

Museus e economia criativa: apontamentos para perspectivas futuras

*Denise Argenta**

Resumo

O artigo trata da economia criativa, do ponto de vista dos Museus e do Patrimônio Cultural brasileiro. Procura abordar possibilidades de aproximação e intercâmbio entre estes campos. Partimos do papel político dos museus na América Latina e da expectativa de que estas instituições atuem na ampliação da cidadania e dos direitos culturais, para tratar das possibilidades e contribuições que museus e comunidades podem intercambiar entre si, na consolidação de novas possibilidades de desenvolvimento, que tem no *saber fazer* e no patrimônio cultural sua principal matéria-prima.

Palavras-chave: Museus. Economia Criativa. Patrimônio Cultural.

Introdução: O papel dos museus no mundo contemporâneo

Eu vou começar por lhe dizer o que é, a meu ver, um museu. Aos meus olhos, um museu, qualquer que seja, responde a uma questão fundamental: qual é a condição humana? (POSTMAN, 1989 apud CURY, 2005, p. 32).

Qual a função dos museus na sociedade contemporânea? A resposta a essa questão pode divergir, de acordo com o público ao qual se destina. Para os profissionais que atuam na área museológica, a pergunta vem ressoando desde a década de 1970, com a reunião de Santiago do Chile. Desde então, cada vez mais, essa indagação faz parte do cotidiano de gestores públicos e profissionais de museus.

Na América Latina, é possível afirmar que a expectativa de que os museus desempenhem um papel político, sejam agentes de transformação social e contribuam para a ampliação da qualidade de vida e da cidadania das comunidades em que se inserem, mais do que algo político, é, também, a forma latino-americana de entender o mundo. Afinal, vivemos em um continente em que a busca por desenvolvimento, inclusão social e cidadania são pautas comuns.

Assim, propor que os museus sejam espaços de afirmação de identidades e salvaguarda de conhecimentos e memórias é uma expectativa bastante plausível. Cada vez mais, espera-se que os espaços públicos e coletivos atendam às demandas das comunidades em que se inserem.

Desde a Declaração de Santiago do Chile, em 1972, até a Declaração de Caracas (Venezuela, 1992), é possível observar, em diversos momentos, manifestações da comunidade museológica no sentido de que os museus sejam, efetivamente, agentes de mudança social e espaços de construção política junto às comunidades que representam.

Destacamos a afirmativa da Declaração de Caracas, de que cabe aos museus, especialmente na América Latina, serem

[...] instrumento eficaz para o fortalecimento da identidade cultural de nossos povos [...], imprescindível para a tomada de consciência da preservação do meio

ambiente, onde o homem, natureza e cultura formam um conjunto harmônico e indivisível. (PRIMO, 1999, p. 249).

Além do caráter profundamente político dessa compreensão de museu, o texto da Declaração de Caracas aborda outro aspecto que, desde a década de 1990, tem impactado as manifestações culturais latino-americanas: o fenômeno da globalização. A esse respeito, o texto reflete que: “A cultura parece também alentar processos que adquirem cada vez maior força: a consciência do particular, do local, em uma espécie de contrapartida à globalização.” (PRIMO, 1999, p. 249).

Porém, as diretrizes da Unesco e do ICOM dizem respeito ao que profissionais da área museológica acreditam e esperam que os museus sejam para a sociedade. O que a sociedade espera dos museus? Essa é a pergunta fundamental que, apesar de bem-intencionadas, essas diretrizes não respondem. E as razões para essa “não resposta” são diversas. Passam pela ausência de intimidade entre as comunidades e seus museus, pela carência de alfabetização cultural (BOURDIEU, 2003) e pela inexistência de políticas de inclusão e acesso à cultura.

Diante do exposto, aventamos a possibilidade de o museu ser, antes de tudo, um agente de desenvolvimento de modo amplo, integral e inclusivo. Isso implica adentrar o universo do desenvolvimento sustentável¹, beber de sua fonte e desenvolver estratégias capazes de responder, para além das demandas atribuídas aos museus por si mesmos, às demandas silenciosas das comunidades as quais os museus pertencem. Essa é a opção capaz de atuar na base da sustentabilidade dos museus com plenas possibilidades de prover sua continuidade a longo prazo.

Alguns apontamentos acerca de museus e desenvolvimento sustentável

Em que um museu pode contribuir para o desenvolvimento local? Responder ao questionamento implica uma mudança de paradigma. Temos uma ideia, cristalizada por décadas de formação e vivências

herdadas, que nos afirma constantemente que desenvolvimento implica dinheiro. Preferencialmente, muito dinheiro de forma rápida e líquida. Esse é o primeiro mito.

É importante lembrar que o conceito de desenvolvimento é plural e diverso, de acordo com culturas, localidades e tempos distintos (CANCLINI, 2012). Um dos exemplos mais memoráveis dessa diversidade vem do Butão, pequeno país localizado na região do Himalaia, no continente asiático. Desde 1972, a nação butanesa adota o conceito de Felicidade Interna Bruta (FIB), em oposição ao conhecido Produto Interno Bruto (PIB), que norteia as economias ocidentais.

Basicamente, no FIB, o foco da economia é o bem-estar dos cidadãos do país – um contraponto no mínimo curioso em relação ao foco das economias ocidentais que é o bem-estar das indústrias do país. Na perspectiva do FIB, além de medir as riquezas materiais, mede-se também “a felicidade, o bem-estar da população e o desenvolvimento sustentável” (FIB, 2009, [s.p.]). De acordo com esse entendimento, ao comercializar seus recursos naturais ou destruí-los em prol do desenvolvimento econômico, embora o resultado final possa ser compreendido como “riqueza”, os danos ambientais e sociais tendem a impactar negativamente toda a nação e gerar despesas em outras áreas, desequilibrando a conta.

Partindo desse ponto de vista, o desenvolvimento vai muito além de riqueza econômica. Supõe um conjunto de ações, valores e práticas que, de modo amplo, conduzem ao que atualmente é compreendido, do ponto de vista da economia como “desenvolvimento integral” (SEN, 2010). Para Canclini, “[...] es necesario concebir el desarrollo como un proceso plural, que admite la diversidad y el desempeño divergente de regiones, lenguas y clases sociales.” (CANCLINI, 2012, p. 13). Em consonância com essa compreensão, o Nobel de Economia indiano, Amartya Sen, propõe uma “[...] concepción emancipadora del desarrollo, en que la riqueza material es solo una función del sistema de valores y donde el progreso socioeconómico está determinado por lo cultural.” (SEN, 2010, [s.p.]).

O segundo mito a ser superado é o de que museus são espaços

atrasados, abandonados e parados no tempo. Na verdade, o museu representa com precisão a noção de desenvolvimento da comunidade que o abriga.

Uma localidade cujo foco seja uma política desenvolvimentista predatória e de enriquecimento rápido dificilmente considerará investir em espaços culturais, museus, áreas de lazer e convivência. Os reflexos disso se fazem sentir de modo muito intenso nessas localidades: são, com frequência, lugares sombrios, tristes e sem opções de viver e de estar, para além da jornada de trabalho. Por isso mesmo, são lugares que não se desenvolvem do ponto de vista amplo e integral: permanecem estagnados em políticas desenvolvimentistas industriais, com frequência às custas dos ecossistemas da região e da saúde dos cidadãos, com grandes desastres ambientais, frequentemente camuflados ou ocultos pelas autoridades, em prol de um suposto “desenvolvimento” que, a bem dizer, nunca chega...

Superados esses dois mitos (o do museu como espaço ocioso e o do desenvolvimento predatório), voltamos à pergunta: que contribuições um museu pode oferecer para o desenvolvimento local?

É preciso fazer algumas apostas. Primeiro, porque falar de museus e desenvolvimento na mesma frase ainda é algo um tanto inédito no Brasil. Apenas muito recentemente vivenciamos uma mudança de paradigma no cenário político e cultural brasileiro, que culminou na criação de uma autarquia governamental exclusiva para tratar do campo museológico. O Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), criado em 2009, num contexto que nos recorda a máxima segundo a qual “as políticas culturais sempre foram impregnadas de interesse” (SIMÕES; VIEIRA, 2010, p. 17-18).

Em segundo lugar, a mudança de paradigma para o campo museal implica, necessariamente, na profissionalização do campo. Aliás, em qualquer área cultural, a profissionalização é indissociável dos resultados que se deseja alcançar. E essa é uma ação ainda em fase inicial de execução, como é possível comprovar ao observar as metas do Plano Nacional de Cultura (PNC)². As ações voltadas a formação dos profissionais da área cultural, são projetadas com aumentos de 100% a 200%, evidenciando a grande lacuna existente (PNC, 2013,

p. 54-60).

Em consonância com o PNC, o Plano Nacional Setorial de Museus (PNSM), para o decênio 2010 a 2020, dedica uma diretriz transversal à formação e capacitação dos profissionais do setor, no entendimento de que é necessária a:

Adoção de uma estratégia de atuação na área que combine ciclos de formação continuada dos profissionais dos museus [...] e a gestão junto aos órgãos competentes para propor adequações curriculares em cursos de graduação e pós-graduação que tratem de temas afetos ao campo da museologia. (BRASIL, 2010, p. 21).

E, embora a justificativa mais comum para a ausência de profissionalização de agentes de museus ou de contratação de profissionais qualificados seja o custo de tal investimento, é preciso lembrar que profissionalizar a gestão museal está diretamente relacionado à possibilidade (ou não) de percepção e envolvimento dos museus em estratégias de desenvolvimento local. Afinal, transcender concepções arcaicas da realidade requer uma percepção diferenciada e especializada do campo.

Em favor da profissionalização e especialização dos profissionais que atuam no museu, podemos afirmar que um museu gerido por profissional sem formação na área cultural equivale a um profissional sem formação na área da saúde realizando consultas médicas. Por mais bem-intencionada que seja a prática do profissional sem formação específica para a área, seu trabalho está seriamente comprometido. E não é exagero comparar profissionais da área cultural com profissionais de saúde: se a saúde cultural vai mal, as causas estão na formação de base. A economista Ana Carla Fonseca Reis reforça: “[...] a questão crucial é que a sustentabilidade da produção cultural depende da capacitação de talentos [...]” (REIS, 2008, p. 15). Profissionalizar a área cultural é condição indissociável para o seu desenvolvimento pleno.

Feito esse preâmbulo, reitero: museu pode contribuir para o desenvolvimento local, desde que esteja articulado e embasado

em sólida formação e condução. Eis o desafio crucial: a área cultural está em contínuo e rápido processo de mudança, exigindo aperfeiçoamento e atualização em constante diálogo com sua classe e seus pares.

É preciso considerar também que a formação de um campo profissional e sua consolidação vão além da qualificação profissional e das pesquisas na área. Implicam ainda articulação política, participação na construção e no monitoramento das políticas públicas para o seu setor, conhecimento da legislação a respeito de sua área, dentre inúmeras outras atribuições.

Outro tabu na área do desenvolvimento diz respeito à sustentabilidade. O conceito é esvaziado quando o definimos como exclusivamente financeiro. Sustentabilidade vai muito além do fator econômico e implica diretamente no impacto, na representatividade, na articulação e nas relações que a instituição mantém. De acordo com o PNSM:

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

Embora seja frequente a prática de reduzir sustentabilidade exclusivamente a recurso financeiro, no entendimento de que este seria o objetivo final, precisamos contrapor outras possibilidades. O objetivo central do desenvolvimento deve ser sempre a qualidade de vida e a inclusão social, o respeito e a valorização da diversidade e a melhora das condições de vida da comunidade.

Tendo alcançado essa condição, a instituição terá conquistado o respaldo da comunidade, a articulação e a força política que só são possíveis mediante a consolidação de parcerias, trabalhos colaborativos e em rede.

Afinal, fontes de financiamento podem se esgotar, financiadores podem modificar seu foco e, em algum momento, deixar de apoiar financeiramente a instituição. Mas tendo respaldo e

representatividade no seu espaço, fazendo a diferença para sua comunidade de abrangência, se articulando em rede, o museu poderá contar com o apoio, com o conhecimento e com a capacidade de articulação dos integrantes de sua rede, conferindo força à instituição. Do contrário, extingue-se juntamente com a sua fonte de recursos.

Aliás, o conceito de redes é extremamente benéfico à sustentabilidade. O fundador da Rede *ItsNoon*³ de compartilhamento de conhecimento artístico e cultural, Reinaldo Pamponet, indica novas possibilidades em que o sistema econômico tradicional – baseado em indústrias e empreendimentos centralizadores de recursos e de serviços – tende a ceder lugar, cada vez mais, a redes colaborativas de ação e serviços (PAMPONET, 2013, [s.p.]).

É interessante perceber que a maioria dos museus ainda se constitui a partir do modelo centralizador, típico da economia tradicional: apenas o museu detém o conhecimento, e se responsabiliza pela sistematização e distribuição ao público, na forma de publicações, exposições, visitação aos seus espaços. O público, nessa perspectiva, é somente um consumidor passivo daquilo que o museu oferece.

Mas qual a contribuição do público? Como a comunidade interage com o espaço museal? Mais que isso, quais as responsabilidades da comunidade em relação ao seu museu? Talvez a aposta seja mudar a pergunta. Ao invés de questionar “para que serve o museu?”, indagamos “o que a comunidade tem a oferecer ao seu museu?”.

Vale recordar o princípio da economia criativa proposto por Pamponet, segundo o qual: “[...] O que a gente quer se ver livre é justamente do modelo industrial. Estamos entrando em uma sociedade em rede, estudando novos modelos de funcionamento baseados em rede [...]. [a economia criativa] tem como função trabalhar uma agenda de possibilidades que é um redesenho da economia.” (PAMPONET, 2013, [s.p.]). Atuando nessa perspectiva de redes, a aposta é que as instituições museológicas possam estruturar suas ações de maneira colaborativa e compartilhada, reconhecendo e valorando saberes e conhecimentos inexplorados pela economia tradicional.

Fontes de inspiração: museus para a criatividade e a inovação

A primeira questão é: como podemos definir economia criativa? Em segundo lugar: qual a relação entre economia e museus? Princípios pela definição do economista brasileiro Ladislau Dowbor, segundo a qual “o fator-chave de produção no século passado era a máquina. Hoje, é o conhecimento”. (2011, [s.p.]). Essa mudança de paradigma rompe com a economia convencional pautada na exploração predatória dos recursos naturais e da força de trabalho e a substitui, paulatinamente, por modelos diferenciados em que se sobressaem a colaboração, a produção compartilhada e a predominância do conhecimento, da expertise e da criatividade. A Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura do Brasil define economia criativa como aquela que abarca os Setores Criativos

[...] cujas atividades produtivas tem como processo principal um ato criativo, gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. (BRASIL, 2012, p. 22).

Mas esse não é um caminho pronto. É preciso construir essa nova modalidade de produção e, como em qualquer nova experiência, resistir a pressão das ideias convencionais. Dowbor explica que nesse modelo: “A produção imaterial agora ocupa o centro da Economia. O valor dos produtos e serviços está cada vez menos nos materiais neles envolvidos, e mais no conhecimento, cultura e criatividade que permitiram gerá-los.” (DOWBOR, 2011, [s.p.]). O mais interessante dessa forma de compreender a produção, deslocando a centralidade da matéria-prima convencional para o capital intelectual, é que, dessa maneira, se rompe com a “lógica da escassez” tão central ao sistema econômico convencional e se reforça a dimensão simbólica dos bens e serviços produzidos.

Essa compreensão abre novas perspectivas, já que a área cultural é uma das poucas em que o conhecimento compartilhado é capaz de multiplicar infinitamente a produção, beneficiando quem se apropria

sem prejuízo de quem doa. Nas palavras de Pamponet: “Quando você coloca conceitos como sustentabilidade e colaboração, acaba fazendo muito mais sentido não ser o modelo industrial. A métrica do modelo industrial é escala. A da economia criativa é ressonância. Reverberar sentido.” (PAMPONET, 2013, [s.p.]).

Diante desse contexto, como é possível aos museus se inserirem? Em primeiro lugar, cumpre salientar que o *saber fazer* é um dos patrimônios intangíveis mais significativos na perspectiva dessa economia. Mas é também um dos mais frágeis elos dessa cadeia, e tende a desaparecer rapidamente com a sobreposição de modos de vida. Por isso é, ao mesmo tempo, uma fonte de inspiração que alimenta a economia e um setor que requer continuamente ações de registro e inventariamento a fim de assegurar sua guarda.

Na outra ponta do processo, podemos constatar um fenômeno de “volta às origens”. Explico: durante séculos se hipervalorizou a manufatura industrial, os artigos produzidos em série. Fenômeno relacionado à ideologia industrial/desenvolvimentista. Atualmente, percebemos um retorno à busca por originalidade, pelo diferente, pelo local, em oposição ao global.

Talvez essa “volta às origens” seja uma espécie de resistência ao fenômeno da globalização. Mas não só: há uma saturação de tudo que é serial. E há uma sede por novidades, por inovação. Assim, saberes tradicionais começam a ser redescobertos, acrescidos de novas tecnologias e temperados com trocas de culturas e regiões geográficas diferentes.

Áreas como moda, design, literatura, dança, turismo, música e teatro se beneficiam e estabelecem trocas com museus e seus acervos e produções nas áreas de patrimônio material e imaterial, culturas populares, afro-brasileiras e indígenas.

Embora de forma incipiente, já é possível encontrar bons exemplos de iniciativas promissoras, relacionando os campos do saber fazer e da memória com a produção de bens e serviços culturais.

No município de Chapecó, no interior de Santa Catarina, um projeto de moda desenvolve coleções inspirada em referenciais de memória local. Trata-se do “Feito sob medida - Chapecó em Moda”

que, segundo a definição oficial, “é um projeto de inclusão produtiva que visa estimular alternativas para a geração de trabalho e renda” (CLIC RBS, 2012, [s.p.]). De acordo com a coordenação do projeto, que existe há seis anos no município: “Cada edição relembra uma época da cidade, ou paisagens que lembrem Chapecó.” (VOZ, dez. 2012, [s.p.]). A fonte de inspiração e pesquisas para produção das coleções são acervos documentais particulares, arquivos e museus da região.

Ainda no município de Chapecó uma atriz utiliza, como fonte de inspiração e matéria-prima para os espetáculos que produz, narrativas de tradição oral da região oeste catarinense. Seu objetivo é definido, na página virtual da companhia, como: “Contar histórias, intercambiar experiências, compartilhar a sabedoria popular e dar voz à cultura oral do Brasil [...] através da produção e apresentações de contação de histórias.” (CONTACAUSOS, [s.d.]). Através dessa iniciativa os populares “causos”, contos e lendas são transformados em apresentações que, além de difundir a cultura popular, valorizam essas expressões e estimulam sua preservação, mantendo um forte vínculo com a memória e a identidade regional⁴.

A arquitetura histórica também é uma fonte inesgotável de inspiração: na região de Urussanga (SC), uma iniciativa muito original promove a releitura dos *lambrequins*⁵, transformando-os em artesanato. Segundo notícia veiculada na página virtual da prefeitura do município, as artesãs realizaram pesquisa de campo, histórica e iconográfica, a fim de produzir a produtos inspirados nesse detalhe arquitetônico. A notícia veiculada pela prefeitura municipal de Urussanga destaca ainda que:

As imagens dos *lambrequins* encontradas nas construções históricas de Urussanga, e destacadas na arquitetura trazida pelos imigrantes italianos para a região, se transformaram em fonte de inspiração das artesãs da cidade. A aplicação destas imagens em bordados faz parte agora de um conjunto de produtos artesanais que são referência cultural e formam a identidade da *Benedetta*⁶. E assim, não serão vistos mais somente na arquitetura, mas inclusive em caixas para guardar vinhos, toalhas de louça, guardanapos, e outros objetos. (URUSSANGA, 2010, [s.p.]).

Na área musical, é possível encontrar inúmeros exemplos do contato com referências do patrimônio cultural. Vamos nos ater a dois deles: o primeiro vem do estado do Acre, no Norte brasileiro. A banda se chama Mapinguari Blues e, para além do estilo musical, o nome “Mapinguari” faz referência a uma lenda tradicional da região amazônica, demonstrando que, por mais universal que seja o estilo musical apresentado – como é o caso do *blues*, que atravessa fronteiras –, as raízes culturais podem ser demonstradas e reafirmadas de maneiras criativas e originais⁷.

Outro exemplo é uma composição de um cantor/compositor catarinense, denominada “Sambaquianas”, em homenagem ao município de Joinville (SC)⁸. A inspiração advém do conhecimento de que a região norte do estado de Santa Catarina possui grande quantidade de sítios arqueológicos sambaquianos – relativos a ocupação pré-histórica daquele espaço.

Nas artes visuais, em Santa Catarina, um dos exemplos mais interessantes de uso de referenciais históricos são trabalhos de escultores, ilustradores e pintores cujo mote inspirador é a Guerra do Contestado – conflito armado que assolou o interior catarinense no início do século XX⁹.

Já a literatura possui um vínculo indissociável da cultura popular e dos saberes cotidianos. Basta lembrar grandes literatos brasileiros, como o paraibano Ariano Suassuna, o baiano Jorge Amado, o gaúcho Érico Veríssimo, o matogrossense Manoel de Barros, o amazonense Milton Hauton... Todos produziram suas obras a partir dos referenciais culturais e das impressões e vivências que experimentaram em suas localidades. E suas obras expressam esses olhares e reafirmam os saberes tradicionais, possibilitando conhecer costumes e tradições locais pela voz dos autores.

Mas talvez seja no cinema que encontramos exemplos mais significativos das inúmeras possibilidades de inspiração que residem em todos os referenciais culturais que possuímos. Quem não lembra da produção “Lisbela e o Prisioneiro” (ARRAES, 2003), cujo enredo apresenta a cultura tradicional do Nordeste brasileiro? No longa metragem de ficção, os sotaques, os costumes, as crenças,

o modo de vida e, até mesmo, a paisagem são matérias-primas para o filme. Outra produção que dá visibilidade a manifestações culturais tradicionais, embora não tenha uma projeção nacional tão expressiva, é o longa metragem “O Quatrilho” (BARRETO, 1995), que retrata o Sul do Brasil, com ênfase na cultura italiana da região da Serra Gaúcha.

Esses são apenas alguns exemplos a fim de ilustrar brevemente o imenso potencial desse vínculo entre patrimônio cultural e os setores criativos em diversas localidades brasileiras. Há um universo inexplorado de referências e manifestações culturais capazes de inspirar produções nas mais diversas áreas, conferindo originalidade aos bens produzidos, movimentando a economia, promovendo e valorizando as manifestações e a identidade cultural local.

O que se sobressai nos exemplos apresentados é que, em todos, o patrimônio cultural é a matéria-prima, a fonte de inspiração, o ponto de partida para a produção. Quer seja expresso numa imagem de acervo, numa lenda ou caso transmitido pela tradição oral, quer seja num objeto de museu, numa edificação ou num conhecimento tradicional herdado. E em todas essas atividades, há a geração de renda, há o envolvimento de diferentes especialidades e conhecimentos profissionais, além do investimento de pesquisa capaz de produzir criações originais a partir de referenciais cotidianos.

Contudo, ainda há grandes desafios no que tange a apropriação, ao uso e à circulação desses referenciais de forma criativa e inovadora. Dentre estes desafios, talvez um dos mais urgentes seja inserir os museus de comunidades e os museus de território, cujo potencial não é o atendimento do grande mercado, em rotas de turismo diferenciadas. Já é possível encontrar bons exemplos, como o trabalho realizado, desde 2009, pela Aoka Agência de Turismo Sustentável. Focada no desenvolvimento de regiões pobres, a empresa tem, em seu portfólio de destinos turísticos, desde comunidades ribeirinhas da Amazônia até favelas nos municípios de Rio de Janeiro e São Paulo. O trabalho acontece em parceria com moradores locais, que indicam o que é interessante apresentar aos visitantes e atuam como guias turísticos¹⁰.

Nessa perspectiva, museus e comunidades têm voz e vez, e podem fazer toda a diferença ao pautarem demandas locais com criatividade, originalidade e qualidade de apresentação. A grande questão é de investimento: muito mais que investimento financeiro, iniciativas assim requerem investimento em capital humano, gestão continuada e compartilhada, uma sólida rede de articulação e sustentação e formação contínua.

Todos esses valores não se constroem rapidamente, mas levam anos para se consolidarem e se tornarem autossustentáveis. E um dos pilares da consolidação do setor é, sem dúvida, a formação de profissionais capazes de acompanhar as mudanças contínuas desse campo em processo de formação. Trata-se de um desafio que requer convicção e investimento contínuo. Nada oneroso aos cofres públicos: a formação de profissionais para a área museal custa menos que a folha de *marketing* da maioria das administrações de médio porte. Custa bem menos que arcar com o oneroso custo de trabalhos descontinuados e gestões fragmentadas na área cultural na imensa maioria dos municípios, em que se investem grandes somas para projetos fabulosos que, raramente, resistem mais que três ou quatro verões...

Conclusão

Embora tenhamos avançado muito, há, como bem indica Canclini (2012), uma grande lacuna entre expectativa e realidade nesse universo. Carecemos não apenas de políticas integradas entre cultura, turismo e educação, mas é necessário também ampliar o leque, dialogando com áreas como economia, meio ambiente, saúde, agricultura, planejamento, entre outros, a fim de construir soluções duradouras, capazes de promover o desenvolvimento integral e efetivo das comunidades.

Nosso maior desafio reside na superação do conceito de desenvolvimento puramente econômico, em prol de um desenvolvimento integral, centrado no humano, na sustentabilidade e na qualidade de vida.

Parafraseando o célebre pianista franco-polonês Fryderyk Franciszek Chopin, “[...] o país que não preserva os seus valores culturais jamais verá a imagem de sua própria alma.” Ainda estamos engatinhando nessa seara, e a valorização e promoção dos museus ainda é um vasto domínio inexplorado.

Afinal, os espaços museológicos são uma das categorias de instituições mais ecléticas que existem. Prestam-se admiravelmente aos mais diversos fins: da promoção individual à afirmação de ideologias e a instrumento de luta de classes sociais. Mas são, também, na contemporaneidade, muito mais que espaços de contemplação e fruição estética: são espaços de pesquisa, fontes de inspiração e afirmação de identidades e valores.

Por essas razões, seguramente, se os museus não existissem na sociedade contemporânea, nós os inventaríamos, exatamente para serem esses espaços de guarda de referências e inspirações para as artes, as poéticas e as vivências que desejamos produzir e exibir ao mundo com a marca da nossa originalidade e criatividade.

Notas

* Mestre em Patrimônio Cultural pela UFSM, responsável pelo Setor de Difusão Cultural e Museológica do CEOM/Unochapecó, produtora cultural e pesquisadora colaboradora do Museu Histórico de Pinhalzinho. Contato: <deniargenta@gmail.com>.

¹ Adotamos aqui o conceito de Desenvolvimento Sustentável de acordo com o Relatório Brundtland, que afirma “[...] o Desenvolvimento Sustentável é aquele que atende às necessidades da geração presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atender às suas necessidades.” (BRUNDTLAND, 1991, [s.p.]; BRASIL, 2004, [s.p.]).

² O Plano Nacional de Cultura (PNC) é um dos documentos norteadores da recém-nascida Política Nacional de Cultura.

³ A *ItsNoon* é uma plataforma colaborativa, cuja proposta é formar uma grande rede, conectando pessoas, ideias e dinheiro, através de chamadas criativas e apoio criativo. Para mais informações, acessar: <www.itsnoon.net>.

⁴ Trata-se da Companhia ContaCausos. Mais informações na página: <www.contacausos.com.br>.

⁵ Lamebrinquim: recorte em forma de pendente ou rendilhado, em geral feito a partir de madeira, que constituía um detalhe arquitetônico bastante comum em edificações nas regiões de colonização italiana do estado de Santa Catarina.

⁶ Benedetta é uma comunidade rural do município de Urussanga (SC).

⁷ Para mais informações sobre a banda, acesse mappinguari-blues.blogspot.com.br

⁸ Música Sambaquiãna, composição e arranjos de Ricardo Ledoux, Joinville - SC.

⁹ Está em curso uma extensa pesquisa relacionando a produção artística à memória da Guerra do Contestado. Sob coordenação dos professores Delmir José Valentini, da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), e Rita Ines P. Peixe, da Universidade da Região de Joinville (Univille). O projeto intitulado “A guerra sertaneja do Contestado e suas representações ico-

nográficas: recontando a história a partir das produções artísticas” tem previsão de publicação ainda em 2013.

¹⁰ Para saber mais, visite o *website* da agência: <www.aoka.com.br>.

Referências

ARRAES, Guel. **Lisbela e o Prisioneiro**. Brasil: Globo Filmes, 2003.

BORGES, Thiago. Negócios para mudar o mundo. In: ONE HEALTH MAG. [s.d.]. Disponível em <www.onehealthmag.com.br/index.php/negocios-para-mudar-o-mundo>. Acesso em: ago. 2013.

BARRETO, Fabio. **O Quatrilho**. Brasil, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **Creencia artística y bienes simbólicos**: elementos para una sociología de la cultura. Córdoba; Buenos Aires: Aurelia Rivera Grupo Editorial, 2003.

BRASIL. **Plano da Secretaria de Economia Criativa**: política, diretrizes e ações 2011 a 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

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

_____. **Projeto de Cooperação Técnica MDA/FAO**: material didático Desenvolvimento Sustentável. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA; Food And Agriculture Organization – FAO, 2004.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CANCLINI, Néstor García; URTEAGA, Maritza. **Cultura y Desarrollo** – una visión crítica desde los jóvenes. Buenos Aires: Paidós, 2012.

CLIC RBS – Portal de notícias. **Projeto feito sob medida apresenta nova coleção em Chapecó**. 7 jul. 2012. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/chapeco/2012/07/07/projeto-feito-sob-medida-apresenta-nova-colecao-em-chapeco/?topo=77,2,18>>. Acesso em: jul. 2013.

CONTACAUSOS. **Pesquisa e contação de histórias**. [s.d.]. Disponível em: <www.contacausos.com.br>. Acesso em: ago. 2013.

CURY, Marília Xavier. **Exposição: Concepção, Montagem e Avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005.

DOWBOR, Ladislau. A economia da Criatividade. In: **Senso Incomum Blog**. nov. 2011. Disponível em: <www.sensoincomum.com.br/blog/economia-criativa-2/a-economia-da-criatividade/>. Acesso em: out. 2012.

_____. A ruptura. In: **Outras Palavras: Comunicação Compartilhada E Pós-Capitalismo**. nov. 2012. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/posts/um-planeta-banhado-em-conhecimento/>>. Acesso em: jul. 2013.

FIB. Felicidade Interna Bruta (FIB) na Prática. In: **Conferência Internacional Sobre Felicidade Interna Bruta (Fib)**, 5., Foz do Iguaçu, Brasil, nov. 2009. Anais... Disponível em: <<http://www.felicidadeinternabruta.org.br/sobre.html>>. Acesso em: ago. 2013.

JORNAL VOZ DO OESTE. **Coleção: 60 looks foram inspirados nos tradicionais carnavais de salão de Chapecó**. Chapecó, dez. 2012. Disponível em: <<http://vozdoeste.com.br/colecao-60-looks-foram-inspirados-nos-tradicionais-carnavais-de-salao-de-chapeco/>> Acesso: 20 jul. 2013.

MACCARI, Bruno; MONTIEL, Pablo. **Gestión Cultural para el desarrollo: nociones, políticas y experiencias en América Latina**. Buenos Aires: Paidós, 2012.

MATTELART, Armand. **Geopolítica de la cultura**. Colección Escafandra. Santiago (Chile): LOM Ediciones, 2002.

PAMPONET, Reinaldo. Economia Criativa além do discurso. Entrevista a Raul Perez. **Empreendedores Criativos**, 3 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.empreendedorescriativos.com.br/entrevistas/economia-criativa-alem-do-discurso/>>. Acesso em: jul. 2013.

PRIMO, Judite Santos. Declaração de Caracas. **Cadernos de Sociomuseologia: Museologia e Patrimônio: Documentos Fundamentais**. Lisboa: Universidade Lusófona, n. 15, 1999. Disponível em: <<http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/3730/declara%C3%A7%C3%A3o%20de%20caracas.pdf?sequence=1>>. Acesso em: ago. 2013.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural; Garimpo de Soluções, 2008.

SEN, Amartya. **Desarrollo y libertad**. Barcelona: Planeta, 2010.

SIMÕES, Janaína Machado; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão. A atuação do Estado e do mercado na trajetória do campo organizacional da cultura no Brasil. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; SILVA, Rosimeri Carvalho da; RODRIGUES, Marcio Silva. **Cultura, Mercado e Desenvolvimento**. Porto Alegre: Dacasa, 2010.

URUSSANGA, Prefeitura Municipal. **Lambrequins: da arquitetura para o artesanato diferenciado de Urussanga**. 1º set. 2010. Disponível em: <<http://www.urussanga.sc.gov.br/conteudo/?item=10543&fa=1&cd=77520>> Acesso: 20 jul. 2013.

VANGUARDA. Urussanga terá artesanato diferenciado. **Jornal Vanguarda**, 23 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.jvanguardia.com.br/site2012/2010/07/23/urussanga-tera-artesanato-diferenciado/>>. Acesso em: jul. 2013.

Recebido em 21 de agosto de 2013.
Aprovado em 23 de agosto de 2013.

Résumé

L'article traite de l'économie de la création, du point de vue des musées et du patrimoine culturel du Brésil. Cherche à aborder les approches possibles et les échanges entre ces domaines. Nous quittons le rôle politique des musées en Amérique latine et dans l'espoir que ces institutions agissent dans l'expansion de la citoyenneté et les droits culturels, pour aborder les possibilités et les contributions que les musées et les communautés peuvent échanger entre eux, dans la consolidation de nouvelles possibilités de développement, qui possède le savoir-faire et le patrimoine culturel de sa principale matière première.

Keywords: Musées. Économie créative. Patrimoine culturel.