada na década de 1990 a cidade mais violenta do mundo. Medellín é vista atualmente como exemplo de transformação, geradora de oportunidades, inclusão e igualdade. A revitalização foi feita basicamente pela

população através de ONGs, organizações comunitárias, universidade e participação privada. Graças a essa união de forças foi possível desenvolver a área do turismo na cidade, trazendo pessoas dos locais mais diversos, principalmente os vizinhos da América Latina. Segundo Melguizo:

A cidade trabalhou duro para fazer de Medellin a sede de grandes eventos internacionais [...]. Foi o caso dos encontros das Academias de Língua Hispânica de toda a Ibero-América, da Assembleia Geral da Organização dos Estados Americanos, da Assembleia Geral do Banco Internacional de Desenvolvimento, dos Jogos Sul-Americanos, do Congresso Ibero-Americano de Cultura, da Bienal Ibero-Americana de Arquitetura e de muitos outros que concordaram em se sediar em Medellin [...]. (MELGUIZO, 2011, p. 46)

Harvey trata da forma contraditória da renda monopolista na esfera cultural, segundo o autor, embora o capitalismo costume transformar bens culturais em *Commodities* ela também direciona a reflexão quanto aos aspectos únicos de tal bem, sobretudo a sua singularidade. Segundo Harvey:

Toda renda se baseia no poder monopolistas dos proprietários privados de determinadas porções do planeta. A renda monopolista surge porque tais atores sociais podem aumentar seu fluxo de renda por muito tempo, em virtude do controle exclusivo sobre algum item, direta ou indiretamente comercializável, que é, em alguns aspectos, crucial, único e irreplicável (HARVEY, 2005, p.222).

Os capitalistas ao buscarem oportunidades de lucro em bens culturais, acabam, indiretamente, promovendo a construção de um ambiente rico para a valorização e o resgate de bens culturais materiais ou imateriais. Àqueles que se opõem a função capitalista de transformar a cultura em um mero negócio, podem então se valer deste ambiente para promover a cultura na sua essência, além de atingir objetivos indiretos à produção cultural, como a inclusão social, o fomento a educação e o resgate de culturas locais como formas de empoderamento social.

Para o capital não destruir totalmente a singularidade, base para a apropriação das rendas monopolistas (e há muitas circunstâncias em que o capital faz exatamente isso), deverá apoiar formas de diferenciação, assim como deverá permitir o desenvolvimento cultural local divergente, e em algum grau, incontrolável, que possa ser antagônico ao seu próprio e suave funcionamento (HARVEY, 2005, p.238).

Como se pode verificar, o fomento à cultura e à criatividade atuam no sentido de reinventar cidades, tornando-as ambientes agradáveis para se viver, atraindo turistas e diversas outras pessoas talentosas, sejam estudantes ou trabalhadores criativos. Faz-se necessário questionar, portanto, a importância dos subsídios à cultura, de modo que este negócio se tornou um caminho para o desenvolvimento.

Frequentar bibliotecas, museus, assistir a documentários edificantes faz com que as pessoas modifiquem seus hábitos, costumes e mudem o seu ponto de vista, e isto pode desencadear uma série de modificações positivas na economia, como geração de empregos, por exemplo. Além disso, fortalecer a cultura é uma forma de divulgar o país internacionalmente e assim, atrair mais turistas, impulsionando, também, este setor.

Deste modo, o setor cultural deve ser visto com a mesma importância dos outros setores, dado que seu fortalecimento gera desenvolvimento econômico.

Segundo Frey (2000), não cabe aos economistas distinguir o que é cultura e o que não é, mas sim contribuir para a discussão e compreensão do modo como o setor cultural se relaciona com as instituições e com os próprios indivíduos consumidores. Em seu trabalho, o autor procura demonstrar que essas relações impactam diretamente a forma como se comportam os diversos artistas e setores, pois existe distinção no apoio financeiro que recebem do Estado.

Deste modo, o economista não deve intervir no sentido de definir qual é o melhor setor dentro do próprio setor cultural, isto é, não se deve eleger um “plano financeiro estatal” com a escolha de um determinado bem cultural para investir. Portanto, é interessante que o investimento no setor seja feito de forma mais abrangente, contemplando o maior número possível de bens e artistas, como festivais, museus, bibliotecas públicas, teatro, cinemas, rádio, etc, atentando sempre para os resultados gerados. Segundo Frey (2000):

Para estimular novos talentos artísticos, a ajuda financeira direta pode ser a mais acertada. Entretanto, não deve-se conceder o reembolso durante um longo período, devendo este ser condicionado a resultados e exames periódicos. Isto, por sua vez, mostra o incomodo problema de ter que julgar uma obra artística e a difícil

tarefa de distribuir ajuda de forma mais efetiva. (FREY, 2000, p. 140, tradução nossa¹⁰).

Podem-se destacar alguns aspectos abordados até aqui como, por exemplo, o fato de que o consumo de bens culturais gera externalidades positivas para a população, dado que o conhecimento adquirido por este consumo se torna parte do indivíduo.

O objetivo deste capítulo foi apresentar a relevância da cultura para o desenvolvimento. Observou-se que este tema foi tratado por Veblen no início do século XX, entretanto, passou a ser objeto de estudo dos economistas de fato a partir da década de 1960, com o trabalho de Boumol. Além disso, vimos que faz sentido despende recursos públicos à cultura, visto que ela modifica as escolhas dos agentes. Finalmente, o capítulo abordou também alguns casos internacionais sobre o que chamamos de cidades criativas, mostrando a importância da cultura para a revitalização de centros urbanos, atuando como um novo modelo de negócio, mobilizando a população local e atraindo novos públicos.

¹⁰ Do original, em espanhol.

3 ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO URBANO NO BRASIL

3.1 QUESTÃO CULTURAL

Para Diniz (2008), a cultura é um fator positivo para o desenvolvimento econômico e social de um país devido a seus efeitos multiplicadores sobre outros setores da economia. Segundo a autora, o papel recreativo da cultura é fundamental para combater a fadiga mental, comum entre os trabalhadores, e que causam reflexos na produtividade. Diniz (2008) também destaca efeitos estruturais sobre localidades, apontando três como principais: efeito turístico, efeito notoriedade da imagem e efeito identidade.

O *efeito turístico* se dá pelo fato dese fidelizar estadias pela região objeto de análise, já a regeneração de áreas degradadas modifica a imagem passada à população local, que deve passar a admirar e valorizar mais o ambiente, enquanto o *efeito identidade* atua no sentido de atrair grupos diversos para o local, como jovens estudantes, trabalhadores mais qualificados, etc.

Segundo Diniz (2008), o interesse pelo setor cultural surgiu no Brasil em meados da década de 1980, quando Celso Furtado era o Ministro da Cultura. Foi a Fundação João Pinheiro (FJP)¹¹ responsável pelo primeiro estudo sobre o assunto, intitulado “*Economia da Cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil*”, publicado em 1988.

Em 1998, a FJP publicou o “*Diagnóstico dos Investimentos em cultura no Brasil*”, estimando que, no início da década de 1990, a produção cultural do Brasil já representava 0,8% do PIB e, no ano de 1997, cerca de 1% do PIB estava relacionado a esse setor.

Segundo Porta (2008), o Brasil possui uma vocação natural para tornar a cultura um vetor de desenvolvimento em virtude de sua diversidade cultural e capacidade criativa. A autora acredita que a relevância simbólica e social da

¹¹ Criada em 1969. É uma instituição de pesquisa e ensino vinculada à Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão de Minas Gerais. Atua na produção de estatísticas e na criação de indicadores econômicos, financeiros, demográficos e sociais. Presta serviços a instituições federais, estaduais e municipais, empresas e organizações privadas, universidades, institutos de pesquisa, organismos internacionais e entidades representativas de diversos segmentos sociais. Suas atividades abrangem, dentre outros estudos, pesquisas e projetos relacionados à preservação da memória e do patrimônio histórico e cultural e atividades de extensão e apoio ao desenvolvimento dos municípios.

produção cultural brasileira deveria ser vista como um dos grandes ativos econômicos do país, isso porque gera desenvolvimento, riqueza, inclusão social e projeção internacional. Porta (2008) observa que o Brasil possui importantes diferenças competitivas para o setor, tais como:

- a) Fácil absorção de novas tecnologias;
- b) Criatividade e a própria vocação para inovação;
- c) Disponibilidade de profissionais de alto nível para os diversos segmentos culturais;
- d) Aceitação dos produtos nacionais em diversos mercados.

Destaca-se ainda que no mercado interno a produção cultural nacional possui espaço relevante, sobressaindo-se em relação ao consumo de bens culturais estrangeiros. A autora sugere como exemplo o conteúdo de televisão.

Ainda assim, Porta (2008) afirma que é preciso diversificar os mecanismos de fomento à cultura nacional via políticas de apoio e de incentivo fiscal. A estratégia precisa estar ancorada no financiamento, na legislação, na capacitação e na regulação do setor integrando as iniciativas pública e privada. A autora cita algumas iniciativas importantes para aproveitar as oportunidades advindas desse novo modelo de negócio:

Figura 1: Ações de fomento à cultura nacional



Fonte: Elaboração própria com base em Porta (2008).

Neste sentido, o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (Prodec)¹² considera como os polos mais dinâmicos da cultura brasileira a música, os conteúdos de audiovisual e as festas populares. Ainda assim, o Prodec abrange todos os setores e serviços ligados à difusão da cultura, sejam eles de criação artística ou intelectual produzidos de forma individual ou coletiva. Isso engloba moda, arquitetura e design, arte popular, artesanato, telecomunicação, radiodifusão, propagandas, etc.

Porta (2008) destaca algumas parcerias do Ministério da Cultura (MinC) com instituições privadas e bancos públicos para ações voltadas ao setor. Segundo a autora, no caso dos bancos,

[...] há um trabalho importante de adaptação de mecanismos de fomento às características de um setor que tem como base ativos intangíveis, o que costuma ser uma barreira, principalmente no tocante às garantias para uso de instrumentos diferenciados de crédito. (PORTA, 2008, p. 5).

Algumas parcerias foram feitas, por exemplo, com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para o desenvolvimento de linhas especiais de crédito que foram utilizadas para a instalação de novas salas de cinema e de conteúdo audiovisual. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ficou responsável pela captação de informações valiosas sobre o setor, envolvendo construção de indicadores e coletas sistemáticas de dados culturais. Houve também parcerias com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) para contratação de pesquisas referentes à cadeia produtiva cultural.

Para finalizar, o Prodec trabalha com 4 eixos de ação para planejar o fomento à cultura, ancorado nas ideias de suporte e implementação de mecanismos para fomento dos diversos setores culturais brasileiros, capacitação de empresas, empreendedores e das pessoas em geral visando a formação de profissionais especializados para inserção no mercado cultural, apoio a feiras e promoção de negócios e, por fim, dar suporte também às instituições financeiras, para que elas possam atender as necessidades dos segmentos da economia da cultura.

¹² Aprovado em 2006 pelo Ministério da Cultura, no Plano Plurianual do Governo Federal, tendo orçamento próprio a partir de 2007 para construção de indicadores, estatísticas, diagnósticos e promoção de serviços culturais no Brasil.

3.2 ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO URBANO NO BRASIL

O espaço urbano é o local onde ocorrem trocas entre agentes com os mais distintos interesses. Estes por sua vez dificilmente satisfazem de forma eficaz as necessidades destes agentes, sobretudo quando a urbanização atinge um determinado ponto de complexidade. Em geral, a complexidade vem de sua população, ou seja, de quantas pessoas habitam ou transitam por uma cidade.

Uma urbanização eficiente sob o ponto de vista da alocação de recursos e do aproveitamento de características potenciais pode desencadear uma série de incrementos econômicos e sociais. A partir daqui será tratada a revitalização de espaços urbanos, sobretudo através da cultura. O impacto econômico que causaria esta revitalização e suas consequências econômicas e sociais.

“A cidade é cenário da História, mas também é protagonista de muitas histórias” (MARCO, 2009, p. 279). Nesta frase, Kátia de Marco sintetiza o conceito de cidade em um caráter humanístico, ou seja, todos aqueles que participam da dinâmica de uma cidade, de certa forma, estão imprimindo nela sua personalidade e construindo sua identidade. A fusão entre cultura e desenvolvimento faz parte de muitas cidades ao redor do mundo:

Estas trazem o ousado legado de terem redesenhado suas histórias a partir da implementação de programas e ações socioculturais de médio e longo prazos, de promoverem transformações consideráveis em seus perfis – traduzidas nos índices qualitativos, econômicos e sociais –, como antídoto para dirimir exclusão, mazelas sociais e degradações urbanas de toda ordem, diante das consequências advindas do acelerado crescimento demográfico e das crises econômicas compartilhadas pelas metrópoles dos dias de hoje. (MARCO, 2009, p. 280).

O esgotamento do fordismo como forma de organização da produção, as cidades contemporâneas passaram a obter novos conceitos de “produção”, estes cada vez menos ligados à indústria e cada vez mais ligados ao chamado terceiro setor. Dessa forma, o espaço urbano ganha características mais diversas, com maior diversidade de relações de trocas entre os agentes que dele fazem parte, direta ou indiretamente. De acordo com Martins (1998), a

modernização da cidade através da eliminação do arcaico é a representação de uma sociedade livre e, portanto, com direitos. Além disso, seguindo esse mesmo raciocínio, a cidade tem importante papel tanto por sua dimensão cultural quanto pelo seu processo econômico.

Existem inúmeras correntes teóricas para tentar explicar a dinâmica dos espaços urbanos, entre as quais está a Escola Francesa de Sociologia Urbana, cuja base teórica se situa na definição de espaço como um agente ativo na configuração da dinâmica social, onde as cidades serão o ambiente mais propício para a acumulação do capital. Lima, Simões e Monte-Mór, (2014), acerca dos preceitos teóricos da Escola Francesa de Sociologia Urbana, discorrem que os territórios regionais não podem ser considerados como meras divisões territoriais, porque possuem a sua própria dinâmica e essa dinâmica se reflete em uma grande diversidade econômica, estabelecendo não apenas relações de insumo-produto, como também relações de cultura e informação. Segundo os autores, o modo de produção dominante influencia na formação dos elementos espaciais; portanto, o espaço seria um sistema complexo submetido à evolução se suas estruturas e se esta evolução interferem na composição do espaço como um todo.

Cano (1985), ao tratar da dinâmica urbana de São Paulo, teoriza que dentro da dinâmica de urbanização é preciso pensar em uma descentralização das atividades econômicas, pois estas estão ligadas à formação do aglomerado urbano. Também, segundo Cano (1985), um planejamento urbano eficiente precisa priorizar as populações de baixa renda, e as autoridades precisam estar atentas à especulação imobiliária.

Observa-se que nas grandes cidades, sobretudo nas brasileiras, o modelo utilizado para utilização do solo em áreas urbanas exclui as populações mais vulneráveis social e economicamente ao se observar discrepâncias entre áreas, muitas vezes próximas, mas que de um lado há uma gama de serviços e atividades econômicas e, portanto, é habitada por pessoas de poder aquisitivo mais alto e do outro lado populações que vivem a margem da miséria, vivendo em condições precárias e expostas a mazelas. Nas palavras de Cano (1985), “o disciplinamento do uso racional do solo e o combate a especulação imobiliária constituem posturas decisivas para aquele atendimento popular”.

Sobre a relação entre a implementação de grandes projetos urbanos e as atividades econômicas como o turismo, Körössy e Leal (2015) concluem que essa é uma estratégia largamente utilizada como forma de dinamizar a economia urbana, tendo em vista a amplitude que se chega ao atingir inúmeras atividades econômicas não apenas ligadas ao turismo. Porém, no caso do turismo, induz à reestruturação urbana e ao desenvolvimento da indústria cultural. Segundo as autoras, os grandes projetos urbanos têm sido utilizados como estratégia para a criação de vantagens competitivas, criando assim uma cultura empreendedora na gestão urbana.

4 CULTURA CARIOCA NO CONTEXTO URBANO

4.1 PORTO MARAVILHA

A antiga zona portuária localizada na região central da capital fluminense deu origem a um grande projeto urbano chamado *Porto Maravilha*. O projeto visa a recuperação de edificações e a reutilização de espaços na zona portuária, transformando-as em espaços de lazer e cultura com ampla infraestrutura de transportes, serviços de qualidade e empreendimentos residenciais e comerciais projetados para contribuição de uma “harmonia urbana”.

Esta região começou a entrar em decadência a partir da crise do café e da remodelação econômica ocorrida no Brasil, sobretudo entre décadas de 1920 e 1960. A atividade portuária foi deslocada em grande parte para portos do interior fluminense, enquanto as atividades de comércio e de negócios transferidas para outros bairros da cidade.

De acordo com Santos e Benevides (2014), o projeto Porto Maravilha tem um discurso “politicamente correto” em que se enaltece a cultura e os patrimônios locais, colocando-o em consonância com os aspectos de uma cidade global e com a lógica da cidade, tendo em vista as intervenções urbanas do projeto, sejam de caráter culturalista, sejam de caráter sócio econômico, tudo dentro de um conceito de sustentabilidade e planejamento urbano.

Segundo Montié e Silva (2015), o desenvolvimento econômico seria um dos principais objetivos dos idealizadores do projeto, e a Prefeitura tem facilitado a expansão imobiliária na região através de empreendimentos comerciais, favorecendo a verticalização, modernizando a infraestrutura e propondo incentivos fiscais. Para eles, o projeto *Porto Maravilha* requer uma complexa articulação entre as dinâmicas locais e globais:

Os impactos negativos dos empreendimentos costumam ser apresentados como sacrifícios necessários no processo de construção de uma nova ordem urbana. Os megaeventos (Copa do Mundo; Jogos Olímpicos) desempenham um papel capital na elaboração da narrativa que justifica e legitima a ação estatal-privada. O interesse geral é sistematicamente invocado diante de oposições que defende “interesses particulares”. (MONIÉ; SILVA, 2015, p.119)

Santos e Benevides (2014) teorizam que o projeto Porto Maravilha tem o desafio de “reinventar” a região central da cidade, tornando-o democrático e não uma ilha de prosperidade voltada para aqueles que podem pagar pelos produtos e serviços da região, a exemplo do que ocorreu em outras cidades do mundo, e evitando a reprodução de erros em intervenções anteriores.

De acordo com Montié e Silva (2015), se por um lado a revitalização de áreas degradadas podem originar aparelhos culturais, qualificação de serviços e urbanização planejada, podem também, sobretudo em zonas portuárias, se tornar uma extensão do centro de negócios, podendo se refletir em uma monofuncionalidade e, conseqüentemente, em desperdício de infraestrutura urbana: “Nesse sentido, a operação urbanística em curso no Rio de Janeiro não apresenta inovações marcantes limitando-se a replicar os ingredientes presentes em projetos internacionais já concluídos”. (MONTIÉ; SILVA, 2015, p 121.)

Em termos práticos, o Porto Maravilha foi idealizado como uma forma de recuperação da infraestrutura urbana, do transporte, do meio ambiente e dos patrimônios histórico e cultural da região portuária do Rio de Janeiro. O objetivo central consiste na melhoria das condições habitacionais e na atração de novos moradores para a área que abrange cerca de 5 milhões de metros quadrados. Isso porque a chegada de grandes empresas e a melhora na qualidade de prestação de serviços públicos estimulam o crescimento da população e a melhora da economia.

A Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (Cdurp), instituída pela Lei complementar nº 102/2009, é gestora da Prefeitura na Operação Urbana Consorciada Porto Maravilha. Enquanto gestora, cabe à Cdurp prestar contas à Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Além disso, atua como fomentadora do dinamismo econômico e social da região Portuária.

Segundo dados obtidos no web site da Cdurp,¹³ a Concessionária Porto Novo foi contratada – via licitação – para executar as obras e prestar serviços para o município do Rio de Janeiro até 2026, na maior parceria público

¹³ **CDURP**. Rio de Janeiro: CDURP, [2017?]. Disponível em: <<http://www.portomaravilha.com.br/cdurp>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

privada (PPP) do país. Dentre as obras contratadas estão:

- a) a construção e a renovação das redes de infraestrutura urbana (isto é, água, saneamento, energia, gás natural, telecomunicações, etc.);
- b) demolição dos 4.790 metros do Elevado da Perimetral;
- c) substituição do sistema viário atual por um novo conceito de mobilidade urbana;
- d) 17 km em ciclovias e grandes áreas para pedestres;
- e) novo padrão de qualidade para serviços públicos. Isto inclui, coleta seletiva de lixo e iluminação pública oferecida de forma econômica.

Almejando obter mais recursos para a operação urbana, a prefeitura do Rio de Janeiro aumentou o potencial de construção de imóveis da Região Portuária, pois esta área atrai investidores do setor imobiliário para projetos comerciais, principalmente os residenciais. Os investidores interessados em explorar a área devem comprar Certificados de Potencial Adicional Construtivo (Cepacs)¹⁴. Ainda, segundo os dados disponíveis no web site da Cdurp, todo o valor arrecadado com a venda dos Cepacs é, obrigatoriamente, investido na requalificação da região, inclusive nas áreas de preservação em que os imóveis não podem ter aumento de potencial. Além disso, pelo menos 3% do valor é investido na valorização do patrimônio material e imaterial da área.

O principal resultado deste processo é que o município não necessita utilizar os recursos do Tesouro nas obras, garantido maior disponibilidade financeira para a prestação dos demais serviços públicos, tais como educação, saúde, segurança.

¹⁴Títulos usados para custear operações urbanas que recuperam áreas degradadas nas cidades.

Figura 2: Projeto Porto Maravilha



Fonte: Site da Cdurp, 2017.

Em relação ao conceito de mobilidade urbana, o Porto Maravilha privilegia a utilização do sistema de transporte público coletivo, valorizando a ideia de “morar perto do trabalho”. Para incutir esse hábito na população da região foi preciso criar espaços como ciclovias, de acessibilidade e integração dos meios de locomoção na área. A obra do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) integra, por exemplo, todos os meios de transporte entre o centro da cidade e a Região Portuária – isso inclui barcas, metrô, trem, ônibus, rodoviária, aeroporto, teleférico, terminal de cruzeiros marítimos e, futuramente, o BRT Transbrasil. A seguir, as principais obras previstas no Porto Maravilha segundo a Cdurp:

- a) Demolição do Elevado da Perimetral – com o objetivo de integrar a zona portuária com centro da cidade;
- b) Museu de Arte do Rio (MAR) – com o objetivo de explorar a história do município;
- c) Museu do Amanhã – com valores éticos e de sustentabilidade, objetiva atrair o público a

questionar o que queremos e para onde vamos no futuro;

- d) Via Binário do Porto e Túnel Rio 450 – com o objetivo de facilitar a ligação com a Rodoviária e a circulação interna, entre os bairros;
- e) Via Expressa e Túnel Prefeito Marcello Alencar – objetiva ligar o Aterro do Flamengo a Avenida Brasil e Ponte Rio-Niterói. O Túnel possui sentido centro da cidade;
- f) Nova Orla Conde – liga o Armazém 8 ao Museu Histórico Nacional;
- g) Veículo leve sobre trilhos – busca interligar a região portuária ao centro financeiro da cidade e ao aeroporto Santos Dumont;
- h) 70 km de vias reurbanizadas e 650.000 m² de calçadas refeitas;
- i) 700 km de redes de infraestrutura urbana reconstruídas (água, esgoto, drenagem);
- j) 17 km de novas ciclovias;
- k) 15.000 árvores.

Em relação às regras urbanísticas e ambientais, de acordo com o projeto, as novas edificações da região deverão obedecer:

- a) afastamento e recuo adequados entre as novas construções;
- b) economia de consumo de água e reaproveitamento de águas pluviais;

- c) economia e/ou geração local de energias limpas;
- d) uso de telhados verdes e/ou reflexivos do aquecimento solar;
- e) maximização da ventilação e iluminação natural;
- f) uso de materiais com certificação ambiental;
- g) facilitação de acesso e uso de bicicletas.

Em relação aos compromissos sociais, o Porto Maravilha objetiva a permanência dos atuais moradores na região. Para isto, prevê:

- a) instalação de creches, Unidades de Pronto Atendimento e escolas que atendam a densidade populacional;
- b) integração entre os diversos modais de transporte público, facilitando a acessibilidade e a comunicação com outras áreas;
- c) recuperação da qualidade ambiental da área;
- d) geração de empregos diretos e permanentes na região;
- e) regularização e formalização das atividades econômicas;
- f) formação profissional;
- g) criação dos programas Porto Maravilha Cultural e Porto Maravilha Cidadão;
- h) apoio as iniciativas de desenvolvimento comunitário.

O projeto prevê, ainda, como seus principais impactos:

- a) aumento da população de 32 mil para 100 mil

- habitantes em 10 anos;
- b) aumento da área verde;
 - c) aumento de 50% na capacidade de fluxo de tráfego na região;
 - d) redução da poluição do ar e sonora;
 - e) aumento da permeabilidade do solo;
 - f) aumento e melhoria da qualidade da oferta de serviços públicos;
 - a) transformação da região em referência para a cidade.

Mas, afinal, de onde vem o dinheiro para financiar o Porto Maravilha? De forma inovadora, os recursos advêm da venda do potencial adicional de construção¹⁵ da área, conforme Lei Complementar nº 101/2009, garantindo as obras e a prestação do serviço até o ano de 2026.

Atualmente, segundo o relatório do primeiro trimestre de 2017 divulgado pela Cdurp, houve a inauguração da linha 2 do Veículo Leve sobre Trilhos Carioca e aprovação de um modelo de quiosques para a Orla Conde, e, segundo o relatório, os equipamentos para a instalação devem chegar a partir do segundo semestre de 2017. Informa-se ainda que 51,9% das obras de urbanização e 56% das obras de infraestrutura do projeto já foram realizadas. Seguem em andamento normal os serviços de coleta de lixo, limpeza urbana e iluminação pública.

Destaca-se ainda o plantio de novas espécies para a inauguração da Praça Barão de Ladário no primeiro trimestre. A Orla Conde também recebeu um novo conjunto de murais com grafite, em homenagem a Jean-Baptiste Debret, pintor e desenhista francês que registrou fatos importantes da história

¹⁵ [Lei Federal nº 10.257/2001](#) - Para a recuperação de regiões degradadas. Este estatuto prevê a criação de operações urbanas consorciadas onde o município estabelece regras específicas para novas construções. Há uma “troca”, onde o município abre mão de contribuições financeiras para que os empreendedores possam construir imóveis maiores (com mais metros quadrados). Todavia, todos os recursos arrecadados devem ser utilizados exclusivamente para pagamento das despesas da recuperação urbana.

da cidade do Rio de Janeiro. Além disso, o relatório atenta para as diversas atividades culturais promovidas na zona Portuária e no fomento ao empreendedorismo, com incentivo à formação e qualificação de profissionais através dos Fóruns do Porto Maravilha.

4.2 O MUSEU DO AMANHÃ

O Museu do Amanhã é uma obra arquitetônica de vanguarda assinada pelo famoso arquiteto Santiago Calatrava. Localizado no Píer Mauá, caracteriza-se por ser o principal aparelho urbano de revitalização da zona Portuária da cidade do Rio de Janeiro. O novo equipamento cultural já se destaca como um dos principais pontos turísticos da cidade mesmo com sua recente inauguração. O empreendimento foi fruto de uma parceria público-privada entre a prefeitura da cidade, o Grupo Globo, o Banco Santander e a BG Brasil. Além disso, a obra foi custeada, em parte, pela venda de Cepacs. Segundo a prefeitura do Rio de Janeiro:

O Museu do Amanhã conjuga o rigor da ciência e a linguagem expressiva da arte, tendo a tecnologia como suporte, em ambientes imersivos, instalações audiovisuais e jogos, criados a partir de estudos científicos desenvolvidos por especialistas e dados divulgados por instituições do mundo inteiro. Traz à cidade, pela primeira vez, o conceito de museu experiencial, no qual o conteúdo é apresentado de forma sensorial, interativa e conduzido por uma narrativa. O espaço examina o passado, apresenta tendências do presente e explora cenários possíveis para os próximos 50 anos a partir das perspectivas da sustentabilidade e da convivência. (RIO DE JANEIRO, 2015).¹⁶

O projeto do Museu do Amanhã segue uma tendência internacional conhecida como “Efeito Bilbao”. Para Bonates (2009) a arquitetura de grife combinada com políticas público-privadas tornou a cidade de Bilbao uma exposição a céu aberto. Mais do que isso, levou as pessoas para as ruas da cidade, despertando nelas o desejo de contemplar a cidade sob diferentes ângulos e usufruir, por exemplo, do simples ato de caminhar por ruas, praças e

¹⁶ **Museu do Amanhã.** Rio de Janeiro: CDURP, 2015. Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/museu_amanha>. Acesso em: 5 jul. 2017.

pontes. Além disso, a arquitetura deu aos moradores da cidade e aos cidadãos espanhóis, de maneira geral, um forte sentimento de orgulho e pertencimento.

O reconhecimento internacional dos símbolos arquitetônicos da cidade do Rio de Janeiro e com todas as suas variações agregam valor econômico e social, este último sendo intangível financeiramente, mas certamente de grande relevância para a composição de um sentimento de cidadania e patriotismo.

4.2.1 Concepção do Museu do Amanhã

Segundo seu *web site*, o Museu do Amanhã é um museu de ciências “diferente” dos demais, pois convida o indivíduo a se integrar em ambiente composto por novas ideias e questionamentos sobre as grandes mudanças pelas quais o mundo vem passando, além de abrir espaço para que se pense sobre o que queremos para o futuro. Há uma concepção de que “o amanhã” não é apenas uma data no calendário, mas sim uma construção pela qual todos passamos, independentemente da nossa vontade, pois nos afeta como pessoas, como cidadãos e até mesmo como membros da espécie humana.

E por que devemos nos interessar por um museu que interage com o amanhã? Porque todos nós vivemos em uma nova era. Afinal, que amanhãs serão gerados pelas nossas atitudes do dia de hoje? Atualmente, os seres humanos realizam transplantes de órgãos, curam doenças antes fatais, influenciam no clima, na atmosfera, desviam cursos de rios. Somos conectados de tal forma impensada por nossos avós. Através da internet, podemos nos comunicar com qualquer pessoa no mundo em qualquer horário do dia. Do que seremos capazes no amanhã?

O Museu do Amanhã oferece uma narrativa sobre como moldar os próximos 50 anos e busca responder as perguntas: de onde viemos? Quem somos? Onde estamos? Para onde vamos? Como queremos ir?

4.2.2 Plano Museológico do Museu do Amanhã

Atualmente existe uma forte demanda por investimentos nas áreas de informação, inovação e interação do conhecimento. Por isso, é preciso que os museus renovem sua postura de gestão, buscando soluções no campo da

capacitação e do financiamento e nas articulações de parcerias positivas para suas ações.

A construção do Museu do Amanhã está inserida em um cenário de grandes transformações urbanísticas e socioculturais na cidade do Rio de Janeiro. Dentre os objetivos do museu, podemos citar o oferecimento de uma plataforma educacional sobre o futuro que queremos aos diferentes públicos que frequentam o local, aplicando dados e recursos da ciência para uma experiência cultural, política e ética.

Além disto, o Museu do Amanhã busca a adoção de novas ferramentas e inovações no campo educacional não-formal, incentivando as pessoas a prototipar soluções de impacto, criando “futuros possíveis”.

Existe também uma preocupação com a saúde financeira do museu, fazendo-se necessário a elaboração do Programa Institucional e de Gestão de Pessoas do Museu do Amanhã. Isto porque o bom planejamento e organização das finanças permite melhorar a eficiência da atuação do museu, alinhando sua missão, visão e objetivos, aprimorando suas funções e incorporando novos caminhos.

O Museu do Amanhã destaca seu Plano Museológico em seu web site e sintetiza suas principais estratégias de atuação, conforme quadro 1:

Quadro 1: Estratégias de atuação do Museu do Amanhã

Estratégias	Objetivo
O desenvolvimento sustentável	Gestão eco eficiente de equipamentos e serviços culturais.
A qualidade dos serviços	Garantir uma ótima satisfação dos visitantes.
A responsabilidade social corporativa	Como fator de compromisso público da instituição com seu entorno, o que inclui seus funcionários, diretores e demais cargos representativos.
A dimensão global e local das atividades	As estratégias de projeção internacional devem sustentar-se sobre a base de uma sólida conexão com a realidade social e cultural mais próxima.

A incorporação das novas tecnologias digitais	Questão-chave no processo de modernização das Instituições culturais.
A investigação e a inovação	Questões que não estão restritas à tecnologia, mas que incorporam outras instâncias da atuação do Museu, como o desenvolvimento de estratégias de inovação em diversos níveis, entre as quais as de produto, de processo, de marketing, de organização, e outras.
Os diferentes públicos-alvo	Destinatários finais dos programas e das atividades culturais. As ações de captação e fidelização das audiências e de usuários devem ter um caráter estratégico central.
A governança	As instituições culturais são parte de um sistema muito amplo, integrado por uma grande diversidade de agentes, pelo que se deve incentivar e dinamizar as relações das organizações culturais com diferentes instâncias.

Fonte: Plano Museológico do Museu do Amanhã, 2015.

O Plano Museológico também fornece uma análise SWOT do museu. Uma SWOT nada mais é do que uma ferramenta utilizada para analisar cenários eventuais e, desta maneira, fazer com que uma empresa seja capaz de se posicionar e/ou verificar sua estratégia no seu ambiente de concorrência. A seguir, na figura 3, podemos observar a análise SWOT do Museu do Amanhã:

Figura 3: SWOT do Museu do Amanhã

<p style="text-align: center;">Pontos Fortes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ser um museu original; -Modelo de gestão adotado e equipe qualificada e profissional; -Base científica adotada; -Parcerias com instituições nacionais e internacionais de pesquisa; -Museu acessível a diferentes públicos; -Localização geográfica, inserida na área de revitalização urbana do rio de janeiro; -Projeto arquitetônico. 	<p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alto investimento de recursos materiais e humanos para a operação do museu; -Estagnação / desatualização; -Necessidade de uma programação cultural constante e atraente; -Atualização e manutenção tecnológica; -Coerência e consistência entre o discurso e as posturas institucionais; -Manter a colaboração da rede científica com o museu; -Manter as parcerias institucionais ativas, com agenda conjunta e engajamento.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fortalecimento de um novo circuito cultural, que passa pela praça Mauá; -Incentivo à criação de museus de ciência e tecnologia no Brasil; -Apoio das instâncias federal, estadual e municipal de governo; -Possibilidade de parcerias com instituições nacionais e internacionais; -Manutenção de relacionamento com visitantes por meio de um programa de CRM (<i>Customer Relationship Management</i>). 	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cortes orçamentários e disputa por fontes de recursos; -Instabilidade da ação política em diferentes esferas governamentais no Brasil; -A região portuária não se consolidar como polo cultural após o período inicial da novidade; -Mudanças nos modelos de financiamento e fomento aos projetos culturais; -Descontinuidade do contrato do patrocinador máster para manutenção do museu.

Fonte: Elaboração própria, com base no Plano Museológico do Museu do Amanhã, 2015.

A análise SWOT, explicitada pela figura 3, mostra-se como uma ferramenta de gestão, semelhante ao de uma empresa preocupada com os desafios futuros e as imperfeições de mercado, buscando desta forma identificar características previsíveis em diversos cenários.

4.2.3 Financiamento e Fomento

O Programa de Financiamento e Fomento do Museu do Amanhã está intimamente vinculado à sua missão, à visão e aos seus valores. Isto porque, apesar de buscar parcerias, o museu não abre mão de manter sua identidade institucional. A captação de recursos é vista como uma atividade meio e não como um fim em si mesma, fazendo com que as parcerias se deem basicamente com instituições e com empresas socialmente responsáveis.

4.2.3.1 Principais fontes externas de recursos

A busca por parcerias e a captação de recursos é vista como uma atividade complexa e deve ser cuidadosamente planejada. Ela envolve basicamente ações de marketing, comunicação e relações públicas, bem como elaboração de estratégias e de projetos de natureza ética. Conforme previsto no Programa Institucional, existe no quadro funcional um profissional dedicado à busca dessas parcerias e à captação de recursos para o Museu, tanto na esfera pública quanto na esfera privada, sendo que a Lei Rouanet à Cultura deve ser priorizada nesse quesito.

Os mecanismos existentes atualmente para dinamizar e fortalecer a política de financiamento e fomento de equipamentos culturais são amplamente utilizados pelo Museu do Amanhã para viabilização de suas ações. O Museu do Amanhã destaca em seu Plano Museológico as seguintes possibilidades, listadas no quadro 2:

Quadro 2: Fontes Externas de Captação

Fonte	Descrição
Contrato de Gestão	Recursos orçamentários oriundos da Prefeitura Municipal.
Recursos diretos	Recursos advindos dos governos e órgãos federais, estaduais e municipais de incentivo à cultura e pesquisa.
Convênios	Firmados com secretarias e/ou ministérios da Educação, Cultura e/ou Ciência e Tecnologia.
Financiamento indireto	Por meio de imunidade e isenção tributária.
Patrocínios com e sem renúncia fiscal	Tais como: Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac); Política Nacional de Museus; Lei Estadual de Incentivo à Cultura (ICMS); Lei Municipal de Incentivo à Cultura (ISS).
Doações de pessoas físicas, de serviços e/ou doação de software e hardware.	-

Fonte: Plano Museológico do Museu do Amanhã, 2015.

Como essas as regras sofrem atualizações, a equipe responsável pela captação de recursos deve acompanhar sistematicamente as devidas normas e procedimentos por meio dos sites das instituições para garantir que eventuais processos ocorram de forma ética e transparente.

4.2.3.2 Principais fontes internas de recursos

O Museu do Amanhã possui potencial de geração de recursos a serem explorados internamente, a começar pelos seus ativos tangíveis, em face do aproveitamento que o edifício e o conhecimento produzido possibilitam. A relação do edifício do museu, com o território e o espaço urbano em que se localiza, possui um papel de destaque nos estudos de impacto desse empreendimento. Isto se torna um diferencial competitivo do Museu em relação

a outros espaços de lazer concorrentes. Embora se saiba que o Museu do Amanhã não tem por objetivo de gerar recursos, lojas, restaurantes e cafés podem auxiliar na complementação do seu orçamento. Sendo assim, conforme quadro 3, temos como principais fontes internas de recursos:

Quadro 3: Fontes Internas de Captação

Fonte	Descrição
BILHETERIA	É uma fonte de receita, porém não há possibilidades de o museu se sustentar apenas com sua bilheteria.
DISPONIBILIZAÇÃO DE ESPAÇOS EM CONSIGNAÇÃO (CAFÉ, RESTAURANTE, LOJA)	Cabe à gestora do museu selecionar suas operadoras e regular seus contratos. Pode-se manter espaços interna e externamente, o que auxilia nas vendas, formação de público e captação de novos sócios, além da própria divulgação.
CESSÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL SOBRE CONHECIMENTO PRODUZIDO E/OU MATERIAL EXPOSTO	Desenvolvimento de produtos baseados no conceito gerador do Museu e vendas de produtos licenciados e publicações na loja do Museu.
PUBLICAÇÕES	Catálogos de exposições, livros com textos críticos e livros com temas correlatos aos tratados no Museu são publicações que podem ser comercializadas na loja.
LOCAÇÃO DE ESPAÇO PARA EVENTOS ESPECIAIS	Esses eventos pedem, no entanto, normas próprias, tabelas de preços e kits de divulgação de seus espaços bem elaborados, dirigidos a diferentes potenciais interessados.

Fonte: Plano Museológico do Museu do Amanhã, 2015.

Ao buscar diferentes formas de captação interna de recursos o museu abre possibilidades para diversificação de atividades que mais do que obter receitas, possibilita o aperfeiçoamento profissional e a geração de empregos diretos e indiretos.

4.2.3.3 Parcerias regionais e nacionais

O Museu do Amanhã possui as seguintes possibilidades de parcerias:

Rede Ciências (apoio de Universidades, institutos de pesquisa, etc.), Rede Museus (parcerias com outros museus) e Rede Amanhã (articulando iniciativas de cultura da Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro). Além disso, o Museu conta com diversos parceiros, como o Ministério da Cultura e entidades privadas.

4.2.4 Impacto Social

As ações educativas do Museu do Amanhã devem dialogar com seus diferentes públicos, permitindo a construção de significados a partir de suas expectativas e conhecimentos prévios.

4.2.4.1 Ações do Programa Educativo

A seguir, temos no quadro 4, as ações educativas do Museu, considerando o Programa Educativo do Museu do Amanhã, desenvolvido pela Percebe – Pesquisa, Consultoria e Treinamento Educacional, em agosto de 2014.

Quadro 4: Ações Educativas do Museu do Amanhã

Ações	Descrição
Visitas Educativas	São estratégias para o estabelecimento de novos olhares. Para tanto, podem ser utilizadas distintas estratégias, conforme a faixa etária, a capacidade cognitiva e o perfil dos visitantes.
Visitas Educativas para o público escolar	O público escolar inclui todos os níveis da Educação Básica. Uma vez que esse constitui a grande maioria do público visitante dos museus brasileiros, é bastante relevante a articulação entre os territórios “museu” e “escola”.
Visitas Educativas para as famílias	Utilização de jogos temáticos, oficinas e visitas às exposições, audioguias, aplicativos e outras mídias com o objetivo de expor diferentes visões de futuro.
Visitas Educativas para o público espontâneo	Dar suporte à ideia de que o Amanhã está sendo construído a cada dia.

Visitas Educativas para turistas	Considerando o volume de público, a ação educativa terá de desenvolver um roteiro a ele direcionado. Pode-se desenvolver roteiros com visitas de curta, média e longa duração, a depender da disponibilidade de tempo do visitante.
Visitas Educativas para públicos especiais	Implantar recursos de apoio multissensoriais, como forma de auxiliar a compreensão, principalmente às pessoas com deficiências (visuais, auditivas, físicas e intelectuais), dos conteúdos apresentados na exposição.

Fonte: Plano Museológico do Museu do Amanhã, 2015.

O programa educativo do Museu do Amanhã é uma amostra do impacto social que um museu pode causar em uma cidade. Ao desenvolver atividades voltadas para todas as idades e, inclusive, cursos de formação profissional voltado a profissionais da educação, o museu preenche a expectativa de que um aparato cultural desta magnitude, mais do que despertar o interesse de turistas e se voltar para um público específico, ele deve “conversar” com a sociedade onde está inserido, gerando oportunidades de toda a ordem.

4.2.4.2 Ações do Programa de Conteúdo

A função social do legado cultural é de grande importância, pois a experiência da vida humana necessita de constante aprimoramento, não só do ponto de vista pessoal, mas também da continuidade de um legado. A cultura é o progresso das atividades intelectuais e do ambiente em que se vive.

Dentro desta visão:

O Programa de Conteúdo tem como objetivo promover a reflexão, a discussão, a análise e o uso do conhecimento produzido em ciência, tecnologia, inovação e empreendedorismo pela sociedade, destacando as potencialidades e aplicações futuras que esse conhecimento traz, bem como as novas questões e desafios que ele nos coloca. Reúne em suas atribuições os programas de pesquisa, difusão e divulgação. (Plano Museológico – 2015)

O Programa de Conteúdo está baseado, basicamente, em três projetos, de acordo com o quadro 5:

Quadro 5: Ações do Programa de Conteúdo

Observatório do Amanhã	Busca atualizar os conteúdos expostos no museu além de captar e repercutir informações de centros de pesquisa do mundo todo. Além disso tem a tarefa de propor questionamentos a cerca da sustentabilidade em todos os sentidos. É também um órgão de articulação institucional, mantendo parcerias para a realização de pesquisas.
Laboratório de Atividades do Amanhã	Espaço voltado à inovação e produção de tecnologias com impacto no mercado de trabalho. E também utilizado para a gestão de projetos alinhados as temáticas no museu e possui um calendário permanente de cursos, workshops e palestras para todos os públicos sobre os modos de produção no futuro.
Programação Cultural	A programação cultural é pautada em 5 itens: <ul style="list-style-type: none"> • Atividades sugeridas • Fóruns internacionais • Conferências • Ciclo de palestras • Conversas com cientistas e empreendedores.

Fonte: Plano Museológico – 2015

As ações de conteúdo, citadas no quadro 5, representam um fator crucial para a discussão acerca do impacto que o museu pode causar na economia urbana. São oportunidades para a troca de experiências e de conhecimentos, e o estímulo ao empreendedorismo cultural e científico. Tais ações podem abrir caminho para o surgimento de novas oportunidades econômicas no meio cultural e científico.

4.2.4.3 Sustentabilidade

O projeto do Museu do Amanhã procura obter a certificação LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), que certifica prédios concebidos para reduzir ao máximo o consumo dos recursos naturais existentes no planeta. As suas principais ações para isso são:

- a) Incentivo ao transporte público e alternativo: colaborando para reduzir as emissões de gás carbônico na atmosfera. O Museu do Amanhã foi construído em uma área já urbanizada, com fácil acesso usando ônibus, bicicleta, metrô e, futuramente, VLT. Não há estacionamento no Museu. Há uma estação “Museu do Amanhã” do *Bike Rio*, projeto de sustentabilidade da Prefeitura do Rio de Janeiro;
- b) Uso racional da água: o Museu economizando consumo de água pelo uso de equipamentos, instalações e acessórios eficientes, como, por exemplo, pela captação de águas pluviais através de calhas e direcionadas para a estação e o tratamento de água de reuso;
- c) A geração de energia para uso interno é feita por meio da instalação de placas que transformam a energia da luz do Sol em energia elétrica. As estruturas da cobertura do edifício se movimentam ao longo do dia para captar a maior quantidade possível de luz solar;

- d) As águas da Baía de Guanabara serão utilizadas na troca de calor com o sistema de climatização do prédio. Realizada de forma a não prejudicar a vida marinha, a troca vai possibilitar ainda que as águas sejam filtradas durante o processo.

4.2.5 Análise final

Um equipamento cultural, diferentemente de uma fábrica, por exemplo, causa um impacto econômico nem sempre direto. Dentro desta ótica, e para dentro deste trabalho, onde o equipamento cultural em questão é o Museu do Amanhã, os produtos que agregam são representados primeiramente pelas ações que o museu desenvolve na sociedade, transferindo conhecimento às pessoas. Para além, podemos falar das receitas advindas do turismo gerado por visitantes que desejam vislumbrar uma obra com arquitetura única e assinada por um dos mais renomados arquitetos contemporâneos. Desta forma o museu torna-se uma obra de arte única, despertando a curiosidade e a admiração de um determinado público.

A inserção estratégica como um equipamento de destaque no mobiliário urbano da revitalizada zona portuária da região central da cidade do Rio de Janeiro, hoje conhecida como Porto Maravilha, caracteriza-se como um dos mais importantes pontos turísticos cariocas. É possível perceber o impacto do museu antes mesmo da visita de seu acervo, devido à sua imponente e conceitual arquitetura, gerando um contraste visual na paisagem da cidade.

A genialidade de um artista que cria uma obra como o Museu do Amanhã é o exemplo notório de que a cultura é capaz de agregar valor econômico em uma sociedade no momento em que ele se transforma em monumento urbano admirado mundialmente e frequentado por milhares de pessoas que pagam para visitá-lo. Quando as pessoas se deslocam para visitar um museu, ou qualquer outro bem cultural, consomem produtos e serviços oferecidos no local, agregando valor a diferentes agentes econômicos (no caso do Museu do Amanhã as receitas geradas diretamente no museu permitem a sua manutenção e geram empregos diretos no local – bilheteria, guias, curadores, etc.). Estes agentes econômicos podem ser representados

por bares, restaurantes, lojas de artesanato, empresas de transportes de diferentes modais, hotéis e etc.

Castelis e Borja (1996) acrescenta o conceito de “planejamento estratégico urbano”, definindo-o pela unificação de diagnósticos para a atuação e concretização de atuações publico-privadas, estabelecendo uma relação real de mobilização e cooperação entre os diferentes atores sociais urbanos.

Sobre o valor adicionado à economia urbana e gerada por museus:

O museu moderno se mostra como uma instituição renovada, muito dinâmica e em constante crescimento, perfeitamente capaz competir, não apenas com outras alternativas culturais mas também com outras formas de lazer; se constitui em um *in put* fundamental para criar alternativas turísticas, contribuindo com a geração de um desenvolvimento local com uma nova variante denominada “turismo cultural” (RAUSELL KÖSTER; MARCO SERRANO; MONTAGUT MARQUÉS, 2014, p. 232).

Além do aspecto econômico, o museu proporciona um forte impacto social. Práticas de gestão conscientes podem servir como exemplo para outros agentes, sejam públicos ou privados. Também se observa a transferência cultural e científica através de atividades junto à população da cidade, empoderando populações em situação de vulnerabilidade econômica e social ao despertar o empreendedorismo cultural. Desta forma, o Museu do Amanhã se configura como um multiplicador cultural, possibilitando ampliar os horizontes de pessoas que sem tais iniciativas dificilmente conseguiriam fazê-lo.

Além disso, as já referidas ações de educação, formação profissional e de promoção à inovação e ao empreendedorismo desenvolvidas pelo museu se caracterizam claramente como vetores de desenvolvimento locais, sobretudo quanto ao trabalho voltado às comunidades carentes no seu entorno. Estas ações, além de inserirem a população em um universo de possibilidades para o futuro, integram a comunidade ao museu ao invés de segregá-los - como é comum de se observar em outros locais.

A centralidade da nova zona portuária, portanto, tem devolvido a dinâmica econômica, social e cultural da cidade à região, até então voltada principalmente aos bairros da zona sul da cidade, onde se concentram os bairros mais ricos. Nesta perspectiva, o Museu do Amanhã tornou-se um

expoente cultural de grande impacto, gerando empregos diretos e indiretos, aproveitando-se das demandas geradas em detrimento do turismo e também da qualificação urbana do local.

O próprio espaço físico do museu propicia o surgimento de negócios que funcionam na parte interna do local, que caracterizam pela responsabilidade social. Um exemplo é o Restaurante Fazenda Culinária, que funciona como um restaurante voltado para a formação de profissionais nas áreas de hotelaria, gastronomia e bebidas. Também funciona no local o Café Fazenda Culinária, que possui uma filosofia alinhada ao meio ambiente, valorizando a agricultura de produtores locais, encurtando a distância entre o produtor e o consumidor final. Além do café e do restaurante, existe uma loja que reúne diversos fornecedores, sendo que estes rateiam custos e preços, um notório exemplo de economia solidária.

Ao tratar da “culturalização” de políticas urbanas, reconversão de áreas centrais das cidades, competição interurbana e globalização, Compans (2004) cita exemplos de cidades mundialmente conhecidas que experimentaram a reabilitação de áreas degradadas. Ela cita os exemplos de Londres e Barcelona, que tiveram suas regiões portuárias, antes degradadas, em áreas sofisticadas. Entretanto em ambos os casos as populações locais tiveram de ser removidas e houve pouca preocupação em realocá-los, e menos ainda em inseri-los de alguma forma a nova realidade da região.

Ao trazermos à discussão os desdobramentos do projeto Porto Maravilha, alguns autores que tratam do assunto apontam para a ocorrência de um processo de gentrificação. Montié e Silva (2015) apontam que no Morro da Conceição, localizado nas imediações do porto, já existe um número considerável de artistas que tem instalado galerias e ateliers. Segundo eles, este movimento de moradores com um perfil diferente do usual costuma se configurar como o princípio da expulsão de moradores mais pobres.

Quanto aos argumentos contra, Otília Arantes (2000) critica esse modelo de reestruturação urbana, pois segundo ela este modelo está relacionado a processos de gentrificação, ou seja, de “expulsão” de moradores tradicionais de bairros valorizados para grandes projetos urbanos, motivados por questões econômicas. Para Carlos Vainer (2002), a cidade, ao adotar este modelo de revitalização, torna-se um “produto” a ser vendido no mercado global e para

tanto deve ser gerida como uma empresa, que objetiva produtividade e competitividade e com isso a cidade se descaracteriza e gera “ilhas de prosperidade”, aumentando assim as desigualdades.

O que se observa, é que existem visões bastante distintas no que tange às externalidades geradas por museus. É notório que a construção de um museu movimenta a economia através da geração de empregos, da difusão de conhecimento, da modificação de consumo dos agentes além de impactar no turismo, atraindo o público internacional e dando visibilidade à cidade. Entretanto, também se observa que a população mais pobre ainda não frequenta museus de forma mais ativa (contínua) seja por falta de recursos financeiros ou falta de tempo ou algum outro motivo.

Sendo assim, não existe um consenso em relação ao processo de gentrificação, isto é, se realmente é isto que vem acontecendo ou não, o que torna, portanto, um novo – e delicado – tema para análises futuras.

5 Considerações Finais

Este trabalho objetivou analisar o modelo de revitalização urbana adotado pela prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, no Brasil, alinhado com uma tendência global de revitalização de áreas urbanas degradadas aplicado em diversas cidades ao redor do mundo.

Para isto, o primeiro capítulo trouxe uma revisão da bibliografia econômica sobre a relevância do setor cultural para o desenvolvimento de uma economia. O consumo de bens culturais foi visto por Veblen, no início do século XX, como algo destinado apenas àqueles que dispunham de maiores recursos, e teriam um tempo ocioso disponível para praticar esportes, ir ao teatro, etc. Mais tarde, observou-se uma discrepância entre o setor cultural e os demais setores da economia, pois a introdução de máquinas, tratores e produtos químicos auxiliaram no aumento de produtividade de outros setores (neste trabalho, citou-se o setor manufatureiro), expandindo suas produções sem necessariamente aumento de carga horária. Já a produtividade dos bens culturais se manteve constante ao longo do tempo, e, por este motivo, seus rendimentos não eram atrativos para investidores.

Ainda na década de 1960, estudos demonstraram a importância do consumo de bens culturais como uma forma de modificar o gosto dos agentes, entendendo-se que consumir bens culturais difunde de forma ampliada valores e estilos de vida diferentes provindos de uma “civilização industrial”, distanciando-os principalmente daquelas pessoas que possuem menos recursos, possibilitando uma modificação e expansão dos gostos para outros bens.

Discutiu-se ainda nesse capítulo a questão do gasto público com esse tipo de bem, atentando-se para o fato de que apenas o financiamento privado não é suficiente para alavancar o setor devido, principalmente às falhas de mercado. Isto porque o incentivo recebido para praticar a quantidade ótima de arte para a sociedade não é suficiente, podendo resultar, portanto, na produção de menos arte que o ótimo. Desta forma, é importante que o Estado intervenha neste setor. O capítulo foi finalizado com exemplos de cidades onde a valorização da cultural local surtiu efeito positivo, atraindo turistas e gerando

mais recursos, além de criar uma identidade cultural com a própria população local.

O segundo capítulo abordou o conceito de cultura como um fator positivo para o desenvolvimento econômico e social de um país devido a seus efeitos multiplicadores sobre outros setores da economia. Elucidou-se, também, o papel recreativo da cultura no combate a fadiga mental, comum entre os trabalhadores, causando reflexos na produtividade. Observou-se também os efeitos do investimento em cultura, fidelizando estadias, regenerando áreas degradadas, modificando paisagens, valorizando o ambiente, atraindo novos públicos.

O capítulo dois também conceituou urbanismo, atentando para o fato de que existe uma relação entre a implementação de grandes projetos urbanos e as atividades econômicas como o turismo, no qual grandes projetos urbanos têm sido utilizados como estratégias para a criação de vantagens competitivas, criando assim uma cultura empreendedora dentro da gestão urbana. Para finalizar o capítulo, foi apresentada a forma como a cultura é tratada pelo nosso país juridicamente, demonstrando todo o apoio e proteção à cultura nacional.

O capítulo três trouxe reflexões sobre o principal objeto de estudo deste trabalho, isto é, o Museu do Amanhã. O capítulo inicia com uma apresentação do projeto Porto Maravilha, que visa a recuperação de edificações e a reutilização de espaços na zona portuária, transformando-o em um espaço de lazer e cultura com ampla infraestrutura de transportes, serviços de qualidade e empreendimentos residenciais e comerciais projetados para contribuição de uma “harmonia urbana”. O Museu do Amanhã é o principal equipamento cultural deste projeto.

A segunda seção do terceiro capítulo trata especificamente do museu, esmiuçando diversos aspectos. Procurou-se demonstrar que o Museu do Amanhã é uma obra diferenciada das demais, pois foi projetado para dar novos ares à cidade do Rio de Janeiro, pois oferece uma plataforma educacional sobre o futuro que queremos aos diferentes públicos que frequentam o local, aplicando dados e recursos da ciência para uma experiência cultural, política e ética, além da promoção de discussões sobre valores, soluções sustentáveis, consciência ecológica, etc.

Além disto, o museu possibilitou a geração de empregos, tanto para sua construção quanto para sua preservação, além de possuir diversos parceiros públicos e privados que garantem a sua saúde financeira.

Outra ação diferenciada desta obra é a preocupação com a sustentabilidade do local, preocupando-se com a utilização de energia solar, com o uso racional da água e com o problema da poluição, pois o museu não disponibiliza estacionamento, justamente para incentivar a utilização do transporte público e alternativo.

Ainda assim, não há como avaliar com exatidão o impacto que o Museu do Amanhã causa na economia da cidade por se tratar de um empreendimento novo, com menos de dois anos de funcionamento. Além disso, o museu se caracteriza como um equipamento cultural que faz parte de um projeto de revitalização, neste caso a revitalização da zona portuária da cidade do Rio de Janeiro, e que conta com outros equipamentos culturais, embora nenhum com o mesmo impacto arquitetônico e cultural, como o Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR) e os Galpões da Gamboa, por exemplo.

REFERÊNCIAS

ALBERNAZ, Patrícia; BORGES, Priscila; PASSOS, Renata. A dimensão econômica e os museus: uma síntese do caso brasileiro. In: FIALHO, Ana Letícia do Nascimento; VALIATI, Leandro (Org.). **Atlas Econômico da Cultura Brasileira: metodologia I**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017. p. 161 - 180. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/publicacoes1/-/asset_publisher/xadX3oKvTsLq/content/atlas-economico-da-cultura-brasileira/10883>. Acesso em: 26 jul. 2017.

ARANTES, Otilia Beatriz Fiori. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 11-74.

BECKER, Gary Stanley. **Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education**. 3. ed. Chicago: The University of Chicago Press, 1993.

BONATES, Mariana Fialho. "El guggenheim y mucho más" monumental urbanism and signature architecture in Bilbao. **Pós**, São Paulo, v. 16, n. 26, p. 62-90, dez. 2009. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2317-2762.v0i26p62-90>>. Acesso em: 4 jun. 2017.

BRASIL. Lei n. 10.257, de 10 de julho de 2001. Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 11 jul. 2001. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10257.htm>. Acesso em: 22 jun. 2017.

CANO, Wilson. Dinâmica da economia urbana de São Paulo: uma proposta de investigação. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 1, p.15-25, jan./mar. 1985. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901985000100002>>. Acesso em: 26 maio 2017.

CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. As cidades como atores políticos. **Novos Estudos**, São Paulo, n. 45, p. 152-166, jul. 1996. Disponível em: <[http://forumeja.org.br/sites/forumeja.org.br/files/CASTELLS,%20Manuel%20%20BORJA,%20Jordi.%20As%20cidades%20como%20atores%20pol%C3%ADticos.%20Novos%20Estudos.%20CEBRAP%20N.%20C2%BA%2045,%20julho%201996.%20\(pp.152-166\)_0.pdf](http://forumeja.org.br/sites/forumeja.org.br/files/CASTELLS,%20Manuel%20%20BORJA,%20Jordi.%20As%20cidades%20como%20atores%20pol%C3%ADticos.%20Novos%20Estudos.%20CEBRAP%20N.%20C2%BA%2045,%20julho%201996.%20(pp.152-166)_0.pdf)>. Acesso em: 3 jun. 2017.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO DA REGIÃO DO PORTO DO RIO DE JANEIRO - CDURP. **Museu do Amanhã muda a paisagem do Centro do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: CDURP, 2011. Disponível em: <<http://portomaravilha.com.br/uploads/releases/55cbb3402911f.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO DA REGIÃO DO PORTO

DO RIO DE JANEIRO - CDURP. **CDURP**. Rio de Janeiro: CDURP, [2017?]. Disponível em: <<http://www.portomaravilha.com.br/cdurp>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO DA REGIÃO DO PORTO DO RIO DE JANEIRO - CDURP. **Museu do Amanhã**. Rio de Janeiro: CDURP, 2015. Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/museu_amanha>. Acesso em: 5 jul. 2017.

COMPANS, Rose. Intervenções de recuperação de zonas urbanas centrais: nas centrais: experiências nacionais e internacionais. In: COMIN, Álvaro A.; SOMEKH, Nadia (Coord.). **Caminhos para o centro: estratégias de desenvolvimento para a região central de São Paulo**. São Paulo: PMSP, CEBRAP, CEM, 2004. p. 23-60. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/antigo/v1/diversidade/numero2/caminhos/08Rose%20Compans.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

DINIZ, Sibelle Cornélio. Análise do setor cultural nas regiões metropolitanas brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 36., 2008, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: ANPEC, 2008. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2008/artigos/200807211651060-.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

FREY, Bruno. **La economía del arte**. Barcelona: La Caixa, 2000. (Colección Estudios Económicos, 18). Disponível em: <http://www.caixabankresearch.com/documents/10180/54279/ee18_esp.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2017.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HOFFMAN, Felipe Eleutério. Museus e revitalização urbana: o Museu de Artes e Ofícios e a Praça da Estação em Belo Horizonte. **Cadernos Metrópole**, São Paulo, v. 16, n. 32, p. 537-563, nov. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2014-3211>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

KÖRÖSSY, Nathália; LEAL, Suely Maria Ribeiro. Turismo nos espaços urbanos contemporâneos e grandes projetos urbanísticos: alguma relação? **Turydes**, Espanha, v. 8, n. 19, p. 1-16, dez. 2015. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/19/megaeventos.html>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

LIMA, Ana Carolina da Cruz; SIMÕES, Rodrigo; MONTE-MÓR, Roberto Luís de Melo. Espaço, cidades e escalas territoriais: novas implicações de políticas de desenvolvimento regional. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 23, n. 1, p. 223-241, jan./abr. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-06182014000100008>>. Acesso em: 02 abr. 2017.

MARCO, Kátia de. A cultura transforma uma cidade: algumas referências a Niterói. In: REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (Org.). **Economia da**

cultura: ideias e vivências. Rio de Janeiro: E-livre, 2009. (Coleção Ideias e Vivências, 1). p. 279-287. Disponível em: <<http://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Economia-da-Cultura-Ideias-e-Viv%C3%AAncias1.pdf>> Acesso em: 6 jun. 2016.

MARTINS, Maria Lúcia Refinetti. Economia urbana e ambiente construído. In: MUSCAR BENASAYAG, Eduardo Fortunato (Org.). **Innovación y desarrollo en Latinoamérica:** nuevas dinámicas en ciudades y regiones. Madrid: CERSSA-TAIBAM, 1998. p. 21-29. Disponível em: <http://www.fau.usp.br/deprojeto/labhab/biblioteca/textos/martins_economiaurbana.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2016.

MELGUIZO, Jorge. Medellin, uma cidade criativa. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). **Cidades criativas:** perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 44-49. Disponível em: <<http://imprensa.spturis.com.br/wp-content/uploads/2012/05/Livro-Cidades-Criativas-Perspectivas.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

MONIÉ, Frédéric, SILVA, Vivian Santos da. O projeto Porto Maravilha de revitalização da área portuária do Rio de Janeiro entre inovações e retrocessos na produção do espaço urbano. **Transporte y Territorio**, Rio de Janeiro, n. 12, p. 110-116, 2015. Disponível em: <<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/rtt/article/view/1225/1186>>. Acesso em: 19 mar. 2017.

MUSEU DO AMANHÃ. **Plano museológico.** Rio de Janeiro: Expomus; Fundação Roberto Marinho, 2015. Disponível em: <https://museudoamanha.org.br/sites/default/files/expomus_planomuseologico_digital_160219_Otimizar.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2017.

OLIVEIRA, Alberto de. Os grandes projetos urbanos como estratégia de crescimento econômico. **Eure**, Santiago, v. 39, n. 117, p. 147-163, maio 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612013000200007>>. Acesso em: 12 ago. 2016.

PAIXÃO, Claudia Míriam Quelhas. O uso do espaço urbano do Rio de Janeiro no início do século XX: engenheiros e populares. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 25., 2009, Fortaleza. **Anais eletrônicos...** Fortaleza: ANPUH, 2009. Disponível em: <<http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S25.0429.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

PORTA, Paula. **Economia da cultura:** um setor estratégico para o país. Prodec/MinC. 2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/texto-sobre-o-prodec-paula-porta.pdf/5a9047a0-2f5f-4059-aeb3-c8859188f4ff>>. Acesso em: 17 set. 2016.

RAUSELL KÖSTER, Pau; MARCO SERRANO, Francisco; MONTAGUT MARQUÉS, Julio. Impacto económico del Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias “González Martí”. **Museos.es**, Madrid, n. 7-8, p. 232-253, 2012.

Disponível em: <<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/d/14243C/19/1>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

REIS, Ana Carla Fonseca; URANI, André. Cidades criativas: perspectivas brasileiras. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 30-37. Disponível em: <<http://imprensa.spturis.com.br/wp-content/uploads/2012/05/Livro-Cidades-Criativas-Perspectivas.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

RIO DE JANEIRO. **Prefeitura do Rio inaugura Museu do Amanhã**. Rio de Janeiro: 2015. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/ipp/exibeconteudo?id=5806505>>. Acesso em: 15 maio 2016.

SANTOS, Maria Helena Carmo; BENEVIDES, Ricardo. Porto maravilha: uma proposta de reinvenção do Centro do Rio pela ótica da requalificação do espaço urbano. **Eptic**, São Cristóvão/SE, v. 16, n. 1, p. 105-119, jan./abr. 2014. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/1864/1635>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano. In: ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 75-120. Disponível em: <http://www.ub.edu/escult/doctorat/html/lecturas/a_ciudade_do_pensamento_unico.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2016.

VALIATI, Leandro; CORAZZA, Rosana Icassatti; FLORISSI, Susanna. O marco teórico-conceitual da Economia da Cultura e da Economia Criativa: uma revisão de contribuições selecionadas e de seus pressupostos. In: MINISTÉRIO DA CULTURA; FECAMP. **Projeto “ Perspectivas da Economia da Cultura: um modelo de análise do caso brasileiro”**. Campinas: Ministério da Cultura; Fecamp, 2011.

VALIATI, Leandro; FONSECA, Pedro Cezar. Institutions and Culture: Thorstein Veblen's and Pierre Bourdieu's economic thought in dialogue. **Iberian Journal of the History of Economic Thought**, Madrid, v. 1, n. 1, p. 1-17, 2014. Disponível em: <<https://revistas.ucm.es/index.php/IJHE/article/view/46642>>. Acesso em: 25 out. 2016.

VEBLEN, Thorstein. **Teoría de la clase ociosa**. [S.l.]: Elaleph.com, 2000. Disponível em: <http://argentina.indymedia.org/uploads/2012/10/teoria_de_la_clase_ociosa.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2017.