

**PUBLIC POLICY AND DEVELOPMENT FUNDING TO MUSEUMS:
DECENTRALIZING INVESTMENTS***

**POLÍTICAS PÚBLICAS DE FINANCIAMENTO E FOMENTO A MUSEUS:
DESCENTRALIZANDO INVESTIMENTOS**

Albino Oliveira ¹
Silvana Araújo ²

ABSTRACT

This article was developed as final work of the Discipline Space and Development, of the Professional Master in Public Administration for the Development of the Northeast and seeks to demonstrate the value of cultural heritage as a generator element of economic development. By defining the Cultural Economy and presenting models of public funding, draws the attention for museums as economy developers. In this sense, makes a survey of the situation of museums in Brazil since the launch of the National Museum Policy, in 2003, highlighting the issue of regional disparities in this area of investments. Therefore, we based on the concepts of economy and culture developed by Florissi and Waldemar (2007). About museums and economy we adopt assertions by Reis (2007; 2010) and data collected by the Brazilian Institute of Museums (2011).

KEYWORDS: Museum. Cultural Economy. Finance for Museums.

¹ Museólogo do Museu do Homem do Nordeste - Fundação Joaquim Nabuco/MEC e Mestre em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste pela Universidade Federal de Pernambuco (Recife - Brasil). E-mail: albino.oliveira@fundaj.gov.br

² Socióloga, Agente de Assuntos Culturais do Museu do Homem do Nordeste - Fundação Joaquim Nabuco/MEC e Mestre em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste pela Universidade Federal de Pernambuco (Recife - Brasil). E-mail: silvana.araujo@fundaj.gov.br

RESUMO

Este artigo foi desenvolvido como trabalho final da Disciplina Espaço e Desenvolvimento, do Mestrado Profissional em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste e busca demonstrar o valor do Patrimônio Cultural como elemento gerador do desenvolvimento econômico. Através da definição de Economia da Cultura e da apresentação de modelos de financiamento público, chama a atenção para os museus como fomentadores da economia. Nesse sentido, faz um levantamento da situação dos museus no Brasil a partir do lançamento da Política Nacional de Museus, no ano de 2003, ressaltando a questão da desigualdade regional dos investimentos na área. Para tanto, tomamos por base os conceitos de economia da cultura desenvolvidos por Florissi e Waldemar (2007). Na relação museus e economia adotamos as afirmativas de Reis (2007; 2010) e os dados levantados pelo Instituto Brasileiro de Museus (2011).

PALAVRAS-CHAVE: Museu. Economia da Cultura. Fomento a museus.

INTRODUÇÃO

Seguindo o princípio de que os museus e seus acervos fazem parte do patrimônio histórico de uma nação, trabalharemos o seu conceito segundo Françoise Choy (2001, p. 11), que designa a expressão patrimônio histórico como “um bem destinado ao usufruto de uma comunidade que se ampliou a dimensões planetárias, constituído pela acumulação de objetos que se congregam por seu passado comum”. Sendo o acervo do museu um patrimônio destinado ao usufruto de uma comunidade, se faz necessário identificar mecanismos apropriados que auxiliarão os gestores deste patrimônio a desenvolver com eficácia métodos e práticas capazes de atingir tal objetivo.

Tendo como elementos de pesquisa para a realização deste artigo fontes documentais, no primeiro tópico do trabalho abordamos a economia da cultura a partir

dos conceitos desenvolvidos por Florissi e Waldemar (2007), dos resultados de pesquisa desenvolvida pela Fundação João Pinheiro e do relatório mundial da UNESCO de 2007.

Em seguida, no segundo tópico, tratamos do financiamento público da cultura, modelos utilizados no Brasil, Estados Unidos e países europeus. Apresentamos os mecanismos de incentivo à cultura, disponíveis no Brasil, e uma análise do trabalho realizado pela Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura, do Ministério da Cultura (MinC). Neste trabalho, nos é fornecido um panorama da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que instituiu o Programa Nacional de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet, abordando seus principais avanços e dificuldades.

Na terceira parte destacamos a importância dos museus como fomentadores da economia através da aquisição de bens, serviços e apoio à produção cultural, dentro dos conceitos de Ana Carla Reis (2007; 2010). Discutimos, ainda, os entraves que dificultam uma maior participação da sociedade nos ambientes museais, bem como sua motivação em usufruir os produtos oferecidos por estes equipamentos culturais.

Na intenção de desenvolver e ganhar mais atenção do governo federal e da sociedade foi desenvolvido, em 2003, a Política Nacional de Museus, conforme assinalamos no tópico seguinte. Elencamos os desdobramentos da referida política, como por exemplo, a criação do Departamento de Museus e Centros Culturais (DEMU) e do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) que veio fortalecer a articulação das instituições museais com o governo federal, com a iniciativa privada e com a sociedade em geral.

Por fim, tratamos da questão dos investimentos em museus, assim como a descentralização dos recursos através de uma política de editais voltadas exclusivamente para o setor.

1. ECONOMIA DA CULTURA

A Economia da Cultura – aqui utilizaremos a definição que Florissi e Waldemar (2007, p. 11) adotam, ou seja, “a área da economia em que se procura analisar alocação de recursos para a sociedade” – ainda é um setor que suscita grandes debates em diversas áreas de estudo a exemplo das Ciências Sociais e Filosofia, mas não dentro da Ciência Econômica. Os autores defendem a importância de ampliar a discussão para que os investimentos públicos e privados no setor cultural sejam potencializados e obtenham melhor retorno possível.

Afora a Fundação João Pinheiro, que realizou pesquisa em 1997 encomendada pelo Ministério da Cultura (MinC), no Brasil ainda não se tem uma abordagem econômica do setor cultural. Sabe-se, através da pesquisa da Fundação João Pinheiro³, que em 1994 a cultura representou 0,8% do PIB brasileiro, sendo o setor que emprega mais mão de obra que os fabricantes de materiais elétricos e eletrônicos, e o salário médio pago no setor é duas vezes mais que o salário médio do conjunto de todas as atividades econômicas do país. Com isso podemos aferir a importância do setor na economia do Brasil e seu potencial para investimentos (FLORISSI; WALDEMAR, 2007, p. 11).

Ainda de acordo com os autores, para entender o valor de bens culturais para os indivíduos precisamos ter claro que este será um valor subjetivo, vez que não são comercializados em mercados competitivos, portanto não há como refletir o equilíbrio entre o ofertante e o consumidor. O valor é medido pela disposição que cada indivíduo tem em pagar por um bem que possua ou possa gerar tanto valor econômico como cultural. Diante da falta de recursos e da grande demanda de necessidades individuais (material ou imaterial), nos deparamos com o problema de como escolher entre as

³ Pesquisa disponível na página eletrônica da Fundação João Pinheiro. Disponível em: <www.fjp.mg.gov.br>. Acesso: 19 jun. 2013.

múltiplas possibilidades de consumo de modo que nossa escolha nos dê o maior bem-estar possível e que esse consumo tenha, também, o fator sustentabilidade de modo a não comprometer as necessidades das próximas gerações em manter esse capital cultural. Para tanto, é necessário investimentos no presente para que a manutenção do bem cultural continue a ter valor, fomentando a economia da região, ou mesmo para contribuir para o bem-estar individual de saber que ele simplesmente existe. E aqui estamos falando dos monumentos, museus, manifestações culturais valorizadas como o frevo, maracatu, samba, símbolos de representatividade como o Cristo Redentor, cidades como Olinda e Ouro Preto, que terminam sendo orgulho de toda sociedade brasileira, interagindo comunidades, sem que, necessariamente, gere valores econômicos para todos. Basta-nos saber que existem para que os investimentos públicos e privados destinados à sua manutenção nos sejam legítimos.

Portanto, o investimento econômico em cultura rebate positivamente no desenvolvimento de uma sociedade. O Banco Mundial atua diretamente nessa área quando propõe investimentos para fortalecer o capital cultural das regiões. O Relatório Mundial da UNESCO, 2007, nos traz a informação de que a economia da cultura tem tido um crescimento, desde os anos 1990, em ritmo anual duas vezes superior ao do setor de serviços e quatro vezes superior ao da produção industrial, com concentração do setor cultural, nas empresas multimídia e meios de comunicação (UNESCO, 2007, p. 20).

No entanto, a grande maioria dos países em desenvolvimento ainda não tem condições de explorar suas competências criativas voltadas para o desenvolvimento desse setor. Contudo, alguns países em desenvolvimento começam a impor-se como mantenedores de bons equipamentos culturais e de relevantes produtos de comunicação, contribuindo dessa forma para os chamados “contrafluxos”. Temos como exemplo o cinema brasileiro que vem ganhando espaço internacional por sua produção como o premiado diretor pernambucano Kleber Mendonça com o filme *O Som ao Redor*, incluído na lista dos dez melhores filmes em 2012, promovida pelo jornal norte-americano The New York Times (JORNAL DO COMMERCIO, 2012, página eletrônica).

É cada vez mais importante o papel da cultura para o desenvolvimento econômico da sociedade. Sendo necessário, também, investir na diversidade cultural e no diálogo, como propõe o Relatório Mundial da UNESCO, em 2007, na sua conclusão:

É urgente investir na diversidade cultural e no diálogo. Com efeito, integrar a diversidade cultural numa ampla série de políticas públicas – incluindo as que estão por vezes bastante afastadas das políticas culturais propriamente ditas – pode contribuir para renovar as abordagens da comunidade internacional relativamente aos dois objetivos-chave que são o desenvolvimento e a busca da paz e prevenção dos conflitos. Com referência ao desenvolvimento, a cultura é cada vez mais reconhecida como uma dimensão transversal dos três pilares – econômico, social e ambiental – presentes em todas as formas de desenvolvimento verdadeiramente sustentado (UNESCO, 2007, p. 33).

No Brasil, paralelamente a importância da ampliação da diversidade cultural é premente a profissionalização e qualificação dos proponentes, em particular os pequenos e os que vivenciam o saber e o fazer, visando estabelecer uma concorrência justa na obtenção dos investimentos públicos da cultura, na intenção de obter um maior número possível de projetos qualificados e aptos à captação de recursos para a sua realização. É o que vem fazendo, por exemplo, o Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura - FUNCULTURA, órgão de fomento do Governo do Estado de Pernambuco, que, desde 2010, vem promovendo Oficinas de Capacitação em Elaboração de Projetos, preparando agentes culturais para inscrição de projetos nos editais lançados nas diversas linguagens de incentivo. Para o edital de 2012, o FUNCULTURA ofereceu 32 Oficinas em todo o estado, com o objetivo de democratizar e interiorizar os recursos destinados ao incentivo da cultura pernambucana.

2. FINANCIAMENTO PÚBLICO DA CULTURA

Vários são os modelos utilizados mundialmente para o financiamento público no setor cultural. Em alguns deles, como na França, o Ministério da Cultura administra diretamente as subvenções; já os Estados Unidos são pouco intervencionistas e preferem recorrer a deduções fiscais para o incentivo no setor; há, ainda, os países que optam por um modelo subnacional, a exemplo da Itália, Espanha e Alemanha que descentralizaram o poder de um só ministério e um conjunto de poderes tecem os rumos da política cultural (BENHAMOU, 2007, p. 43).

No caso do Brasil, o modelo acompanha o francês, vez que, do mesmo modo, os recursos são subsidiados pelo poder público, através da Lei de Incentivo à Cultura⁴, conhecida como Lei Rouanet. Os incentivos fiscais e o Fundo Nacional de Cultura são mecanismos do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), instituído pela mesma Lei. O Pronac objetiva facilitar os meios de acesso à cultura, estimular a regionalização da produção artístico-cultural brasileira, proteger as manifestações para garantir sua diversidade, priorizar o produto cultural originário do Brasil e desenvolver o respeito aos valores culturais de outros povos e nações. O modelo de financiamento federal da cultura em nosso país, calcado na renúncia fiscal e na disposição de fundos públicos, possibilita que cidadãos e pessoas jurídicas apliquem parte do imposto de renda devido em ações culturais. Quase todos os seguimentos da sociedade podem inscrever projetos para obter o incentivo, que se dá através de doação ou patrocínio. Apenas pessoas físicas ou jurídicas sem fins lucrativos podem receber doação, de modo que a grande maioria dos contemplados são na modalidade patrocínio. Outro mecanismo da Lei Rouanet é o Fundo Nacional de Cultura (FNC), constituído de recursos destinados exclusivamente à execução de programas, projetos ou ações culturais.

⁴ Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que institui o Programa Nacional de Incentivo à Cultura.

Com os recursos do Fundo, o MinC pode conceder prêmios, apoiar a realização de intercâmbios culturais e propostas que não se enquadram em programas específicos, mas que têm afinidade com as políticas da área cultural e são relevantes para o contexto em que irão se realizar (essas iniciativas são chamadas de propostas culturais de demanda espontânea). Para receber apoio do FNC, as propostas de demanda espontânea são escolhidas por processos seletivos realizados pela Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura (Sefic). As iniciativas aprovadas celebram um convênio ou um contrato de repasse de verbas com o FNC (Regulamentação Lei Rouanet, 1991, página eletrônica).

Estudos revelam que este modelo vem contribuindo para o aprofundamento das desigualdades regionais, afrontando um dos objetivos fundamentais da República – democratização da educação e cultura. O assunto vem sendo pauta de discussões em diversos Fóruns de Cultura, a exemplo da I Conferência Nacional de Cultura, em 2005 e nos Fóruns Nacionais de Secretários e Dirigentes Estaduais de Cultura, em 2007 e 2008, vez que em seus moldes originais a Lei Rouanet concentra recursos em projetos do Sudeste e em artistas consagrados. Outro ponto abordado nos dá conta de que, como cabe ao MinC a aprovação dos projetos, acabam sendo privilegiados aqueles que entram em consonância com os programas do próprio Ministério, ferindo interesses regionais e pequenos produtores fora do eixo Sul-Sudeste. Uma grande polêmica neste sentido foi o incentivo ao Show milionário de Chico Buarque, em 2011, patrocinado pela Lei de Incentivo.

A discussão é necessária. O papel do Estado em relação à cultura muito contribui para o desenvolvimento do país, da região, do estado, da cidade. E o mercado está em franco desenvolvimento. Há de se implantar uma política cultural mais descentralizada. Colocar a produção cultural e simbólica de uma sociedade nas mãos do mercado é dar ao poder econômico aval para moldar o que na cultura deve sobreviver e para quem deve se fazer cultura. Do mesmo modo, colocar a produção cultural ao bel prazer de governantes quase nos parece uma censura ao nosso direito de decidir o que queremos ver, sentir, idealizar, consumir, preservar.

É preciso investir numa política de Estado e, para tanto, está em pauta o Procultura, novo modelo de incentivo, baseado na Lei Rouanet, que visa atualizar a legislação e minimizar a centralização do financiamento cultural no Brasil, proporcionando que classes sociais menos favorecidas tenham acesso à rica cultura brasileira. Para entender melhor as mudanças propostas, observemos o quadro abaixo:

Lei Rouanet X Procultura

	Lei Rouanet	Procultura
Finalidade	Captar e canalizar recursos para o setor cultural.	Mobilizar e aplicar recursos para apoiar projetos culturais que concretizem os princípios da constituição.
Objetivos	Incentivo à formação artístico cultural – fomento à produção; preservação e difusão do patrimônio; estímulo e conhecimento dos bens culturais.	Defesa da diversidade; universalização de acesso; fomento à criatividade cultural; transversalidade.

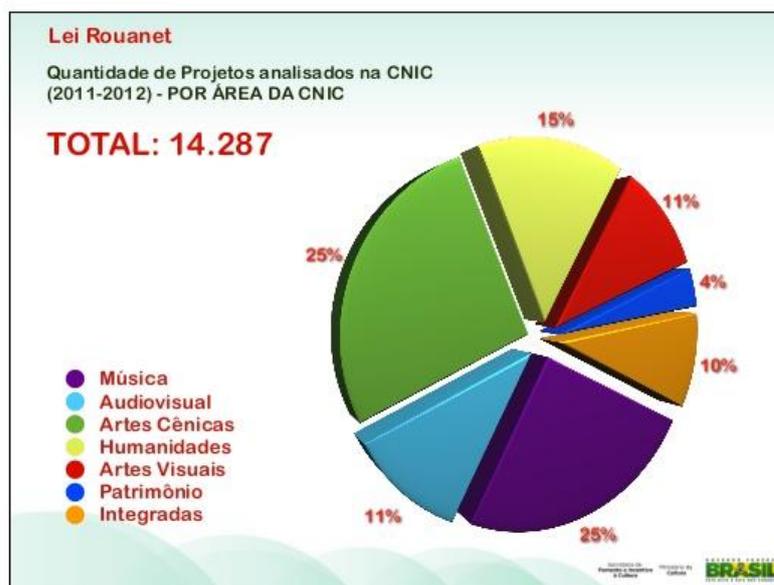
Fonte: www.direitoecultura.com.br.

Estas mudanças são aguardadas pelos setores que compõem a cadeia produtiva da cultura que, embora longe do ideal, vão contribuir para uma maior transparência no mecanismo de financiamento do governo para a área cultural do País. A Lei 6722/2010, que institui o projeto de Lei do Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura-Procultura, foi aprovada pela Câmara em 2010 e aguarda aprovação pelo Congresso para efetivamente entrar em vigor. Enquanto isso não acontece, a Lei Rouanet continua em vigor e crescendo em número de recursos e projetos aprovados.

No último mês de agosto aconteceu o *II Seminário Procultura*, promovido pelo Cemec – Pólo Criativo, na cidade de São Paulo, que contou com palestras de representantes dos vários segmentos culturais, a exemplo da Associação Brasileira de Arte Contemporânea, Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas, Instituto Tomie Ohtake, entre outros apoiadores e palestrantes, que discutiram o tema Procultura. A Palestra de encerramento do Seminário ficou por conta do secretário de Fomento e Incentivo à Cultura, do Ministério da Cultura, Henilton Menezes, intitulada *Lei Rouanet X Procultura – o aperfeiçoamento da Lei Rouanet à luz do Procultura*, que apresentou um panorama da Lei em funcionamento há mais de 20 anos, seus principais avanços e dificuldades. Na ocasião, Menezes afirmou “que não crê na aprovação do Procultura ainda este ano e que, mesmo quando o projeto entrar em vigor, ainda haverá um período com os dois sistemas funcionando paralelamente. Por este motivo, é necessário continuar buscando melhorias na aplicação da Rouanet”⁵ Em sua apresentação, Menezes ainda exibiu números recentes (2011-2012) onde podemos observar o comportamento do incentivo para as Regiões do país e quem são os principais investidores. Vejamos alguns dados apresentados por Menezes, onde ele utiliza fontes do Conselho Nacional de Incentivo à Cultura-CNIC⁶:

⁵Disponível em: < <http://redecemec.com/ii-seminario-procultura>>. Acesso: 19 nov. 2012.

⁶ Idem



Dos projetos apresentados, 25% foram da área de música; 11% audiovisual; 25% artes cênicas; 15% humanidades; 11% artes visuais; 4% patrimônio e 10% integradas. Observamos que existe um erro na informação vez que a soma dos percentuais totaliza 101%. Percebemos que os setores de música e artes cênicas são os maiores proponentes, no que podemos inferir que tais setores encontram-se mais bem qualificados e estruturados, ao contrário do setor de patrimônio que perfaz apenas 4% da totalidade dos projetos.

Os dados do próximo quadro nos mostra quem foram os principais proponentes em 2012. Vemos que a área de museus figura na base do quadro, através do Museu de Arte Moderna de São Paulo e do Museu de Arte de São Paulo. Novamente o eixo Sul-Sudeste aparece com maior solicitação de recursos.

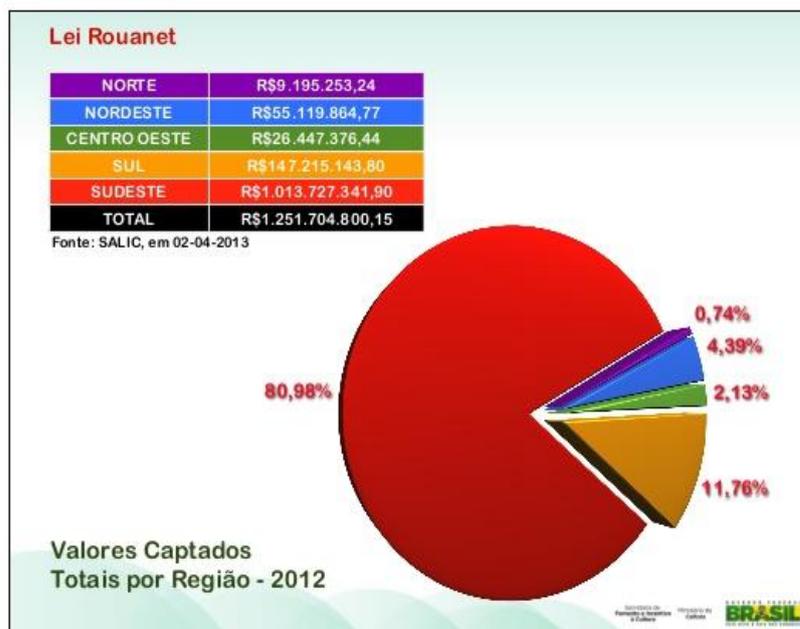
Lei Rouanet

PRINCIPAIS PROPONENTES - 2012

PROPONENTE	VALOR CAPTADO (R\$)
Fundação Roberto Marinho	35.222.344,59
Instituto Itaú Cultural	29.500.000,00
T4F Entretenimento S.A.	27.871.103,49
Fundação Orquestra Sinfônica Brasileira	21.940.551,51
Fundação Bienal de São Paulo	19.429.500,00
Instituto Agires	15.045.493,12
Fundação Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo	12.618.024,62
Associação Orquestra Pró Música do Rio de Janeiro	10.683.641,00
Associação Sociedade de Cultura Artística	10.532.445,08
Museu de Arte Moderna de São Paulo - MAM	9.779.248,25
Giovan Serviços Ltda.	9.397.062,37
Associação Cultural da Funarte	9.078.660,00
Base Sete Projetos Culturais	8.487.248,00
Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand	8.029.000,00
TOTAL	227.614.322,03

Ministério da Cultura - Conselho Nacional de Cultura 

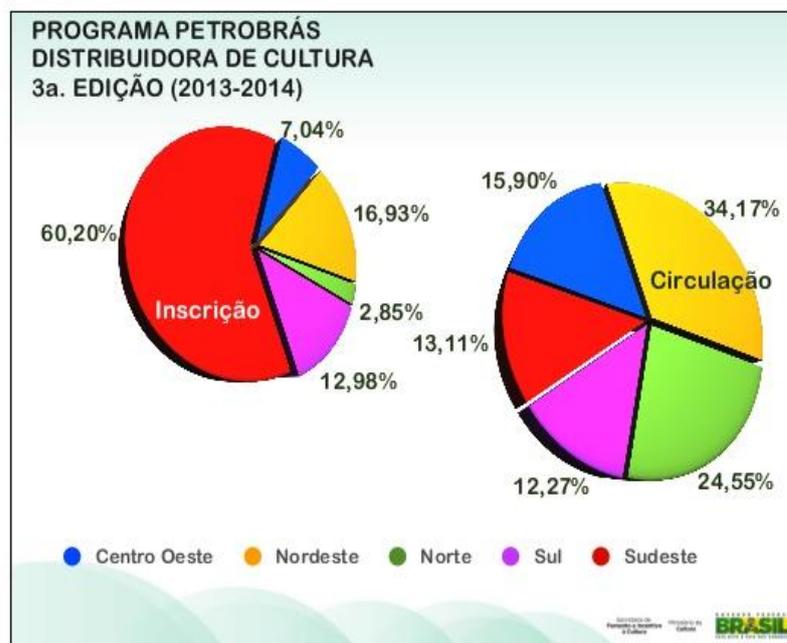
Outro dado interessante apresentado está representado no quadro abaixo. Dos valores captados, um montante de R\$ 1.251.704.800,15, a região Sudeste ficou com 80,98% do total, seguida da região Sul com 11,76% captados. As demais regiões, Norte, Nordeste e Centro Oeste, somam um percentual de 7,26%. Ou seja, apesar dos esforços em democratizar os editais de fomento e descentralizar os recursos de incentivos, ainda observamos uma hegemonia no eixo Sul-Sudeste.



E quem foram esses investidores? Ainda de acordo com Menezes, foram 18 os principais investidores em 2012. A Petrobrás lidera a lista com mais de R\$ 80 milhões investidos, seguida da Vale S.A, com pouco mais de R\$ 44 milhões; do Banco do Brasil, com mais de R\$ 39 milhões; do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, também com investimentos acima de R\$ 39 milhões; e da VIVO S.A, com mais de R\$ 27 milhões investidos, para ficarmos apenas nos cinco primeiros da lista. Juntos os 18 principais investidores desembolsaram R\$ 435.897.714,81.

Levando em consideração que a Petrobrás foi a maior investidora em 2012, reproduzimos abaixo o quadro que nos dá conta dos percentuais de inscrição de projetos por região e o quanto foi efetivamente circulado nas regiões, na 3ª edição do Programa Petrobrás Distribuidora de Cultura, neste caso para o biênio 2013-2014. Interessante observar que a despeito do número de inscrições ter sido maior da região Sudeste, foi na região Nordeste onde teve maior circulação de recursos, seguida da

região Norte. Observamos, também, que o gráfico de circulação fica bem mais democrático, com melhor distribuição dos investimentos.



Com isto, podemos apreender que o problema da não democratização de recursos em editais pode não estar centrado apenas nos investidores que preferem projetos que circulem nas regiões Sul e Sudeste, mas, também, nos poucos proponentes das demais regiões. Podemos observar também, que no caso do Edital da Petrobrás há uma descentralização de recursos destinados aos projetos, promovendo uma maior circulação entre as regiões. Quanto aos segmentos proponentes, é necessário que as áreas de patrimônio e museus se apropriem dos editais e entendam que podem obter uma boa fatia dos financiamentos e, principalmente, que na atual dinâmica da economia, os museus têm muito a contribuir para a cadeia produtiva da cultura.

3. MUSEUS COMO FOMENTADORES DA ECONOMIA DA CULTURA

Muito se fala do papel dos museus como promotores da cultura e como distribuidores de produtos ou produções dentro de seus espaços. Museus como guardadores de objetos, selados em vitrines, estanques, vai na contramão dos atuais preceitos da Museologia Social, cujas bases estão assentadas na relação das instituições com o seu público, compreendendo o museu como espaço de interação social. Não se admite um espaço museológico que não interaja com seus usuários, que não provoque reflexões, que não instigue, que não proporcione aos seus visitantes vivenciarem experiências ali expostas. Ana Carla Reis (2010, p. 12) afirma que “a usual imagem de um museu como edifício fechado em si mesmo e depositário de um acervo tem sido transformada por novas propostas, que se pautam pela interação, representação de conteúdos e vivências.”

Neste contexto, os museus podem ser entendidos como espaço educacional não formal, onde é repassada a cultura histórica e/ou contemporânea da sociedade onde atua, de modo que o visitante se veja, se reconheça e desperte o sentimento de pertencimento em relação a tudo que está exposto. Para tanto, de acordo com Reis o discurso museológico tem que ser apresentado tendo em vista o público que se pretende atingir, de modo vivencial e contextualizado. E mais, para que os museus passem a ser espaços de vivência, há de se oferecer atividades e serviços que o aproximem da sociedade: exposições itinerantes e temporárias, oficinas de arte, palestras, apresentações culturais, espaço de leitura, loja para comercialização de produtos, lanchonete, restaurante, que, colocados à serviço da comunidade, ajudam a transformar os museus em multiplicadores da informação e em alavancadores da economia cultural (REIS, 2007, p. 33).

No Brasil, no âmbito do governo federal, os museus ligados a Ministérios dispõem de dotação orçamentária anual, com a qual estabelecem prioridades e alocam recursos para a efetivação de seus projetos. O campo de atuação dos museus é vasto: educacional, sociocultural, turístico, antropológico, etnográfico, onde são injetados recursos públicos fazendo com que a roda da economia gire. São contratações de profissionais especializados, aquisição de bens e serviços, venda de produtos, recolhimento de impostos, inscrições em cursos, passagens aéreas, hospedagem, diárias, cachê para grupos culturais e palestrantes, enfim, dinheiro que circula silenciosamente, sem que seja mensurado o verdadeiro impacto para a economia local e o real aproveitamento por parte da população. Este seria, sem dúvida, um estudo dos mais pertinentes, afinal é o dinheiro público sendo utilizado para promover lazer, educação e cultura sem que saibamos até que ponto o que está sendo ofertado é o que a sociedade deseja, ou mesmo se estas ações atingem ao público desejado. Sente-se a necessidade de que a comunidade incorpore o sentimento de posse, de reconhecimento daquele equipamento cultural para consumir o que lhes é ofertado.

O caso do equipamento cultural MUSEU é muito mais complexo. Parece que os museus foram blindados por uma camada de inacessibilidade. E vários são os fatores que contribuem para isso: falta de divulgação das ações museais na mídia em geral; meio de transporte deficiente para locomoção confortável da família quando de seu lazer; valor do ingresso que pesa no orçamento, sobretudo quando falamos de uma família de quatro, cinco pessoas; falta de atrativos e interatividade; motivação pessoal para a programação cultural e disposição de pagar por este tipo de programa. Reis ressalta que diferentemente dos espaços privados, no público, o que conta não é o mercado, mas o interesse da sociedade. “Ao invés de preço, trata-se agora da propensão a pagar ou do quanto parece justo aos agentes individuais que seja investido em determinada ação cultural” (REIS, 2007, p. 34).

Carece, sobretudo, que o museu ultrapasse seus muros e vá até a comunidade, beber da mesma fonte de cultura que as comunidades longínquas bebem. Que exerçam não só o papel de transmissor, mas, também, de receptor do conhecimento, cultura e realidades desses indivíduos.

No jornal Diário de Pernambuco edição de 27 de setembro de 2009, foi publicada a pesquisa *Interfaces da cultura: subjetividade, diversidade, educação e consumo*, aplicada pela Faculdade de Filosofia do Recife a 650 moradores da Região Metropolitana do Recife, de diversas faixas etárias, sexo, escolaridade, renda, selecionados proporcionalmente. A pesquisa analisa a frequência do consumo dos produtos culturais no exercício de 2009, apontando o show musical como o mais consumido, seguido de cinema, livraria, teatro e, por último, museu (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2009). Dos entrevistados, 82,14% declararam não ter ido a museus no ano anterior, 9,35% foram uma vez, 6,12% de duas a quatro vezes, 1,36% de cinco a sete vezes, 0,17% de oito a dez vezes e 0,85% mais de 10 vezes. Perguntados qual a média de gasto ao mês com cultura, chama atenção a fatia de 17,46% que declararam não gastar nada com produtos culturais, somados a 29,84% que gastaram menos de R\$ 50,00. Com este resultado, apreendemos que, na lanterna da preferência do público, os museus precisam urgentemente instituir políticas públicas que oxigenem o setor, atraiam público, investimentos e patrocinadores para os programas culturais e, acima de tudo, despertar na população o interesse e a vontade em frequentar e vivenciar os museus.

4. POLÍTICA NACIONAL DE MUSEUS: BREVE HISTÓRICO

A necessidade de se propor a sistematização de uma política pública voltada para os museus brasileiros foi fundamental para que nossas instituições museais pudessem se desenvolver e ganhar mais atenção do Governo Federal e da sociedade. No início do

ano de 2003, compreendendo a importância dos museus na vida cultural e social brasileira, o MinC criou a Coordenação de Museus e Artes Plásticas vinculada à secretaria de Patrimônio, Museus e Artes Plásticas. Naquele momento a comunidade museológica foi convidada para participar democraticamente da construção de uma política pública para o setor.

Passados cinco meses da posse do novo governo, em 18 de maio de 2003, foi lançada a Política Nacional de Museus em meio às comemorações do Dia Internacional dos Museus, no Museu Histórico Nacional, no Rio de Janeiro. Intencionalmente emblemático, este gesto demonstrou a sensibilidade e o comprometimento do MinC em relação às questões museológicas e, ao mesmo tempo, reafirmou a capacidade de mobilização dos atores que operam na área museal (BRASIL, 2005, p. 11). Lançada como um documento, a Política Nacional de Museus possui sete eixos programáticos⁷ capazes de aglutinar, orientar e estimular a realização de projetos e ações museológicas. Estes eixos se tornaram, com algumas modificações, a base de todos os debates que se seguiram sobre o campo museológico.

O primeiro desdobramento institucional da Política Nacional de Museus, já em 2003, foi a criação, dentro da estrutura do MinC, do Demu no âmbito do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), fortalecendo todos os museus de maneira geral e os museus vinculados ao MinC em particular. Visando à consolidação da Política Nacional de Museus, o DEMU criou instrumentos na perspectiva de desenvolver todos os sete eixos programáticos, desencadeando um debate em nível nacional sobre as necessidades de desenvolvimento do setor museológico brasileiro. As ações empreendidas buscaram consolidar o campo museal como estratégico dentro das políticas públicas de cultura. Tendo por base parcerias com estados, municípios e sociedade civil, a Política Nacional de Museus ganhou a dimensão de movimento cultural

⁷ Gestão e configuração do campo museológico, Democratização e acesso aos bens culturais, Formação e capacitação de recursos humanos, Informatização de museus, Modernização de infra-estruturas museológicas, Financiamento e fomento para museus, Aquisição e gerenciamento de acervos culturais.

de abrangência nacional, de caráter inclusivo e participativo. Fruto desta Política e do debate por ela suscitado, o setor vem se desenvolvendo e hoje os museus brasileiros contam com o apoio do Ibram, autarquia federal ligada ao MinC, criada em 2009.⁸

Os reflexos positivos da Política Nacional de Museus estão registrados na elevação dos investimentos no setor; na criação de editais públicos específicos para modernização e criação de museus; na criação de prêmios voltados as práticas em instituições museais; no apoio a implantação de salas de exposições e de reformas e restauração de museus; na realização de encontros nacionais e oficinas de aperfeiçoamento em Museologia; no cadastramento das instituições museais brasileiras⁹; nas publicações de livros, revistas, relatórios e cadernos de diretrizes para o setor; no incentivo às instituições para desenvolverem seu Plano Museológico¹⁰; na articulação com instituições museais Ibero-americanas; na criação do Estatuto de Museus¹¹.

5. INVESTIMENTOS EM MUSEUS

Hoje, a Política Nacional de Museus prevê que a distribuição dos recursos públicos alcance de forma equilibrada as cinco regiões do Brasil, garantindo às instituições museais e a todas as ações museológicas¹² igualdade de condições de acesso

⁸ Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram).

⁹ Decreto nº 5.264, de 5 de novembro de 2004, que institui o Sistema Brasileiro de Museus.

¹⁰ Portaria Normativa nº 1, de 5 de julho de 2006, que dispõe sobre a elaboração do Plano Museológico dos museus do IPHAN..

¹¹ Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus.

¹² Consideram-se ações museológicas práticas sociais que se desenvolvem no presente e que estão envolvidas com criação, comunicação, afirmação de identidades, produção de conhecimentos e preservação de bens e manifestações culturais, que para tanto não precisam necessariamente acontecer dentro de uma instituição museal.

aos meios de financiamento. O eixo programático da Política Nacional de Museus relativo ao financiamento e fomento para museus, propõe:

A constituição de políticas de fomento e difusão da produção cultural e científica dos museus nacionais, estaduais e municipais; o estabelecimento de parcerias entre as diversas esferas do poder público e a iniciativa privada, de modo a promover a valorização e a sustentabilidade do patrimônio cultural e os museus brasileiros; o desenvolvimento de programas de qualificação de museus junto ao CNPq, à Capes e às Fundações de Amparo à Pesquisa; e o aperfeiçoamento da legislação de incentivo fiscal, visando à democratização e à distribuição mais harmônica dos recursos aplicados ao patrimônio musealizado (BRASIL, 2010, p. 29).

Nesse sentido, desde a criação do DEMU, foram empreendidas negociações junto ao governo federal para a ampliação dos recursos destinados aos museus e a articulação de parcerias com empresas estatais para a criação de linhas de financiamento, por meio de editais públicos, para apoio a projetos para o setor museal. O quadro a seguir mostra o reflexo da Política Nacional de Museus no aumento de investimentos empreendidos pelo MinC na área museológica. Os valores referem-se a recursos oriundos do FNC, do Programa Monumenta¹³ e de incentivos fiscais (BRASIL, 2010, p. 72).

¹³ Programa voltado para sítios urbanos ou conjuntos de monumentos considerados patrimônio nacional.

Investimentos em Museus – Sistema MinC

Ano	FNC/Tesouro	Monumenta	Incentivo Fiscal	Total (R\$)
2001	14.594.159,00	0,00	5.449.653,57	20.043.812,57
2002	17.373.248,00	80.580,50	7.029.603,17	24.483.431,67
2003	21.828.327,00	1.291.556,88	21.561.104,43	44.680.988,31
2004	19.285.105,00	1.691.434,22	22.840.465,13	43.817.004,35
2005	29.529.927,00	2.506.963,40	58.791.261,33	90.828.151,73
2006	29.446.127,00	2.519.891,94	82.898.497,96	114.864.516,90
2007	31.945.860,00	3.312.249,42	84.579.146,37	119.837.255,79
2008	42.927.833,00	3.545.178,35	72.594.550,54	119.067.561,89
2009	43.236.132,35	2.622.723,74	73.355.216,03	119.214.072,12

Fonte: Siafi, Salic e Monumenta.

A política de editais está entre as principais novidades e conquistas do setor museal brasileiro, transformando-se em uma nova forma de aplicação de verbas. A seleção de projetos por meio de editais conferiu um caráter democrático ao processo de aplicação de recursos públicos, principalmente em relação a sua descentralização pelas regiões do Brasil.

A política de editais foi capaz de produzir impactos em regiões distantes dos grandes centros culturais que, até então, não haviam sido valorizadas. Foi capaz de interiorizar os investimentos, conferindo aos centros de memória e cultura espalhados pelo Brasil importância e responsabilidade na aplicação dos recursos com que foram contemplados (BRASIL, 2006, p. 74).

Através do trabalho desenvolvido pelo DEMU foram firmados convênios com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para a realização do Programa de Apoio a Projetos de Preservação de Acervos; com a Caixa Econômica Federal para a realização do Programa Caixa de Adoção de Entidades Culturais; e com a Petrobrás para a realização da segunda edição do Programa Petrobrás Cultural. A partir

de verbas diretamente advindas do Ibram foram criados os editais Modernização de Museus e Mais Museus. Os convênios e editais realizados comprovam uma real redistribuição dos recursos públicos destinados aos museus, atingindo todas as regiões do país. Levantamentos realizados entre os anos de 2004 e 2006, conforme quadro abaixo, demonstram a descentralização dos recursos, evidenciando que houve a desconcentração da aplicação na Região Sudeste, que em anos anteriores, concentrava mais de 80% dos valores aplicados pelo MinC (BRASIL, 2006, p. 68, 69).

Anos 2004-2006 – Editais de apoio a Museus (MinC/IPHAN, Caixa Econômica Federal, Petrobrás, BNDES)
– Projetos aprovados por região

Região	Valor aprovado (R\$)	Quantidade de projetos	% (projetos)
Norte	2.974.543,75	21	8,82%
Sul	3.956.537,52	48	20,17%
Centro-Oeste	1.645.368,78	12	5,04%
Sudeste	14.539.798,97	95	39,92%
Nordeste	7.836.912,30	62	26,05%
Total	30.953.161,32	238	100%

Fonte: Política Nacional de Museus – relatório de gestão 2003/2006

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Hoje o Patrimônio Cultural em geral e os Museus em particular, são compreendidos por setores da intelectualidade, da política e da economia como práticas sociais complexas, envolvidos com a criação, comunicação, produção de conhecimentos e preservação de bens e manifestações culturais. Tal compreensão vem inserindo as instituições museais no campo da economia como células capazes de produzir e multiplicar rendas, gerando benefícios ao Estado e, por conseguinte, a toda sociedade.

A inserção dos museus no círculo econômico já é vista com certa importância em outros países há pelo menos duas décadas. Defasados talvez por regimes políticos equivocados, regras econômicas dissonantes e desigualdade social implacável, o Brasil demorou a perceber os museus como elemento gerador de renda, fato que reflete investimentos ainda aquém do necessário.

Somado a isso, vivemos em um país onde as desigualdades regionais evidenciam-se em todos os setores, da saúde à educação. Muito se tem feito para abrandar tais desigualdades, mas por mais que as políticas públicas se empenhem em abrandá-las, as curvas de crescimento geralmente seguem um mesmo ritmo, mantendo, de certa forma o padrão de diferença.

Contudo, esforços vêm sendo empreendidos na intenção de que os museus no Brasil venham a ocupar um novo lugar na agenda política, econômica e cultural. Prova disso é que hoje possuímos uma Política Nacional para nossos Museus, que procura desenvolver o setor equacionando problemas, promovendo o desenvolvimento das instituições e encurtando as desigualdades regionais.

Pelo apresentado, observamos que no período de 2011-2012 dos 14.287 projetos analisados pelo Conselho Nacional de Incentivo à Cultura-CNIC, apenas 4% foram na área de Patrimônio, sendo o menor percentual. As áreas de música e artes cênicas tiveram 50% dos projetos analisados. Quanto ao setor de museus e patrimônio, observamos que continuam insipientes as propostas apresentadas visando incentivo para realização de projetos e programas da área.

O Ibram comemora o aumento dos investimentos no setor de museu entre 2001 e 2011. Um estudo divulgado revela que os recursos destinados anualmente ao setor tiveram aumento de 980% no período pesquisado, passando de R\$ 20 milhões para R\$ 216 milhões, de acordo com pesquisa realizada no Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal e na Lei de Incentivo Fiscal. Apesar de nos quadros apresentados por Henilton Menezes vislumbrarmos poucos proponentes e investidores em museus, observa-se que o setor teve um incremento financeiro principalmente

quando os editais são voltados exclusivamente para a área. Ângelo Oswaldo, presidente do Ibram e do Programa Ibermuseus, afirma: “O mais importante é que o setor museológico se aproprie destes instrumentos e das possibilidades que o Estatuto de Museus proporciona para o seu desenvolvimento”.¹⁴

No último dia 18 de outubro, o decreto nº 8.124 regulamentou as Leis sobre o Estatuto de Museus e sobre a criação do Ibram. O decreto coloca para o setor uma série de ações e procedimentos que devem ser seguidos e confere ao Ibram ações de fiscalização, de caráter pedagógico e orientador, visando uma melhor gestão de museus. A Política Nacional de Museus coloca o Brasil entre os poucos países que formulam e mantêm uma política pública voltada para os museus, dando a devida importância que o setor tem para o desenvolvimento do país e a preservação do patrimônio cultural.

Estas últimas ações vêm contribuindo para colocar os museus em evidência e todo seu repertório de atividades, passando a exercer não só o papel educacional como também de fomentador da economia, seja através do turismo ou de bens e serviços adquiridos ou prestados.

REFERÊNCIAS

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Centro de Documentação e Informação. **Legislação sobre museus [recurso eletrônico]**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012.

BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto Brasileiro de Museus. **Museus em Números**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.

¹⁴Declaração retirada da página eletrônica do Ibram. Disponível em: <www.brasil.gov.br>. Acesso: 4 dez. 2012.

BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto Brasileiro de Museus. **Política Nacional de Museus: relatório de gestão 2003-2010**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2010.

BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Política Nacional de Museus: memória e cidadania**. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Coordenação de Museus e Artes Plásticas, 2003.

BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Política Nacional de Museus: relatório de gestão 2003-2004**. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, 2005.

BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Política Nacional de Museus: relatório de gestão 2003-2006**. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, 2006.

CALABRE, Lia (org.). **Políticas Culturais: reflexões e ações**. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

DIARIO DE PERNAMBUCO, Caderno Cultura. Recife, edição de 27 de setembro de 2009.

FLORISSI, Stefano e WALDEMAR, Felipe Starosta de. Economia da Cultura: uma revisão da literatura. In: VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stefano (Org.). **Economia da Cultura: Bem estar econômico e evolução cultural**. Porto Alegre: EDUFRGS, 2007, p. 11-28.

JORNAL DO COMMERIO, 2012. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/cinema/noticia/2012/12/14/o-som-ao-redor-na-lista-dos-dez-melhores-filmes-do-the-new-york-times-66918.php>>. Acesso: 18 dez. 2012.

LEI ROUANET, Regulamentação e incentivo. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/sobre/cultura/Regulamentacao-e-incentivo/lei-rouanet>>. Acesso: 17 dez. 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri, SP: Manole, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca. Museus e Mercados de arte como agentes econômicos: um diálogo entre cultura e economia. In: NASCIMENTO, José do (org.). **Economia de Museus**. Brasília: MinC/Ibram, 2010.

II SEMINÁRIO PROCULTURA. Cemec - Pólo criativo, São Paulo. Disponível em: <<http://redecemec.com/ii-seminario-procultura>>. Acesso: 19 nov. 2012.

UNESCO. **Relatório Mundial da Unesco**, 2007. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>. Acesso: 17 dez. 2012.

* Artigo submetido em 11 de julho de 2013 e aceito para publicação em 18 de novembro de 2013.