



Esta obra está licenciado com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional

ISSN 2175-9596



FESTIVA VIGILÂNCIA: O RIO DOS MEGAEVENTOS

Festive Surveillance: Mega-Events in Rio de Janeiro

Jorge de la Barre^a

^(a) UFF, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro – Brasil, e-mail: jorgelabarre@id.uff.br

Resumo

Centro privilegiado do signo, da mídia e do código, a cidade é o lugar do consumo visual por excelência, proporcionando uma sensação de simultaneidade e de interconexão global. Verificamos isso particularmente em tempos de megaeventos, quando as cidades-sede recebem um influxo extraordinário de visitantes estrangeiros e entram num transe hiper-mediático. Em preparação para os megaeventos de 2014 e 2016, a cidade do Rio de Janeiro tem experimentado um choque de agenda permanente, caracterizado por importantes projetos de renovação urbana, acompanhados por remoções e pacificação de favelas. À afirmação oficial do Rio como cidade global e de megaeventos (esportivos e outros) corresponde uma vontade hegemônica de misturar espaço público festivo e publicidade. A partir dos trabalhos de Sharon Zukin e de David Harvey sobre consumo visual e controle social, questionamos a produção desse modelo de cidade festiva. No Rio de Janeiro mais particularmente, a festa hegemônica aparece como o lugar da resolução negativa, ou seja de uma negação dos conflitos.

Palavras-chave: Rio de Janeiro, megaeventos, vigilância festiva, controle social, consumo visual.

Abstract

A privileged center for the sign, the media and the code, the city is the place par excellence for visual consumption, providing a sense of simultaneity and global interconnectedness. This is particularly clear in times of mega-events, when host cities receive an extraordinary influx of foreign visitors and enter in a hyper-mediated trance. In preparation for the 2014 and 2016 mega-events, the city of Rio de Janeiro has experienced a permanent shock of agenda, characterized by important urban renewal projects accompanied by population removal and slums pacification. With the official assertion of Rio as a global city for (sports and other) mega-events comes a hegemonic will to blend festive public space and advertising. Based on the works

of Sharon Zukin and David Harvey on visual consumption and social control, we question the production of such model of festive city. Most particularly in Rio de Janeiro, nonstop partying stands for negative solution i.e. conflict denial.

Keywords: Rio de Janeiro, mega-events, festive surveillance, social control, visual consumption.

FESTIVA VIGILÂNCIA: O RIO DOS MEGAEVENTOS

Inaugurado em março de 2013, o Museu de Arte do Rio (MAR) recebia, do mês de maio ao mês de agosto do mesmo ano, uma exposição intitulada “O abrigo e o terreno: Arte e sociedade no Brasil I” cujo argumento transcrevemos aqui:

O abrigo e o terreno inaugura o projeto Arte e sociedade no Brasil, dedicado à atuação da arte brasileira no campo da alteridade e das relações sociais. A exposição reúne artistas e iniciativas de diversas regiões em torno de uma questão que – dadas as reformas urbanísticas que hoje transfiguram o Brasil, principalmente o Rio de Janeiro – se faz especialmente urgente: as concepções de cidade e as forças que se aliam e se conflitam nas transformações urbanísticas, sociais e culturais do espaço público/privado. Entrecruzando distintos horizontes políticos e estéticos – como a ideia de cidade do homem nu de Flávio de Carvalho (1930), a constatação de uma cidade de casas fracas (Clarice Lispector em *O Mineirinho*, 1962), o projeto de urbanização da favela Brás de Pina (escritório Quadra, década de 1960) ou a atuação de artistas (2003-2007) na Ocupação Prestes Maia, em São Paulo –, a mostra problematiza a propriedade, a posse e o usufruto dos espaços sociais – o terreno – e os modos como produzem política e subjetividade, do direito à habitação ao desejo de abrigo. Concebida como um laboratório de diálogos e antagonismos que percorre o século XX e invade a contemporaneidade, O abrigo e o terreno inclui ainda uma programação de atividades com intervenções, debates, palestras e publicações.¹

Não sem ironia o período da exposição coincidia com os protestos do mês de junho de 2013 que viram milhões de pessoas desfilando em todas as grandes cidades do Brasil. No Rio, as avenidas Rio Branco e Presidente Vargas concentravam multidões – justo ao lado do MAR (localizado na Praça Mauá, entre o Centro e a Região Portuária). Uma pauta das mais insistentes da “Revolta do vinagre” (Ansell, 2013) era precisamente a questão do direito à cidade: mobilidade e moradia.

¹ “O abrigo e o terreno: arte e sociedade no Brasil I”, Museu de Arte do Rio. Disponível online: <http://museudeartedorio.org.br/pt-br/exposicoes/o-abrigo-e-o-terreno> [consulta: 2 de outubro de 2014].

Assim, não sem ironia a exposição “O abrigo e o terreno” naturalizava em tempo real as reivindicações da rua – como se os movimentos sociais fossem apenas epifenômenos de um processo muito mais amplo: a inevitável modernização capitalista, com um dos seus avatars mais ativos no Rio de hoje: a renovação urbana. Como se os movimentos sociais, parte marginal, desprezível de um processo histórico maior (a marcha permanente, inelutável rumo a um futuro melhor) só fizessem sentido quando desvitalizados. No dia de maior mobilização (20 de junho), os manifestantes perseguidos corriam tentando escapar aos cassetetes e gases a efeito moral da polícia militar, à procura de qualquer abrigo ou refúgio nos botequins da Rua Sacadura Cabral, justamente ao pé do MAR...

Além da criminalização dos movimentos sociais assistimos no MAR a uma tentativa de museificação, banalização, naturalização, e recuperação pela estetização dos mesmos. Porém, nas ruas do entorno imediato ao MAR e nas ruas de todo o Brasil assistimos, naquele mês de junho de 2013, ao fracasso gritante da tentativa de aniquilação dos movimentos sociais.

UM “EFEITO MAR”

Teríamos assim um “efeito MAR”, tal como Jean Baudrillard frisava no final dos anos 1970, um “efeito Beaubourg” (Baudrillard, 1977), a propósito do então recém-construído Centre Georges Pompidou no centro de Paris. Não é inútil voltar ao “efeito Beaubourg”, a fim de tentarmos entender a distância que nos separa desse marco zero da cultura de massa. Há tempo que o processo museográfico se encontra em fase de repetição permanente; no terreno da cultura sua ambição de representação tornou-se integral. Era o sentido da “implosão e dissuasão” (Baudrillard, op. cit.). No entanto, hoje o “efeito MAR” é duplo: se, no terreno da estética a ambição do processo museográfico continua desproporcional (“antecipação e aniquilação”, poderíamos dizer), ela é um fracasso integral no terreno da política (as massas estão nas ruas, não no MAR).

Conforme Baudrillard, Beaubourg era o nome para os monumentos de propaganda da “operação da cultura”; era expressão de fluxos, armazenamento, e redistribuição da cultura. Era ainda uma expressão da hiper-realidade de uma cultura sem forma, uma desconexão total entre forma e conteúdo. Beaubourg era o sinal de uma transição: a implosão hiper-realista, depois da explosão surrealista. Baudrillard não considerava Beaubourg como um monumento mas sim como um

monstro. Monstros eram também os outros grands projets parisienses (La Villette, La Défense, Opéra Bastille). Esses monstros não eram testemunhos da integridade da cidade ou de sua natureza orgânica, mas sim da desintegração da cidade, da sua desorganização. O único conteúdo desses monstros eram as massas; neste sentido os monstros refletiam uma satelização da existência urbana. Beaubourg representava ao mesmo tempo o fato da cultura, e aquilo que matou a cultura. A confusão dos signos, o excesso, a profusão. Com Beaubourg, o sistema de acumulação era levado à saturação: pela primeira vez, a cultura era exposta num shopping.

Assim, o “efeito Beaubourg” é levado por um simulacro de valores culturais antecipadamente aniquilados pela arquitetura externa. Um sistema de segurança máxima irradia o seu entorno. A cultura está assim reduzida a uma série de super-gadgets. Beaubourg (hiper)realiza a síntese de uma “culturalização” total. Afinal, Beaubourg é a marca de uma implosão: implosão de Beaubourg mesmo.

Voltando ao MAR notamos hoje um novo tipo de efeito, reflexo da preocupação museográfica contemporânea de se estar interagindo diretamente, de forma “consciente”, “cidadã” (e talvez afinal também “monstruosa”) com o bairro, a cidade, o mundo à volta. É a ideia de “Museu como interface” (Grossmann, 2011).² Quando essa vontade representativo-interativa se torna integral, não estamos longe da ficção científica de Philip K. Dick em Relatório minoritário (Dick, 2002). Tal como sugeria a exposição “O abrigo e o terreno”, a “precognição” dickiana tomava as formas da antecipação e aniquilação dos movimentos sociais, e a museificação dos mesmos. Uma tentativa obviamente destinada ao fracasso.

ALÉM DO MAR: O MUSEU DO AMANHÃ

Com sua arquitetura, os edifícios traduzem uma visão do devir do espaço urbano e do mundo afora. O MAR é apenas parte de um projeto muito mais amplo de revitalização da Zona Portuária iniciado pelo prefeito Eduardo Paes: o projeto “Porto Maravilha”. Outro elemento altamente simbólico dessa revitalização em curso será o Museu do Amanhã, em construção no Pier Mauá (do outro lado da Praça do mesmo nome aonde o MAR está localizado). Belo exemplo de

² Um exemplo de atitude consciente e cidadã do MAR para com seus arredores imediatos: a peça “Projeto Morrinho”. Trata-se de uma criação coletiva que reproduz uma favela, possivelmente inspirada pelo Morro da Providência localizado ao lado do MAR. Encomendado em 2013 no âmbito da exposição “O abrigo e o terreno”, o “Projeto Morrinho” está exposto de forma permanente na entrada do Museu.

arquitetura-como-ficção-da-sociedade, o Museu do Amanhã será parecido com uma nave espacial, pousada entre terra e mar. A aposta desse futuro museu, feito de vidro e de estrutura leve e alongada, prolonga e confirma as vontades precognitivas dos museus-interfaces enquanto novos monstros da cultura contemporânea: vontade de abraçar qualquer desejo, qualquer vontade, qualquer pergunta ou dúvida do visitante exterior, sem nenhum preconceito. E vontade de responder a todas as perguntas, todas as dúvidas, de forma interativa. Assim por exemplo, o físico e doutor em cosmologia Luiz Alberto Oliveira, curador do Museu do Amanhã, elogiando a domesticação das futuras tecnologias de comando vocal, declarava não sem ironia: “Amanhã nós poderemos falar com as paredes sem passarmos de loucos.”³

UMA AGENDA CARIOCA: MEGAEVENTOS E FUTURISMO

Desde pelo menos os Jogos Pan-Americanos de 2007, a agenda carioca está integralmente predefinida pelos megaeventos – sejam eles esportivos ou não. A cidade encontra-se numa estranha situação de urgência futurista que vai cumulando e acumulando choques de ordem e “choque de futuro” (La Barre, 2013).⁴ Enquanto figura privilegiada de um modelo de desenvolvimento urbano hegemônico no Rio de Janeiro atualmente, o megaevento aparente-se a uma forma de fuga mágico-festiva que iria resolver todos os problemas estruturais: transporte, moradia, saúde, educação,... mesmo se a maioria deles são de fato tanto antigos como a própria cidade (a Cidade Maravilhosa está celebrando este ano o seu 450 aniversário). Na imaginação entusiasmada dos planejadores, o megaevento deve de fato aparecer como uma das formas mais radicais de “solucionismo” (Mozorov, 2013), ou a crença segundo a qual todas as dificuldades têm soluções benignas, de natureza tecnocrática.⁵ Porém, como vimos desde os protestos massivos de junho de 2013 durante a Copa das Confederações, há uma falha no modelo.

Atualmente o discurso oficial carioca está integralmente ocupado pela retórica megaeventista e seu vocabulário performativo: cidade-sede, cidade-modelo, legado, ranking, etc. Temos, ao

³ Palestra de Luiz Alberto Oliveira, “Seminário Internacional Cidades, Futuros Possíveis 2012”, organizado pelo PACC-UFRJ (Programa Avançado de Cultura Contemporânea, Universidade Federal do Rio de Janeiro), agosto de 2012.

⁴ De 2007 até 2016 teremos tido no Rio de Janeiro: os Jogos Pan-Americanos de 2007, a FifaFanFest de 2010, o Rock in Rio de 2011, a Rio+20 de 2012, as Jornadas Mundiais da Juventude e a Copa das Confederações de 2013 (ano de inauguração do MAR), a Copa do Mundo de 2014, e as Olimpíadas de 2016 (ano da inauguração prevista para o Museu do Amanhã).

⁵ Ver também Ian Tucker, “[Evgeny Mozorov: ‘We are abandoning all the checks and balances’](#)”, *The Guardian*, 9 de março de 2013.

horizonte do Rio “Pós-2016”,⁶ a promessa de um “Rio mais integrado e competitivo”. Graças aos milagres da economia criativa, o Rio de Janeiro apostando nos “setores prioritários” da “moda, design, audiovisual e turismo” deve tornar-se em breve a “capital da indústria criativa”.⁷ Já para esse “Rio criativo”, o Brasil como um todo tem sua marca: RJ.⁸ A “Marca Registrada do Brasil” que vem agregando os valores estético-humanistas de Paixão, Alegria, Beleza, Estilo, Inovação, Paz, Energia e, last but not least: Orgulho. No âmbito de vender a Marca RJ, e quem sabe, a própria cidade do Rio e o país ao capital global, não precisa ser especialista em city marketing para entender o quanto esses valores, magicamente reciclados em argumentos de venda festivo-contagiantes, são de fato atrativos no mercado altamente competitivo das cidades criativas globais.

Além das retóricas extasiadas, a guerra global pelo soft power obriga a uma inflação de reformas urbanísticas, todas declinadas em “re”: revitalização, requalificação, renovação, ressignificação. É ultimamente a uma reinvenção global que as cidades estão convidadas se elas querem manter-se competitivas. Todas essas “re-tóricas” são também formas de pacificação geral e de lifting urbano que, em princípio, deveriam facilitar a organização e o bom decorrer dos megaeventos. Os protestos de junho de 2013 durante a Copa das Confederações mostraram exatamente o contrário. E assistimos em todas as cidades-sede durante a Copa do Mundo de junho-julho de 2014, a uma inflação da presença policial. Todos os protestos, julgados antipatrióticos, foram brutalmente reprimidos.

Altamente festivos os megaeventos esportivos iam, a princípio, ajudar a “acalmar o otário” (Goffman, 2009). Por causa da elitização do futebol (Gaffney, 2014) é justamente o contrário que aconteceu em vários segmentos da população brasileira durante a Copa de 2014, e mais significativamente ainda durante a Copa das Confederações de 2013. Tentativamente festiva a Copa de 2014 levou seu lote de descontentes, e sobretudo uma força de dissuasão massiva: milhares de policiais e militares espalhados pelas ruas do Rio e de todas as cidades-sede, a fim de garantir uma ordem pública supostamente ameaçada.

⁶ Ver Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2009-2012 (2007). [Pós-2016. O Rio mais integrado e competitivo](#), e Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2013-2016 (2011). [Pós-2016. O Rio mais integrado e competitivo](#).

⁷ Ver IPP Rio (2011). [Rio integrado e competitivo](#). Prefeitura do Rio, Instituto Pereira Passos, Diretoria de Desenvolvimento Econômico Estratégico.

⁸ See *Rio de Janeiro, Marca Registrada do Brasil*. <http://www.marcarj.com.br/>

Com as tropas das UPPs (Unidades de Polícia Pacificadora), a tentativa de pacificação/domesticação das favelas cariocas que acompanha a agenda dos megaeventos desde 2009 tem resultados pelo menos mitigados (Misse, 2014). O que, de fato, o poder não esperava é que “os problemas” viessem do asfalto, sob a forma de uma contestação radical do modelo de cidade-sede dos megaeventos. Reduzir esse modelo de cidade festivo-megaeventista a uma vontade hegemônica de misturar espaço público e publicidade é já criar condições para uma crítica do mesmo.

Enquanto espaço publicitário, o espaço público é o efeito de uma visibilidade onipresente das corporações, das marcas registradas, das relações públicas, do marketing, do diálogo social e das virtudes da comunicação.⁹ O espaço público desaparece, deixando espaço integral ao publicitário. Se formos levar a sério a hipótese baudrillardiana do espaço como campo magnético do código (Baudrillard, 1991), como não pensar o espaço público urbano como espaço publicitário?

MADE IN FIFA: O ESPAÇO PÚBLICO FESTIVO

“A festa começa aqui”

-Outdoor nas entradas do Metrô do Rio de Janeiro durante a Copa.

Centro privilegiado do signo, da mídia e do código (Hickey, 2012), a cidade é o lugar do consumo visual (Zukin, 2000) por excelência, proporcionando uma sensação de simultaneidade e de interconexão global. Verificamos isso particularmente em tempos de megaeventos, quando as cidades-sede recebem um influxo extraordinário de visitantes estrangeiros e entram numa transe hiper-mediática. Nesse momento as marcas patrocinadoras do megaevento realizam um verdadeiro assalto publicitário aos sentidos. Invadem o espaço da cidade com imagens de euforia coletiva, que ultimamente intimam apenas ao consumo individual burguês.

Paradoxalmente, nesse momento de euforia publicitária e de transe coletiva, a cidade é nua, todo seu espaço-tempo plenamente exposto revela sua função primária: a reprodução do código. Neste

⁹ Não é à toa que, durante o megaevento ambiental da Rio+20 em 2012, os *outdoors* considerados uma “poluição visual” foram retirados dos edifícios do Centro do Rio de Janeiro. Podemos considerar isto inclusive como uma operação publicitária no espaço público, visando a negação da sua própria presença.

sentido o espaço da cidade contemporânea é um espaço de diferença (Arantes, 2000). Apesar das aparências todomundistas a cidade megaeventista torna-se um espaço de diferenciação mais cruel ainda: privatização do espaço público pela publicidade consumista excludente, e satelização negativa da cidade, pela força centrífuga dos espaços de comunhão consumista privada (shoppings, condomínios fechados, e obviamente estádios). Na euforia dos megaeventos, a matriz urbana não produz nada mais do que signos distintivos de uma diferença radical, disfarçados pelas mensagens apelando ao êxtase coletivo. Todas as funções abolidas numa só dimensão: comunicação. É o próprio sentido do êxtase: todos os eventos, todos os espaços, todas as memórias abolidas, na única dimensão da informação. É a definição do obsceno, a obscenidade das cool communications (Baudrillard, op. cit.).

Como era previsível todos os patrocinadores oficiais caíram durante a Copa no passo da folia dos signos eufóricos; o espaço público se rendeu à festa publicitária de massa. Anúncios público-privados: Coca-Cola, McDonald's, Sadia, Visa, Banco do Brasil, Itaú,... De um outdoor ao outro, todos repetiam ao infinito a mesma mensagem todomundista debilitante: “Junte todo mundo”, “Juntos num só ritmo”, “Todos são bemvidos”, “Todos juntos numa só voz, sejam bemvidos”,... E caso alguém ficasse ainda com dúvidas sobre o incomparável privilégio de se estar no Brasil naquele momento VIP histórico, a Visa patrocinador oficial assegurava: “Copa do Mundo da Fifa: É onde todos querem estar”. E de fato, todos já tenham chegado! Os Shrek, Simpsons, Kung Fu Panda, todo o zoo do Madagascar estavam aí, nos cartazes da Visa pelo menos, porque é onde eles queriam estar. Todas as personagens da cultura anime global invadindo, infantilizando o espaço da cidade, aniquilando antecipadamente qualquer forma de resistência ou de pensamento crítico, com uma única mensagem de baixo nível subliminal: Torcedores de todos os países: Unidos na folia consumista!

Na cidade-sede do megaevento o espaço festivo de massa torna-se sufocante. A overdose de signos confina à distopia. Outdoors clamando “Welcome” ou “Rio Loves You” em todos os idiomas do mundo nas Avenidas Venceslau Brás e Lauro Sodré levando ao Túnel do Leme (o principal ponto de chegada à Praia de Copacabana e ao espaço da Fifafanfest). “A festa começa aqui” em todas as entradas do Metrô (pelo menos do Centro e Zona Sul), a voz pre-gravada do anunciante histórico, ao metrô se aproximar da estação Siqueira Campos, maior fluxo de acesso à Praia de Copacabana e ao espaço da Fifafanfest. E no Metrô ainda, já no final da Copa, as telas convidando: “See you again in 2016!”

ALÉM DO EFEITO MAR: O RIO DISTÓPICO

Durante o megaevento, o espaço urbano é literalmente assaltado pela festa hegemônica que cria, por entropia, uma alteridade radical própria. Qualquer atitude não-festiva será condenada por ser potencialmente terrorista, qualquer forma de agitação não-eufórica será naturalizada como criminal. As polícias (militar, civil, choque de ordem, etc.) têm todos os direitos, e até o dever de garantir a festa pelo terror securitário – contra o horror potencial do descontentamento. As esferas da euforia megaeventista-todomundista devem ser mantidas absolutamente separadas de todas as outras – políticas, críticas, contestatórias. Assistimos assim a uma separação radical: polícia e massas festivas, unidas numa mesma força expiatória contra uma imaginada alteridade maléfica. Além das aparências do turismo esportivo global, a hegemonia festiva celebra de fato a ausência de diversidade.

Controle de fluxos de massa, a festa hegemônica é também o lugar da hiper-exposição mediática. Sobrevoando as festivas multidões, os helicópteros de transmissão ao vivo convivem com os helicópteros da vigilância militar. E todos os opostos se resolvem na ordem superior de uma exceção tecno-festiva altamente simbólica. Os oximoros são naturalizados. “Tolerância repressiva”, dizia Herbert Marcuse já em 1965. Hoje com a localização GPS ao lado da câmera digital no mesmo smartphone, temos uma “vigilância festiva”. Um bom exemplo disto é a operação policial “Lapa Presente”, uma espécie de Tourist Police high-tech. Para o Inglês ver (e proteger), os policiais da “Lapa Presente” dispõem de câmeras digitais para se auto-filmarem durante suas alterações com os cidadãos. Os controles de segurança nunca serão os mesmos! 10

Questionamos assim a “natureza” de um espaço urbano hiper-determinado pelo sentido necessariamente finito das redes. Era essa talvez, a ironia deleuziana: a flexibilidade rizômica, agora hiper-realizada pelas tecnologias da comunicação. Quando o social se torna apenas um provedor de informação para as redes sociais, o sucesso do candidato se mede aos milhões de tweets contendo o seu nome ou tag. No entanto, sabemos há tempo que não há nada a descobrir no ciberespaço (Baudrillard, op. cit.).

¹⁰ No entanto não ficou claro se esses vídeo-*selfies* iam ser disponibilizados no Youtube ou nas redes sociais...

A festa hegemônica é o único lugar da resolução negativa, ou seja da negação dos conflitos. Fruto do êxtase comunicacional, a festa megaeventista canta numa só voz a distopia perfeita de uma ausência de conflitos. Assim sendo, ela só leva a sua própria contestação.

Em março de 2015 alguns dos protestos pediam uma intervenção militar e o impeachment da Presidente Dilma Roussef recentemente re-eleita, mostrando um Brasil muito diferente: “mais velho, mais branco, e mais rico” (Watts, 2015). No âmbito de evitar possíveis atos de “vandalismo” durante os protestos (a maioria deles sendo precisamente contra os megaeventos), uma proposta de redução da maioria penal está atualmente em discussão no Congresso. 11 Ser contra a festiva vigilância na cidade dos megaeventos não é uma opção. No entanto, a Cidade Maravilhosa está esperando febrilmente as Olimpíadas de 2016. Abordar os problemas estruturais é capaz de demorar mais.

REFERÊNCIAS

Ansell, A. (2013). The Vinegar Revolts and the Diverse Faces of Democracy in Brazil, *Cultural Anthropology Online*. Recuperado em 15 de abril de 2015 de <http://www.culanth.org/fieldsights/429-the-vinegar-revolts-and-the-diverse-faces-of-democracy-in-brazil>

Arantes, A. A. (Org.) (2000). O espaço da diferença. Campinas: Papirus.

Baudrillard, J. (1977). *L'effet Beaubourg. Implosion et dissuasion*. Paris: Éditions Galilée.

Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água Editores Lda.

Dick, P. K. (2002). *Relatório minoritário*. Barcarena: Editorial Presença.

¹¹ Ver *Conectas Human Rights Reveals Brazil's Attempt to Lower Age of Criminal Responsibility*. <http://hrbrief.org/2015/04/conectas-human-rights-reveals-brazils-attempt-to-lower-age-of-criminal-responsibility/>

Gaffney, C. (2014). Global Parties, Galactic Hangovers: Brazil's Mega Event Dystopia. The Los Angeles Review of Books. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de <http://lareviewofbooks.org/essay/global-parties-galactic-hangovers-brazils-mega-event-dystopia/?print=1&fulltext=1#>

Goffman, E. (2009). Acalmando o otário. Alguns aspetos de adaptação à falha. *Plural, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP*, 16 (1) 195-211. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de <http://revistas.usp.br/plural/article/viewFile/75217/78849>

Grossmann, M. (2011). Museu como interface. In: Grossmann, M., & Mariotti, G. (Orgs.). *Museu Arte Hoje* (p.193-221). São Paulo: Hedra & Forum Permanente.

Hickey, A. T. (2012). *Cities of Signs. Learning the Logic of Urban Spaces*. New York: Peter Lang Publishing Inc.

IPP Rio (2011). Rio integrado e competitivo. Prefeitura do Rio, Instituto Pereira Passos, Diretoria de Desenvolvimento Econômico Estratégico. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de http://www.iniciativacultural.org.br/wp-content/uploads/2011/07/1-Apresentacao_I-Seminario-inter-de-econ-criativa_FINAL.pdf

La Barre, J. (2013). Choque de futuro: o Rio dos megaeventos. *O Social em Questão*, 29 (1), p. 43-68. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de <http://osocialemquestao.ser.puc-rio.br/media/3artigo29.pdf>.

Marcuse, H. (1969). Repressive Tolerance. In: Wolff, R.P., Moore, B. Jr., & Marcuse, H. A *Critique of Pure Tolerance* (p. 95-137). Boston: Beacon Press. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de <http://www.marcuse.org/herbert/pubs/60spubs/65repressivetolerance.htm>

Misse, D. G. (2014). Cinco anos de UPP: Um breve balanço. Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social, 7(3), 675-700. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de <http://revistadil.dominiotemporario.com/doc/DILEMAS-7-3-Art3.pdf>

Mozorov, E. (2013). To Save Everything, Click Here. The Folly of Technological Solutionism. New York: PublicAffairs.

Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2009-2012 (2007) Pós-2016. O Rio mais integrado e competitivo. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de http://www.riocomovamos.org.br/arq/planejamento_estrategico.pdf

Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2013-2016 (2011) Pós-2016. O Rio mais integrado e competitivo. Recuperado em 11 de fevereiro de 2015 de http://www.conselhodacidade.com/v3/pdf/planejamento_estrategico_13-16.pdf

Watts, J. (2015). Brazil: hundreds of thousands of protesters call for Rousseff impeachment. The Guardian, March 15, 2015. Recuperado em 15 de abril de 2015 de <http://www.theguardian.com/world/2015/mar/15/brazil-protesters-rousseff-impeachment-petrobras>

Zukin, S. (2000). Paisagens urbanas pós-modernas: Mapeando cultura e poder. In: Arantes, A. A. (Org.). O espaço da diferença (p.80-103). Campinas: Papirus.