

O Sistema Nacional de Museus como instrumento para o planejamento do turismo cultural em Belo Horizonte - MG¹

Marcela Cougo²
Centro Universitário UNA

Rachel Sant'Anna Murta³
Centro Universitário UNA

Resumo

Este artigo aborda, inicialmente, temas relacionados a cultura, patrimônio, turismo cultural, museus e planejamento, como revisão bibliográfica fundamental para a compreensão do Sistema Nacional de Museus como instrumento para o planejamento do turismo cultural em Belo Horizonte – MG. Em seguida, são apresentados a Política Nacional de Museus, o Sistema Nacional de Museus e o Cadastro Nacional de Museus, cujo entendimento torna-se fundamental para a discussão proposta. Consideram-se, ainda, todos os museus que estão em funcionamento da cidade de Belo Horizonte para o dimensionamento do universo museal local. Como procedimentos metodológicos para a realização deste artigo foram utilizadas pesquisas bibliográfica e documental e também uma entrevista estruturada com a agente do Cadastro Nacional de Museus no Estado de Minas Gerais.

Palavras-chave: turismo cultural; museus; políticas culturais; Sistema Nacional de Museus.

1 Introdução

Referenciado nas experiências de países como Espanha, Portugal e França, o Sistema Nacional de Museus – SNM, uma das iniciativas associadas à Política Nacional de Museus, desempenha um papel de articulação dos museus brasileiros de todas as instâncias governamentais, independente de porte ou localização. O objetivo deste artigo é analisá-lo como instrumento para o planejamento do turismo cultural em Belo Horizonte - MG, considerando os treze museus e os três centros de memória existentes na cidade. Serão abordados temas como museus, turismo cultural e planejamento para fundamentar a análise

¹ Trabalho apresentado ao GT – Interfaces com o Desenvolvimento, a Cultura e o Meio Ambiente do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo.

² Bacharel em Turismo, Especialista em Docência no Ensino Superior PUC-MG; Mestranda em Turismo e Meio Ambiente, Centro Universitário UNA. E-mail: marcelacougo@yahoo.com.br

³ Arquiteta, Publicitária, Especialista em Comunicação e Gestão Empresarial, Mestranda em Turismo e Meio Ambiente, Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, MG. E-mail: smrachel@uai.com.br

das condições e das possibilidades que o SNM apresenta. Partindo da apresentação das características deste Sistema, de suas diretrizes e seus projetos principais, pretende-se discutir as alternativas para sua aplicação como instrumento para o planejamento do turismo cultural na capital mineira. Amplia-se a discussão, desenvolvida a partir de pesquisa bibliográfica e documental, com uma entrevista realizada com a bacharel em Turismo Meiri Ana Campos, funcionária da Superintendência de Museus do Estado de Minas Gerais e agente local do Sistema Nacional de Museus.

2 Planejamento para o turismo cultural

De acordo com o *Internacional Scientific Committee on Cultural Tourism (ICOMOS)*⁴, turismo cultural é aquela forma de turismo que tem por objetivo, entre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios histórico-artísticos. Exerce um efeito realmente positivo sobre estes tanto quanto contribui - para satisfazer seus próprios fins - a sua manutenção e proteção. Esta forma de turismo justifica, de fato, os esforços que tal manutenção e proteção exigem da comunidade humana, devido aos benefícios socioculturais e econômicos que comporta para toda a população implicada.

Para a Organização Mundial do Trabalho, como coloca Alfonso (2003, p.6), o turismo cultural é definido como “[...] a possibilidade que as pessoas têm de conhecer a história natural, o patrimônio humano e cultural, as artes e a filosofia, e as instituições de outros países e regiões.”⁵

Na visão de Vicente e Guzmán (2004), “o turismo cultural é um processo que tem como elemento distintivo a referência a um conjunto de processos simbólicos que, de alguma maneira, forma parte da cultura da comunidade em que se encontra.”(tradução das autoras)⁶ Os autores consideram que o turista faz parte desse elemento cultural como algo que deve manter-se, de forma a deixar de herança para seus descendentes a cultura que, dia a dia, vai sendo construída em cada lugar. O turismo cultural não pode, então, restringir-se à mera

⁴ ICOMOS. Carta de Turismo Cultural, 1976. Revista Eletrônica Museu. Disponível em:

<http://www.revistamuseu.com.br/legislacao/turismo/tur_cultural.htm#>. Acesso em: 20 jul. 2006

⁵ “El turismo cultural está definido por La Organización Mundial del Trabajo como la posibilidad que las personas tienen de adentrarse en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones”. (ALFONSO, 2003, p.6).

⁶ “[...] el turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia a un conjunto de procesos simbólicos que, de alguna manera, forma parte de la cultura de la comunidad donde se encuentra.” (VICENTE e GUZMÁN, 2004, p. 245).

contemplação do que foi feito no passado, mas deve ser um estímulo para a criação de um espaço cultural próprio que será contemplado pelas gerações futuras. Para isso, é preciso que se entenda o planejamento do turismo cultural como um instrumento para a promoção do desenvolvimento econômico. Dias (2005, p.35) afirma que *“o turismo tem condições de ser incorporado como uma das variáveis mais importantes dentro de qualquer proposta de planejamento do desenvolvimento”*.

Barretto (2002, p.29) delimita um pouco mais o conceito de turismo cultural: *“turismo com base no legado cultural é aquele que tem como principal atrativo o patrimônio cultural”*. O interesse dos turistas que escolhem este segmento, segundo a mesma autora, independe de sua situação socioeconômica. O que conta é a sua formação, é a sua escolaridade, é o seu histórico cultural. São turistas consumidores de serviços, de paisagens urbanas, de comodidades, de encenações, de cultura não material. Buscam o que é relevante para a história e a cultura da comunidade que visitam, como prédios, monumentos, bairros, cidades inteiras, incluindo os valores da cultura imaterial – danças, música, culinária, vestuário, manifestações populares artísticas e religiosas etc. Buscam peças de origem histórica, que retratam o cotidiano das populações, e que se encontram, geralmente, nos museus. De acordo com o interesse deste artigo, considerar as características, as motivações e o comportamento desses turistas torna-se fundamental para pensar em planejar o turismo cultural em uma cidade, no caso, Belo Horizonte, tendo como instrumento o Sistema Nacional de Museus.

Quando se pensa na associação entre cultura e turismo como possibilidade de desenvolvimento econômico para determinadas localidades, tem-se como perspectiva a criação de empregos e a entrada de recursos que podem ser aplicados em benefício da comunidade local, inclusive na preservação do seu patrimônio cultural. Estas questões devem ser contempladas no planejamento de ações voltadas para o turismo cultural, tendo sempre em vista as idéias de complexidade e de ação voltada para o futuro, presentes nas definições de planejamento apresentadas por autores distintos, como Russel Ackoff, Myriam Baptista, Muñoz Amato, Ray Bromley, Henrique Rattner, Margarita Barretto, entre outros. Esta última autora reflete sobre o tema da seguinte forma:

O planejamento é uma atividade, não é algo estático, é um devir, um acontecer de muitos fatores concomitantes, que têm de ser coordenados para se alcançar um objetivo que está em outro tempo. Sendo um processo dinâmico, é lícita a permanente revisão, a correção de rumo, pois exige um

repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos (BARRETTO, 1991, p.12-13).

Considerando que o Sistema Nacional de Museus, objeto de estudo deste artigo que será detalhado mais adiante, é uma das ações do Plano Nacional de Museus, com eixos programáticos e projetos museológicos, é válido discutir a relação entre o planejamento e a política, a partir da sua condição de significativo instrumento de poder que determina ações que necessariamente afetarão um conjunto de pessoas. Neste sentido, é a tomada de decisão com relação a um determinado cenário futuro – que cabe àqueles que detêm o poder político – que imporá uma opção de desenvolvimento para a sociedade. Dias (2003, p.89) afirma que “*a técnica do planejamento legitima um poder, pois aquele que a utiliza impõe sua vontade ao interferir na vida das pessoas e direcionar suas atividades, entre outras possibilidades*”.

Quando se busca entender a aplicação do planejamento à atividade turística, recorre-se aos conceitos discutidos acima para projetá-los sobre as condições atuais e as exigências dos vários atores envolvidos nesta atividade. O planejamento do turismo é definido por Molina (1997, p.37) como:

[...] um processo racional cujo máximo objetivo consiste em assegurar o crescimento ou o desenvolvimento turístico. Este processo implica vincular os aspectos relacionados com a oferta, demanda e, em suma, todos os subsistemas turísticos em concordância com as orientações do resto dos setores de um país (tradução das autoras)⁷.

O mesmo autor enumera as fases do processo de planejamento: diagnóstico, prognóstico, planos, objetivos, metas, estratégias, programas, orçamento, projetos e avaliação. Ele considera o plano como o principal produto do planejamento, reunindo a filosofia e as orientações básicas para o crescimento e o desenvolvimento do que se planeja realizar, podendo ser classificado por seu âmbito espacial, seu âmbito temporal, seu marco de atuação (global, setorial, intersetorial, econômico, social ou de ordenação territorial), por sua natureza política ou ainda em outras categorias como plano funcional, plano descritivo ou plano normativo. Os programas, por sua vez, imediatamente decorrentes do plano, envolvem informações muito mais específicas no sentido de determinar os rumos para a

⁷ “*La planificación del turismo es un proceso racional cuyo máximo objetivo consiste en asegurar el crecimiento o el desarrollo turístico. Este proceso implica vincular los aspectos relacionados con la oferta, demanda y, en suma todos los subsistemas turísticos, en concordancia con las orientaciones del resto de los sectores de un país*” (MOLINA, 1997, p.37).

operacionalização do plano. Nos projetos será materializado e concretizado o processo, sendo possível comprovar a efetividade do esforço de planejamento, por meio de ações específicas, delimitadas no espaço e no tempo, a partir da atribuição de responsabilidades. (MOLINA, 1997).

Montejano (2002, p.24), ao discutir “*La intervención del Estado en materia turística*”, discorre sobre a política de planejamento turístico, afirmando que o Estado conduz o planejamento dos recursos e da oferta para que o turismo se desenvolva política, social e culturalmente de acordo com a demanda turística, através de projetos, programas e planos. Entre os exemplos citados pelo autor, estão: o desenvolvimento sustentável em harmonia com áreas econômicas e sociais do país; a criação de empregos diretos e indiretos; a geração de receita e o estímulo ao desenvolvimento regional; o planejamento urbano, com o controle do uso do solo; o desenvolvimento turístico contribuindo para a qualidade de vida das localidades em que a atividade se desenvolve; o envolvimento da comunidade receptora no processo de desenvolvimento decorrente do turismo e, além de outras possibilidades, estratégias de atração focadas em todo tipo de turista, a partir de sua segmentação. Com relação a estas estratégias, discute-se aqui o que deve ser contemplado no planejamento do turismo cultural, um segmento cujas especificidades oferecem alternativas e exigem cuidados também específicos na definição de rumos e ações.

Para analisar o Sistema Nacional de Museus como um instrumento de planejamento do turismo cultural em Belo Horizonte, é preciso começar identificando a área de atuação deste planejamento, considerando os museus existentes na cidade.

3 Museus de Belo Horizonte

Em Belo Horizonte – MG há treze museus, estes variando entre históricos, de arte e de ciências naturais, etc., e três centros de memória. Alguns dos museus e centros de memória são divulgados no *site* e no Guia Turístico publicado mensalmente pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur, no *site* do Belo Horizonte Convention & Visitor Bureau – BHC&VB e nos *sites* específicos das fundações, institutos e demais organizações que os mantêm. Para a maioria deles, entretanto, as informações disponíveis não são suficientes para atender o público interessado em saber mais sobre sua história, suas características e sua programação. Os centros de memória e os museus de Belo Horizonte

serão apresentados na seqüência, no sentido de apenas enumerá-los para o dimensionamento do universo museológico da capital mineira.

Os três centros de memória são: o Centro de Memória da Medicina de MG – UFMG, que é um laboratório para reunião e levantamento de objetos, documentos e depoimentos sobre a Medicina de Minas Gerais; o Centro de Memória do Sistema FIEMG, que é um espaço museológico que reúne acervo documental sobre a história da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - FIEMG, do Centro Industrial e Empresarial de Minas Gerais - CIEMG, do Serviço Social da Indústria - SESI, do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI, do Instituto Euvaldo Lodi – IEL, dos Sindicatos Patronais filiados e da indústria mineira; e o Centro de Memória do Judiciário Mineiro, cujo acervo é composto de mobiliário, estatuetas, processos e condecorações que contam a história do Tribunal de Justiça de MG.

Entre os 13 os museus de Belo Horizonte estão:

- Museu histórico Abílio Barreto (MhAB): é o museu histórico da cidade, dotado de área externa composta por jardins e palco ao ar livre que, harmoniosamente, se integram ao casarão, edificação remanescente do arraial do Curral Del Rei, que existia no local onde a capital do estado foi implantada.

- Museu de Arte da Pampulha (MAP): é o principal museu de arte da cidade, primeiro projeto do conjunto arquitetônico da Pampulha, concebido pelo arquiteto modernista Oscar Niemeyer.

- Museu de Artes e Ofícios (MAO): é o primeiro empreendimento museológico brasileiro dedicado integralmente ao tema das artes e dos ofícios e do trabalho no País.

- Museu de Ciências Morfológicas da Universidade Federal de Minas Gerais: através de exposições permanentes, o museu focaliza o organismo humano, com todos os seus órgãos e sistemas, evidenciando a importância deste conhecimento.

- Museu de Ciências Naturais PUC – MG: possui uma das maiores coleções de paleontologia (60.000 fósseis) da América do Sul e cerca de 17.000 exemplares nas coleções de plantas, animais invertebrados, peixes, anfíbios, répteis, aves e mamíferos.

- Museu da Escola de Minas /Centro de referência do professor: é o primeiro do gênero no Brasil, com um acervo de aproximadamente 5.000 peças, entre mobiliário, objetos, fotografias, etc. e banco de depoimentos orais sobre a história da educação de Minas Gerais.

- Museu da Força Expedicionária Brasileira (FEB): fundado em 1986 o museu expõe armamento, munição, roupas e outras peças utilizadas pelo Exército e pela Força Expedicionária Brasileira na Segunda Guerra Mundial.

- Museu Giramundo: foi inaugurado em setembro de 2001 e concretizando uma antiga demanda do público de Belo Horizonte com relação ao acesso às variadas criações e um pouco da história do grupo de teatro de bonecos Giramundo.

- Museu de História Natural e Jardim Botânico da UFMG: em uma área de 600 mil m² onde se encontram exemplares da flora e fauna brasileiras, o espaço abriga exposições permanentes de arqueologia, paleontologia, mineralogia, física divertida, laboratório interativo de ciências e o Presépio do Pípiripau.

- Museu Histórico da Polícia Militar de Minas Gerais: tem em seu acervo 8.300 peças que vão de registros desde fotos e cartas a objetos e equipamentos que escreveram a história da Polícia Militar de Minas Gerais.

- Museu de Minerais da IRFFI INTERNACIONAL: tem uma coleção com mais de 500 espécimes de minerais, do Brasil e do mundo, expostas nas suas mais variadas formações; inclui troféus confeccionados com os minerais.

- Museu de Mineralogia Professor Djalma Guimarães: composto de amostras dos principais minerais extraídos no mundo, com informações geológicas e a utilização no cotidiano das pessoas.

- Museu Mineiro: reúne um acervo composto de diversas coleções que retratam a história da produção cultural mineira.

- Museu de Valores do Banco Central: exhibe um acervo de 240 peças, entre cédulas e moedas das famílias que circularam no País no período de 1964 até os dias atuais.

4 Sistema Nacional de Museus

Os museus vêm conquistando significativa centralidade no panorama político e cultural nacional e internacional. Com a atenção voltada para isto, o Ministério da Cultura vem repensando o novo lugar dos museus nas agendas públicas e criando políticas que valorizem e dêem condições para que se possa conhecer o universo museal. Entre as primeiras ações dessas políticas estão a criação do Departamento de Museus e Centros Culturais

(DEMU)⁸ do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e o lançamento da Política Nacional de Museus (PNM)⁹, no dia 16 de maio de 2003, em meio às comemorações do Dia Internacional dos Museus. A metodologia do processo de construção da PNM foi dividida em quatro etapas: I - elaboração de documento para discussão de entidades e profissionais da área; II - apresentação e debate público dos documentos; III - ampla disseminação e discussão do documento básico por meio eletrônico, reuniões presenciais; IV - reavaliação do documento e publicação da PNM. O plano elaborado apresenta seis eixos programáticos, capazes de aglutinar, orientar e estimular a realização de projetos e ações museológicas, com destaque para:

1 – Gestão e configuração do campo museológico: implementação do Sistema Nacional de Museus; criação do Cadastro Nacional de Museus; integração de diferentes instâncias governamentais; criação de planos de carreira e concursos públicos.

2 – Democratização e acesso aos bens culturais: criação de redes de informação entre museus brasileiros e seus profissionais; apoio à publicação da produção intelectual museológica, criação de medidas de cooperação técnica e de socialização de experiências.

3 – Formação e capacitação de recursos humanos: criação e implementação de programa de formação e capacitação de recursos humanos em museologia; incentivo a cursos de extensão e pesquisa; apoio a seminários, congressos e fóruns.

4 – Informatização de museus: apoio aos processos de desenvolvimento de sistemas informatizantes dos museus brasileiros.

5 – Modernização de infra-estrutura museológica: apoio à realização de obras de manutenção, adaptação, climatização e segurança de museus; apoio a projetos de modernização.

6 – Financiamento e fomento para museus: criação de Fundo de Amparo ao patrimônio cultural; construção de políticas de fomento e difusão da produção cultural e científica dos museus nacionais, estaduais e municipais; fomento de parcerias do poder público com a iniciativa privada.

⁸ Decreto nº 5.040/04. Nasceu da reformulação da Coordenação Geral de Museus e Artes Plásticas da Secretaria do Patrimônio, Museus e Artes Plásticas do Ministério da Cultura.

⁹ BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Política Nacional de Museus – relatório de gestão 2003/2004. Brasília, 2005. 74p.

7 – Aquisição e gerenciamento de acervos culturais: apoio ao estabelecimento de políticas democráticas de aquisição e gerenciamento de acervos que levem em consideração a diversidade étnica, cultural e social do povo brasileiro.

Esse conjunto de instrumentos de planejamento constitui uma antiga demanda da comunidade museológica pela implantação de uma política pública permanente e estável. O Sistema Nacional de Museus (SNM) é uma das ações da PNM e representa uma conquista na construção de políticas públicas culturais. Instituído em 5 de novembro de 2004, Dia da Cultura, o SNM tem papel articulador dos museus de todas as instâncias governamentais, independente de porte ou localização. Tendo como base às experiências de outros países como Espanha, Portugal e França, que já contam com esse tipo de sistematização, o sistema brasileiro absorve a idéia de sistema como uma totalidade orgânica e tem como finalidade:

I - a interação entre os museus, instituições afins e profissionais ligados ao setor, visando ao constante aperfeiçoamento da utilização de recursos materiais e culturais; II - a valorização, registro e disseminação de conhecimentos específicos no campo museológico; III - a gestão integrada e o desenvolvimento das instituições, acervos e processos museológicos; e IV - o desenvolvimento das ações voltadas para as áreas de aquisição de bens, capacitação de recursos humanos, documentação, pesquisa, conservação, restauração, comunicação e difusão entre os órgãos e entidades públicas, entidades privadas e unidades museológicas que integrem o Sistema. (BRASIL, 2004, art. 1).

Com a finalidade de propor diretrizes e ações, apoiar e acompanhar o desenvolvimento do setor museológico, o SNM conta com um Comitê Gestor composto por representantes dos sistemas municipais e estaduais de museus, museus privados, Conselho Internacional de Museus, escolas de formação universitária e de diversos outros ministérios incluindo o Ministério do Turismo.

Para o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (MinC/IPHAN/DEMU, 2005 p. 45-50)¹⁰, em suas considerações sobre o alcance de valorizações possíveis para o desempenho da Política Nacional de Museus, as iniciativas de criação do SNM são pertinentes as objetivos propostos pelo PNM e constituem fundamental estratégia de acordo com os recursos financeiros e de gestão disponíveis. As críticas do IPEA caem sobre a transparência no entendimento do *status* ou papel estratégico dos museus na relação com o SNM.

¹⁰ Política nacional de museus: relatório de gestão 2003 - 2004 / Ministério da Cultura, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais. [Brasília]: MinC/IPHAN/Demu, 2005. 72 p.

Entre os diversos projetos relacionados ao SNM, destaca-se aqui o Cadastro Nacional de Museus - CNM, que constitui um instrumento de planejamento no sentido de conhecer e mapear o universo museal brasileiro e contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas comprometidas com a realidade do País. Lançado em outubro de 2005, o Cadastro pretende gerar uma publicação, no final de 2006, com as descrições das características, atividades e serviços oferecidos por todos os museus até então cadastrados, não cessando assim a tentativa de mapear a grande gama de museus brasileiros. O Cadastro é realizado por meio de um questionário, que foi idealizado pelo Departamento de Museus e Centros Culturais - DEMU, tendo como base o modelo desenvolvido pelo Ministério da Cultura da Espanha. As informações são levantadas por meio de contato direto com os museus já cadastrados na mala direta do DEMU e ainda pelo trabalho de agentes locais que coletam dados em 19 unidades da federação.

4.1 O papel do agente local

Buscando entender como o SNM atua nos estados; qual é o papel do agente local; como se dá a inserção dos museus de Minas Gerais e da capital do estado no Cadastro Nacional de Museus - CNM; as perspectivas do CNM e como este pode ajudar no planejamento turístico de Belo Horizonte, foi realizada uma entrevista com a Sra. Meiri Ana Campos, que é Assessora da Superintendência de Museus da Secretaria Estadual de Cultura de Minas Gerais e agente local do CNM no estado. A escolha da entrevistada também se dá por sua atuação desde 1999 no cadastramento estadual de museus e por sua formação como bacharel em Turismo.

De acordo com a entrevistada, um dos principais problemas dos museus brasileiros é a falta de comunicação. Diversas experiências bem-sucedidas não são divulgadas e não se tornam modelos para ajudar outras instituições. Às vezes, museus bem pequenos desenvolvem projetos, exposições e outros trabalhos interessantíssimos, que não chegam ao conhecimento da comunidade, de outros museus e do DEMU. Incentivar e criar condições para esta interlocução entre os museus é um dos objetivos do SNM que só será possível uma vez que sejam diagnosticados esses museus, ou seja, traves do CNM.

Para Meiri, é através do Cadastro que o Sistema terá vida. É o Cadastro, como um diagnóstico, que vai munir o SNM de informações para melhor contemplar a diversidade

museológica brasileira, porque não faz sentido fazer uma política museológica em nível nacional se não se conhece a realidade em que os museus se encontram. Como forma de incentivo, o DEMU exigirá que os museus sejam cadastrados para participar de editais e receber determinadas formas de patrocínio.

O primeiro "produto" do CNM será uma publicação de nome "Guia Nacional de Museus", produzida pelo IPHAN com informações sobre todos os museus até então levantados. As informações contidas no guia estarão disponíveis para acesso pela internet, atendendo o público interessado e também os outros museus. Porém, o CNM não se encerra por aí. Os mesmos esforços de levantar os 2.106 museus mapeados no País serão constantemente aplicados na tentativa de cadastrar os 1.350 destes que ainda não aderiram ao CNM. Além disso, IPHAN pretende, a cada dois anos, atualizar o cadastro dos 756 museus que já integram o CNM.

Sobre a atuação do SNM nos estados e o papel do agente local, a entrevistada relata que, desde que foi criado, o SNM tinha esse desafio de alcançar todo o território nacional. A princípio era necessário cadastrar todos os museus para, assim, tentar alcançar o perfil da diversidade museal, suas carências, etc. Para isso foi designado um agente local, não um para cada estado, e sim um que representasse o Cadastro e que conseguisse chegar até os museus dos estados destinados a eles. Para cada agente foi determinado o objetivo de mapear os museus daqueles estados, entrar em contato com esses museus, incentivá-los e auxiliá-los no preenchimento do CNM. No Estado de Minas Gerais, essa comunicação foi feita através de e-mail, telefone e cartas. Porém, existem muito museus que não têm endereço eletrônico nem telefone, e que muitas vezes só abrem suas portas a partir de uma visita agendada. Uma correspondência enviada chegou a ficar semanas embaixo da porta do museu, até que o responsável fosse ao local para encontrá-la. Existem muitos museus também que não são conhecidos nem mesmo pelos órgãos oficiais das cidades. Então, de acordo com a entrevistada, foi muito difícil chegar a todos esses museus. Minas tem cerca de 264 museus. Destes, apenas 62 foram cadastrados. Isso porque um grande esforço foi feito para alcançar estes museus, incluindo o contato (através principalmente de e-mail) com os órgãos oficiais de todos os municípios de Minas. Em alguns casos foi necessário fazer ligações até para vizinhos dos museus na tentativa de conseguir os números de telefone e outras formas de contato.

Sobre os demais agentes locais, Meiri informa que nem todos são funcionários públicos de outros órgãos estaduais de cultura. Existe funcionário de secretaria estadual de turismo, funcionário de sistemas estaduais de museus, entre outros. A ela foi dada esta função em Minas Gerais porque vem coordenando desde 1999 um levantamento dos museus mineiros. Somente agora com essa demanda do DEMU, é que outros estados estão procurando levantar quantos e quais são os seus museus. O formulário que foi aplicado em Minas Gerais, dentro do levantamento estadual, era semelhante ao do CNM e tinha a mesma função de diagnosticar a diversidade museológica.

De acordo com a entrevistada, uma das principais dificuldades no preenchimento do questionário é a parte orçamentária, ou seja, informar os valores gastos e disponíveis dos últimos quatro anos. Outra dificuldade era a de não compreender o que estava sendo perguntado, apesar de o CNM ser acompanhado de um manual explicativo, com um exemplo de preenchimento, e apesar de os agentes locais estarem à disposição para qualquer tipo de esclarecimento. Vários responsáveis pelo preenchimento do Cadastro em determinadas localidades nem ao menos entendiam questões básicas sobre terminologia de museus. Algumas oficinas foram realizadas pelo IPHAN sobre temas diversos, na tentativa de esclarecer um pouco mais sobre museologia em geral. Houve casos em que funcionários de museus telefonaram solicitando explicações sobre o Cadastro, tirando dúvidas e, mesmo assim, não responderam o questionário.

Sobre os museus de Belo Horizonte, a agente local de Minas Gerais informa que quase todos os museus preencheram o CNM, sem dúvidas e sem demais dificuldades. Inclusive houve alguns que enviaram até mais informações do que as solicitadas, demonstrando envolvimento, conhecimento e interesse pela museologia e pelo SNM. Um museu da capital não respondeu por ter nome de museu, mas por ter mais a função de galeria de arte; o outro, provavelmente, não respondeu por falta de interesse.

Para Meiri, felizmente os museus da capital estão sempre suprindo a Superintendência de informações e participando das reuniões. Os museus de Belo Horizonte fazem trabalhos significativos, destacando-se o Museu histórico Abílio Barreto (MhAB) e o Museu de Artes e Ofícios (MAO), além de promover oficinas, palestras, shows e outras atividades de lazer para a população.

Meiri esclarece que no CNM há perguntas sobre a formação de cada um dos funcionários dos museus. Para ela é bastante positivo o fato de que, nos museus de BH,

existem funcionários das mais diversas áreas de atuação, entre historiadores, psicólogos, pedagogos, bacharéis em turismo, etc.

A entrevistada demonstra ainda sua preocupação com a facilidade de abertura de museus, sem qualquer padrão ou preocupação com a sua função social. Para ela, é necessário e será feito pelo SNM um tipo de regimento básico para abertura de museus. Formas de padronização mínima de museus são vistas em outros países, inclusive com a distribuição de selos de qualificação.

Na visão de Meiri, o turismo cultural deve ser desenvolvido de maneira planejada e responsável, sem atropelar os “passos” do planejamento. O levantamento da diversidade dos museus dará informações importantes para auxiliar o visitante em suas escolhas. Informações como horário de visitação, preço, localização, tipo de acervo, serviços agregados, atividades de lazer, duração das exposições, estarão disponíveis no *site* do IPHAN e na publicação do CNM.

Sobre o planejamento cultural de Belo Horizonte, a entrevistada observa que as informações contidas no Cadastro e a facilidade de comunicação entre os museus de todo o país darão condições aos museus da capital de se integrarem cada vez mais, trocando experiências e construindo uma identidade cultural na capital. Sobre a importância também de conhecer quem são os turistas, quais são suas expectativas, suas motivações, sua interação com as exposições, etc., Meiri observa que vários museus da capital já estão participando da pesquisa de público Observatório de Museus e Centros Culturais¹¹, contribuindo assim para a qualidade dos serviços prestados pelos museus. As informações sobre os museus geradas através do Cadastro também servem para munir outros órgãos municipais de informações para seus planejamentos internos e para a divulgação dos atrativos turísticos de Belo Horizonte. Para concluir a entrevista, Meiri Ana Campos faz o seguinte comentário:

Não podemos separar o turismo da cultura. O que move o turista do seu local de residência é a diversidade cultural manifestada através da arquitetura, do artesanato, do modo de fazer, de falar... O museu é um espaço privilegiado para a comunicação entre o visitante e a cultura local. Ele não pode ser visto como uma vitrine, como um local de contemplação (informação verbal).

¹¹ O DEMU, em parceria com a Fundação Oswaldo Cruz - Fiocruz, está realizando o projeto "Observatório de Museus e Centros Culturais", que tem o objetivo de promover estudos e pesquisas sistemáticas sobre o público dos museus e constituir um espaço dinâmico para troca de informações e reflexões.

5 Considerações finais: o SNM como instrumento para o planejamento do turismo cultural

O percurso que se fez para compreender o Sistema Nacional de Museus como um instrumento para o planejamento do turismo cultural em Belo Horizonte – MG foi traçado a partir de referências conceituais que permitissem encontrar na prática a perspectiva de revalorização de da identidade cultural e de fortalecimento do processo de conhecimento de outras culturas. Tanto a questão do patrimônio cultural, ampla e produtivamente discutida por vários autores, como a própria concepção da idéia de museu convergiram para a tentativa de preservar a memória para que a geração atual possa se preparar para abastecer de referências históricas e valores culturais as gerações futuras.

O valor dos museus para a atividade turística já é um fato para outros países, como a França, com o Louvre e o D’Orsay; a Inglaterra, com o British Museum e os surpreendentes museus de ciências naturais e de tecnologia; a Espanha, com experiências únicas como o Guggenheim Bilbao; os Estados Unidos, que só em Nova Iorque reúne o Guggenheim, o MOMA e o Metropolitan Museum, entre outros países que reconhecem os museus como espaços produtivos que movimentam a vida cultural local e atraem turistas do mundo inteiro. No Brasil, este processo de valorização do espaço e do papel dos museus está só começando, embora não haja dúvida sobre o que o País tem para mostrar, considerando a sua diversidade cultural e o seu potencial criativo.

O Estado de Minas Gerais, pelos centros históricos de suas cidades que se formaram no ciclo do ouro, pelas obras de artistas como Aleijadinho e Ataíde, e pelas características peculiares do “jeito” mineiro, já constitui um destino promissor para o turismo histórico-cultural. Em Belo Horizonte, a capital, que confirma sua vocação para o turismo de eventos e agora também para o ecoturismo e o turismo de aventura, considerando as características naturais de seu entorno, pode encontrar no Sistema Nacional de Museus a possibilidade de fortalecer o seu universo museológico e abrir espaço para um fluxo crescente de turismo cultural. Com o investimento em projetos museográficos de padrão internacional, como o do Museu de Artes e Ofícios, e na oferta de serviços agregados ao museu, como biblioteca, restaurante, loja de *souvenir*, o que pode ser observado na experiência do Museu histórico Abílio Barreto, pode-se pensar em estratégias dinâmicas de marketing que incluam os museus na cidade em roteiros conhecidos nacional e internacionalmente.

Considera-se que a relevância do SNM se confirma na medida em que sua utilidade pode resultar no alcance de objetivos como a integração e o intercâmbio de experiências entre os museus brasileiros, para que seja construída uma referência de valor que possa ir ao encontro da proposta do ICOM de transformar os museus em espaços de comunicação a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. Como parte de uma política nacional de cultura, o SNM afeta, num segundo momento, a atividade turística nas localidades, por meio da condição de que a integração dos museus possa incentivar a visitação múltipla a partir de roteiros especializados e consistentes. Em Belo Horizonte, espera-se que os resultados vislumbrados com as ações do SNM, decorrentes de seu papel articulador dos museus de todas as instâncias governamentais, possam ampliar e consolidar o trabalho que a administração municipal vem fazendo na divulgação dos museus da cidade: mensalmente, 20 mil cópias do guia da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – Belotur, que apresenta informações básicas sobre os espaços, com horário de funcionamento e indicação de meios de transporte, são distribuídas gratuitamente nos pontos de interesse e de serviços turísticos da capital.

Referências Bibliográficas

ALFONSO, María José Pastor. **El patrimonio cultural como opción turística**. Horizontes antropológicos [online]. out. 2003, vol.9, no.20, p.97-115. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200006&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 29 jul. 2006

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e Organização em Turismo**. 6.ed. Campinas: Papyrus, 1991. 101p.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. 3. ed. Campinas: Papyrus, 2002. 96p.

BRASIL, **Decreto Nº 5.264 de 5 de novembro de 2004**. Institui o Sistema Brasileiro de Museus e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/legislacao/decretos>. Acesso em: 10 ago. 2006

BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Política Nacional de Museus** – relatório de gestão 2003/2004. Brasília, 2005. 74p.

CAMPOS, Meiri Ana. Belo Horizonte, Minas Gerais. 05 out. 2006. Entrevista concedida a Marcela Cougo.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo:** política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003. 226p.

DIAS, Reinaldo. **Patrimônio Cultural:** evolução do conceito e construção social. Texto em primeira versão (mimeo). Belo Horizonte: Mestrado em Turismo e Meio Ambiente/Centro Universitário UNA, 2005. 29p.

MOLINA, Sérgio. **Turismo:** Metodologia para su planificación. México: Trillas/Universidad Anáhuac, 1997.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Política y relaciones turísticas internacionales.** Barcelona: Editorial Ariel, 2002.

VICENTE, Fernando Lara; GUZMÁN, Tomás López-Guzmán. **El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad.** Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol.2. Nº 2., 2004. p. 243-256.