



## UMA COLEÇÃO DE AMANHÃS

Alexandre Fernandes Filho, diretor de marketing e de desenvolvimento de público do Museu do Amanhã, revela os próximos passos da instituição carioca

De onde viemos? Quem somos? Para onde vamos? Essas são algumas das perguntas que norteiam o Museu do Amanhã, espaço dedicado às ciências que, em menos de dois anos desde sua inauguração, já levou milhões à zona portuária do Rio de Janeiro e conquistou o posto de museu mais visitado do país.

Diretor de marketing e de desenvolvimento de público da instituição parceira do MECA, Alexandre Fernandes Filho, 34, é um dos nomes por trás da história de sucesso.

Tudo começou em 2013, quando o

pernambucano, depois de anos trabalhando com energia renovável, sustentabilidade e tecnologia em grandes corporações como Philips e Vale, ajudou a fundar o Instituto de Desenvolvimento e Gestão, organização social de cultura que, um ano depois, venceria a licitação pelos direitos de operação do museu.

A partir daí, teve início o trabalho de um ano que resultaria na atual configuração do espaço que, como uma espécie de oráculo *high-tech*, utiliza ambientes audiovisuais, instalações interativas e jogos para examinar o passado, enten-

der as tendências da atualidade e imaginar futuros possíveis para a humanidade nos próximos 50 anos.

Para traçar esses cenários do amanhã, o museu não se baseia em um acervo físico de artefatos históricos e obras de arte, mas em uma quantidade massiva de dados, que advém desde as mais recentes descobertas científicas a relatórios sobre as diferentes experiências do público com as exposições.

“Enquanto os museus procuram conservar suas coleções, o Museu do Amanhã procura atualizá-la”, comenta Alexandre.

“Todos os dias temos novas descobertas e dados que alimentam a mostra principal.”

Esse diferencial no projeto museológico da instituição tem atraído atenção global, inclusive da ONU, que o considera uma importante iniciativa de disseminação de valores humanitários.

A demanda resultou na criação de um braço internacional que, em breve, ganhará um escritório na Holanda. “Esse *spin-off* terá o objetivo de disseminar a mensagem do museu por meio de exposições que viajarão mundo, filmes e séries para *streaming* e uma plataforma online”, adianta.

Enquanto isso, a matriz não ficará desassistida: lançará uma plataforma de inteligência artificial em dezembro. “Não posso revelar muito, mas será um grande marco no nosso aniversário de 2 anos e irá nos ajudar a construir a nossa coleção de amanhã”, conclui. ◇