

RESUMO EXPANDIDO

A PESSOA FÍSICA COMO FONTE DE FINANCIAMENTO DOS MUSEUS

Pôster

Palavras-chave: MUSEOLOGIA. GESTÃO DE MUSEUS. AUTOSSUSTENTABILIDADE FINANCEIRA. CAPTAÇÃO DE RECURSOS. FINANCIAMENTO MISTO. PESSOA FÍSICA.

OBJETO

Os diversos meios praticados pelos museus para sustentarem-se economicamente, dando enfoque às opções que possuem a pessoa física como fonte financiadora.

OBJETIVOS

De modo geral, objetiva-se criar um material de pesquisa para gestores de museus que queiram ampliar o leque de financiadores das instituições nas quais atuam. O objetivo específico desta pesquisa é levantar estratégias de captação de recursos para museus, cuja fonte financiadora seja a pessoa física. Faz-se importante afirmar que, por mais que se pesquise acerca dos meios alternativos de captação adotados pelas instituições, haverá outros que não foram encontrados durante a pesquisa e, felizmente, surgirão outros mais, frutos da criatividade e da vivência do museu com a comunidade. O tamanho da lista, portanto, dependerá da quantidade de medidas encontradas. É necessário, também, afirmar que o presente estudo não se trata de uma análise quantitativa acerca dos meios de captação de recursos, tanto com relação aos ganhos reais das instituições, quanto ao que toca à quantidade de museus que adotam cada prática. Esta pesquisa quantitativa é, de fato, interessante, mas não cabe fazê-la nesta monografia. O que aqui interessa é a variedade de formas de captação, não a quantidade de instituições que as adotam.

METODOLOGIA

A pesquisa dar-se-á por meio de revisão de literatura junto a autores que tratam de questões afins à Museologia, Gestão de Organizações Culturais, Marketing, Sustentabilidade e Economia.

RESULTADOS

É necessário que os museus parem de olhar apenas para si e voltem-se para a sociedade ao seu redor e cativem-na – eis um dos passos para a autossustentabilidade financeira. Infere-se que uma organização preocupada com a autossustentabilidade deve ir além e pensar no ambiente ao seu redor. O Museu é uma instituição sem fins lucrativos, a serviço da sociedade. Ele deve contribuir para seu desenvolvimento e bem-estar. A alcunha “sem fins lucrativos” não o impede de gerar receita e lucro, contanto que os mesmos sejam destinados ao próprio museu. A gestão museológica abarca um conjunto diverso de atividades, as quais devem ser realizadas, idealmente, por um profissional que não só conheça a rotina e especificidades dos museus, mas que também esteja apto a lidar com questões de caráter administrativo. Um gestor não deve trabalhar sozinho – não é saudável nutrir a ideia do diretor como uma figura autoritária, trancafiada em sua “torre de mármore”. Pelo contrário, o gestor deve ouvir os colaboradores da instituição, assim como o seu público-alvo. O planejamento financeiro de um museu deve ser pensado com cuidado e em consonância com a missão e valores institucionais. A captação de recursos é uma parte do planejamento financeiro. As fontes de financiamento podem ser as mais diversas. Os museus devem preocupar-se em diversificar seu financiamento, diminuindo sua dependência com relação às verbas do Estado e de empresas financiadoras. Uma boa saída para tal é investir na pessoa física como fonte de

financiamento. Os meios de captação de recursos elencados neste trabalho foram: cobrança de ingressos; doações; clube de amigos; licenciamento de produtos; produção editorial; produção audiovisual; games; desenvolvimento de ferramentas físicas, métodos e softwares para uso em museus e atividades correlatas; loja do museu; restaurante, lanchonete, cafeteria; quiosques; consultoria; taxa de uso; eventos do próprio museu; biblioteca (taxa de associação); aluguel de espaços para eventos; crowdfunding; permutas; área recreativa; e estacionamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A captação de recursos é uma questão crucial às organizações sem fins lucrativos, tipologia na qual a instituição “museu” se encaixa. São diversos, os serviços e produtos que o museu pode oferecer à comunidade e diversas as maneiras pelas quais as pessoas podem contribuir com a instituição e sua autossustentabilidade financeira. Vale lembrar que o museu deve criar eficazes estratégias de marketing para fazer com que as pessoas tomem conhecimento de seus serviços e produtos, e que é importante sempre cumprir com o prescrito na legislação vigente. Com a aplicação das supracitadas medidas, o museu não só caminha para a autossustentabilidade financeira, como também se torna mais próximo da sociedade – sua criadora e sua amiga.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**, [s.l.], [s.n.], [2002]. Disponível em: <<http://www.fernandoalmeida.com.br/livros/livro-fernando-almeida-sustentabilidade.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2015.
- ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho; Free: grátis: o futuro dos preços**. Tradutores: Cristina Yamagami; Afonso Celso da Cunha Serra. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.
- ANDERSON, E.; MILLE, A. de. **Fundraising for Museums**. 2 ed. AIM Focus Papers, Chichester, GB, abr. 2006. Disponível em: <<http://www.aim-museums.co.uk/downloads/ee7f04d4-dd7c-11e1-bdfc-001999b209eb.pdf>>. Acesso em: 21 ago. 2015.
- BABBIDGE, Adrian. **AIM Success Guides: Successful Governance in Independent Museums**. Shropshire, GB: AIM, [2013?].
- BERNARDES, B.; LUCIAN, R.. Comportamento de consumidores brasileiros e portugueses em plataformas de *crowdfunding*. In: **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, vol.14, n.1, 2015. p. 26-36. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/rpbg/v14n1/v14n1a04.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2015.
- BRASIL. Lei nº 11904, de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. **Diário oficial da União**, Brasília, DF, 15 jan. 2009. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/diarios/429889/pg-1-secao-1-diario-oficial-da-uniao-dou-de-15-01-2009>>. Acesso em: 20 out. 2015.
- BRASIL. Lei nº 9532, de 10 de dezembro de 1997. Altera a legislação tributária federal e dá outras providências. **Diário oficial da União**, Brasília, DF, 11 dez. 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9532.htm>. Acesso em: 20 out. 2015.
- CHAGAS, M. de S.; NASCIMENTO JUNIOR, J. do (Org.). **Subsídios para a criação de Museus Municipais**. Rio de Janeiro, RJ: Ministério da Cultura/Instituto Brasileiro de Museus e Centros Culturais/Departamento de Processos Museais, 2009.
- CHAUÍ, M. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- DELLAGNELO, E. H. L.; HOFFMANN, S. R. B.; SILVA, F. M. V. Objetivos de organizações culturais sem fins lucrativos e suas fontes financiadoras. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, artigo 1, jun. 2009. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/5114/3848>>. Acesso em: 10 out. 2015.

DEMETRESCO, S. **Vitrina**: construção de encenações. 4 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradutores: Bruno Brulon Soares; Marília Xavier Cury. São Paulo, SP: Armand Colin; ICOM, 2013.

_____. **Dictionnaire Encyclopédique de Muséologie**. Paris, FR: Armand Colin, 2011.

DITTRICH, M. **A gestão em organizações culturais**. 2011. Dissertação (Mestrado em Administração)–Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em:
<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/94922/294426.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 13 out. 2015.

DRUCKER, P. F. **Administração em organizações sem fins lucrativos**: princípios e práticas. Tradutor: Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1994.

FREY, B. S.; MEIER, S. The Economics of Museums. In: GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. (Ed.) **Handbooks in Economics 25**: Handbook of the Economics of Art and Culture. Amsterdã: Elsevier; North-Holland, v. 1, 2006. p. 1017-1047.

HUNTER, Colin. **AIM Success Guides**: Successfully Negotiating Business Rates. Shropshire, GB: AIM, [2014?].

INSTITUTO CULTURAL CIDADE VIVA. **Quem somos**. [página da web] Disponível em: <<http://www.institutocidadeviva.org.br/quemsomos.php>>. Acesso em: 06 jan. 2016.

THE INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS. **Código de ética do ICOM para Museus**: versão lusófona. Rio de Janeiro, RJ: Nova Imprensa Oficial do Estado do Rio de Janeiro, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Guia dos museus brasileiros**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/05/gmb_sudeste.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2015.

KOTLER, P. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Tradutora: Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LAYARD, P. R. G. **Felicidade**: lições de uma nova ciência. Tradutora: Maria Clara De Biase W. Fernandes. Rio de Janeiro: BestSeller, 2008.

L'ÉCONOMIE de la culture: les industries culturelles: une exception économique ? **Culture, État et marché**: Cahiers français, [Paris], FR, n. 312, [2003?]. Disponível em : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/libris/3303330403129/3303330403129_EX.pdf>. Acesso em : 24 ago. 2015.

MASON, T. **Gestão Museológica**: Desafios e Práticas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; British Council; [Fundação] Vitae, 2004.

MIAN de cara nova. [página da web] Disponível em: <<http://benfeitoria.com/miandecaranova/>>. Acesso em 28 nov. 2015.

MISZPUTEN, Francis. Entrevista no Instituto Cultural Cidade Viva, RJ. Entrevistador: Marcela Lemos Motta. Rio de Janeiro, 2016. Não há transcrição disponível da entrevista.

MUSEU DE ANTIOQUIA. **Características generales de los procesos**: Área de Mediación en Territorios. Medellín, CO, [2015?].

NICHOLSON, F. Recursos financeiros: oito passos para uma eficaz captação de recursos. In: GUIMARÃES, V. F.; SILVA, G. A. da (Org). **Anais Seminário Internacional de Implantação de Centros e Museus de Ciência**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002. p. 33-35.

NOSSO FUTURO COMUM. **Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991.

PEREIRA, Anísio Cândido; SOUZA, Benedito Felipe de; REDAELLI, Dauro Rodrigues; IMONIANA, Joshua Onome. **Custo de oportunidade: conceitos e contabilização**. Caderno de Estudos, n.2, 1990. p. 01-24. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cest/n2/n2a02.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2016.

- PINHEIRO, M. Crise? Que crise? **Revista Brasileiros**, São Paulo, 27 abr. 2015. Disponível em: <<http://brasileiros.com.br/2015/04/crise-que-crise-3/>>. Acesso em: 25 nov. 2015.
- PINHEIRO, P. Onde o consumidor é rei. **Revista Brasileiros**, São Paulo, 15 abr. 2015. Disponível em: <<http://brasileiros.com.br/2015/04/onde-o-consumidor-e-rei/>>. Acesso em: 25 nov. 2015.
- OSTERWALDER, A. **Business Model Generation – Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011.
- SARAVIA, E. A gestão da cultura e a cultura da gestão: a importância da capacitação de administradores culturais. In: **Anais do IV Enecult**. Salvador, BA: 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14323-02.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2015.
- SCHEINER, T. C. On Museum, Communities and the Relativity of it all. In: SCHÄRER, M. R. (Ed.). **Symposium Museum and Community II**. Stavanger, NO: ICOM, 1995. p. 95-98
- SOBRINHO, W. P. O Brasil que cresce em tempos de recessão. **Revista Brasileiros**, São Paulo, 11 set. 2015. Disponível em: <<http://brasileiros.com.br/2015/09/da-beleza-energia-eolica-o-brasil-que-cresce-em-tempos-de-recessao/>>. Acesso em: 25 nov. 2015.
- SPIELBAUER, J. K. Museums and Museology: a means to active integrative preservation. In: ICOFOM. **ICOFOM Study Series**. n. 12. Helsinki-Espoo, FI: Symposium Museology and Museums: basic papers, 1987. p. 271-286.
- STUART, D. **Plano Diretor**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Fundação Vitae, 2001. (Série Museologia)
- THINGIVERSE. **3D printable VR Headset for smartphones**. Disponível em: <<http://www.thingiverse.com/thing:729029>>. Acesso em: 04 jan. 2015.
- TUDE, J. M. **Captação de recursos para projetos**. Curitiba, PR: IESDE Brasil, 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=d-AAUuKFrgUC&pg=PA268&lpg=PA268&dq=%22Sustentabilidade:+do+que+se+trata,+afinal?%22&source=bl&ots=akPHI_eKSR&sig=P9QGAslgYeOqjZ4xXnc_7FTF2-A&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjJ0NSG1f7JAhVJI5AKHegADUQQ6AEIjAB#v=onepage&q=%22Sustentabilidade%3A%20do%20que%20se%20trata%2C%20afinal%3F%22&f=true>. Acesso em: 15 out. 2015.
- VALIATI, V. A. D. *Crowdfunding* e Indústria Cultural. In: **Verso e Reverso**, vol. XXVII, jan.-abr. 2013. p 43-49. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2013.27.64.07/1400>>. Acesso em: 17 out. 2015.
- VINCENT, C. N. **The Agony and the Ecstasy: Developing an Annual Fundraising Program**. [s.l]: [sn], 1997. Disponível em: <<http://www.indianahistory.org/our-services/local-history-services/DevelopingAnAnnualFundraisingPlan.pdf>>. Acesso em: 04 out. 2015.
- REFERÊNCIAS FÍLMICAS
- CANEDO, D. **Gestão Cultural Mundo Afora: Gestão econômica e financiamento**. Temporada Museus, episódio 2. [Salvador], BA: Volta do Mundo Produções e TV Mundo Afora, 2014. Disponível em: <<http://culturamundoafora.com/2014/10/episodio-2-gestao-economica-e-financiamento/#sthash.wO2n9Jjw.8FGFBqRB.dpbs>>. Acesso em: 20 ago. 2015.