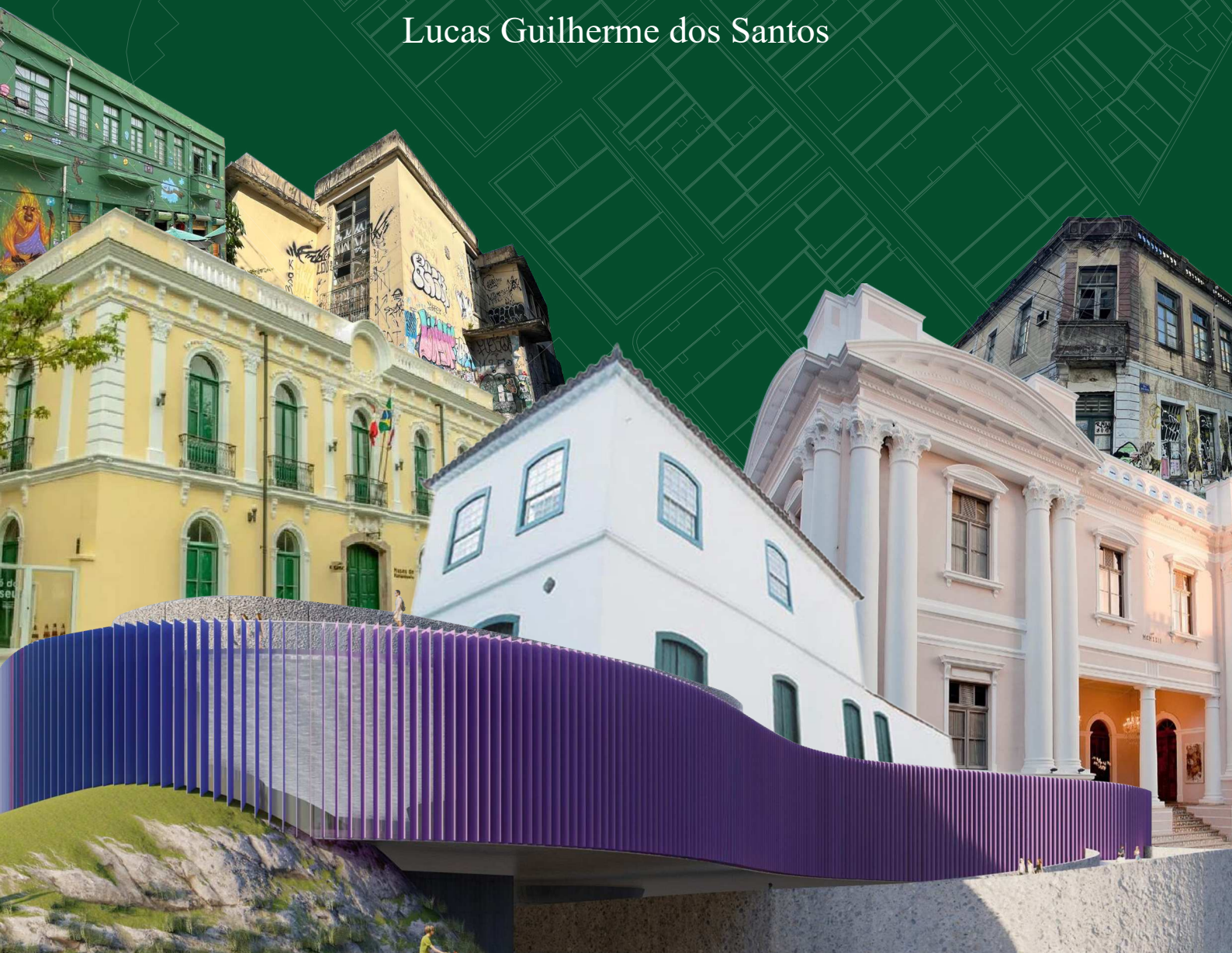


Florianópolis | SC

# Cultura e competitividade urbana: os equipamentos culturais como isca para a “revitalização” do Centro Leste de Florianópolis

Lucas Guilherme dos Santos





UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO TECNOLÓGICO  
DEPARTAMENTO DE ARQUITETURA E  
URBANISMO

**Cultura e competitividade urbana: os equipamentos culturais  
como isca para a “revitalização” do Centro Leste de  
Florianópolis**

Trabalho de Conclusão de Curso

Discente: Lucas Guilherme dos Santos  
Orientador: Prof. Dr. Raphael Grazziano

Florianópolis, dezembro de 2024

*Dedico este trabalho a todos aqueles que, assim como eu, acreditam que as cidades vão além dos edifícios, das ruas, das praças. Elas são feitas de pessoas que moram, ocupam e sobrevivem. Que, um dia, nós não precisemos mais nos preocupar com as lutas que causam “vitoriosos e derrotados”, como bem traz Villaça (1998, p.147), mas que todos tenham uma moradia digna e possam viver a cidade, a arte, a cultura, a vida.*

## Resumo

Nos últimos anos, Florianópolis tem se destacado em rankings e manchetes como uma das capitais mais atrativas para o turismo, mais competitivas economicamente e com maiores índices de desenvolvimento Humano. Esse reconhecimento crescente é resultado do uso estratégico das ferramentas de *city marketing*, visando à criação de um imaginário da cidade para captação de investimentos externos, turistas e novos moradores. Dentre essas ferramentas, estão os grandes equipamentos culturais, como museus, teatros, salas de concertos, centros de convenções etc. O presente trabalho analisa como o *city marketing* tem sido utilizado pelo poder público de Florianópolis para criar imagens e mitos sobre a cidade, com foco na utilização de equipamentos culturais como iscas para projetos que visam “revitalizar” a porção leste do centro fundacional da cidade e transformá-la em uma incubadora de economia criativa. A pesquisa examina as estratégias de *city marketing* e seus impactos na percepção da cidade e nas dinâmicas sociais e econômicas locais. Analisa ferramentas de promoção urbana e exemplos bem-sucedidos na reestruturação de imagens nacionais e internacionais, além de discutir conceitos como ideologia e pensamento único com base em autores como Chauí e Otília Arantes. Com um levantamento histórico, aborda a deterioração do centro fundacional de Florianópolis, destacando ações públicas e privadas nas porções leste e oeste. Por fim, investiga equipamentos culturais no Centro Leste, como os museus Victor Meirelles, da Escola Catarinense e de Florianópolis, bem como a proposta do Museu de Arte Digital e Inovação, evidenciando suas relações com as dinâmicas locais e a articulação com a prefeitura. Por fim, entendeu-se que existe uma dinâmica cultural forte e integrada no Centro Leste, mas sem apoio do poder público municipal, que busca ancorar, através da instalação do MADI, uma “revitalização” do centro fundacional.

**Palavras-chave:** Centro Leste. Marketing urbano. Economia Criativa. Equipamentos Culturais. Revitalização Urbana.

## Agradecimentos

Não poderia começar meus agradecimentos sem ser pelos meus pais, Elaine e Aguinaldo, até porque são o motivo pelo qual cheguei onde cheguei e sem os quais nada disso seria possível. Obrigado por entenderem que a educação muda vidas e que é através dela que tomamos consciência de nós mesmos.

A todos os amigos que a Ilha da Magia me trouxe, em especial Amanda, Ana, Bruna, Carol, Julia, Nadine, Natália, Paulo e Rodrigo, o que seria da minha vida nessa cidade e na graduação sem vocês? Já disse mais de uma vez que vocês se tornaram parte da minha família, mas não canso de repetir. Obrigado por todos os momentos juntos, desde calouros, passando pela pandemia, até o final de toda essa trajetória. Que o caminho de vocês seja tão especial quanto vocês foram para mim.

Aos meus amigos de longa data de São Bento do Sul, Ana, Bruna, Lucas e Thaís, que, apesar da distância, nada do que sinto por vocês mudou. Obrigado por estarem comigo em todos os momentos e me incentivarem a buscar o mundo.

Aos meus professores, em especial à Marina, Eduardo e Raphael, que também é meu orientador, por terem me ajudado a ver a arquitetura além dos prédios e das cidades, mas a ver quem as vive.

Aos amigos que o PET me trouxe, obrigado por terem transformado os semestres finais dessa experiência em algo tão especial, cheio de felicidade e companheirismo.

Às entrevistadas para este trabalho, Rita, Cristina e Maria, pela disponibilidade e pelo trabalho que fazem pela cultura da nossa cidade.

Ao Lucas (não eu!), que esteve comigo nesse último ano e que me incentivou mais do que eu mesmo. Obrigado por todo apoio e suporte nos momentos em que nem eu me achei capaz (e ao Dex, meu cãopanheiro, que entendia todos os momentos em que eu precisava apenas de uma companhia em silêncio em meio ao turbilhão da minha mente).

E, por fim, a mim. Você conseguiu. Apesar de todos os pesares. Que este trabalho te mostre que você é muito mais capaz do que acredita.

## **Lista de abreviaturas**

**ACATE** Associação Catarinense de Tecnologia

**ACI** Área Comunitária Institucional

**AMC** Área Mista Central

**BID** Banco Interamericano de Desenvolvimento

**BRDE** Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul

**CDL** Câmara dos Dirigentes Lojistas

**CCMSC** Centro Cultural da Marinha em Santa Catarina

**FCFFC** Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes

**FCC** Fundação Catarinense de Cultura

**IBRAM** Instituto Brasileiro de Museus

**IPHAN** Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

**MADI** Museu de Arte

**MESC** Museu da Escola Catarinense

**MON** Museu Oscar Niemeyer

**PAC** Programa de Aceleração do Crescimento

**PGV** Planta Genérica de Valores

**PL** Projeto de Lei

**PSD** Partido Social Democrático

**REM** Rede Educadora de Museus

**SEBRAE** Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**SESC** Serviço Social do Comércio

**TICEN** Terminal de Integração do Centro

**UDESC** Universidade do Estado de Santa Catarina

**UFSC** Universidade Federal de Santa Catarina

## Lista de figuras

Figura 1: Recorte delimitado para esse trabalho e os principais equipamentos em seu entorno.....	11
Figura 2: Fluxograma da metodologia segundo objetivos específicos.....	12
Figura 3: Esquema da localização dos órgãos funcionais do Plano Diretor de Florianópolis de 1955 .....	26
Figura 4: Terminal Urbano Cidade de Florianópolis antes da transferência de linhas para o TICEN. ....	28
Figura 5: Faixa de valores da Planta Genérica de Valores por metro quadrado no recorte de estudo.....	29
Figura 6: Projetos do Centro Sapiens. ....	36
Figura 7: SquareLab .....	37
Figura 8: Projeto Distrito 48.....	39
Figura 9: Equipamentos culturais do Centro Leste. ....	41
Figura 10: Fachada da Casa Natal de Victor Meirelles, atual Museu Victor Meirelles..	54
Figura 11: Fachada da Casa Natal de Victor Meirelles e edifício anexado durante as obras de 2016.....	55
Figura 12: Fachada atual do Museu da Escola Catarinense. ....	56
Figura 13: Largo Victor Meirelles com museu ao fundo.....	58
Figura 14: Edifício ocioso dos Correios no Largo Victor Meirelles. ....	58
Figura 15: Imagem de divulgação do MADI. ....	60
Figura 16: Estacionamento MultiPark no local previsto para a instalação do MADI....	61
Figura 17: Última postagem realizada pelo perfil do MADI no Instagram. ....	63
Figura 18: Estado atual do edifício localizado na Rua Saldanha Marinho, 156.....	64
Figura 19: atual situação do edifício localizado na Travessa Ratcliff, nº 56. ....	65
Figura 20: Situação do edifício do Bugio Bar antes de sua instalação.....	66
Figura 21: Estado atual do edifício onde está instalado o Bigio Bar. ....	67

## Sumário

Introdução	8
<b>1</b> Equipamentos culturais e <i>city marketing</i> : a “revitalização” do Centro Leste e o Museu de Arte Digital e Inovação como isca cultural	12
1.1 O planejamento estratégico e o marketing das cidades	13
1.2 O “abandono” dos centros	16
1.3 As imagens-síntese e o senso comum	17
1.4 As cidades-modelo: os casos de Barcelona e Curitiba	19
1.4.1 O caso de Barcelona	19
1.4.2 O caso de Curitiba	21
1.5 O Papel Da Cultura No <i>City marketing</i> : As Iscas Culturais e a Revitalização Urbana	22
<b>2</b> Histórico da formação de Florianópolis e os conflitos do Centro Leste: propostas e disputas	25
2.1 Centro-oeste: a menina dos olhos	25
2.2 O “abandono” do Centro Leste	28
2.3 Quando a criativa encontra a cultura: o uso de equipamentos culturais na economia criativa	31
<b>3</b> Equipamentos culturais e <i>city marketing</i> : a “revitalização” do Centro Leste e o Museu de Arte Digital e Inovação como isca cultural	34
3.1 Os projetos de “revitalização” do Centro Leste	34
3.1.1 Centro Sapiens – Distrito Criativo	35
3.1.2 Feira Permanente Viva à Cidade	38
3.1.3 Distrito 48	39
3.2 Os equipamentos culturais do Centro Leste	40
3.3 Por dentro dos museus	52
3.3.1 Museu de Florianópolis	52
3.3.2 Museu Victor Meirelles	53
3.3.3 Museu da Escola Catarinense	53
3.4 Entrevistas	56
3.5 MADI: O novo cartão-postal de Florianópolis	59
3.6 A cultura fora da estética	63
Considerações Finais	70
Referências Bibliográficas	71

## Introdução

O conjunto de estratégias voltadas à construção, promoção e valorização da imagem das cidades é denominado *city marketing*. Esse conceito surge em um contexto de crescente competitividade entre as cidades, com o objetivo de destacá-las na atração de investimentos externos dentro do planejamento estratégico (Sánchez, 1997). Sendo assim, a pesquisa utilizou os trabalhos de Harvey (1986) e Vainer (2009) a fim de entender o surgimento do planejamento estratégico e como ele se desenvolveu tanto no contexto internacional quanto no nacional, além de explorar os mecanismos empregados em ambos os cenários.

Uma das estratégias mais eficazes vinculadas ao *city marketing*, frequentemente adotada pelo poder público para a construção e fortalecimento de um imaginário urbano, é o uso de grandes projetos de infraestrutura, que podem ser culturais, esportivos ou de grande porte, como aeroportos.

No caso de Florianópolis, que integra a Rede de Cidades Criativas da UNESCO como Cidade Criativa em Gastronomia desde 2014, o município tem se destacado em rankings internacionais como o Connected Smart Cities (Umpierres, 2023), TOP 25 Open Cities (ACATE, 2023) e o Ranking de Competitividade dos Municípios (Exame, 2024). Esses reconhecimentos ajudam a construir a imagem de uma cidade inovadora e empreendedora, ampliando sua vocação além do turismo. Conforme argumenta Sánchez (1993), a imagem projetada pelas cidades não apenas visa atrair novos públicos, mas também apresenta uma visão idealizada da cidade para seus próprios habitantes, favorecendo os interesses privados. Dessa forma, rankings e veículos de comunicação funcionam como instrumentos de legitimação de intervenções urbanísticas, alinhando a imagem da cidade aos interesses do poder público e das associações privadas, com foco na atração de investimentos externos (Sánchez, [ano incompleto]).

Além disso, as intervenções urbanísticas em Florianópolis não podem ser dissociadas das estratégias de comunicação contemporâneas, que buscam reforçar e divulgar as ações do poder público. Com o avanço da tecnologia e dos meios de comunicação, as redes sociais têm se tornado ferramentas cada vez mais utilizadas para a propaganda e promoção das atividades do governo municipal. Um exemplo disso é a atual gestão pública de Florianópolis, sob o comando do prefeito Topázio Neto, que utiliza vídeos disponibilizados nas redes sociais TikTok e Instagram para promover suas ações.

Observa-se também uma mudança no discurso sobre a imagem de Florianópolis, que, além de ser uma cidade turística de veraneio, passou a ser vista como um polo tecnológico, ligado à chamada economia criativa, consolidando a imagem-síntese de "Ilha do Silício" nos vídeos promovidos pelo prefeito.

As estratégias de comunicação contemporâneas, como o uso das redes sociais pelo poder público, não apenas divulgam as ações governamentais, mas também operam na construção de uma narrativa ideológica sobre a cidade. Esse movimento de promoção de uma imagem de Florianópolis, que combina turismo e inovação tecnológica, dialoga diretamente com teorias da ideologia, como as de Chauí (2008) e Villaça (2001), fundamentadas em *A Ideologia Alemã*, de Marx.

A imagem da porção leste do centro fundacional de Florianópolis tem sido retratada há anos como deteriorada e abandonada por diversos veículos de comunicação e associações empresariais. Manchetes como “Centro histórico de Florianópolis: sujeira, pichações, lojas fechadas, abandono” (Pereira, 2020), “Comerciantes do Centro Histórico de Florianópolis estão pedindo socorro” (Gadotti, 2021) e “O abandonado centro histórico da Ilha” (Pereira, 2023) são alguns exemplos de como o local vem sendo veiculado pela mídia.

Na última década, diversas intervenções foram propostas e executadas na área, como o projeto do Centro Sapiens, a revitalização das vias do entorno da Praça XV de Novembro e os decretos que regulamentavam o horário de funcionamento de bares e similares no Centro Leste. Entre essas, destaca-se a revitalização das ruas do Centro Leste, cujo objetivo de "melhorar a acessibilidade universal" e "reoxigenar o centro" foi amplamente discutido, com a proposta de tornar as calçadas e as entradas dos comércios mais acessíveis (NSC, 2021). No entanto, essa justificativa foi questionada, principalmente em comparação com o Centro Sapiens, um projeto que visava reestruturar economicamente a área, transformando-a em um hub de startups, com incentivos fiscais, como isenção de Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU). A implementação da Feira Permanente Viva a Cidade, em parceria com a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), também suscitou discussões sobre o papel do Estado nessa transformação.

Nesse contexto, os projetos que visam à “revitalização” e “requalificação” da área têm desencadeado debates que questionam se as intervenções propostas representam, de fato, uma melhoria ou, o que muitos pesquisadores consideram, uma tentativa de gentrificação a partir de uma deterioração programada do centro (Chibiaqui, 2018).

Diante disso, o objetivo deste trabalho é relacionar o uso da cultura e seus equipamentos com as políticas de “revitalização” urbana no Centro Leste.

Para isso, os objetivos específicos são:

- Relacionar o uso da cultura e a competitividade entre cidades no planejamento estratégico;
- Identificar as diferenças da urbanização entre as porções Leste e Oeste da Praça XV de Novembro;
- Examinar o uso da cultura nos projetos de "revitalização" e "requalificação" do Centro Leste nos últimos 10 anos;
- Investigar o papel dos equipamentos culturais no Centro Leste com base em entrevistas com representantes das instituições;
- Analisar a instalação do Museu de Arte Digital e Inovação e sua relação com a “revitalização” do Centro Leste.

A delimitação do recorte do Centro Leste utilizado neste trabalho é baseada nos primeiros assentamentos urbanos de Florianópolis. Localizada na porção leste da Praça XV de Novembro, a área "Centro Leste" é delimitada ao sul pela Avenida Paulo Fontes, ao norte e a leste pela Avenida Hercílio Luz e a oeste pela própria praça. Dentro dessa delimitação, encontram-se as ruas Saldanha Marinho, Nunes Machado, General Bittencourt e a Travessa Ratcliff, que são paralelas à Rua Praça XV de Novembro, assim como as vias Victor Meirelles, Tiradentes, Calçadão João Pinto e Antônio (Nico) Luz, que são perpendiculares à via da praça. Esse recorte abrange importantes equipamentos culturais e governamentais, como os museus da Escola Catarinense, o Museu de Florianópolis (antiga Casa de Câmara e Cadeia), o Museu Victor Meirelles, a Casa José Boiteux, a Casa da Literatura, além do Ministério da Fazenda e da Secretaria Municipal de Educação.

Considerando a evolução do trabalho e entendendo a importância que o Terminal Cidade teve para a mudança da dinâmica urbana da porção leste e a transferência de equipamentos públicos da porção leste para a praça cívica Tancredo Neves, além da proposta recente de um novo museu para o Aterro da Baía Sul, a área de abrangência deste trabalho foi expandida para integrar mais discussões a respeito do *city marketing* no local, e pode ser visualizada na Figura 1.

Essa pesquisa se restringirá aos grandes equipamentos de cultura da porção leste do centro fundacional de Florianópolis, visto que os recentes projetos vinculados à

economia criativa utilizam a cultura como um dos seus pontos de desenvolvimento, além de um grande projeto para um novo museu dentro do recorte explicitado.

Figura 1: Recorte delimitado para esse trabalho e os principais equipamentos em seu entorno.



Fonte: elaborado pelo autor, 2024.

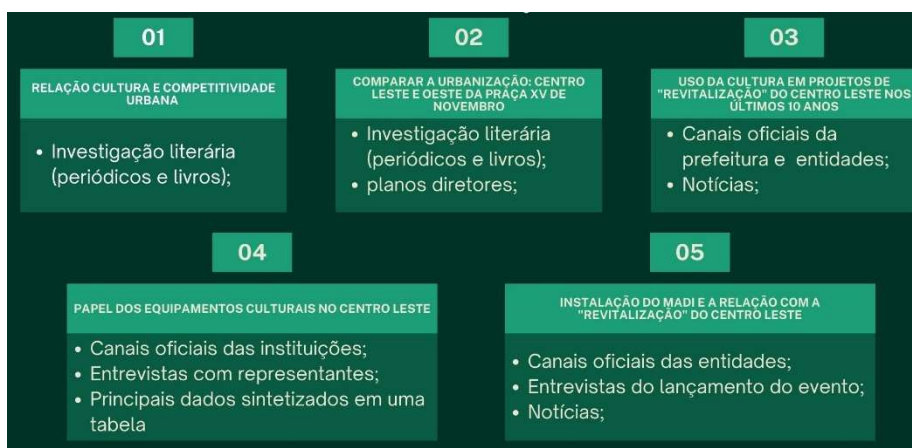
Foi realizada uma revisão bibliográfica extensa acerca do *city marketing* e do histórico de desenvolvimento urbano da cidade de Florianópolis. Dentro desta revisão, foram buscados (1) os planos diretores da cidade e as relações que estabeleceram entre o poder público e a iniciativa privada, (2) pesquisas acerca do *city marketing* e (3) pesquisas que buscam entender a relação entre o abandono dos centros fundacionais e propostas de transformação pelo poder público.

Para entender a relação dos equipamentos culturais presentes no Centro Leste com as políticas culturais e urbanas do local, bem como a articulação entre elas e a Prefeitura Municipal de Florianópolis, foram realizadas entrevistas com três responsáveis por algumas dessas instituições. Foram entrevistadas a museóloga do Museu de Florianópolis, Cristina Maria Dalla Nora, a diretora substituta do Museu Victor Meirelles, Rita Matos Coitinho, e a Prof<sup>a</sup> Dra. Maria Cristina da Rosa Fonseca da Silva, coordenadora do Museu da Escola Catarinense. As entrevistas foram realizadas de maneira presencial, na sede dos museus em questão, e gravadas com consentimento de ambas as partes.

Dentre as fontes primárias avaliadas, constam os documentos disponibilizados pela Prefeitura Municipal de Florianópolis e por associações empresariais como Sapiens Parque, Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE), FloripAmanhã e Floripa Sustentável.

Para compreender os modos como a mídia veicula aspectos econômicos e de imagem do Centro Leste, outras fontes foram consultadas, focando especialmente nas manchetes de portais catarinenses como ND+ e NSC Total.

Figura 2: Fluxograma da metodologia segundo objetivos específicos.



Fonte: do autor, 2024.

O trabalho está organizado em três capítulos. O primeiro discute os fenômenos de *city marketing* e *city branding*, e de que maneira eles evoluíram de conceitos do mundo corporativo para a aplicação nas cidades, principalmente a partir da década de 1970, no contexto de uma crescente competitividade entre as cidades e a implantação do planejamento estratégico. Para entender esse processo, serão abordados os casos de Barcelona nas Olimpíadas de 1992 e de Curitiba durante as gestões de Jaime Lerner. Os dois exemplos servirão de base para entender como o *city marketing* é uma construção ideológica que privilegia as elites.

No segundo capítulo, será abordado o histórico de ocupação e urbanização do centro fundacional de Florianópolis, com foco em como se deram as diferenças entre a porção leste e oeste da Praça XV, a fim de compreender os motivos que levaram a porção leste à atual imagem de degradação e abandono. Em seguida, serão levantadas as últimas propostas para essa área, com a implementação de um novo viés focado na economia criativa.

Por fim, o terceiro capítulo elabora como os equipamentos culturais são usados para a construção de um imaginário para as cidades, que, no caso de Florianópolis, a transformaria em uma capital da economia criativa. Isso será realizado sobretudo pela análise do projeto do Museu de Arte Digital e Inovação (MADI) em Florianópolis.

## **Capítulo 01: Competição entre Cidades: A Inserção da Cultura no Planejamento Estratégico e nos projetos de “revitalização” dos centros urbanos**

“Ilha do Silício”, “Ilha da Magia”, “Capital da Inovação”, “Capital Nacional das Startups”: muitos são os enunciados que, utilizados estrategicamente pelo poder público como imagens-síntese da cidade, têm a função de elevar a imagem de Florianópolis. Apesar do impacto evidente que essas narrativas exercem no imaginário coletivo, elas também levantam questionamentos importantes: essas sínteses de fato refletem a realidade da capital ou são estratégias para construir uma imagem idealizada da cidade, mascarando os desafios enfrentados pela população local?

Em um contexto em que as cidades travam cada vez mais frequentemente uma competição por investimentos e uma posição nos cenários nacionais e internacionais, as imagens-síntese das cidades tornam-se, para elas, essenciais. De slogans e logotipos marcantes a projetos arquitetônicos monumentais e emblemáticos, são muitas as ferramentas utilizadas nesse esforço de marketing das cidades. Nesse processo, veículos de comunicação, como jornais, revistas, televisão e, mais recentemente, mídias sociais como TikTok, Instagram e X (antigo Twitter), desempenham um papel de ferramentas para disseminar as ideologias das classes de alta renda, frequentemente respaldadas por veículos públicos.

Para compreender melhor essas estratégias, este trabalho adota o conceito de *city marketing*, em razão do levantamento realizado por Braun (2008), em que o autor nota a predominância das expressões “place marketing” e “city marketing”. Entretanto, Braun pontua que “place marketing” diz respeito às dinâmicas não apenas urbanas, mas também de vários tipos de lugares, como países, estados e áreas rurais. Já a expressão “city marketing” é voltada apenas para as estratégias nas dinâmicas urbanas, sendo mais adequada para este estudo sobre Florianópolis.

### **1.1 O planejamento estratégico e o marketing das cidades**

A partir da década de 1970, houve uma mudança na forma como os governos locais gerenciavam suas cidades, passando do gerenciamento urbano, em que os repasses de recursos ainda eram do Governo Federal, para um novo empresariamento, em que

estratégias de economia liberal passam a ser aplicadas às cidades, como as parcerias público-privadas, a partir da grande recessão econômica mundial dos anos de 1973, que fez com que muitas cidades perdessem suas bases econômicas (Harvey, 1986).

Endossando as constatações de Harvey acerca da modificação do caráter econômico das cidades, Paddison (1993) avalia que a busca por investimentos externos se tornou o elemento mais importante para o desenvolvimento de cidades no novo contexto pós-recessão. Sendo assim, os governos locais passaram a administrar as cidades e a aplicar ações de uma maneira que antes era reservada à administração de empresas, como “a assunção/tomada de riscos, a inventividade, a promoção e a motivação pelo lucro”, nas chamadas “cidades empreendedoras” (Kavaratzis, 2004, p.59). Também sobre isso, Vainer (2009) demonstra algo similar sobre o modelo de planejamento estratégico, bastante observado nas cidades brasileiras, no qual é possível identificar uma forte similaridade entre as dinâmicas urbanas e as dinâmicas corporativas (Vainer, 2009).

A partir desse contexto, Kavaratzis (2004) destaca o aparecimento da competitividade entre as cidades, visto as novas características empreendedoras que elas tomam. Ainda nessa perspectiva, o marketing passa a se fazer presente no contexto das cidades, principalmente europeias, na década de 1980, quando o *city marketing* toma forma. O *city marketing* é uma estratégia de promoção e valorização das cidades, que emerge em um cenário de crescente competitividade entre elas, com o objetivo de destacá-las na busca por investimentos externos (Sanchez, 1994). Nesse contexto, gestores públicos frequentemente modificam a percepção de suas cidades, criando um imaginário positivo que visa atrair turistas, capital externo e novos moradores (Braun, 2008).

Dentre os críticos, Paddison (1993) pontua que o *city marketing* nada mais seria do que uma nova terminologia para estratégias e políticas urbanas já implementadas nas cidades anteriormente. Entretanto, o autor avalia que algumas diferenças podem ser observadas quando se articula o conceito de empreendedorismo urbano, visto que o *city marketing* passa a ser uma técnica de reconstrução e reformulação da imagem da cidade, em complemento a estratégias que refletem e endossam essa imagem (Paddison, 1993). Sánchez (1996) chega a uma conclusão parecida quando analisa o caso de Curitiba, que será melhor detalhado adiante, avaliando a construção de três novos equipamentos que foram instalados para corroborar o discurso da nova identidade da capital paranaense. Nesse caso, a Rua 24 Horas, a Ópera de Arame e o Jardim Botânico viraram elementos físicos para a comprovação “e canalização de esforços de renovação urbana mediante

aplicação de investimentos no lazer, na cultura e na celebração de eventos” (Sanchez, 1996, p. 63).

Como consequência dos movimentos que envolvem o *city marketing* e seus desdobramentos, surge o city branding, que consiste na adaptação das estratégias de construção de imagem e marca, comumente usadas por empresas para seus produtos, ao contexto das cidades (Ashworth e Kavaratzis, 2005). De acordo com os defensores da utilização das estratégias de branding para as cidades, a aplicação se justifica pelo fato de que as pessoas “entendem as cidades da mesma forma que entendem as marcas” (Ashworth; Kavaratzis, 2007, p.521). Nesse sentido, as cidades são vivenciadas por meio de percepções e imagens criadas, de maneira análoga ao que acontece com as marcas de produtos (Ashworth; Kavaratzis, 2007). O city branding estaria relacionado ao nome vinculado à cidade, enquanto as estratégias para se alcançar essa imagem seriam compiladas dentro do *city marketing* (Braun, 2008).

Muitos pesquisadores voltados ao estudo de city branding defendem sua aplicação, buscando relacionar conceitos de branding de empresas para o contexto das cidades. Exemplos disso são os trabalhos de Ashworth, Kavaratzis e Braun, que exploram soluções que justificam e ajustam as estratégias empresariais de branding à promoção e gestão de cidades. Apesar disso, esses trabalhos também pontuam possíveis motivações pelas quais, muitas vezes, o poder público equivoca-se na aplicação dos conceitos de city branding, transformando-o em algo sem fundamento e pouco viável. Ashworth e Kavaratzis (2009) pontuam que, incentivadas pela competitividade e com receio de serem deixadas para trás na corrida por investimentos externos, muitas cidades acabam aceitando que a única estratégia para não ficar para trás é a aplicação do city branding. Entretanto, os autores pontuam que, em diversos casos, as cidades adotam apenas parte do sistema de branding, como mera promoção delas mesmas, fazendo com que as estratégias se limitem a slogans ou elementos visuais (Ashworth; Kavaratzis, 2009).

Além disso, Ashworth e Kavaratzis (2007) fazem uma revisão de casos de branding em cidades para traçar as diferenças entre a imagem que o governo local quer passar, suas publicações e a realidade vivida por quem mora e trabalha na cidade. É nesse ponto que, segundo eles, se pode compreender a aplicação inadequada do branding nas cidades, em razão da discrepância entre a imagem veiculada e a vivência cotidiana (Ashworth; Kavaratzis, 2007).

Kavaratzis e Ashworth (2005) apontam que existem três técnicas principais que são utilizadas pelos planejadores urbanos para construir marcas para as cidades e que

estão atreladas às estratégias do dito *city marketing*. A primeira consiste em ações que visam criar uma personalidade para a cidade. A segunda são ações que visam a construção de ícones arquitetônicos, geralmente com grandes proporções e arquitetura emblemática. Por fim, a terceira são as ações utilizadas para promover ou atrair eventos na cidade. Ainda segundo os autores, essas técnicas não são utilizadas apenas para atrair investimentos e reconhecimento, mas também para criar associações com o local, que são benéficas para o desenvolvimento econômico e social do local (Kavaratzis; Ashworth, 2005).

Apesar de as três técnicas andarem muito próximas – um edifício emblemático pode servir para atrair e promover eventos, da mesma forma que criar uma marca de personalidade – esse trabalho irá se debruçar sobre os equipamentos culturais que, como será visto, são muitas vezes anexados a uma arquitetura emblemática e marcante, sem se articularem com os outros equipamentos culturais pré-existent.

Autores como Arantes (2000) e Kara-José (2007) fizeram trabalhos e traçaram constatações sobre a utilização dos equipamentos culturais como respaldo para a “revitalização” dos centros urbanos a partir do planejamento estratégico. Entretanto, antes de entender como esse processo aconteceu, é preciso entender como se deu a “deterioração” dos centros e a criação do senso comum de degradação desses espaços para se chegar aos projetos de “revitalização” (que, a partir desse momento, serão tratados entre aspas).

## **1.2 O “abandono” dos centros**

Villaça (2001), em seu trabalho “Espaço intra-urbano no Brasil”, trará percepções sobre o processo de “deterioração dos centros urbanos” de diversas cidades brasileiras, buscando explicar os motivos que levam as imagens desses locais a serem consideradas “degradados” e “abandonados”.

Os centros urbanos tradicionais frequentemente passam por processos de abandono pelas elites e pelo poder público, à medida que o interesse das camadas de alta renda se desloca para outras áreas mais atrativas das cidades, resultando em degradação. Esse movimento é evidente na quantidade de edifícios públicos ociosos presentes em várias áreas centrais, frequentemente em estado de abandono e alvo de disputas por recuperação. A manutenção de um grande número de propriedades abandonadas nessas regiões contribui para a percepção de deterioração dos centros. Tal fenômeno, muitas

vezes, é apresentado como um processo "natural", preparando o terreno para intervenções de “revitalização” e reformas quando a área volta a ser de interesse econômico para as elites (Villaça, 2001). Com base em outros aspectos discutidos por Villaça, é possível identificar três fases pelas quais passa a “deterioração do centro”: primeiro, o deslocamento da elite; em seguida, o desinteresse e abandono pela iniciativa privada e pelo Estado; e, por fim, o reinteresse e reinvestimento das camadas de alta renda.

Com o deslocamento das classes de alta e média renda para outras porções da cidade, que se distanciam dos centros fundacionais, ocasiona-se também o deslocamento dos investimentos públicos e privados para este lado, criando uma divisão entre dois centros: o "centro-novo" e o "centro-velho" (Villaça, 2001). Enquanto o "centro-novo é dotado de equipamentos e comércios voltados para as elites, é arborizado, com vias largas que priorizam os veículos, o "centro-velho" se deteriora, fica desocupado, e se torna um espaço reservado para as classes mais baixas e os "renegados".

A partir do momento que se firmam as duas novas concepções de centros, o “centro-velho” passa a ser deixado de lado pelos investimentos públicos e privados, tornando-o propenso à insegurança, abandono e uma deterioração aos olhos de todos. Sendo assim, a população de mais baixa renda passa a ocupar locais com preços de aluguel mais baixos, com bens e serviços mais acessíveis. Entretanto, a área continua sendo privilegiada por estar próxima de equipamentos urbanos que eram voltados para as camadas de alta renda que antes ali residiam. A partir do momento que as camadas de baixa renda ocupam esses locais e estabelecem seu uso, inicia-se a terceira etapa apontada por Villaça (2001), o reinteresse e reinvestimento das camadas de alta renda.

Nesse novo ciclo de requalificação e reativação, as elites justificam o abandono do centro como um processo natural e que precisa ser resolvido, argumentando que a área deve ser modificada e adaptada a novas economias para se desenvolver e, com isso, toda a cidade ganhará. Esse também é o caso do Centro Leste de Florianópolis. Nos últimos anos, diversos projetos de requalificação e reestruturação surgiram, especialmente após Florianópolis ter se destacado nos rankings de cidades e economias criativas, transformando a área deteriorada do centro no cenário ideal para a instalação de empreendimentos e investimentos públicos e privados que promovem essa nova economia e o papel que a cidade assumiu. No entanto, esses projetos, que visam requalificar e atrair investimentos, frequentemente mascaram um processo de gentrificação, afetando áreas majoritariamente ocupadas por populações de baixa renda e escolaridade.

### 1.3 As imagens-síntese e o senso comum

As estratégias de *city marketing* empregadas pelo poder público, em colaboração com a iniciativa privada, fundamentam-se na criação de “imagens-síntese” que simplificam e selecionam aspectos específicos do espaço urbano. Essas imagens, conforme descritas por Sánchez (2001), não apenas omitem problemáticas urbanas, mas também promovem narrativas consensuais que favorecem interesses econômicos e políticos. A deterioração dos centros urbanos, muitas vezes apresentada como “natural”, é um exemplo dessa construção simbólica. Por meio dessas sínteses discursivas, valores e crenças são conformados para sustentar discursos que articulam atividades econômicas, atraindo investimentos e fortalecendo fluxos turísticos. Nesse contexto, a comunicação de massa e os meios tecnológicos desempenham um papel ao disseminar e consolidar essas narrativas no imaginário coletivo, reforçando a coesão social em torno de um modelo idealizado de cidade.

Essa articulação entre mídia, poder público e iniciativa privada revela um controle crescente sobre as preocupações urbanas e, conseqüentemente, sobre os processos de planejamento e organização social. A gestão dos fluxos de informação torna-se um elemento estruturante para a reprodução do poder, utilizando as cidades-modelos como referência simbólica que domina o discurso sobre o espaço urbano. Entretanto, a construção dessas imagens está longe de ser neutra, configurando-se como um campo de disputa onde interesses políticos se sobrepõem à realidade cotidiana dos moradores. Os veículos de comunicação tomaram uma frente muito importante nesse contexto, através da publicidade, das manchetes e slogans que sintetizam a cidade.

Para entender uma das problemáticas da utilização das ferramentas de *city marketing* na criação de imagens incontestáveis, é preciso entender a definição de ideologia (Chauí, 2008) e que também está veiculando a ideologia de abandono dos centros: a de senso comum. Para a construção de um apoio ao imaginário proposto para as cidades, e para que as ações e modificações propostas pelos planejadores urbanos se concretizem, é preciso haver um consenso entre a população, que auxilie no não questionamento ou na manutenção de sentidos acríticos ao que está sendo efetivado na cidade.

O *city marketing* auxilia na construção ideológica que favorece ações para as elites, em detrimento da vida cotidiana da população. Além disso, a criação do mito das cidades ocasiona uma forma de alienação naqueles que não são contemplados por elas,

que, por verem a cidade “dando certo” e pelas camadas dominantes criarem um discurso tido como senso comum, ficam acríticos a tudo que está acontecendo e não se questionam os motivos pelos quais os grandes projetos não são acessíveis para eles. As formas como as classes dominantes utilizam e agem junto dos meios de comunicação fazem parte de um processo que está diretamente ligado ao conceito de ideologia utilizado por elas: o *city marketing*. Este processo, suas diferentes formas e suas aplicações serão detalhados a seguir.

#### **1.4 As cidades-modelo: os casos de Barcelona e Curitiba**

Considerando o planejamento estratégico e as cidades-mercadoria, este estudo analisa as estratégias de *city marketing* empregadas pelos agentes públicos em dois casos emblemáticos, reconhecidos nacional e internacionalmente: Barcelona e Curitiba. De acordo com Sánchez (2001), essas cidades ilustram a realidade das “cidades-modelo”, permitindo uma compreensão aprofundada das problemáticas associadas a essas práticas urbanísticas.

Segundo Sánchez (2001), as “cidades-modelo” são imagens de marca construídas por governos locais em colaboração com atores hegemônicos, agências multilaterais e redes globais, que promovem narrativas dominantes por meio de estratégias discursivas e instrumentos de legitimação em diferentes escalas. Apesar de parecerem resultados espontâneos de “boas práticas” locais, essas imagens refletem processos políticos globais, onde a transformação de certas cidades em modelos é moldada por interações externas, consolidando-se como referências de gestão urbana, ambiental ou urbanística.

No caso da cidade espanhola de Barcelona, será analisado o impacto da seleção para sediar as Olimpíadas de 1992, que resultou em uma profunda reestruturação da imagem da cidade. Serão discutidos os desdobramentos dessa transformação tanto para Barcelona quanto para a relação de outras cidades ao redor do mundo com os Jogos Olímpicos e outros grandes eventos. Para o caso de Curitiba, o foco recairá principalmente sobre as gestões do arquiteto e urbanista Jaime Lerner à frente da prefeitura municipal, destacando os esforços realizados em sua gestão para transformar Curitiba na “cidade que deu certo” e elevá-la ao mesmo patamar que grandes cidades de primeiro mundo.

### *1.4.1 O caso de Barcelona*

Barcelona é considerada um dos mais bem-sucedidos e efetivos casos de “reimaginação” (rebranding) de sua imagem enquanto cidade para o exterior, recebendo o título de “modelo-Barcelona” (Smith, 2005). A confirmação de sua imagem perante o cenário internacional pôde ser comprovada quando, em 1999, a cidade ganhou a Royal Gold Medal, uma premiação dada pelo Instituto Real de Arquitetos Britânicos (RIBA). Barcelona foi a primeira cidade a ganhar, quebrando com a tradição da premiação que, desde 1848, consagra um arquiteto ou um grupo de pessoas perante sua contribuição para a arquitetura internacional (Balibrea, 2001). O mesmo feito só foi repetido 21 anos depois, quando Dublin conquistou a honra em 2020.

Atualmente, Barcelona figura frequentemente entre as dez cidades europeias mais visitadas, com cerca de 26 milhões de turistas em 2023 (Turismo de Barcelona, 2024). Contudo, esse prestígio internacional nem sempre existiu. No século XX, a imagem de Barcelona foi profundamente influenciada por instabilidades políticas, incluindo a Guerra Civil Espanhola e a ditadura de Franco. Durante esse período, a cidade foi apelidada de “cidade das bombas” e “Barcelona cinza”, refletindo a visão amplamente difundida de uma cidade “mediocre” (Smith, 2005).

A escolha de Barcelona como sede dos Jogos Olímpicos de Verão de 1992 marcou um ponto de inflexão. Desde 1986, quando a cidade foi selecionada, os investimentos para o evento foram planejados como parte de uma estratégia de longo prazo para transformar sua imagem internacional (Van den Berg; Braun, 2017). Contudo, a transformação de Barcelona começou anos antes. Pasqual Maragall, prefeito da cidade desde 1972, liderou esforços massivos de regeneração urbana durante seu mandato (Smith, 2005).

Balibrea (2001) e Smith (2005) identificam diferentes momentos na reconstrução da imagem de Barcelona, conhecidos coletivamente como o “modelo-Barcelona”. Um aspecto comum a todas essas etapas foi a utilização de elementos arquitetônicos e equipamentos públicos para criar uma identidade visual marcante para a cidade.

Smith (2005) divide a regeneração de Barcelona em três fases principais: a cidade modernista, a cidade esportista e a cidade monumental. Durante a fase modernista, houve um enfoque significativo na restauração do patrimônio arquitetônico, particularmente nas obras de Antoni Gaudí, que se tornaram símbolos icônicos da cidade.

Barcelona exemplifica as três técnicas identificadas por Kavaratzis e Ashworth (2005) para o branding urbano. A “marca de personalidade”, também chamada de “aposta de Gaudí”, baseia-se na valorização de sua arquitetura modernista em catálogos turísticos e campanhas publicitárias (Smith, 2005). A “construção emblemática” é observada na monumentalidade das estruturas desenvolvidas, enquanto a “marca de eventos” reflete a contínua associação de Barcelona com o esporte, reforçada pelas Olimpíadas de 1992 e iniciativas subsequentes.

O sucesso do “modelo-Barcelona” foi tão significativo que urbanistas catalães foram convidados a contribuir com projetos em cidades como Buenos Aires, Rio de Janeiro e Florianópolis, ampliando o impacto global desse modelo.

#### **1.4.2 O caso de Curitiba**

Apesar do conceito de *city marketing* ter surgido por conta da competitividade entre as cidades europeias, o cenário também pode ser visto nas cidades brasileiras, em especial nas capitais. Um dos casos mais emblemáticos do Brasil, e que deve ser analisado para entender os conceitos aplicados do *city marketing* nas cidades brasileiras, é o de Curitiba durante as gestões de Jaime Lerner à frente da prefeitura municipal. Jaime Lerner, que também era arquiteto e urbanista, durante os três períodos dos quais foi prefeito da capital paranaense (1971-74; 1979-83 e 1989-93), utilizou seus mandatos para elevar Curitiba no cenário nacional e até mesmo internacional, utilizando imagens-síntese que elevavam as características da cidade e a comparava com as cidades de primeiro mundo (Sánchez, 1994).

Com slogans que enalteciam Curitiba como “cidade verde”, “cidade modelo” e “cidade que deu certo”, Lerner conseguiu situar Curitiba no mesmo mapa que as cidades europeias quando o assunto era qualidade de vida (Sánchez, 1993). Além disso, sempre a comparava com outras grandes metrópoles do Brasil, como São Paulo e Rio de Janeiro, evidenciando que na capital paranaense se encontravam os mesmos equipamentos dos outros grandes centros, porém com uma melhor qualidade de vida, com mais áreas verdes e sem perder tanto tempo no trânsito. Isso se dava/daria frente ao cenário de competitividade entre as cidades por investimento. Com isso, Curitiba elevou-se a um mito de “cidade que deu certo”, mas que, nas entrelinhas, escondia diversas diferenças sociais, de exclusão e segregação, que não eram mostradas e veiculadas na grande mídia e discurso dos representantes.

Curitiba serve de exemplo para entender a problemática por trás da criação do mito das cidades através de imagens-síntese. Geralmente, essas imagens sempre veiculam um estilo de vida e recortes espaciais e sociais que dizem respeito a certa parcela socioeconômica do local, desconsiderando a pluralidade sociocultural por trás dessas marcas (Irazabal, 2013). As gestões públicas, que andam lado a lado com a iniciativa privada, lançam grandiosos projetos para as cidades, com o discurso de modernidade e avanço delas, mas que servem para criar uma cidade-espetáculo, voltada para turistas e uma parcela de alta renda da população. Além disso, os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na criação de um imaginário de que esses projetos eram “necessários” e “precisados” pela população (Irazabal, 2013). Enquanto isso, os reais problemas são mantidos à sombra desses grandes projetos, além de que grande parte da população nem tem acesso a eles.

### **1.5 O Papel Da Cultura No *City marketing*: As Iscas Culturais e a Revitalização Urbana**

A partir da década de 1960, se intensificando na década seguinte, a cultura toma um novo papel na construção da imagem das cidades (Arantes, 2000). Otilia Arantes destrincha o papel que os equipamentos culturais desempenham dentro do “image making” do planejamento estratégico, no que a autora chama de “iscas culturais”. Arantes (2000) e Kara-José (2007) pontuam o papel que os equipamentos culturais passaram a desempenhar no “culturalismo de mercado” (Arantes, 2000), tornando-se iscas nas cidades, com o propósito de criar identidades sobre o lugar. Kara-José (2007), baseada nas constatações de Arantes, ainda complementa que os equipamentos culturais são utilizados como âncoras para justificar e promover a “revitalização” dos locais onde são instalados, a partir de obras arquitetônicas emblemáticas e de forte apelo visual. Muitos desses equipamentos estão localizados em vazios urbanos, para que não sejam ofuscadas e possam ser vistas de diversos ângulos, além de, em diversos casos, serem projetos ou trazerem marcas que envolvem arquitetos renomados e que acabam virando exemplos a serem replicados (Arantes, 2000).

Kara-José destaca em seu trabalho as “âncoras” culturais utilizadas pelas gestões públicas no caso do centro fundacional de São Paulo, que visavam “revitalizar” o local, como a modernização da Pinacoteca do Estado, obra de Paulo Mendes da Rocha, a construção da Sala São Paulo e a restauração da Estação da Luz.

Arantes observa, através de análises do planejamento estratégico, que a cultura virou um subproduto da cidade, uma vez que agora as políticas urbanas são “business-oriented” (2000, p.14). É nesse contexto que a autora ainda menciona que a nova onda de “revitalizações urbanas” que surgem ao redor do globo é “em grande parte desencadeada pelo reencontro glamouroso entre Cultura (urbana ou não) e Capital” (Arantes, 2000, p. 15). A autora ainda destaca que o surgimento da expressão “revitalização urbana” aparece como outra “ferramenta–isca” para justificar parcerias público-privadas dentro da cidade mercadoria, muitas vezes utilizada para mascarar ações de gentrificação. Arantes também pontua que, a partir do momento em que as cidades passam a ser dominadas pelo planejamento estratégico, passa-se de um urbanismo focado no racionalismo e planos diretores para requalificações bastante orientadas pelo cultural. Vasconcellos e Mello (2009) ainda destacam termos semelhantes que são usados com os mesmos intentos, como: restaurar, requalificar, reabilitar. Todas essas terminologias, acompanhadas do prefixo RE, são destacadas pelas autoras como um “elenco de metáforas” em “um movimento de volta que repete o já existente com uma nova forma” (Vasconcellos; Mello, 2009, p.53).

Apesar de Arantes focar nos exemplos mais emblemáticos dos anos 1960 até 2000, como o Guggenheim de Bilbao, o Centro Georges Pompidou de Paris e as restaurações das obras de Gaudí em Barcelona, também podemos estender sua análise a casos contemporâneos, como o Museu do Amanhã no Rio de Janeiro, obra do espanhol Santiago Calatrava, inaugurado com a reestruturação do Porto Maravilha para os Jogos Olímpicos de 2016; a Fundação Iberê Camargo, do português Álvaro Siza, inaugurada em 2008 às margens do Lago Guaíba em Porto Alegre; e o Museu Oscar Niemeyer (MON), projetado pelo arquiteto brasileiro de mesmo nome, que, por sua arquitetura característica, é popularmente chamado de “Museu de Olho” em Curitiba. Todos possuem uma arquitetura de destaque, em locais sem obstruções visuais, que carregam consigo a marca do nome dos arquitetos e que se tornam símbolos emblemáticos para a identidade da cidade, como apontado pelas autoras citadas.

## **Capítulo 02: Histórico da formação de Florianópolis e os conflitos do Centro Leste: propostas e disputas**

O Centro Leste abrange uma área com uma alta diversidade de usos, incluindo lojas de antiguidades, cursos pré-vestibulares, museus, residências, restaurantes, bares e baladas. Essa pluralidade de funções gerou historicamente uma movimentação variada e constante no local. Contudo, apesar dessa diversidade, a área tem sofrido com o esvaziamento há décadas, motivado pela transferência das camadas de alta renda e investimentos públicos e privados da área, o que gerou uma imagem de “degradação” e “abandono” no local.

A porção leste da Praça XV de Novembro, especialmente em comparação com a porção oeste, tem sido objeto de estudos, embates e controvérsias há muitos anos. Sendo palco de um conflito que envolve comerciantes, consumidores e poder público, o local passou por mudanças significativas no seu cenário físico e cultural. Tais mudanças incluem a realocação de equipamentos estatais, a reforma e restauração das ruas e a estipulação de restrições quanto ao horário de funcionamento de bares e restaurantes. Esse cenário, somado a projetos que visam a “revitalização” e reestruturação de funções e público-alvo da área, como “Centro Sapiens” e “Feira Permanente Viva a Cidade”, têm gerado controvérsias, com muitos pesquisadores apontando que tais projetos representam uma tentativa de “gentrificação” da área, direcionando-a cada vez mais para o turismo (Chibiaqui, 2018).

A persistente imagem de “degradação”, combinada com a diminuição do número de comércios, que foi intensificada durante a pandemia de COVID-19, em que “cerca de 40% dos pontos comerciais” na área (G1, 2023), resultou na ocupação da área por um número crescente de moradores de rua, conforme relatado por comerciantes locais (Loureiro, 2024). Eles argumentam que a presença dessas pessoas desvaloriza seus negócios e afasta clientes, devido à sujeira e à percepção de insegurança. O cenário de “abandono” teve um breve respiro em 2023 com as obras municipais para a restauração das vias.

Ao abordar as diferenças entre as porções leste e oeste da Praça XV, faz-se necessário analisar com mais profundidade o histórico de ocupação do centro histórico de Florianópolis. Isso permitirá entender melhor as origens da imagem de degradação da parte leste e os fatores que contribuíram para esse contraste com a parte oeste. Além disso,

será importante refletir sobre os projetos voltados para a revitalização da área e a incorporação de práticas da economia criativa, avaliando seus impactos sociais e urbanos.

## **2.1 Centro-oeste: a menina dos olhos**

As diferenças entre o desenvolvimento da porção oeste e a degradação da porção leste da Praça XV não são recentes. Esse contraste pode ser observado desde a implantação do porto, que gerou um grande movimento na porção oeste devido à sua localização (Veiga, 1993). O processo se intensificou ainda mais entre as décadas de 1930 e 1950, com a inauguração da Ponte Hercílio Luz, o Plano Urbano de 1955 e o crescente deslocamento e interesse das camadas de mais alta renda na Baía Norte e, posteriormente, no norte da ilha (Sugai, 2015).

A ocupação inicial concentrou-se na região central, favorecida pela profundidade das águas e pela proteção contra os ventos nordeste (Sugai, 2015; Cabral, 1970). Assim, o porto instalado na Baía Sul desempenhou um papel fundamental na configuração urbana da cidade e na forma como a população ocupou o território. Entretanto, a importância do porto como peça fundamental na economia da cidade começou a mudar a partir de 1926, com a inauguração da Ponte Hercílio Luz. A primeira ligação física da parte continental e insular foi um projeto audacioso para uma cidade que, na época, contava com apenas 14 veículos (Sugai, 2015). A construção da ponte revelou a crescente influência das camadas de alta renda nas decisões urbanas da capital, refletindo um viés rodoviarista semelhante ao que já se observava nas grandes cidades norte-americanas e que vinha tomando força no Brasil.

A cabeceira insular da ponte foi instalada na porção oeste do centro fundacional, em uma área que era considerada degradada por conta da presença de equipamentos como a penitenciária e o cemitério municipal (Sugai, 2015). A escolha desta localização para a nova entrada da cidade alterou os planos do poder público para a área, com a realocação desses equipamentos para a porção leste da ilha. Após a realocação, iniciou-se o movimento das camadas de mais alta renda da porção leste para a porção oeste do centro fundacional.

Outro fator significativo para a imagem de degradação da porção leste em relação à oeste foram os planos diretores de Florianópolis, especialmente o primeiro, o Plano Diretor Municipal de 1955. Este plano, fortemente influenciado pelo modernismo e a “Carta de Atenas” e pelo viés rodoviarista da época, estabeleceu diretrizes que diferenciavam a

porção sul/leste da porção norte/oeste do centro histórico. Entre suas intervenções estavam a construção da atual Avenida Beira-Mar e a proposta Via-Tronco, que deveria conectar à Beira-Mar Continental, à Ponte Hercílio Luz e seguir em direção ao sul da ilha (Rizzo, 1993). No entanto, o projeto da Via-Tronco, que previa a criação de um centro cívico, militar e cultural em sua extensão, não chegou a ser executado (Sugai, 2015). Em decorrência do zoneamento proposto pelo plano, vários equipamentos estatais foram realocados, o que resultou, no final dos anos 60, na perda de importância da Praça XV de Novembro como uma centralidade (Chibiaqui, 2018).

Figura 3: Esquema da localização dos órgãos funcionais do Plano Diretor de Floirianópolis de 1955



Fonte: Plano Diretor 1952, por Rizzo, 1993.

Impulsionadas pelos preceitos do urbanismo moderno, as sedes de órgãos públicos passaram a ser transferidas e concentradas em torno de um “centro cívico”. Esses órgãos, em parte localizados na área do Centro Leste, foram realocados para a Praça Tancredo Neves, sobre o aterro do Largo 13 de Maio (Chibiaqui, 2018). Atualmente, a praça abriga instituições como a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC), o Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina (TCE-SC) e o Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina (TJE-SC). Com essa realocação, a área do Centro Leste intensificou seu caráter como um corredor de passagem, principalmente através da rua Antônio Luz.

Durante a ditadura militar, foram criados os Planos Nacionais de Desenvolvimento (PND), que estabeleceram diretrizes para o planejamento das cidades em áreas metropolitanas. Contudo, Santa Catarina não foi incluída entre as áreas demarcadas, devido à sua menor relevância no cenário nacional e à falta de integração territorial com o restante do estado e do país (Faccio, 1997; Rocha, 2014, apud Chibiaqui, 2021). Em resposta, foram elaborados planos e estudos focados na integração estadual, com o objetivo de criar um grande centro urbano. A partir de 1967, começou-se a considerar a formulação de um novo plano diretor para a capital, influenciado pelos PND e pela intenção dos governantes de inserir Florianópolis na lista das áreas metropolitanas nacionais.

O Plano de Desenvolvimento da Área Metropolitana de Florianópolis (PDAMF) representou esses princípios, destacando Florianópolis como um polo urbano junto com outros 21 municípios (Rizzo, 1993). Esse modelo é detalhado no estudo “Alternativas de Desenvolvimento Urbano para o Estado de Santa Catarina”, que afirma que "a orientação dominante é a preparação da rede urbana catarinense para a política de áreas metropolitanas adotada pelo Governo Federal" (Rizzo, 1993). A ausência de Florianópolis nas áreas metropolitanas, sendo a única capital da região Sul não incluída, gerava desconforto nas elites do estado, que viam na transformação da cidade em uma metrópole uma oportunidade de superar seu status “provinciano” (Rizzo, 1993).

Até 2003, a área possuía uma movimentação significativa devido à presença do Terminal Cidade de Florianópolis, que, desde 1988, era o único terminal urbano da capital, e que gerava fluxos e dinamicidade para o local devido à sua importância enquanto equipamento urbano (figura 3). No entanto, a inauguração do Terminal de Integração do Centro (TICEN) em 2003 resultou na transferência das principais linhas municipais do antigo Terminal Cidade para o novo terminal, situado na porção oeste da Praça XV. Essa mudança levou a uma redução ainda maior na movimentação e ocupação da porção leste, que, anteriormente, contava com o Terminal Cidade como um dos principais pontos de conexão (Chibiaqui, 2018). A partir de então, o terminal passou a receber poucas linhas intermunicipais e, em 2011, os ônibus das linhas executivas, conhecidos popularmente como "amarelinhos" (NSC, 2011).

Esses processos, ao longo de décadas, não apenas reconfiguraram o espaço físico da cidade, mas também contribuíram para a construção de uma imagem de degradação da porção leste, consolidada pela marginalização socioeconômica e pela deslocação de funções e equipamentos públicos. A degradação, portanto, foi resultado de uma série de

escolhas políticas e urbanísticas, que refletem a concentração de poder nas camadas sociais mais altas e sua tendência em buscar áreas mais valorizadas economicamente, algo semelhante ao processo colocado por Villaça e apresentado no capítulo anterior da “deterioração do centro”.

A partir dessa perspectiva histórica, é possível entender as raízes da desigualdade entre as porções leste e oeste da cidade. Essa análise não apenas revela as consequências diretas das escolhas urbanísticas e políticas, mas também abre a discussão sobre as possíveis formas de reverter essa segregação, promovendo uma maior equidade na distribuição de recursos e serviços, e oferecendo à porção leste a oportunidade de se reconfigurar como um espaço de vivência, identidade e prosperidade para a população local.

*Figura 4: Terminal Urbano Cidade de Florianópolis antes da transferência de linhas para o TICEN.*



Fonte: [s.l.], [s.d.].

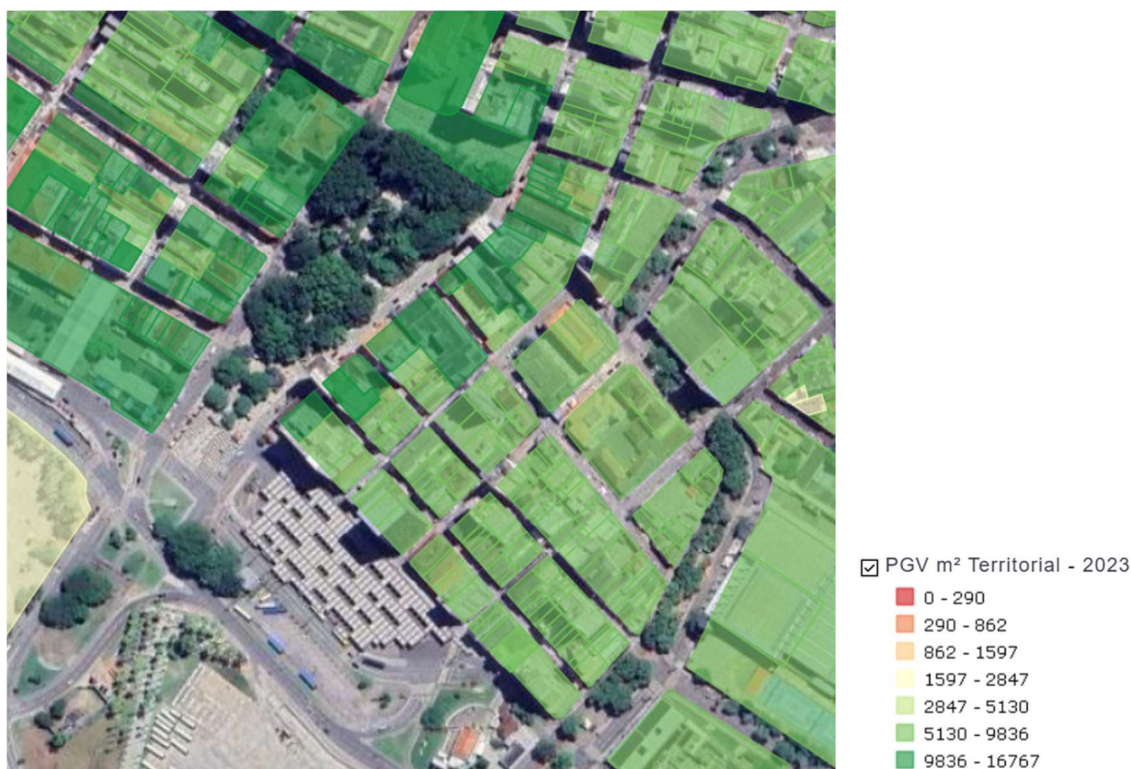
## **2.2 O “abandono” do Centro Leste**

Ao andar pelo Centro Leste, é possível notar que, de fato, há um esvaziamento considerável ao compará-lo com o Centro Oeste, onde há maior número de comércios de bens e serviços, o que, naturalmente, gera um número maior de transeuntes. Existem poucas pessoas transitando, diversos edifícios ociosos, outros fechados com placas de “Aluga-se”, além de vários em condições precárias. Entretanto, como explicitado, essa obsolescência em relação ao restante do centro se dá pelos usos distintos que as áreas

tomaram ao longo dos anos, somadas às ações municipais e privadas no local que dificultam a ocupação e manutenção de diferentes usos.

A prefeitura municipal, juntamente com associações privadas, vem, nos últimos anos, associando a imagem do Centro Leste de Florianópolis como um local degradado, inseguro e abandonado, e levando a crer que o esvaziamento foi um processo natural, dando a entender que a população que antes residia no local deixou o mesmo por conta de insegurança, moradores de rua e a presença de “baderneiros”. Contudo, ao analisar os dados dos censos e levantamentos da área, é possível encontrar contradições nesse processo “natural” de esvaziamento. De acordo com dados obtidos na página oficial do GeoPortal de Florianópolis, o valor do metro quadrado dos edifícios do recorte em 2023, calculados através da planta genérica de valores (PGV), estava nas duas faixas mais altas para a cidade, sendo a maioria dentro do recorte de 5.130 e 9.836 reais. Vale destacar que é a partir da PGV que é calculado o valor venal dos imóveis, sendo possível a tributação do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU).

Figura 5: Faixa de valores da Planta Genérica de Valores por metro quadrado no recorte de estudo



Fonte: GeoPortal, 2023.

De acordo com a Lei do Inquilino (nº 8.245/1991), o valor do IPTU, apesar de ser responsabilidade do proprietário do imóvel, pode ser negociado e repassado para o

inquilino pagar. Uma das propostas para a viabilização do projeto Centro Sapiens, um dos vários que visavam a “revitalização” do Centro Leste, estava o projeto de lei “IPTU Zero para Startups”, incentivo fiscal da prefeitura para acelerar a sua instalação no local (VIA/UFSC, 2024) - medida oposta ao que ocorre com os comerciantes do local, que nunca receberam tal abono. A redução de clientes, somada a valores altos de aluguel e condomínio, levou pequenos comerciantes a deixar seus comércios por conta da pandemia, com o fechamento de cerca de 40% dos estabelecimentos do local, como apontado anteriormente. A prefeitura de Florianópolis lançou projetos e decretos, como a revitalização das vias e o decreto de estipulação de horários para funcionamento dos bares, que, na teoria, priorizam os comerciantes e tentam dinamizar o Centro Leste para captação de maior número de visitantes e, conseqüentemente, clientes para esses estabelecimentos. Entretanto, não é o que a prática revela.

A quantidade de edifícios ociosos e subutilizados auxilia na sensação de insegurança e abandono, e pouco são olhados pelo poder público, inclusive no que tange a cultura e memória de Florianópolis, como é o caso da antiga escola Antonieta de Barros. A ociosidade desses edifícios é questionada por diversos pesquisadores. Para eles, a degradação desses edifícios faz parte do projeto de abandono do local e da criação de um imaginário para o centro. Recentemente, dois edifícios que abrigavam o PROCON do município foram demolidos por conta do comprometimento da estrutura.

O abandono percebido no Centro Leste não pode ser atribuído a um processo natural de esvaziamento, mas sim a uma série de ações políticas e econômicas que moldaram a dinâmica do espaço urbano na região. Desde a associação do local com a degradação e insegurança até a ausência de incentivos fiscais para pequenos comerciantes, as estratégias adotadas contribuíram para a saída de moradores e negócios tradicionais, ao mesmo tempo em que criaram barreiras à ocupação diversificada. No entanto, essa aparente decadência contrasta com o elevado valor do metro quadrado e a possibilidade de novos usos previstos no plano diretor, indicando que o Centro Leste ainda possui grande potencial de transformação.

Nos últimos anos, Florianópolis tem buscado reposicionar o Centro Leste através de projetos de revitalização que promovem um novo viés de economia criativa. Iniciativas como o Centro Sapiens, que incentiva startups e indústrias culturais, visam dinamizar a região, integrando a inovação tecnológica, a arte e o empreendedorismo. Esses projetos não apenas propõem reativar o espaço urbano, mas também reposicionam a cidade no cenário nacional e internacional como um polo de criatividade e inovação.

### **2.3 Quando a criativa encontra a cultura: o uso de equipamentos culturais na economia criativa**

A economia criativa emerge como uma das mais significativas transformações econômicas das últimas décadas, redefinindo os motores do crescimento ao valorizar a criatividade humana como recurso central. Como destaca Richard Florida (2003), essa economia vai além do conhecimento técnico ou da infraestrutura tradicional, concentrando-se na inovação e no capital criativo. Diferente da simples acumulação de bens materiais, ela é impulsionada pela capacidade humana de gerar novas ideias, produtos e experiências, tornando-se elemento-chave para o desenvolvimento econômico e social das cidades.

Embora interligadas em muitos aspectos, cultura e economia criativa constituem domínios distintos que se potencializam mutuamente. A cultura pode ser compreendida como o repositório dinâmico dos valores, narrativas e práticas que definem a identidade de uma sociedade ao longo do tempo. A economia criativa, por outro lado, posiciona-se como um campo que mobiliza tais elementos culturais para gerar valor econômico e social, além de impulsionar a inovação em diversos setores. Nesse cenário, a criatividade emerge como o elo essencial entre esses âmbitos, ao reinterpretar o patrimônio cultural e traduzi-lo em iniciativas economicamente viáveis e socialmente impactantes.

Equipamentos culturais, como museus, teatros e centros de arte, desempenham um papel nesse processo, operando como polos de convergência criativa. Esses espaços não apenas preservam e difundem expressões culturais, mas também estimulam a interação entre agentes criativos, promovendo colaborações interdisciplinares e gerando dinamismo econômico. Assim, funcionam como laboratórios sociais onde o encontro entre diferentes perspectivas e experiências catalisa a criação de novos modelos e soluções, reafirmando a relevância da criatividade como vetor de desenvolvimento sustentável.

Richard Florida (2014) conceitua os centros criativos como territórios caracterizados pela concentração de talentos e recursos culturais, os quais exercem forte atratividade sobre a classe criativa. Predominantemente localizados em áreas urbanas, esses espaços destacam-se por sua diversidade, tolerância e vocação para a inovação — elementos para a promoção do crescimento econômico e o florescimento de novas indústrias criativas. Nesse contexto, os equipamentos culturais desempenham um papel de ir além da preservação do patrimônio cultural: eles constituem verdadeiros laboratórios

de experimentação e inovação, possibilitando a emergência de novas formas de expressão artística e econômica.

Um exemplo prático desse fenômeno é Florianópolis, que em 2014 passou a integrar a Rede de Cidades Criativas da UNESCO como Cidade Criativa da Gastronomia (Gazeta do Povo, 2014). Essa inclusão reflete a capacidade da cidade de utilizar sua riqueza cultural, especialmente relacionada à gastronomia local, como alicerce para iniciativas econômicas inovadoras. O turismo da cidade sempre foi privilegiado pelas belezas naturais, como praias, dunas e trilhas, que são, normalmente, atividades feitas durante o verão. Com isso, a temporada de verão era a que apresentava maiores números de turistas e quando a economia apresentava um grande aumento, enquanto as outras épocas do ano não acompanhavam esse crescimento. Em vista disso, o poder público, juntamente com grupos da iniciativa privada (FloripAmanhã, Floripa Sustentável, ACIF), entenderam que era preciso transformar a vocação da cidade, buscar alternativas para diversificar e manter a economia aquecida ao longo de todo o ano (LENZI et al., 2023).

Florianópolis combina tradições culturais com a criatividade moderna, gerando um impacto econômico significativo na indústria gastronômica, que se torna não apenas um meio de preservação cultural, mas também uma plataforma de inovação e atração turística. Nas últimas décadas, Florianópolis consolidou-se como um dos principais destinos turísticos de verão no Brasil, recebendo entre dezembro de 2023 e março de 2024 cerca de 2,9 milhões de visitantes (SC.GOV, 2024).

Com características que dificultam a instalação de indústrias tradicionais, como grandes áreas de preservação e conexões viárias limitadas, Florianópolis encontrou na tecnologia e na inovação um novo caminho econômico. A partir de 2002, com a criação do Sapiens Parque no norte da ilha, iniciou-se uma estratégia de reposicionamento da cidade como um polo tecnológico. Essa iniciativa foi reforçada em 2013 com a concepção da "Rota da Inovação" (LENZI et al., 2023), uma estratégia de marketing que conecta o Sapiens Parque ao aeroporto Hercílio Luz, unindo os principais equipamentos de tecnologia e infraestrutura da capital.

A experiência de Florianópolis também evidencia a relevância de políticas públicas que priorizem a interação entre cultura e economia criativa. Investimentos em equipamentos culturais e infraestrutura urbana não só fomentam a classe criativa, mas também ampliam as possibilidades de colaboração interdisciplinar e troca de ideias, elementos essenciais para a inovação sustentável. Exemplos internacionais, como os distritos artísticos de Nova York ou os clusters tecnológicos do Vale do Silício,

demonstram como a convergência entre diversidade cultural e criatividade pode redesenhar dinâmicas urbanas, transformando regiões em centros de desenvolvimento econômico e social.

## **Capítulo 03: Equipamentos culturais e *city marketing*: a “revitalização” do Centro Leste e o Museu de Arte Digital e Inovação como isca cultural**

O Centro Leste possui uma ampla diversidade de equipamentos culturais, incluindo museus, casas de cultura, salas de exposição e instituições de fomento à cultura abertas ao público, além de um cenário cultural vibrante, com ações que extrapolam essas instituições para ocupar as vias e outros espaços da área.

Este capítulo tem como objetivo apresentar essas instituições, analisar suas ações perante a cultura para preservação da história do local e da memória da cidade e como elas têm se articulado com o recorte entre si, com o Centro Leste e as últimas políticas urbanas para a área.

Serão discutidos os últimos projetos de “revitalização” urbana voltados para a área, com especial atenção ao papel da cultura nessas agendas. Será explorado como a cultura tem sido utilizada como estratégia para legitimar tais projetos, além de examinar a proposta de instalação do novo Museu de Arte Digital e Inovação (MADI). O capítulo abordará o potencial do MADI como âncora para a “revitalização” do Centro Leste, analisando seu papel na suposta solução para os problemas de “degradação” e “abandono” da área.

### **3.1 Os projetos de “revitalização” do Centro Leste**

A partir do mandato de Cesar Souza, prefeito de Florianópolis pelo Partido Social Democrata (PSD) entre 2013 e 2017, o Centro Leste passou a receber diversos projetos e ações voltados à sua "revitalização", com foco na economia criativa e na integração da cultura em suas agendas (Chibiaqui, Nór, 2020). Esses projetos se alinham a modelos de "revitalização" utilizados por outras cidades, frequentemente promovidos como casos de sucesso, como Bolonha e Barcelona, por meio de estratégias de *city marketing*. Entre os projetos propostos para a área e que, de alguma forma, utilizam a cultura como base, estão o Centro Sapiens e o Distrito 48. Além disso, destaca-se a Feira Permanente Viva a Cidade, o único projeto atualmente em operação.

Além desses projetos, intervenções urbanas recentes, como a requalificação das vias no entorno da Praça XV de Novembro e a aprovação da Lei Complementar nº 763/2024, conhecida como Lei do Retrofit, têm buscado transformar os aspectos físicos

da área. Essas iniciativas refletem o compromisso das gestões municipais em reposicionar o Centro Leste como um polo criativo e cultural, fundamentando suas narrativas na degradação e no abandono do local.

A retórica utilizada pelos prefeitos ao longo dos anos reforça essa visão. Cesar Souza Júnior afirmou, sobre o projeto do Centro Sapiens, que “o processo de degradação acontecia a olhos vistos. Começamos um processo, mas ele só vai dar certo se os prédios antigos forem ocupados pela nova economia criativa” (NSC, 2015). Gean Loureiro, prefeito da capital entre 2017 e 2022, declarou, sobre a suspensão das obras nas vias, que “parece que algumas pessoas não querem que a obra aconteça, estão torcendo” e ainda afirmou que “é uma obra de interesse coletivo” (Gadotti, 2021). Além disso, o ex-prefeito declarou, em 2018, que “a requalificação do centro histórico de Florianópolis era prioridade” de seu mandato (Gadotti, 2018).

Topázio Neto, que assumiu o poder municipal após a renúncia de Gean Loureiro, também citou as polêmicas obras das vias e afirmou que elas fariam com que “o Centro Leste seja novamente o coração da cidade” (ND+, 2023). Topázio também utiliza suas redes sociais para endossar os discursos de um Centro Leste abandonado e degradado, além de mencionar que Florianópolis se inspira em cidades que conseguiram restaurar seus centros históricos como modelos a serem seguidos, como o caso de Barcelona e o distrito 22@ Barcelona (@topazioprefeito), que será discutido mais à frente.

### ***3.1.1 Centro Sapiens - Distrito Criativo***

O Centro Sapiens, lançado em setembro de 2015 durante um evento no Museu da Escola Catarinense (MESCC), foi um projeto destinado à "revitalização" do Centro Fundacional de Florianópolis, com ênfase na porção leste. O objetivo era transformar a área em um distrito de economia criativa, promovendo setores “voltados para turismo, gastronomia, arte, design e tecnologia” (VIA, 2018). Inspirado por rankings que posicionavam Florianópolis entre as capitais mais competitivas, atrativas para o empreendedorismo e inseridas nas rotas das cidades inteligentes e criativas, o projeto surgiu da parceria entre o Sapiens Parque, polo de tecnologia localizado no Norte da Ilha, e a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). A universidade foi representada pelo professor Salomão Ribas Gomez, que se tornou coordenador do projeto e contou com a participação dos laboratórios LOGO/UFSC e VIA/UFSC (UFSC, 2016).

Além dessas instituições, o Centro Sapiens contou com a participação de agentes públicos, como a Prefeitura Municipal de Florianópolis, o Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF) e o Fórum de Turismo da Região Metropolitana da Grande Florianópolis (Fortur). Também estiveram envolvidos atores do setor privado, como a ACATE, FloripAmanhã e a Fundação CERTI, além de órgãos ligados ao comércio, como o Sebrae/SC e a CDL, entre outros (UFSC, 2016)

Na promoção e no discurso do Centro Sapiens, o projeto possuía um forte vínculo com a cultura local, destacando a presença de teatros e museus entre seus subprojetos. Segundo Ribas Gomez, o distrito criativo incluiria “três teatros e cinco museus” (Câmara Municipal de Florianópolis, 2019). Entre as intervenções propostas — e conforme ilustrado no material gráfico da figura 5, divulgado à época para promoção do projeto — estavam a articulação para a implantação do Museu de Florianópolis, localizado no antigo prédio da Câmara e Cadeia (cuja restauração teve início em 2014), a restauração e ampliação do Museu Victor Meirelles (iniciada em 2016 e concluída em 2019) e a instalação de um coworking dentro do MESC, o Cocreation Lab.

Figura 6: Projetos do Centro Sapiens.



Fonte: Centro Sapiens adaptado por Chibiaqui, 2022.

Entretanto, como será analisado adiante, no que tange aos museus e à valorização cultural citados pelo projeto, apenas a instalação do coworking no MESC estava de fato ligada ao Centro Sapiens. Entre os subprojetos destacados, a Feira Viva a Cidade é o único que ainda permanece em funcionamento e merece menção. No entanto, ao analisar as ações efetivamente vinculadas ao Centro Sapiens, apenas o Cocreation Lab pode ser diretamente atribuído ao projeto. Outras iniciativas, como a restauração dos museus, foram conduzidas de forma independente, apesar de estarem alinhadas aos objetivos de revitalização cultural. Essa desconexão aponta para uma falta de integração prática entre os equipamentos culturais e o escopo original do projeto.

Em uma matéria de 2018, que comemorava os três anos de implantação do Centro Sapiens, foram apresentados resultados das ações do projeto na “revitalização” do Centro Leste (Magagini, 2018). Durante esse evento, uma das ações imediatas anunciadas foi a inauguração do “Square Lab”, um coworking que funcionaria 24 horas por dia, todos os dias da semana. O espaço seria “aberto e dinâmico” e seria instalado na antiga quadra da Escola Antonieta de Barros, edifício vizinho ao MESC. O local chegou a ser inaugurado, como pode ser visto na figura 6, mas atualmente encontra-se novamente abandonado após a saída do Centro Sapiens do MESC. Cabe destacar a proposta do Square Lab, uma vez que ele ocupava um espaço historicamente disputado para se tornar um centro de cultura e memória da população negra de Florianópolis — o antigo Colégio Antonieta de Barros —, tema que será debatido mais adiante.

*Figura 7: SquareLab*



Fonte: Costudio, 2024.

Atualmente, não há informações recentes sobre o destino do Centro Sapiens. Embora ainda seja possível encontrar conteúdo online, muitos links redirecionam para

um domínio que já não pertence ao projeto, dificultando o acesso a detalhes sobre seu andamento. As últimas notícias datam do período da pandemia, quando o Cocreation Lab deixou o prédio do MESC e transferiu suas atividades para uma sede no Campeche. Apesar do curto período de atividade do projeto, ele foi fundamental para "plantar sementes" que deram origem a outras iniciativas com discurso semelhante, como o Distrito 48.

### ***3.1.2 Feira Permanente Viva à Cidade***

Instalada no Centro Leste desde 2013, a Feira Permanente Viva a Cidade é uma iniciativa que busca “valorizar os produtos locais, resgatar a identidade cultural de Florianópolis e incentivar o comércio local” (CDL, 2024). Organizada pela Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Florianópolis, pelo Núcleo Histórico, pela Prefeitura Municipal e pela Fundação de Cultura Franklin Cascaes, a feira ocorre semanalmente, aos sábados, no Calçadão da João Pinto, das 9h às 14h (CDL, 2024).

Com o lema “valorizar a cultura e os expositores regionais”, a feira reúne exposições de artesanato, antiguidades, sebos e brechós, além de uma gastronomia diversificada. Seu principal objetivo é resgatar a identidade cultural de Florianópolis, promovendo um espaço onde tradição e inovação se encontram, atraindo tanto moradores quanto turistas (CDL, 2024).

Além das edições tradicionais, a feira organiza edições especiais em datas comemorativas, como o Dia das Crianças, o Aniversário da Cidade e o Dia das Mães, entre outras. Nessas ocasiões, oferece programações culturais diferenciadas, incluindo apresentações de grupos musicais, atividades lúdicas para crianças e manifestações do patrimônio imaterial de Florianópolis, como o boi de mamão (@vivaacidade, 2024). O Serviço Social do Comércio (SESC/SC) também participa, disponibilizando atividades como atendimento ao público, espaços literários, oficinas educativas e ações voltadas à saúde (FloripAmanhã, 2018).

Além disso, a feira tem sido utilizada como palco para a divulgação e promoção de ações voltadas à “revitalização” do setor leste. Em uma de suas edições, realizada no dia 22 de junho, o evento foi utilizado para anunciar o lançamento do projeto de “revitalização” do Centro Leste, incluindo um plano para a “reciclagem” do antigo terminal, que visa transformá-lo em um espaço de eventos conectado ao Aterro da Baía Sul (Imagem da Ilha, 2024). Sobre o apoio que a Feira Viva a Cidade tem dado a esses

projetos de “revitalização”, o Diretor de Patrimônio da CDL, Rafael Salim, destacou: “Há mais de 10 anos trabalhamos para uma nova vocação para o Centro Leste, gerando movimento não apenas para o comércio, mas para trazer vida para todos os cidadãos” (Imagem da Ilha, 2024).

### 3.1.3 Distrito 48

As primeiras menções ao Projeto Distrito 48 surgem em 2020, embora o projeto tenha suas “sementes” no Centro Sapiens, possuindo, inclusive, premissas semelhantes para a “revitalização” do Centro Leste, com ações voltadas para a economia criativa (FloripAmanhã, 2020). De acordo com o professor Neri dos Santos, do Departamento de Engenharia do Conhecimento da UFSC, o projeto toma como referência intervenções realizadas nas áreas centrais de Bolonha, Barcelona, Lisboa e Vancouver, consideradas modelos bem-sucedidos de “revitalização” de áreas degradadas (Santos in FloripAmanhã, 2020).

Figura 8: Projeto Distrito 48



Fonte: FloripAmanhã, 2024.

A influência do Distrito 22@ Barcelona pode ser notada no próprio nome do projeto, em uma clara alusão a esse modelo, amplamente citado como um dos casos mais bem-sucedidos de renovação urbana. Recentemente, o prefeito Topázio Neto esteve em Barcelona, em novembro de 2024, durante sua participação no Smart City Expo World Congress (Boschi, 2024), evento que busca promover inovação urbana e capacitar as cidades para enfrentar desafios críticos, lançando-as em direção a soluções mais sustentáveis e eficientes (SMART CITY EXPO, 2024). A viagem, totalmente custeada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), foi registrada pelo prefeito em suas redes sociais.

O discurso adotado nos vídeos postados pelo prefeito chama atenção. Em um vídeo publicado no dia 4 de novembro em sua conta oficial no TikTok (@topazioprefeito), ele destaca o evento e ressalta como o Distrito 22@ Barcelona passou de um local degradado e abandonado para uma área revitalizada, que hoje abriga mais de 1.500 empresas. No entanto, no próprio vídeo, Topázio Neto também aborda as críticas à elitização da área, mencionando o aumento do custo de vida e o impacto negativo sobre os moradores de baixa renda. Apesar disso, ele encerra o tópico afirmando que “toda mudança precisa de equilíbrio”, sem se posicionar de forma clara sobre as questões que ele mesmo levantou.

O assunto se torna ainda mais problemático quando, no mesmo vídeo, o prefeito afirma que o Distrito 22@ Barcelona está servindo de inspiração para a revitalização do Centro Leste, mencionando a recuperação de prédios ociosos, como o Clube 12 e o Colégio Antonieta de Barros, além do estímulo a novos comércios, restaurantes e bares. Ele conclui enfatizando novamente que “tudo é equilíbrio”.

As críticas ao caráter elitista e gentrificador da “revitalização” do Centro Leste não são recentes. Diversos pesquisadores já se debruçaram sobre essa temática, especialmente ao analisar as várias ações e propostas para a área. Embora a prefeitura adote um discurso que enfatiza a recuperação do Centro Leste em conjunto com moradores e comerciantes, as ações efetivamente implementadas frequentemente contradizem essa narrativa.

### **3.2 Os equipamentos culturais do Centro Leste**

Figura 9: Equipamentos culturais do Centro Leste.



- 1 Casa de Teatro Grupo Armação
- 2 Círculo Ítalo-Brasileiro de Santa Catarina
- 3 Espaço Cultural BRDE - Governador Celso Ramos
- 4 Casa de Literatura Catarinense Poeta Cruz e Souza
- 5 Museu Victor Meirelles
- 6 Museu da Escola Catarinense (MESC)
- 7 Casa José Boiteux (Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina/Academia Catarinense de letras)
- 8 Arquivo Histórico de Santa Catarina (AHMF)
- 9 Galeria Municipal de Arte Pedro Paulo Vecchiatti
- 10 Memorial Meyer Filho
- 11 Museu de Florianópolis
- 12 Instituto Arco-Íris de Direitos Humanos
- 13 Centro Cultural da Marinha (CCMSC)

Fonte: do autor, 2024.

Dentro do recorte proposto, foram identificados treze equipamentos culturais, com diferentes características e gestões. A Fundação Catarinense de Cultura é responsável pela Casa José Boiteux e pela Casa da Literatura Poeta Cruz e Sousa; o Museu Victor Meirelles é administrado pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM); e o Museu de Florianópolis está sob gestão do Serviço Social do Comércio (SESC). O Espaço Cultural BRDE – Governador Celso Ramos é gerido pelo Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), enquanto o Círculo Ítalo-Brasileiro de Santa Catarina funciona por meio de patrocinadores e parceiros.

O município, por meio da Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes (FCFFC), é responsável pela Galeria Municipal de Arte Pedro Paulo Vecchietti, que também abriga o Arquivo Histórico do Município de Florianópolis (AHMF) Professor Oswaldo Rodrigues Cabral e o Memorial Meyer Filho. Ainda nesse recorte, encontram-se o Centro Cultural da Marinha em Santa Catarina (CCMSC), gerenciado pela Marinha do Brasil; o Instituto Arco-Íris de Direitos Humanos; e a Casa do Teatro do Grupo Armação, administrada de forma autônoma por seus integrantes.

Entre os equipamentos mapeados, alguns possuem acervos dedicados à história de Florianópolis, abordando tanto a evolução urbana da cidade quanto a memória de figuras importantes, como os pintores Victor Meirelles e Pedro Paulo Vecchietti, e o poeta João da Cruz e Sousa. Algumas dessas instituições também mantêm espaços para exposições temporárias, cuja seleção de temáticas e artistas ocorre por meio de editais públicos, iniciativas dos próprios artistas ou curadorias realizadas pelos museus, como nos casos do Museu de Florianópolis, Museu Victor Meirelles, Espaço Cultural BRDE e Museu da Escola Catarinense.

Ao analisar os equipamentos culturais situados no recorte deste trabalho, nota-se que seis deles foram instalados na área após 2003, ano em que o Centro Leste passou por mudanças significativas após a transferência das principais linhas de ônibus para o TICEN. Além da instalação dessas instituições, alguns dos prédios onde estão sediadas passaram por processos de restauração nesse período. Entre eles, destacam-se os edifícios que abrigam o Museu Victor Meirelles; o Museu de Florianópolis, localizado na antiga Casa de Câmara e Cadeia; o MESC, instalado na antiga Faculdade de Educação (FAED); a Casa José Boiteux; o CCMSC; a casa que sedia a Galeria Municipal de Arte Pedro Paulo Vecchietti; o Memorial Meyer Filho; o Arquivo Histórico Municipal; e o edifício da Casa da Literatura.

O Quadro 1, apresentado a seguir, compila todos os equipamentos culturais mapeados no recorte deste trabalho, organizando informações sobre sua criação, função e atividades institucionais, além de dados sobre seus acervos e funcionamento. Todas as informações foram obtidas de documentos e páginas oficiais dessas instituições.

Nome	Criação	Missão e Valores	Acervo	Ações Culturais	Funcionamento	Fonte
<p><b>Museu Victor Meirelles</b></p>	<p>1952</p>	<p>"Preservar, pesquisar e divulgar a vida e obra de Victor Meirelles, bem como difundir, promover e preservar os valores históricos, artísticos e culturais da sociedade, e ainda estimular a reflexão e experimentação no campo das artes, do patrimônio e do pensamento contemporâneo, contribuindo para a ampliação do acesso às mais diferentes manifestações culturais e para a formação e o exercício da cidadania."</p>	<p>Pinturas, desenhos, estudos e documentos que revelam a trajetória de Victor Meirelles, autor de obras icônicas como "A Primeira Missa no Brasil".</p>	<p>Regularmente, o museu promove exposições temporárias, eventos culturais e grupos de estudo, como o Grupo de Estudos Política de Acervos.</p>	<p>Terça a sexta-feira, das 10h às 18h, e aos sábados, das 10h às 15h, exceto feriados.</p> <p>Entrada: gratuita.</p> <p>Endereço: Rua Victor Meirelles, 59 - Centro</p>	<p>SECRETARIA DO ESTADO DA CULTURA DE SANTA CATARINA, 2024</p>

<b>Casas do Teatro - Grupo Armação</b>	1972	Dedicar-se à pesquisa, produção e promoção do teatro, valorizando a cultura local e incentivando a participação comunitária nas artes cênicas.	Peças teatrais, incluindo programas, cartazes, fotografias e roteiros, documentando sua trajetória e a história do teatro na região.	Apresentações teatrais, oficinas, workshops e eventos culturais, buscando fomentar o teatro e a cultura na comunidade.	Endereço: Praça XV de Novembro, 344 - Centro	CULTURA, 2015; MEIRELLES, 2024
<b>Círculo Ítalo-Brasileiro de Santa Catarina</b>	1985	Entidade que congrega italianos, descendentes e simpatizantes da cultura italiana para conservar os vários campos de arte, cultura e ciência.	Coleção de livros, documentos e artefatos relacionados à cultura italiana, disponíveis para consulta e pesquisa.	Eventos culturais, cursos de língua italiana, palestras, exposições e celebrações de datas comemorativas italianas.	Endereço: Praça XV de Novembro, 340 - Centro	BRASILEIRO, 2024
<b>Museu da Escola Catarinense (MESC)</b>	Criado em 1992 e instalado no atual endereço em 2007	Prestar serviços à sociedade através da valorização e reconhecimento do patrimônio sobre a educação escolar em Santa Catarina de uma forma ampla, contribuindo para pesquisa, divulgação científica e preservação	Objetos, artefatos, documentos e imagens de valor histórico relacionados à cultura escolar e à educação catarinense	Exposições, eventos culturais e atividades educativas voltadas à preservação e divulgação da história da educação em Santa Catarina	Segunda e terça das 13h às 19h. Quarta a sexta das 10h às 19h. Sábados das 10h às 17h.  Entrada: gratuita.  Endereço: Rua	UDESC, 2024

		<p>do acervo, bem como integrar o Museu a um roteiro de espaços e atividades culturais, contribuindo para a revitalização da área central da cidade.</p>			<p>Saldanha Marinho, 196 - Centro</p>	
<p><b>Arquivo Histórico do Município de Florianópolis (AHMF) - Professor Oswaldo Rodrigues Cabral</b></p>	<p>1994</p>	<p>Assegurar a proteção da documentação arquivística do poder público municipal, como elemento de apoio a administração e por valor histórico e cultural; 2 - harmonizar as atividades nas diversas de administração de documentos de arquivo corrente, intermediário e permanente, às peculiaridades dos órgãos geradores da documentação; 3 - facilitar o acesso ao patrimônio arquivístico público municipal, de acordo com</p>	<p>Documentos que datam desde 1715, incluindo livros da época do Desterro/Câmara Municipal (1715 a 1943) e outros registros históricos significativos.</p>	<p>Consulta pública de documentos históricos, auxiliando pesquisadores, estudantes e o público em geral no acesso à memória documental da cidade.</p>	<p>Segunda a sexta-feira, das 12h às 18h.  Entrada: Consulta aberta ao público.  Endereço: Praça XV de Novembro, 180 (térreo - Centro</p>	<p>PÚBLICOS, 2024</p>

		<p>as necessidades da administração pública e da comunidade (Decreto nº 622 de 22/08/1995 e nº 489/98).</p>				
<p><b>Instituto Arco-íris de Direitos Humanos</b></p>	<p>1997</p>	<p>Incentivar artistas locais e independentes, além de introduzir e instigar o conhecimento de temas socioambientais e a arte.</p>	<p>Materiais educativos, publicações e registros de suas atividades voltadas à promoção dos direitos humanos e da diversidade sexual e de gênero.</p>	<p>Campanhas de conscientização, workshops, seminários e eventos culturais que visam promover a inclusão e o respeito à diversidade.</p>	<p>Entrada: atividades gratuitas e abertas ao público</p> <p>Endereço: Travessa Ratclif, 56 - Centro</p>	<p>ARCO-ÍRIS, 2024</p>

<p><b>Espaço Cultural BRDE - Governador Celso Ramos</b></p>	<p>2002</p>	<p>Incentivar artistas locais e independentes, além de introduzir e instigar o conhecimento de temas socioambientais e a arte.</p>	<p>Exposições temporárias de artistas locais e regionais, não possuindo um acervo permanente próprio.</p>	<p>Exposições de arte, lançamentos de livros, apresentações musicais e outras atividades culturais que visam integrar a comunidade e valorizar a cultura regional.</p>	<p>Segunda a sexta-feira das 13h às 19h.  Entrada: gratuita.  Endereço: Av. Hercílio Luz, 617 - Centro</p>	<p>RAMOS, 2024</p>
<p><b>Galeria Municipal de Arte Pedro Paulo Vecchietti</b></p>	<p>2004</p>	<p>Fomentar e difundir as artes visuais, por meio de exposições individuais ou coletivas. Possui programa de exposições com debate sobre a arte contemporânea, possibilitando aos novos artistas ou com reconhecida trajetória comporem o calendário de exposições e de eventos de artes visuais, permitindo ao público o acesso à produção na área, contribuindo para a formação estética e cultural.</p>	<p>A galeria não possui um acervo permanente, sendo dedicada a exposições temporárias de artistas contemporâneos.</p>	<p>Exposições de arte, workshops, palestras e outras atividades culturais voltadas à comunidade.</p>	<p>Segunda a sexta-feira, das 12h às 18h  Endereço: Praça XV de Novembro, 180 (piso superior) - Centro</p>	<p>CASCAES, 2024</p>

<b>Memorial Meyer Filho</b>	2004	tem como compromisso criar espaços ou intervalos neste tempo, que chamamos “contemporâneo”, provocando interrupções e dilatações, a cada montagem de exposição, a cada ação, a cada projeto pedagógico.	Obras de Meyer Filho, incluindo pinturas, desenhos e documentos relacionados à sua trajetória artística.	Além de exposições permanentes, o espaço promove eventos culturais, palestras e atividades educativas relacionadas às artes visuais.	Segunda a sexta-feira, das 12h às 18h  Entrada: gratuita.  Endereço: Praça XV de Novembro, 180 (piso superior) - Centro	MEYER FILHO, 2024
<b>Casa José Boiteux (Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina e a Academia Catarinense de Letras)</b>	2010	Se propõe a preservar, conceber, fomentar, divulgar a produção literária e congregar homens e mulheres de letras em Santa Catarina (Casa da Literatura);	Documentos históricos, livros raros, manuscritos e obras literárias relacionadas à história e cultura catarinense.	Palestras, seminários, lançamentos de livros, exposições e outras atividades culturais voltadas à preservação da memória e incentivo à produção literária.	Segunda a sexta-feira, das 14h às 18h  Endereço: Av. Hercílio Luz, 523 - Centro	ROSA, 2024
<b>Museu de Florianópolis</b>	Criado em 2016 e inaugurado em 2021 na antiga casa de Câmara e Cadeia;	Promover olhares sobre a história e a memória da cidade de Florianópolis através da cultura material e imaterial, por meio da preservação, pesquisa, comunicação e interatividade.	Objetos históricos, fotografias, documentos e artefatos relacionados à história de Florianópolis.	Exposições permanentes e temporárias, além de atividades educativas, oficinas e eventos culturais voltados à comunidade.	Março a novembro*: de segunda a sexta-feira das 9h às 19h (última entrada às 18h30), finais de semana e feriados das 10h às 16h.  Dezembro a	SESC, 2024

				<p>fevereiro*: de segunda a sexta-feira das 10h às 20h (última entrada às 19h30), finais de semana e feriados das 10h às 16h.</p> <p>*Fechado às terças-feiras para expediente interno.</p> <p>Entrada: R\$ 10,00 normal. R\$ 5,00 meia entrada (com isenção para escolas da rede pública de ensino)</p> <p>Endereço: Praça XV de Novembro, 214 - Centro</p>	
--	--	--	--	--	--

<p><b>Centro Cultural da Marinha em Santa Catarina (CCMSC)</b></p>	<p>2016</p>	<p>Divulgar a mentalidade marítima na região e desenvolver atividades culturais, em especial, que demonstrem a importância do Poder Naval e do mar para a formação do Brasil.</p>	<p>Documentos, fotografias, modelos de embarcações e artefatos relacionados à história da Marinha do Brasil.</p>	<p>Exposições, palestras, eventos culturais e atividades educativas voltadas ao público em geral, com o objetivo de difundir a cultura naval.</p>	<p>Terça a Sábado, das 10h às 17h.  Entrada: gratuita e podem ser mediadas para grupos acima de 10 pessoas, mediante agendamento prévio. Endereço: Rua Antônio Luz, 260 - Centro</p>	<p>BRASIL, 2024</p>
<p><b>Casa da Literatura Poeta Cruz e Souza</b></p>	<p>Aberta em 30 de setembro de 2022; Entre 2019 e 2022 abrigou a Galeria do Artesanato Catarinense devido às obras de reforma da alfândega;</p>	<p>Espaço para lançamentos de livros e sessões de autógrafos, oferece obras de escritores catarinenses para leitura no próprio ambiente e conta a história do maior poeta simbolista do país.</p>	<p>Obras literárias, manuscritos, documentos e objetos pessoais relacionados a Cruz e Souza e à literatura catarinense.</p>	<p>Saraus literários, lançamentos de livros, oficinas de escrita criativa, exposições temáticas e palestras que promovem a literatura e a memória de Cruz e Souza.</p>	<p>Espaço temporariamente fechado.  Endereço: Praça XV de Novembro, 270 - Centro</p>	<p>MARTIN, 2024</p>

Fonte: elaborado pelo autor, 2024.

O Quadro 1 fornece um panorama detalhado dos equipamentos culturais no Centro Leste, destacando suas políticas voltadas à cultura. Os dados apresentados sugerem que a área abriga um rico ecossistema cultural, impulsionado por museus, ações educacionais e eventos que atraem diversos públicos. Esses espaços funcionam como pontos estratégicos de preservação, educação e interação social, configurando-se como elementos fundamentais na construção e no fortalecimento da cultura urbana.

No Centro Leste, equipamentos como o Museu Victor Meirelles, o MESC e o Arquivo Histórico Municipal evidenciam a diversidade de funções que essas instituições assumem no cotidiano da cidade. Além de preservar acervos que resguardam a memória coletiva, promovem ações culturais voltadas a diferentes públicos e se consolidam como espaços de democratização do conhecimento.

Os dados do Quadro 1 evidenciam a variedade de missões e valores que orientam a atuação desses equipamentos. Enquanto o Museu Victor Meirelles se dedica à preservação e divulgação da obra do renomado artista catarinense, o Arquivo Histórico Municipal foca na proteção de documentos que datam do século XVIII, oferecendo acesso público e contribuindo para pesquisas históricas. O MESC se destaca por suas iniciativas educativas, promovendo exposições que articulam história e arte contemporânea, enquanto o Círculo Ítalo-Brasileiro organiza eventos e cursos que reforçam os laços entre as tradições locais e influências internacionais.

A atuação diversificada desses equipamentos é essencial para entender seu impacto no fortalecimento cultural do local. A comparação entre esses equipamentos revela como suas ações se complementam: enquanto o Museu Victor Meirelles e o MESC promovem atividades educativas baseadas na arte e na história, o Arquivo Histórico prioriza a preservação documental e o incentivo à pesquisa acadêmica. Essa diversidade de funções reflete o papel integrador e abrangente desses espaços na construção da identidade cultural local.

A relevância desses equipamentos vai além da preservação de acervos ou da realização de eventos. Eles atuam como catalisadores de processos educacionais, oferecendo oficinas, exposições e atividades que estimulam o pensamento crítico e a criatividade. Além disso, promovem a inclusão social ao garantir que diferentes segmentos da população, muitas vezes excluídos de atividades culturais tradicionais, tenham acesso a uma programação diversificada e acessível. Essa democratização da cultura fortalece o senso de pertencimento e contribui para a formação de uma cidadania culturalmente informada.

Apesar de sua importância, esses equipamentos enfrentam desafios significativos, como a manutenção física dos espaços, a modernização tecnológica e a ampliação do público. O investimento contínuo e um planejamento estratégico integrado são fundamentais para assegurar que continuem desempenhando suas funções de maneira eficaz.

### **3.3 Por dentro dos museus**

Para compreender a relação dos equipamentos culturais com o Centro Leste, foram selecionados três museus dentro do recorte estabelecido, explorando suas características e interações com o local. A escolha desses museus deve-se à sua vinculação a projetos de “revitalização” do Centro Leste, além de suas localizações estratégicas dentro da área de estudo. O Museu de Florianópolis está situado em frente à Praça XV de Novembro, no extremo oeste do recorte; o Museu Victor Meirelles encontra-se no centro da área analisada; e o Museu da Escola Catarinense está localizado no extremo leste. Essa variação de localização dentro do mesmo recorte é relevante, pois influencia a forma como cada instituição se relaciona com o entorno.

#### ***3.3.1 Museu de Florianópolis***

O Museu de Florianópolis iniciou suas atividades em novembro de 2023 como uma instituição cultural voltada à história do território e à formação socioespacial da capital catarinense. Criado em 2019, o museu consolidou-se por meio de uma parceria público-privada, resultante de uma licitação entre o SESC/SC e a Prefeitura Municipal de Florianópolis (PMF). O prédio pertence à prefeitura, mas sua gestão foi concedida ao SESC pelo período de 20 anos (SESC/SC, 2024). O museu ocupa o antigo edifício da Casa de Câmara e Cadeia, uma das construções mais antigas da cidade, erguida entre 1771 e 1780. Após a saída da sede da Câmara Municipal, em 2005, o edifício permaneceu fechado por anos, até o início de sua restauração em 2015. Durante as obras, foi construído um anexo na parte posterior da antiga Casa, também destinado ao funcionamento do museu (SESC/SC, 2024).

O espaço do museu está distribuído em dois pavimentos. No térreo, encontram-se as salas de exposições temporárias, o núcleo educativo e um espaço dedicado à memória da antiga Casa de Câmara e Cadeia. No primeiro pavimento, estão as salas de exposição

permanentes, organizadas em quatro áreas que narram a história de Florianópolis. O acervo conta com aproximadamente 11 mil itens (nem todos expostos), além de vídeos e recursos interativos voltados para os visitantes. Entre as salas de exposição, destaca-se “Florianópolis: Presente e Futuro”, que aborda temas como especulação imobiliária, direito à cidade, plano diretor e economia criativa. Essa sala estabelece uma conexão entre passado, presente e futuro, “propondo reflexões úteis para a construção de um caminho crítico na visita e na vida da cidade” (Museu de Florianópolis, 2024).

O núcleo educativo do museu desempenha um papel fundamental ao fortalecer sua função social por meio de ações educativas, programação cultural e atividades de divulgação voltadas à comunidade. O objetivo dessas iniciativas é “contribuir para a reflexão crítica acerca da cidade em sua multidimensionalidade” (SESC/SC, 2024). Entre as ações educativas promovidas, destacam-se as atividades extramuros, o grupo de estudos da equipe do Museu de Florianópolis, a produção de materiais pedagógicos e as visitas guiadas para escolas públicas e privadas — sendo que, para instituições de ensino público, a entrada é gratuita (SESC, 2024).

Atualmente, a direção geral do museu é realizada por Maria Ignez Mantovani Franco, enquanto os projetos museológicos e museográficos são conduzidos pela Exposições, Museus, Projetos Culturais (EXPOMUS).

### ***3.3.2 Museu Victor Meirelles***

O Museu Victor Meirelles foi criado com o objetivo de preservar a memória da vida e da obra do pintor Victor Meirelles, nascido em Florianópolis, em agosto de 1832. Está situado no sobrado onde o artista nasceu (Figura 8), um imóvel tombado como Casa Natal Victor Meirelles desde 1950 pelo então Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), atualmente Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (Museu Victor Meirelles, 2024). A mobilização popular desempenhou um papel fundamental na transformação do imóvel tombado em um museu dedicado à vida e à obra do artista. Assim, o Museu Victor Meirelles foi inaugurado em 15 de novembro de 1952 (Paiva; Padilha, 2022).

Em 2009, foi criado o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), uma autarquia vinculada ao então Ministério da Cultura, que passou a gerir e organizar diversos museus no país, incluindo o Museu Victor Meirelles (Plano Museológico MVM, 2019).

Inicialmente, o acervo do museu era composto por pequenas obras e estudos do artista provenientes do Museu Nacional de Belas Artes, no Rio de Janeiro, uma vez que Victor Meirelles havia estudado e lecionado na Academia Imperial de Belas Artes (AIBA). Atualmente, o acervo inclui essas obras iniciais, além de outras do pintor adquiridas por meio de compras e doações, bem como obras de alunos e professores do artista (Plano Museológico MVM, 2019).

Com a ampliação do museu, a instituição passou a contar com uma coleção chamada “XX e XXI”, composta por obras de artistas modernos e contemporâneos. Esse acervo foi formado por meio de um acordo com os artistas, que doavam uma obra após exposições temporárias realizadas no local (Plano Museológico MVM, 2019).

Em 2014, o projeto de restauração e ampliação do museu foi aprovado no Plano de Aceleração do Crescimento (PAC) - Cidades Históricas, que incluiu a doação do prédio adjacente à Casa Natal para ampliar o Museu Victor Meirelles. No mesmo ano, o edifício foi cedido pela Secretaria do Patrimônio da União (SPU) ao IBRAM por meio de um contrato de cessão por 20 anos (Plano Museológico MVM, 2019). A restauração e ampliação do edifício foram entregues em 24 de maio de 2019 (Figura 9).

Atualmente, o Museu Victor Meirelles é composto por dois edifícios: o imóvel tombado da Casa Natal Victor Meirelles, que abriga o acervo do artista, um espaço de convivência social e a entrada principal do museu, e a ampliação, situada no edifício anexo, que abriga as salas de exposições temporárias, o arquivo, a biblioteca, o auditório do setor educativo, além da parte administrativa do museu (Plano Museológico MVM, 2019).

Figura 10: Fachada da Casa Natal de Victor Meirelles, atual Museu Victor Meirelles



Fonte: o autor, 2024.

Figura 11: Fachada da Casa Natal de Victor Meirelles e edifício anexado durante as obras de 2016



Fonte: o autor, 2024.

### ***3.3.3 O Museu da Escola Catarinense***

O Museu da Escola Catarinense (MESOC), inaugurado em 1992, passou a ocupar, em 2007, o edifício localizado no número 196 da Rua Saldanha Marinho, no extremo leste da área de estudo, próximo à Avenida Hercílio Luz. O prédio foi originalmente construído para abrigar a Escola Normal Catharinense e, posteriormente, foi destinado à Faculdade de Educação de Santa Catarina (FAED) – a primeira do país. A FAED ocupou o edifício até o ano 2000, quando se transferiu para o campus da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), no bairro Itacorubi (Plano Museológico MESOC, 2020).

O Museu da Escola Catarinense (MESOC) foi criado com o objetivo de “conservar, pesquisar e expor a história e o patrimônio material escolar” (Plano Museológico MESOC, 2020). Seu acervo é dedicado à cultura material escolar do estado, abrangendo objetos e documentos que remetem à história e à memória da educação catarinense, preservando assim um importante legado pedagógico e cultural. O acervo conta com móveis originais de salas de aula, escritórios de diretoria, salas de reunião e bibliotecas de escolas catarinenses, além de uma coleção de brinquedos antigos (Plano Museológico MESOC, 2020). Makowiecky e Goudard (2020) observam que o papel do MESOC, ao apresentar seu acervo, evoca o sentimento de nostalgia criado pela memória de tempos passados. Atualmente, o museu oferece um tour virtual com todas as salas e itens digitalizados em visão 360°, disponível gratuitamente no site da UDESC (Makowiecky; Goudard, 2020).

Em 2013, o edifício passou por uma obra de restauração, impulsionada pela realização da 12ª Mostra Casa, evento sediado no museu e organizado pelo Diário Catarinense. O evento reuniu empresários e arquitetos com o objetivo de pensar na recuperação do edifício histórico, visando o uso sem descaracterizá-lo (UDESC, 2024). A Mostra aconteceu por meio de um acordo entre o museu e a organização do evento, que, ao ser encerrado, deixou algumas intervenções para o museu, como a reforma dos banheiros e a pintura do prédio, conforme ilustrado na Figura 10 (Plano Museológico MESC, 2020).

Figura 12: Fachada atual do Museu da Escola Catarinense.



Fonte: o autor, 2024.

### 3.4 Entrevistas

Diante disso, para compreender as políticas culturais dessas instituições, suas relações entre si e com o recorte estabelecido, além de sua articulação com o contexto local e com as recentes políticas urbanas voltadas para o Centro Leste e sua “revitalização”, foram realizadas entrevistas com a museóloga do Museu de Florianópolis, Cristina Maria Dalla Nora; a diretora substituta do Museu Victor Meirelles, Rita Matos Coitinho; e a Profª Dra. Maria Cristina da Rosa Fonseca da Silva, nova coordenadora do Museu da Escola Catarinense.

As entrevistas seguiram um roteiro estruturado com perguntas divididas em cinco seções principais. As respostas relacionadas aos questionamentos dos itens 1 a 3 foram sistematizadas e analisadas no Quadro 01:

1. Sobre o Museu: aspectos gerais da instituição, como funcionamento, missão, valores e acervo;
2. Público e democratização do acesso: estratégias e ações voltadas para ampliar o acesso às instituições culturais;
3. Estrutura financeira e investimentos: fontes de recursos e gestão financeira das instituições;
4. Relação com o Centro Leste e políticas de “revitalização”: interações com o contexto urbano local e com iniciativas da Prefeitura Municipal;
5. Políticas culturais e integração com o território e outras instituições: articulação das políticas culturais com o entorno, as demais instituições e o novo projeto de museu da área, o Museu de Arte Digital e Inovação, que será abordado posteriormente neste trabalho.

Em relação ao apoio da Prefeitura Municipal às ações realizadas pelos museus, todas as entrevistas afirmaram não haver essa articulação com o poder público da cidade, com exceção das atividades realizadas durante a Maratona Cultural, que afetam os horários e o número de visitantes do museu.

Coitinho mencionou que o Museu Victor Meirelles tem enfrentado “dificuldade de relacionamento com essa última gestão” e destacou a alta rotatividade de pessoas nos cargos da Prefeitura, o que dificulta a comunicação entre a instituição e a PMF. Além disso, mencionou problemas principalmente em relação aos acordos relativos ao Largo Victor Meirelles, que se encontra em frente ao museu e é de domínio da Prefeitura. Ela explicou que, devido à fumaça dos automóveis, que podem danificar as obras expostas, o largo precisa ter a circulação de veículos proibida. Ela afirmou: “Para fechar o largo para carros não entraram, a gente levou mais de um ano para a Prefeitura nos atender. Eles tinham retirado as cancelas e isso aqui virou um estacionamento. Isso virou um caos. O pessoal passava em cima da calçada do museu para estacionar.” Coitinho finalizou esse tópico dizendo: “A gente já teve o largo mais bonito em outros momentos” (Coitinho, 2024). As imagens 11 e 12 mostram a atual situação do Largo Victor Meirelles.

Figura 13: Largo Victor Meirelles com museu ao fundo.



Fonte: o autor, 2024.

Figura 14: Edifício ocioso dos Correios no Largo Victor Meirelles.



Fonte: o autor, 2024.

Ao serem questionadas sobre os projetos de “revitalização” do Centro Leste, as representantes dos museus de Florianópolis e do Museu Victor Meirelles disseram que não tinham conhecimento do envolvimento de suas instituições no projeto Centro Sapiens, mas destacaram que o local precisa ser mais observado pelo poder público. Entretanto, Fonseca da Silva vai além ao comentar sobre os projetos e a “degradação” do local. Segundo ela, os projetos de “revitalização” para a área têm o objetivo de gentrificar o local, e ela observa que, quando o MESC se instalou no atual endereço, “já era para

resolver um problema desse tipo. Já era um projeto de, agora o Centro Leste não é, mas a prefeitura queria fazer um processo de gentrificação”. Ainda sobre esses projetos, Fonseca da Silva complementa que a PMF “quer expulsar, tirar as marcas do tempo, os paralelepípedos, então tudo isso é um projeto muito bem instalado, muito bem-posto”.

Além disso, tanto na fala de Coitinho quanto na de Fonseca da Silva, responsáveis pelos museus situados mais no Centro Leste, é possível perceber que os comércios próximos, mesmo os noturnos, que não interferem nos horários de funcionamento dos museus, são vistos como positivos para fomentar a cultura e garantir vida e segurança para o local.

Como visto neste capítulo, embora existam diversas instituições culturais que, em diferentes esferas, se articulam entre si e promovem ações voltadas para a democratização da cultura e o acesso universal da população aos equipamentos do Centro Leste, surge, nesse contexto, um novo equipamento cultural que promete modificar o cenário do centro fundacional de Florianópolis. Trata-se do Museu de Arte Digital e Inovação (MADI), que parece ter intenções bem definidas quanto à sua função e idealização.

### **3.5 MADI: O novo cartão-postal de Florianópolis**

Em meio aos diversos equipamentos culturais já presentes no Centro Leste, e à evidente falta de articulação da PMF com esses espaços, surge um projeto que promete transformar não apenas a paisagem da cidade, mas também seu panorama cultural, com o objetivo de conectar arte digital à inovação tecnológica, consolidando um novo cartão-postal para a cidade: o Museu de Arte Digital e Inovação (MADI).

O MADI foi apresentado em 1º de dezembro de 2022, em um evento realizado na ACATE Downtown, fruto de uma parceria entre a agência de publicidade Propague, o escritório paulista de arquitetura Rodrigo Ohtake e a JA8 Arquitetura Viva, responsável pelo paisagismo. Com mais de 10 mil metros quadrados, o projeto associa Florianópolis ao nome Ohtake, criando uma conexão de marca com a cidade, como pode ser visto na Figura 13 (ARQSC, 2022).

A localização prevista para o projeto é o terreno adjacente ao TICEN, onde atualmente está localizado o estacionamento MultiPark (Figura 14), em frente ao novo Largo da Alfândega, inaugurado em 2020, que, pelo plano diretor atual da cidade, é uma Área Comunitária Institucional (ACI). Além da associação com o nome Ohtake, o projeto apresenta uma arquitetura marcante que se destaca na paisagem, uma vez que o TICEN,

o Largo da Alfândega e o Mercado Público — edifícios próximos ao local — têm gabaritos baixos e relevância para o patrimônio histórico da cidade e do centro fundacional. Ademais, o entorno é composto por vias expressas e terrenos vazios, o que potencializa o impacto do projeto arquitetônico. Isso remete às constatações feitas por Arantes (2000) e Kara-José (2007), levantadas no Capítulo 01, ao analisar casos de grandes equipamentos culturais anexados a grandes nomes da arquitetura, com projetos emblemáticos que têm a intenção de se destacar e quebrar com a paisagem.

*Figura 15: Imagem de divulgação do MADI.*



Fonte: Escritório Ohtake, 2022.

Nas notícias e vídeos veiculados no dia do evento de lançamento da proposta, algumas falas dos responsáveis pelo projeto chamam a atenção. Em todos os vídeos encontrados, é mencionada a posição de Florianópolis como um polo de tecnologia e inovação, destacando a cidade como uma referência no Brasil e a indústria tecnológica como uma das principais fontes da economia local. Por isso, “não podia haver outro lugar para receber esse museu de arte e tecnologia” (Patrícia Costa in Gadotti /ND, 2022).

Além disso, a conexão do centro com o mar e os esforços da prefeitura em reaproximar a população da água foram citados por todos os entrevistados. Uma das repórteres levantou as últimas medidas que a Prefeitura Municipal de Florianópolis tem tomado para promover essa reaproximação, como a reabertura da Ponte Hercílio Luz, o projeto da Marina da Beira-Mar Norte e a futura revitalização do centro de convenções CentroSul, também localizado no aterro da Baía Sul. Além desses, em outubro deste ano,

a prefeitura lançou uma licitação para o Parque do Remo, localizado na cabeceira das pontes Colombo Salles e Pedro Ivo. Entretanto, é importante destacar alguns pontos sobre esses projetos. As redondezas do Parque da Luz, onde está localizada a cabeceira insular da Ponte Hercílio Luz, estão passando por um intenso processo de gentrificação e especulação imobiliária nos últimos anos. O projeto da Marina Beira-Mar Norte, que também conta com urbanismo e paisagismo pela JA8 Arquitetura Viva, tem causado controvérsia devido ao seu caráter elitista e aos riscos para a fauna e flora local. Por fim, o CentroSul tem sido amplamente utilizado para eventos de tecnologia e inovação. No entanto, é relevante destacar que esses projetos são questionáveis em relação ao seu caráter de reaproximação da população, uma vez que possuem um forte potencial gentrificador.

Figura 16: Estacionamento MultiPark no local previsto para a instalação do MADI.



Fonte: do autor, 2024

Esses projetos, que visam aproximar a população do mar, têm semelhanças com processos que ocorrem em outras cidades do Brasil e do mundo, vistos como bem-sucedidos por seu papel “revitalizador” e “restaurador” de áreas “degradadas” e “abandonadas”, ao se conectarem novamente com corpos d’água. São exemplos as áreas portuárias de Port Vell, em Barcelona, Puerto Madero, em Buenos Aires, Porto Maravilha, no Rio de Janeiro, além do emblemático caso de Bilbao, na Espanha.

Um último ponto de destaque foi a forte relação que os projetistas estabelecem entre Florianópolis e os sambaquis. No entanto, além do mimetismo com os sambaquis,

nas próprias palavras de Rodrigo Ohtake, que marca a entrada do edifício, não há nenhuma menção a exposições, sejam permanentes ou temporárias, relacionadas à história desse período (Rodrigo Ohtake in Gadotti /ND, 2022). Os sambaquis são mencionados como uma lembrança de uma história mais antiga da cidade, mas a menção se limita ao discurso. O destaque do projeto continua nas formas idiossincráticas, nos materiais sustentáveis e no ícone arquitetônico e cartão-postal que ele pode se tornar.

As manchetes sobre o museu também chamam a atenção, sempre colocando o edifício, que ainda está no papel, como um “projeto icônico” para a cidade. O próprio arquiteto Rodrigo Ohtake afirmou, em uma das entrevistas de lançamento, que “a ideia é viabilizar a construção de um ‘edifício icônico’ e que seja um ‘cartão postal’, a exemplo do Guggenheim Bilbao (Espanha) e da Opera House, de Sydney (Austrália)” (Rodrigo Ohtake in Fabio Gadotti/ND+, 2022). Esse é um processo que também foi observado em Barcelona, como já pontuado neste trabalho.

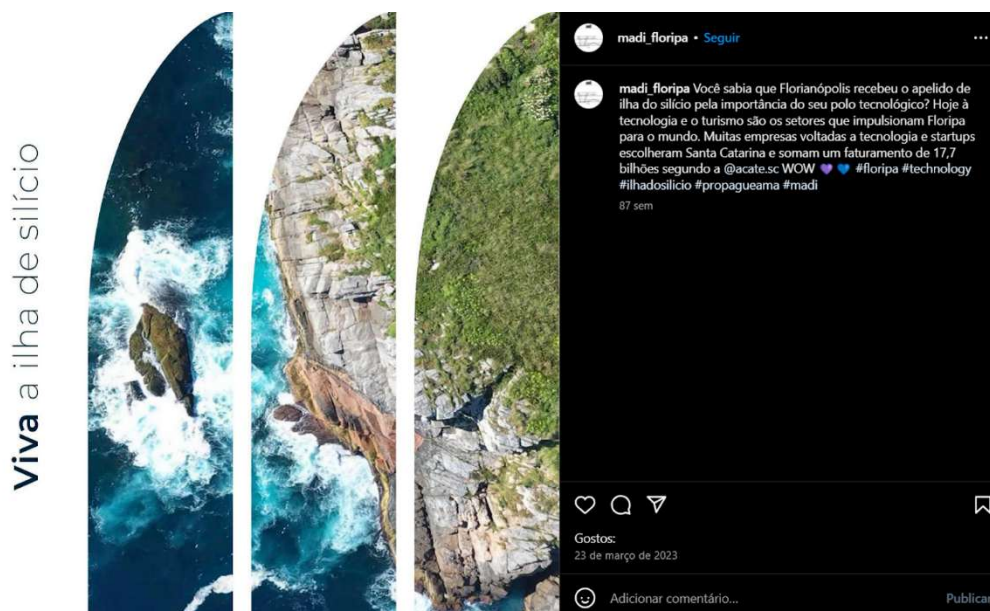
Ao analisar com mais atenção os equipamentos culturais já presentes no Centro Leste e o que o MADI está se encaminhando para ser, o novo museu não parece criar uma conexão com o que já existe no cenário cultural do centro da cidade. Inclusive, o evento de lançamento foi voltado para empreendedores da cidade, enquanto os responsáveis pelas instituições culturais — ao menos aqueles entrevistados para este trabalho — não foram chamados ou consultados sobre possíveis articulações ou ações conjuntas, nem sobre o impacto que um novo centro cultural com as dimensões do MADI poderia causar nos equipamentos pré-existentes. O novo museu seria, portanto, a novidade, a inovação. Por essa razão, a “inovação” está no próprio nome do museu, que seria visto como um equipamento de recuperação de uma área, materializando a tecnologia de ponta da “Ilha do Silício” em algo que possa aparecer nas capas de manchetes e guias de turismo da cidade.

Cabe destacar que nenhuma das instituições entrevistadas para este trabalho foi convidada para o evento de inauguração do MADI, nem procurada para conversar sobre possíveis impactos ou articulações que poderiam ser feitas entre as instituições.

Até a publicação deste trabalho, não houve novas atualizações sobre as negociações para viabilizar o projeto. Na época do evento de lançamento, o projeto ainda aguardava os trâmites burocráticos necessários para aprovação nos órgãos públicos, além da captação de investimentos privados (Gadotti, 2022). As informações mais recentes foram publicadas em março de 2023 no perfil oficial do MADI no Instagram (@madi\_floripa). A postagem mais recente, intitulada "Viva a Ilha de Silício",

relacionava Florianópolis ao universo das startups e destacava o apelido da cidade, atribuído à sua relevância como polo tecnológico (Figura 15).

Figura 17: Última postagem realizada pelo perfil do MADI no Instagram.



Fonte: @madi\_floripa, 2024.

### 3.6 A cultura fora da estética

Antes de apresentar as considerações finais sobre este trabalho, vale mencionar algumas instituições de fomento à cultura que lutam para se manter no Centro Leste e preservar sua cultura viva, mas que são frequentemente ignoradas pelo poder público.

O prédio onde funcionava a Escola Antonieta de Barros, já mencionado neste trabalho, foi doado pelo Estado de Santa Catarina, por meio da Lei 18589/23 (Estado de Santa Catarina, 2023), ao município de Florianópolis. O local será utilizado para a instalação do Museu Antonieta de Barros, do Centro de Memória, Cultura e Arte Negra Catarinense, além de um espaço dedicado à vida e obra de Franklin Cascaes (Florianópolis, 2024). O espaço servirá como um local de memória da primeira deputada estadual negra eleita no Brasil, em 1934, na primeira eleição em que mulheres puderam votar e ser votadas. O entorno da escola foi instituído como Espaço Cultural a Céu Aberto Antonieta de Barros em outubro de 2023, através da PL nº 18952/2023.

Entretanto, o edifício localizado no número 156 da Rua Saldanha Marinho, que era de poder estadual, estava desocupado desde 2008 e, desde então, foi palco de disputas quanto ao seu uso e ocupação. Após ser desocupado, o local foi se degradando com o

tempo, além de sofrer com diversas pichações e depredações ao longo dos anos. Isso fez com que aparecesse em diversas manchetes, associando seu estado de conservação ao abandono e à insegurança do Centro Leste. O local foi solicitado pelo movimento negro para abrigar a instituição cultural e de memória, mas sempre teve seu uso negado a essa população. Como foi visto, o projeto Centro Sapiens tinha a intenção de ocupar o local quando estava instalado no prédio do MESC, mas as intenções não foram efetivadas, além da breve ocupação da quadra de esportes anteriormente mencionada.

Figura 18: Estado atual do edifício localizado na Rua Saldanha Marinho, 156



Fonte: o autor, 2024.

Outra instituição que está presente no recorte de estudo e ocupa um edifício com condições extremamente precárias no Centro Leste é o Instituto Arco-íris de Direitos Humanos. Essa entidade, voltada para a população em vulnerabilidade social, especialmente aquelas que vivem com o HIV, precisou até pausar suas atividades no local devido às condições do edifício. Fundado em 1997, o instituto ocupa atualmente o prédio localizado na Travessa Ratcliff, nº 56 (Figura 17).

A organização, que funciona por meio da atuação de movimento social organizado, realiza campanhas de conscientização, workshops, seminários e eventos culturais que promovem a inclusão e o respeito à diversidade, incentivando artistas locais e independentes a exporem e utilizarem o espaço para se expressar. O local e as atividades são abertos a todos. Recentemente, a restauração do casarão se tornou um projeto de extensão vinculado ao curso de Arquitetura e Urbanismo da UFSC, com consultoria do IPHAN.

Figura 19: atual situação do edifício localizado na Travessa Ratcliff, n° 56.



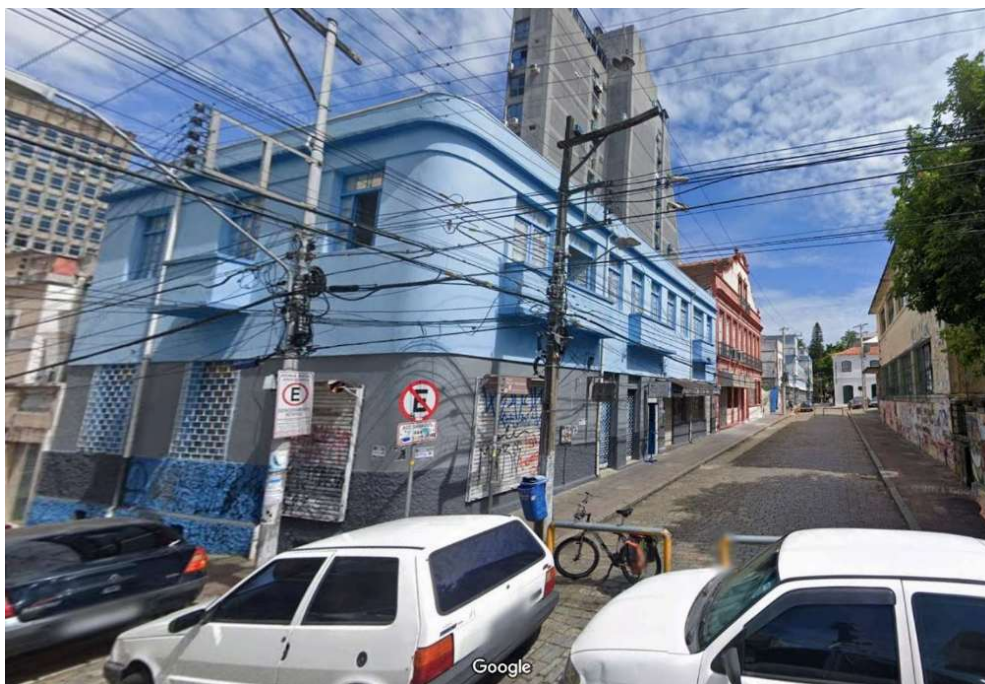
Fonte: o autor, 2024.

O Canto do Noel, também conhecido como Bar do Noel, é um dos locais mais tradicionais do Centro Leste, localizado no número 186 da Rua Tiradentes. Desde sua inauguração em 1957, o local se tornou um símbolo da cultura de Florianópolis, com suas clássicas rodas de samba e feijoadas.

O Bugio Bar, instalado no casarão histórico do número 112 da Rua Victor Meirelles, firmou-se como um local de fomento à cultura e de encontro de públicos diversos. Ocupando também o Espaço Cultural a Céu Aberto Antonieta de Barros, em frente ao antigo colégio de mesmo nome, o bar modificou a maneira como o local era utilizado e ocupado dentro do centro (Figura 18), equipando-o com mesas e rodas de samba, além de levar seus eventos culturais de dentro do bar para o lado de fora, de forma gratuita e democrática para todos (Figura 19). Além disso, o bar tem uma forte atuação nas redes sociais na divulgação do calendário cultural do Centro Leste, com postagens semanais sobre os principais eventos realizados pelo bar e por outras atividades culturais da região como um todo. Foi esse esforço em manter a cultura e a memória do Centro Leste que levou instituições como o MESC a propor parcerias com o bar, abrindo suas portas para ensaios de grupos de samba, bandas e grupos culturais dentro do museu.

Porém, em uma pesquisa rápida sobre bares e a cena noturna do centro de Florianópolis no Google, as páginas que listam os locais são rapidamente substituídas por aquelas que dizem respeito aos decretos que estipulam o horário de funcionamento dos bares e similares.

Figura 20: Situação do edifício do Bugio Bar antes de sua instalação.



Fonte: Google Maps, 2022.

O decreto que regulamenta os horários de funcionamento e o som noturno afetou diretamente a cultura local. No dia 1º de abril de 2024, a Prefeitura Municipal de Florianópolis, por meio do Diário Oficial Eletrônico nº 3657, lançou o decreto nº 26.232, que regulamenta a Lei nº 1224/74, que institui o código de postura municipal. O decreto tinha como objetivo estimular e regulamentar o funcionamento de bares, restaurantes, casas noturnas e similares no Centro Leste, restringindo limites de horário para abertura, som externo e som interno, de acordo com os dias da semana (DIÁRIO OFICIAL, 2024). A divulgação do decreto gerou atenção, pois o Centro Leste é conhecido pela vida boêmia e noturna.

Após diversas polêmicas e manifestações, a Prefeitura Municipal revogou o decreto em 17 de junho de 2024 e lançou um substitutivo, o decreto nº 26.609, que criou o Pacto de Convivência Centro Leste. O novo decreto mantém as características de segunda a quarta-feira, mas altera os horários de quinta-feira, que agora são os mesmos de sextas e sábados. Entretanto, os horários de som externo e de fechamento permaneceram os mesmos. Embora o decreto não afete comerciantes que operam durante o dia, ele impacta diretamente os comércios noturnos.

Ao analisar a cena cultural do Centro Leste, é possível notar não apenas como a cultura voltada para populações marginalizadas (neste caso, a comunidade negra e a comunidade LGBTQIAPN+) é tratada na cidade, mas também uma visão associada ao “abandono” e à “degradação” que a prefeitura endossa em seus discursos, frequentemente utilizados pelas associações privadas interessadas na área. Observa-se que importantes instituições, que servem para a manutenção da memória e histórico de luta dessas populações, estão sendo negligenciadas pelo poder público, enquanto se investe em esforços para a instalação de uma instituição totalmente nova, como o MADI, que visa o turismo e o fortalecimento de imagens midiáticas para a cidade, além de servir como atrativo para investimentos externos.

*Figura 21: Estado atual do edifício onde está instalado o Bigio Bar.*



Fonte: do autor, 2024.

O uso da cultura e de seus equipamentos como ferramentas de “revitalização” urbana no Centro Leste de Florianópolis destaca uma complexa relação entre as ações culturais existentes e as políticas voltadas para o desenvolvimento urbano. O Centro Leste já possui uma identidade cultural consolidada, sustentada por um conjunto diversificado de museus e instituições que promovem um rico ecossistema de atividades culturais e educativas. No entanto, apesar da relevância e do impacto positivo desses equipamentos, há uma evidente lacuna no envolvimento da administração pública municipal, que parece negligenciar a oportunidade de potencializar o que já está consolidado na região.

Nesse contexto, a proposta de instalação do Museu de Arte Digital e Inovação (MADI), um equipamento cultural de grande porte, ganha destaque. Embora sua implementação seja apresentada como um marco para o desenvolvimento cultural e urbano, seu real objetivo parece transcender a dimensão cultural, alinhando-se a modelos globais de revitalização que priorizam a criação de âncoras turísticas e econômicas. Esses modelos, frequentemente importados sem adaptações ao contexto local, utilizam equipamentos culturais icônicos como catalisadores para atrair investimentos privados e redesenhar a paisagem urbana, transformando a área em um cartão-postal que ganha visibilidade midiática.

Embora tais iniciativas possam gerar impactos positivos a curto prazo, como o aumento do fluxo turístico e a valorização imobiliária, elas frequentemente ignoram as especificidades históricas, sociais e culturais já presentes na região, além de deslocar recursos que poderiam ser direcionados para fortalecer as estruturas existentes. Museus como o Victor Meirelles e o MESC, que possuem uma articulação cultural sólida e promovem atividades educativas relevantes, poderiam se beneficiar de ampliações estruturais e programas de incentivo que potencializassem suas atividades. Além disso, a descentralização de recursos poderia fomentar iniciativas menores e mais inclusivas, permitindo que outros atores culturais locais também contribuam para a revitalização da região.

Uma análise mais detalhada do projeto do MADI revela a ausência de mecanismos claros de integração com os equipamentos culturais já existentes. A implementação isolada de um equipamento centralizador pode reforçar dinâmicas fragmentadas, em vez de criar redes colaborativas que maximizem o impacto das ações culturais. A articulação entre as instituições locais é fundamental para transformar o Centro Leste em um verdadeiro polo cultural, valorizando a identidade já consolidada da região. Além disso, grandes projetos culturais tendem a desencadear processos de gentrificação, elevando os custos imobiliários e alterando o perfil socioeconômico da região. Isso pode levar ao deslocamento de comunidades e agentes culturais que historicamente atuaram no local, comprometendo a identidade e a inclusão social do Centro Leste.

Embora o MADI possa atrair um público diverso e gerar maior visibilidade para Florianópolis, é fundamental avaliar se os benefícios serão redistribuídos de maneira equitativa ou concentrados em setores específicos. A revitalização efetiva não deve ser apenas uma estratégia de marketing urbano, mas um processo inclusivo e integrado que reconheça o papel da cultura na construção de cidades mais justas e sustentáveis. Assim,

o desafio reside em reverter a lógica atual, direcionando esforços e recursos para o fortalecimento de equipamentos culturais existentes, cuja relevância e potencial já estão amplamente evidenciados, transformando-os no verdadeiro motor de uma nova identidade para o Centro Leste.

O caso do Centro Leste de Florianópolis ilustra a necessidade de repensar as políticas de revitalização urbana, privilegiando estratégias que aproveitem e amplifiquem os recursos já disponíveis, em vez de importar modelos genéricos que frequentemente desconsideram as complexidades locais. A revitalização efetiva não deve ser apenas uma estratégia de marketing urbano, mas um processo inclusivo e integrado que reconheça o papel da cultura na construção de cidades mais justas e sustentáveis.

## Considerações Finais

É importante destacar que a instalação de mais um equipamento de cultura não é uma problemática, muito pelo contrário, quanto mais opções de cultura e lazer uma cidade possui, mais dinâmica e democrática ela se torna. O problema surge quando essa instalação possui um viés que visa segregar e gentrificar áreas que são ocupadas por uma parcela da sociedade já bastante ignorada. Ninguém é contra a cultura, e sim a forma como ela está sendo colocada, para quem, com qual viés, para quem interessa e por que acontece.

O Centro Leste precisa urgentemente de políticas públicas que visem o local, porém elas precisam ser pautadas em questões sociais, acima das econômicas. Vender o local para a iniciativa privada, que apenas propõe projetos que visam limpar o que existe atualmente no local para aparecer nas capas dos noticiários e manchetes, não é a solução. O Centro Leste é vivo e ocupado por uma cultura latente, e quem já está ali deve ser levado em consideração. Nota-se que os investimentos e o apoio da Prefeitura Municipal são voltados para aqueles projetos culturais que visam iniciativas privadas, com um público específico e que, muitas vezes, trazem um caráter higienista e segregador às cidades.

O deslocamento de moradores e pequenos comerciantes para dar lugar a novos investimentos, voltados principalmente para o turismo e a especulação imobiliária, é uma realidade crescente. O Centro Leste, com seus altos valores de metro quadrado, acaba sendo um espaço atrativo para grandes empreendimentos, enquanto as comunidades marginalizadas, que historicamente ocuparam e mantiveram a área, veem-se cada vez mais afastadas.

Visto o histórico de ações da Prefeitura Municipal de Florianópolis e a cada vez mais frequente utilização de ferramentas do *city marketing* para alavancar a cidade para um cenário global, o MADI tem a tendência de se tornar uma âncora cultural no Centro Leste de Florianópolis, contribuindo para a “revitalização” da área.

## Referências Bibliográficas

BALIBREA, Mari Paz. Urbanism, culture and the post-industrial city: Challenging the 'Barcelona model'. **Journal of Spanish cultural studies**, v. 2, n. 2, p. 187-210, 2001.

BRAUN, Erik. **City Marketing: Towards an integrated approach**. 2008

CABRAL, O. R. **Historia de Santa Catarina**. Florianópolis. Laudes, 1970.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia?** 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2008. 120 p.

CHIBIAQUI, André Michels. **Área central de Florianópolis: implicações das propostas de revitalização urbano no espaço e na paisagem do setor leste**. 2018. 211 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

CHIBIAQUI, André Michels; NÓR, Soraya. Área central de Florianópolis: implicações do processo de revitalização urbana na vitalidade do setor leste. **Oculum Ensaios**, v. 17, 2020.

FLORIDA, Richard. Cities and the creative class. **City & community**, v. 2, n. 1, p. 3-19, 2003.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class--revisited: Revised and expanded**. Basic Books (AZ), 2014.

GARCIA, Fernanda Ester Sánchez. **Cidade espetáculo: política, planejamento e city marketing**. Editora Palavra, 1997.

HARVEY, David. **Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio**. São Paulo, Espaço e Debates, nº 39, 1986, p.

IRAZABAL ZURITA, Clara E. Desenho Urbano, **Planejamento e Políticas de Desenvolvimento em Curitiba**. 2013.

KARA-JOSÉ, Beatriz. **Políticas culturais e negócios urbanos: a instrumentalização da cultura na revalorização do centro de São Paulo, 1975-2000**. Annablume, 2007.

KAVARATZIS, Mihalis; ASHWORTH, G. J. Beyond the logo: Brand management for cities. **Journal of Brand Management**, v. 16, n. 8, p. 520-531, 2007.

KAVARATZIS, Mihalis; ASHWORTH, Gregory J. City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick?. **Tijdschrift voor economische en sociale geografie**, v. 96, n. 5, p. 506-514, 2005.

KAVARATZIS, M. From *city marketing* to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. **Place Branding**, 2004.

LENZI, Maria Helena; GONÇALVES, Tiago Cargnin; ANDRADE, Gustavo Pires de. De “sol e mar” a “Ilha do silício”: narrativas midiáticas na promoção de Florianópolis (1975-2020). **revista brasileira de estudos urbanos e regionais**, v. 25, p. e202313, 2023

MAKOWIECKY, Sandra; GOUDARD, Beatriz. Museu da Escola Catarinense: um tour virtual, arquivos, acervos e espaços preservados, 2021.

MESC/UDESC (Florianópolis). **PLANO MUSEOLÓGICO**: museu da escola catarinense. Florianópolis: Mesc/Udesc, 2020.

MUSEU VICTOR MEIRELLES (Florianópolis). **PLANO MUSEOLÓGICO**: museu victor meirelles. Florianópolis: Museu Victor Meirelles, 2019.

PADDISON, Ronan. *City marketing*, image reconstruction and urban regeneration. **Urban studies**, v. 30, n. 2, p. 339-349, 1993

PAIVA, William Adão Ferreira; PADILHA, Renata Cardozo. Aproximações conceituais sobre a mediação da informação e os serviços prestados no Museu Victor

Meirelles. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 18, n. 2, p. 1-20, 2022.

RIZZO, Paulo Marcos Borges. **Do urbanismo ao planejamento urbano: utopia e ideologia: caso de Florianópolis. 1950 a 1990.** 1993. 119 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Geociências, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1993.

SÁNCHEZ, Fernanda. A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política. **Revista de sociologia e política**, p. 31-49, 2001.

SÁNCHEZ GARCIA, Fernanda Ester. **Cidade espetáculo: política, planejamento e city marketing.** Curitiba: Palavra, 1997

SÁNCHEZ, Fernanda; MOURA, Rosa. Cidades-modelo: espelhos de virtude ou reprodução do mesmo. **Cadernos Ippur**, v. 13, n. 2, p. 95-114, 1999.

SESC SC (Florianópolis). **PLANO MUSEOLÓGICO: museu de florianópolis.** Florianópolis: Jp Cultural Ltda., 2015.

SMITH, Andrew. Conceptualizing city image change: the 're-imaging' of Barcelona. **Tourism geographies**, v. 7, n. 4, p. 398-423, 2005

SUGAI, Maria Inês. **Segregação silenciosa: investimentos públicos e dinâmica socioespacial na área conurbada de Florianópolis (1970-2000).** Florianópolis: Editora da Ufsc, 2015. 255 p.

VAINER, Carlos et al. Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**, v. 3, p. 75-103, 2000

VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia; ARANTES, Otilia. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. **Petrópolis, RJ: Vozes,** 2000

VAN DEN BERG, Leo; BRAUN, Erik. **Sports and city marketing in European cities**. Routledge, 2017.

VASCONCELLOS, Lélia M. de; MELLO, Maria Cristina F. de. Re: atrás de, depois de. **VARGAS, Heliana C.; CASTILHO, Ana Luisa H. de. Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados**, v. 2, 2009

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 2001. 373 p.

VEIGA, Eliane Veras da. **Processo histórico de mutação da paisagem urbana da área central de Florianópolis 1850-1930**. 1990. 513f. 1990. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado)-Centro de Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

## NOTÍCIAS

ALTAIR MAGAGNIN. Nd+. **Aos 3 anos, Centro Sapiens avança renovação do Leste do Centro Histórico de Florianópolis**. 2018. Disponível em: <https://ndmais.com.br/economia/aos-3-anos-centro-sapiens-avanca-renovacao-do-leste-do-centro-historico-de-florianopolis/>. Acesso em: 14 out. 2024.

ARCO-ÍRIS, Instituto. Histórico. Disponível em: <https://institutoarcoirisdh.wordpress.com/historico/>. Acesso em: 22 dez. 2024.

ARQSC. Projeto do Museu de Arte Digital e Inovação é apresentado em Florianópolis. *ArqSC*, 2024. Disponível em: <https://arqsc.com.br/projeto-do-museu-de-arte-digital-e-inovacao-e-apresentado-em-florianopolis/>. Acesso em: 23 dez. 2024.

BRASIL, Marinha do. CENTRO CULTURAL DA MARINHA EM SANTA CATARINA (CCMSC). Disponível em: <https://www.marinha.mil.br/cpsc/ccmsc>. Acesso em: 22 dez. 2024.

BRASILEIRO, Circulo Italo. Quem somos. Disponível em: <https://www.circuloitalobrasileiro.com/quem-somos>. Acesso em: 22 dez. 2024.

CASCAES, Fundação Franklin. Exposição une fotografia e arte na Galeria Vecchietti. Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/sobre/patrimoniocultural?id=17603&mod=pagina>. Acesso em: 22 dez. 2024.

CDL Florianópolis. Feira Viva Cidade. Disponível em: <https://www.cdflorianopolis.org.br/postagem/galerias/feira-viva-cidade>. Acesso em: 23 dez. 2024.

CO Studio (2024). Square Lab – Praça Laboratório. Disponível em: <https://costudio.art.br/portfolios/square-lab-praca-laboratorio/>. Acesso em: 23 dez. 2024.

CULTURA, Fundação Catarinense de. Projeto Tamar tem programação especial para 9ª Primavera de Museus. 2015. Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/noticias/noticias-patrimonio-cultural?start=725&utm>. Acesso em: 22 dez. 2024. MEIRELLES, Museu Victor. Museu

FABIO GADOTTI (Florianópolis). Nd+. **Centro-leste vai voltar a ser o “coração da cidade”, diz o prefeito de Florianópolis.** 2023. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/gean-loureiro-diz-que-requalificacao-do-centro-historico-de-florianopolis-e-prioridade/>. Acesso em: 05 ago. 2024

FABIO GADOTTI. Floripamanhã. **Comerciantes do Centro Histórico de Florianópolis estão pedindo socorro.** 2021. Disponível em: <https://floripamanha.org/2021/03/comerciantes-do-centro-historico-de-florianopolis-estao-pedindo-socorro/>. Acesso em: 05 out. 2024.

FABIO GADOTTI (Florianópolis). Nd+. **Gean Loureiro diz que “requalificação” do centro histórico de Florianópolis é prioridade.** 2018. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/gean-loureiro-diz-que-requalificacao-do-centro-historico-de-florianopolis-e-prioridade/>. Acesso em: 05 ago. 2024

FABIO GADOTTI (Florianópolis). Nd+. **Gean Loureiro lamenta suspensão de obra no Centro Histórico de Florianópolis.** 2021. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/gean-loureiro-diz-que-requalificacao-do-centro-historico-de-florianopolis-e-prioridade/>. Acesso em: 05 ago. 2024.

FABIO GADOTTI (Florianópolis). Nd+. **O Madi, um projeto “icônico” para o aterro da Baía Sul, em Florianópolis.** 2022. Disponível em: <https://ndmais.com.br/cultura/o-madi-um-projeto-iconico-para-o-aterro-da-baia-sul-em-florianopolis/>. Acesso em: 14 set. 2024.

FLORIPAMANHÃ. Projeto Distrito 48 vai transformar área central de Floripa através da economia criativa. 2020. Disponível em: <https://floripamanha.org/2020/08/projeto-distrito-48-vai-transformar-area-central-de-floripa-atraves-da-economia-criativa/>. Acesso em: 23 dez. 2024.

**G1.** Revitalização do entorno da Praça XV trará maior acessibilidade e irá beneficiar o comércio da região. *G1*, Florianópolis, 29 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/prefeitura-municipal-de-florianopolis/florianopolis-uma-cidade-para-todos/noticia/2023/09/29/revitalizacao-do-entorno-da-praca-xv-trara-maior-acessibilidade-e-ira-beneficiar-o-comercio-da-regia>. Acesso em: 14 dez. 2024.

GAZETA DO POVO. 201 Curitiba e Florianópolis entram na Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/curitiba-e-florianopolis-entram-na-rede-de-cidades-criativas-da-unesco-eguel8xmg3cemz1m37x7v5u8e/>. Acesso em: 17 dez. 2024.

IMAGEM DA ILHA. Centro Leste: Prefeitura entrega revitalização da área e anuncia novo projeto. 2024. Disponível em: <https://imagemdailha.com.br/noticias/cidade/centro-leste-prefeitura-entrega-revitalizacao-da-area-e-anuncia-novo-projeto.html>. Acesso em: 23 dez. 2024.

MARTIN, Márcio Henrique. Casa da Literatura Catarinense Poeta Cruz e Sousa. 2022. Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/espacos/casa-da-literatura-catarinense>.

Acesso em: 22 dez. 2024.

MEYER FILHO, Instituto. INSTITUTO MEYER FILHO. Disponível em: <https://meyerfilho.org.br/memorial/>. Acesso em: 22 dez. 2024.

MOACIR PEREIRA (Florianópolis). Nd+. **Centro histórico de Florianópolis: sujeira, pichações, lojas fechadas, abandono.** 2020. Disponível em: <https://ndmais.com.br/politica/centro-historico-de-florianopolis-sujeita-pichacoes-lojas-fechadas-abandono/>. Acesso em: 05 out. 2024.

MOACIR PEREIRA (Florianópolis). Nd+. **O abandonado centro histórico da Ilha.** 2023. Disponível em: <https://ndmais.com.br/infraestrutura/o-abandonado-centro-historico-da-ilha/>. Acesso em: 16 out. 2024.

NSC (Florianópolis). **Obras de revitalização no Centro Leste de Florianópolis atendem a solicitações antigas de comerciantes e moradores; saiba quais são.** Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/obras-de-revitalizacao-no-centro-leste-de-florianopolis-atendem-a-solicitacoes-antigas-de>. Acesso em: 30 set. 2024.

NSC Total. Mudança nos terminais do Centro de Florianópolis a partir deste sábado. *NSC Total*, Florianópolis, 18 set. 2023. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/mudanca-nos-terminais-do-centro-de-florianopolis-a-partir-deste-sabado>. Acesso em: 15 dez. 2024.

NSC Total. Prefeitura de Florianópolis lança oficialmente o projeto do Centro Sapiens. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/prefeitura-de-florianopolis-lanca-oficialmente-o-projeto-do-centro-sapiens>. Acesso em: 18 dez. 2024.

PÚBLICOS, Ministério da Gestão da Inovação em Serviços. Arquivo Histórico do Município de Florianópolis (AHMF) - Professor Oswaldo Rodrigues Cabral. Disponível em: <https://dibrarq.arquivonacional.gov.br/>. Acesso em: 22 dez. 2024.

RAMOS, Espaço Cultural Governador Celso. Espaço Cultural - Introdução. Disponível em: <https://www.brde.com.br/espacoculturalflorianopolis/espaco-cultural/>. Acesso em:

ROSA, Rodrigo. A Casa. 2013. Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/espacos/casajoseboiteux>. Acesso em: 22 dez. 2024.

SANTA CATARINA. Lei nº 18.589, de 11 de janeiro de 2023. *Autoriza a doação de imóvel ao Município de Florianópolis e estabelece outras providências*. Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, 2023. Disponível em: [https://leis.alesc.sc.gov.br/html/2023/18589\\_2023\\_lei.html](https://leis.alesc.sc.gov.br/html/2023/18589_2023_lei.html). Acesso em: 23 dez. 2024.

SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA DE SANTA CATARINA. Notícias - Patrimônio Cultural. Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/noticias/noticias-patrimonio-cultural?start=725&utm>. Acesso em: 22 dez. 2024.

SESC. O Museu de Florianópolis. Disponível em: <https://www.sesc-sc.com.br/museudeflorianopolis/sobre/o-museu-de-florianopolis>. Acesso em: 22 dez. 2024.

SMART CITY EXPO. The event. Disponível em: <https://www.smartcityexpo.com/the-event/>. Acesso em: 23 dez. 2024.

UDESC. Coordenações do museu. Disponível em: <https://www1.udesc.br/?id=2415>. Acesso em: 22 dez. 2024.

UFSC. Centro Sapiens: um espaço de inovação e empreendedorismo. Disponível em: <https://via.ufsc.br/acoes/centro-sapiens/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

UFSC (2016). Projeto de extensão da UFSC lança edital de seleção de projetos para pré-incubadora gratuita. Disponível em: <https://noticias.ufsc.br/2016/11/projeto-de-extensao-da-ufsc-lanca-edital-de-selecao-de-projetos-para-pre-incubadora-gratuita/>. Acesso em: 23 dez. 2024.

UPIARA BOSCHI (Florianópolis). Nd+. **Prêmio do Sebrae leva Topázio Neto a Barcelona; Cobalchini será prefeito da Capital por 10 dias**. Disponível em:

<https://ndmais.com.br/politica/premio-do-sebrae-leva-topazio-neto-a-barcelona-cobalchini-sera-prefeito-da-capital-por-10-dias/>. Acesso em: 14 nov. 2024.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA (UDESC). Disponível em: <https://www1.udesc.br/?id=2035>. Acesso em: 23 dez. 2024.

VIA UFSC (2024). Centro Sapiens atua para criar um ambiente colaborativo de inovação e desenvolvimento. Disponível em: <https://via.ufsc.br/centrosapiensatuapara/>. Acesso em: 23 dez. 2024.

Victor Meirelles. Instagram, 2024. Instagram: Museu Victor Meirelles. Disponível em: <https://www.instagram.com/museuvictormeirelles/?hl=em>. Acesso em: 22 dez. 2024.