

Políticas públicas e o patrimônio histórico: das primeiras ações a economia da cultura

Public policy and the heritage: from first actions to cultural economy

Mariana Nascimento Bispo | marianabispo@rocketmail.com
Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Uerj

Resumo

Este artigo tem como objetivo fazer uma análise sobre as ações estatais com relação ao patrimônio histórico nacional, através de um breve histórico das políticas adotadas pelo Estado brasileiro para a área cultural. O estudo vai se focar, sobretudo, nas diretrizes para a construção de políticas públicas adotadas nos mandatos do Presidente Lula e na ação do órgão estatal que na atualidade é o maior patrocinador da preservação de bens tombados: o BNDES, Banco Nacional de Desenvolvimento Social e Econômico.

Palavras-chave: patrimônio histórico; políticas públicas de cultura; economia da cultura; BNDES.

Abstract

This paper aims to make an analysis on the state's actions with respect to the national heritage, through a brief history of the policies adopted by the Brazilian government for the cultural area. The study will focus mainly on the guidelines for the construction of public policies adopted in the mandates of President Lula and action of the state agency that today is the major sponsor of the preservation of goods tumbled: BNDES, Banco Nacional de Desenvolvimento Social Cheap.

Keywords: *heritage; culture public policy; economics; culture; BNDES.*

INTRODUÇÃO

Vivemos em um mundo em que a intensificação da globalização modifica as maneiras do poder público lidar com as políticas públicas em diversos setores: economia, segurança, saúde, dentre outras. E a esfera cultural não escapa dessas transformações. O patrimônio histórico, e os usos que devem ser feitos desses bens, têm sofrido também modificações neste contexto. Esta área recentemente recebeu profundas revisões com a extensão do tema – antes restrito ao campo da História – a áreas como a Sociologia, a Antropologia e a Comunicação.

O estatuto do que venha a ser um bem que pertença a uma nação como parte de seu legado artístico, cultural e histórico, perpassa temáticas e conceitos complexos e diversos como “memória”, “nacionalismo” e “identidade”, etc. O que deve ser patrimônio e, sobretudo, o que deve ser feito desse patrimônio tombado, está diretamente ligado ao que venha a ser a identidade nacional de cada nação, outro conceito que com a crescente globalização, também está sendo revisado. Em um país como o Brasil, cuja formação advém de culturas e nacionalidades tão distintas quanto a européia, a africana e a indígena, e no qual a miscigenação é um traço marcante, como delimitar o que é patrimônio artístico e histórico nacional que mereça ser preservado?

95

Além disso, a questão do uso desse patrimônio histórico e cultural é outro assunto que provoca embate entre o poder público, setores privados e empresariais – como o turístico – e a sociedade civil organizada, na figura de Organizações Não-Governamentais, que recentemente passaram a colocar os bens simbólicos materiais e imateriais nacionais como objeto de ação de seus projetos sociais.

Diante deste sucinto panorama, este artigo tem como objetivo fazer uma análise sobre as ações estatais com relação ao patrimônio histórico nacional, através de um breve retrospecto das políticas adotadas pelo Estado brasileiro para a área cultural. O estudo vai se focar, sobretudo, nas diretrizes para a construção de políticas públicas adotadas nos mandatos do Presidente Lula e na ação do órgão estatal que na atualidade é o maior patrocinador da preservação de bens tombados: o BNDES, Banco Nacional de Desenvolvimento Social e Econômico. Além disso, será analisado o uso do conceito de “economia da cultura” que o Banco vem adotando como diretriz de gestão para as suas políticas de patrocínio e marketing cultural¹. Para isso é necessário se fazer um histórico das políticas culturais estabelecidas pelo Governo Federal desde a criação de um órgão específico para esta finalidade, o IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. E uma pesquisa de como o BNDES, se estabeleceu como o principal patrocinador de preservação de patrimônio do Brasil e com quais objetivos são realizados tais investimentos. Além disso, é preciso fazer uma introdução ao conceito de patrimônio histórico e analisar as mudanças de concepção pelas quais este conceito passou nos últimos anos, com a entrada das Ciências Sociais neste campo. Estas mudanças conceituais levaram a modificações sobre o que deva ser considerado patrimônio e, principalmente, sobre os usos que devem ser feitos dele.

1. PATRIMÔNIO HISTÓRICO – REDEFINIÇÃO DO CONCEITO

De acordo com antropólogo Néstor Garcia Canclini (1994), aquilo que se entende por patrimônio nacional muda de acordo com as épocas. O conceito de patrimônio histórico² se transformou a partir de alguns elementos tais como a urbanização, a industrialização, e as indústrias culturais e turísticas. Ainda segundo Canclini, estes elementos citados, antes vistos como inimigos da preservação destes bens, devem ser agora aceitos como condições que a propiciam. Além disso, ele ressalta que tais elementos contribuem para que o próprio conceito do que venha a ser patrimônio e identidade nacional seja repensado (1994, p.91).

O autor vai além e destaca que a idéia de “nação” foi alterada por estes processos de urbanização, industrialização e de transnacionalização de bens simbólicos e materiais e com a globalização econômica. E que não podemos mais conceber “nação” unicamente como “conjunto de bens e tradições mantidos no território historicamente habitado por uma comunidade” (Idem). Isso porque a população nacional se entretém, se alimenta e se informa com produtos culturais oriundos de países estrangeiros. Sem contar os fluxos migratórios que se aceleraram com a globalização e que fazem com que comunidades inteiras preservem seus valores culturais e históricos fora de suas fronteiras nacionais (Idem).

Neste contexto, ele ressalta a importância dos meios de comunicação de massa, que muitas vezes são acusados de “maltratar” o folclore e a cultura tradicional - e das novas tecnologias de informação - para que esses bens culturais circulem para além das fronteiras nacionais. Ele coloca os produtos midiáticos como “recursos-chave para documentação e difusão cultural para além das localidades que a geraram” (Idem, p. 103). E, mais do que isso, ele acrescenta que estes produtos midiáticos são parte de nosso patrimônio, porém de maneira diferente de outros bens tradicionais, como monumentos arquitetônicos, por exemplo. Ele assim os considera por constatar que produtos como a música, filmes e novelas de TV, são responsáveis por gerar, consagrar e socializar certos comportamentos (Idem).

A partir deste ponto, Canclini se pergunta como redefinir o patrimônio cultural partindo das condições históricas, sociais e comunicacionais de nossa época. Ele responde a esta pergunta colocando três pontos que têm sido trabalhados pelas Ciências Sociais em um movimento triplo de reconceitualização da temática do patrimônio. O primeiro deles é a afirmação de que patrimônio não inclui somente a herança de cada povo, “as expressões ‘mortas’ de sua cultura”, tais como conjuntos arquitetônicos e objetos antigos, mas também os bens culturais visíveis e tangíveis, e os invisíveis. Dentre estes, ele cita os artesanatos, línguas, conhecimentos e a comunicação, que se desenvolvem através das indústrias culturais (Op. Cit, p.91-92).

O segundo ponto citado pelo antropólogo é o de que houve uma expansão da política patrimonial para além do que foi produzido no passado, e sua preservação, em conciliação com os usos sociais e com as necessidades contemporâneas das sociedades às quais estes bens pertencem.

Por fim, o terceiro elemento destacado como redefinidor da noção de patrimônio, é o de que há um reconhecimento da importância da cultura popular como um componente deste legado histórico. Não somente os bens produzidos pelas classes hegemônicas, mas também aqueles criados por grupos populares e não ligados às camadas aristocráticas, como músicas indígenas, textos de camponeses e operários, passaram a ser incluídos como bens culturais passíveis de preservação (Idem). Em resumo, o que o autor pretende ao colocar este três pontos é mostrar que houve um alargamento da noção de patrimônio.

Voltando às análises de Canclini, é importante para o presente trabalho analisar algumas questões teóricas e políticas que, segundo este autor, estão ligadas à expansão da noção de patrimônio. São elas: “patrimônio cultural e desigualdade social”, “usos do patrimônio”, “propósitos da preservação” e o “patrimônio na era da indústria cultural” (Ibidem, p.96).

A primeira questão, patrimônio e desigualdade, diz respeito ao acesso que a população de um país tem ou não aos bens tombados. Ele destaca que apesar de, teoricamente, tais bens pertencerem a todos, investigações sociológicas e antropológicas mostram que os diversos setores sociais se apropriam de forma desigual da herança cultural de um país. E vai além, ao dizer que não basta que existam políticas culturais que criem museus, bibliotecas e outras instituições afins, e ainda programas de incentivos à população, para que esta frequente tais locais. À medida que se desce na escala social e econômica da sociedade em direção àqueles que têm menos recursos e acesso à educação, percebe-se uma redução da capacidade de apropriação do capital cultural transmitido pelas instituições.

Para o autor, o motivo dessa desigualdade seria a diferença de participação dos vários grupos sociais na formação deste patrimônio. Ele ainda ressalta que, mesmo em nações que adotam a noção antropológica de cultura³, existe uma determinada hierarquia dos capitais culturais. “... vale mais a arte que os artesanatos, a medicina científica que a popular, a cultura escrita que a oral” (Op. Cit, p. 96).

Nesse sentido, o patrimônio cultural serve como um recurso que produz e mantém diferenças entre grupos sociais, que corrobora para a manutenção de um distanciamento entre que os possuem amplo acesso a estes bens e os que, ou não possuem, ou tem acesso, mas não conseguem usufruir dele por completo.

Outra questão relevante é a dos “usos do patrimônio”. Neste ponto, o autor ressalta que simplesmente constatar que há desigualdade na formação deste patrimônio, bem como no acesso das classes populares a ele, é uma perspectiva muito simplista e insuficiente para revelar as dinâmicas sociais que envolvem o patrimônio cultural. Existe por trás do binômio “capital cultural - grupos hegemônicos” e “classes populares - pouco acesso”, o que ele chama de “espaço de disputa”. Ou seja, este é um espaço onde há disputas tanto econômicas

quanto políticas e simbólicas e no qual três setores da sociedade, o Estado, o setor privado e os movimentos sociais, agem em conjunto, às vezes de forma antagônica, outras em parceria.

Com relação à atuação do Estado, para o autor, este tenta constantemente imprimir aos bens culturais um tom nacional, de uma arte integrante da identidade da nação, ainda que tais bens sejam manifestações muitas vezes regionais.

Mais uma questão levantada pelo antropólogo, que pode agregar ao presente trabalho, é a dos “imaginários da preservação”. Neste caso, Canclini levanta quatro paradigmas político-culturais a partir dos quais costumam serem definidos os objetivos da preservação do patrimônio: o “tradicionalismo substancialista”, o “mercantilista”, o “conservacionista monumentalista” e o “participacionista”.

Em linhas gerais, o primeiro modelo, o “tradicionalismo substancialista” julga os bens a serem conservados pelo valor que eles têm em si mesmo, independente do uso que seja feito deles. Já a segunda concepção, a “mercantilista”, defende que os bens acumulados por uma sociedade são importantes como elementos de mercado que podem propiciar o avanço ou retardo econômico e material. Tal concepção dá aos bens um “destino mercantil” (Op. Cit, p.100).

O terceiro paradigma, o “monumentalista conservacionista” está relacionado, segundo Canclini, à ação do Estado e às suas políticas de preservação. Ele destaca que, de um modo geral, o poder público atua resgatando, custodiando e preservando especialmente bens históricos, a partir dos quais seja permitido que se crie um imaginário de exaltação da nacionalidade, e que eles possam servir como “símbolos de coesão e grandeza” (Idem). Com relação às primeiras ações do Estado brasileiro referentes ao patrimônio, pode-se dizer que foram de cunho “conservacionista e monumentalista”, conforme veremos adiante.

O quarto e último paradigma, o “participacionista”, concebe o patrimônio e sua preservação, levando em conta as necessidades da sociedade como um todo. As funções anteriormente descritas, que visam destacar o valor intrínseco desses bens, seu valor mercantil e a capacidade simbólica de representar legitimação, são submetidas às demandas presentes dos usuários (Ibidem, p.101).

Nesse sentido, a seleção do que deve ser preservado deve passar pela deliberação entre todos os setores interessados, de modo a gerar um debate democrático. Esta visão “participacionista” se caracteriza ainda por incluir entre os bens não só os tradicionalmente vistos como patrimônio, tais como monumentos e elementos historicamente relevantes, mas também a arquitetura habitacional, os costumes e as crenças, por exemplo.

A última questão levantada pelo autor, não menos importante que as demais, é a do “patrimônio na era da indústria cultural”. Neste tópico ele analisa o papel dos meios de comunicação na difusão e propagação destes bens e como o patrimônio é reinterpretado pelos *Mass Media*. O autor também se questiona como é possível que tais veículos sejam usados de forma mais crítica

e imaginativa a fim de gerar uma consciência social sobre o patrimônio.

Canclini também ressalta que as transformações pelas quais passaram os modos de produção, circulação e distribuição da cultura exigem mudança também nas políticas públicas para o setor, que devem ir além da expansão da preservação às formas populares de cultura. Para ele é necessário que haja uma maior presença do Estado no mercado simbólico de cultura de massa. Ele destaca que as novas tecnologias estão expandindo novas formas de aquisições de bens culturais pelo público, o que fez emergir uma espécie de “cultura a domicílio”, em que as pessoas cada vez mais gastam na aquisição de eletro-eletrônicos, sobretudo, computadores. Ele denomina tais objetos de “máquinas culturais”. Enquanto esse mercado cresce, ele observa que o governo, em suas ações destinadas ao campo, se prende a formas de bens culturais que estão perdendo espaço.

2. BREVE HISTÓRICO DAS AÇÕES ESTATAIS RELACIONADAS AO PATRIMÔNIO CULTURAL E HISTÓRICO BRASILEIRO

As intervenções e os investimentos do Estado na esfera da produção, circulação e preservação de bens culturais e históricos que se estabelecem sob a ótica das políticas públicas⁴ são específicas da contemporaneidade, conforme destaca Lia Calabre (2009, p.9).

As primeiras ações do Estado brasileiro para preservação dos bens patrimoniais no Brasil ocorreram na década de 1930. Vale destacar brevemente o contexto sócio-político e econômico que vivia o Brasil nessa década, com o fim da chamada “política do café-com-leite”⁵ e a ascensão de Getúlio Vargas pela primeira vez ao poder, como chefe do Governo Provisório, cargo que ocupou até 1934⁶. A partir deste período, o país passou de um Estado com modelo agrário-exportador para um urbano-industrial. (Ibidem, p. 9-15).

A referida autora ressalta que durante a gestão de Vargas, no período de 1930 a 45, houve uma série de ações articuladas na área da cultura que geraram políticas públicas para o campo. Concomitante a essa ação federal, ocorreu uma experiência pioneira no âmbito municipal, na cidade de São Paulo: a criação do Departamento de Cultura daquele estado, sob a tutela de Mário de Andrade. Calabre destaca ainda que o período compreendido entre os anos de 1946 a 1960 pode ser apontado como o momento de auge do crescimento da indústria cultural no Brasil. No entanto, a presença do Estado nesse setor, seja como fomentador ou como elaborador de políticas públicas, ainda era incipiente (Op. Cit, p.11).

Foi em 1930, em seu primeiro ano como governante, que Getúlio criou o Ministério da Educação e Saúde (MES), e em 1934 substituiu o então chefe do órgão, Francisco Campos, por Gustavo Capanema, que ficou a frente do Ministério até 1945. Em sua gestão, o ministro Capanema levou para o MES nomes como Mário de Andrade, Carlos Drummond de Andrade, Heitor Villa-Lobos, Manuel Bandeira, dentre outros. E a característica mais marcante de seu mandato foi que ele fez com que houvesse “um processo de

construção institucional do campo cultural”. Porém, neste ponto, Lia cita Cecília Londres (2001, p.85) para ressaltar que essa não era uma prioridade do ministro (2009, p.16).

Em 1931, através de decreto, foi criado dentro do Ministério o Departamento Nacional de Ensino, ao qual estavam subordinados museus, bibliotecas e escolas de artes. Era a primeira legislação do MES que fazia referência ao campo da cultura (Ibidem, p.17).

Apesar dessas iniciativas pontuais na área federal, conforme citado anteriormente, foi no âmbito municipal, mais especificamente na cidade de São Paulo, que surgiu “a primeira experiência efetiva de gestão pública implementada no campo da cultura.” (Ibidem, p.18). Em 1935 foi criado o Departamento de Cultura e Recreação da Cidade de São Paulo. A proposta do órgão era de vanguarda, continha muitas das idéias presentes no movimento modernista, e visava, sobretudo, transformar o setor cultural público em um elemento humanizador. Cândido *apud* Calabre (2009, p.18).

Mário de Andrade ficou a frente do Departamento e também acumulava a gestão da Divisão de Expansão Cultural. Além disso, ele vai ter papel importante na elaboração do anteprojeto de criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) em 1936, a pedido de Gustavo Capanema. A partir do documento elaborado pelo modernista, caberia ao SPHAN “determinar e organizar o tombamento, sugerir a conservação e defesa, determinar a conservação e restauração, sugerir aquisição e fazer os serviços de publicidade necessários para a propagação e o conhecimento do patrimônio artístico nacional” (Ibidem, p.21).

Apesar das controvérsias quanto ao anteprojeto de Mário de Andrade, em 13 de janeiro de 1937 foi criado o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN). Além disso, o Decreto-Lei de n.º25, do mesmo ano, 1937, foi o responsável por organizar o serviço de proteção ao patrimônio e ainda permanece em vigência atualmente, com poucas alterações. Cabe ressalva de que o Serviço de Patrimônio já vinha funcionando de forma provisória desde 1936. Ele atualmente se chama IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e está vinculado ao Ministério da Cultura.

2.1 POLÍTICAS CULTURAIS DOS ANOS 1960 AO GOVERNO LULA

Na década de 60, no período pré-ditadura, o governo federal tentou implementar algumas ações para o setor, mas com o golpe de 64 e a ascensão dos militares ao poder, houve mudanças nas políticas para a área.

As políticas culturais estabelecidas durante o regime ditatorial podem ser divididas em linhas gerais, em três diretrizes distintas. Inicialmente houve uma forte centralização no Conselho Federal de Cultura; depois a criação e

reformulação de uma estrutura pública a qual contribuiu para que houvesse uma maior institucionalização na área. E por fim, ocorreu uma efetiva presença em “escala nacional” das instituições que surgiram nos períodos anteriores.

Inversamente ao que ocorreu até o fim dos governos militares, em meados da década de 80 e nos anos que se seguiram, sobretudo a partir dos anos 1990, ocorreu uma redução da presença do Estado na formulação de políticas públicas, bem como no financiamento da área cultural. Reflexo das políticas neoliberais que foram adotadas pelos governos brasileiros a partir dos anos 90 (Idem, p. 12).

Calabre ressalta que neste período de quase 20 anos, o Estado foi saindo de cena das questões decisórias e cresceram as leis de incentivo.⁷ Foi somente no primeiro mandato do presidente Lula, em 2003, que surgiu uma nova tentativa de institucionalização do campo.

A visão de gestão do campo cultural implantada no governo Lula foi definida pelo próprio presidente da seguinte maneira:

É outra – e é nova – a visão que o Estado brasileiro tem, hoje, de cultura. Para nós, a cultura está revestida de um papel estratégico, no sentido da construção de um país socialmente mais justo e de nossa afirmação soberana no mundo (...). Ou seja, encaramos a cultura em todas as suas dimensões, da simbólica à econômica (Rocha, 2009, p.39).

3.2 POLÍTICA CULTURAL E ECONOMIA DA CULTURA

Aqui cabe um adendo com relação à conceituação de políticas culturais na contemporaneidade. Calabre (2009) destaca que a despeito do significado do conceito de cultura, a maioria dos estudiosos contemporâneos da área, dentre eles Canclini, Texeira Coelho e Nivón Bolán, etc, concordam que estas se tratam de:

conjunto de ações elaboradas e implementadas de maneira articulada pelos poderes públicos, pelas instituições civis, pelas entidades privadas, pelos grupos comunitários dentro do campo do desenvolvimento do simbólico, visando satisfazer as necessidades culturais do conjunto da população (2009, p.12).

Essa conceituação do que seria uma política cultural é adotada tanto por governos democráticos – que levam em consideração a existência de uma diversidade cultural local – quanto pelos mais centralizadores.

A visão contemporânea desta temática é a de que se trata de uma política pública que deve ser elaborada a partir da deliberação entre os diversos setores que compõe a sociedade, dentre eles, o Estado, a sociedade civil organizada e as empresas. Além disso, os diversos agentes envolvidos no processo da indústria da cultura devem ajudar na elaboração das políticas, dentre eles, consumidores, gestores e produtores. Não cabe mais aqui a visão de um

Estado que centraliza todas as ações voltadas para o desenvolvimento das práticas culturais, e de único gestor da maneira como elas serão exercidas e apropriadas tanto por produtores como por consumidores (Ibdem, p.13).

Interligando este conceito contemporâneo de políticas públicas com as diretrizes de gestão desta área no governo Lula, cabe começar a conceituar a “economia da cultura” e analisar como este novo campo⁸, ainda pouco explorado academicamente, é utilizado pela gestão Lula a partir dos órgãos federais, como o Ministério da Cultura, e principalmente o BNDES. Como o artigo foca a gestão do que é considerado como patrimônio histórico e cultural, o Banco foi escolhido como objeto de análise por se declarar como “o maior patrocinador de ações de preservação do patrimônio histórico e arqueológico brasileiro”⁹.

Voltando a conceituação de Economia da Cultura, Ana Carla Reis (2009, p.25) ressalta que a disciplina oferece todo um arcabouço de conhecimento do campo da economia e da lógica, das relações econômicas, de modo a ser usado em favor não só de políticas públicas de cultura, mas também do desenvolvimento. E para que faça sentido se falar em economia da cultura e do potencial econômico da área cultural, é preciso que antes seja definida uma política pública em âmbito local. Para elucidar a questão, a autora cita dados do Censo do IBGE os quais revelam que no ano de 2006, por exemplo, quase metade dos municípios brasileiros, mais especificamente 42%, não tinham políticas culturais municipais (Op. Cit. p.25).

A autora então segue explicando o conceito de economia da cultura, partindo da premissa de que a ciência econômica é a responsável por estudar a “produção, a distribuição e o consumo de bens e serviços (assim como as condições para a produção, os modos de distribuição, e as formas de consumo)” (Ibidem, p.27).

Depois da economia, Carla Reis especifica o recorte dado à cultura e diz que esta pode ser vista sobre diversos ângulos. Dentre estes enfoques está o antropológico, que é o que engloba os “códigos de valores, morais, modos de conduta, e as formas de expressão e de ver o mundo, compartilhadas por um povo.” Há também o conceito de cultura definido sob a ótica econômica, que em linhas gerais, a autora diz que abarca os bens, serviços e manifestações culturais que fazem parte, ou poderiam fazer do fluxo completo de produção, distribuição e consumo. Neste ponto ela destaca que uma característica dos bens e serviços culturais é sua necessidade de circulação, pois se não circularem tais produtos deixam de transmitir suas mensagens e valores. (Op. Cit, p.28).

Outra questão fundamental dentro do conceito de economia da cultura, ainda segundo Carla Reis, é a do desenvolvimento¹⁰. Ela afirma que a disciplina se dedica a “fortalecer a liberdade de escolhas das pessoas que atuam na esfera cultural e a concretizar o potencial econômico da produção cultural.” (2009, p.35).

3. DIRETRIZES CULTURAIS DA ERA LULA

Sobre as diretrizes do governo Lula para a área cultural, conforme já citamos anteriormente, elas levaram a uma maior institucionalização do campo. Segundo Adair Rocha (2009, p.39) ocorreu na gestão dos dois ministros do governo Lula, Gilberto Gil e Juca Ferreira, uma revolução na gestão territorial, já que passou a haver uma interação e uma integração dos entes federados. Com isso foi possível uma nova política pública de cultura, encorajada principalmente pelo MinC, a qual incentiva a participação da sociedade e que é calçada na cidadania, na representação simbólica e na economia (Ibidem. p.40).

A atuação mais presente de estados e municípios faz com que haja uma maior descentralização dos recursos alocados para a área, e que a cultura seja entendida como um sistema de representação pública¹¹. Essas mudanças levam, segundo o autor, a uma maior criatividade e diversidade e a um crescimento do “protagonismo dos agentes culturais”, além de fortalecerem o diálogo entre Estado e sociedade civil. Ele destaca ainda que, ao se construir uma política cultural para o país, descarta-se a perspectiva de que promover produção cultural seja visto apenas como fazer eventos.

O autor faz ainda um panorama das gestões do ministro Gilberto Gil e de seu sucessor, Juca Ferreira, dando destaque ao apreço pelo diálogo e pela crítica que os dois tiveram na hora de construir políticas públicas de cultura. Ressalta também a atuação da Secretaria de Políticas Culturais dentro do MinC e a reforma na Lei Rouanet, que se encontra em andamento. Além do premente campo da “economia do conhecimento” que também tem sido pensado pelo poder público (Ibidem, p.42).

Antônio Rubim, por sua vez, destaca que as gestões de Gil e de Ferreira podem ser destacadas pela questão da abrangência assumida como meta pelo MinC neste período e por um “novo papel ativo do Estado em conexão com a sociedade” (2010, p.64). Gil várias vezes afirmou que o público do Ministério não era composto apenas de criadores e produtores culturais, mas de toda a sociedade brasileira. O autor destaca que a opção declarada de construir políticas públicas em diálogo com a sociedade é uma marca da gestão do referido ministro. Outra questão presente é a ampliação do conceito de cultura utilizado pelo Ministério, que passou a adotar a noção antropológica, que permitiu ao órgão abrir suas fronteiras para outras manifestações culturais tais como a popular, afro-brasileira, de gênero, das redes informáticas, etc. (Ibidem, p.64 e 65).

Outras marcas da gestão cultural dos ministros do governo Lula são a implantação e o desenvolvimento do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e do Plano Nacional de Cultura (PNC), que definem o papel do Estado na gestão pública da cultura e estabelecem os direitos e a “concepção tridimensional” como fundamento da Política Nacional de Cultura¹².

Ainda de acordo com Rubim, tais políticas públicas dão substrato para políticas de Estado, que iriam além dos governos - que entram e saem do poder

- e assim poderiam gerar políticas nacionais mais permanentes para área. E, para ele, nesta perspectiva, os investimentos, ainda que iniciais, do MinC, na área de economia da cultura e economia do conhecimento têm dado resultados.

Diante deste cenário, Adair Rocha destaca que houve um crescimento do interesse por parte de empresas, fundações, empresas estatais e privadas em elaborar pesquisas e estudos sobre a área cultural e seus impactos na economia, e em se prepararem para os efeitos que essa gestão mais descentralizada deste setor pode trazer. Um exemplo disto é o BNDES que criou um departamento voltando para o estudo e aplicação da economia da cultura (2009, p.44).

4.1 O BNDES E A ECONOMIA DA CULTURA

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social começou a investir no setor cultural no ano de 1995, apoiando a produção cinematográfica e a preservação do patrimônio histórico e artístico nacional. Foi a partir de 2006 que o órgão começou a investir na economia da cultura com financiamento para todas as “etapas de sua cadeia produtiva¹³”.

Concomitante aos compromissos assumidos com o crescimento do setor cultural, o Banco começou a consolidar sua vertente social, e para cumprir tais objetivos, o órgão enxerga na economia da cultura uma grande aliada. Neste sentido, os investimentos na cadeia produtiva e na preservação do patrimônio não soam como despesas, mas como um investimento na identidade e na imagem institucional¹⁴ do Banco, através de seu setor de marketing cultural, e no desenvolvimento econômico sustentável do Brasil.

Os gastos do BNDES com a preservação do patrimônio fazem dele o maior patrocinador desta modalidade no Brasil. De acordo com o site da instituição, nos últimos 13 anos, o Banco investiu R\$ 155 milhões em projetos que revitalizaram cerca de 160 monumentos tombados pelo IPHAN. A visão do Banco é a de que é preciso restituir a função social do patrimônio e reintegrá-lo à vida cotidiana das cidades, para que a preservação possa se dar de forma constante. Esse pensamento faz alusão, ainda que não mencionada, à perspectiva “participacionista” levantada por Canclini, citada anteriormente.

Além disso, essa maneira de encarar a preservação do patrimônio tem relação com a perspectiva de incentivo à economia da cultura adotada pelo Banco. Para o BNDES a cultura nacional é encarada como uma das maiores riquezas do Brasil, e mais do que isso, é vista como “uma alavanca para o desenvolvimento socioeconômico sustentável¹⁵” do país. Na visão do setor de patrocínio cultural do órgão, a diversidade cultural é vista como um “ativo” a ser empregado em favor da riqueza e do bem-estar da sociedade brasileira.

O BNDES coloca como uma de suas “missões¹⁶” a de “estimular e contribuir para o desenvolvimento das empresas criativas e dos agentes criadores, ampliar e dar mais eficiência ao mercado de bens e serviços culturais, com sustentabilidade

econômica e ganhos sociais.” Para tanto o órgão dispõe de “um diversificado conjunto de instrumentos de apoio financeiro, com recursos não reembolsáveis, financiamentos e capital de risco.” Ou seja, há todo um aparato do campo da economia aplicado a cultura, inclusive nos termos e expressões utilizadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após esta avaliação das políticas culturais do Estado Brasileiro e do estudo da atuação do BNDES como o maior patrocinador das obras de restauro e preservação do patrimônio histórico e cultural brasileiro, sob a ótica da economia da cultura, há algumas observações a serem feitas. A primeira é a de que a atuação do poder público com relação aos bens histórico-culturais passou nas décadas de 30 e 40, e nos governos militares, de “conservacionista-monumentalista” e muito presente, para liberal e “mercantil”, a partir de meados dos anos 80, e assim permaneceu até início dos anos 2000.

A partir de 2003, no primeiro mandato do presidente Lula, houve um retorno a institucionalização da área, mas desta vez não com uma visão “conservacionista-monumentalista”, mas sim “participacionista”. As políticas públicas para o campo passaram a ser construídas de forma mais deliberativa e com objetivos mais funcionais, ou seja, visando aliar a conservação dos bens e o desenvolvimento da cadeia produtiva da cultura às necessidades da sociedade brasileira. Neste contexto cresceram os estudos sobre economia da cultura, que vieram ao encontro dos interesses governamentais para a esfera dos bens culturais e históricos.

O próprio Ministério da Cultura e o BNDES – que criou um departamento só para esta área - adotaram o conceito como diretriz de suas ações, entendendo que ele contribui para que haja crescimento do setor cultural, com geração de desenvolvimento para a sociedade.

É evidente, que a adoção da economia da cultura pelo órgão em todas as suas ações culturais faz parte de sua missão e de sua estratégia de marketing cultural, a fim de fortalecer sua identidade e imagem institucional. Apesar disso, refletem um alinhamento do órgão às diretrizes adotadas pelo MinC. Ainda que sejam aqueles os objetivos mais imediatos, de alguma forma, contribuem para que o patrimônio nacional seja mais preservado e, sobretudo, tenha uma função social.

NOTAS

1 De acordo com Kunsch, o termo está relacionado com a produção e o patrocínio da cultura. “É uma estratégia de comunicação institucional que visa promover, defender, valorizar a cultura e os bens simbólicos de uma sociedade.” (2003.p. 178)

2 Um das definições do que vem a ser Patrimônio Histórico é a criada por Choay (2001), que diz que a expressão designa “um bem destinado ao usufruto de uma comunidade que se ampliou a dimensões planetárias, constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum: obras e obras-primas das belas artes, e das artes aplicadas, trabalhos, e produtos de todos os saberes e savoir-faire dos seres humanos (Apud Oliveira, 2009p.20) Outra definição é a de Coelho (1999) que diz que Patrimônio Histórico

se constitui no “conjunto dos produtos artísticos, artesanais e técnicos, das expressões literárias, lingüísticas e musicais, dos usos e costumes de todos os povos e grupos étnicos, do passado e do presente.” (Apud Oliveira, Idem).

3 Segundo Canclini, esta noção antropológica confere legitimidade a todas as formas de organizar e simbolizar a vida social. (1994, p.96).

4 Lia Calabre diz que as Políticas Públicas podem ser definidas como “resultado das atividades políticas - que envolvem diferentes agentes e, assim, necessitam de alocação de recursos de natureza diversa, e possuem caráter normativo e ordenador.” (2009, p. 09).

5 A mesma autora define de maneira simplificada esse período de nossa história como “um pacto político que garantia uma espécie de revezamento no controle do poder federal entre paulistas e mineiros.” (Ibidem. p. 15)

6 Getúlio governou o país ininterruptamente de 1930 a 1945, em três fases diferentes: de 1930 - quando assumiu o cargo de chefe do governo provisório após a revolução de 30 - até 1934. Deste ano a 1937, governou como presidente da república - eleito pela Assembléia Nacional Constituinte de 1934. E por fim, de 1937 a 45, um golpe de Estado implantou o regime do Estado Novo.

7 Leis de incentivo podem ser definidas como leis que oferecem “benefício fiscal (à pessoa física ou jurídica) como atrativo para investimentos em cultura. Existem hoje leis de incentivo federais, estaduais e municipais. Dependendo da lei utilizada, o abatimento em impostos pode chegar até a 100% do investimento.” (Site www.marketingcultural.com.br)

8 “Disciplina nova no Brasil, mas existente no mundo desde 1960, a economia da cultura representa enorme potencial para facilitar o atingimento dos objetivos de política pública - não apenas cultural, mas desenvolvimento” (Reis e de Marco [Orgs.] 2009, p. 35-36).

9 Retirado do site Oficial do BNDES.

10 Ela enfatiza que há diversas definições para desenvolvimento, mas que uma das mais utilizadas é a de Amartya Sen, para quem o desenvolvimento pressupõe “expansão das liberdades de escolha”(Ibidem, p.34). Esta liberdade, por sua vez, deve significar mais do que a possibilidade de se fazer a escolha, ou seja, de esta estar disponível, mas também a possibilidade de se refletir sobre tal escolha. Pensar se realmente o que fora escolhido reflete uma opção pessoal ou se ouve influencia de agentes externos como a mídia, a crítica especializada e a opinião pública, por exemplo (Op Cit, p.43-35).

11 Isto é, “tudo que adquire significação passa pelo estatuto da cultura, que se desdobra na seleção pública, por sua vez um instrumento de escolha dos melhores projetos e iniciativas para promover o desenvolvimento econômico, social e cultural de uma população específica.” (Reis e de Marco, 2009, p.40).

12 Informações retiradas do Blog do sistema Nacional de Cultura, do Ministério da Cultura.

13 Informações retiradas do Blog do sistema Nacional de Cultura, do Ministério da Cultura.

14 Segundo definição do campo da comunicação institucional “por identidade que-remos dizer a natureza verdadeira, própria, dos negócios, o perfil técnico e cultural da empresa. Por imagem deve-se entender aquilo que passa, que se transfere, simbolicamente, para a opinião pública.” (Torquato Apud Kunsch, 2003, p.173).

15 Site oficial do órgão no link “Cultura” http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atuacao/Cultura/

16 Segundo a definição da área de Administração, a missão de uma organização se constitui em sua razão de existência. Para isso a missão “deve abranger o propósito básico da organização e transmitir seus valores a funcionários, clientes, fornecedores e a sociedade.” (Porto, 2008) Ela está intimamente ligada não somente ao lucro, mas ao objetivo social da organização. (Jesus, 2008) (site www.administradores.com.br).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLÁNO, César. GOLIN, Cida. BRITTOS, Valério. (Orgs) Economia da arte e da cultura. São Paulo: Itaú Cultural, 2010. Políticas culturais no Brasil: Itinerários e atualidades

CALABRE, Lia. Políticas Culturais no Brasil dos anos 1930 ao século XXI. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009

CANCLINI, Néstor Garcia. O Patrimônio Cultural e a construção imaginária do nacional. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico, Rio de Janeiro: IPHAN, n.º 23, 1994.

KUNSCH, Margarida Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus. 2003.

OLIVEIRA, Almir Félix Batista de. O IPHAN e seu papel na construção/ ampliação do conceito de patrimônio histórico/cultural no Brasil.2009. Revista Acadêmica da Uno Chapecó.

ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura. São Paulo: Editora Brasiliense, 2007

REIS, Ana Carla Fonseca. De Marco, Kátia (Orgs) Economia da Cultura: idéias e vivências. Rio de Janeiro: Publit, 2009

SITES CONSULTADOS

Site oficial do BNDES. Disponível em www.bndes.gov.br. Acesso em 10 de junho de 2010

Site Oficial do Ministério da Cultura. Disponível em www.cultura.gov.br Acesso em 10 de junho de 2010

Site administradores.com Disponível em www.administradores.com.br Acesso em 10 de junho de 2010.