

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

VÍTOR LABRES DA SILVEIRA

**O EVENTO “NOITE DOS MUSEUS” DE PORTO ALEGRE:
UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS ECONÔMICOS**

Porto Alegre

2021

VÍTOR LABRES DA SILVEIRA

**O EVENTO “NOITE DOS MUSEUS” DE PORTO ALEGRE:
UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS ECONÔMICOS**

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

Orientador(a): Prof. Dr. Marcelo Milan

Porto Alegre

2021

CIP - Catalogação na Publicação

Silveira, Vítor Labres da
O EVENTO "NOITE DOS MUSEUS" DE PORTO ALEGRE: UMA
ANÁLISE DOS IMPACTOS ECONÔMICOS / Vítor Labres da
Silveira. -- 2021.
73 f.
Orientador: Marcelo Milan.

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, 2021.

1. Economia da Cultura. 2. Museus. 3. Eventos. 4.
Impacto Econômico. 5. Noite dos Museus. I. Milan,
Marcelo, orient. II. Título.

VÍTOR LABRES DA SILVEIRA

**O EVENTO “NOITE DOS MUSEUS” DE PORTO ALEGRE:
UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS ECONÔMICOS**

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

Aprovado em: Porto Alegre, __ de _____ de 2021

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Marcelo Milan - Orientador

UFRGS

Profa. Dra. Luiza Peruffo

UFRGS

Prof. Dr. Stefano Florissi

UFRGS

AGRADECIMENTOS

Gostaria primeiramente de agradecer aos meus pais, por sempre terem colocado a minha educação como principal prioridade. Tudo que conquistei até hoje foi por causa disso e sempre serei grato a eles.

Agradeço também a todas as pessoas que fizeram parte da minha jornada dentro e fora da faculdade durante os meus anos de graduação, em especial à Clara, Maria Eduarda, Letícia, Carlos, Vinicius, Pedro, Gabriel, Raul, Jessica, Brenda e Marina. Com certeza os últimos anos foram bem mais leves por eles estarem na minha vida e por sempre terem me dado apoio de alguma forma durante esse tempo, e eu valorizo muito isso.

Por fim, agradeço ao meu orientador Marcelo Milan, por ter me auxiliado no desenvolvimento desse trabalho, suas contribuições foram essenciais para a concretização das minhas ideias.

RESUMO

Este trabalho pretende identificar quais são os impactos econômicos do evento Noite dos Museus, que ocorre anualmente desde 2016 na cidade de Porto Alegre. Tendo isso em vista, são analisadas inicialmente a literatura acerca da economia da cultura e a da sua relação com o setor dos museus, assim como o circuito econômico de que eles fazem parte. Em seguida, é feita uma revisão sobre a importância dos projetos e eventos culturais, e são pesquisadas as metodologias utilizadas para o cálculo dos seus impactos econômicos, considerando alguns trabalhos com essa temática já feitos em outros países. Por fim, de acordo com os dados disponibilizados pela organização do evento Noite dos Museus sobre as edições passadas, e com reportagens a respeito do mesmo, são analisados o seu público, as atrações oferecidas, o seu financiamento e suas despesas. Conclui-se que, com o aumento das instituições e das atrações participantes, o público tem aumentado ao longo dos anos, além disso, é identificado que mais de 80% dos gastos provenientes do financiamento do evento se multiplicam dentro da cidade de Porto Alegre, gerando uma série de externalidades positivas.

Palavras-chave: Economia da Cultura. Museus. Eventos. Impacto Econômico. Noite dos Museus.

ABSTRACT

This study intends to identify the economic impacts of the event Noite dos Museus, which has been taking place since 2016 in the city of Porto Alegre. With that in mind, the literature regarding cultural economics and its relation with the museum sector, as well as the one dealing with the economic circuits they are part of, are analyzed. Then, a review is carried out on the importance of cultural projects and events, and the methodologies used to calculate their economic impacts are researched, considering some works on this theme that have already been done in other countries. Finally, according to the data provided by the Noite dos Museus event organizers about past editions, and with news reports about it, an analysis is made about its audience, the attractions it provides, its funding and its expenses. It is concluded that, with the increase in the number of institutions and participants, the public has increased over the years, in addition, it is identified that more than 80% of the expenses from the funding of the event are multiplied within the city of Porto Alegre, generating a series of positive externalities.

Keywords: Cultural Economics. Museums. Events. Economic Impact. Museums' Night.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	A ECONOMIA DA CULTURA E O SETOR DOS MUSEUS	11
2.1	A ECONOMIA DA CULTURA	11
2.2	A IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DO SETOR DOS MUSEUS.....	16
2.3	CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES.....	23
3	A ECONOMIA DA CULTURA E OS EVENTOS CULTURAIS	24
3.1	A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS CULTURAIS	24
3.2	AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS DOS EVENTOS CULTURAIS.....	26
3.3	ESTUDOS DE IMPACTO DE EVENTOS INTERNACIONAIS.....	30
3.4	EVENTOS CULTURAIS DE PORTO ALEGRE	37
3.4	CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES.....	40
4	O EVENTO CULTURAL NOITE DOS MUSEUS	42
4.1	O PÚBLICO E AS ATRAÇÕES DO EVENTO	42
4.2	O FINANCIAMENTO DO EVENTO	47
4.3	OS VALORES QUE O EVENTO MOVIMENTA.....	51
4.4	CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES.....	56
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
	REFERÊNCIAS	61
	APÊNDICE A	66
	APÊNDICE B	67
	APÊNDICE C.....	70
	APÊNDICE D.....	73

1 INTRODUÇÃO

Criada no ano de 2016, a Noite dos Museus é um evento que ocorre anualmente em Porto Alegre, com o objetivo de convidar o público para visitar os museus da cidade de uma forma diferente: à noite. Abrangendo diversas instituições da capital e contando com uma série de atrações musicais, o evento promove a ocupação dos espaços públicos e a busca por cultura, e já ultrapassou o número de 100 mil visitantes em uma só noite. É com base nesse cenário que o trabalho a seguir busca, como objetivo geral, avaliar o papel do evento Noite dos Museus na economia de Porto Alegre. Assim, tem como questão central: quais são os impactos econômicos do evento Noite dos Museus? A hipótese dessa pesquisa é de que, por movimentar diversos setores da economia, o evento causa um impacto positivo significativo para a cidade de Porto Alegre.

Em vista disso, o trabalho a seguir utiliza como método a revisão de literatura para alcançar o objetivo específico de entender a importância do setor dos museus para a economia da cultura, assim como os seus impactos econômicos nas localidades em que estão inseridos. Ademais, é feita uma análise sobre a literatura existente acerca dos estudos dos impactos econômicos de projetos e eventos culturais em geral e sobre a sua relevância como segundo objetivo específico. O trabalho realiza, por fim, empregando a metodologia do estudo de caso, com os dados das edições dos anos de 2016 a 2020 fornecidos pela organização do evento, a avaliação dos possíveis impactos do evento.

O tema deste trabalho se mostra relevante, visto que a análise econômica de um evento que agrega vários museus da cidade de Porto Alegre pode trazer diversos dados pertinentes para o fortalecimento do setor e para a valorização de eventos e projetos culturais similares. Assim, conforme defendido por Assis (2011, p. 12), o ato de coletar dados e informações sobre o setor museal levará a uma melhor condição de conhecer a realidade e trará subsídios para compor ações estratégicas e políticas para o seu desenvolvimento. Além disso, “estudos de impacto econômico podem [...] esclarecer as interações de uma indústria cultural específica com as economias locais, identificando seu potencial para estimular o desenvolvimento da área” (REIS, 2006, p. 44-45).

O trabalho está organizado em cinco capítulos, incluindo a introdução e as considerações finais. No próximo capítulo são revisados os conceitos de economia

da cultura e a sua relação com o setor dos museus, para após ser discutido como eles são importantes economicamente. Em seguida, há um capítulo que revisa a literatura acerca dos eventos culturais e do seu impacto econômico, além de identificar as diferentes formas de mensurar esse impacto, realizando também uma comparação entre estudos internacionais que fizeram essa avaliação e, por fim, trazendo alguns dados sobre outro evento cultural famoso de Porto Alegre. No penúltimo capítulo a Noite dos Museus é analisada, utilizando informações disponibilizadas pela organização do evento e por sites relacionados a ele, visando detalhar dados que podem representar seu impacto econômico. O último capítulo sintetiza todas as informações e, tendo como base os impactos diretos e indiretos do evento e suas externalidades, busca concluir a pesquisa acerca da importância econômica do evento.

2 A ECONOMIA DA CULTURA E O SETOR DOS MUSEUS

Este capítulo está dividido em duas seções, além das considerações preliminares: inicialmente é feita uma breve revisão dos conceitos que compreendem a economia da cultura, comentando como ocorre a sua relação com o setor museal. Após, são analisados os elementos de valor desse setor para a economia como um todo, ou seja, (i) como as instituições museais atuam na movimentação econômica dos locais onde estão inseridas, (ii) como é possível identificar essas áreas que são beneficiadas social e economicamente por elas e (iii) quais são os fluxos de produção em que operam como parte significativa na geração de valor econômico.

2.1 A ECONOMIA DA CULTURA

A palavra cultura pode ser entendida de diversas formas, pois ela tem uma série de sentidos e não possui um significado fixo, que seja definido e acordado pela maioria dos seus estudiosos. Throsby (2001) ao analisar o seu conceito, busca a origem etimológica da palavra, cuja conotação inicialmente era relativa ao preparo do solo, para somente no século 16 passar desse sentido literal para então ser entendida como a cultivação da mente e do intelecto. A partir do início do século XIX o termo começa a ser usado para se referir ao desenvolvimento intelectual e espiritual de uma civilização como um todo. Com o curso do tempo, essa definição foi substituída por uma mais abrangente, para ser vista não só como empreendimento intelectual, mas também compreendendo todo o modo de vida de uma sociedade.

Throsby (2001), portanto, utiliza duas definições para abordar a cultura, uma ampla, antropológica, e outra mais funcional. A primeira ele define como um “conjunto de atitudes, crenças, convenções, costumes, valores e práticas que são comuns ou compartilhadas por qualquer grupo” (THROSBY, 2001, p. 4, tradução nossa), servindo como parte do estabelecimento da identidade e como diferencial com relação a outros grupos. Já a segunda é utilizada por ele mais como adjetivo, como em “bens culturais”, para identificar atividades baseadas na iluminação e na educação da mente, que envolvem criatividade na sua produção e que incorporam alguma forma de propriedade intelectual.

Segundo o autor, a cultura está presente na economia e vice-versa, isto é, relações e processos culturais podem também existir em um ambiente econômico e ser interpretadas em termos desse âmbito. Por outro lado, “a economia como um esforço intelectual não pode ser isenta de cultura” (THROSBY, 2001, p.8, tradução nossa). Porém, a esfera cultural, dadas as suas características e particularidades, gera valor de formas bem diferentes das outras áreas avaliadas pela economia. Assim, nem sempre os meios necessários para representar esse valor em termos culturais seguem os mesmos processos dos já utilizados na economia, o que pode fazer com que seja preciso um pouco mais de atenção na realização da análise econômica cultural (THROSBY, 2001).

Nessa perspectiva, a Economia da Cultura é uma área do conhecimento reconhecida há relativamente pouco tempo, historicamente. Apesar de ter começado a ser notada no pós-II guerra, a movimentação econômica dos bens e serviços culturais só se tornou questão de interesse pelos mais importantes órgãos internacionais por volta do intervalo entre 1970 e 1990, desencadeando mais pesquisas a seu respeito.

Como explica Frey (2005, p.11), na realidade a economia da cultura não é uma ideia nova. Países de língua alemã há bastante tempo se interessavam pelos aspectos econômicos das artes, mas não os consideram explicitamente assim. Presumia-se que o financiamento era papel do Estado, por meio de subsídios, dados os efeitos externos positivos da cultura. Sendo assim, a economia da cultura abrange diversos setores de atividade artística e cultural, como o das artes performáticas, o das artes plásticas e, entre outros, o que é parte do foco de estudo deste trabalho: o setor dos museus.

O Instituto Brasileiro dos Museus (IBRAM) indica que “a economia da cultura se estabelece como um ramo da ciência econômica que articula os seus instrumentais analíticos a fim de compreender, quantificar e modelar os componentes econômicos da atividade cultural de acordo com seus elementos quantitativos e qualitativos” (IBRAM, 2014, p. 20). Nesse sentido, Reis (2009, p. 25-28) complementa que a economia da cultura contempla os bens, serviços e manifestações culturais que entram (ou poderiam entrar) em um fluxo completo de produção, distribuição e consumo, e oferece todo o aprendizado e o instrumental da lógica e das relações econômicas em favor da política pública não só da cultura, como do desenvolvimento. Além disso, esta área do conhecimento

[...] analisa as relações entre oferta, distribuição e demanda culturais, identifica as falhas de mercado que fazem com que nem todos tenham acesso à produção cultural, mapeia as restrições individuais que limitam seu consumo, sinaliza caminhos possíveis para o desenvolvimento sustentável e sugere ações a serem tomadas para que distorções sejam corrigidas. (REIS, 2006, p. 23-24).

É identificada por Porta (2006) como um setor estratégico para o país, por ter características como produtos de alto valor agregado, baixo impacto ambiental e alta empregabilidade, e pelo Brasil possuir diferenciais competitivos nessa área, como facilidade de absorção de novas tecnologias, profissionais de alto nível em todos os segmentos da produção cultural e produtos de alta qualidade e com boa aceitação no mercado. Além disso, a cultura gera impactos positivos sobre outros setores e externalidades sociais e políticas importantes para o desenvolvimento da população e também para o país como um todo, haja vista a relevância que exportações de bens e serviços culturais têm na inserção internacional de um país e na forma com que ele é visto pelas outras nações.

Por essa lógica, Santos (2015, p. 5) reforça que o valor do conhecimento, dos saberes e da produção intelectual coletiva é evidenciado pela cultura, enquanto a aproxima da economia e a modifica, o que fortalece o processo de desenvolvimento e apresenta novos modelos de negócios, de lógicas de valor e troca e acumulação de capital.

Contudo, Tolila (2007, p. 26-74) elucida que foi preciso esperar grandes transformações sociais, por volta do fim do século XIX e, principalmente, no século XX, para que então os economistas voltassem sua atenção para a cultura, sendo que essa atração foi gerada de forma não espontânea. Além disso, destaca em sua obra que é importante para a reflexão econômica analisar o papel de certos setores que servem de vetores privilegiados para as relações entre as atividades culturais e o conjunto da economia. E também, que os resultados obtidos dessas relações serão contribuições determinantes para o valor e o nível do debate democrático geral sobre a cultura e para formular questões essenciais para a aprovação e implementação do apoio público ao setor.

Santos (2015, p. 6) adota o mesmo discurso, afirmando que só recentemente a cultura passou a se difundir mais, fazendo parte das discussões de outros setores

e, dessa forma, reforçando o seu papel e mostrando a sua importância para a economia brasileira nas novas formas de empreender, de desenvolver e de se relacionar no mundo globalizado. Sua magnitude econômica tem contribuído para um novo olhar das empresas e do governo, agregando a essa atual configuração a importância que está sendo dada à criatividade na produção.

O setor cultural representa um ramo produtivo de importância crescente, é frequentemente utilizado como elemento-chave para o desenvolvimento regional e econômico. Sendo assim, na área de Economia da Cultura coexistem duas aproximações metodológicas: a que se concentra na descrição econômica do patrimônio cultural e no estudo do comportamento dos indivíduos e das instituições em relação à cultura, que é a microeconômica, e a macroeconômica, que direciona a análise para a estimativa dos fluxos e estoques que são resultado do setor cultural, considerando cultura como fonte de riqueza e de desenvolvimento econômico (HERRERO et al, 2006).

Partindo da avaliação de que existe uma certa lacuna entre a economia e a cultura, Throsby (2001) traz para o debate a importância do termo “capital cultural” para fazer a ligação dos assuntos. Esse termo já é utilizado com outro sentido para áreas como a sociologia, mas tem ganhado aceitação no meio econômico. Ele serve como uma abordagem que representa questões que dizem respeito à cultura, captando suas características essenciais de uma maneira que serve para o entendimento tanto de um discurso no âmbito econômico, quanto no cultural em geral. Pode ser usado para se referir às diversas manifestações culturais, as identificando como reservas duradouras de valor, e que também geram benefícios para os indivíduos e para grupos específicos (THROSBY, 2001).

Sobre a relação da economia com a cultura e sobre a indústria que abrange esses dois campos, Power e Scott (2004) comentam que o seu atual crescimento reflete a convergência que vem ocorrendo na sociedade moderna. Segundo eles, as indústrias que constituem a economia cultural geralmente possuem três características comuns. A primeira é a constante preocupação com o desenvolvimento de produtos que tenham valor em seu conteúdo simbólico e que busquem estimular diferentes reações e experiências para os consumidores. A segunda é ter aumentos positivos significativos no seu consumo de acordo com a expansão da renda disponível, e a terceira é a propriedade que as empresas têm de se juntar em aglomerados especializados, ou distritos industriais, para seus produtos

circularem com mais facilidade nos mercados globais, visto as pressões competitivas e organizacionais existentes.

Ainda sobre as indústrias culturais, Power e Scott (2004) apontam que a associação entre o produto delas e o local onde estão localizadas pode ser muito importante, tanto que muitas vezes acabam se agregando à ideia e se tornando parte da marca, como a produção de cinema em Hollywood, os museus em Londres e a moda parisiense. Assim, tudo acaba se conectando. Essas aglomerações de produtos culturais de sucesso se tornam cada vez mais procuradas pelos profissionais mais talentosos, e as empresas acabam buscando também pessoas mais qualificadas para fazer parte da sua rede de colaboradores. Além disso, essas indústrias geram externalidades positivas, pois contribuem para a qualidade de vida nos locais onde se estabelecem, e valorizam a imagem e o prestígio da região. Isso faz com que sejam ainda mais atraentes para os formuladores de políticas que buscam encontrar soluções para o desenvolvimento urbano ou até mesmo o desempenho econômico local.

Throsby (2001), ao discutir a indústria da cultura, comenta que apesar de haver uma certa resistência por parte de alguns artistas em se entenderem como parte de uma indústria, na prática, a utilização desse termo faz com que se concentre a atenção nos processos econômicos nos quais os bens e serviços culturais estão envolvidos. Esse termo traz essa noção de potencial econômico para a produção cultural, assim como cultiva a imagem da arte como indústria, o que gera emprego e receita e satisfaz as demandas dos consumidores.

Há uma série de dificuldades para se definir o termo indústria, seja levando em conta o agrupamento de produtores, a classificação do produto, os fatores de produção, a localização ou os tipos de consumidores. O mesmo ocorre com o ambiente cultural, principalmente porque somadas a essas questões também estão os dilemas de definição dos conceitos de bens e serviços culturais, que são definidos por Throsby como os que “envolvem criatividade na sua produção, incorporam algum grau de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico” (THROSBY, 2001, p. 112, tradução nossa). Essa descrição permite que indústrias específicas, como a da música, tenham seus produtos associados nos projetos de pesquisas à indústria cultural (THROSBY, 2001).

Essa indústria abrange não só as produções voltadas exclusivamente para mercados culturais, como também as que produzem, em paralelo, outros bens e

serviços não culturais, como, por exemplo, aparelhos de televisão e rádio, papel para revistas, jornais e material para filmes. Além disso, dependendo da interpretação, podem ser incluídas também as operações que ocorrem fora da esfera cultural, mas que têm produtos que podem ser considerados em algum grau como relevantes culturalmente. Nesse último caso estão as empresas de publicidade e turismo, que contribuem em certos aspectos para a cultura, e que nitidamente necessitam de um determinado nível de criatividade no seu processo produtivo (THROSBY, 2001).

Nessa perspectiva, o setor museal representa parte muito relevante para a economia da cultura, e a sua relação é de grande importância para a sociedade. De acordo com o Plano Nacional Setorial dos Museus:

Economia e Desenvolvimento são aspectos da cultura de um povo. A cultura é parte do processo propulsor da criatividade, gerador de inovação econômica e tecnológica. A diversidade cultural produz distintos modelos de geração de riqueza que devem ser reconhecidos e valorizados. (BRASIL, 2010, p. 11).

2.2 A IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DO SETOR DOS MUSEUS

Assim, adentrando um desses setores da economia da cultura, ao se analisar mais a fundo o segmento dos museus, entende-se que a sua relação com o desenvolvimento econômico e social local é de grande importância para os territórios nos quais essas instituições estão inseridas, e também para os seus arredores. “A usual imagem de um museu como um edifício fechado, antigo, até certo ponto alheio ao contexto no qual se encontra e isolado em si mesmo é algo que encontra cada vez menos sustentação no modo contemporâneo de entender um museu” (REIS, 2006, p. 91).

Nesse sentido, o IBRAM (2014, p. 18-21) entende que essas instituições provocam muitos impactos econômicos diretos, de acordo com o fluxo financeiro que é gerado ao seu redor – que envolve salários, empregos e a manutenção do equipamento cultural – e de acordo com o valor adicional que produzem nos outros setores – como o turismo, a reabilitação urbana, a vida noturna, os restaurantes, etc. –, e indiretos, nos quais se incluem as externalidades como o lazer que o local proporciona, o desenvolvimento que gera aos seus visitantes e os investimentos que

propicia à cidade da qual faz parte. É um setor que é visto como em expansão, pois mostra um grande potencial de mobilização econômica nas suas atividades, indicando possibilidades de desenvolvimento, de estímulo à produção cultural e de potencialização da geração de emprego e renda que já ocorre no setor.

Alinhado a essas ideias, Throsby (2001) entende que o valor econômico de um museu é formado tanto pelo seu patrimônio, pelos seus edifícios e acervos, quanto pelo fluxo de serviços que esses bens fornecem. Contudo, o método de avaliação padrão que é aplicado para mensurar seus ativos, suas obras de arte e seus recursos arqueológicos pode acabar não sendo tão efetivo por problemas de interpretação. O principal valor econômico direto dos museus vem da experiência de consumo dos seus visitantes, além de produzirem alguns bens e serviços que fazem parte do consumo final dos indivíduos, ou que fazem parte de uma produção econômica em uma escala maior.

Aprofundando um dos pontos que contribui para a geração de valor nos museus, Benhamou (2016) faz uma discussão sobre o patrimônio, que é parte significativa da importância cultural dessas instituições, visto que remete a vários símbolos e é capaz de motivar diversos sentimentos no público em geral. Sua presença chega ao alcance da população por museus, arquivos, monumentos históricos ou até mesmo como patrimônio científico, e sua magnitude não pode ser vista como constante, dado que é nutrida pela sua história e pode ser sempre complementada com o decorrer dos anos. Muito do que torna um patrimônio relevante diz respeito ao que ele representa. Isso se reforça, de certa forma, por muitos patrimônios materiais terem um valor atual por conta da sua dimensão imaterial, ou seja, são as suas representações de linguagem, de saberes, de costumes e de normas que constroem o seu sentido.

Dada a dificuldade de reduzir todos os seus significados a somente um conceito, atribuem-se ao patrimônio diversos valores, como o estético e o histórico, que são mais comuns de se identificar. Contudo, há também outros valores por trás, como o científico, o simbólico, o de comunicação e o de apropriação, que são menos fáceis de serem percebidos pelo público visitante, mas que fazem parte significativa de tudo que abrange o patrimônio. Nesse sentido, e por ele ser constituído de bens únicos, os quais não possuem substitutos perfeitos, dadas as suas características específicas, se o patrimônio não for preservado, pode acarretar uma perda irreversível. Portanto, para que possam continuamente trazer benefícios sociais e

econômicos não podem ser negligenciadas as suas restaurações, desde que mantenham o seu valor intacto, assim como restrições devem ser impostas para preservar um bairro histórico, por exemplo, no desenvolvimento de uma cidade (BENHAMOU, 2016).

Ainda nessa perspectiva, é pertinente discutir também as externalidades que são resultantes dos bens patrimoniais. O orgulho e o bem-estar coletivo que a existência do patrimônio pode gerar, o valor que é adicionado às propriedades próximas a ele, a melhora no ambiente local, entre outros atributos, beneficiam a sociedade sem que haja em troca necessariamente uma remuneração cabível (BENHAMOU, 2016).

Muitas vezes a maior parte dos benefícios fornecidos pelos museus não são tão tangíveis, o que pode influenciar negativamente na contabilização do seu valor econômico como um todo. Isso pode ser exemplificado pela sua influência no debate público sobre arte, pela sua contribuição para a cultura da sociedade e para a definição da identidade da mesma, além dos resultados gerados para o desenvolvimento da população advindos dos serviços educacionais formais e informais que são realizados pelas instituições e a conexão com outras culturas que é proporcionada aos visitantes. Da mesma forma, se um museu se envolve em pesquisas cujo resultado contribui para o domínio público, então isso gera valor econômico e serve como um bem público não excludente (THROSBY, 2001).

Reis (2006, p. 94) corrobora essa constatação, ao analisar um estudo feito pelo Boston Museum of Fine Arts sobre a multiplicidade de funções dos museus, que impactam de diversas formas a economia local, seja agindo como empregadores diretos e indiretos, seja como compradores de bens e serviços, como vendedores, como instituições de ensino, como provedores de local para eventos, apresentações e afins, ou como distribuidores internacionais de artes e cultura. Além disso,

[...] o museu contribui para a economia como pagador de impostos diretos e indiretos, bem como gerador de impactos intangíveis, e.g. incrementando a qualidade de vida local, promovendo a criatividade e o apreço (mais do que o respeito) à diversidade, burilando a imagem da região. [...] A esperança acalentada é que uma vez os benefícios culturais, sociais e simbólicos não se mostrando suficientemente convincentes para gerar os recursos necessários, os benefícios econômicos que o museu pode trazer redobrem a atenção que lhe é dedicada. (REIS, 2006, p. 94).

No mesmo sentido, de acordo com a visão de Frey e Meier (2006, p. 1-34), para analisar esses impactos dos museus é importante levar em consideração também os aspectos psicológicos, visto que essas instituições podem ser parte fundamental das atividades de lazer das pessoas, e que elas criam valores sociais pelos quais não são compensadas financeiramente (externalidades). Portanto, ao se analisar uma informação como o número de visitas, por exemplo, é pertinente considerar os principais fatores que influenciam esse dado, como, na visão neoclássica, as preferências individuais, que podem ser determinadas pela maximização das funções de utilidade de cada pessoa, sujeitas a restrições de orçamento e de tempo. Nesse sentido, alguns estudos econométricos utilizam visitas anteriores como um fator determinante, pois ele se mostra significativo. Isto porque indivíduos que costumavam visitar um museu no passado têm mais probabilidade de visitá-lo no presente e no futuro.

Ao se estabelecer em uma área urbana, um museu gera possibilidade de empregos e rendas, assim como é capaz de beneficiar as empresas próximas a ele. Esses efeitos podem ser importantes para a avaliação da economia local ou regional, e são frequentemente usados por diretores de museus como argumento na busca por maior apoio financeiro de fontes públicas (THROSBY, 2001).

Completando esse raciocínio, Reis (2006, p. 58) aponta que a utilidade marginal dos bens e serviços culturais é diferente quando comparada à utilidade dos demais bens, visto que ela é crescente. Portanto, quando um indivíduo consome cultura, seja pelo meio que for, sua satisfação não é menor que a da vez anterior que o consumiu. Na verdade, o oposto ocorre, o seu consumo gera cada vez mais demanda.

A expansão da visão sobre o setor é de grande importância para a evolução dos debates sobre ele. Argenta (2013, p.151) acrescenta outro argumento nesse sentido ao considerar que um museu é, antes de tudo, um agente de desenvolvimento de modo amplo, integral e inclusivo, e deve auxiliar na promoção de respostas não só para as suas demandas, como também para as demandas silenciosas das comunidades às quais faz parte. Essa reflexão é pertinente para que seja possível enfatizar o olhar para os museus não somente como equipamentos de expansão cultural, mas também como movimentadores da economia, uma vez que

articulam diversos setores. Conforme é apontado na Lei nº 11.904, que instituiu o Estatuto dos Museus em 2009,

Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. (BRASIL, 2009).

Logo, assim como defendido por Castro e Cutrim (2016, p. 61) é através do conhecimento desse tema que será possível identificar cada vez mais os fatores que o cercam, as áreas que estão relacionadas a ele e, conseqüentemente, como as movimentações econômicas ao seu redor podem ser desenvolvidas e ampliadas. Portanto, é necessário incentivar e viabilizar ações e eventos que fomentem o tipo de economia voltada para as instituições museológicas, gerando uma nova percepção acerca do setor.

Dado o potencial transformador de atividades que geram essa nova consciência da população em geral sobre os museus, e a fim de valorizar a sua importância, Reis acrescenta:

A necessidade de transformar a visita ao museu em uma experiência efetiva exige a criação de formas alternativas de apresentação das coleções e acervos e até mesmo do próprio museu. Integram esse rol as exposições itinerantes (que levam o museu às comunidades que normalmente não o frequentam), o desenvolvimento de trabalhos com e para as comunidades locais, a oferta não apenas de produtos a serem exibidos, mas também de serviços complementares, oficinas variadas e espaços multimídia. Os museus passam então a ser vistos como espaços interativos, mais do que como meros depósitos de obras. (REIS, 2006, p.93).

Tendo em vista o objetivo de maximizar as movimentações econômicas do setor, assim como identificar os seus impactos gerais, é pertinente ressaltar o exemplo do Museu Guggenheim de Bilbao, na Espanha. Após um período de recessão no País Basco, o projeto desse museu surgiu como uma oportunidade para auxiliar na reestruturação econômica do local, e, como comenta Reis, com o resultado do seu planejamento “[...] ele demonstra de forma clara que investimentos

em cultura não só produzem bens e serviços, geram empregos e arrecadação tributária, como também criam as condições necessárias para o desenvolvimento econômico-social sustentável” (REIS, 2006, p. 51).

Conforme apontado em uma reportagem da revista inglesa *The Economist* (2013), o montante gasto pelos turistas e residentes de Bilbao somou apenas nos três primeiros anos após a inauguração do museu, que ocorreu em 1997, o equivalente a mais de cem milhões de euros em impostos para o governo regional, valor esse que foi suficiente para cobrir todos os custos da sua produção. Até hoje o prédio segue atraindo milhares de visitantes anualmente para a cidade de Bilbao. Além disso, com a criação da instituição, diversos outros projetos foram surgindo ao seu redor, o que serviu diretamente para um aprimoramento da infraestrutura da região.

Visto o efeito causado pela inauguração do museu, Reis (2006, p. 51) comenta que, desde então, é contratada anualmente uma empresa de consultoria para avaliar os impactos econômicos das atividades dessa instituição no País Basco. Como a definição de indicadores é algo crucial para o entendimento do impacto efetivo e potencial da economia da cultura, além de auxiliar na solicitação e justificativa de investimentos públicos, o foco é identificar os efeitos induzidos, fazer um levantamento dos gastos dos visitantes e dos gastos diretos de empresas que organizam eventos no local, e aplicar multiplicadores específicos da presença do museu em cada setor.

Com o propósito similar de analisar a cadeia produtiva dos museus e os setores que fazem parte da mesma, além de identificar como eles são impactados e impactam direta e indiretamente o restante dos elos, o IBRAM (2013) realizou uma pesquisa em 2012 no Ministério da Cultura, de acordo com a prestação de contas de projetos ligados ao Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) entre 2008 e 2012 e com alguns planos anuais desse período, e uma pesquisa eletrônica com 253 gestores de museus brasileiros.

A pesquisa dividiu os setores em alguns grupos de rubricas de dispêndio, de forma a detalhar melhor os gastos. Seus resultados apontaram que os maiores gastos dos museus foram com exposições (34,8%), e que as rubricas que mais se destacam são mão de obra eventual/terceirizada, técnicos e especialistas, publicidade, pessoal empregado, transporte, produção cultural e recuperação de edifício. Ao todo, a amostra revelou que R\$ 122 milhões foram inseridos no circuito

econômico, de acordo com as 45 prestações de conta. Já a pesquisa eletrônica abrangeu 23 estados brasileiros e apontou que “os museus tendem a concentrar suas atividades em áreas como Arte, História, Ciência e Tecnologia, com menor participação estrutural de áreas inovadoras, como por exemplo, som e imagem, interatividade e ecomuseus” (IBRAM, 2013, p. 41). Além disso, foi identificado que 35,97% dos museus respondentes possuíam fontes próprias de recursos, além das empresas privadas que os apoiam e da venda de ingressos, contavam também com outras fontes que ainda não são tão exploradas. Estas incluem lojas, restaurantes, cafés e livrarias, que além de auxiliarem no financiamento das instituições, também amplificam a sensação de imersão cultural, prolongando o tempo de visitação do público em geral (IBRAM, 2013).

Informa es como essas são necessárias para gerar dados e indicadores que auxiliem tanto no crescimento do setor, como na identifica o de onde se deve atuar para fazê-lo crescer, além de servir para justificar investimentos públicos e privados e detalhar quais podem ser os benefícios trazidos por novos investimentos nessa categoria. Conforme o estudo,

Uma institui o que produza cultura só pode gerar os benefícios sociais se souber se comunicar, transmitir os conhecimentos ali preservados e for atrativa para o público. Para tanto,   bastante aconselhável utilizar ferramentas de comunica o social como sítios na internet, chamadas na imprensa e atividades voltadas a mostrar os aspectos das exposi es e do acervo de cada institui o (IBRAM, 2013, P.59).

De acordo com esse ponto de vista, levando em considera o a dificuldade que o estudo traz de visibilidade desses estabelecimentos, junto com a necessidade de populariza o deles, nota-se que   imprescindível que haja investimento em a es que promovam esse diálogo com o público, principalmente com os mais jovens.

Um bom exemplo local de projeto que n  s  trabalha na divulga o e populariza o das institui es, buscando trazer cada vez mais a sociedade para dentro da cultura, mas também convida o público que já tem o hábito de frequentar alguns museus a ampliar a sua experiência, a conhecer novas institui es da sua região e a aprofundar as suas reflexões durante a sua passagem pelas exposi es   o evento Noite dos Museus, que ocorre anualmente na cidade de Porto Alegre. Ele tem como objetivo chamar a aten o do público da cidade e da região metropolitana

para uma noite única, que envolve os principais museus da capital, divulgando suas exposições, além de contar com shows, apresentações, barracas de alimentação e muitas outras atrações. Antes de avaliar o evento em questão, porém, é preciso entender outra dimensão importante do mesmo, a atividade econômica associada a estes acontecimentos.

2.3 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Com esse capítulo concluímos que cultura é um conceito plural e, portanto, a Economia da Cultura é um reflexo disso, pois é uma área do conhecimento muito abrangente e que demorou para receber a atenção devida. Contudo, ela vem fazendo cada vez mais parte das discussões econômicas, de suas atividades e dos outros setores, e pode ser tida como um ramo produtivo de importância crescente, inclusive no Brasil, que é um país com muito potencial nesse sentido.

Além disso, é possível identificar que instituições que estão relacionadas à cultura e que promovem ela, como por exemplo os museus e os patrimônios culturais, são de suma importância para a valorização e desenvolvimento dos ambientes em que estão localizados e da sociedade a qual fazem parte. Tendo isso em vista, e trazendo o enfoque para o setor museal, ao serem levados em consideração todos os setores que estão relacionados a ele de alguma forma, percebe-se que são diversos os seus impactos sociais e econômicos, sejam diretos ou indiretos, pois ele movimenta múltiplas áreas e participa de uma série de fluxos econômicos. Todavia, visto que muitos dos seus efeitos para a população em geral são de difícil mensuração, há ainda uma certa dificuldade de estimar todo o seu impacto, principalmente para que isso possa ser utilizado na argumentação para a busca de novos financiamentos.

3 A ECONOMIA DA CULTURA E OS EVENTOS CULTURAIS

Este capítulo tem como objetivo revisar a literatura existente para abordar o papel dos eventos culturais, destacando a sua importância, principalmente econômica, para a sociedade. Assim, é realizada uma avaliação sobre as diversas formas de mensuração dos seus impactos, bem como é feita uma comparação entre alguns estudos já aplicados ao redor do mundo tratando desse tema, com foco em outros eventos. Em seguida, com o intuito de realçar o potencial de Porto Alegre para a elaboração de eventos, são trazidos alguns dados sobre o Porto Alegre Em Cena, festival famoso que ocorre na capital. As considerações preliminares fecham o capítulo.

3.1 A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS CULTURAIS

Eventos culturais que envolvam o setor museal podem proporcionar grande contribuição para o fomento à busca por cultura, assim como para a divulgação de instituições culturais, visto que têm o potencial de promover e incentivar a visitação e a participação mais ativa da sociedade no seu ambiente.

Os eventos têm essa capacidade de atuação, pois como é abordado por Moufakkir e Pernecky (2015, p. 1-10), eles são agentes essenciais de transformação e parte fundamental da sociedade, visto que historicamente contribuíram para a sua formação e sustentação, criando e mantendo tradições e transmitindo valores. Seja com o objetivo de celebrar, comemorar e marcar ocasiões importantes, como também para servir como ferramenta para aprimorar as relações pessoais e estabelecer novos costumes. Com o crescimento da população, eles ganharam importância estratégica como fenômenos sociais, culturais e políticos, com grande potencial de mudança para os frequentadores e, conseqüentemente, para a coletividade. “Os eventos podem ser utilizados como meio de promoção das experiências porque os consumidores têm a chance de se envolver em atividades que não são possíveis nas suas vidas diárias” (LOBUONO et al, 2016, p. 15).

O caráter promotor dos eventos é exaltado também por Dias (2016), por serem “capazes de despertar o interesse de indivíduos não pertencentes a essa cultura ou comunidade” (DIAS, 2016, p. 26). Da mesma forma, ele menciona outros trabalhos com esta avaliação de que eventos “[...] provocam impactos em quase todas as áreas da sociedade. Atravessam o domínio econômico, social, cultural,

ambiental e político” (BOWDIN et al., 2011; GONZÁLEZ; MIRALBELL; 2009 ambos apud DIAS, 2016, p.26).

Richards e Wilson (2004) entendem que as cidades têm utilizado eventos culturais como ferramenta não só para atrair visitantes e investimentos e revitalizar sua economia. Servem também para melhorar a sua imagem, estimular o desenvolvimento urbano e o consumo de cultura entre os residentes e criar/ampliar a infraestrutura, dando mais vida às suas ruas e servindo para despertar um sentimento de orgulho na população para com o seu local de residência. Assim, ao sediar uma série de eventos ou um evento importante, um local pode se abrir para diferentes tipos de mercados, além de servir para encorajar as pessoas a visitá-lo com mais frequência. Na mesma linha de pensamento, Saayman e Saayman (2004) adicionam que os eventos podem inclusive ser utilizados em época de baixa temporada local, a fim de criar uma demanda nova.

Além disso, “os eventos atuam ainda como catalisadores, pois renovam o urbanismo, criam infraestruturas para o destino, não exclusivamente turísticas, e aumentam a capacidade turística do mesmo” (GETZ, 2008 apud DIAS, 2016, p. 28), e são “vistos como fatores de renovação e revitalização dos lugares e das regiões, não só a nível econômico, mas também a nível paisagístico, de preservação do patrimônio cultural e histórico” (RIBEIRO et al. 2005, p. 63). Desta forma, Fortes e Silva (2011) comentam sobre o caráter lucrativo dos eventos:

As fases de desenvolvimento de um evento, desde a concepção, o planejamento e a organização até a implantação, a avaliação e as providências finais, envolvem um grande número de agentes econômicos. Desse modo, ao dinamizar-se e incrementar-se como atividade, passam a representar um grande estímulo para a economia nacional, fazendo emergir uma nova indústria, que se expande e se mostra capaz de gerar lucro e empregos. (FORTES; SILVA, 2011, p.14).

De outro ponto de vista, González e Miralbell (2009, p. 53-62) entendem que os eventos culturais têm como característica um alto nível de participação governamental (que ocorre geralmente através de subsídios) e uma grande presença de visitantes locais ou de áreas próximas. Portanto, outro aspecto é o seu importante impacto na economia local, apesar de seu sucesso econômico e sua sobrevivência serem altamente dependentes do subsídio dos governos locais. Em

contrapartida, podem adicionar muito valor para a experiência do visitante, pois promovem atributos territoriais e de identidade local, além de abrirem espaço para que seja gerada uma rede que inclui eventos de outras localidades em uma determinada área geográfica, para que tenham um grande potencial para constituir ferramentas de desenvolvimento muito além da obtenção de resultados econômicos.

Sendo os eventos acontecimentos únicos, apresentados de forma regular ou com uma única data, podem ajudar a fidelizar visitantes para determinado destino ou região. A motivação inicial (assistir ao evento) é completa com a utilização de serviços turísticos (alojamento, restauração, transporte...) e com a descoberta de outras atrações turísticas do local (monumentos, museus...), que podem motivar até a extensão da estadia. (DIAS, 2016, p. 28).

3.2 AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS DOS EVENTOS CULTURAIS

Para avaliar a importância dos eventos culturais, assim como dos demais setores da arte como museus, cinema, patrimônio, entre outros, Snowball (2008, p. 33-73) evidencia a possibilidade de se usar estudos de impactos econômicos, que calculam toda a atividade econômica adicional proveniente da área de impacto do evento, que é estimulada ou gerada por ele. Os dados extraídos deste tipo de estudo podem fornecer informações valiosas, como para onde devem ser direcionados os investimentos e como isso deve ser feito e sobre quais decisões devem ser tomadas para aperfeiçoar um evento. Assim, é possível atuar para que ele possa gerar mais ganhos financeiros para a comunidade, para aumentar a sua qualidade e para torná-lo mais atrativo tanto para o público regular quanto para novos visitantes. Além disso, as pesquisas podem ser usadas para ganhar apoio e patrocínio da comunidade e do governo, além de também incitar o apoio das indústrias que o evento movimenta como a dos alojamentos e dos restaurantes (HEANEY; HEANEY, 2003 apud SNOWBALL, 2008, p.33-38).

Nesse tipo de estudo, segundo Snowball (2008, p. 33-73), inicialmente são determinados os impactos diretos, que são os resultados das injeções líquidas na área abrangida pelo evento, como por exemplo os gastos dos visitantes e dos produtores – não incluindo os gastos que teriam ocorrido independente do evento, como o consumo dos moradores locais. Estes podem ser obtidos usando

amostragem probabilística ou por cota e entrevistas ou questionários de autopreenchimento, preferencialmente levando em conta as motivações dos participantes do evento. Para o cálculo do impacto econômico total são somados a esses gastos os impactos indiretos, que são gerados como resultado dos gastos diretos pelo efeito multiplicador.

Herrero et al. (2006) comentam de forma similar que o objetivo desses estudos é medir os efeitos de uma atividade ou organização cultural, em uma determinada área e período. Apontam que, apesar de existirem diversas diferenças nas aplicações, esses estudos tendem a adotar uma metodologia comum, estimando o tamanho do fluxo de gastos que tem origem no setor cultural e medindo seu impacto. Precisam ser calculados os impactos diretos e indiretos, ou, respectivamente, as despesas da atividade ou instituição cultural e as despesas acumuladas pelo público por consequência do consumo do bem cultural específico. Além disso, também são mencionados os efeitos induzidos, que são apontados como passíveis de divergência, visto que alguns autores focam nos efeitos multiplicadores no sistema econômico, enquanto outros optam por abordar questões qualitativas, como o aumento do capital humano para a sociedade, a melhora na qualidade de vida, entre outros. Esses efeitos são bem mais difíceis de medir, por essa razão esse tipo de estudo é geralmente apenas descritivo.

Os efeitos diretos podem abranger a contribuição fiscal, aluguéis, salários e gastos e investimentos públicos diretos, por exemplo em restaurações e em novas infraestruturas. Os indiretos englobam os gastos de visitantes e de residentes conferidos à exibição ou evento, e os induzidos são os incrementos na atividade do resto de agentes econômicos provocados pela maior afluência de transações (produção, consumo e distribuição) (IBRAM, 2013, p.21).

A literatura sobre esse tema constantemente traz a discussão sobre a forma correta de tratar os efeitos induzidos pelos gastos dos residentes locais, e assim a melhor maneira de isolar os gastos induzidos que são frutos unicamente do evento em questão. É de comum entendimento que os visitantes residentes devem ser excluídos ou isolados nas análises, visto que seus gastos podem ser entendidos como não adicionais, pois, na ausência do evento, esse dinheiro ainda seria aplicado na economia local de outras formas, e assim, não são qualificados como de grande utilidade para a avaliação do impacto. Por conta disso, geralmente estudos usando multiplicadores de renda são escolhidos, ainda que sua má utilização já

tenha sido fonte de problemas para esses estudos. (BRACALENTE et al. 2011; RIVERA et al. 2008)

Normalmente uma estimativa da injeção de dinheiro em uma região pelos visitantes e a aplicação de um multiplicador relevante são as ações pertinentes para medições de impacto econômico desse tipo. Porém, para a determinação do multiplicador é necessário entender o tamanho dos vazamentos que ocorrem na economia local, pois quanto maiores, menor a quantidade de dinheiro disponível na comunidade. Em pequenas regiões, esses vazamentos costumam ser maiores. Sendo assim, eles precisam ser identificados e minimizados para que a região seja beneficiada pelo evento. Justamente por isso, muitos eventos possuem pouco impacto econômico direto, por grande parte do seu público ser de residentes. Os benefícios econômicos aparecem mais claramente quando as circunstâncias atraem visitantes de fora do local (SAAYMAN; SAAYMAN, 2004).

Uma abordagem muito utilizada para avaliar os impactos econômicos de um evento ou festival é a das tabelas de insumo-produto, que servem como instrumento para que possam ser identificadas as relações entre os diversos agentes econômicos que atuam no sistema, sejam nacionais ou externos. Elas são compostas por três seções: a Matriz de Demanda intermediária, que atua nas trocas produzidas nos ramos produtivos da economia, a Matriz de Insumos Primários, que constitui os salários e lucros e a Matriz de Demanda Final, que aponta os destinos finais dos recursos produzidos, os que não foram consumidos pelos outros ramos de atividades (HERRERO et al, 2006). Essa ferramenta é utilizada frequentemente para determinar o tamanho do multiplicador e o impacto dos gastos dos visitantes numa economia (BRACALENTE et al, 2011). Porém, conforme apontam Walpole e Goodwin (2000) essas análises de larga escala são inapropriadas para eventos menores, nos quais geralmente os dados mais significativos não estão disponíveis. A forma mais completa de identificar os impactos, nesses casos, seria por estimativa direta de fontes de dados primárias, além do uso de fontes secundárias locais.

Contudo, a utilização dos estudos de impacto econômico na avaliação de questões culturais ainda divide opiniões, pois há acadêmicos que entendem que o seu uso pode ser prejudicial para a causa, por provocar comparações inapropriadas com outros setores, além de minimizar o propósito da cultura (SEAMAN 1987; MADDEN 1998, 2001 apud SNOWBALL, 2008, p.33-38). E nesse sentido, com uma revisão geral das matérias na imprensa, há algumas que parecem validar que as

artes em muitos países estão sendo vistas mais como uma forma de crescimento e desenvolvimento econômico do que pelo seu valor cultural. Em contrapartida, há também profissionais e organizações artísticas que veem o método como sendo muito útil para gerar informações relevantes sobre cultura e eventos culturais, além de auxiliar na solicitação de apoio público e da comunidade (VOGELSONG et al 2001; HEANEY; HEANEY, 2003; CROMPTON 1995, 1999, 2001 apud SNOWBALL, 2008, p.33-38).

Snowball (2008, p. 44-73) conclui que, apesar da importância do uso de estudos de impacto econômico, é imprescindível que seus resultados sejam sempre apresentados como um valor parcial, que não captura toda a essência do evento artístico ou da instalação cultural, nem o seu alcance por completo, nem todas as suas implicações. E isso precisa ficar claro para os organizadores quando eles solicitam esse tipo de análise, tanto para não menosprezar os outros propósitos do evento, quanto para não colocar os economistas responsáveis por ela em uma situação desconfortável, visto que pode ser complicado evidenciar resultados que podem não ser tão significativos. É igualmente importante considerar outras ferramentas, como o método de valoração contingente, para avaliar os recursos econômicos culturais.

Da mesma forma, Pasanen et al. (2009) apontam que pelo crescente reconhecimento dos eventos como ferramenta para o desenvolvimento de pequenas e grandes localidades, urge também a necessidade de um modelo mais amplo, que possa ser utilizado para avaliar os seus impactos econômicos, sociais e culturais.

Reis (2006, p. 35-58) destaca alguns métodos de avaliação para esse tipo de análise de impactos econômicos. Dentre elas estão o estudo de impacto de projetos ou ações culturais que “explicita a inter-relação de diferentes indústrias na economia de uma região” (REIS, 2006, p. 49) e que permite “medir a riqueza gerada por unidade monetária investida” (REIS, 2006, p. 49), o método de preferência revelada, que é dividido entre dois, um deles é o método de custo de viagem, que

[...] baseia-se em informações acerca dos gastos incorridos por visitantes de um espaço cultural (museu, teatro, patrimônio) ou evento, para que possam usufruir dele. As respostas de todos os entrevistados são dispostas em uma curva, que relaciona o número de visitantes por faixa de gastos. (REIS, 2006, p. 52).

O outro é o método de precificação hedônica, que segundo a autora “baseia-se no pressuposto de que as pessoas atribuem maior valor a locais agradáveis e busca analisar o impacto que um ambiente cultural causa na locação ou venda de imóveis, no preço de uma diária de hotel ou em serviços oferecidos” (REIS, 2006, p. 52).

Por fim, o método de preferência declarada se diferencia, de acordo com Reis (2006, p. 53), por fazer uso do método de valoração contingente, aplicado em vários países para verificar, através de uma entrevista ou questionário conceitos como a propensão a pagar e a disposição a aceitar. Este método serve como uma alternativa para quantificar as relações do público com os serviços ou bens culturais e mensurar a importância que eles têm para cada indivíduo, chegando a um ponto de equilíbrio. “Sua maior vantagem é oferecer uma alternativa de mensuração de benefícios intangíveis, ao absorver valores de não-uso” (REIS, 2006, p. 53).

São importantes também o conceito já apontado no capítulo anterior e enfatizado por Reis (2006, p.37-38) de externalidades, neste caso para a análise de efeitos externos ao mercado, positivos ou negativos, não intencionais e não apropriados por quem os causa. E também o efeito multiplicador, que leva em conta outros setores econômicos que também são impactados pelo projeto, seja por efeito direto, indireto ou induzido, focando principalmente nos gastos da região, dividindo o efeito total pelo investimento inicial.

Para exemplificar esses conceitos, o IBRAM (2013, p. 6-8) cita “[...] a geração adicional indireta de emprego, renda, turismo, vida noturna, restaurantes, de toda uma gama de atividades beneficiadas” como multiplicadores (IBRAM, 2013, p. 7), e “[...] o turismo e a inclusão das instituições dentre as formas de lazer” como externalidades positivas (IBRAM, 2013, p. 7).

3.3 ESTUDOS DE IMPACTOS DE EVENTOS INTERNACIONAIS

Para que seja possível concretizar os objetivos deste trabalho, de identificar as possíveis metodologias e os resultados esperados de estudos relacionados a impactos de eventos, é pertinente fazer uma análise de alguns projetos já realizados ao redor do mundo, entendendo suas diferenças, suas similaridades, seus acertos e principalmente os efeitos que foram identificados por eles. Por conta disso, essa

seção visa comentar artigos que avaliam conteúdos diversos, desde eventos musicais e de folclore até festivais com atrações variadas.

Por ordem cronológica da realização dos estudos, em 2004 foi publicada uma pesquisa sobre o evento *European Cultural Capital*, que ocorreu em Rotterdam, na Holanda, no ano de 2002. O evento tinha como finalidade posicionar a cidade como um destino cultural, para mudar sua imagem de cidade voltada para o trabalho, fortalecendo a sua infraestrutura, atraindo visitantes para a região, estimulando o consumo de bens e serviços culturais entre os residentes e, conseqüentemente, gerando benefícios econômicos de longo prazo.

Logo, com a colaboração dos organizadores do evento, foram analisados 2.200 questionários, respondidos por residentes e não residentes visando entender o perfil dos visitantes, as suas motivações e seus gastos, com foco principal na questão da imagem da cidade. Além disso, 10 entrevistas qualitativas aprofundadas foram feitas com formuladores de políticas, organizações de marketing e gestores culturais (RICHARDS; WILSON, 2004).

Por meio desse estudo, foi possível identificar que o mais marcante tanto para residentes quanto para visitantes foram os atributos da arquitetura moderna da cidade, assim como a sua cena cultural. Esta última, apesar de não ter sido identificada como uma mudança decisiva, apontou que houve uma certa elevação na imagem cultural da cidade, ainda que ela siga sendo fortemente ligada ao trabalho. Para os entrevistados do setor cultural, houve grande satisfação com relação aos benefícios econômicos obtidos: cerca de € 105 milhões em gasto total estimado dos visitantes, comparado a um orçamento total de € 24 milhões do evento (RICHARDS; WILSON, 2004).

O segundo estudo analisado foi sobre três festivais de arte que ocorreram na África do Sul em 2003, o *Klein Karoo Nasionale Kunstefees*, o *Grahamstown National Arts Festival* e o *Aardklop Arts Festival*. O seu objetivo era avaliar, junto aos turistas e empresas, quais eram as demandas e ofertas de produtos e serviços em festivais de arte.

Em cada um dos festivais foram realizados, diretamente no local, 400 questionários aos visitantes, escolhidos aleatoriamente e separados por sua localização, para evitar respostas enviesadas para um determinado grupo de pessoas. Foi aplicado o “método de recordação”, pelo qual os entrevistados devem lembrar os seus gastos, de acordo com diferentes grupos de despesas já definidos

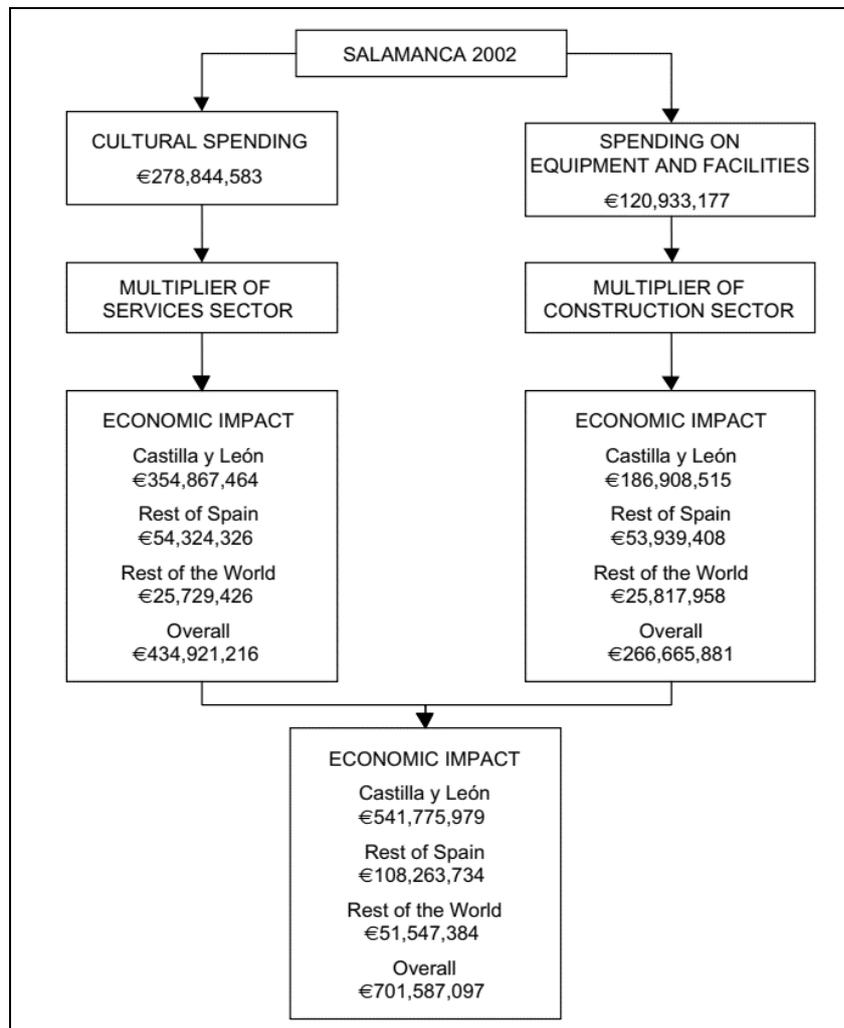
previamente, além de terem sido feitas perguntas sobre o tempo de estadia na região do evento. Os residentes questionados responderam sobre estarem ou não gastando mais no festival do que em uma semana normal, assim como o quanto mais estavam gastando nos diferentes itens. Além disso, em cada festival foi feita uma pesquisa de negócios, na qual 50 questionários foram aplicados, visando determinar quais empresas se beneficiaram com o evento, assim como o tamanho dos vazamentos da economia (SAAYMAN; SAAYMAN, 2004).

O estudo identificou que, juntos, os três eventos realizados somaram quase 350 mil ingressos vendidos, cerca de R 120 milhões (ou randes, moeda sul-africana) gastos pelos visitantes e aproximadamente R 9 milhões de randes gastos pelos locais. O multiplicador keynesiano foi aplicado de forma limitada, de acordo com a sua definição básica, sendo calculado como o inverso dos vazamentos, que tiveram um valor médio alto. Tendo isso em vista, e de acordo com os índices atribuídos a cada setor pela pesquisa, foi mensurado um impacto econômico local de R 136 milhões em efeitos no total das vendas da região (SAAYMAN; SAAYMAN, 2004).

No ano de 2006 outro estudo foi feito sobre o evento *European Capital of Culture*, dessa vez avaliando a edição de 2002, em Salamanca, na Espanha. O seu objetivo foi mensurar os efeitos econômicos no curto prazo, assim como apresentar resultados que fossem comparáveis a outros casos similares. Para isso, foram estimados os gastos privados e públicos e, utilizando coeficientes multiplicadores setoriais da construção (no caso das despesas com instalações e equipamentos) e do setor de serviços (no caso das despesas culturais) (figura 1). Através da abordagem de insumo-produto identificou-se os impactos econômicos gerais do evento, tanto nas economias regionais e nacionais quanto no exterior (HERRERO et al., 2006).

Foram estimados aproximadamente € 47 milhões em gastos públicos gerais, € 74 milhões em gastos privados gerais, € 37 milhões em efeitos diretos, € 241 milhões em efeitos indiretos e cerca de 2 milhões de ingressos vendidos. Além disso, foi identificado que os efeitos das despesas estritamente culturais se concentraram principalmente ao redor do evento. Porém, o impacto delas nas instalações apresentou um alcance muito maior (HERRERO et al., 2006).

Figura 1 – Detalhamento dos impactos econômicos do *European Capital of Culture* de Salamanca em 2002.



Fonte: HERRERO et al. (2006).

Outro estudo abordou a cidade de Eatonville, nos Estados Unidos, com foco na 18ª edição do Zora Neale Hurston Festival, a fim de realçar os impactos econômicos de eventos culturais que celebram a herança das minorias. Essa festividade ocorre em homenagem à vida e obra da escritora e folclorista Zora e da sua cidade natal, conhecida como o município afro-americano integrado mais antigo do país. Para isso, foi utilizada uma extensão do método de insumo-produto chamada Matriz de Contabilidade Social (MCS), que inclui a estrutura de produção e dados sobre a distribuição de renda e a demanda das instituições, representando os fluxos de bens, serviços e rendas entre todos os agentes de uma entidade econômica, de acordo com um período. Baseado na matriz de *Orange County* o

estudo calculou também os multiplicadores de produto para a região (RIVERA et al., 2008).

A MCS é composta de seis contas principais: atividades de produção, fatores de produção, instituições, governo, capital e o resto do mundo. Desta forma, é possível identificar outras contribuições do evento para setores industriais regionais, propiciadas pelos gastos dos visitantes, resultando em maior produção total na economia local. Em vista disso, foram usados dados de uma pesquisa com 1.100 participantes do evento, gerando uma estimativa dos padrões de gasto (RIVERA et al., 2008).

Dado que 40% do público era constituído de pessoas de fora de Orlando, e que a média de tempo de estadia foi de 3,7 noites, as despesas totais dos visitantes foram de U\$ 372.175 e, de acordo com o estudo, isso gerou U\$767.179 adicionais para a economia de *Orange County* (condado ao qual pertence Eatonville), tendo destaque os setores de manufatura, serviços profissionais, imóveis, serviços sociais e de saúde (RIVERA et al., 2008).

Outro estudo pertinente foi o feito em 2011, com dados do ano de 2007 do festival de música Umbria Jazz, que ocorre na província de Perugia, na Itália. O objetivo dessa pesquisa foi contribuir para os estudos acerca dos impactos econômicos, aproveitando as particularidades do evento que demandaram metodologias específicas. Nesse sentido, foram realizadas entrevistas com o público, coletando dados sobre as despesas realizadas (BRACALENTE et al., 2011).

Foi utilizada uma versão da matriz insumo-produto, incluindo o consumo endógeno e uma estrutura bi-regional, que permite a avaliação não só do impacto econômico na região, como também no resto do país na sua função de fornecedor de bens e serviços demandados pela economia da região. A avaliação foi restrita ao valor agregado bruto, somando os efeitos diretos, indiretos e induzidos. Em seguida, calculou-se o multiplicador das contribuições públicas sobre esse valor. Sendo assim, se destacaram as áreas de hotéis e restauração, comércio e prestação de serviços às empresas. A estimativa de gastos gerais por não residentes foi cerca de €3,5 milhões, e o impacto na economia local, em valor agregado bruto, foi identificado como superior a €1,8 milhão (BRACALENTE et al., 2011).

Portanto, a fim de facilitar a comparação entre os exemplos de estudos baseados em eventos realizados ao redor do mundo, visando realçar seus objetivos

semelhantes e as formas que as distintas metodologias foram utilizadas para chegar em seus resultados, foi criada a tabela 1.

Tabela 1 – Comparação entre os estudos internacionais dos impactos econômicos de eventos

Nome do(s) evento(s)	Local	Ano do(s) evento(s)	Ano do estudo	Objetivo	Método	Resultados
European Cultural Capital	Rotterdam, Holanda	2002	2004	-Identificar o impacto do evento na imagem da cidade -Identificar os benefícios econômicos do evento	-Questionários para residentes e não residentes -Entrevistas qualitativas aprofundadas com formuladores de política, organizações de marketing e gestores culturais	-Identificou uma certa elevação na imagem cultural da cidade -Estimados €105 milhões em gastos totais dos visitantes
-Klein Karoo Nasionale Kunstefees -Grahamstown National Arts Festival -Aardklop Arts Festival	África do Sul	2003	2004	Avaliar de acordo com turistas e empresas relacionadas quais eram as demandas e ofertas de produtos e serviços em festivais de arte	-Questionários aos visitantes, utilizando o "método de recordação" -Pesquisa de negócios para identificar as empresas beneficiadas e os vazamentos da economia -Aplicação do multiplicador keynesiano de forma limitada	-Estimados R120 milhões gastos por visitantes e R9 milhões gastos por residentes -Impacto econômico local de R136 milhões nas vendas da região

European Cultural Capital	Salamanca, Espanha	2002	2006	<ul style="list-style-type: none"> -Mensurar efeitos econômicos no curto prazo -Apontar impactos locais e gerais -Apresentar resultados que fossem replicáveis a outros casos similares 	<ul style="list-style-type: none"> -Abordagem de insumo-produto -Utilização de coeficientes multiplicadores por setor -Identificados os efeitos diretos e indiretos 	<ul style="list-style-type: none"> -Estimados €279 milhões em gastos culturais e €121 milhões em gastos com equipamentos e instalações -Impacto econômico na região de Castela e Leão de €542 milhões, no resto da Espanha de €108 milhões e geral de €701 milhões
Zora Neale Hurston Festival	Eatonville, Estados Unidos	2006	2008	<ul style="list-style-type: none"> Realçar os impactos econômicos de eventos culturais que celebram a herança das minorias 	<ul style="list-style-type: none"> -Pesquisa com 1100 participantes do evento -Utilização da Matriz de Contabilidade Social, uma extensão do método de insumo-produto -Cálculo dos multiplicadores de Orange County 	<ul style="list-style-type: none"> - Estimados U\$372.172 em gastos dos visitantes -Impacto econômico de U\$767.179 adicionais para a economia de Orange County
Umbria Jazz	Perugia, Itália	2007	2011	<ul style="list-style-type: none"> -Identificar o impacto econômico do evento no local -Contribuir para estudos de impactos econômicos 	<ul style="list-style-type: none"> -Entrevistas com o público sobre suas despesas -Utilização de uma versão do modelo de insumo-produto, incluindo o consumo endógeno e uma estrutura bi-regional -Avaliação restrita ao valor agregado bruto, de acordo com os efeitos diretos, indiretos e induzidos, calculando o multiplicador das contribuições públicas e institucionais 	<ul style="list-style-type: none"> -Estimados €3,5 milhões gastos por não residentes -Impacto econômico superior a €1,8 milhão no local

Fonte: elaboração própria com base em RICHARDS; WILSON (2004); SAAYMAN; SAAYMAN (2004); HERRERO et al (2006); RIVERA et al (2008); e BRACALENTE et al (2011).

Em primeiro lugar, ao ser feita a análise dessa tabela, é possível perceber que a ideia inicial da maioria dos estudos é similar, com poucas ressalvas para

algumas particularidades de cada evento. Contudo, é interessante reparar que mais de um estudo mostra de certa forma uma preocupação com a geração de informações e dados para a melhora das literaturas sobre o assunto e, conseqüentemente, das pesquisas futuras.

Essas avaliações empíricas são muito importantes para decisões de alocação de recursos e de financiamentos, mas, por haver pouca literatura ainda para corroborar os estudos, e pela maioria dos estudos não ser generalizável e sim mais focada no seu objetivo, as metodologias abordadas neles ainda são muito heterogêneas. Sendo assim, é bastante difícil realizar análises de *benchmark* para facilitar a contabilização dos benefícios econômicos relativos aos eventos para a coletividade local (BRACALENTE et al., 2011).

Ademais, observa-se que, apesar de haver algumas semelhanças entre as metodologias adotadas nos estudos, ainda assim cada um deles tem as suas especificidades. Entre os cinco trabalhos, quatro utilizaram aplicação de questionários ao público, sendo a maioria focados principalmente nos visitantes não-residentes, a fim de coletar dados sobre as suas despesas, sua estadia e sua origem.

Por mais que todos os estudos consultados tenham sido realizados em um intervalo de menos de dez anos, nenhum método é tido como o correto ou o padrão. Sendo assim, cabe à organização de cada estudo identificar qual o mais adequado de acordo com as características dos eventos a serem avaliados. Por exemplo, percebe-se que três dos estudos fizeram o uso da abordagem de insumo-produto, mas cada um com alguma variação. Dentre os que escolheram não adotar esse método, o realizado na África do Sul alegou que o fez por não haver nenhum modelo de insumo-produto voltado para regiões pequenas e, portanto, julgou como inapropriado o seu uso. Já o que foi feito na Holanda não mencionou ter levado esse ponto em consideração. Outra questão a ser ressaltada é que o cálculo do coeficiente multiplicador foi utilizado pela maioria dos estudos, de alguma forma, nas suas estimativas.

3.4 EVENTOS CULTURAIS DE PORTO ALEGRE

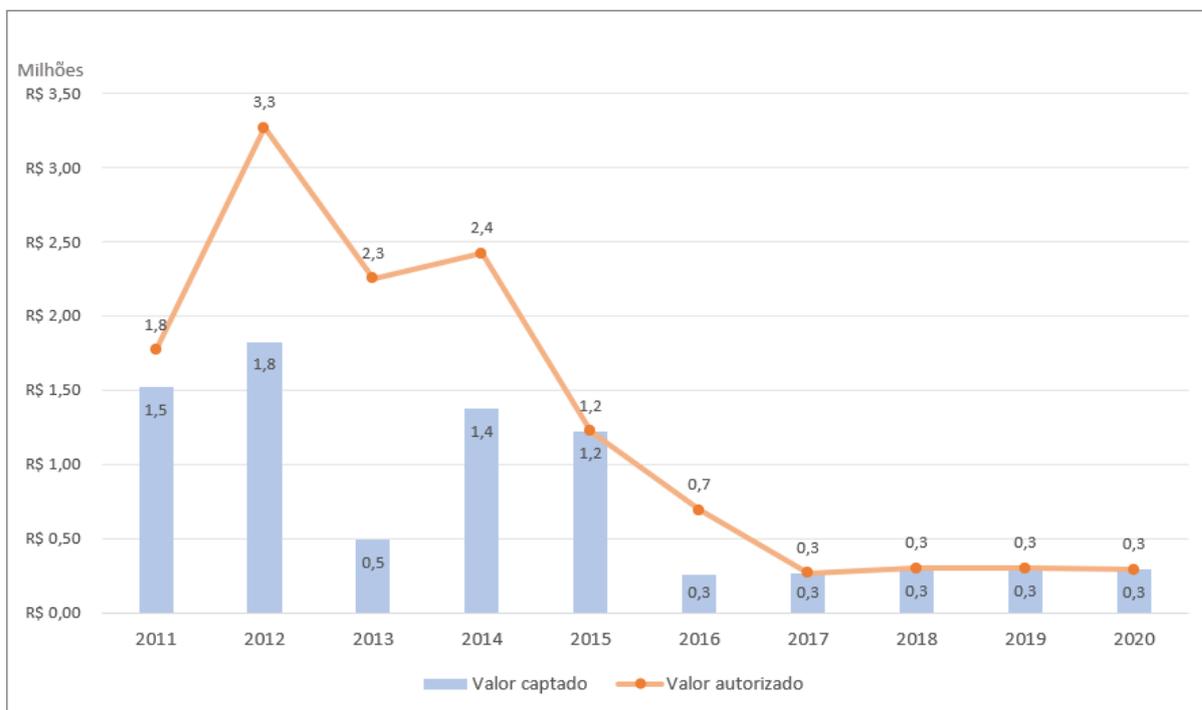
A cidade de Porto Alegre tem sido historicamente palco de diversos eventos e atividades culturais reconhecidas nacional e internacionalmente, como por exemplo a Feira Do Livro e o Porto Alegre Em Cena, que ocorrem sempre entre os meses de

setembro e novembro e atraem milhares de pessoas para a capital, com o intuito de apresentar diferentes opções culturais e fomentar a busca por atividades neste âmbito.

O Porto Alegre Em Cena é um dos festivais de artes cênicas mais importantes da América Latina, e ocorre anualmente desde 1994. Durante cerca de 15 dias a cidade abre espaço para uma série de atrações nacionais e internacionais, contando com peças de teatro de alto nível, tanto nacionais, de dentro e de fora do estado, quanto estrangeiras, além de diversos outros espetáculos, fruto de um extenso trabalho de pesquisa e curadoria. Sua última edição presencial foi no ano de 2019 e esteve presente em 13 espaços culturais, trazendo 54 atividades, entre elas 32 espetáculos de cena, música e dança, 7 oficinas, 5 lançamentos de livro e 3 residências artísticas, além de uma série de atividades formativas que fazem parte da proposta do evento. Somando todas as atrações, o público total foi de 20 mil pessoas.

Durante grande parte das suas edições, o evento contou com o apoio da Lei de Incentivo à Cultura do Estado (Pró-cultura RS) e da Lei de Incentivo à Cultura Federal (Lei Rouanet). Atualmente a organização do evento só faz uso do benefício estadual e, como é possível ver no Gráfico 1, baseado nas informações do site do Pró-cultura RS, tanto o valor autorizado, permitido pelo estado através da lei, quanto o que foi efetivamente captado pela organização do evento ao longo dos anos têm sido cada vez menor.

Gráfico 1 – Valor captado e valor autorizado para o evento Porto Alegre Em Cena pela Lei de Incentivo à Cultura do Estado (Pró-cultura RS) entre 2011 e 2020 (em R\$ milhões, valores corrigidos pelo IPCA de 2019).

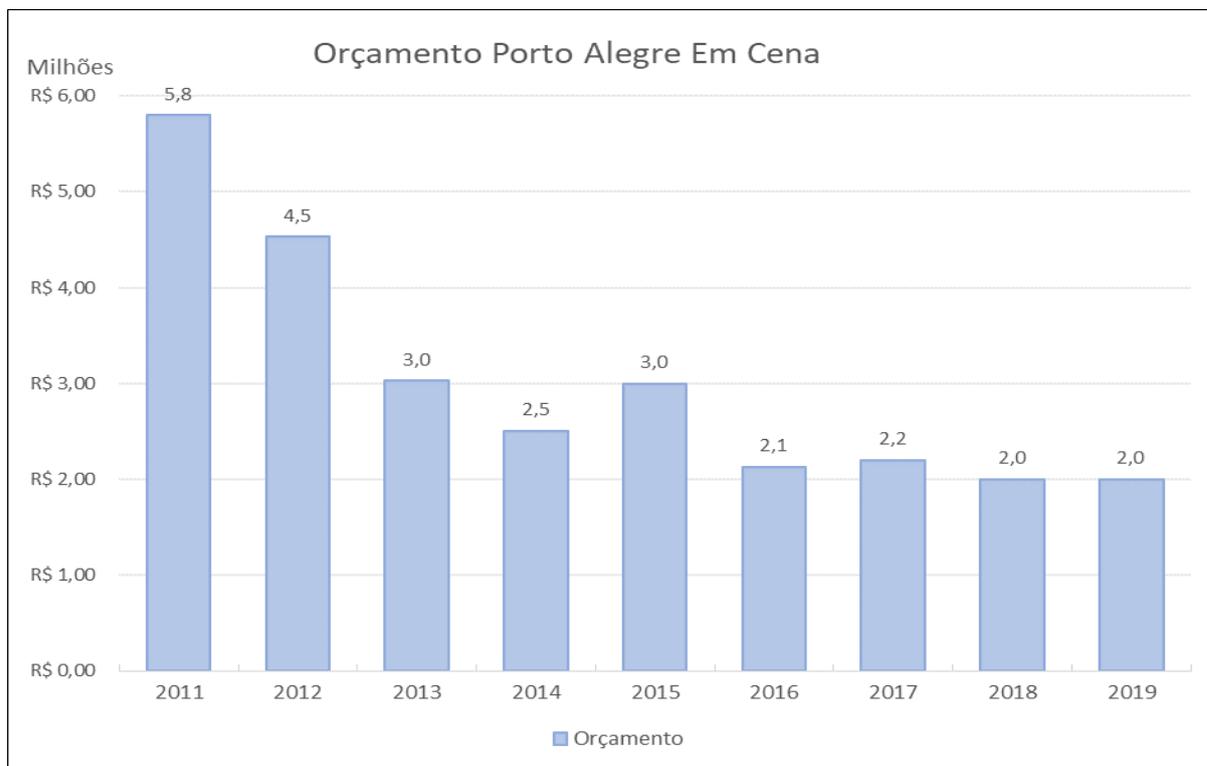


Fonte: elaboração própria com base em PRÓ-CULTURA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016b, 2017, 2018, 2019, 2020).

De acordo com a reportagem do jornal GZH, a 20ª edição do Porto Alegre Em Cena, que ocorreu em 2013, foi enxuta, o que foi justificado pelo seu coordenador na época como um resultado do cenário econômico do país, que dificultou a captação de recursos, conforme pode ser observado no Gráfico 1. Em consequência, nesse ano houve uma diminuição no número de atrações. (PRIKLADNICKI, 2016).

Observa-se também que, a partir do ano de 2016, os valores captados pelo projeto caíram significativamente. De acordo com os dados do site do Pró-cultura RS, isso pode ser entendido como um reflexo da diminuição do número de empresas que apoiam financeiramente o evento. Nos anos anteriores, houve grande apoio via Pró-cultura de empresas como a Petrobras, a DIMED e a Companhia Zaffari, que não aparecem na lista de patrocinadores após a 23ª edição, de 2016 (PRÓ-CULTURA, 2016).

Gráfico 2 – Orçamento total do evento Porto Alegre Em Cena de 2011 a 2019 em milhões de reais



Fonte: elaboração própria com base em PRIKLADNICKI (2013, 2014, 2016, 2018, 2019) e PORTO (2015).

Tendo como referência os dados do Gráfico 1, e analisando o Gráfico 2, que indica o orçamento total de cada edição do Porto Alegre Em Cena desde a sua 18ª até a 26ª, nota-se que o evento como um todo faz parte de um circuito econômico. Portanto, envolve todos os empregos diretos gerados por sua ocorrência, todos os serviços contratados, como instalação, transporte, limpeza, etc., além dos aluguéis de todos os espaços para as peças e espetáculos e outros tantos movimentadores da economia.

3.5 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Portanto, com esse capítulo é possível concluir que historicamente os eventos contribuíram para a sociedade e atualmente eles seguem fazendo parte dessa mudança, pois têm importância estratégica como fenômenos sociais. Além disso, nota-se que a sua realização é pertinente para despertar o interesse nos seus visitantes, assim como para atrair novos públicos para os locais em que ocorrem e para aumentar a sua visibilidade, com a intenção de gerar novos investimentos.

A fim de entender melhor o seu alcance e de calcular seus resultados, além de avaliar a sua eficácia perante os seus objetivos iniciais, é comum que sejam demandados e realizados estudos. Há diversas variações, de acordo com cada caso, para que sejam empregados os métodos corretos a cada evento; os mais utilizados identificam o seu fluxo de gastos, calculam os seus efeitos diretos, indiretos e induzidos e mensuram os benefícios econômicos que causam, além de muitas vezes ser feita também uma aplicação de entrevistas com questionários estruturados. Para isso, conforme a análise das pesquisas feitas ao redor do mundo, são utilizados métodos como a identificação dos impactos diretos e indiretos que ocorrem, o multiplicador de gastos e as tabelas de análise de insumo-produto, que identificam as relações entre os setores e podem servir também para determinar o tamanho do multiplicador, apesar de não serem muito indicadas para eventos pequenos.

A cidade de Porto Alegre também proporciona diferentes eventos culturais com significativo impacto econômico, como o Porto Alegre Em Cena. Um evento mais recente é A Noite dos Museus, objeto do próximo capítulo.

4 O EVENTO CULTURAL NOITE DOS MUSEUS

Este capítulo tem como objetivo analisar a Noite dos Museus, que ocorre na cidade de Porto Alegre anualmente desde 2016, geralmente próximo à data de 18 de maio, dia internacional dos museus. São detalhadas as informações existentes sobre público total, exposições e apresentações, formas de financiamento e impactos do evento, de acordo com a literatura que discorre sobre o tema. Para embasamento empírico, são utilizados os materiais fornecidos pela organização do evento, assim como os dados disponíveis no site do Pró-cultura RS, do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC) e reportagens feitas sobre as edições passadas.

4.1 O PÚBLICO E AS ATRAÇÕES DO EVENTO

Conforme argumenta Snowball (2008), a precisão no cálculo do número total de visitantes de um evento é imprescindível para que as estimativas do seu impacto econômico líquido sejam confiáveis. Principalmente porque essa informação é multiplicada depois pelos gastos médios dos visitantes para concluir a estimativa dos efeitos diretos. Além disso, há também a questão do prestígio de se reportar um número alto de visitantes, ou seja, é necessário cuidado nesse ponto para identificar o resultado mais realista, justamente por ser do interesse dos organizadores informar o maior número possível de público, até mesmo para que seja mais fácil obter investimentos em edições futuras.

Outro ponto de atenção diz respeito aos eventos que duram por mais de um dia, para os quais é preciso haver uma diferenciação na estimativa da quantidade real de visitantes (ou únicos), para que não sejam contados duas vezes aqueles que participaram por mais de um dia (SNOWBALL, 2008). Trazendo esse tema para o evento Noite dos Museus, é ideal que a organização utilize um método que leve em consideração a entrada e saída das instituições pelos visitantes para que não haja contagem duplicada deles.

Tendo isso em vista, Snowball (2008) comenta que há pouca literatura sobre como fazer o cálculo correto, e assim indica algumas técnicas que já foram utilizadas. Dentre elas está a abordagem de contagem horária e bi horária, em vários pontos de acesso, e também a contagem de tráfego, em pontos de entrada de rodovias e em aeroportos, para estimar o número de turistas em eventos maiores.

Outra forma de análise é o método de venda de ingressos, que consiste em uma pesquisa com o público para identificar o número médio de eventos que utilizam ingressos e que essas pessoas participaram, mesmo que a resposta seja zero, e depois dividir esse valor pelo total de ingressos vendidos, para chegar no total. Por fim, há também a possibilidade de utilização de fotografias aéreas, principalmente quando os eventos são externos, e o cálculo de pessoas por metro quadrado.

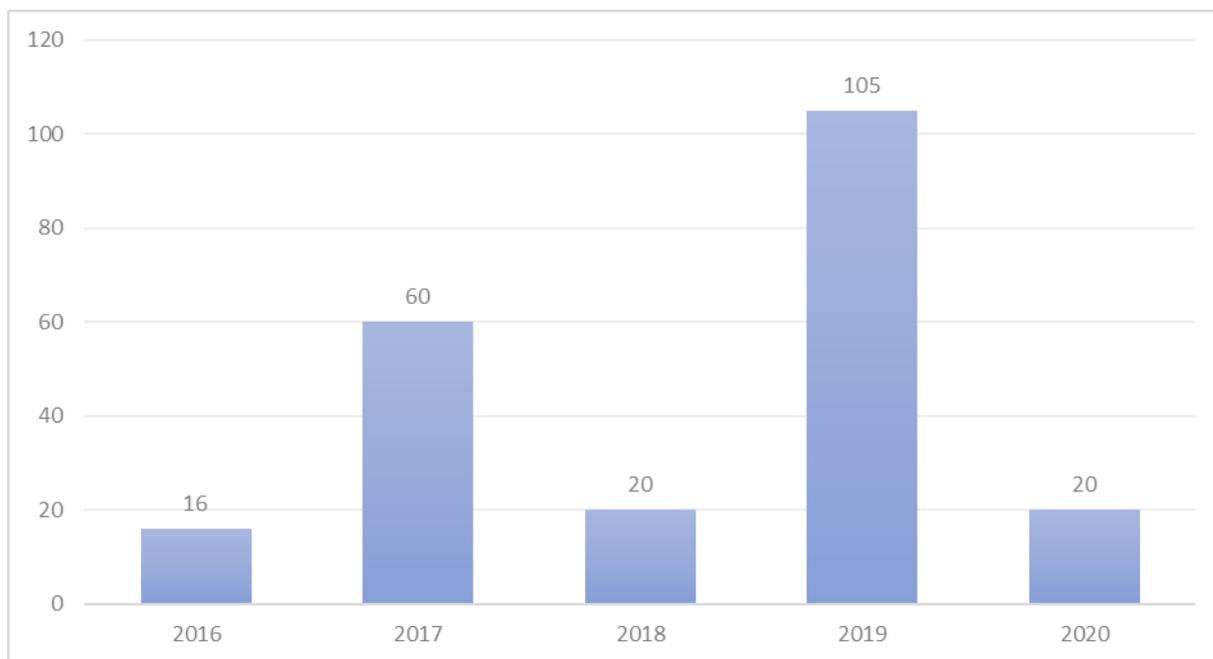
A organização do evento Noite dos Museus não divulgou qual o método empregado para mensurar o seu público. Portanto, a fim de avaliar o mesmo, utilizando uma matéria do jornal GZH tem-se uma aproximação de qual pode ser o procedimento utilizado. Nela é indicado que os números oficiais dos participantes da edição de 2019 seriam divulgados após reunião entre a Brigada Militar e os museus, que juntariam suas estimativas para que fosse feita a contagem final (BOLL, 2019). Sendo assim, deve-se ter em vista que, conforme reportagem postada no site da Rádio Uirapuru, a metodologia utilizada pela Brigada Militar é de contabilizar quantas pessoas estão presentes em um metro quadrado, para depois multiplicar esse valor pelo tamanho do local, a fim de chegar a um valor aproximado (BRIGADA, 2016).

Portanto, é importante levar em consideração que, sendo o método utilizado realmente a soma das informações fornecidas tanto pelos museus, quanto pela Brigada Militar, os números notificados tratam-se apenas de uma estimativa. Isso é perceptível, pois a metodologia utilizada pela Brigada Militar só é válida para um dado momento, que em virtude do objetivo do cálculo deve ser preferencialmente o horário de pico do evento, quando há a maior quantidade de pessoas na área determinada. Além disso, conforme apontado por Snowball (2008), dados que levam em conta a amostra de um local específico – como por exemplo o cálculo de pessoas por metro quadrado – podem ser enviesados, por exemplo, se a área determinada fizer parte de um espaço com maior ou menor circulação de pessoas do que o restante do evento, ou de um ponto onde os visitantes costumam permanecer por mais tempo, como um estande muito procurado ou uma fila.

Ainda sobre esse ponto de vista, também é pertinente ressaltar que o evento ocorre no período da noite (entre 19 horas e 1 hora da manhã), horário que permite menor visibilidade, além de só contabilizar o público externo. Ou seja, ainda há possibilidade de esse cálculo ser prejudicado pelo fator luminosidade. Ademais, é mais interessante da perspectiva da organização do evento ter a noção do fluxo de

chegada das pessoas nos locais indicados, do que como esse fluxo se acumula em um estoque de pessoas e se distribui espacialmente ao longo do tempo.

Gráfico 3 – Público total do evento Noite dos Museus ao longo dos anos (em milhares de pessoas)



Fonte: elaboração própria com base nas informações disponibilizadas pela organização do evento.

Conforme o Gráfico 3, construído com base nos dados disponibilizados pela organização do evento Noite dos Museus, após o primeiro ano o número de participantes aumentou em comparação à edição inaugural, chegando à marca de 105 mil em 2019, que ficou destacada como a maior edição do evento. Contudo, é necessário que sejam feitas algumas ressalvas para os anos que se mostram destoantes. No ano de 2018, apesar de as previsões serem muito positivas, por haver uma expectativa de que o aumento de público que ocorreu entre a primeira e a segunda edição se repetisse, o número de pessoas que compareceram ao evento foi bem menor do que o esperado, devido às condições meteorológicas de frio e forte chuva na capital.

Além disso, no ano de 2020, por conta da pandemia de covid-19, a edição ocorreu em dezembro através de uma transmissão virtual e, assim sendo, os espectadores foram contabilizados de acordo com o número de visualizações. Isso vai ao encontro do comentado por Letelier (2020), sobre como o fechamento dos museus durante esse período fez com que essas instituições tivessem que sair da

sua zona de conforto e acelerar um processo de reinvenção que já vinha acontecendo, principalmente no âmbito digital. “O digital não tem volta. É hora de saber o que fazer com o legado positivo da cultura digital que chegou aos museus pela pandemia” (LETELIER, 2020, p. 103).

Ao direcionar a análise para as edições presenciais, pode-se perceber, conforme o Quadro 1, que desde o seu início, a cada novo ano o evento aumentou em seu repertório no mínimo duas instituições a mais do que o anterior. Além disso, em 2019 ainda contou com mais cinco atividades extras, sendo três na Praça Alfândega, no centro da cidade, e duas itinerantes, contribuindo para a quebra da imagem dos museus como ambientes isolados e alheios aos contextos sociais em que se encontram. Isso mostra o quanto a organização do evento está comprometida em aumentar a sua abrangência, justamente com as formas alternativas de apresentação dos museus, já apontadas por Reis (2006) como essenciais para levar a arte para áreas que normalmente não estão inseridas nesse meio, além de popularizar os ambientes em que o evento se faz presente. Como pode ser observado no mapa que mostra a divisão de todas as instituições participantes do evento, distribuídas pela cidade (apêndice A), são contemplados 6 bairros da capital, sendo o de maior foco o Centro Histórico, dada a quantidade de museus presentes nele, em comparação com os outros.

Assim, há um convite para que o público que está passando na rua possa conhecer mais sobre o projeto e se direcionar para as instituições mais próximas onde estão ocorrendo a maior parte das exposições. Dessa forma, é utilizada a capacidade promotora dos eventos, mencionada por Moufakkir e Pernecky (2015) para transformar a sociedade e transmitir valores, atuando na utilidade marginal crescente que é característica dos serviços culturais, fazendo com que os indivíduos busquem cultura cada vez mais após terem uma amostra dos benefícios do seu consumo.

Quadro 1 – Instituições que fizeram parte dos eventos ao longo dos anos

Instituições	2016	2017	2018	2019
Centro Cultural CEEE Erico Verissimo				X
Fundação Iberê Camargo	X	X	X	X
Goethe-Institut Porto Alegre		X	X	X
Memorial do Rio Grande do Sul	X	X	X	X
Museu da Brigada Militar				X
Museu da Comunicação Hipólito José da Costa			X	X
Museu da UFRGS	X	X	X	X
Museu de Arte Contemporânea do Rio Grande do Sul (MACRS)	X	X	X	X
Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS)	X	X	X	X
Museu de Porto Alegre Joaquim José Felizardo	X	X	X	X
Museu Joaquim do Livramento – Centro Histórico Cultural Santa Casa			X	X
Museu Julio de Castilhos		X	X	X
Pinacoteca Ruben Berta	X	X	X	X
Planetário UFRGS	X	X	X	X

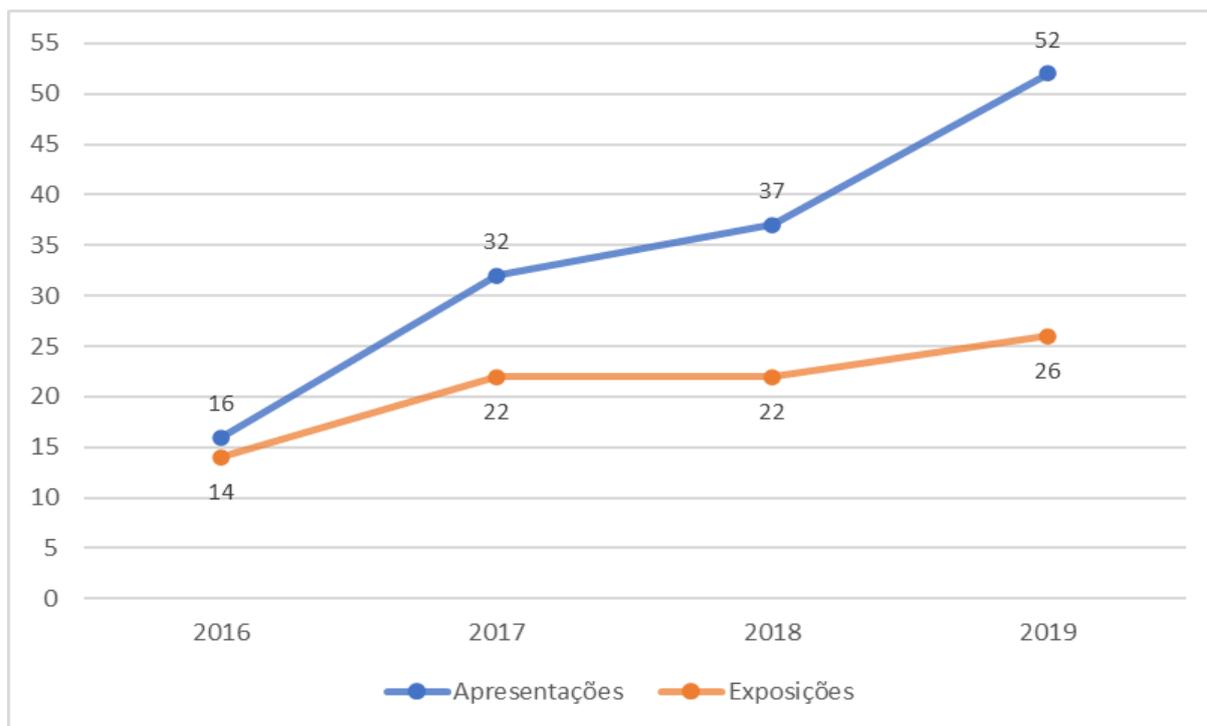
Fonte: elaboração própria com base nas informações disponibilizadas pela organização do evento.

Outro ponto a ser destacado é que, quando aumenta o número de instituições participantes do evento, novos bairros são inseridos e começam a fazer parte também da atividade novos tipos de visitantes, o que pode inclusive aumentar o seu tempo de participação em cada edição. É importante ressaltar que, conforme já apontado por Reis (2006), a relação dos museus com o desenvolvimento social local influencia diretamente os territórios em que estão inseridos, assim como seus arredores. Essa ampliação impacta diretamente a economia, visto que, apesar de terem uma certa proximidade em termos de sua localização, muitos dos lugares exigem um certo tempo de deslocamento. Sendo assim, dependendo de onde o espectador estiver planejando ir e de onde ele estiver saindo, será necessário o uso de algum meio de transporte, dessa forma pode ser feita a utilização do transporte público, de um veículo particular, ou até mesmo de um veículo solicitado por aplicativo, que geralmente possui inclusive taxa dinâmica em eventos como esse.

Além disso, quanto mais instituições estiverem envolvidas no processo, mais serviços serão agregados a ele, maior a estrutura necessária para dar suporte, mais atrações devem ser contratadas, etc. Tendo isso em vista, conforme corroborado pelo Gráfico 4, baseado nas listas completas das atrações dos eventos (apêndices B e C), o ocorrido foi realmente esse: o número de apresentações que fizeram parte

dos eventos aumentou em mais de 300% entre a primeira e a última edição presencial, e as exposições aumentaram em cerca de 85%.

Gráfico 4 – Número de apresentações e exposições do evento Noite dos Museus ao longo dos anos



Fonte: Elaboração própria com base em ROMPECABEZAS (2016; 2017; 2018; 2019)

Esses números representam um esforço dos organizadores para tornar o evento progressivamente mais atrativo para o público geral, assim como fazem aumentar as movimentações econômicas, pois quanto mais apresentações dentro e principalmente fora das instituições, maior será o tempo de permanência dos visitantes. Isso influencia diretamente nos seus gastos, que podem ser tanto nos restaurantes presentes ao redor dos locais, como nas bancas de comida e bebida que têm parceria com a gestão do evento. Todas essas questões fazem com que cada vez mais a organização do evento precise de investimentos, o que chama a atenção para a necessidade de um maior financiamento para levar adiante o projeto, e, nesse sentido, o fluxo econômico ao qual ele faz parte segue em crescimento.

4.2 O FINANCIAMENTO DO EVENTO

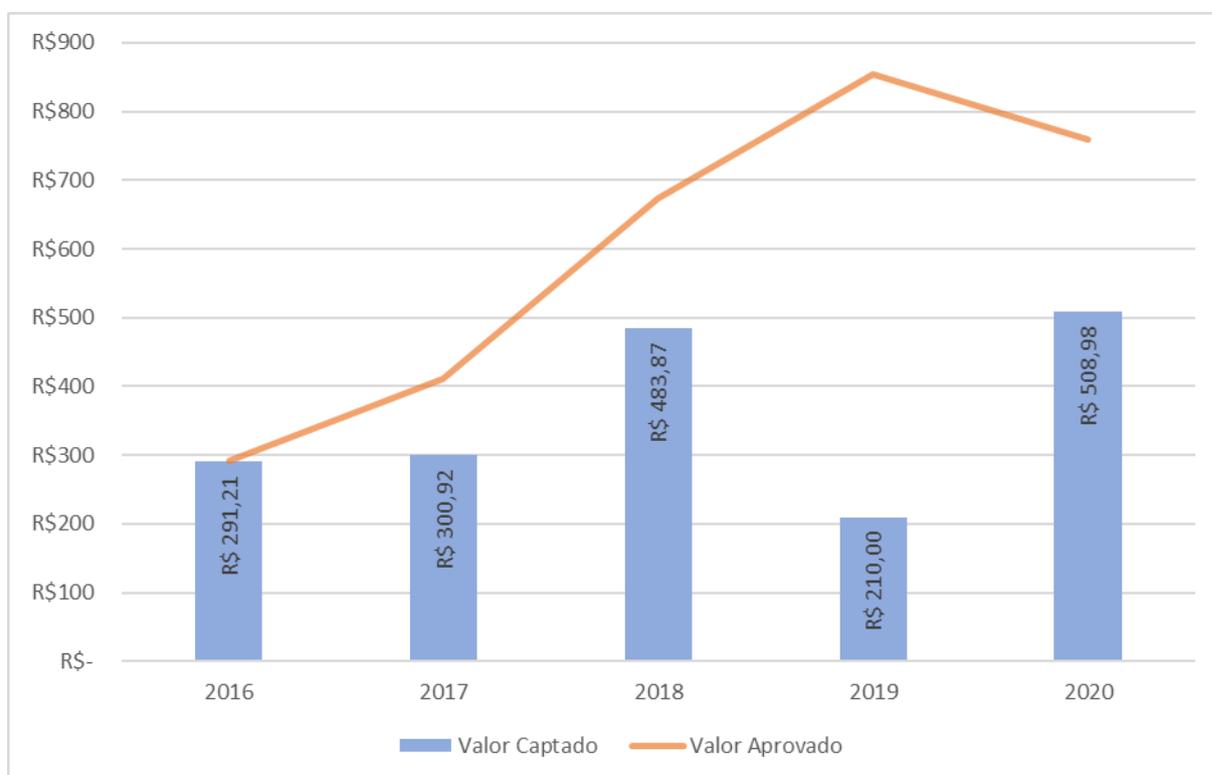
Tendo em vista a grande estrutura necessária para que o evento Noite dos Museus saia do papel, percebe-se que o apoio público ao mesmo é fundamental.

Nesse sentido, Reis (2016) reforça que a atuação do Estado no mercado cultural pode ser justificada por vários fatores. Alguns exemplos são as falhas de mercado e a desigualdade da distribuição, pois, ainda que o Estado exerça bem o seu papel, o mercado ainda terá dificuldades de refletir todos os impactos da cultura, e grande parte da população pode ainda não ser capaz de acessar os serviços culturais. Sendo assim, é importante que o Estado fique encarregado de atuar nesses aspectos.

Desde a primeira edição, a organização conta com financiamentos vindos do governo para realizar o projeto, seja utilizando recursos estaduais ou federais. A primeira edição, em 2016, fez uso da Lei de Incentivo à Cultura do Governo do Estado do Rio Grande do Sul (Pró-cultura RS), a qual concede um benefício fiscal para as empresas patrocinadoras sediadas no estado, que sejam contribuintes do ICSM e que não tenham aderido ao Simples Nacional. Esse benefício pode ser de 95% do valor do patrocínio, para projetos de Acervo e Restauração de Patrimônio Histórico, de 90%, se a empresa for de economia mista, ou de 75%, se a empresa não se encaixar em nenhum desses atributos (PRÓ-CULTURA, 2021).

A partir da segunda edição a organização do evento mudou a forma de obtenção dos financiamentos e começou a fazer uso da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), que funciona restituindo até 100% do valor financiado do imposto de renda do apoiador, de acordo com o enquadramento do projeto dentro da lei, dentro do limite de 4% (pessoas jurídicas) a 6% (pessoas físicas) do imposto devido (SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA, 2021).

Gráfico 5 – Valor captado e valor autorizado para a Noite dos Museus pelas leis de incentivo estadual e federal (em milhares de R\$)



Fonte: elaboração própria com base nas informações disponibilizadas pela organização do evento.

No Gráfico 5 é visível a diferença entre o valor aprovado pelos programas para o financiamento e o valor que efetivamente foi captado pela organização do evento. Essa informação traz duas reflexões importantes. A primeira é de que são cabíveis questionamentos sobre as leis de incentivo, visto que há um número alto de projetos que, apesar de aprovados, não obtêm patrocínio. Isso reflete a questão de que, quando os incentivos fiscais respondem às necessidades do mercado, as empresas acabam ganhando uma legitimidade que não é sua em decidir quais projetos devem receber recursos ou não. A consequência é que elas geralmente investem em artistas e eventos já conhecidos, que têm maior visibilidade pública e da mídia, para que isso favoreça a sua imagem. Além disso, outro ponto negativo nesse sentido é que a preferência do consumidor não é levada em conta, assim como a democratização dos eventos que são promovidos, para que o público tenha acesso a diferentes tipos de serviços dentro das possibilidades que a cultura oferece (BARBOSA DA SILVA; TELES, 2021; REIS, 2006).

A segunda reflexão é de que essas informações deixam claro o quanto pode ser complicada a busca por apoiadores/financiadores que estejam dispostos a

patrocinar eventos, o que só reforça a ideia de que cada vez mais são necessários estudos sobre os eventos, museus e demais atividades culturais. A pesquisa pode auxiliar no desenvolvimento de dados e indicadores, e como apontou Reis (2006), as metodologias de avaliação de impacto econômico servem justamente para fortalecer a posição da cultura na geração de riqueza e ressaltar suas externalidades positivas. Para que possam, assim, ser utilizadas futuramente como argumento para evidenciar o seu potencial, abrangendo as movimentações que ocorrem ao seu redor, e para que também possam contribuir com o alcance dos objetivos de política cultural do Ministério ou equivalente e das Secretarias da Cultura. Quando são estabelecidas colaborações como essa, o setor privado volta sua visão para as oportunidades de negócio oferecidas pelo campo cultural, aumentando a sua intenção de financiamento, promovendo o surgimento de novas oportunidades de criação.

Conforme aponta Barbosa da Silva e Teles (2021), entre os anos de 1995 e 2010 os incentivos fiscais passaram de 7,9% dos recursos destinados a cultura para 53,5%. Porém, junto com esse aumento também houve uma mudança drástica na sua composição, pois a participação dos recursos próprios, isto é, espontâneos, das empresas passou de 66,4% para 8,9%. Esses dados refletem uma crítica atual com relação às políticas culturais, a qual ressalta que, apesar dos incentivos fiscais terem sido criados, entre outros motivos, para estimular o interesse do empresariado no apoio às instituições culturais e eventos, devido à forma com que isso ocorre nos dias de hoje, essa finalidade não está sendo completamente atingida.

Tendo em vista que muitas vezes é permitido que até 100% do valor investido nos projetos possa ser deduzido dos seus impostos devidos, em vez de as empresas patrocinadoras auxiliarem no fomento à cultura enquanto tal, o que ocorre realmente é que elas têm nas suas ações um investimento de risco zero, e ainda contam com os benefícios de serem associadas a projetos culturais, valorizando a sua imagem. Além disso, deve-se levar em conta que, nesses casos, ao isentar os patrocinadores de parte dos seus impostos, fazendo com que eles invistam essa parte no apoio dos projetos, o governo não está efetivamente cobrando nenhuma contrapartida privada. Sendo assim, fica claro que o dinheiro que está sendo utilizado nesse processo é, na verdade, o mesmo que já seria destinado ao governo antes da lei do incentivo, servindo como qualquer outro investimento, só que nesse caso está ainda fazendo propagandas gratuitas para as empresas (REIS, 2006).

Ainda sobre os valores do financiamento do evento, é pertinente ressaltar que no ano de 2016 somente uma empresa privada se encarregou do patrocínio de toda a quantia que foi aprovada para o projeto, diferente do que ocorreu nos demais anos, conforme apontado no Apêndice D. Nos anos seguintes a média ficou em aproximadamente quatro instituições incentivadoras/financiadoras por edição. As empresas que mais se fizeram presentes foram estatais: o Banco do Estado do Rio Grande do Sul e a Companhia de Gás do Estado do Rio Grande do Sul, que patrocinaram três das quatro edições, e a privada Ventos do Sul Energia S/A, que patrocinou duas edições. O restante dos patrocinadores só ajudou no financiamento de uma edição até o momento presente.

Uma outra questão a ser ressaltada é que, mesmo a edição de 2019 sendo a com menor valor captado para investimento (cerca de R\$ 210 mil), ainda que tenha recebido financiamento de três empresas pela lei de incentivo, foi a que teve o maior público da história do evento, com aproximadamente 105 mil pessoas. Isso evidencia o quanto foi preciso que a organização trabalhasse para garantir o mesmo nível de qualidade (ou até maior) do que os outros anos, ainda que com incentivo reduzido.

4.3 OS VALORES QUE O EVENTO MOVIMENTA

Dadas as informações disponíveis, para que possa ser feita uma análise mais aprofundada sobre os impactos econômicos do evento, é necessário que sejam observados os valores diretos e indiretos que o mesmo movimenta, identificando onde é aplicado o dinheiro investido. Como já mencionado, Reis (2006) aponta que não há metodologia perfeita. Portanto, a escolha da forma como os dados são utilizados depende das informações que se busca obter, assim como da viabilidade da aplicação de um método e do seu custo-benefício. Isso foi levado em consideração para essa pesquisa, assim como a recomendação de Walpole e Goodwin (2000) sobre a utilização de estimativas diretas de fontes de dados primárias, quando se procura determinar os impactos em economias locais. Para esses casos, esses são recursos mais aconselhados do que as técnicas de larga escala, como as matrizes de insumo-produto, que não podem ser facilmente aplicadas a essas situações.

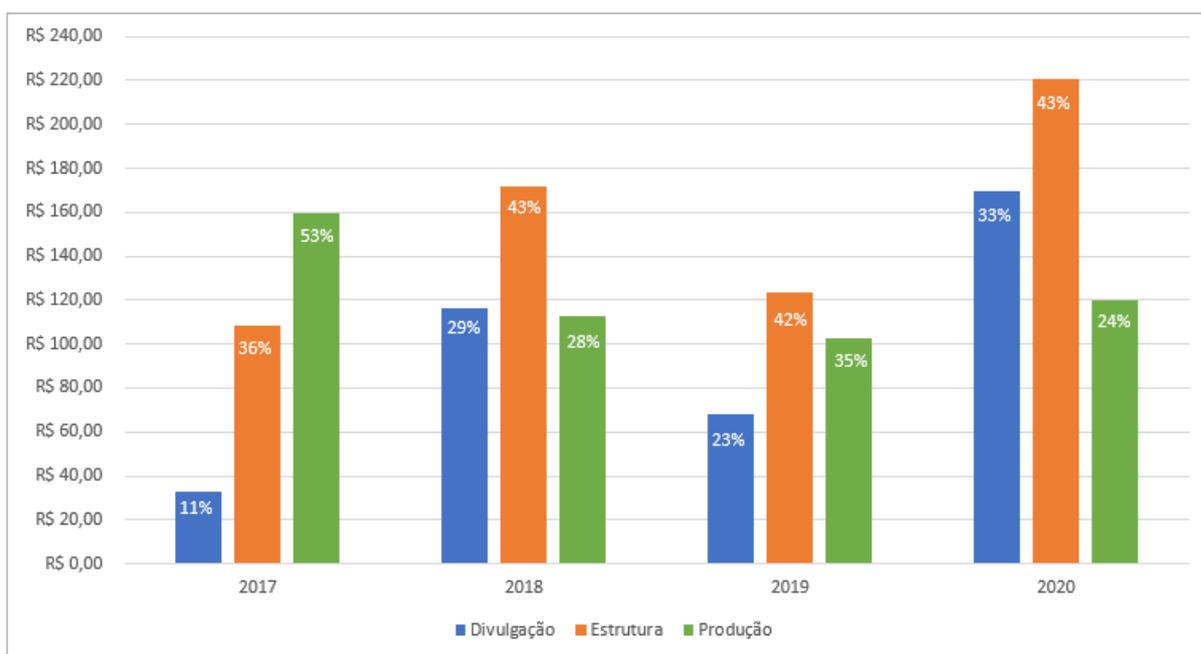
Nesse sentido, foram utilizadas as abordagens de Snowball (2008), do IBRAM (2013) e de Herrero et. Al (2006)¹ para chegar a uma definição comum sobre o que são os efeitos diretos e indiretos. Sendo assim, para fins desse trabalho são considerados como efeitos diretos as despesas da produção do evento como os gastos com infraestrutura, aluguéis, salários e publicidade. Os efeitos indiretos são indicados apenas de forma descritiva, levando em conta os possíveis gastos dos visitantes nas áreas do evento e as externalidades geradas por ele. Isso foi definido visto que entre as referências apontadas, há uma divergência sobre onde esses gastos devem ser alocados e, segundo Snowball (2008) esses dados devem ser coletados o mais breve possível após as despesas terem ocorrido. Posto isso, como no ano em que essa pesquisa está sendo produzida não houve nenhuma edição do evento, por conta da pandemia de covid-19, não foi possível realizar nenhum tipo de questionário diretamente com o público, que é o método mais indicado para a obtenção desse tipo de informação.

As edições da Noite dos Museus de 2017 a 2020, por terem sido beneficiadas pela Lei Federal de Incentivo à Cultura, apresentam uma lista com todos os valores comprovados para os quais o financiamento foi destinado. Portanto, para que seja possível ter uma visão mais detalhada dos setores que estão envolvidos no projeto, foram criados alguns indicadores tendo em vista esses dados. Os valores foram corrigidos os valores de acordo com o IPCA de 2019.

Visando detalhar os impactos diretos do evento, dada a sua definição nessa pesquisa, os dados com os valores comprovados foram segmentados em três grupos, de acordo com a sua finalidade: gastos com estrutura, com produção e com divulgação. Os gastos com estrutura contemplam a locação de equipamentos, o transporte de materiais e pessoas, a limpeza, as licenças e alvarás, a remuneração para captação de recursos, a segurança e algumas atividades administrativas. Como produção foi considerada toda a parte de criação do conteúdo, pesquisa e curadoria, assim como o salário dos artistas e dos palestrantes e os treinamentos. Já a parte de divulgação engloba todos os gastos relacionados ao marketing do evento, como o desenvolvimento do site, as revistas e folhetos, a fotografia, as camisetas, os banners, etc.

¹ A abordagem de Reis (2006) não foi considerada por diferir mais significativamente dos outros trabalhos.

Gráfico 6 – Gastos totais divididos entre divulgação, estrutura e produção, com valores corrigidos pelo IPCA de 2019 (em milhares de R\$)



Fonte: elaboração própria com base em SALICNET (2019).

De acordo com o gráfico 6, com exceção da edição de 2017, todas as outras tiveram relativamente mais gastos com estrutura, geralmente na faixa dos 40% do valor total, e variaram com relação à produção e à divulgação. Além disso, os valores absolutos destinados à estrutura e à divulgação aumentaram ao longo dos anos, com exceção de 2019, devido à baixa na captação nesse ano. Conforme o apresentado, fica evidente que, apesar de o evento durar somente um dia, há uma grande produção por trás, capaz de fazer com que o valor investido tenha diversos destinos, provocando impacto em muitos setores da economia de Porto Alegre, do Rio Grande do Sul e de outras regiões. Seja na área de transportes, na de serviços, na artística, na de mídia ou até mesmo em áreas mais administrativas como a parte contábil ou a jurídica, o evento acarreta ganhos econômicos em geral para a comunidade, atuando na inter-relação de diferentes indústrias e gerando empregos, ainda que muitos sejam temporários.

Na sequência, os impactos indiretos representam as novas injeções de dinheiro na região do evento, assim como as externalidades que ocorrem em virtude dele. Nesse sentido, conforme os dados declarados pela organização do evento, pode-se exemplificar esse tipo de impacto tendo como base a informação de que o

evento de 2019 contou com cinco empresas de *foodtruck* e com 14 cervejarias, que ficaram à disposição do público, próximos às instituições museais nos diferentes locais abrangidos pelo projeto. Apesar de os dados referentes às vendas e ao lucro desses parceiros não terem sido divulgados, é possível ter uma ideia do tamanho das vendas por alguns indicativos.

Dado o total do público presente naquele ano (cerca de 105 mil pessoas), a grande maioria das instituições possuía uma fila extensa de entrada, o que pode atuar como estímulo para que os visitantes consumam os produtos dessas empresas. Além disso, o tempo de duração do evento, em torno de 6 horas, somado ao fato de haver um grande número de atrações na parte de fora dos museus, também pode contribuir para o aumento no consumo de comidas e bebidas pelos visitantes.

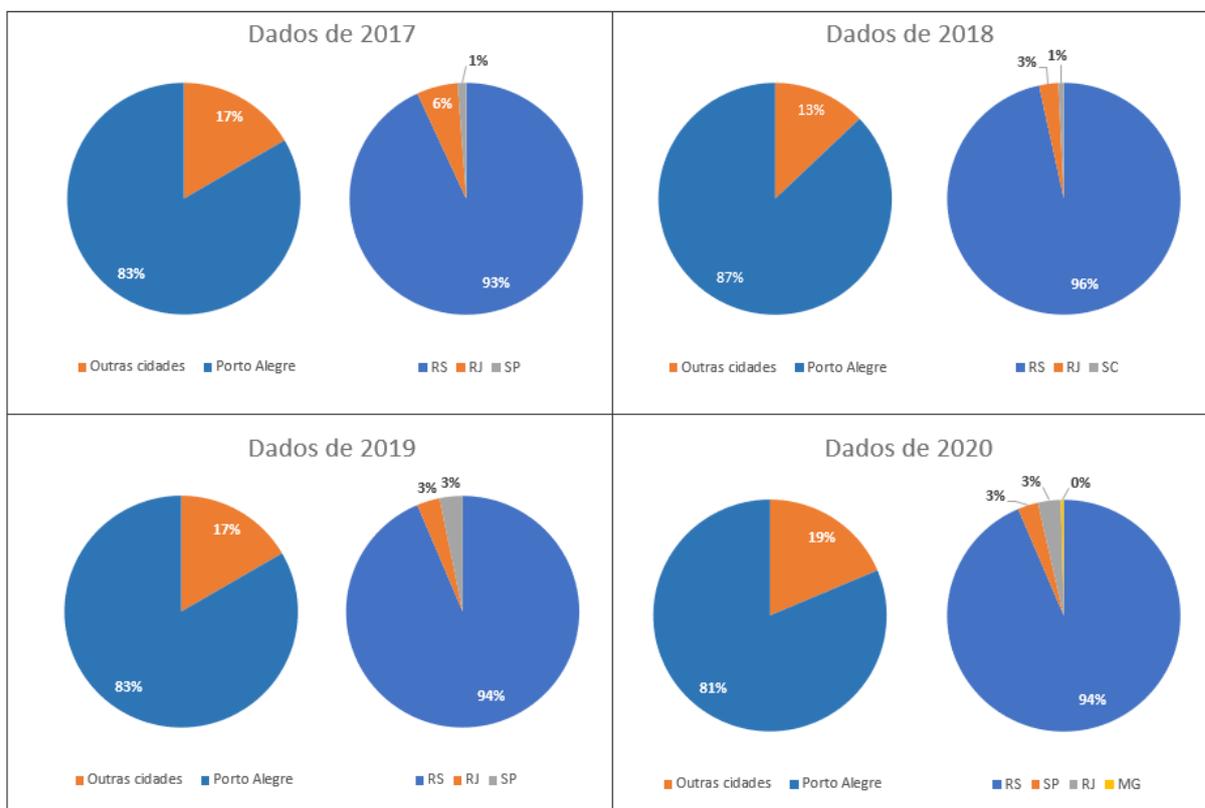
Entretanto, apesar do número de cervejarias e foodtrucks gerar um acréscimo positivo no valor dos impactos indiretos do evento, é pertinente levar em consideração alguns pontos. Boa parte dos locais onde os museus estão inseridos (principalmente no bairro Centro Histórico) já possuem diversos bares e restaurantes ao seu redor. Tendo isso em vista, como a maioria desses estabelecimentos disponibilizados pela organização não são próprios da região, e sim convidados que estabelecem uma parceria com a produtora, eles podem causar um certo impacto negativo nos demais pontos de venda que sejam seus concorrentes e que já façam parte do local. Conforme comenta Snowball (2008), na maioria dos eventos desse tipo, as oportunidades de ganho não se limitam aos comerciantes locais, porém a presença de mercados de fora da área pode ter implicações negativas para os empresários locais, principalmente em casos de concorrência direta.

Além desses valores, é importante levar em conta as externalidades positivas geradas pelo evento, não somente as movimentações econômicas registradas e geradas no momento do evento, mas também no médio e longo prazo. Um exemplo de externalidade é o efeito que o evento tem no setor de transportes, dado que as pessoas precisam se locomover para chegar e para sair dos museus e entre as instituições que fazem parte da experiência completa. Se levarmos em conta que o evento ocorre à noite e acaba no início da madrugada, e que além dos bares ao redor dos museus, há também as cervejarias disponibilizadas, é possível estimar que uma boa parte dos visitantes optará por utilizar ou o transporte público, ou solicitarão carona em carros por aplicativos de mobilidade urbana.

Há ainda muitos outros exemplos de externalidades, que são mais qualitativos do que quantitativos e, por conta disso, mais difíceis de mensurar. Nessa categoria estão as contribuições promovidas pelo evento para o turismo e para o conhecimento do público sobre arte, fomentando a busca por instituições culturais como os museus, especialmente para o público que ainda não tem o costume de consumir arte, pois dessa forma, pode-se desencadear a busca dos indivíduos por uma série de outras atividades culturais futuras. Além disso, deve-se levar em consideração a especialização dos profissionais que atuam no evento principalmente os da cultura, que fazem parte da sua cadeia produtiva, fortalecendo a sua compreensão sobre o funcionamento da mesma, o que serve como um investimento para que futuramente possam atuar na realização de projetos culturais cada vez mais bem estruturados, e que possam gerar mais ganho social e econômico para a sociedade.

Assim como esses, existem outros exemplos de externalidades que ocorrem em decorrência do evento por conta do efeito multiplicador. Segundo Snowball (2008) esse efeito depende da quantidade de “vazamentos” da economia, que é determinada pelo nível de importações que ocorrem na área de impacto, ou seja, o quanto do dinheiro gasto pela organização do evento é aplicado em produtos e serviços que não são daquela região. Quanto maior for essa fuga de recursos, menor é o multiplicador e, portanto, menor a quantidade de dinheiro aplicado à comunidade. Geralmente isso está associado a áreas menores, ou que são próximas de outros mercados maiores, por terem maior propensão a depender desses mercados. Contudo, apesar de a Noite dos Museus ser um evento relativamente pequeno, visto que ele ocorre somente em uma cidade e costuma atrair mais o público local, ainda assim é localizado em uma capital, o que pode ser um indício de menor dependência de outras regiões para recursos.

Para corroborar a argumentação sobre o tamanho do multiplicador do evento, foram analisados todos os CNPJs – e as suas origens – das empresas listadas na planilha de valores comprovados, disponível no site do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC). Conforme o gráfico 7, conclui-se que a grande maioria (entre 81% e 87%) dos gastos provenientes do financiamento do evento Noite dos Museus são direcionados a empresas da cidade de Porto Alegre, e se levarmos em conta o estado de origem, esse número fica entre 93% e 96% para porcentagem de gastos dentro do Rio Grande do Sul.

Gráfico 7 – Origem dos gastos provenientes do financiamento pela Lei Rouanet

Fonte: elaboração própria com base em SALICNET (2019).

4.4 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Esse capítulo serviu como um estudo de caso para a Noite dos Museus, tendo em vista as informações que foram coletadas sobre o evento. Assim, com os dados fornecidos pela organização do mesmo, foi possível identificar diversos pontos em que sua realização é benéfica para a cidade de Porto Alegre. Nesse sentido, percebe-se que, apesar de a última edição ter sido em um ano atípico, por conta da pandemia, o histórico do número de público evidencia que a sua produção está sendo cada vez mais assertiva, pois é clara a evolução na quantidade de pessoas engajadas na participação do evento, assim como o aumento na quantidade de instituições e atrações disponíveis ao longo dos anos.

Por fim, identificou-se a importância da atuação do Estado na promoção de projetos culturais, pois como foi apontado, todas as edições só aconteceram graças às políticas públicas existentes e contando com o apoio de empresas estatais. Contudo, baseado nas informações de Reis (2006) e Barbosa da Silva (2021), ainda são necessários alguns ajustes para que a escolha dos projetos a serem

patrocinados seja mais inclusiva e para que haja mais contrapartida privada nas leis de incentivo, visto que o seu propósito é justamente estimular as empresas a investir em cultura. Ainda assim, conclui-se que, dados os seus impactos diretos e indiretos e suas externalidades, a Noite dos Museus possui, de acordo com as informações fornecidas pelas literaturas, um alto potencial de impacto econômico na cidade de Porto Alegre, visto que a maior parte das despesas que ocorrem por parte do evento são para empresas da capital.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista o potencial de promoção da cultura, que é característica marcante do evento Noite dos Museus, esse trabalho buscou compreender mais sobre o seu caráter econômico. Com esse propósito, foram consideradas a literatura presente acerca da economia da cultura e também do setor dos museus, para então identificar como os eventos podem auxiliar no fomento à cultura e a essas instituições especificamente. Foram analisadas também as variadas formas de pesquisas de impactos econômicos de projetos e eventos culturais, fazendo uma comparação entre estudos feitos em diversos países com esse objetivo, a fim de entender quais são as metodologias mais utilizadas, assim como os resultados que podem ser alcançados.

Dessa forma, foi possível constatar que a economia da cultura é uma área de estudo abrangente, tratando de um tema que está cada vez mais presente no dia a dia da população, visto o seu potencial de se relacionar com outros setores. Considerando que o setor museal é uma parte considerável da economia da cultura, esse trabalho pode identificar o tamanho da estrutura necessária para manter essas instituições culturais, e como isso, somado à sua relação direta com o local em que se inserem, contribui em diversos âmbitos para o desenvolvimento social e econômico da região. Portanto, para que seu alcance seja ainda maior, é importante que haja iniciativas voltadas para a sua popularização, incentivando o público em geral a visitar essas instituições regularmente, para que possa usufruir do que elas têm a oferecer, e para que o potencial delas cresça, visto que isso traz benefícios para toda a comunidade.

Nesse sentido, com base nas referências estudadas foi evidenciado que em muitos casos os eventos são utilizados com esse propósito de divulgar instituições culturais, ou até mesmo de mudar a visão da população sobre uma cidade ou local, para que sejam percebidas as suas ligações com a cultura e para que seja reforçado um sentimento de pertencimento. Em virtude disso, foram pesquisadas as metodologias utilizadas em cinco estudos que avaliaram os efeitos de eventos em países distintos, observando principalmente os impactos econômicos que eles geraram nos locais em que ocorreram. Comparando essas pesquisas, nota-se que há uma grande variação nos métodos utilizados, porém houve semelhança na

utilização de matrizes de insumo-produto, assim como na identificação dos efeitos diretos e indiretos e no cálculo do multiplicador.

A fim de identificar, da mesma forma, os impactos econômicos da Noite dos Museus, partindo dos dados que foram disponibilizados pela organização do evento e de reportagens de jornais sobre o mesmo, foi feito um estudo de caso, empregando os métodos que se adequavam com as suas características para avaliar os seus impactos. Inicialmente foi feita uma análise do número de visitantes por edição, que constatou que, apesar de algumas questões atípicas que ocorreram, como más condições do tempo e, em 2020, a pandemia de covid-19, ao longo dos anos cada vez mais pessoas foram atraídas para participar do evento. Algumas das razões para esse aumento do público podem ser a quantidade de atrações providenciadas pela organização do evento, o aumento na lista de museus participantes – e, conseqüentemente, o aumento no número de exposições – e o investimento da organização na divulgação do projeto.

Para dar seguimento ao trabalho, foi feita uma pesquisa sobre as formas de financiamento do evento, que resultou na informação de que todas as cinco edições foram realizadas com o apoio das leis de incentivo, sendo a primeira através da lei estadual (Pró-cultura RS) e as outras quatro através da lei federal (Lei Rouanet). Identificou-se também que, dadas as condições das leis de incentivo, há potencial de melhora no seu funcionamento, principalmente visando democratizar os financiamentos, para que mais projetos sejam aceitos, e garantir mais apoio das empresas privadas, que atualmente entregam pouca ou nenhuma contrapartida no processo.

Por fim, foram utilizadas as listas de valores comprovados, que informam os gastos advindos dos financiamentos das edições que tiveram patrocínio pela Lei Rouanet, visto que são as únicas informações dessa esfera que estão disponíveis sobre o evento. Dividiu-se esses valores entre despesas com divulgação, com estrutura e com produção, que foram considerados como os impactos diretos, logo, foi possível verificar a quantidade de transações econômicas que fazem parte do evento. Além do setor de produção cultural, vários outros foram impactados, como o de transportes, o de segurança, o de mídia, o de marketing, entre outros.

Como impactos indiretos, foi levada em consideração a presença das barracas de alimentação disponibilizadas em parceria com a organização do evento, e os restaurantes e bares que existem ao redor dos museus. Dados os números de

visitantes, especula-se que houve grande consumo por parte deles nesses locais. Contudo, não houve acesso às informações referentes às vendas e aos lucros dessas empresas. Além disso, para finalizar a análise dos impactos econômicos do evento, é preciso considerar o efeito multiplicador que, de acordo com a literatura estudada, depende da fuga de recursos. Portanto, foram analisadas as origens dos CNPJs divulgados na lista de despesas, o que comprovou que, em todas as edições, mais de 81% dos gastos foram com empresas de Porto Alegre, e mais de 93% com empresas do Rio Grande do Sul. Sendo assim, corrobora-se a possibilidade de o evento possuir um efeito multiplicador significativo, e podendo ainda gerar diversas externalidades positivas ao longo do tempo.

Em síntese, as informações obtidas com esse trabalho são pertinentes para reforçar a argumentação sobre a importância de investimentos em iniciativas que promovam a cultura. Pois, conforme foi apresentado, além dos benefícios sociais presentes nesses projetos, há um fluxo econômico significativo ligado a eles, que envolve vários setores além do cultural.

REFERÊNCIAS

ARGENTA, D. A. Museus e Economia Criativa: apontamentos para perspectivas futuras. **Cadernos do CEOM**, Chapecó, v. 26, p. 149-168, 2013.

ASSIS, M. E. A. Museus, que mercado é esse. **Seminário Internacional de Políticas Culturais Casa de Rui Barbosa**, 2011, Rio de Janeiro, 2011.

BARBOSA DA SILVA, F. A.; TELES, E. Desafios para o financiamento das políticas culturais. In: BARBOSA DA SILVA, F.A. (org.). **Direito e Políticas Culturais**. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), 2021. v. 1, cap. 3, p. 113-148.

BENHAMOU, F. **Economia do patrimônio cultural**. São Paulo: Edições Sesc SP, 2016.

BOLL, J. Noite dos Museus tem maior público da história, longas filas e bom astral nas ruas de Porto Alegre. **GZH**, 19 maio 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/artes/noticia/2019/05/noite-dos-museus-tem-maior-publico-da-historia-longas-filas-e-bom-astral-nas-ruas-de-porto-alegre-cjvuiapat705px01pec9fq7p7o.html>. Acesso em: 8 out. 2021.

BRACALENTE, B.; CHIRIELEISON, C.; COSSIGNANI, M.; FERRUCCI, L.; GIGLIOTTI, M.; RANALLI, M. G. The economic impact of cultural events: the Umbria Jazz music festival. **Tourism Economics**, v. 17, n. 6, p. 1235-1255, 2011.

BRASIL. **Lei nº 11.904**, de 14 de Janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/11904.htm. Acesso em: 30 mar. 2021.

BRASIL. **Plano Nacional Setorial de Museus (PNSM)**. Brasília:MinC/ IBRAM, 2010.

BRIGADA Militar explica método de contagem de pessoas em eventos. **Rádio Uirapuru**, Passo fundo, 11 outubro 2016. Disponível em: <https://rduirapuru.com.br/cidade/brigada-militar-explica-metodo-de-contagem-de-pessoas-em-eventos/>. Acesso em: 8 out. 2021.

CASTRO, E. P.; CUTRIM, K. D. G. Economia Criativa no Museus Casa da Festa em São Luis - MA: estratégias, inovações e o desenvolvimento do turismo cultural. **Revista Interface**, v. 13, p. 49-63, 2016.

DIAS, J. A. R. **Musictrip**: Agência de viagens online especializada em festivais de música. Tese de Doutorado. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, 2012.

FREY, B. **La economía del arte**. Colección Estudios Económicos. Barcelona: La Caixa, 2005, 225p.

FREY, B.; MEIER, S. **The Economics of Museums**. In: GINSBURGH, V. A.; 2006. In: GINSBURGH, V. A. y THROSBY, D. (eds.): Handbook of the Economics of Art and Culture, North Holland, Amsterdam, 2006.

FORTES, W. G.; SILVA, M. B. R. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.

GONZÁLEZ, F.; MIRALBELL, O. **Managing music festivals for tourism purposes in Catalonia (Spain)**. *Tourism Review*, Vol. 64, p. 53-65, 2009.

HERRERO, L. C. et al. The Economic Impact of Cultural Events: A Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. **European Urban and Regional Studies**, v. 13, p. 41–57, 2006. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0969776406058946?journalCode=eur> a. Acesso em: 20 set. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). **Museus e a Economia da Cultura: da cadeia produtiva aos impactos socioeconômicos**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). **Museus e a dimensão econômica: da cadeia produtiva à gestão sustentável**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2014; v. 1.

LETELIER, L. A. S. O futuro dos museus pós-pandemia: sobrevivência ou reinvenção? **Revista Observatório Itaú Cultural**, São Paulo, n. 28, p. 98-113, dez. 2020.

LOBUONO, R.; GOSLING, M. S.; GONÇALVES, C. A.; MEDEIROS, S. A. Relações entre Dimensões da Experiência, Satisfação, Recomendação e Intenção de Retornar: a Percepção de Participantes de Evento Cultural Resumo. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 5, n. 2, 2016.

MOUFAKKIR, O., PERNECKY, T. **Ideological, social and cultural aspects of events**. Reino Unido: CABI. 2015, 220p.

PASANEN, K.; TASKINEN, H.; MIKKONEN, J. Impacts of cultural events in Eastern Finland: Development of a Finnish event evaluation tool. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 9, n. 2-3, p. 112-129, 2009.

PORTA, P. **Economia da cultura: um setor estratégico para o país**. Brasília, Ministério da Cultura, 2008. Disponível em: <http://www.rubi.casarui Barbosa.gov.br/bitstream/20.500.11997/7275/1/592.%20texto-sobre-o-prodec-paula-porta.pdf>. Acesso em: 23 Ago. 2021.

PORTO Alegre Em Cena 2015, confirma programação e ingressos. **Culturíssima**, Porto Alegre, 28 julho 2015. Disponível em: <http://culturissima.com.br/teatro/porto-alegre-em-cena-2015-confirma-programacao-e-ingressos>. Acesso em: 8 out. 2021.

POWER, D; SCOTT, A. J. **Cultural industries and the production of culture**. Reino Unido: Routledge, 2004.

PRIKLADNICKI, F. 20º Porto Alegre Em Cena abre venda antecipada de ingressos nesta quarta. **GZH**, 16 julho 2013. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2013/07/20-porto-alegre-em-cena-abre-venda-antecipada-de-ingressos-nesta-quarta-4202561.html>. Acesso em: 8 out. 2021.

PRIKLADNICKI, F. Com orçamento enxuto, 21º Porto Alegre Em Cena aposta em parcerias. **GZH**, 22 agosto 2014. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2014/08/Com-orcamento-enxuto-21-Porto-Alegre-Em-Cena-aposta-em-parcerias-4581221.html>. Acesso em: 8 out. 2021.

PRIKLADNICKI, F. Porto Alegre Em Cena começa nesta terça uma edição “de resistência”. **GZH**, 13 setembro 2016. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/espetaculos/noticia/2016/09/porto-alegre-em-cena-comeca-nesta-terca-uma-edicao-de-resistencia-7435696.html>. Acesso em: 8 out. 2021.

PRIKLADNICKI, F. 25º POA Em Cena anuncia programação com olhar para a formação do Brasil. **GZH**, 8 agosto 2018. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/espetaculos/noticia/2018/08/25o-poa-em-cena-anuncia-programacao-com-olhar-para-a-formacao-do-brasil-cjklmxx3801ri01mul1vhv7oj.html>. Acesso em: 8 out. 2021.

PRIKLADNICKI, F. Sem patrocínio da Petrobras, Porto Alegre em Cena projeta edição enxuta para 2019. **GZH**, 15 abril 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2019/04/sem-patrocinio-da-petrobras-porto-alegre-em-cena-projeta-edicao-enxuta-para-2019-cjuit271k00fi01p5ynfepsf3.html>. Acesso em: 8 out. 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **18º Porto Alegre em Cena**. 2011. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=9389. Acesso em: 12 out. 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **19º Porto Alegre em Cena**. 2012. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=10254. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **20º Porto Alegre em Cena**. 2013. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=12131. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **21º Porto Alegre em Cena**. 2014. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=13264. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **22º Porto Alegre em Cena**. 2015. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=14345. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **Noite dos Museus**. 2016a. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=12817. Acesso em: 12 out. 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **23º Porto Alegre em Cena**. 2016b. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=15295. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **24º Porto Alegre em Cena**. 2017. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=16024. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **25º Porto Alegre em Cena**. 2018. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=17318. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **26º Porto Alegre em Cena**. 2019. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=20790. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **27º Porto Alegre em Cena**. 2020. Disponível em: http://www.procultura.rs.gov.br/ver_projeto.php?cod=18918. Acesso em: 12 outubro 2021.

PRÓ-CULTURA - Sistema Unificado. **Patrocínios**. 2021. Disponível em: <http://www.lic.rs.gov.br/patrocínio.html>. Acesso em: 15 outubro 2021.

REIS, A. C. F. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: o Caleidoscópio da cultura**. São Paulo: Manole, v. 1, 2006, 250p.

REIS, A. C. F. **Economia da Cultura: idéias e vivências**. Rio de Janeiro: Publit, 2009.

RIBEIRO, J.; VAREIRO, L.; FABEIRO, C.; PARDELLAS de BLAS, X. **Importância da Celebração de eventos culturais para o Turismo do Minho-Lima: um estudo de caso**. Trabalho apresentado no XI Congresso da APDR “O papel das Universidades no Desenvolvimento das Regiões”, Faro, Portugal, 2005.

RICHARDS, G.; WILSON, J. The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. **Urban Studies**, v. 41, n. 10, p.1931–1951, 2004.

RIVERA, M.; HARA, T.; KOCK, G. Economic impact of cultural events: the case of the Zora! Festival. **Journal of Heritage Tourism**, v. 3, n. 2, P.121-137, 2008. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/17438730802138139>. Acesso em: 25 set. 2021.

ROMPECABEZAS. **NDM 2016 - Noite dos Museus**. 2016. Disponível em: <https://noitedosmuseus.com.br/ndm-2016/>. Acesso em: 10 out. 2021.

ROMPECABEZAS. **NDM 2017 - Noite dos Museus**. 2017. Disponível em: <https://noitedosmuseus.com.br/ndm-2017/>. Acesso em: 10 out. 2021.

ROMPECABEZAS. **NDM 2018 - Noite dos Museus**. 2018. Disponível em: <https://noitedosmuseus.com.br/ndm-2018/>. Acesso em: 10 out. 2021.

ROMPECABEZAS. **NDM 2019 - Noite dos Museus**. 2019. Disponível em: <https://noitedosmuseus.com.br/ndm-2019/>. Acesso em: 10 out. 2021.

SANTOS, A. B. C. F. dos. Cidades criativas: A relação entre cultura, cidade e desenvolvimento. XI Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2015, Salvador-BA. **Anais eletrônicos**. Salvador, 2015. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult/anais/artigos-aprovados>. Acesso em: 03 Mar. 2021.

SAAYMAN, M.; SAAYMAN, A. Economic impact of cultural events. **South African Journal of Economic and Management Sciences**, v. 7, n. 4, p. 629-641, 2004. Disponível em: <https://sajems.org/index.php/sajems/article/download/1294/488>. Acesso em: 25 set. 2021.

SALICNET. 2019. Disponível em: <http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php>. Acesso em: 1 nov. 2021.

SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA. **Como Funciona – Lei de Incentivo à Cultura**. 2021. Disponível em: <http://leideincentivoocultura.cultura.gov.br/como-funciona/>. Acesso em: 26 out. 2021.

SNOWBALL, J. D. **Measuring the Value of Culture: Methods and Examples in Cultural Economics**. Germany: Springer-Verlag, 2008.

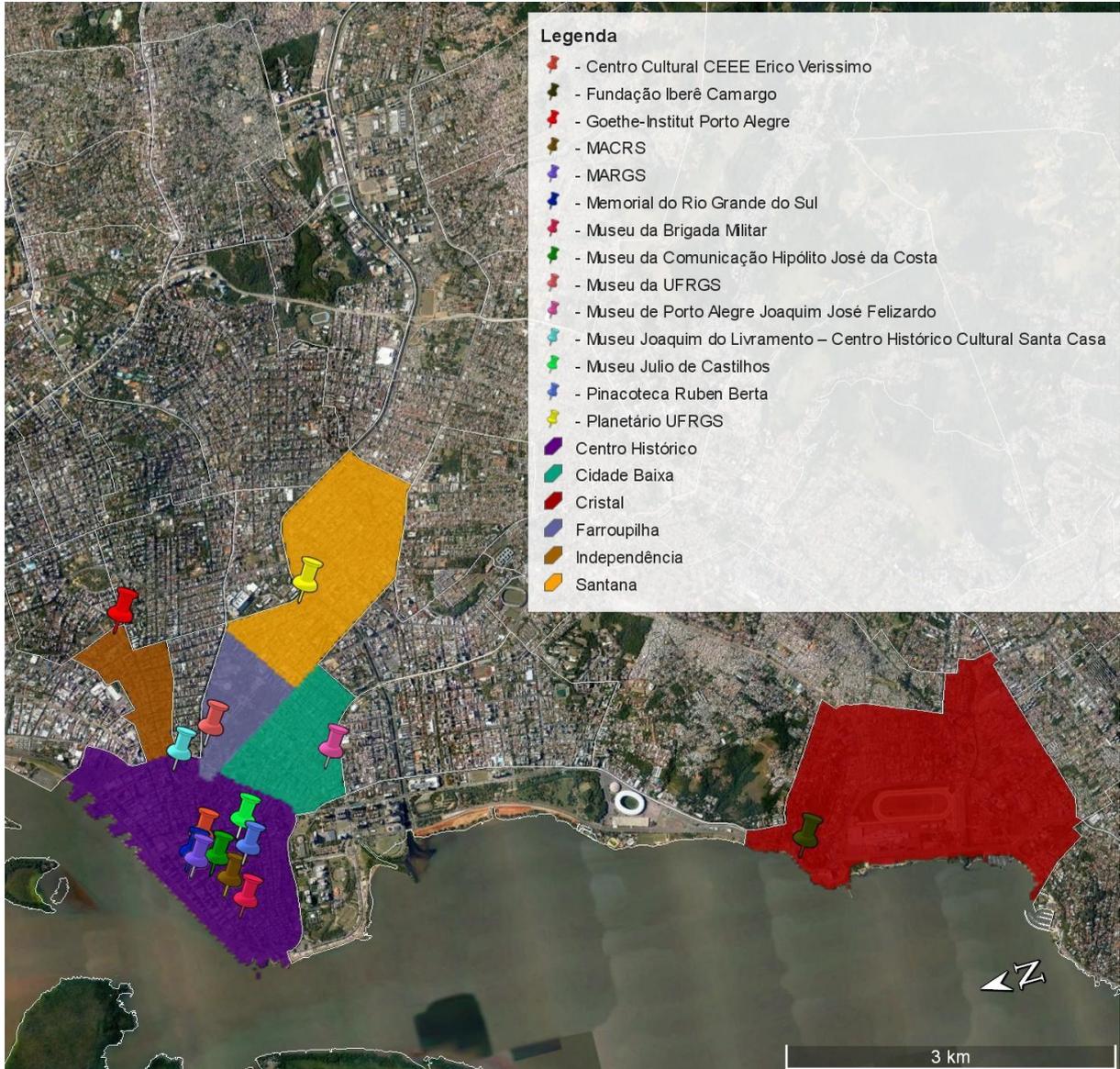
TOLILA, P. **Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras: Itau Cultural, 2007.

THE ECONOMIST. **The Bilbao effect**. Reino Unido, 2013. Disponível em: <https://www.economist.com/special-report/2018/08/14/the-bilbao-effect>. Acesso em: 18 Ago. 2021.

THROSBY, D. **Economics and Culture**. Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.

WALPOLE, M. J.; GOODWIN, H. J. Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia. **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 3, p. 559–576, 2000. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738399000882>. Acesso em: 25 set. 2021.

APÊNDICE A – DISTRIBUIÇÕES DAS INSTITUIÇÕES QUE FIZERAM PARTE DAS EDIÇÕES DO EVENTO NOITE DOS MUSEUS NO MAPA DE PORTO ALEGRE, DE ACORDO COM SEUS BAIRROS



Fonte: Elaboração própria com base em ROMPECABEZAS (2016; 2017; 2018; 2019)

APÊNDICE B – LISTA DE APRESENTAÇÕES QUE FIZERAM PARTE DAS EDIÇÕES DO EVENTO NOITE DOS MUSEUS SEGMENTADA PELOS ANOS

	Apresentações			
	2016	2017	2018	2019
Fundação Iberê Camargo	Maurício Marques Camilo da Rosa Simões e Brigitta Calloni Hique Gomez Fábio Mentz e Adolfo Almeida Leonardo Winter	Pedro Dom Milene Aliverti Zé Flávio Trio Amauri Iablouovski e Michel Dorfman	Batuque de Cordas Olinda Alessandrini Dunia Elias e Luciano Maia Duo Nascente Angelo Primon e Fernando Mattos	Funkalister Frankenstein – Quarto Sensorial + Fu_k the Zeitgeist Samba e Amor
MACRS	Hique Gomez Fábio Mentz e Adolfo Almeida Yanto Laitano Nicola Spolidoro	CCOMA Thiago Ramil TOQUE com Felipe Zancanaro Jam Session Thiago Ramil e Felipe Zancanaro	Paulo Inchauspe Tiago Rinaldi Paola Kirst AKEEM Music	Misstake La Digna Rabia Ortácio, Borghetti, Salazar e Poty Rafa 16 e Caco Velho Quinteto
MARGS	Hique Gomez Quinteto Porto Alegre Camilo da Rosa Simões e Brigitta Calloni Maurício Marques	Maracatu Truvão Bebeto Alves Pedro Dom Orquestra de Flautas Transversas IPDAE	Não houve apresentações nesse local	Mulheragem Especial Slam Peleia Érico Moura Mathias 7 cordas
Memorial do RS	Quinteto Porto Alegre Marmota Jazz Conjunto Irish Fellas Elias Barboza Quinteto	Renato Borghetti, Renato Muller e Fábrica de Gaiteiros Antonio Villeroy Ernesto e Paulinho Fagundes Conjunto Bluegrass Portoalegrense	Não houve apresentações nesse local	Aluisio Rockembach Quarteto Jimi Joe Gruvorama Banda Calote
Museu da UFRGS	Leonardo Winter Dimitri Cervo Camilo da Rosa Simões e Brigitta Calloni	Areal do Futuro Daniel Wolff e Christine Beard Amauri Iablouovski e Michel Dorfman Milene Aliverti	Thiago Ramil Luciano Leães Valente Irish Fellas	Daya Moraes Chef Mamadou Frank Jorge Solon Fishbone

Museu de Porto Alegre Joaquim José Felizardo	Elias Barboza Quinteto Conjunto Irish Fellas Maurício Marques Conjunto Bluegrass Porto Alegre	Floresta Aurora Afro-Sul Odomodê Roda de capoeira com Africanamente Negra Jaque Alabê Oni Roda de samba com Mestre Paraquedas, Pâmela Amaro, Eduardo Moreira, Andressa Ferreira e convidados	A Banda e a Cidade Grupo Naquele Tempo Sexteto Gaúcho Eduardo Pitta Felipe Azevedo	Tóin – dança para bebês Mainô Canto e Tambor Afroentes Valéria Houston
Pinacoteca Ruben Berta	Dimitri Cervo Irmãos Elias + Giovane Berti Renato Borba	Choro das Gurias Catarina Domenici e James Correa João Maldonado Jam Session Catarina Domenici e João Carlos Maldonado	Duo Nascente – Angelo Primon e Fernando Mattos Quinteto Le Donne Nobili Samuca do Acordeon Camerata Violões de Porto	Clarissa Ferreira – Pampa de Vênus Dunia Elias – Choro Pampeano Andrea Perrone e Thaís Nascimento
Planetário UFRGS	Fernando Cordella e Cintia de Los Santos Nicola Spolidoro Marmota Jazz	TOQUE com Felipe Zancanaro Orquestra de Brinquedos Fernando Cordella e Marcio Ceconello Kula Jazz	Neto Fagundes Cuidado que Mancha Três Marias Rodrigo Nassif	Gran Fuleiro Circus Duca Leindecker Daniel Debiagi Saldana
Ghoete-Institut		Orquestra de Flautas Transversas IPDAE Alabê Oni Nani Medeiros Daniel Wolff e Christine Beard	Marcelo Fruet Simone Rasslan Paulo Inchauspe Marcelo Delacroix	Karmã Erick Endres Madblush Le Batilli
Museu Julio de Castilhos		João Maldonado Kula Jazz Õşêëtúrá Africa'nJazz CCOMA	Lorenzo Tassinari e Banda Ale Ravanello Blues Combo Luciano Leães Jam Session Blues	Ortácio, Borghetti, Salazar e Poty 50 Tons de Blues Saldana Uma noite para criar, um dia para dançar – GEDA Cia de Dança

Museu Joaquim Francisco do Livramento – Centro Histórico-Cultural Santa Casa			Thiago Colombo Camerata Violões de Porto Orquestra de Violoncelos Jean-Jacques Pagnet Ariel Polycarpo e Daniel Benitz	Felipe Azevedo e Angelo Primon – Uma Noite Balaio de Cordas Trecho de Lembranças no Lago Dourado Mainô Canto e Tambor Dunia Elias – Choro Pampeano
Museu da Comunicação Hipólito José da Costa			Mezz Organ Qu4rtet Funkalister Yangos Kula Jazz	Erick Endres Grupo Pituna Trabalhos Espaciais Manuais Arthur de Faria
Museu da Brigada Militar				Banda da Brigada Militar Luciano Maia Mathias 7 Cordas 50 Tons de Blues
Centro Cultural CEEE Erico Verissimo				Oly Jr. Com Frequência, com Carina Levitan e Guilherme Ceron Kiai Grupo Bibiana Petek e Quarteto

Fonte: Elaboração própria com base em ROMPECABEZAS (2016; 2017; 2018; 2019)

APÊNDICE C – LISTA DE EXPOSIÇÕES QUE FIZERAM PARTE DAS EDIÇÕES DO EVENTO NOITE DOS MUSEUS SEGMENTADA PELOS ANOS

	Exposições			
	2016	2017	2018	2019
Fundação Iberê Camargo	Luz e Matéria - Sergio Camargo Diálogos no Tempo - Iberê Camargo	Depois do Fim NO DRAMA	Avesso – Ação- instalação Moderna para Sempre – Fotografia Modernista Brasileira na Coleção Itaú Cultural	Spider (Aranha)
MACRS	Não informado	Charruá - Gustavo Tabares Música de Passarinho - Antônio Augusto Buono	Insulares	Experimento Subterrânea IEAVI: Catalisador de Trajetórias
MARGS	Movimentos Silenciosos – Marcel Odenbach Matriz - Karen Axelrud Retrospectiva - Ivan Pinheiro Machado	Pro Posições Redes - Tonico Alvares Traço Solto Uma possível história da arte do Rio Grande do Sul: Plural[ismos] no Sul Infâncias: diferentes modos de ver e sentir POA 81	11ª Bienal de Artes Visuais do Mercosul	Acervo em Movimento: um experimento de curadoria compartilhada entre as equipes do MARGS Ena Lautert 95 Anos – Retrospectiva Magna Sperb — Pele e Sombra
Memorial do RS	Ontem, Hoje e Sempre - João Simões Lopes Neto A Presença Indígena no RS Etnias: Portugal - Olhar Além	A Linha do Tempo - Claudia Wasserman Mostra de Transferências Acervo do Instituto Gaúcho de Tradição e Folclore	11ª Bienal de Artes Visuais do Mercosul Projeto Mês a Mês na História Projeto Africanidades Uma terra só – Aldyr Garcia Schelee Portfólio: fotógrafos Sala Histórica dos Correios	Rio Grande – cultura e identidade Abril indígena 2019 – conhecimento e territórios tradicionais Linha do Tempo da História do Rio Grande do Sul

Museu da UFRGS	KUMIAI - Entrelaçamentos na Colônia Japonesa de Ivoti, RS Pinacoteca Barão de Santo Ângelo nos 80 Anos da UFRGS - Módulo II	Paisagens da memória: cidades e corpos em movimento NÓS PODEMOS! A mulher da submissão à subversão	Paisagens da memória: cidades e corpos em movimento Imensa Mente – Caminhos da Saúde Menta	Migrações à Mesa Tic-Tac: nas cordas do tempo
Museu de Porto Alegre	Transformações Urbanas: Porto Alegre de Montauray a Loureiro O Solar que virou Museu: memórias e histórias	O Solar que virou Museu Transformações Urbanas: Porto Alegre de Montauray a Loureiro Porto Alegre em Luz e Cor	O Solar que virou Museu – memórias e histórias Transformações Urbanas: Porto Alegre de Montauray	O Solar que virou museu – memórias e histórias Transformações urbanas: Porto Alegre de Montauray a Loureiro Deus Momo vem aí: histórias da folia de rua na Porto Alegre antiga
Pinacoteca Ruben Berta	Exposição Carlos Pasquetti Exposição Maristany de Tiras	ESPELHO - André Severo	O Tempo das Coisas – módulo 2	Áspera Melodia
Planetário UFRGS	Oficina de Identificação do Céu de Porto Alegre no Outono	Oficina de identificação do Céu de Porto Alegre no Outono Programa curto – O Caminho das Estrelas	Sessões ao vivo na cúpula mostrando o céu	Sessões ao vivo na cúpula mostrando o céu de Porto Alegre
Ghoete-Institut		Ponto de Partida - Anico Herskovits	Pixo/Grafite: Realidades Paralelas	Nós Reimaginamos o Possível
Museu Julio de Castilhos		Casa de Correção - Dizer o Indizível	130 anos da Lei Áurea O Saci Exposição CEC – Roni Leal	Sala Missioneira Sala Indígena Jardim dos Canhões
Museu Joaquim Francisco do Livramento – Centro Histórico-Cultural Santa Casa			Fragmentos de uma história de todos nós Área Cinza Arte Negra Parede Branca	Little White Chapel Memórias emprestadas

Museu da Comunicação Hipólito José da Costa			Não houve exposições em cartaz nesse local	Imprensa Feminina: as pioneiras
Museu da Brigada Militar				Brigada Militar – O trabalho perfeito é servir
Centro Cultural CEEE Erico Verissimo				As Canibais

Fonte: Elaboração própria com base em ROMPECABEZAS (2016; 2017; 2018; 2019)

**APÊNDICE D – LISTA DE EMPRESAS INCENTIVADORAS/FINANCIADORAS
DAS EDIÇÕES DO EVENTO NOITE DOS MUSEUS**

Incentivador	Total doado	Ano
GLOBAL VILLAGE TELECOM S.A.	R\$ 296.736,78	2016
TELEFONICA DATA S/A	R\$ 100.000,00	2017
VENTOS DO SUL ENERGIA S/A	R\$ 80.000,00	2017
BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S/A	R\$ 80.000,00	2017
BANCO A.J. RENNER S.A	R\$ 20.000,00	2017
FRIGORIFICO GASSEN LTDA - EPP	R\$ 17.000,00	2017
COMPANHIA DE SEGUROS PREVIDENCIA DO SUL	R\$ 214.268,51	2018
BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S/A	R\$ 80.000,00	2018
VENTOS DO SUL ENERGIA S/A	R\$ 77.000,00	2018
COMPANHIA DE GAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	R\$ 60.000,00	2018
AGREDIT DO BRASIL LTDA	R\$ 50.000,00	2018
BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S/A	R\$ 80.000,00	2019
COMPANHIA DE GAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	R\$ 80.000,00	2019
BANCO DE LAGE LANDEN BRASIL S.A	R\$ 50.000,00	2019
SHERWIN WILLIANS DO BRASIL IND. COM. LTDA.	R\$ 200.000,00	2020
TERMINAL QUIMICO DE ARATU S/A TEQUIMAR	R\$ 150.000,00	2020
COMPANHIA DE GAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	R\$ 110.000,00	2020
SANTANDER CORRETORA DE SEGUROS	R\$ 50.000,00	2020

Fonte: Elaboração própria com base em SALICNET (2019) e PRÓ-CULTURA (2016^a).