

MUSEOLOGIA E PATRIMÓNIO

volume 4

Fernando Magalhães
Luciana Ferreira da Costa
Francisca Hernández Hernández
Alan Curcino

COORDENADORES

Fernando Magalhães
Luciana Ferreira da Costa
Francisca Hernández Hernández
Alan Curcino
(Coordenadores)

MUSEOLOGIA E
PATRIMÓNIO
Volume 4



**POLITÉCNICO
DE LEIRIA**

ESCOLA SUPERIOR
DE EDUCAÇÃO
E CIÊNCIAS SOCIAIS

MUSEOLOGIA E
PATRIMÓNIO
Volume 4

POLITÉCNICO DE LEIRIA

Presidente

Rui Filipe Pinto Pedrosa

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS *POLITÉCNICO DE LEIRIA*

Diretora

Sandrina Diniz Fernandes Milhano

EDIÇÕES

<https://www.ipleiria.pt/esecs/investigacao/edicoes/>

Conselho Editorial

Alan Curcino

(Universidade Federal de Alagoas, Brasil)

Dina Alves

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Emeide Nóbrega Duarte

(Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Fernando Paulo Oliveira Magalhães

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

José António Duque Vicente

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Leonel Brites

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Luciana Ferreira da Costa

(Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Marco José Marques Gomes Alves Gomes

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Silvana Pirillo Ramos

(Universidade Federal de Alagoas, Brasil)

FICHA TÉCNICA

Título: Museologia e Património - Volume 4

Coordenadores: Fernando Magalhães, Luciana Ferreira da Costa,
Francisca Hernández Hernández, Alan Curcino

Projeto gráfico: Alan Curcino, Luciana Ferreira da Costa

Capa: Rui Lobo

Edição: Escola Superior de Educação e Ciências Sociais - Politécnico de Leiria

ISBN 978-989-8797-47-6

Novembro de 2020

©2020, Instituto Politécnico de Leiria

APOIOS



ESCOLA SUPERIOR
DE EDUCAÇÃO
E CIÊNCIAS SOCIAIS

CRIA
CENTRO EM REDE
DE INVESTIGAÇÃO
EM ANTROPOLOGIA



Centro de
Investigação em
Qualidade de Vida



UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA



Rede de Pesquisa e (In)Formação em
Museologia, Memória e Patrimônio



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Facultad de Geografía e Historia:
Grupo de Investigación Gestión del Patrimonio Cultural

*À contínua cooperação entre os
amigos brasileiros, espanhóis e
portugueses em torno da
Museologia e do Património.*

ÍNDICE

Apresentação	7
Fernando Magalhães	
Luciana Ferreira da Costa	
Francisca Hernández Hernández	
Alan Curcino	
La promoción turística en los museos de una ciudad mediana en un entorno turístico: panorama general y problemáticas	11
Anabella Bentancurt	
Dolors Vidal-Casellas	
Museus e Turismo, que futuro? Uma abordagem pela oferta	44
Alexandra Rodrigues Gonçalves	
A conservação na formação do Museólogo: interdisciplinaridade entre os campos da Museologia e da Conservação nos Cursos de Graduação e Pós-Graduação em Museologia no Brasil	96
Sura Souza Carmo	
Marcus Granato	
Perspectivas para o estudo da Museologia: o Office International des Musées e o desenvolvimento da Museografia	128
Ivan Coelho de Sá	
O Vestido: arte urbana, passagens, percursos etnográficos e patrimoniais	157
Carolina Ruoso	
Manuelina Maria Duarte Cândido	

O público e o museu na era da cultura digital: uma reflexão conceitual em expansão	181
Carmen Lúcia Souza da Silva	
Educação patrimonial entre discursos e práticas: “visitando” a Casa do Patrimônio de Penedo- Alagoas, Brasil	205
Silvana Pirillo Ramos	
Greciene Lopes dos Santos Maciel	
Acessibilidade em espaços culturais: os museus e a inclusão do público surdo	236
Margarete de Oliveira	
Camilo de Mello Vasconcellos	
O Museu do Homem Americano: reflexões em torno do seu cariz pedagógico na arte rupestre	262
Naliana da Silva Mendes	
Luciana Ferreira da Costa	

Apresentação

No interior da sociedade globalizada e pós-moderna em que atuamos, constatamos que, tanto no campo do Património como da Museologia, ocorreram uma série de mudanças que vão mostrando uma forma diferente de enfrentar uma realidade cultural que é chamada a ser lugar de encontro, diálogo e reconhecimento das diferentes formas de relacionamento entre as pessoas. Isso significa que os museus devem ser uma realidade viva que deve evoluir com a sociedade e se tornar um reflexo dela, mesmo incorporando muitos dos elementos do passado recente. Consequentemente, a Museologia Teórica deve estar sempre disposta a rever sua própria narrativa para se adequar às necessidades da sociedade, à qual deve servir de guia e estímulo para valorizar sua própria identidade a partir do Património cultural ao longo da história e que é chamado a se recriar continuamente.

Por outro lado, constatamos que a expansão do conceito de Património tem ampliado seus limites aos temas e coleções contemporâneas, a ponto de ter um carácter transformador da própria realidade. De facto, o Património deixou de ser considerado apenas do ponto de vista teórico, passando a incluir também práticas e políticas culturais que se centraram tanto no monumento como no objecto, bem como nos contextos onde se encontram e nas pessoas que fazem parte dela porque a vivem, habitam e lhe dão sentido nos nossos dias. Trata-se de passar do histórico artístico ao cultural porque observamos como o cotidiano constituído por nossas ruas, praças, fachadas e monumentos está transmitindo uma mensagem que não é neutra, assim como seus rótulos, anúncios e tipografias se tornam textos que precisam ser lidos e interpretados. É o que acontece, por exemplo, com a arqueologia do presente que estuda os acontecimentos mais recentes.

Numa sociedade em que o estado de bem-estar e o turismo cultural estão em ascensão, o desejo de conhecer melhor o Património e os museus a cada dia tem levado grande parte do público a visitar seus espaços ou monumentos justamente em um momento em que temos uma série de plataformas digitais que nos permitem abordá-las

à distância. No entanto, a vontade de visitar museus mostra-nos como o Património nos permite transmitir conhecimentos *in situ*, entusiasmando-nos e podendo partilhar as nossas experiências estéticas com outras pessoas.

No entanto, a situação criada em nossas sociedades com o surgimento da Covid-19 está dificultando o contato direto com museus e Patrimónios, uma vez que, ao permanecer fisicamente fechados durante esta crise, nos obrigou a estar mais abertos do que nunca para a realidade digital. Isto supõe duplicar esforços e tentar ser mais criativos, substituindo o verdadeiro caminhar diante dos acervos, através de uma atividade educativa que disponibiliza visitas virtuais aos cidadãos. Utilizam aplicações móveis através das quais se pretende prestar um verdadeiro serviço cujo principal objetivo é valorizar a cultura e dar vida à sociedade, que é plural, diversa e multicultural, mantendo-nos ligados e unidos.

O Património e a Museologia devem contribuir para o bem-estar social. Essa e nenhuma outra é a intenção de todos os autores que participam do desenvolvimento destes livros aqui ora apresentados.

Os livros **Museologia e Património – Volume 3 e Volume 4** dão continuidade à publicação dos Volume 1 e Volume 2 publicados no ano de 2019 e são resultado de uma cooperação científica internacional que se iniciou com o Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA) – Polo Leiria e agora, neste ano, com o protagonismo do Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA) também da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais (ESECS) e do Centro de Investigação em Qualidade de Vida (CIEQV) da Escola Superior de Saúde de Leiria (ESSLei), todos vinculados ao Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria), Portugal, juntamente com a Rede de Pesquisa e (In)Formação em Museologia, Memória e Património (REDMUS) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil, e o *Grupo de Investigación Gestión del Patrimonio Cultural (GIGPC) da Facultad de Geografía e Historia (FGH) da Universidad Complutense de Madrid (UCM)*, Espanha.

O percurso desta cooperação inicia-se com a publicação de quatro Dossiês Temáticos sobre "Museu, Turismo e Sociedade", respectivamente nos anos de 2014, 2015, 2017 e 2018, na Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR), editada em conjunto pelo Observatório Transdisciplinar em Turismo da Universidade Federal de

Alagoas (UFAL), Brasil, e pela *Facultat de Turisme e Laboratori Multidisciplinar de Recerca en Turisme* da *Universitat de Girona* (UdG), Espanha. Tais dossiês contaram com o apoio da REDMUS/UFPB para sua publicação entre 2014 e 2017, além do Instituto de História Contemporânea - Grupo de Investigação Ciência, Estudos de História, Filosofia e Cultura Científica (IHC-CEFCi) da Universidade de Évora (UÉvora), Portugal, assumindo a organização e assinatura como Editores. Já no ano de 2018, acrescentou-se ao apoio à publicação o CICS.NOVA/ESECS/IPLeiria.

Os dossiês objetivaram contribuir para as diversas áreas dedicadas a reflexões sobre os espaços museais e o conhecimento museológico, enfocando, sobretudo, uma perspectiva a partir do Turismo, lançando mão de análises sob dimensões sociais, antropológicas, históricas, políticas e econômicas, evocando, transversalmente, os conceitos de cultura, memória, património e educação na constelação das relações entre museus, turismo e sociedade apresentadas pelos autores dos artigos publicados.

Como consequência positiva do dossiê de 2018, realizou-se em novembro ainda no ano de 2018 o I Colóquio Internacional sobre Museu, Património e Informação, organizado pela REDMUS/UFPB com o apoio do CICS.NOVA/ESECS/IPLeiria, na cidade de João Pessoa, Brasil.

A partir do êxito do colóquio, agregando cooperativamente autores dos dossiês da RITUR como convidados, além de outros especialistas reconhecidos internacionalmente, nasceu o projeto destes livros tendo, por sua vez, como autores professores e pesquisadores do Brasil, da Espanha e de Portugal, dedicados às áreas da Museologia e do Património, com o objetivo primordial de reunir um conjunto de textos científicos capazes de plasmarem a grande variedade e riqueza do que é produzido sobre estas áreas nestes três países.

Os autores que participam de todos os livros oferecem uma amostra muito variada e enriquecedora de quais são os desafios da Museologia atual e de como é necessário apostar em uma Museologia sustentável que leve em consideração a promoção, valorização e conservação do Património Cultural em conexão necessária prática e político-epistemológica com diversas disciplinas, como aqui são encontradas: História, Sociologia, Antropologia, Ciência Política,

Turismo, Ciência da Informação, Artes Visuais, Tecnologias, dentre outras. Para o leitor, descortinam-se aqui pesquisas e ensaios contemporâneos sobre a Museologia e o Património inter, pluri, multi e transdisciplinares na perspectiva do que é produzido na atualidade no Brasil, na Espanha e em Portugal.

Visto tratar-se de publicação internacional, estes livros apresentam em duas línguas oficiais, português e castelhano, os seus capítulos originais. Ademais, todo conteúdo de cada capítulo, incluindo as figuras, fotografias, imagens, gráficos e quadros analíticos, bem como suas resoluções e normalização, são da responsabilidade dos seus respetivos autores.

Ademais, cabe ressaltar que cada capítulo aqui encontrado foi submetido por avaliação por pares às cegas com vistas à qualidade da publicação.

Ao final desta apresentação, fica o desejo a todos de uma profícua leitura na perspectiva de seu uso e de sua ampla divulgação como contribuição à evolução e futuro dos campos da Museologia e do Património.

Fernando Magalhães
Luciana Ferreira da Costa
Francisca Hernández Hernández
Alan Curcino

LA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LOS MUSEOS DE UNA CIUDAD MEDIANA EN UN ENTORNO TURÍSTICO: PANORAMA GENERAL Y PROBLEMÁTICAS

Anabella Bentancurt

Universitat de Girona, España

<https://orcid.org/0000-0001-8018-4011>

Dolors Vidal-Casellas

Universitat de Girona, España

<https://orcid.org/0000-0002-2731-1808>

1. Introducción

La promoción turística es uno de los objetos de estudio más abordados por el marketing turístico desde sus inicios, aplicado tanto a destinos como a empresas. Sin embargo, existe un tercer sector que no se ajusta a ninguna de las dos categorías: las organizaciones sin ánimo de lucro, entre las que se encuentran los museos, instituciones que pocas investigaciones en el último tiempo han relacionado con la promoción turística. De hecho, hasta hace poco tiempo, no se consideraba que las herramientas de marketing pudieran aplicarse a este sector, dado que su objetivo no es generar ingresos (Espacio Visual Europa, 2014). Más allá de que los museos son instituciones culturales cuya finalidad inmediata no es atraer turismo, en los últimos años y con el gran aumento del turismo cultural, han comenzado a verse como un atractivo turístico más dentro de las ciudades, lo que se refleja en la definición de ICOM (2017) de museo, que expresa la importancia de abrirse al público y atraer visitantes. Se debe contemplar que los museos constituyen “espacios sacros de la experiencia turística” (Donaire, 2002), es por ello que la relación entre museo y turismo es de indudable importancia, resultando beneficioso y cada vez más necesario para estas instituciones considerar los estudios de marketing turístico y generar acciones de promoción que permitan atraer visitantes más allá del público local. A pesar de ello, desde el año 2000 en adelante existen pocas investigaciones que relacionen

promoción turística y museos, lo que justifica la importancia de abordar ambas temáticas en conjunto. Por ello, el objeto de este trabajo es conocer el nivel de interés, desarrollo y madurez de la promoción turística y su importancia dentro de las tareas y estructura de los museos de Girona, ciudad que en un área pequeña concentra siete museos locales de diversas temáticas. Estos museos, aun sin ser el principal atractivo de la ciudad, forman parte de su imagen turística (Camprubí Subirana, 2009), complementan su oferta turística y contribuyen a dar a conocer el territorio al visitante (Alcalde, 2002). Algunos de ellos constituyen piezas singulares (Donaire, 2002) y conforman nodos dentro de la visita turística a la ciudad, aunque aún con bajo porcentaje de visitas (Galí, Donaire, Martínez-García, & Mundet, 2015). La comunicación y promoción turística son entonces, herramientas que permiten a los museos dar a conocer su potencialidad y aumentar la cantidad de visitantes turistas.

El artículo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, se realiza una breve contextualización de los museos de la ciudad y su situación respecto a la cantidad de turistas que reciben. A continuación, se realiza una revisión de la literatura abarcando los conceptos de museo y de comunicación y promoción turística. Luego, se desarrolla la metodología aplicada para la recolección y análisis de datos, para luego explicar los resultados obtenidos de acuerdo a un conjunto de categorías. A continuación, se presenta una discusión de dichos resultados, así como las conclusiones y algunas recomendaciones. Finalmente, se exponen las limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación relacionadas.

2. Girona y sus museos

Girona es una ciudad mediana, ubicada a 35 km del mar y a 80 km de Barcelona, importante urbe turística a nivel internacional. La ciudad cuenta con 100.266 habitantes (Instituto de Estadística de Catalunya, 2018). La provincia en que se sitúa cuenta con 761.947 habitantes (Instituto Nacional de Estadística, 2018). Los datos turísticos indican que por la Oficina de Turismo de la ciudad han pasado en el año 2017, 85.284 turistas, mientras que el Punto de Bienvenida ha recibido 16.872 turistas más (Ajuntament de Girona - Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme,

2018). Se debe tener en cuenta que no todos los turistas que visitan la ciudad pasan por estos puntos, por lo que es muy difícil registrar el número total de visitantes. Para tener un mayor marco de referencia, se presentan los datos de los turistas recibidos a nivel provincial, que, según el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, en el año 2017 han sido un total de 5.675.233. Se observa que la proporción de turistas respecto de la población provincial es muy elevada, lo cual indica la importancia de la actividad turística tanto a nivel provincial como local.

La provincia cuenta con un total de 23 museos registrados, según datos del Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya. De estos 23 museos, 7 se ubican en la ciudad de Girona, de los cuales seis son museos y uno, una casa museo, todos ellos de temáticas, contenidos y formatos muy variados. Entre los mismos, seis son de gestión pública y uno de gestión privada. Los museos públicos incluyen el Museu d'Art, el Museu d'Arqueologia, el Museu del Cinema, el Museu d'Història de Girona, el Museu d'Història dels Jueus y la Casa Masó. El museo privado es el Museu-Tresor de la Catedral, propiedad de la Iglesia Católica. Todos ellos se encuentran situados en la zona del casco histórico, a corta distancia unos de otros, a excepción del Museu del Cinema, que se ubica en la zona del Mercadal, pero aun así muy cercano al casco histórico de la ciudad y a los demás museos.

Los seis museos públicos conforman la red local Gironamuseus, conformada en el año 2003 con el objetivo de trabajar en forma conjunta la promoción de los museos de la ciudad, entre otros aspectos (Alcalde Gurt, 2008). Además, todos los museos, a excepción de la Casa Masó, forman parte de una red territorial conformada por 26 museos y colecciones de la provincia, que desde el año 2015 permite la cooperación mutua para contribuir a cumplir las funciones y los objetivos propios de cada uno (<http://patrimoni.gencat.cat/ca/xarxamuseusgirona>).

Con respecto a la cantidad de visitas y la relación entre público de proximidad y público turístico, los últimos datos publicados tanto por el Ayuntamiento de Girona como por cada museo son del año 2017, en los que se refleja que el museo con mayor cantidad de visitas es el Museu-Tresor de la Catedral, con un total de 220.320 visitantes, de los cuales alrededor del 53% fueron turistas (Catedral de Girona, 2018). Cabe aclarar que estos números son de las entradas a la Catedral, pero la misma incluye el ingreso al Tesor. Le sigue el Museu d'Història dels

Jueus, con 53.679 visitantes a la colección permanente, de los cuales un 70% son turistas (Ajuntament de Girona - Àrea de Cultura, 2018; Patronat Call de Girona, 2018). A continuación, se encuentra el Museu del Cinema, con 46.504 visitantes a la colección permanente, de los que un 54% son turistas (Museu del Cinema, 2018). Sigue el Museu d'Història de Girona, con 36.791 visitantes a la exposición permanente, de los cuales sólo un 5% fueron turistas (Ajuntament de Girona - Àrea de Cultura, 2018). A continuación, se encuentra el Museu d'Arqueologia, con 32.981 visitantes, aunque no se hallaron datos del porcentaje de público turístico (Museu d'Arqueologia de Catalunya, 2018), al igual que sucede en el Museu d'Art, que tuvo 25.735 visitantes sin contar los visitantes al Antic Hospital de Santa Caterina (Museu d'Art, 2018). Por último, se ubica la Casa Masó, con 4.706 visitantes, de los cuales un 40% fueron turistas (Ajuntament de Girona - Àrea de Cultura, 2018). Se puede observar, por un lado, que, para los museos que tienen contabilizado el público turístico, en general representa un porcentaje elevado del total de las visitas, exceptuando el Museu d'Història de la ciudad. Por otro lado, si se comparan los datos de visitas de los museos con los datos de la ciudad y la provincia, la proporción de visitas turísticas a los museos es baja. Estas dos cuestiones justifican la importancia de estudiar la situación de la promoción turística, dado que es la forma en que los museos establecen el primer contacto y se dan a conocer entre el potencial visitante turístico.

3. Revisión de la literatura

3.1. Museos

El museo como institución surge a finales del siglo XVIII, asociado principalmente a la Revolución Francesa, que conllevó la socialización de los bienes reales, entre otros fenómenos a nivel europeo y mundial que propiciaron su creación (Fernández Arenas, 1996). Desde ese entonces, definir lo que se entiende por museo ha generado un amplio debate, y aún hoy continúa siendo de difícil definición, dado que al hablar de museos se abarca una gran variedad de tamaños, formatos, temáticas, objetivos, colecciones, lo que hace que definirlo no sea tarea fácil (Espacio Visual Europa, 2017; Kotler &

Kotler, 2001). También se debe tener en cuenta que un museo tiene numerosas funciones, entre las que se cuentan la conservación, la investigación, la difusión, la comunicación, la exposición y la exhibición y la prioridad que se da a cada una de ellas ha ido cambiando con el tiempo (Valdés Sagüés, 2014). Mientras que en sus inicios en el siglo XVIII la función primordial de todo museo era la conservación, luego se incorporó la investigación respecto de sus colecciones y desde mediados del siglo XX con la Nueva Museología, se han ido incorporando nuevas funciones asociadas a la exhibición de tales colecciones al público. Así, el interés central de los museos pasa de ser el objeto y las colecciones al visitante y la participación del público, poniéndose como institución al servicio de la sociedad (Crous-Costa & Vidal-Casellas, 2014; Cordón Benito & González González, 2016).

Lo dicho anteriormente se refleja en la última definición de museo que brinda el Consejo Internacional de Museos (ICOM) en el año 2017, según la cual es una *“institución permanente sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, transmite y expone el patrimonio tangible e intangible de la humanidad y de su entorno para la educación, el estudio y el deleite”*. En la misma línea, la Ley de Museos de Catalunya define a los museos como *“las instituciones permanentes, sin finalidad de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abiertas al público, que reúnen un conjunto de bienes culturales muebles, inmuebles e inmateriales, los conservan, los documentan y estudian, los exhiben y difunden su conocimiento para la investigación, la enseñanza y el gozo intelectual y estético y constituyen un espacio para la participación cultural, lúdica y científica de los ciudadanos”*. Estas definiciones abarcan una serie de aspectos de interés. En primera instancia, ambas indican que los museos no tienen ánimos de lucro, es decir que todo beneficio económico que se obtenga debe necesariamente revertirse en el museo, con el fin de brindar un servicio y contribuir al desarrollo social. Luego definen que los museos deben estar abiertos al público: como se mencionaba antes, la atracción de visitantes es parte fundamental de la actividad museística actual. Y finalmente se destaca la actividad más tradicional de los museos, relacionada con la preservación, pero también con la exposición de un patrimonio tangible e intangible. En el caso de la definición de la Ley de Museos, establece en forma más exhaustiva las funciones en relación a sus

colecciones y también hace hincapié en la participación ciudadana dentro del espacio museístico. Se puede ver, de acuerdo con estas definiciones, que se tienen en cuenta las dos funciones fundamentales de los museos antes mencionadas: la conservación y la apertura al público.

3.2. Comunicación y promoción turística de museos.

Se mencionó que una de las funciones principales de los museos en la actualidad es la de transmitir y difundir, es decir, la de comunicar. Esto habla de una relación de los museos con sus visitantes, de la necesidad de generar estrategias para dar a conocer el museo y sus colecciones al público, tanto local como turístico. Los museos son, entre otras cosas, espacios comunicativos (Mora, 2014). Una de las funciones estrechamente asociada a la comunicación es la promoción, que implica comunicarse con los diversos públicos del museo para darse a conocer, hacerse visible, informar de lo que se ofrece y finalmente lograr atraerlos para generar visitas (Kotler & Kotler, 2001; Espacio Visual Europa, 2016).

Atendiendo a esta importancia, desde el año 2000 en adelante, los temas de la comunicación y la promoción en los museos han sido estudiados desde diversas miradas, si bien cabe destacar que la comunicación ha sido más ampliamente estudiada como tema principal que la promoción, que en la mayor parte de las investigaciones es un subtema relacionado a otras áreas de estudio dentro del contexto de museos.

Respecto de la comunicación, según ICOM (2010), en el contexto de los museos, se refiere a las acciones de generar y compartir información referente a las colecciones con el público. Gilmore & Rentschler (2002), indican que es una de las dimensiones centrales del marketing de museos, junto con la educación y la accesibilidad, entendiendo la comunicación como las interacciones del museo y su personal con sus visitantes, la interpretación de las colecciones y el entretenimiento que contribuye a mejorar la experiencia del visitante, pero fundamentalmente, como los mensajes que permiten organizar la visita y comprender mejor el museo y sus colecciones. Para los museos, la comunicación, por el medio que sea, es una herramienta que debe permitirles llegar a la sociedad y establecer relaciones duraderas con

su público (Cordón Benito & González González, 2016). En la misma línea, Capriotti (2010) se centra en la comunicación de los museos enfocada en los públicos locales y la importancia de utilizar esta herramienta para establecer relaciones duraderas con los mismos. Camarero & Garrido (2012), destacan además que la comunicación junto con el marketing, las relaciones públicas y la atención al visitante forman parte importante de la gestión actual de los museos con orientación a los visitantes.

La promoción de museos, por su parte, es un concepto que en los últimos años se ha tratado en el contexto de otras temáticas relacionadas, como el marketing cultural y el uso de las nuevas tecnologías, pero poco abordado como tema principal. Gürel & Kavak (2010), incluyen la promoción dentro de su modelo conceptual para las relaciones públicas de los museos. Oliveras Schwarz (2012), realizó un estudio en el que analiza la implicación de los museos de la ciudad de Girona con el turismo, aunque no refiere específicamente a la promoción turística, es un estudio de referencia por el abordaje del tema. Capriotti (2013), habla brevemente de las herramientas promocionales que los museos pueden utilizar y las relaciona con la comunicación estratégica, tema principal de su análisis, del mismo modo que lo hacen Rentschler & Reussner (2002), McNichol (2005) y Komarac, Ozretic-Dosen & Skare (2017) cuando abordan el marketing de museos como tema principal de estudio. Camprubí Subirana (2015) también refiere a las informaciones promocionales destinadas al público turístico de los museos como elemento a analizar dentro de la gestión turística de los mismos. Por último, el estudio realizado por Prat Forga & Cànoves Valiente (2017) menciona muy brevemente la promoción turística de los museos de Girona en el contexto de un análisis de la motivación y satisfacción de los visitantes del Museu d'Història dels Jueus.

Profundizando en los temas de comunicación y promoción de museos, cabe destacar que existen cuatro herramientas de marketing que les permiten a estas instituciones comunicarse con sus públicos y promocionarse entre ellos: la publicidad, las relaciones públicas, el marketing directo y la promoción de ventas (Kotler & Kotler, 2001). Ejemplos tradicionales de herramientas de publicidad los constituyen anuncios en diarios y revistas, noticias en diferentes medios, los folletos, las vallas publicitarias, carteles, pancartas, banderolas,

catálogos, entre otros (Rodríguez Eguizábal, 2004). En la actualidad, con el avance de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs), han surgido nuevas herramientas de publicidad y difusión, entre los que se cuentan los canales web, las redes sociales y las tecnologías móviles, todos con un gran potencial para alcanzar a un número mayor de personas y que, a diferencia de los medios tradicionales, permiten la interacción con ellas (Caro, Luque, & Zayas, 2015).

Con respecto a las relaciones públicas, se incluyen herramientas como los comunicados de prensa, charlas, conferencias, seminarios, informes, publicaciones, etc. es decir toda promoción que el museo pueda realizar para relacionarse con otras instituciones y personas, muchas veces en forma gratuita (Kotler & Kotler, 2001; Capriotti, 2010). Luego se encuentra el marketing directo, que toma diferentes formas, aunque la más habitual en la actualidad es el *mailing*, que constituye una forma muy efectiva de entrar en contacto directamente con los visitantes, especialmente aquellos que ya han visitado el museo y se busca fidelizar (Rodríguez Eguizábal, 2004; Capriotti, 2010). Por último, se halla la promoción de ventas, que de acuerdo con Kotler & Kotler (2001), consiste en incentivos a corto plazo, como descuentos, bonificaciones, premios, cupones, etc. que buscan fomentar la compra de un producto o servicio, en este caso de entradas al museo o bien de productos de la tienda, por ejemplo. Son, en resumen, una invitación a la compra o el consumo a corto plazo.

Como se mencionó, existen estudios desde el año 2000 en adelante que han abordado la comunicación y la promoción de museos, así como las herramientas mencionadas. Sin embargo, son escasos los estudios que centran el análisis en la comunicación y promoción turística en el ámbito de los museos, y la mayor parte de los mismos se enfocan en la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), con fines de comunicación y promoción, concretamente las páginas webs y redes sociales (Caro, Luque, & Zayas, 2015; del Río Castro, 2011; Evans, Bohrer, Richards, & Onderwater, 2000; Puiggrós Román, Tort González, & Fondevila Gascón, 2017).

El estudio de Evans *et al.* (2000), constituye un incipiente análisis del uso de las TIC en empresas turísticas de Europa. Si bien de acuerdo con la definición de museo estos no se consideran empresas, a fines prácticos el estudio los incluye, y analiza, entre otros elementos,

la aplicación del e-mail, página web y reservas online de diversas empresas turísticas europeas y sus implicaciones a nivel de marketing, comunicaciones y promoción. Por su parte, del Río Castro (2011), estudia el uso de Facebook y Twitter por los 15 museos más visitados del mundo en ese momento, concluyendo que se limitan a un uso promocional y se desaprovecha un gran potencial a nivel de comunicación y participación del público. El estudio de Caro *et al.* (2015), no se centra exclusivamente en museos, ya que analiza el uso de las TIC en la interpretación y promoción de recursos turísticos culturales, dentro de las que se incluyen los museos. La investigación es más amplia que las anteriores ya que además del uso de redes sociales y páginas web, abarca sistemas de geolocalización, tecnologías 3D, de realidad virtual y aumentada, concluyendo que, si bien la utilización de estas tecnologías brinda grandes oportunidades a los recursos turísticos culturales a nivel de promoción e interpretación, es importante realizar estudios de costes antes de implementarlas y analizar cuáles son las que en cada caso pueden ser más útiles. Por último, el estudio de Puiggrós *et al.* (2017), en la misma línea que el anterior, analiza la incorporación de TIC online y offline (webs, redes sociales, apps móviles y diversos dispositivos) en los museos de Barcelona y cómo afectan el comportamiento del público. Concluyen que muchas webs no gestionan su usabilidad, desaprovechando en gran medida el potencial de esta herramienta, así como las redes sociales se utilizan casi exclusivamente para promoción, sin dar lugar a la participación del público. Recomiendan el desarrollo de aplicaciones móviles para la generación de contenidos, y de igual modo que la investigación anterior, hacen hincapié en la importancia de analizar la conveniencia de invertir en determinadas TIC en el contexto de un plan estratégico con determinados objetivos.

En resumen, se observa que en los últimos 19 años se han realizado estudios generales en temas de comunicación y promoción, así como de otras herramientas de marketing en el ámbito de los museos. Sin embargo, muy pocos se orientan a la comunicación y promoción turística en este contexto, y los que abordan estas temáticas, lo hacen en relación al uso de las nuevas TIC, su implementación y funcionalidad, dejando de lado otros medios que pueden permitir a los museos el acercamiento a los públicos turísticos.

4. Metodología

Con el fin de conocer el nivel de interés, desarrollo y madurez de la promoción turística y su importancia dentro de las tareas y estructura de los museos de la ciudad de Girona, se realizó, en primer lugar, una revisión bibliográfica para conocer el estado actual de la cuestión en el ámbito académico. La instancia de recogida de datos se realizó mediante entrevistas a los directores o responsables de públicos de los siete museos de la ciudad. Dado que el Museu d'Història dels Jueus y el Museu d'Història de Girona tienen una misma dirección, se realizó una única entrevista abarcando ambos equipamientos. La selección entre director y responsable de públicos se basó en conocer quién es dentro del museo el responsable de comunicación y promoción turística. A excepción del Museu d'Arqueologia, en todos los demás, este responsable es el mismo director del museo. Las entrevistas se realizaron durante la segunda quincena del mes de mayo de 2019 y su duración fue de entre 15 y 50 minutos, siendo en promedio de 27 minutos. Se aplicó una entrevista semi estructurada basada en veinte preguntas abiertas, a modo de conversación. Se decidió el uso de esta técnica ya que permite realizar una serie de preguntas predeterminadas pero a la vez brinda cierta libertad para modificar el orden de las mismas, así como realizar nuevas preguntas a medida que se desarrolla la entrevista, abrir nuevos temas y generar disparadores (Berg, 2001). La finalidad de las entrevistas realizadas fue conocer diversos aspectos en relación a la situación de la promoción turística en los museos de Girona.

Las entrevistas realizadas se contrastaron y complementaron con información de las memorias de los museos, del Ayuntamiento de la ciudad y del Patronat de Turisme de la región, así como de sus páginas web y redes sociales. También se realizó un benchmarking con la estrategia del Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid, museo que presenta una buena orientación en sus acciones de promoción turística. El fin de esta técnica fue poder tener un marco de referencia con el que discutir los resultados obtenidos, sin llegar a realizar comparaciones que no serían adecuadas dada la diferencia en dimensiones, estructura y presupuesto entre este museo y los de Girona.

Se aplicó para la recogida y el análisis de datos una metodología cualitativa para alcanzar el objetivo de conocer el nivel de interés, desarrollo y madurez de los museos respecto de la promoción turística, así como las causas, las problemáticas y necesidades, elementos que sólo se pueden abordar desde una metodología y análisis cualitativos (Berg, 2001). Una vez realizadas las entrevistas se procedió a una codificación abierta a partir de la cual se identificaron seis categorías de análisis, que se presentan en la sección de resultados. Dichas categorías son: el panorama general de la promoción turística de los museos de Girona, la promoción turística colaborativa y la propia de cada museo, los medios utilizados para llevar a cabo la promoción turística, la relación entre promoción turística y públicos, las problemáticas y necesidades que detectan en este sentido y por último los referentes que el museo tiene en esta temática (benchmarking) y cómo sería una promoción turística ideal según la visión de cada director o responsable.

5. Resultados

5.1. Panorama general de la promoción turística en los museos de Girona

En primera instancia, se indagó sobre aspectos generales de la promoción turística en los museos de la ciudad. Así, se obtuvo que ninguno de los museos contempla dentro de su organigrama un área o persona que se dedique en forma específica a la promoción turística. Se dan tres situaciones: en la mayor parte de los casos, hay una o más personas que, entre otras tareas, generalmente de comunicación, llevan las actividades relacionadas a la promoción turística; en un caso, el del Museu d'Art, la promoción turística se externaliza a una empresa especializada en comunicación y promoción y en un tercer caso, el del Museu del Cinema, el mismo director del museo se ocupa de estas tareas. Algunos entrevistados han indicado que el personal que se ocupa de las tareas de comunicación y promoción no está especializado en el tema, lo cual se puede identificar como una limitación.

Ninguno de estos museos cuenta con una planificación específica en lo que refiere a la comunicación y promoción turística, si bien en algunos casos incluyen estas actividades en el plan estratégico

o en el plan de comunicación general del museo, mientras que otros no planifican al respecto. En general, todos trabajan la comunicación y la promoción de una u otra manera, pero en la mayoría de los casos, más orientada al público local o de proximidad que al público turístico.

5.2. Promoción turística colaborativa y promoción turística propia

Otro tema abordado fueron las acciones de promoción turística que se realizan en colaboración con otros museos o instituciones y las acciones que cada museo realiza por su propia cuenta.

Se obtuvo que todos los museos analizados dependen en gran medida de la colaboración con otros museos e instituciones externas en temas de promoción turística y buscan promover y favorecer este tipo de alianzas. En líneas generales, los museos realizan escasas o nulas actividades asociadas a la promoción turística por cuenta propia, lo que atribuyen al presupuesto limitado con el que cuentan, la falta de personal y la escasez de tiempo para dedicarse a estas tareas. Acciones en temporada de verano, como las visitas nocturnas o actividades familiares son habituales entre los museos a nivel individual y conllevan acciones promocionales que se orientan tanto al público local como al turístico. El Museu-Tresor de la Catedral, por su parte, ha podido realizar una campaña en el metro de Barcelona, así como ceder espacios para cortometrajes y largometrajes como forma de promoción indirecta. Otros museos, como el Museu d'Art y el Museu del Cinema, realizan ocasionalmente campañas de banderolas y manteles de papel por cuenta propia en la ciudad para promocionar las exposiciones temporales.

A nivel de redes de museos, los entrevistados dan gran valor a las campañas realizadas por Gironamuseus, como una campaña de manteles de papel que se realiza en temporada estival en los restaurantes del casco histórico y una campaña de banderolas que se colocan en los accesos de la ciudad en la misma temporada. Valoran que el impacto de estas campañas es positivo relacionando costo con cantidad de visitantes, dado que contribuyen a que el turista decida en destino la visita a los museos. De la misma manera, existe un ticket conjunto de Gironamuseus (Ticket M6) que permite, luego de abonar la entrada completa a cualquiera de los museos (excepto el Museu-Tresor

de la Catedral que no forma parte de la red), obtener un 50% de descuento en los restantes. Esto permite, a partir de cualquiera de los museos, dar visibilidad a los restantes que integran la red y estimular la visita a partir del descuento ofrecido. En el caso del Museu d'Art y el Museu-Tresor de la Catedral, destaca otro ticket conjunto (Episcopal), que agrupa estos dos sitios con la Basílica de Sant Feliu en un único ticket, y de cuya promoción a nivel local y turístico se hace cargo el Museu d'Art. Algunos museos forman parte, además, de redes específicas de su temática que también realizan algunas acciones de promoción turística que favorecen a los museos, aunque la mayor parte de los entrevistados en sus respuestas dieron menos importancia a estas redes que a las redes locales y territoriales.

Con respecto a las instituciones externas que colaboran con los museos en temas de promoción turística, todos ellos han mencionado el Ayuntamiento de la ciudad, tanto desde el Departamento de Cultura como desde la Oficina de Turismo, así como el Patronat de Turisme a través del Club Cultura. En algunos casos mencionaron también la Agència Catalana de Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya como institución que colabora en las acciones de promoción turística. Destacan que estas instituciones tienen un amplio alcance, en el sentido de llegar a mayor cantidad y diversidad de públicos, por lo que se valoran las acciones que con ellas se realizan. En este punto es importante contrastar y profundizar estas respuestas con información de las memorias del Ayuntamiento y del Patronat de Turisme Costa Brava Girona. El Ayuntamiento de la ciudad, en su Área de Promoción Económica, Desarrollo Local y Turismo, durante el año 2017 ha realizado acciones implicando a los museos, como una actividad animando a Instagramers a descubrir los museos de la ciudad, denominada “Your hidden museums”, diversas visitas guiadas, press y fam trips y presencia como destino en ferias, workshops y presentaciones a nivel regional e internacional. En muchas de estas acciones el Ayuntamiento colabora con el Patronat de Turisme mediante el Club Cultura, del cual también forman parte los museos de la ciudad por cuenta propia o mediante la red regional de museos. El Patronat de Turisme por su parte, es el organismo de promoción turística de la Diputación, cuya acción se organiza en distintos Clubes de Marketing. El que concierne a los museos es el Club Cultura e Identidad, mediante el cual se realizan actividades diversas destinadas

a la comunicación y promoción turística. Según las memorias del año 2018, se realizaron las siguientes acciones con relación a los museos de la ciudad: Instagram temático “Jornadas Europeas de la Cultura Judía”, orientado específicamente al Museu d’Història dels Jueus, fam trips para agentes de viajes, blog y press trips internacionales, networkings para los miembros del Club, workshops con agencias de viajes receptoras, publicación de folletos, presentación de la red de museos regional en una importante ciudad cercana y una nueva edición de un festival cultural en el marco del Año del Turismo Cultural con el objetivo de ofrecer experiencias culturales diferentes. Esta información permite resaltar la importancia que tiene para los museos la colaboración con estas dos instituciones en tema de promoción turística, dado que son acciones que los museos por cuenta propio difícilmente podrían costear.

Todos los entrevistados reconocen que la colaboración y la formación de alianzas con otras instituciones y con otros museos es fundamental en temas de promoción turística, y en la mayor parte de los casos existe una dependencia de la promoción que se realiza en forma conjunta, ya que indican que no cuentan con los recursos económicos ni humanos necesarios para ocuparse de la promoción turística por cuenta propia. En todos los museos esta colaboración se valora positivamente, si bien en algunos casos han indicado que sería deseable generar aún más acciones o que quisieran contar con recursos suficientes para poder participar más activamente de acciones que realizan las mencionadas instituciones, como la participación en ferias en el exterior. Sólo en el caso del Museu-Tresor de la Catedral se mencionó que en ocasiones es muy difícil lograr acuerdos de colaboración con ciertas instituciones por diferencias de políticas, si bien se expresó el deseo de poder trabajar en forma colaborativa.

5.3. Medios para la promoción turística

Se indagó también respecto de los medios más frecuentemente utilizados para la promoción turística y se obtuvo que en gran medida depende de si las acciones son en colaboración o las realiza el propio museo. Según las entrevistas y las memorias de los museos, las acciones realizadas por cuenta propia implican el uso de redes sociales,

Internet y folletería que se reparte en oficinas de turismo, hoteles y campings de la región y en casos puntuales como el Museu-Tresor de la Catedral, acciones de presencia en una importante ciudad cercana con el fin de captar público turístico. Por otra parte, las promociones realizadas por las redes de museos se centran en campañas en destino (Girona) como manteles, banderolas, videos promocionales, folletos y actividades conjuntas como el Día Internacional y la Noche de los Museos, talleres de Navidad y el folleto-ticket conjunto M6. La mayor parte de las acciones de promoción turística realizadas en destino se llevan a cabo durante la temporada estival, momento en que hay mayor afluencia turística en la ciudad, por tanto, mayor posibilidad de captar este tipo de público. Sin embargo, una cuestión que mencionan algunos museos es la estacionalidad, fenómeno que los excede ya que ocurre a nivel de destino e impacta en los museos, dado que, durante los meses de invierno, la afluencia turística disminuye en gran medida.

Por otro lado, las acciones de promoción turística realizadas en colaboración con instituciones externas incluyen acciones en origen como presencia en ferias turísticas, campañas de difusión y press trips tanto de periodistas como de bloggers e influencers que pueden actuar como prescriptores tanto del destino como de sus museos y son vistas por los museos como de un alcance más amplio, dado que llegan más fácilmente a los potenciales turistas en su ciudad de origen. Se mencionó también como medio de promoción las revistas, agenda online y newsletter del Área de Cultura, dependiente del Ayuntamiento. Sin embargo, cabe aclarar que estos medios, si bien pueden llegar al turista, tienen mayor alcance entre el público local, por lo que no podrían considerarse puramente medios de promoción turística.

5.4. Promoción turística y públicos

Un tema que surgió durante las entrevistas fue el de los públicos en relación a la promoción turística. En general, la mayor parte de los museos están orientados a atraer al público local o de proximidad, lo que se explica por una serie de razones: es el público que tiene mayor interés en conocer y participar de las actividades de los museos locales, por cercanía es el público más accesible y, en consecuencia, el más fidelizable. Además, al ser casi todos los museos

dependientes del Ayuntamiento, existe la convicción de que se debe por ello dar prioridad al público local que con sus impuestos contribuye a mantener el museo y además, se entiende en algunos casos que el público fiel puede actuar como prescriptor del museo. Además, a causa del presupuesto limitado que manejan los museos, es más económico centrar los esfuerzos de comunicación y promoción a nivel local que a nivel turístico y se observan resultados favorables en términos de visitantes con mayor rapidez.

En otro sentido, es importante destacar que todos los museos realizan estudios de públicos de una u otra manera, algunos en forma mensual, otros en forma semestral o anual, en los que se recaban datos generales como la procedencia, el medio por el que conoció el museo, la satisfacción con la visita, entre otros. Estos datos se destinan principalmente a otras instituciones que recolectan y publican datos de públicos y la mayor parte de los museos realiza un análisis de los mismos, aunque en general reconocen la dificultad de aplicar estos datos a una estrategia de promoción turística, nuevamente por temas de costos y personal.

Se preguntó además si cuentan con una base de datos de visitantes, especialmente de correos electrónicos que permita hacer campañas de mailing como forma de promoción. A causa de la Ley de Protección de Datos, indican que es muy difícil recabar estos datos y la autorización para enviar correos, por lo que en general son pequeñas bases, mayormente de personas locales que se suscriben para recibir las novedades del museo. En algunos casos, indican que dependen de bases de datos externas, en general del Ayuntamiento, para hacer llegar la información del museo. Es decir que esta es otra herramienta difícil de gestionar en relación al público turístico.

5.5. Problemáticas y necesidades

En líneas generales, todos los museos analizados reconocen las mismas tres grandes problemáticas con respecto a la promoción turística: el limitado presupuesto, el poco personal con el que cuentan y la falta de tiempo para dedicarse a esto, lo que es en parte consecuencia de la anterior problemática. Sumadas estas problemáticas, dan como resultado que se prioricen otras actividades más básicas para el funcionamiento del museo, centrándose en

aspectos como mejorar los contenidos y la calidad de los servicios que se brindan, dado que para realizar acciones de promoción turística deberían restar tiempo y presupuesto de estos aspectos considerados como básicos o de mayor importancia. Como mencionó uno de los entrevistados, la promoción turística se realiza “por impulso, por oportunidad y un poco por intuición” dada la falta de recursos, lo que resulta en una promoción turística imaginativa e intuitiva pero no siempre suficiente o con la mayor efectividad.

Es significativo mencionar que la promoción turística es considerada por los entrevistados como cara, compleja debido a la heterogeneidad del público turístico y cuyos resultados son de difícil evaluación, además de difícil de gestionar, viéndola en algunos casos como poco efectiva en relación al elevado costo que supone. Todos consideran que las acciones de promoción turística deben planificarse, pero comprenden lo vano de planificar acciones que luego por las dificultades mencionadas no se podrán llevar a cabo.

Se mencionó además una problemática que es externa a los museos, respecto de la señalización turística de la ciudad. Han mencionado en algunos casos que los museos quedan “invisibilizados” ya que para el turista que llega en coche, autobús o tren e incluso en avión, no hay señalización adecuada que le indique clara y visiblemente que hay museos en la ciudad y dónde se ubican. Necesariamente deben recurrir a la oficina de turismo o a guías turísticas para localizar los museos por lo que en este sentido surge un pedido al Ayuntamiento de mejorar este aspecto. De acuerdo con lo indicado por algunos de los directores, esto ya se ha elevado al Ayuntamiento e incluso se ha presentado una propuesta, pero hasta el momento esta problemática continúa existiendo. Una última problemática que se menciona en algunos casos es la necesidad de renovar las páginas web, así como de incorporar idiomas tanto en la página web como en las redes sociales propias del museo. Se considera que como mínimo las páginas web deben encontrarse en cuatro idiomas, lo cual en la mayor parte de los museos se cumple, aunque no en todos y aquí se reconoce como una problemática a resolver. Además de lo dicho por los entrevistados, se accedió a las redes sociales de todos los museos, a partir de lo cual se observó que allí todos los museos realizan publicaciones casi exclusivamente con un fin informativo, desaprovechando la principal característica de estos

medios que es la interacción con los usuarios. Se observó, además, que utilizan exclusivamente el idioma del lugar en las publicaciones. Esto sucede principalmente porque se considera que las redes sociales se orientan a un público local o de proximidad y se utilizan exclusivamente para informar a este público de las actividades que se ofrecen.

A causa de las problemáticas mencionadas, surge una serie de necesidades en relación a la promoción turística: ampliar el presupuesto y la plantilla de personal son las necesidades más importantes, pero claramente, las más complicadas de resolver. Se menciona como necesidad también la de generar mayor presencia en origen, es decir, en los destinos emisores de turismo a Girona para contribuir a posicionar los museos a nivel turístico, para lo cual dependen de instituciones como el Patronat de Turisme, por lo que se observa la importancia de fomentar y mantener las alianzas y la colaboración. Por último, se destaca la necesidad de mejorar la presencia y las campañas por Internet, tanto por cuenta propia de cada museo como en colaboración con otros museos e instituciones.

5.6. Benchmarking y promoción turística ideal

Al consultarse si en cuestiones de promoción turística toman como referencia otros proyectos o museos que consideren que tengan buenas prácticas en este sentido, en general los entrevistados indican que sí observan las acciones de otros museos, pero se muestran muy cautelosos y realistas en el sentido de saber qué acciones pueden adoptar en función de las posibilidades del museo. Ninguno tiene un museo referente específico, sino que observan diferentes proyectos y acciones y observan tanto acciones que se pueden aplicar como cuestiones que tienen claro que quieren evitar.

La última pregunta fue cómo se imaginan la promoción ideal del museo en una situación con todos los recursos y condiciones necesarios para ello. Frente a esta pregunta surgieron numerosas ideas diferentes, museos como la Casa Masó y el Museu-Tresor de la Catedral se mostraron cautelosos en no arriesgarse a sobrepasar la capacidad de carga de los edificios por lo que pensarían una promoción turística enfocada por temporadas y por públicos de interés, segmentos más bien especializados que en parte podrían captarse en ciudades

cercanas mediante exposiciones o promociones en el metro y dando a conocer la temática y la actividad que el museo realiza, mostrándose abiertos a estrategias de promoción con cierta innovación, buscando modernizar y visibilizar el patrimonio que gestionan. Uno de los entrevistados también pensó en hacer visible el museo en la región mediante medios más tradicionales como campañas de vallas y banderolas a nivel local y medios de comunicación como radio y televisión, así como también reforzar la presencia en Internet con algún tipo de campaña para el público extranjero. Otro entrevistado pensó en reforzar la presencia en origen con ferias y campañas, tanto en los mercados emisores actuales como potenciales, continuar con las campañas actuales en destino, organizar fam trips para tour operadores y guías y formar a los visitantes habituales del museo para convertirlos en prescriptores y que puedan actuar de guías para sus amigos y familiares que visiten la ciudad. En uno de los casos se considera fundamental comenzar por una adecuada planificación, externalizada para luego avanzar en acciones en la medida de las posibilidades del museo y siempre con un sentido. Esto coincide con la visión de un sexto entrevistado, que consideró fundamental partir de la base de un buen plan de comunicación, además de generar una red de contactos y alianzas más amplia, especialmente con medios de comunicación que puedan dar a conocer el museo.

Vemos a partir de estos resultados, que en general los directores tienen una idea bastante clara de lo que harían en cuanto a promoción turística en caso de disponer de los recursos necesarios, buscando salir de la ciudad para captar público fuera, y se dan cuenta de la importancia de una adecuada planificación para poder implementar una buena estrategia de comunicación y promoción turística.

6. Discusión

En base al tema del presente estudio, la revisión bibliográfica realizada muestra que, si bien se han realizado diversos estudios turísticos en relación a los diferentes museos de esta ciudad, la mayor parte de ellos desde la Universidad de la ciudad, muy pocos abordan la promoción turística. Además, fuera del ámbito de Girona, también son escasos los estudios en los últimos años que abordan dicha temática

enfocada en museos. El aporte de este trabajo es, a nivel académico, abordar este tema de creciente importancia desde un estudio de caso. Desde un punto de vista práctico, el aporte es brindar un panorama de la situación actual y de las problemáticas a las que se enfrentan los museos de la ciudad al trabajar la comunicación y promoción turística, y ofrecer algunas propuestas que puedan allanar el camino en esta área.

Para alcanzar el objetivo del trabajo, se realizaron entrevistas a los directores o responsables de públicos de cada museo, en las cuales se abordaron seis temas principales. Los resultados obtenidos se contrastaron con la información presentada en las memorias de los museos, del Ayuntamiento y del Patronat de Turisme para plantear un panorama lo más completo posible. Según estos datos, se advierte que todos los museos de la ciudad se encuentran en una situación similar con respecto a la promoción turística, enfrentando cierta dificultad para generar acciones de promoción turística, especialmente por su propia cuenta. Se da una dependencia de las acciones que se realizan en forma conjunta por las redes de museos, o bien que llevan a cabo instituciones externas a los museos y que tienen un gran valor para los museos, ya que, en algunos casos, es la única promoción turística que se realiza. Al ser escasas las acciones de promoción turística que los museos realizan por cuenta propia, tampoco existe una planificación adecuada al respecto. En la mayor parte de los casos se va actuando de acuerdo a las necesidades del momento y por intuición, y por ello, en algunos casos la planificación se ve como una de las necesidades de los museos en relación a esta temática. Estas situaciones se atribuyen a las limitaciones de presupuesto y a la escasez de personal, lo cual genera que tampoco se disponga de tiempo suficiente para dedicar a estas tareas. La promoción turística es vista por los directores y responsables no sólo como una actividad cara, sino también difícil de evaluar, ya que es complicado medir el impacto en cuanto a cantidad de visitantes que genera determinada acción. En líneas generales, se puede decir que en algunos casos no se alcanza a dimensionar la importancia que la promoción turística puede tener y quienes sí reconocen su importancia, la afrontan como un área difícil de gestionar. Esto también tiene relación con lo mencionado en algunas de las entrevistas, acerca de que el personal que se encarga de la promoción general y turística no está especializado ni en comunicación

ni en turismo, lo cual dificulta esta tarea. En relación con lo abordado en la revisión bibliográfica, se puede decir que la promoción turística forma parte de una de las funciones contempladas en las definiciones de museo, que es la apertura al público y su participación, entendiendo que esta función es igual de importante que las demás, lo que justifica y permite comprender la importancia de abordar esta área a pesar de las dificultades que implica.

Respecto de los medios utilizados para la promoción turística, varían de acuerdo con el museo, la red o la institución que lo aplica. Se realizan campañas de banderolas, de manteles en restaurantes, distribución de folletos por cuenta propia y presencia en ferias, fam trips, blog trips y press trips por medio de instituciones externas. En la revisión bibliográfica se pudo observar que gran parte de los estudios sobre promoción turística y museos del último tiempo se centran en el uso de TICs, lo que demuestra la importancia que estas herramientas han ido adquiriendo en este ámbito. A pesar de ello, el uso de tecnologías no se refleja del todo en los museos de la ciudad, especialmente en el campo de la promoción turística. En este sentido, se observa que se subestima el potencial de Internet, la web y las redes sociales en relación a la promoción turística, ya que, aunque todos los museos entienden su importancia creciente, particularmente en el caso de las redes sociales, se utilizan sólo para llegar al público local y de proximidad, que es el público prioritario en la actualidad para los museos. Incluso la Casa Masó no cuenta con redes sociales propias, sino que depende de las redes del Área de Cultura. Con las páginas web también hay algunas problemáticas, dado que en algunos casos requieren ser actualizadas y en otros, traducidas a otros idiomas, ya que, para muchos turistas, es la fuente principal de información a la hora de organizar el viaje o decidir los sitios a visitar.

Se abordó también el benchmarking, es decir que se preguntó si observaban las acciones de promoción turística de otros museos que consideraran buenas o mejores. En este sentido, ningún museo tiene un claro referente, sino que miran ideas que les parecen interesantes y aplicables de diferentes museos o proyectos. Aunque en casi todos los casos afirmaron que tienen más claros ejemplos de lo que no les parece bien o no quieren ser o hacer en este ámbito.

Con la intención de complementar el estudio realizado, se realizó un breve benchmarking con el Museo Thyssen-Bornemisza de

Madrid, cuya estrategia de promoción turística se encuentra, en líneas generales, bien orientada, especialmente en relación al uso de redes y tecnologías. Cabe aclarar que se entiende que es un Museo Nacional, por tanto, las dimensiones, el presupuesto y la estructura son mucho mayores que las de los museos de Girona, que son museos locales; por tanto, no se pretende comparar unos con otro, pero sí evaluar los resultados a la luz del caso de un museo con promoción turística bien dirigida. A nivel digital, este museo está desarrollando desde el año 2015 una estrategia para el uso de herramientas digitales para la comercialización, enfocada en la difusión y atracción, la conversión, el conocimiento, el marketing y la publicidad. Busca elaborar y publicar contenidos y servicios atractivos y de calidad que permitan difundir la colección, las exposiciones y las actividades. En este sentido, cuentan con dos webs accesibles, así como la tienda online, adaptadas a diversos dispositivos, además de una importante presencia en las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram (museo y tienda por separado), Pinterest, YouTube y Vimeo. Además, tiene la posibilidad de participar anualmente en ferias, congresos y workshops turísticos y de negocios tanto en España como en el extranjero. Para ello trabajan colaborativamente con otras instituciones, si bien realizan acciones en forma individual. Dan gran importancia a la relación con agencias de viajes que incluyen el museo en los paquetes que ofrecen, organizando fam trips y press trips, destinando un mailing a los profesionales del turismo y prensa, y ofreciendo un portal dentro de su web destinado específicamente a profesionales del turismo, en el cual pueden acceder a información y material promocional del museo y sus actividades. Cuentan además con un departamento de promoción turística y tienen un plan de actuación de promoción y marketing en el que basan su estrategia.

Este breve repaso por la estrategia de comunicación y promoción turística del Museo Thyssen-Bornemisza permite visualizar acciones que realiza un museo con gran afluencia turística. Como se puede ver, tiene gran importancia la colaboración con instituciones externas, al igual que sucede en los museos de Girona, lo que indica que en este sentido hay una buena orientación. Los fam trips y press trips fueron mencionados en las entrevistas como uno de los aspectos más valorados de la colaboración con el Patronat de Turisme, lo cual indica que son acciones que tienen un buen impacto en dar a conocer los

museos fuera de la ciudad, por lo que son acciones que deben estimularse, teniendo en cuenta que fueron también mencionados como parte de la “promoción turística ideal” de algunos museos. Puede decirse en este punto que las grandes necesidades de los museos de Girona son contar con una mayor planificación de la estrategia de comunicación y promoción turística y dedicar mayores esfuerzos a las páginas web y redes sociales, equilibrando en estas últimas lo que se dirige a un público de proximidad y lo que se dirige a un público turístico. Podría pensarse como estrategia a futuro, además, establecer una comunicación fluida con profesionales del turismo, como guías y agentes de viajes, que pueden contribuir en gran medida en acercar el público turístico al museo.

7. Conclusiones y recomendaciones

El trabajo realizado ha abordado el nivel de interés, desarrollo y madurez de los museos de Girona con relación a la promoción turística, área que, según lo que han arrojado los resultados del análisis realizado, no es prioritaria en este momento para dichos museos. En la mayor parte de ellos existe un interés por esta temática, comprendiendo en parte la importancia de comunicar y darse a conocer entre el público turístico. Sin embargo, no han logrado al momento alcanzar un gran desarrollo en esta área y aún queda un largo camino para recorrer para alcanzar la madurez. Esto se puede atribuir a las características y estructura de los museos, que son locales y por tanto disponen de un presupuesto limitado que en general no contempla una partida para promoción turística, así como de una estructura de personal reducida y en casos poco especializada en temas de comunicación turística, que tampoco deja tiempo suficiente para ocuparse de tareas que no sean las básicas de funcionamiento del museo. Esto se suma a que la promoción turística se considera cara y difícil de medir, por lo que en ciertos casos se opta por no dedicarle grandes esfuerzos. Todo esto en conjunto ha llevado a que los museos prioricen dentro de sus actividades de promoción al público local y de proximidad, más fácil de captar y fidelizar, y que la promoción turística se realice casi exclusivamente mediante las redes de museos y otras instituciones como el Ayuntamiento y el Patronat de Turisme. Este último es el que permite un mayor contacto de los museos con el

público turístico en origen, ya que facilita la participación en ferias, fam trips, press trips y visitas de bloggers, influencers e instagramers. Sin embargo, se expresa en las entrevistas una necesidad de aumentar la participación en estas actividades, así como de mejorar la calidad, la cantidad y la frecuencia de las acciones de promoción turística, lo cual demuestra el interés de los museos por esta temática, pero se contraponen a las problemáticas planteadas anteriormente. Se observa así una situación de poca independencia en la realización de acciones de promoción turística, escasa o nula planificación en este tema y recursos limitados como para mejorar esta situación.

A pesar de que este panorama puede parecer pesimista, existe una ventana de oportunidad a través del uso de Internet, principalmente las redes sociales y las páginas web. Se sabe por diversos estudios que Internet es un medio de creciente importancia para la promoción y la actividad turística en general (Cardona Gómez & Feliu Torruella, 2013; Caro et al., 2015; Cordon Benito & González González, 2016; Donaire, 2008; Puiggrós Román et al., 2017; Xiang, Wang, O’Leary, & Fesenmaier, 2015), por lo que una recomendación es que cada museo por su cuenta, así como la red local Gironamuseus, puedan dedicar mayores esfuerzos tanto a mejorar las páginas web como las redes sociales. Las páginas web, además de brindar la información útil para el turista, deberían estar traducidas como mínimo a cuatro idiomas, si bien pueden considerarse otros idiomas. Podrían ofrecer, además, la posibilidad de comprar las entradas online. No porque la cantidad de demanda lo requiera, pero sí para facilitar la decisión al turista al momento de organizar su viaje y que no necesariamente tenga que tomar la decisión en destino, donde posiblemente se centre en otros nodos y termine decidiendo no ir al museo. Por el contrario, si el turista viaja a Girona con las entradas, el folleto de M6 o del conjunto Episcopal en mano, será segura su visita. Además, sería interesante para estimular esta compra, poder generar contenidos previos a la visita, como la posibilidad de una visita virtual. El Museu d’Art y el Museu del Cinema ya han avanzado en esta dirección, y es un recurso útil para atraer la atención del turista, que obtiene una idea previa de lo que allí podrá encontrar.

Respecto de las redes sociales, constituyen otro recurso digital que en el caso de los museos podría aprovecharse con fines de promoción turística. Como se mencionó, en la actualidad, los museos

utilizan las redes sociales exclusivamente como medio para llegar a un público local, comunicando las actividades del museo, compartiendo elementos de sus colecciones, etc. Esto se refleja principalmente en el uso del idioma nacional como único idioma en las publicaciones, lo cual es fundamental para la comunicación con el público de proximidad. Sin embargo, sería útil abrir estas redes a un público turístico, por un lado, ofreciendo publicaciones en diferentes idiomas y, por otro lado, generando contenido que interese tanto al público local como al turístico. Por otra parte, un elemento básico de las redes sociales es que permiten la interacción, un ida y vuelta con el usuario o visitantes en este caso. Observando las redes sociales de los museos de la ciudad, se ve que en general esta interacción es escasa ya que las publicaciones son sólo informativas. Escasas publicaciones tienen comentarios y sólo algunas se comparten. Es importante para los museos generar esta interacción, estimulando a los seguidores a compartir las publicaciones en sus propias redes, sus experiencias en la visita o actividades, generar hashtags o etiquetas que se asocien al museo, lo cual aumentaría la visibilidad en redes y en última instancia repercutiría en el interés por visitar el museo, tanto por residentes como por turistas, teniendo en cuenta además que las redes sociales son un medio fundamental para atraer público joven. Es importante aclarar que no se trata de descuidar al público local, ya que, como se mencionó antes, este es el público que en última instancia será fiel al museo, sin embargo, debe conseguirse un equilibrio en la promoción destinada a ambos públicos.

Por último, en algunas entrevistas se mencionó como dificultad que el personal que tiene entre sus tareas la comunicación y promoción turística no se encuentra especializado en la temática. Es por ello que, aprovechando el marco de la red local de museos y en colaboración con la Universidad de la ciudad u otras instituciones, sería de interés organizar cursos de formación o actualización en temas de comunicación y promoción, tanto a nivel general como turístico específicamente. Esto permitiría a los museos tener al menos a una persona con formación específica en el tema, lo cual daría una mayor ventaja a la hora de pensar acciones conjuntas o por cuenta propia.

En base a todo lo expuesto, sólo resta insistir en la importancia que tiene para los museos tomar dimensión de las posibilidades que

ofrece la promoción turística como medio para dar a conocer el museo fuera de los límites de la ciudad y sus alrededores, mostrar el potencial que poseen y que el turista muy posiblemente desconoce, establecer relaciones sólidas con el público turístico y para abrir al mundo colecciones, patrimonio e historias muy particulares y en algunos casos, únicas.

8. Limitaciones y futuras líneas de investigación

La principal limitación de la presente investigación es que se centra en un caso de estudio específico. Esto no permite realizar generalizaciones de ningún tipo, por lo que los resultados y las recomendaciones que se presentan son únicamente aplicables a este contexto particular. Además, por una limitación temporal, la investigación se centró en una única técnica de recogida de datos, que se complementó con datos de memorias, páginas web y redes sociales. Sería deseable a futuro ampliar esta investigación, abarcando museos de diferentes lugares y dimensiones, y aplicando una triangulación de técnicas, de modo de profundizar más en la temática. Sería de interés ahondar en la técnica de benchmarking para realizar comparaciones entre museos similares y observar si la situación y las problemáticas aquí detectadas son comunes o si se observa otro tipo de panoramas y obstáculos. Otra posible línea futura de investigación es el estudio de la formación del personal de museos en temas de comunicación y turismo, analizando si las personas que se ocupan de este tema tienen formación específica en una o en ambas temáticas, qué formación brinda el museo o instituciones externas y estudiar las posibilidades reales que existen de que entre los puestos de responsabilidad de estas instituciones se incluya personal con conocimientos turísticos. Finalmente, sería importante avanzar en investigaciones que permitan conocer los motivos por los que en ciudades y regiones de gran afluencia turística y que promueven el turismo cultural, muchos museos no logran captar la cantidad de público turístico que podría esperarse.

Bibliografia

Ajuntament de Girona – Àrea de Cultura (2018). *Memòria 2017*. http://www.girona.cat/transparencia/docs/memories/memoria_cultura_2017.pdf.

Ajuntament de Girona - Àrea de Promociò Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme. (2018). *Memòria 2017*. http://www.girona.cat/transparencia/docs/memories/memoria_promocio_2017.pdf.

Alcalde Gurt, G. (2002). L'ús turístic dels museus. *Revista de Girona*, 212 (Maig-Juny), 75–77.

Alcalde Gurt, G. (2008). El uso de los museos y la visita turística a la ciudad de Girona. Un análisis a partir del tique M5 del Gironamuseus. *Estudios Turísticos*, 177, 77–90. Recuperado de <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/10773/UsosMuseos.pdf?sequence=1>

Alvarado Vanegas, B. A. (2018). La tecnología al servicio del Patrimonio: Una aproximación a la aplicación de la inteligencia en los museos. *Universitat de Girona*.

Aulet, S., Galí, N., Majó, J., Vidal, D. (2002). El arte y el turismo cultural: nuevos retos. El Museo Thyssen-Bornemisza y Madrid. En “IV Congreso Universidad y Empresa. La diversificación y la desestacionalización del sector turístico”, 2001, Benicassim. València: Tirant lo Blanch.

Berg, B. L. (2001). *Qualitative research methods for the social sciences*. (4ta edición). Needham Heights: Allyn & Bacon. <https://doi.org/10.1017/S193143610000095X>

Camarero, C., & Garrido, M. J. (2012). Fostering innovation in cultural contexts: market orientation, service orientation, and innovations in museums. *Journal of Service Research*, 15(1), 39–58. <https://doi.org/10.1177/1094670511419648>

Camprubí Subirana, R. (2009). La formació de la imatge turística induïda: el paper de les xarxes relacionals. Universitat de Girona.

Camprubí Subirana, R. (2015). Análisis de la gestión turística de los museos: el caso de Girona. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 11, 121–146.

Capriotti, P. (2010). Museums' communication in small- and medium-sized cities. *Corporate Communications: An International Journal*, 15(3), 281–298. <https://doi.org/10.1108/13563281011068131>

Capriotti, P. (2013). Managing Strategic Communication in Museums. The case of Catalan museums. *Communication & Society*, 26(3), 98–116. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84879586486&partnerID=tZ0tx3y1>

Cardona Gómez, G., & Feliu Torruella, M. (2013). Redes sociales y museos. Cambios en la interacción cultural. *Heritage & Museography*, V(2), 83–91.

Caro, J. L., Luque, A., & Zayas, B. (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 931–945.

Catedral de Girona. (2018). Memòria 2017. Retrieved from http://www.bisbatgirona.cat/pdf/doc_actualitat167.pdf

Cordón Benito, D., & González González, D. (2016). Museos y comunicación: los nuevos medios como herramienta de diálogo y sociabilidad de la institución. El uso de Twitter por el museo del Prado, museo Thyssen-Bornemisza y museo Reina Sofía. *Journal of Communication*, 12, 149–165. Retrieved from <https://doi.org/10.14201/fjc201612149165>

Crous Costa, N. (2010). La gestió turística en els museus: el cas del Museu d'Art de Girona. Universitat de Girona.

Crous-Costa, N., & Vidal-Casellas, D. (2014). Análisis del papel de un Museo Nacional dentro de una destinación de turismo urbano: el caso del Museo Nacional de Arte de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 4, 4–21. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.413526dde50a430f806879e964ea75c9&lang=es&site=eds-live>

del Río Castro, J. N. (2011). Museos y redes sociales, más allá de la promoción. *Redmarka UIMA*, IV(7), 111–123. Recuperado de <http://www.redmarka.org/%5Cnhttps://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4126657.pdf>

Donaire, J. A. (2002). Girona, una ciutat amb turistes. *Revista de Girona*, 212 (Maig-Juny), 70–74. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/revistagirona/article/viewFile/94255/141838>

Donaire, J. A. (2008). *Turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.

Espacio Visual Europa (6 de marzo de 2014). *Museos y Marketing*. Recuperado de <https://evemuseografia.com/2014/03/06/museos-y-marketing/>

Espacio Visual Europa (13 de abril de 2016). *Marketing del Turismo Cultural*. Recuperado de <https://evemuseografia.com/2016/04/13/marketing-del-turismo-cultural/>

Espacio Visual Europa (3 de abril de 2017). *¿Qué es museo y qué no?* Recuperado de <https://evemuseografia.com/2017/04/03/que-es-museo-y-que-no/>

Evans, G., Bohrer, J., Richards, G., & Onderwater, L. (2000). ICT Development and Small Tourism Enterprises in Europe. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality*, 11(1), 22–40.

Fernández Arenas, J. (1996). Origen del museo. En *Introducción a la conservación del patrimonio y técnicas artísticas* (pp. 123–126). Barcelona: Editorial Ariel, Historia del Arte.

Fernandez Núñez, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? *Butlletí LaRecerca*, Ficha 7, 1–13. <https://doi.org/ISSN: 1886-1946> / Depósito legal: B.20973-2006

Galí, N., Donaire, A., Martínez-García, E., & Mundet, L. (2015). Turistas entre monumentos. El comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona (2003 y 2013). *Revista Iberoamericana de Turismo*, Julio-Diciembre, 70–84. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.5>

Generalitat de Catalunya (s.d.). *Xarxa de Museus de les Comarques de Girona*. Recuperado de <http://patrimoni.gencat.cat/ca/xarxamuseusgirona>

Gilmore, A., & Rentschler, R. (2002). Changes in museum management: A custodial or marketing emphasis? *Journal of Management Development*, 21(10), 745–760. <https://doi.org/10.1108/02621710210448020>

Gürel, E., & Kavak, B. (2010). A conceptual model for public relations in museums. *European Journal of Marketing*, 44(1/2), 42–65. <https://doi.org/10.1108/03090561011008600>

ICOM. (2010). *Key Concepts of Museology*. (A. Desvallées & F. Mairesse, Eds.). Armand Colin.

ICOM. Estatutos, 2017 § (2017).

Instituto de Estadística de Catalunya (2019). *El municipio en cifras. Girona*. Recuperado de <https://www.idescat.cat/emex/?id=170792&lang=es>

Instituto Nacional de Estadística (2019). *Cifras de población y censos demográficos*. Recuperado de

http://www.ine.es/dyns/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735572981

Komarac, T., Ozretic-Dosen, D., & Skare, V. (2017). Understanding competition and service offer in museum marketing. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 30(2), 215–230. <https://doi.org/10.1108/arla-07-2015-0159>

Kotler, N. y Kotler, P. (2001). *Estrategias y marketing de museos*. Barcelona: Ariel.

Ley 17/1990, de 2 de noviembre, de Museos. BOE 282, páginas 34922 a 34926 (1990).

McNichol, T. (2005). Creative marketing strategies in small museums: up close and innovative, 247(November), 239–247. <https://doi.org/10.1002/nvsm.28>

Mora, C. S. (2014). ¿Museos del futuro? Comunicación, educación e interactividad. *International Journal of Educational Research and Innovation*, 2, 129–140.

Museo Thyssen-Bornemisza (2017). *Modelo de Gestión*. Recuperado de <https://www.museothyssen.org/sites/default/files/document/2018-07/Modelo de gestion.pdf>

Museo Thyssen-Bornemisza. *Plan Estratégico Museo Thyssen-Bornemisza 2013-2018: Resumen Ejecutivo*. Recuperado de <https://www.museothyssen.org/sites/default/files/document/2018-08/Plan estrategico acta 2013 18.pdf>

Museu d'Arqueologia de Catalunya. (2018). *Memòria 2017*.

Museu d'Art (2019). *Visitants 2018*.

Museu del Cinema. (2018). *Memòria Activitats 2017*. Recuperado de http://www.girona.cat/shared/admin/docs/m/e/memoria_2017.pdf

Oliveras Schwarz, M. (2012). Museus i turisme: la implicació dels museus de Girona amb el turisme. Recuperado de <http://dugi-doc.udg.edu//handle/10256/7308>

Patronat Call de Girona. (2018). Memòria 2017. Recuperado de <http://www.girona.cat/adminwebs/docs/m/e/memoria2017.pdf>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona (2018). *Newsletter. Boletín Enero 2018: Datos estadísticos de turismo 2017*. Recuperado de <https://newsletter.costabrava.org/es/noticia/datos-estadisticos-de-turismo-2017/>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona (2019). *Memòria 2018*. Recuperado de <https://trade.costabrava.org/publication/memoria-2018/>

Prat Forga, J. M., & Cànoves Valiente, G. (2017). Análisis de la motivación y satisfacción en las visitas al Museo de Historia de los Judíos (Girona). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 375–389. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/es/lectores/ultimo-numero/1058-1>

Puiggrós Román, E., Tort González, N., & Fondevila Gascón, J. F. (2017). Innovación, turismo y TIC: el caso de los museos de Barcelona. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 619–632.

Redacción La Vanguardia (2018, Febrero 27). La Catedral de Girona registró 220.000 visitantes durante 2017. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/local/girona/20180227/4411283310/90/la-catedral-de-girona-registro-220000-visitantes-durante-2017.html> 04/06

Rentschler, R., & Reussner, E. M. (2002). Museum Marketing Research: From Denial to Discovery? *Herd*, 01(November), 1–27.

Rodríguez Eguizábal, B. (2004). Comunicación para estimular la visita al Museo. En Museo. VII Jornadas de Museología (Vol. 9, pp. 1–10).

Recuperado

de

<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2688117.pdf>

Valdés Sagüés, C. (2014). La difusión, una función del museo. *Revista Digital Nueva Museología*, 64–75. Recuperado de <http://rodolfogiunta.com.ar/Patrimonio/Biblio011.pdf>

Xiang, Z., Wang, D., O’Leary, J. T., & Fesenmaier, D. R. (2015). Adapting to the Internet: Trends in Travelers’ Use of the Web for Trip Planning. *Journal of Travel Research*, 54(4), 511–527. <https://doi.org/10.1177/0047287514522883>

Zerva, K. (2018). *Análisis de datos cualitativos: Del dato a la información*. [Apuntes académicos]. UdG Moodle. Recuperado de https://moodle2.udg.edu/pluginfile.php/1005239/mod_resource/content/1/Copy%20of%20Datos%20Cualitativos.pdf

MUSEUS E TURISMO, QUE FUTURO? UMA ABORDAGEM PELA OFERTA

Alexandra Rodrigues Gonçalves

Universidade do Algarve, Portugal

<https://orcid.org/0000-0003-3796-1801>

Os museus tornaram-se plataformas de distribuição de significados culturais (OECD, 2014).

1 Introdução

Este artigo insere-se na continuidade da publicação “Museus, Turismo e Sociedade – uma reflexão” (Gonçalves, 2017) e utiliza os resultados obtidos no âmbito da investigação do doutoramento em Turismo na Universidade de Évora relativos à mesa redonda promovida entre profissionais dos Museus e do Turismo, bem como, a análise de conteúdo das entrevistas aos profissionais dos museus, nas temáticas de relação com o tema em discussão. Uma breve reflexão em torno da situação vivida é também referida, pois precipitou uma análise sobre a utilização de recursos digitais ao nível dos museus.

O museu anunciado é crescentemente digital e interativo, mas esta não é uma visão unânime e os mais críticos recusam uma abordagem de geração “app”¹.

Os contributos dos governos e dos municípios para os orçamentos dos museus têm sido afetados e em muitos casos sofrido reduções. Ao deficit do investimento público associam-se outros problemas de falta de pessoal, de dificuldades de manutenção dos equipamentos e até problemas de salvaguarda e conservação dos edifícios e das suas coleções.

Noutros museus, acontece um excesso de visitantes que dificulta uma estratégia e gestão adequadas à missão principal do museu, multiplicando-se as iniciativas que comprometem o

¹Abreviatura para “application”

funcionamento do equipamento. Os museus vivem um momento de grande incerteza, mas em simultâneo de transformação.

No caso de Portugal, o Governo Português ao longo de 2018 e já em 2019 levou a cabo um conjunto de reformas legislativas com vista a uma anunciada maior autonomia e modernização de gestão, que incluíram a criação de um novo regime jurídico para a gestão dos museus, monumentos e palácios, o retomar do programa PROMUSEUS para apoio à modernização dos museus da Rede Portuguesa de Museus e a criação de um grupo de projeto intitulado “Museus no futuro”², que se explicitam adiante, à luz de algumas tendências e discussões sobre museus e turismo, passado, presente e futuro.

2 Abordagem concetual

Uma grande parte da literatura sobre museus começa por desenvolver uma explicação sobre a história do museu, perspetivando a sua melhor contextualização e a justificação do papel atual do museu na sociedade. O edifício conceptual que tem alicerçado o conceito tradicional de museu mudou. O objeto de arte continua no centro da narrativa apresentada nestes equipamentos, utilizando os factos e os elementos que lhe estão associados para a construção da nossa cultura artística. Todavia, as paredes do edifício foram derrubadas e através dos seus programas culturais, da investigação desenvolvida e da interpretação, os museus constituem crescentemente referências na construção das identidades sociais e plataformas para um diálogo aberto com as comunidades.

O museu dá-nos oportunidades únicas de desenvolvimento pessoal, contribuindo para o pensamento, para as competências criativas e até para uma melhor compreensão dos outros, da sua forma de pensar e agir.

² Resolução do Conselho de Ministros (RCM) nº 35/2019, de 18 de fevereiro. Versão preliminar do sumário executivo está disponível em: <https://icom-portugal.org/wp-content/uploads/2020/07/Relatório-Museus-no-Futuro-07-07-2020.pdf>.

A evolução histórica dos museus foi incluída no trabalho publicado nesta revista em 2017³, pelo que importará sobretudo analisar o papel presente e futuro do museu, na sua relação com o turismo e o turista, à luz dos objetivos que se estabeleceram para esta publicação.

As problemáticas relacionadas com a integração do público turista dos museus na gestão e planeamento destes espaços tem merecido maior destaque e reflexão, mencionando-se, quando relevante para esta análise, alguns desses aspetos, mas centrando-se o texto neste ponto no passado e no presente do museu e numa abordagem pela oferta.

Durante muito tempo opôs-se a nobreza da cultura à superficialidade do turismo (Amirou, 2005). As primeiras viagens culturais revestiam-se de um carácter de peregrinação religiosa e de descoberta, a que apenas alguns nobres podiam aceder. No presente, a democratização do “acesso à cultura” e a formação de públicos assumem-se como fatores principais das estratégias definidas pelas políticas culturais nacionais e locais. Os museus, face às mudanças da sociedade da informação e do conhecimento, a par das mencionadas políticas, tiveram que repensar as suas estratégias de relacionamento com os públicos (Soares Neves e Alves dos Santos, 2001 e 2006; Silva, 2006).

Os museus têm atraído a atenção das entidades estatais ao longo das últimas décadas. O interesse crescente por parte dos organismos públicos resultou sobretudo de uma tomada de consciência sobre o importante contributo que podem dar para o desenvolvimento de um território, de uma cidade, de uma região ou até de um país, mas principalmente porque se perspetivam cada vez mais como instrumentos de promoção e atração de fluxos turísticos, gerando importantes impactos socioculturais mas também económicos.

A proposta de reflexão segue com a revisão do conceito de museu e com uma análise dos novos paradigmas emergentes.

³ Gonçalves, A. (2017). *Museus, Turismo e Sociedade – uma reflexão*. Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo, 7 (3), 26-67. Recuperado em 02 maio, 2018, de <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur> (DOI 10.2436/20.8070.01.63).

1.1 Revisão do conceito de museu, alterações de paradigmas e o futuro

A definição de museu está novamente em revisão pelo *International Council of Museums* tendo o seu comité executivo adotado algumas recomendações para proceder a essa revisão⁴ (ICOM, 2019).

As referências a questões como aquisição e conservação continuam a preceder todas as restantes funções do museu. Na ordem conceptual acima apresentada, como se pode verificar, a referência ao divertimento apenas surge mais adiante, deixando antever as prioridades.

Em todas as definições de museu a ênfase é colocada nas funções que desenvolve, sendo que no caso do conceito americano, se dá um relevo particular aos aspetos técnicos da estrutura e funcionamento.

Existem, no entanto, estudos e projetos que começam a refletir uma perspetiva diferente em relação à função dos museus. Por exemplo, nos Estados Unidos, logo a seguir ao 11 de Setembro de 2001, os museus de Nova Iorque iniciaram de imediato um diálogo com a comunidade, para a criação de espaços nos vários museus para documentarem e relembrem os acontecimentos e as emoções relacionadas com os atentados terroristas (Hatcher, 2005).

Para além da promoção do diálogo cívico e do desenvolvimento cultural o museu é fundamental para a democratização e para a democracia cultural, o que significa, por um lado, o livre acesso à cultura de todos os grupos sociais e, por outro lado, o encorajamento da representação do multiculturalismo no projeto do museu.

A definição do museu como uma instituição sem fins lucrativos, também tem levantado questões em face das restrições públicas de financiamento, mas não impede que se concebam formas de auto financiamento dos projetos, por exemplo através do mecenato cultural, ou da rentabilização de espaços que criem lucros de suporte às

⁴ Ver “Museum Definition, Prospects and Potentials (MDPP) report and recommendations” aprovado pelo International Council of Museums (ICOM) em Dezembro de 2018. Recuperado em 07 de julho de 2019, de https://icom.museum/wp-content/uploads/2019/01/MDPP-report-and-recommendations-adopted-by-the-ICOM-EB-December-2018_EN-2.pdf.

despesas e aos custos de manutenção do museu (aluguer de espaços, por exemplo).

Os museus competirão crescentemente com outras atrações e ofertas culturais, pelo que, em face do progressivo desinvestimento do Estado na cultura e no património, terão que desenvolver uma atitude mais orientada para o mercado e para a captação de visitantes, não sendo isso incompatível, em nosso entender, com a função educacional, ou com o estudo e a conservação da coleção, ou com a preservação e difusão cultural. No mesmo sentido apresenta-se a reflexão desenvolvida por Nuno Garcia no seu trabalho de investigação:

O museu concorre com outras organizações em termos de qualidade, ofertas e preço e deve, por isso, acrescentar continuamente valor ao seu “produto ou serviço”, adaptando-se às exigências e necessidades de uma “clientela” em constante transformação e analisando, na medida do possível, a concorrência de sucesso (Garcia, 2003, p.80).

A tentativa de combinar educação e entretenimento num só espaço, poderá servir para uma perda sucessiva da função pedagógica e educadora, porque o entretenimento prevalece (Garcia, 2003). No entanto, acredita-se que o desenvolvimento de projetos museológicos que integrem abordagens diferenciadas em face dos seus públicos visitantes, pode resultar em respostas equilibradas nestas duas componentes, e até na atração de novos visitantes.

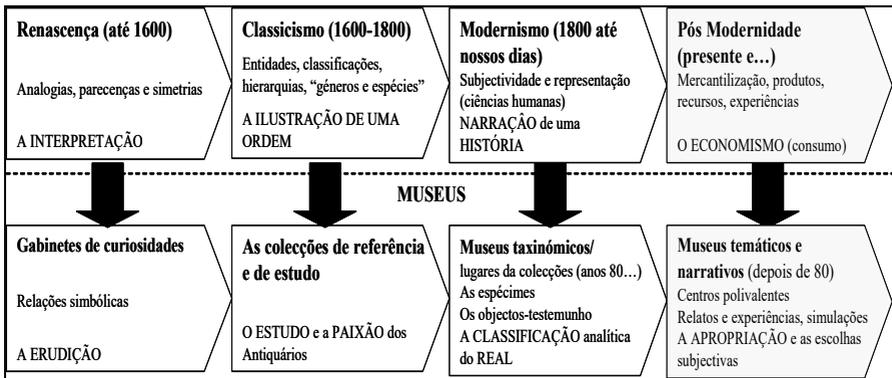
Pensar o museu através das suas funções e do papel que tem assumido ao longo dos tempos, nos diferentes lugares, ajuda a perceber e a definir o que é o museu do passado, do presente e do futuro. A visão do museu como instituição ao serviço da sociedade e dos seus públicos, no presente e no futuro, tem predominado nos últimos 30 anos e tem sido responsável por muita inovação na teoria e na prática associada aos museus (O’Neil, 2006), mas o museu enquanto espaço de memórias continua a ser a função mais amplamente referida, enquanto a sua função de entretenimento e lazer raramente é mencionada (Gonçalves, 2017).

As características técnicas daquilo que hoje se considera um museu tendem a ter alguma disparidade, que se acentua se comparadas com as realidades internacionais, tornando-se por vezes, mais fácil de verificar se se está perante um museu, pela análise do que não é um museu.

O museu tem vindo a transformar-se, apresentando-se mais acessível e agradável que nos seus tempos de origem (Garcia, 2003). Conforme demonstra a Figura 1, o museu da pós-modernidade é sobretudo temático e narrativo, incluindo um número crescente de polivalências e de serviços, que enriquecem a experiência que o visitante pode fruir.

A museografia atual procura proporcionar uma imersão informativa e envolvente ao visitante. O museu como espaço de depósito, dá lugar ao espaço de exposição e hoje consegue a sua notoriedade não só pela qualidade, raridade, abrangência da sua coleção, mas sobretudo pela capacidade para organizar exposições temporárias originais.

Figura 1 – Grandes movimentos, produção de conhecimento e evolução dos museus



Fonte: Garcia, 2003, p.31

Poulot (2005) fala no *museu imaginário* associado à obra de André Malraux e evoca a relação interpessoal que se estabelece com a arte, em que a representação mental que se faz da obra de arte não existe na sua materialidade. Estamos no período de exaltação da arquitetura, em que se multiplicam espaços abertos ou móveis, dando maior maleabilidade de exposição ao conservador; contudo, este ideal de flexibilidade tem-se vindo a esbater. É sobretudo nos museus de arte moderna que se estabelecem os projetos mais emblemáticos, nomeadamente nas extensões dos grandes museus. Projetos como a Tate Gallery, o Museu de Arte Contemporânea de Barcelona, o Getty

Center, o Museu de Arte Moderna de Estocolmo, o Museu de Arte Contemporânea de Los Angeles, comportam espaços de exposições, novos locais técnicos e profissionais, mas sobretudo novos serviços destinados ao público: cafeterias, livrarias, *boutiques*, estacionamento, que conjugam sem interferir no projeto de exposição e que os tornam, acima de tudo, espaços sofisticados.

O número de museus tem aumentado, o que terá sido acompanhado por um agravamento das questões relativas aos custos orçamentais. Numa tentativa de explicação do “boom” museológico, Ginsburgh e Mairesse (1997) apontam o facto de a maior parte dos países não incluírem na sua legislação qualquer tipo de protecção à “marca”- Museu – e admitem que na prática, qualquer um pode construir uma fábrica, restaurar um cemitério e chamar-lhe “museu”⁵. A palavra está associada a prestígio e atrai visitantes de vários tipos, dos turistas à comunidade local, nas suas atividades de lazer. Os autores reforçam também a ideia que devem ser os objetivos da instituição e, não as atividades que desenvolve, a definir um equipamento como museu (Ginsburgh & Mairesse, 1997). Outros autores reconhecem que em algumas cidades se considera o projecto urbano incompleto por falta de um museu:

Muitas cidades e vilas, de facto, veem o seu estatuto urbano como incompleto sem um museu] [Os edifícios dos museus são uma das mais poderosas declarações que um lugar pode fazer sobre si e sobre como ele gostaria que os outros o vissem (Boniface & Fowler, 1993, p.104-05).

Com a democratização da cultura, os públicos dos museus cresceram e diversificaram. Espera-se hoje, que o museu seja um instrumento educador, capaz de promover o reconhecimento dos novos patrimónios (ex. património industrial) e que evidencie uma aposta clara na nova museologia. Assim, os museus são:

⁵ Desde 1997, data em que Ginsburgh e Mairesse desenvolvem a sua análise que alguns países têm vindo sucessivamente a introduzir na sua legislação a necessidade de reunir certas características técnicas e profissionais para que se possa falar em museu, sendo que no caso de Portugal, a legislação define um processo de credenciação para os museus.

(...) espaços culturais especializados que a partir de um projeto museológico e museográfico reúnem um conjunto de bens culturais móveis sobre um ou mais temas, com a finalidade de, documentar, estudar e difundir, procurando a participação cultural, lúdica e científica dos cidadãos e visitantes.

[...] o museu deve contar com um programa anual de ação que reúna as atividades de difusão, as exposições temporárias, as estratégias de aquisição e a política de investigação [...] esta é a única garantia que pode permitir a sua subsistência e o cumprimento das suas funções a médio e a longo prazo (Hernández & Tresseras, 2001, p.180).

Sobre as novas práticas museológicas e o conceito de museu, será de referir George Henri Rivière, que de uma forma muito objetiva consegue dar resposta à problemática de *ser ou não ser um museu*: um museu não é uma organização que responde a um modelo definido, realizável num número indefinido de exemplares. É uma instituição com formas variáveis, em função da(s):

a) Importância que reveste, respetivamente, as três grandes vocações do museu – estudo e documentação, conservação e exposição, educação e cultura.

b) Natureza ou das disciplinas do museu – arte, ciências do homem, da terra e do universo, técnicas avançadas sob formas uni disciplinares, pluridisciplinares e interdisciplinares.

c)

condições da arquitetura do museu, segundo se trata:

- de um edifício novo, ou de um edifício a adaptar, de valor histórico ou não, com ou sem espaço envolvente que lhe seja próprio;

- de um museu sistemático ao ar livre, completado ou não de edifícios;

- de um parque natural. (*apud* em Nabais, 1993, p. 69).

Estas transformações do museu inserem-se numa tentativa de resposta à evolução da sociedade e das necessidades e expectativas dos visitantes dos museus. Poulot (2005) chama a este “novo museu” – multiforme – que identifica como a tendência mais expressiva da atual museologia. O projeto museológico baseia-se crescentemente nas novas tecnologias e aparecerem os grandes equipamentos temáticos.

É uma tarefa impossível apontar o número preciso de museus a nível mundial, o que se atribui ao constante alargamento das definições e torna difícil conjugar com as necessidades de medida estatísticas ou numéricas.

Conforme referido, tradicionalmente, os museus eram espaços associados sobretudo a objetivos de conservação e preservação de memórias das comunidades, tornando difícil uma relação de proximidade com a procura turística (Amirou, 2005). Hoje, a relação que alguns caracterizavam como de conflito com o turismo tende a atenuar-se e tanto o papel educativo do museu, como os aspetos económicos estão a tornar-se tarefas predominantes da sua atividade.

Desvallées é um dos especialistas da museologia que perspetiva esta evolução dos museus como destino de massas de uma forma negativa: “A *museomania* tornou-se uma droga para as populações, uma moda para os políticos e uma mais-valia para os arquitetos.” (Desvallées, 2003, p.73). O autor reconhecia que a renovação dos museus tendo em vista ir ao encontro das expectativas e necessidades dos seus públicos, associado aos avanços rápidos do multimédia levará a que apenas aquelas coleções que integrarem verdadeiras obras-primas continuarão a ser visitadas, anunciando o fim das exposições superpovoadas.

Não se crê que tal se venha a verificar pois relembra-se o aparecimento do VHS e dos clubes de vídeo, e a “morte anunciada” do cinema e, no entanto, continua a ser das práticas culturais que mais tem crescido nos últimos anos. O ser humano tem necessidade da convivialidade e do inter-relacionamento, elementos aos quais o audiovisual e o virtual não conseguem dar resposta, pois são desprovidos de contacto e traduzem-se em consumos passivos. Reconhece-se porém, que o museu terá que ser capaz de criar um relacionamento com o visitante e reconfigurar-se para dar resposta às suas expectativas, caso contrário, estarão em patamares semelhantes.

Na atualidade, os museus recebem diferentes tipos de públicos (visitas escolares, residentes, turistas nacionais, turistas estrangeiros, turistas virtuais), e em alguns locais os públicos turísticos representam uma grande fatia das suas visitas. Os museus participam crescentemente nas práticas de consumo turístico e, na economia do lazer e do entretenimento.

Os museus e locais patrimoniais, assim como o turismo, apelam cada vez mais à classe média, à inclusão de todos na visita ao museu, enquanto no início do século passado eram atividades de elite. Este desenvolvimento é muito positivo e está a par do desenvolvimento económico e social, e da democratização da sociedade. De facto, a experiência tem demonstrado que os locais patrimoniais que permanecem fechados ao turismo e às visitas do público tendem a entrar em declínio (OMT, 2001, p. 86).

O conceito de exposição também está a mudar, procurando dar resposta ao perfil dos visitantes e às exigências de uma nova comunidade (Garcia, 2003). Os museus são sobretudo organizações com uma missão educativa e de serviço público, as suas necessidades de atração de públicos, a adaptação às exigências dos visitantes e a concorrência com outras ofertas de cultura e lazer tornam necessário a introdução de instrumentos e técnicas de marketing aplicados ao museu (Kotler & Kotler, 1998). Hoje, o museu constitui-se cada vez mais como:

O museu é um “equipamento de lazer”. Na verdade, uma visita a um museu é uma “saída”, do mesmo género como ir ao cinema, ao teatro, ou a um parque de diversões... (...) a função principal do museu, será então (...), permitir que o público aprenda com prazer. E os primeiros visitantes dos museus são os turistas (Chaspoul, 2005, editorial).

Assim sendo, os museus proporcionam e oferecem uma educação não formal através das suas coleções. Falk e Dierking (2000) referem-se aos museus como “ambientes de aprendizagem de escolha livre”, que oferecem mais conhecimento e reflexão do que a maior parte dos média e tendem a oferecer as suas opiniões “digeridas” ao público em geral.

É reconhecido o poder das exposições e em alguns museus encoraja-se hoje a visitação das suas reservas. As reservas visitáveis são um conceito muito em voga que passa a ideia de “um tesouro escondido” que se torna acessível. Há profissionais que se dedicam no presente à escolha de uma história ou de um tema capaz de estruturar uma exposição, promovem consultas junto do museu, da comunidade, exploram os objetos e estudam ideias capazes de ser atrativas (Poulot, 2005). A título de exemplo pode-se referir o Museu de Victoria (Canadá) – *o Royal Museum of British Columbia* (Quadro 1).

O público dos museus é diverso, pelo que, possui diferentes expectativas e necessidades, mas é crescente a tendência para assumir que os visitantes em geral, já não estão interessados na simples contemplação dos objetos numa “catedral da cultura”, mas desejam uma experiência.

Quadro 1 - Royal Museum of British Columbia, Canadá

Este museu dedicado à cidade, ao mar e às primeiras civilizações inclui dioramas⁶ e reconstituições abertas da natureza, algumas integrando sons e iluminação, recontando de uma forma muito eficaz a história dos nativos antes e depois do contato com os Europeus. Possui manequins que evocam as diferentes actividades das primeiras civilizações do local: colheita; caça; e pesca. Sequências sonorizadas do habitat dão vida ao espaço. Uma galeria fotográfica apresenta os arquivos e recortes de imprensa relativos à evolução dos direitos das populações indígenas depois da chegada dos europeus.

O autor do projecto foi Jean-Jacques André⁷, natural da cidade de Victoria. É reconhecido como um líder mundial no *design* de exposições; concebeu a exposição da cidade antiga (*old town*), a Galeria das primeiras pessoas (*First People's Gallery*) e uma galeria intitulada

⁶ Os dioramas constituem interpretações tridimensionais de lugares ou cenas que possibilitam dentro de diversas escalas retratar o que se viveu, planeou ou sonhou.

⁷ Também o projeto do *Tamástslikt Cultural Institute* (Oregon, EUA) é da sua autoria, tendo gasto muitas horas em reuniões com os membros dos Comitês de voluntariado para desenvolver a linha condutora das exposições. Assistiram a cerimónias tribais para experimentar temas que iriam expor e interpretar. As exposições foram ainda concebidas para integrar a arquitetura do edifício (<http://www.tamastsligt.com/exhibits.asp?id=57>).

Living Land-Living Sea. Os seus dioramas e exposições recriam um ambiente incluindo com frequência som, cheiro e iluminação ao detalhe, criando um imaginário associado ao espaço.

É um *designer* conceptual e tem contribuído para o aumento da tomada de consciência e para a valorização da natureza e da história pelos públicos.

Fonte: Poulot, 2005

Uma nova cultura museológica veio contribuir largamente para a emergência de um interesse comum perante o património, pelo reforço dos valores de pertença e da identidade, mas contribuiu sobretudo para uma reflexão sobre a memória, sobre os paradoxos e ambivalências dos recursos que integra.

Os museus, regra geral, seguem três tipos de estratégias na apresentação do património móvel:

A exposição permanente (clássica), que pressupõe uma contemplação passiva, seguindo um discurso fonográfico⁸, temático territorial. Os objetos expostos estão fora do seu contexto cultural original. A apresentação cumulativa de objetos sem nenhum tipo de discurso. Em que não tem lugar qualquer tipo de mediação, aproximando-se do conceito de depósito visitável.

A exposição “escenográfica”⁹ que contextualiza os objetos com base num discurso pedagógico e/ou estético (Hernández & Tresseras, 2001).

Por outro lado, as exposições são normalmente de três tipos: permanentes, temporárias e itinerantes. A exposição constitui-se em grande parte dos museus como a área pública principal do museu e inclusive têm emergido nos últimos anos, centros culturais e museus,

⁸ Acompanhado de um registo e representação de som.

⁹ “escenográfico” – termo utilizado no meio artístico e na arquitetura para se referir aos elementos decorativos e arquitetónicos, associados à obra de arte (neste caso), para conseguir um determinado ambiente.

que não possuem uma coleção própria, centrando a sua atividade nas exposições. Assumem-se também crescentemente como chaves de sucesso dos museus e instrumentos para a fidelização de visitantes e segundo os autores Hernández e Tresseras (2001) têm um papel preponderante como forma de sensibilizar para o património e para dinamizar um turismo cultural de âmbito nacional e regional.

Hoje, os museus competem com os *mass media* pelo público e podem dar um importante contributo na prevenção da destruição das identidades culturais locais. O museu é crescentemente um local público que fixa as atenções dos seus visitantes em torno de objetos expostos, mas o seu funcionamento parece ser cada vez mais enigmático.

A partir de um estudo realizado em Paris concluiu-se que existem dois tipos de museus: os museus internacionais, que são museus turísticos em que predominam os públicos de visitantes estrangeiros; e os museus locais, que apresentam números muito reduzidos de turistas, mas onde a população vai passar algumas horas. Dredge apela à necessidade de manter o equilíbrio entre as duas realidades para que a população local não se sinta excluída dos seus recursos culturais, mas por outro lado, afirma que são necessárias receitas para a conservação dos espaços. Em alguns locais introduziram o sistema de abrir gratuitamente num dia da semana, ou um Domingo por mês, mas nem sempre obteve o resultado esperado (Dredge, 2004).

A museologia europeia resulta de uma mistura de influências relacionadas com: uma museologia mais erudita (espanhola e italiana, sobretudo); a teoria pedagógica e a história conceptual que surge ligada à museologia alemã e emerge nos anos 60/70 na Europa Central, mas também com reflexos da sociologia das organizações e do trabalho, e da arqueologia, que faz a exaltação da cultura material, através das técnicas de expressão, como a interpretação (Poulot, 2005).

Em suma, os museus são repositórios principais de objetos e de espécimes com valor cultural e educacional. Muitos constituem-se como instituições de pesquisa. Também desempenham um papel crescente como atrações turísticas. Os estudos disponíveis em relação aos museus são de variadíssimos âmbitos, mas têm sido sobretudo de natureza fragmentada, centrando-se nos domínios da: Gestão,

Economia, Museologia e Sociologia. No campo da gestão, os estudos predominam em assuntos como marketing, gestão estratégica, comportamento do consumidor, avaliação de desempenho, contabilidade e finanças, mas existe um reconhecimento crescente da importância económica dos museus.

A revisão da literatura desenvolvida aponta para algumas dificuldades na investigação aplicada aos museus, resultando em grande parte, da natureza complexa destas organizações, que atribui à variedade de atividades que os museus desenvolvem, à natureza multifacetada do valor que produzem e ao papel que os museus podem ter na sociedade (Gonçalves, 2013).

Conforme artigo publicado na Revista *Lugar em Aberto*: “O museu é um lugar de comunicação, e, ao mesmo tempo, ele próprio é um meio específico na comunicação da sociedade. Quando nós falamos dos Novos Museus, estamos a tentar entender melhor as funções atuais deste meio de comunicação da sociedade contemporânea.” (Dietrich, 2003, p.99). Este autor perspetiva o museu como uma oficina de conhecimento e plataforma para um diálogo com o futuro. Nas funções tradicionais do museu destaca a função de educação como aquela que possibilita o “interface com o público”, mas ressalva que a aprendizagem no museu não é um processo unidirecional, em que se adquirem conhecimentos que nos são apresentados, e afirma que a aprendizagem “no museu acontece em formas experimentais e em processos abertos de apropriação destes contextos históricos e culturais, através dos meios ali acumulados. (...) o novo museu é uma oficina.” (Dietrich, 2003:100).

Greffe, Krebs, & Pfflieger, (2017) reconhecem que “A economia dos museus é (...) afetada por três aspetos: o facto do trabalho altamente profissionalizado ser especializado e dispendioso; o facto do fim educacional dos museus trazer questões de acessibilidade (físicas, intelectuais e financeiras,); e por último, mas não menos importante, a dificuldade em demonstrar o valor dos serviços fornecidos pelo museu ao público em geral e para as empresas (uma dificuldade que é partilhada por muitas infraestruturas culturais) (Greffe *et al.*, 2017, p. 319) (tradução nossa).

Os museus, sobretudo através das suas exposições, possuem um grande potencial para expandir e reestruturar os esquemas conceptuais e mentais dos seus visitantes, o que decorre

fundamentalmente do processo de interpretação individual, pessoal em relação à experiência de visita ao museu (Falk & Dierking, 2000).

Os museus deixaram de ser gabinetes privados de curiosidades e símbolos de poder pessoal, assumindo-se como registos do património cultural de um país, região ou local. O museu é hoje um espaço de debate, de construção de ideias, que pressupõe por um lado, uma aprendizagem constante ao longo da vida e por outro, um alargamento da noção de públicos dos museus (Gonçalves, 2013 e 2017).

O museu tem também hoje um espaço novo no mundo global e está a criar novos espaços virtuais. Com o avançar das novas tecnologias no espaço museológico assistiu-se a um aumento da resistência dos responsáveis dos museus, mas com o maior conhecimento do seu potencial na dimensão da educação e do entretenimento, espera-se que a aceitação seja crescente (Komarac, 2014, p.211).

Em Portugal, um exemplo recente é o do projeto MUVITUR-Museu Virtual do Turismo, que não existindo fisicamente, está a criar um museu do turismo virtual (Aurindo e Machado, 2016). Segundo as autoras do projeto “O Museu Virtual do Turismo espera estabelecer uma base de dados online de documentos e artefactos que serão uma importante fonte para visitas virtuais, exposições e para uma futura reconstrução desejada de ambientes e de imaginários.” (Aurindo e Machado, 2016, p.308). Uma interface georreferenciado de objetos, com a localização geográfica, também está em desenvolvimento.

1.2 Portugal, Museus no Futuro

Em 2019, o Governo por Resolução do Conselho de Ministros nº 35/2019 resolveu criar o grupo de trabalho “Museus no Futuro” com a ambição de:

construir um programa para os «Museus no Futuro», assente numa estratégia transversal, programada e adequada às transformações sociais e económicas do País e do mundo. [] No mundo atual, caracterizado pela globalização e pela mobilidade humana, o património cultural assume-se como um elemento

central na promoção da diversidade cultural e na construção da identidade e da memória social. Transformações sociais e económicas aceleradas, bem como a utilização massiva de novas tecnologias de informação e comunicação, colocam importantes desafios que se refletem, também, no campo do património e dos museus, para os quais há que ter respostas estruturadas. Só assim será possível alavancar o potencial social e económico dos museus, contribuindo para uma maior coesão social, promovendo a acessibilidade, a diversidade intercultural, a convivência intergeracional e o fortalecimento de parcerias alargadas e sustentáveis. Em face das “transformações sociais e económicas aceleradas” afirma que é “necessário promover modelos inovadores de governação participativa e de gestão do património cultural, que envolvam as entidades públicas com responsabilidade nestas áreas, mas também os intervenientes privados e as organizações da sociedade civil, procurando soluções que tornem o património cultural acessível a todos.

Assim, assume como “missão identificar, conceber e propor medidas que contribuam para a sustentabilidade, a acessibilidade, a inovação e a relevância dos museus sob dependência da Direcção-Geral do Património Cultural (DGPC) e das Direcções Regionais de Cultura” enumerando um conjunto de catorze competências principais¹⁰.

Para levar a cabo esta hercúlea missão num ano, o grupo tinha a possibilidade de recorrer à organização de fóruns, inquéritos, sondagens e encontros participativos, e também podia pedir colaboração a instituições do ensino superior.

O grupo de projeto é composto por um total de onze representantes, dos quais seis provêm da área da cultura, sendo um coordenador; os restantes cinco são compostos da seguinte forma: 1

¹⁰ Ver Resolução do Conselho de Ministros nº 35/2019, Diário da República, 1.ª série, N.º 34 de 18 de fevereiro de 2019

representante da área dos negócios estrangeiros; 1 representante da área da defesa nacional; 1 representante da área da economia; 1 Um representante da área da ciência, tecnologia e ensino superior; e 1 representante da área da educação.

O mandato do grupo de projeto teria a duração de 1 ano e o dever de apresentação de um relatório intercalar semestral e um relatório final, tendo entrado em vigor o grupo de trabalho na data da resolução (01/02/2019), e tendo publicitado no passado dia 7 de julho a primeira versão preliminar do sumário executivo (<http://icom-portugal.org/wp-content/uploads/2020/07/Relatório-Museus-no-Futuro-07-07-2020.pdf>).

Dos cinco eixos enunciados no relatório para a operacionalização de competências que nomeamos – Gestão de Museus; Redes e Parcerias; Transformação Digital; Gestão de Coleções; Públicos e Mediação – destacaria na relação com o ponto seguinte as seguintes medidas preconizadas sobre: as Redes e Parcerias, que incluem a proposta de formalização de parcerias com as entidades regionais de turismo, mas também com associações e empresas turísticas; os Públicos e a Mediação, que introduzem a capacitação de equipas de mediação e de acolhimento para o desenvolvimento do turismo cultural, bem como, a criação de um efetivo sistema de informação sobre estatísticas de visitantes; e salientaria o conjunto de dez medidas propostas para a transformação digital, que poderão fazer toda a diferença no futuro dos museus portugueses: Modernizar e atualizar os equipamentos informáticos internos (hardware e software); Criar um portal de Museus, Palácios e Monumentos, atualizar e otimizar os respetivos sites; Criar uma linha de apoio “Museus do Futuro”; Estabelecer parcerias na área da comunicação digital; Criar um programa de reforço e de alargamento sistemático da digitalização dos acervos dos Museus, Palácios e Monumentos; Desenvolver um programa de utilização das tecnologias como meio complementar de interpretação; Criar um grupo de acompanhamento para apoio dos Museus, Palácios e Monumentos; Promover projetos-piloto de transferência de conhecimento e de investigação; Assegurar o recrutamento de profissionais com competências digitais especializadas e criar planos de formação regulares; e, por último, Criar plataformas digitais de partilha de informação e de recursos.

De facto, o futuro dos museus e também dos demais equipamentos culturais exigem estratégias e um pensamento renovado. Os eixos identificados encontram-se alinhados com a investigação desenvolvida (Gonçalves 2013 e 2017). Todavia, sabe-se que estabelecer uma nova estratégia não é a única condição, pois os novos modelos serão determinados pelas estruturas administrativas, pelos modelos de governança, pela capacidade de decisão e pelo orçamento de investimento associado (Grefe *et al.*, 2017).

2. Museus e Turismo, que futuro? Abordagem pela oferta

Conforme referido na introdução os dados da análise empírica que se utilizam para esta reflexão são parciais e interligam-se com o objetivo que se propôs para este capítulo – estabelecer uma reflexão sobre museus e turismo no futuro. Esta reflexão evidencia, como seria expectável, um pensamento dos responsáveis dos museus e do turismo sobre o *status quo* existente e os seus problemas, e sobre o ideal desejado para os museus e turismo no futuro.

2.1 Metodologia e análise empírica dos resultados dos profissionais dos museus e do turismo

Este ponto resulta da análise da informação recolhida no decurso do debate promovido no âmbito da investigação de doutoramento¹¹ entre os profissionais dos museus e do turismo, que decorreu no Museu das Comunicações em Lisboa. Foram convidados um total de 62 indivíduos e entidades, confirmaram a presença 33

¹¹ A reflexão apresentada resulta fundamentalmente de investigação e análise empírica desenvolvidas entre 2007 e 2010, no âmbito da investigação de doutoramento em Turismo na Universidade de Évora, sob orientação do Professor Doutor Francisco Ramos – Professor Emérito da Universidade de Évora e do Professor Doutor Carlos Costa – Professor Catedrático em Turismo da Universidade de Aveiro. A tese foi defendida em janeiro de 2013. Da análise empírica desenvolvida para este artigo recorreu-se apenas à utilização dos resultados da análise da mesa redonda e das entrevistas aos diretores dos museus. Para mais informação consultar a tese: Gonçalves, A. (2013) *A cultura material, a musealização e o turismo*. Tese de Doutoramento, Universidade de Évora. Recuperado em 7 janeiro, 2017: <http://hdl.handle.net/10400.1/3155>.

indivíduos, tendo efetivamente estado presentes 28 pessoas (algumas das quais não puderam permanecer na parte da tarde); de assinalar também que predominaram os museus de Lisboa e Vale do Tejo, tendo estado apenas 1 museu do Algarve e 1 do Alentejo.

As entidades com responsabilidade na gestão e direção museológica compareceram em maior número que os responsáveis do turismo, o que certamente influenciou o discurso desenvolvido em torno de cada um dos temas e subtemas em análise.

Recorreu-se a um sistema informático - *AntConc 3.2.1 Corpus Analysis Toolkit* - disponível na internet, para proceder a uma análise exploratória do corpo geral do texto, que se produziu a partir da transcrição do debate entre os profissionais do turismo e dos museus. Esta ferramenta informática não faz análise de conteúdo, mas ajuda a encontrar padrões de linguagem que suportam a construção dos discursos, nomeadamente pela contagem de palavras, pela listagem de ocorrências de palavras e do contexto em que surgem (Concordância), mas pode também ajudar como suporte de construção a uma análise de *clusters*, verificando-se as palavras que com maior frequência surgem associadas a outras. Os procedimentos incluem a transformação da ata transcrita num documento de extensão - *txt* (texto simples) -, que depois se faz correr no programa e se tiram listagens de acordo com os objetivos pretendidos e as possibilidades criadas pelo instrumento.

Quadro 3 - Correspondência entre os objetivos e as subcategorias de suporte à análise

Objetivos	Mesa Redonda	
Objetivo geral	Melhorar o conhecimento sobre a relação entre os museus e o turismo	
Objetivos específicos	Objetivo específico	Subcategoria de análise
	1. Avaliar a importância atribuída ao visitante-turista no conjunto das audiências/públicos do Museus	- Importância do público turista - Motivações - Funções do museu
	2. Identificar as determinantes da experiência turística na perspectiva dos profissionais dos museus e dos profissionais do turismo	- Avaliação da experiência do museu - Determinantes da experiência do museu - Tipo de experiência - Interpretação

3. Caracterizar o tipo de gestão do museu atual e identificar o que se <u>perspetiva para o seu futuro</u>	- Modelo e estrutura de gestão - Planeamento
4. Conhecer esforços de cooperação a ser desenvolvidos entre os museus e o turismo	- Planeamento - Cooperação - Programação, equipas, eventos, exposições
5. Debater estratégias de desenvolvimento dos museus como polos de atracção turística	-Planeamento - Cooperação - Programação, equipas, eventos, exposições

Naquela investigação estabeleceu-se como objetivo geral – melhorar o conhecimento da relação que se estabelece entre os museus e o turismo – do que decorreu que se determinassem três grandes categorias de análise, que também integram a revisão de literatura desenvolvida para o enquadramento conceptual, e que se traduziram nas categorias que melhor poderiam dar resposta aos restantes objetivos da investigação, e que constituem: público (turista e excursionista); experiência; e gestão e marketing; correspondendo a um conjunto de 12 subcategorias, que se associam, por sua vez, aos tópicos e questões que se pré-determinaram para o debate e que se organizam no Quadro seguinte para resposta aos objetivos específicos propostos (Quadro3).

A análise de conteúdo a partir das categorias definidas e numa procura de resposta aos objetivos específicos propostos para este debate (*brainstorming*) entre os museus e o turismo, e da análise do conteúdo relativo a cada uma das respetivas subcategorias de análise correspondentes (acima descritos), sistematizam-se as seguintes ideias principais para a resposta a esses objectivos (na sequência proposta no decurso do encontro):

1. ***Avaliar a importância atribuída ao visitante/turista no conjunto das audiências/públicos dos museus*** – O turista é um desconhecido, tratado frequentemente como um ‘passante’. A análise do discurso do debate permite perceber que no caso de Lisboa, predomina a preocupação com o turista que visita o museu inserido num grupo, que é perspectiva como um público

superficial, pois a experiência que lhe é proporcionada é muito pouco individualizada e de curta duração. No discurso de alguns intervenientes no debate surgiram palavras com uma conotação fortemente negativa, para não dizer pejorativa. ‘Rebanho’, ‘Massas’, ‘porta-moedas’ surgem associados à sua qualificação mais negativa; no lado positivo é considerado ‘visitante normal’, ‘pessoas que pensam e têm valor’, ‘diversos tipos’, ‘cultural’. No discurso geral dos responsáveis dos museus emerge um ‘novo olhar’ sobre o turismo, que está fundamentalmente associado aos benefícios económicos que a atracção deste público pode trazer, mas fundamentalmente à disponibilização de reforços orçamentais que podem advir de uma cooperação estreita com o Turismo de Portugal.

- Em termos museográficos e na experiência de visita ao museu emerge a preocupação de introdução de diferentes discursos para diferentes públicos, incluindo para as diferentes nacionalidades e contextos socioculturais. Conforme referido, o turista emerge muito associado ao visitante estrangeiro e é relativamente estranho para os profissionais do museu (em termos de perfil, motivações, expectativas e satisfação).

- O museu é perspetivado sobretudo como espaço de transmissão de conhecimento e de informação; o lazer, a comunicação e a interação sensorial assumiram pouca importância no conteúdo do discurso, ainda que se reconheça que existem carências nestes domínios. Existe alguma confusão entre o papel da informação e da difusão cultural, e a comunicação, que neste último caso, pressupõe que se estabeleça um fluxo em dois sentidos entre um emissor e um recetor, procurando conhecer os significados gerados pelas mensagens difundidas.

2. Identificar as determinantes da experiência turística na perspetiva dos profissionais dos museus e dos profissionais do turismo – Foi interessante

verificar que a palavra qualidade surge referida 19 vezes, 6 das quais referindo-se diretamente à qualidade do público dos museus, seguindo-se referências à informação, à avaliação e à experiência (3 referências cada qual), e depois à qualidade do museu enquanto equipamento (2) e finalmente, com uma única referência explícita, a qualidade do pessoal e a qualidade do espólio.

- A avaliação da qualidade da experiência de visita ao museu é um assunto pouco disseminado entre os museus portugueses. Não houve referências a estudos ou trabalhos que tenham sido efetuados de forma regular, ou até pontual, no caso dos museus presentes. Dos museus presentes foram poucos os que no passado já tinham promovido estudos de públicos e um dos museus tem implementado um sistema de gestão pela qualidade. Reconhece-se a necessidade da introdução de práticas nestes domínios e foi consensual a necessidade de criar uma estrutura que apoiasse o desenvolvimento deste trabalho (a proposta que se apresentou designou-se por observatório permanente de públicos).

- As condições de visita do museu também emergem como preocupações no discurso, entre os quais, os serviços de apoio – casas de banho, cafés, restaurante, acessibilidade – condições que a nível internacional há muito são garantidas na maioria dos museus.

- A experiência de visita em grupo é considerada pior que a da visita individual; o factor tempo emerge como característica fundamental da experiência de visita, e o guia intérprete assume-se como um facilitador principal da apreensão do discurso museográfico.

3. *Caracterizar o tipo de gestão do museu atual e identificar o que se perspetiva para o seu futuro* -

Assiste-se a uma gestão muito centrada na coleção e nos objetos do museu, verificando-se um despertar para as necessidades do visitante na utilização daquele espaço museológico. As formas de reorganização do Estado e dos seus institutos públicos, e as perspetivas internacionais de reorganização em novos modelos que possibilitem uma gestão integrada de recursos, uma maior eficiência e eficácia dos escassos meios ao dispor, e uma visão orientada para o mercado, e para os visitantes encontram ainda resistências e uma reflexão pouco profunda, pelo menos entre os intervenientes no debate.

- Há alguma evidência de resistência relativa a novas formas de organização ou à introdução de novos procedimentos na oferta turística e museológica, porém também se reconhece que há um caminho incontornável para uma transformação dos modelos de gestão atuais dos museus e para a uma maior flexibilidade das suas estruturas.

4. *Conhecer esforços de cooperação a ser desenvolvidos entre os museus e o turismo* -

Alguns museus referem a sua tentativa de aproximação ao 'mundo' do turismo, mas os esforços efetuados têm sido muito tímidos e inconsequentes, porque pontuais. Neste âmbito surge referência à necessidade de dinamização do voluntariado e ao relativo sucesso que é a 'noite dos museus' não atração de visitantes e turistas. A necessidade de maior diálogo entre as duas áreas surge como evidente, mas ao turismo, os museus parecem solicitar quase tão-somente uma contrapartida financeira que lhes permite renovar materiais e ter um orçamento mais equilibrado.

5. *Debater estratégias de desenvolvimento dos museus como polos de atracção turística* - No conjunto pode-se afirmar que se confirma a existência de uma predisposição positiva no sentido de uma maior cooperação para o desenvolvimento de um turismo cultural em que os museus possuem um papel principal, todavia, parece muito incerto o momento em que terá início, ou até as formas que essa colaboração poderá encetar. Até ao momento as iniciativas restringem-se aos monumentos e ao património arquitetónico, traduzindo-se na criação de rotas no centro do país que englobam alguns dos ícones patrimoniais portugueses.

A ideia-chave transmitida foi que existem muitos pontos de cooperação que ainda devem ser devidamente aprofundados, entre os museus e o turismo, e vice-versa. Contudo, o turismo emerge largamente para os responsáveis pelos museus, como uma *componente económica importantíssima*, e menos, como uma oportunidade de interação com estes visitantes, com qualidade, com capacidade para provocar uma relação de envolvimento, de compreensão, de emoção e assim, de imemorabilidade, da experiência de visita ao museu.

Feito o resumo da análise por categorias dos resultados do debate entre os museus e o turismo destaca-se o seguinte testemunho, de uma guia-intérprete presente, sobre a avaliação e a qualidade da experiência turística na visita aos museus portugueses, que se transcreve:

É extremamente complexa esta temática. Eu sou guia intérprete nacional, eu ando com o rebanho, com a manada, portanto aquelas expressões todas que usualmente são utilizadas para falar do turismo. Eu faço um grupo de 1 hora, mas esqueceram-se de dizer que nessa hora eu tenho 15 minutos de casa de banho. *Hermitage*, onde for, é uma hora, e isto é o que as agências nos dão para a mão. Isto faz com que nós guias intérpretes tenhamos uma experiência miserável em museus, em monumentos, nós e eles turistas. São experiências miseráveis, é uma logística

e então em dias de cruzeiros é de fugir, não há capacidade de carga suficiente na cidade, e então na área metropolitana de Lisboa, e todos os anos os cruzeiros pedem às Agências de Viagens de Lisboa pedem, eu não quero de maneira nenhuma dar na cabeça da APAVT¹², mas todos os anos o turismo náutico pede novas excursões, novas visitas com o ‘rebanho’ na área metropolitana de Lisboa que vai até Évora. Eu nunca fiz o Convento de Jesus com os barcos, nunca. Faço com o turismo de excursão de 8 dias e está tão perto e nunca fiz.

Esta afirmação reflete alguma incapacidade para proceder à alteração de práticas instituídas, mas também a falta de qualidade da experiência de visita ao museu associada ao visitante em grupo.

Há algumas afirmações surpreendentes, nomeadamente quando se diz que: “Agora também acho que há muitos museus que podem compatibilizar este tipo de enfoque com o turismo de massas, tal como nos monumentos que se sacrifica o monumento ao turista, inclusivamente para ser destruído, porque é assim mesmo, até no Algarve essa é a opção que se fez em Alcalar, os monumentos que foram musealizados foram para ser destruídos do ponto de vista arqueológico, mas há depois daquelas 3 ou 4 que estão musealizados para ser visitados pelos turistas há 10 ou 12 que estão preservados e que não se vão tocar.”¹³

Em certos períodos da discussão pareceu perspetivar-se o visitante do museu num significado quase oposto e conflituante com tudo o que turista representa. Ou seja, o ‘turista’ seria o símbolo da comercialização, da mercantilização e da massificação, enquanto o ‘visitante’ personificava o representante do público desejado e desejável para os museus.

Salienta-se que no entendimento de um dos intervenientes do Turismo de Portugal presentes na mesa redonda, o facto de o PENT¹⁴

¹² Associação Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo

¹³ Intervenção de responsável do setor público da área do património cultural no seio da mesa redonda.

¹⁴ Plano Estratégico Nacional do Turismo

ter introduzido uma linha de ação nos domínios do turismo cultural (em específico *'touring* cultural e paisagístico' e *'city-break'*) significa que existe uma definição estratégica para este setor, todavia, na altura não se verificou qualquer ação que integrasse os museus, restringindo-se a sua atuação a um conjunto de monumentos e mosteiros, tendo sido justificado este facto com base na ausência de meios humanos e técnicos para intervir noutros domínios.

Merece também referência o facto de terem estado presentes uma maioria de profissionais dos museus, do turismo e dos organismos públicos sediados em Lisboa, pelo que a discussão se centrou excessivamente na realidade da grande Lisboa. No decurso do dia foram feitas tentativas sucessivas, para trazer à discussão as questões das dinâmicas territoriais e da necessidade de articulação entre diferentes realidades museológicas, incluindo os museus municipais mais periféricos presentes, mas com resultados tímidos por parte dos agentes presentes provenientes de outras localidades fora desta área, em clara minoria, nomeadamente, de Aljustrel, de Setúbal, do Ecomuseu do Seixal e de Albufeira.

Todavia, o discurso transcrito apresenta-se grandemente polarizado em torno de 3 atores principais que estiveram presentes no debate: os guias intérpretes, os técnicos de turismo (através da representação pelo vice-presidente da APAVT, mas também dos técnicos do Turismo de Portugal) e os museus (nas várias dimensões, categorias profissionais e tuteladas).

O papel do guia intérprete na comunicação com o visitante e na capacidade de mediação da experiência cultural, que lhe é proporcionada, emerge como muito marcante no conjunto desta análise. Os museus surgem como elementos com alguma rigidez de atuação e com dificuldade de flexibilização e de resposta a interesses específicos dos seus visitantes (sejam eles turistas ou outros). Nalguns casos, o discurso é mesmo antagónico em relação a perspetivas de colaboração entre os museus e os profissionais do turismo.

Os outros atores do turismo, nomeadamente os institucionais, também têm demonstrado dificuldade de inovação e de adaptação a outras procuras, afirmando-se sobretudo como oportunidades económicas para os museus, mas com uma capacidade de intervenção limitada, que atribuem à falta de recursos humanos e técnicos; preferem assim estabelecer como prioridade de atuação os

monumentos e algum outro património, desenvolvendo o lançamento de rotas no centro do país que têm por base ofertas consolidadas. O discurso revelava mesmo compaixão em relação ao estado atual dos museus em Portugal:

(...) não há essa prática do técnico do museu se adaptar aquele grupo, de se adaptar ao público que tanto pode ser uma criança como um grupo de intelectuais, mas coitados não estou a criticar os museus em Portugal nem os seus técnicos, porque sei as dificuldades que os museus cá têm para ter a senhora da limpeza e a telha no telhado, mas isso ainda não acontece cá, e uma vez mais penso que isso pode ser uma preocupação do turismo, se não forem auxiliados até com bolsas de dinheiro para esta área em que vai trazer o turista não conseguem sair das dificuldades que já estão a viver, porque já são muitas e todos já sabemos quais são, não se vê normalmente a diretora do museu mostrar o museu ou a técnica especializada (transcrição de excerto da mesa redonda).

A ‘experiência’ turística nos museus como objeto principal de estudo surge nalguns momentos do debate associada às condições de acessibilidade e de exposição dos objetos no museu, mas o que se torna preocupante é que apareça caracterizada de forma negativa em pelo menos quatro do total das 28 vezes em que a palavra experiência é citada e seja qualificada como “negativíssima” e “miserável”. Por outro lado, a experiência turística que se deseja parece ir ao encontro de uma “experiência que valeu a pena”, “única”, “inesquecível”, que se constitui como “a melhor experiência”. No final, pode-se reconhecer que a *experiência* e a sua qualidade já é assumida como uma questão importante para o turismo, ainda que timidamente para os museus.

Para finalizar, gostava de citar o moderador do debate e ex-Secretário de Estado do Turismo, Dr. Vítor Neto que nos diz que: “Não chega a boa vontade da cultura, nem chega a boa vontade do turismo. Portanto, eu acho que as potencialidades estão todas aí, é uma questão de nós resolvermos colocar as sensibilidades todas aí.”.

Unir esforços no sentido de desenvolver um programa de desenvolvimento do turismo cultural, que integre os museus é uma tarefa de todos estes atores que terá de partir de uma base de confiança mútua e de partilha aberta de conhecimento, com uma visão estratégica alicerçada em ações programáticas que conduzam à concretização deste objetivo comum. Na verdade, existem poucas parcerias ativas, pelo que, fica demonstrada a necessidade de aproximação e estreitamento da inter-relação entre os museus e o turismo, e vice-versa. O diálogo era quase inexistente nesta data, ainda que se reconhecesse como necessário.

2.2 Síntese das entrevistas aos responsáveis dos museus sobre o museu do futuro

Por sua vez, uma das questões colocadas aos diretores dos museus teve a ver com as suas perspetivas para o futuro dos museus, procurando conhecer a visão predominante apontada para a evolução do setor. Para além da sistematização apresentam-se algumas das reflexões dos profissionais entrevistados¹⁵:

- “(...) Cada vez se fala mais no conceito evolutivo das exposições permanentes, porque a realidade é mutável, o museu não se pode fixar na exposição permanente, é essa a filosofia da exposição “permanente”, é não ser permanente, quanto muito é ser permanentemente renovada.”

“Aqui também estamos a desafiar o modelo de gestão tradicional. (...) temos vários polos que são monumentos nacionais, (...) não poderá ficar assim e portanto, veja há uma visão territorial, de rota, de percurso de descoberta, a que o museu também se

¹⁵ Foi desenvolvida uma entrevista exploratória semiestruturada aos responsáveis de todos os 32 museus sob tutela da administração central, museus municipais, museus de fundações, museu de misericórdia, museu privado, pertencentes à Rede Portuguesa de Museus, a Sul de Lisboa. De forma a manter o anonimato as respostas foram classificadas por M= Museu e número atribuído ao entrevistado.

associa; o museu não fica nas suas quatro paredes, digamos assim e tento intervir nesse facto.” (M3)

- “O museu do futuro será uma instituição muito multifacetada, se calhar com valências que ainda não tem hoje. Neste momento já é perfeitamente pacífico a questão dos centros de documentação, os centros multimédia, as livrarias, o merchandising, mas se calhar poderão ter outras componentes do mundo virtual. Hoje as hipóteses tecnológicas são quem sabe alguns museus não introduzem cabeleireiros ou manicuras, são tudo atividades que são centrais ao que é o homem, ao que é o jogo. A necessidade do lúdico, isso está desde sempre na história da Humanidade, a necessidade de competição, do jogo, da brincadeira, do divertimento, do desafio...Os museus fazem parte desse jogo, como os anfiteatros dos estádios também são espaços de lazer.” (M5)

- “O museu do futuro será mais profissional, como todas as áreas da sociedade em que vivemos. Sendo uma área muito vasta haverá sempre incursões amadoras, mas, tal como atualmente, estas terão tendência a profissionalizar-se ou não resistirá. Esta crescente necessidade de profissionalização implica um alargamento dos perfis profissionais, mas que não deverá passar pelo assimilar acrítico de práticas de outras áreas sob pena de descaracterizar e em última análise condenar a Instituição Museológica. O século XX abriu os museus aos públicos e, nas últimas décadas, trouxe os problemas da massificação, da tentativa de competição com a indústria do entretenimento, da introdução de lógicas economicistas, do crescimento descontrolado de autointitulados museus, o século XXI terá de conseguir ultrapassar os ‘problemas de crescimento’ de uma instituição que, nalguns aspetos e particularmente em Portugal, ainda segue modelos oitocentistas” (M8).

-“(...) Ao nível da equipa tem que haver uma maior especialização dos técnicos, nós tínhamos aquele conceito que era o conservador e o guarda, que era o que questionava as coleções, o que salvaguardava as coleções e o guarda que dava o acesso ao museu, neste momento há valências pelo meio extremamente importantes; a valência da comunicação, portanto, as atividades que nós desenvolvemos têm que ser comunicadas para irem junto do público, a valência do marketing, é um produto que tem que ser desejado pelas pessoas. Exige-se logo aí formações técnicas muito específicas.

A questão do merchandising e da rentabilização financeira do museu e não é rentabilização financeira no sentido de ficarmos muito ricos, é para reinvestirmos no museu. Repare todo o trabalho de investigação sobre as coleções, é um trabalho de retaguarda que o visitante de um modo geral nem tem conhecimento disso. Portanto, aí são questões menos visíveis. Eu estava a falar daquelas questões que são mais mediáticas; a existência de uma programação do museu com grande eficácia, de exposições temporárias, atividades específicas, uma série de ofertas que podem ser pensadas mais isto implica que haja a nível da equipa perfis profissionais especializados porque sentimos essa necessidade, na comunicação, no marketing, no merchandising, na planificação das atividades... tudo isso são coisas muito técnicas e que nós hoje em dia ainda as fazemos de uma maneira um bocadinho artesanal. (...) Estas necessidades derivam um pouco da mudança do paradigma em relação à própria situação social contemporânea (...) nós temos que utilizar as mesmas armas de qualquer venda de produto, se quiser; só que o produto que nós vendemos tem esta marca cultural, não é um produto comercializável mas é um produto do qual se tira

mais valias económicas desde logo a possibilidade de fazer uma boa receita com os produtos da loja que poderá reverter depois para o desenvolvimento das atividades do museu ou dos museus, dado que essas receitas vão ‘para cima’. A questão de prestígio do museu que ao se dar a conhecer uma instituição de referência e, portanto, apetecível para acontecimentos. Há uma série de outras valências que vão aparecendo e que têm que ser respondidas de uma maneira muito profissional muito técnica. (...) a nível de interesses públicos as áreas da cultura são sempre as mais desfavorecidas em termos de orçamentos. Nós sabemos a cultura é sempre uma coisa...e por outro lado, se as instituições de cultura conseguirem produzir meios financeiros elas estão a arranjar modos de sustentar o fundo da sua atividade que é de facto fazer investigação, recolha e objetos, garantir que os objetos permaneçam reconhecidos; o seu valor patrimonial e identitário divulgar esses objetos em exposições temporárias, na exposição permanente, em publicações por fora e portanto isso tem um efeito quase ‘bola de neve’, vamos conseguindo fazer. E, portanto, isso pode depois permitir uma cadeia de conhecimento. (...) A questão do turismo aqui é central pelo desenvolvimento de riqueza que produz. O nosso país é um país potencialmente turístico e tem que ser uma vertente muito bem difundida por aí e os museus podem aqui dar contributos; são mais valias para o museu a receção de acontecimentos no museu, visitas para acompanhantes em conferências, fazer programas que integrem e tenham acompanhamentos especiais. Nós aí temos uma mais valia (...) nós aqui ainda temos oportunidade de oferecer um contato mais personalizado com as pessoas e isso é bom porque as pessoas sentem-se cativadas e especialmente bem.” (M21)

- “E então o museu do futuro é um museu que claramente chega ao coração das pessoas, esse é o museu do futuro.” (M22)

- “Esse conceito que os museus são quase centros interpretativos, que hoje estão abertos e que se fecha e ninguém se preocupa é óbvio que não é um conceito viável e está contra a lei portuguesa e internacional, apesar de ser dito por ministros ou seja por quem for, ou por pessoas com muita responsabilidade nesta área.” (M24)

- “Eu espero que seja um museu com mais recursos humanos, com mais flexibilidade para quem esteja no cargo de direção desta casa, com maior possibilidade de poder ter recursos humanos, não digo que seja no conceito tradicional do lugar de quadro como tem sido até aqui mas ter projetos e acho que os museus têm que ter muitos projetos em carteira. O estar à espera que venha visitante abrindo a porta, tem que haver projetos, projetos de estudo com as coleções, de ligação com as Universidades, de ligação mesmo com as escolas. O museu não pode nunca esquecer o seu papel de educador, nós temos um papel importante de educador, seja do turista, seja do visitante geral, temos um papel, somos guardiões de tesouros que aqui estão e estes objetos todos eles contam histórias e portanto nós temos que contar essas histórias e temos que as contar bem e portanto temos que ter um serviço bom, de referência ao nível dessas práticas de educação, que nunca poderá ser só com a prata da casa (...)” (M29).

Sobre o tópico do museu e o seu futuro, assistiu-se a uma forte tendência entre os entrevistados para falar do que identificam como tendências erradas de evolução para o museu do futuro e as principais preocupações que surgiram foram: excessivamente tecnológico, transformação em parque de diversão, gestão empresarial, continuidade de falta de recursos materiais, humanos e financeiros.

Outros entrevistados, pelo contrário, identificaram o museu do futuro com tudo aquilo que gostariam de ter amanhã no seu museu que não existia no presente: equipa mais especializada, mais profissional, introdução de técnicas de marketing e *merchandising*, introdução de serviços complementares, entre outros.

A preocupação com novas fontes de financiamento ou de receitas para a salvaguarda da atividade do museu, e para novos projetos, fica igualmente expressa no discurso dos seus responsáveis.

Estas 11 propostas do conjunto dos 32 museus refletem sobretudo preocupações de aproximação à comunidade residente, criando novos serviços e oportunidades de visita ao museu, mas também chamam a atenção para a necessidade de formas de gestão conjunta e de relacionamento mais flexíveis e informais, que possibilitem criar maior visibilidade ao trabalho do museu e às suas coleções.

Fica claro que existem várias dificuldades na gestão diária destes museus que contribuem para que as prioridades da sua atividade não estejam no turismo ou no turista. A atividade educativa e pedagógica tem como missão privilegiada a relação com a sua comunidade local, que deve ser permanente e duradoura, o que faz do museu sobretudo um espaço de convívio e lazer dessa comunidade, e um repositório das suas memórias.

Como conclusões da análise relativa às entrevistas destacam-se as seguintes ideias:

As principais limitações identificadas dizem respeito ao edifício, à falta de espaço para serviços considerados estruturantes da missão do museu e às suas acessibilidades quer interiores quer exteriores e na envolvente (acesso a pessoas idosas e com deficiência, estacionamento e sinalética), bem como a inexistência de alguns serviços complementares.

■

Outras limitações apontadas: inexistência de estratégia para o setor; dificuldade de comunicação com as tutelas; dificuldades do enquadramento administrativo e legal; escassez de recursos

humanos e de meios financeiros para garantir a atividade.

■

A visão orientada para o visitante não é predominante e tem-se centrado mais na preservação, salvaguarda e conservação. Apenas um dos entrevistados fala na ausência de estratégia de atuação para os museus, ainda que em vários surja a referências à necessidade de desenvolver estudos de visitantes.

■

Sobre a percepção do museu como oferta turística: a maioria assume o museu como componente principal do turismo; como central à oferta turística portuguesa.

■

A integração do turismo no programa museográfico tem passado quase sempre (e em exclusivo) pela tradução do material de divulgação para outros idiomas (predominância do Inglês).

■

O museu emerge largamente como elemento de caracterização da comunidade onde está inserido – elemento de base do conhecimento do território local, regional ou nacional.

■

Turista: é muito associado ao turista estrangeiro, que uns reconhecem como de passagem, fugaz e com pouco interesse, mas apontam como principal motivação o conhecimento, a aprendizagem e a obtenção de maior informação sobre o território onde se encontra.

■

Relação entre os museus e turismo: Para a maioria, a relação atual não é muito positiva e nalguns casos é caracterizada como inexistente, ainda que seja reconhecida a sua importância.

- Museu do futuro: dará maior atenção às pessoas; integrará equipas de menor dimensão e multidisciplinares (flexibilidade e mobilidade); *empresarialização* dos modelos de gestão dos museus.

Retomando a tese de Benediktsson (2004) globalmente a relação entre os museus e o turismo tem uma perceção de “inter-relação” em desenvolvimento, noutros coexistem de forma harmoniosa, mas nalguns identificam-se pontos de incómodo moderado pela má compreensão do papel dos agentes do turismo como mediador cultural ao serviço do público-turista. Sobre os museus no futuro, as conclusões apontam para um museu mais: multifacetado; espaço de lazer; profissional; especializado; personalizado; marketing; mas também espaço de acontecimentos, com necessidades de maior rentabilização financeira e envolvidos em projetos de investigação com universidades.

2.3 As dificuldades e as potencialidades da relação entre os museus e o turismo em Portugal

Em 2002, a ABL Cultural Consulting num trabalho de identificação das necessidades dos museus, promoveu um encontro em que convidou oito profissionais dos museus a desenvolver comunicações de suporte à discussão dos assuntos considerados como principais na gestão dos museus, tendo desenvolvido posteriormente uma matriz das necessidades específicas do setor, procedimento que se adotou para a sistematização da análise que se segue (ABL, 2002).

Para além dos resultados obtidos e da sua análise que se materializa na matriz síntese que consta do Quadro 4, a observação efetuada nos vários museus permite acrescentar que: em relação ao pessoal ao serviço nos diferentes museus fica evidente a necessidade de intervenção em vários domínios sensíveis de contato com o visitante: na chegada e acolhimento – em muitos casos, a atitude do pessoal ao serviço é tímida e muito monossilábica, mas também existem questões essenciais antes de chegar aos museus que têm que ser resolvidas (mapa de acesso ao local, transportes e horários de

funcionamento nalguns casos pouco adequados para um público geograficamente mais distante); em termos de ambiente geral (temperatura, ruídos, odores) não existem casos negativos a assinalar. Todavia, no que diz respeito à comunicação interpessoal são vários os aspetos em que valerá a pena intervir, a título de exemplo, no domínio de línguas estrangeiras (pelo menos duas), torna-se fundamental para a resposta às questões dos visitantes. Acredita-se que este é um obstáculo grande, pois a abordagem ao visitante estrangeiro nalguns casos é evitada pelas dificuldades de comunicação.

Quadro 4 - Análise das oportunidades e ameaças, pontos fortes e pontos fracos

	POSITIVO	NEGATIVO	
	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	Atributos da Organização
	Oferta (museus e turismo)	Oferta (museus e turismo)	
Origem interna	<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade da coleção, do espólio, do pessoal - Qualidade de alguns projetos museográficos - Comunidade residente e comunidade escolar no centro das preocupações - Turista é um conhecedor da história local, museu surge como espaço de referência no território - Tradução de materiais para Inglês - Noite dos museus - Valor semiótico do edifício onde está o museu - Reconhecimento da necessidade de recolher informação sobre os visitantes do museu com frequência 	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas de instalações, recursos humanos e orçamento - Turista é um desconhecido, emerge pelos museus associado ao turismo estrangeiro. - Ausência de estudos de públicos - Gestão muito centrada na coleção - Falta de serviços de apoio e complementares - Público do museu procura cumprir roteiro, procura serviços complementares (WC, souvenirs) - Inexistência de formas de interpretação e apresentação mais interativas e em várias línguas - Cooperação entre os museus e o turismo muito incipiente - Problemas de legendagem e tradução (textos mal concebidos, desadequados aos diferentes públicos, demasiado longos, em poucos idiomas) - Materiais de suporte à comunicação estão desatualizados, ultrapassados e nalguns casos não existem - Necessidade de formação em guias de museus e dos guias 	

		<p>intérpretes para visitas especializadas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tempo e dimensão dos grupos condicionam qualidade a visita - Barreiras à introdução de novas práticas, circuitos e parcerias - Falta de rampas e meios de maior acessibilidade e mobilidade nos museus 	
	<p>Procura (visitantes inquiridos)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconhecem importância da exposição permanente - O museu emerge como espaço de conhecimento, aprendizagem, autenticidade - A qualidade da experiência de visita ao museu é percebida como boa e até como excelente num número interessante de respostas no que diz respeito ao edifício e à sua arquitetura, e à assistência e serviços no local 	<p>Procura (visitantes inquiridos)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de áudio guias - Algumas deficiências na divulgação, comunicação e marketing - Experiência sensorial de visita ao museu é muito visual - As emoções também são pouco envolvidas na visita ao museu - Museu não é visto como espaço de diversão e entretenimento e existem preconceitos sobre o visitante turista - Faltam serviços complementares: restauração e <i>catering</i>, lojas e oportunidade de compras, exposições temporárias, outros eventos 	
<p>Origem externa</p>	<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMEAÇAS</p>	<p>Atributos da Envolvente</p>
	<p>Oferta (museus e turismo)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surgimento de algum trabalho em rede e cooperação com outros setores - Equipas multidisciplinares e mais especializadas - Emergência de novos modelos de gestão preocupados com angariação de fundos - Atividades com maior interação com os públicos - ‘Novo olhar’ sobre o turismo, visto como oportunidade - Emergência de gestão integrada dos recursos (RMA) - Abertura à realização de outros eventos nos museus - Predisposição de ambos os 	<p>Oferta (museus e turismo)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Museu excessivamente tecnológico e tipo parque de diversões - Ausência de oportunidades de interação entre museus e turismo - O público turista é inexistente - Desconhecimento dos públicos dos museus - Ausência de projetos turísticos que englobem museus - Falta de disponibilidade financeira para investir em equipamentos e projetos que introduzam maior interatividade na visita ao museu - Pouca valorização da comunicação com o visitante nas funções do museu 	

<p>setores (museus e turismo) para estreitar relações e cooperar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Turismo visto como oportunidade de ouro para os museus 	<ul style="list-style-type: none"> - Diminuta importância atribuída ao envolvimento dos sentidos na experiência de visita ao museu - Museu é percebido como espaço de aprendizagem e de cultura, desvalorizando a sua função de lazer - Falta de controlo sobre as visitas de grupos nos museus e monumentos - Ausência de planeamento estratégico - Desenvolvimento de práticas de voluntariado nos museus - Excesso de mudanças governamentais
<p>Procura (visitantes)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Os museus são polos de criatividade e de integração da comunidade onde se inserem - Experiência de visita ao museu é identificada como multidimensional - Museus do Estado têm melhorado - Há novos turistas 	<p>Procura (visitantes)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orgânica e modo de funcionamento do sector público dos museus (centralizado e pouco flexível) - Museu concorre com outras ofertas de lazer mais acessíveis e atrativas para o visitante em geral - Falta de novas ofertas e projetos que vão ao encontro dos turistas estrangeiros - Turistas que visitam museus apresentam uma forte motivação cultural e integram a visita ao museu na visita a um número alargado de outros locais - Museu percebido como espaço cultural e pouco multissensorial - Previsão de crise nos principais mercados emissores de turismo e emergência de outros destinos mais baratos

Fonte: Gonçalves, 2013

Há muito para fazer no estreitamento da relação dos museus e do turismo, e na valorização do museu como espaço de emoção e de entretenimento. Como referido, o museu é caracterizado fundamentalmente como um educador, como um repositório de memórias e como um intérprete do território onde está inserido.

Para o visitante o museu é hoje uma instituição mais democrática e acessível, mas existe um número de aspetos físicos do espaço que necessitam de melhorias. Como experiência cultural carece de qualificação de acessos, de sinalética, de transportes, de estabelecer um sistema complementar na relação com os hotéis, com outras atrações, com outros agentes do território. É sobretudo um espaço de contemplação, é um espaço de referência da autenticidade, com uma avaliação muito positiva em termos da qualidade percebida pelo visitante, mas que não é multissensorial e memorável, reconhecendo-se como espaço repositório de objetos privilegiados e visita obrigatória no itinerário turístico.

A relação entre os museus e o turismo não se pode afirmar como aberta nem direta. As campanhas nacionais de promoção do destino Portugal só recentemente começaram a introduzir o património cultural como elemento central de atratividade e o turismo tem-se concentrado nos lugares comuns da cultura portuguesa.

Os museus dão um contributo principal para a compreensão do nosso lugar no mundo, bem como ajudam a explicar o nosso passado, o nosso presente e o nosso futuro. As funções de coleção, preservação e documentação têm vindo a dar lugar à abordagem de gestão dos museus mais centrada nos visitantes. Essa tendência está pouco evidente entre os museus estudados.

Uma gestão baseada na experiência pode acrescentar valor à oferta e uma orientação neste sentido representa a necessidade de conhecer as expectativas e as necessidades de quem visita os museus, mas também os atributos que lhes dão resposta (Quan & Wang, 2004; Morgan, Elbe & Curiel, 2008). Esta atitude apresenta novos desafios para os responsáveis dos museus. Gerar experiências envolve atividades em que os visitantes possam participar ativamente e em que possam utilizar uma perceção sensorial intensiva.

De acordo com Pine e Gilmore para que uma experiência seja memorável entre os princípios fundamentais a que deve responder encontram-se: o tema tem que ser consistente e repetir-se ao longo de toda a experiência; o tema deve integrar elementos positivos e uma simbologia de fácil perceção; os elementos negativos ou outro tipo de distrações - visuais ou auditivas – devem ser eliminados; o produtor ou o fornecedor da experiência deve proporcionar ao visitante a oportunidade de comprar algo que leve para casa (*souvenir* ou algo que

confira tangibilidade à experiência); a experiência deve ser multissensorial (Pine & Gilmore, 1999). Mike Morgan (2006) acrescenta que deve oferecer uma oportunidade de ‘transformação’ e sugere que isto pode ser conseguido através dos aspetos emotivos e de outros elementos do lugar já apontados.

Em regra, as propostas que se baseiam numa análise de comportamento do consumidor são recusadas pelos museus, pois identificam esta abordagem como de mercado e mais orientada para os sectores lucrativos da economia. Uma abordagem que coloca o visitante como um ponto central do museu não deve ser vista como negativa e será inevitável, pois as forças externas ao museu exigem este repensar das instituições museológicas.

O pensamento crítico sobre a temática da investigação é muito baixo e num número elevado de museus, assiste-se à falta de meios para promover a investigação e a avaliação associadas ao “repensar” do museu. Todavia, há oportunidades disponíveis que têm sido pouco consideradas, como é o caso de promover o maior envolvimento pessoal dos responsáveis e diretores dos museus nos estudos dos seus visitantes.

Boylan (2006) alertava para uma tendência da redução da intervenção do setor público no financiamento dos museus e identificava a necessidade dos responsáveis pelos museus adquirirem novas competências em análise e gestão de projetos, em gestão financeira e na gestão da informação, reduzindo a sua disponibilidade para a investigação.

O processo de valorização patrimonial não pode terminar no momento da abertura do espaço ao público, nem circunscrever-se ao espaço em si, há que promover uma valorização contínua e integradora de outros contextos e de outros recursos.

As funções mais tradicionais do museu podem e devem ser desenvolvidas em simultâneo com atividades geradoras de receitas ou com estratégias de marketing capazes de originar novas experiências culturais, mesmo numa realidade de um setor que se caracteriza como não lucrativo.

Para além do melhor conhecimento dos públicos dos museus, o trabalho de investigação que temos vindo a desenvolver, demonstra a emergência de outros desafios do estreitamento da relação entre os museus e o turismo, para que possa afirmar-se como um centro

crescentemente polivalente e multifacetado onde se oferecem experiências, demonstrando-se disponível para testar novas práticas educativas.

Em termos de reorganização das estruturas de gestão e das formas de financiamento dos museus, avizinham-se dias mais difíceis, dado que o desinvestimento do Estado nestas estruturas tem sido evidente e se espera uma retração económica geral, resultante da crise sanitária internacional, que certamente será acompanhada de redução dos mecenias e de patrocínios para apoio à atividade do museu.

O museu tem conhecido diferentes abordagens ao longo dos séculos: de templo de saber, a serviço público, a instrumento educativo, a espaço comercial, a equipamento de lazer e a sua função social tem-se alterado. O museu é tudo isto e muito mais.

Relativamente às tecnologias, não devem ser introduzidas em excesso, nem ter uma base de suporte em interfaces complexos. Para alguns entrevistados e para os turistas, a interação humana parece surgir como uma forma mais interessante ao serviço dos vários segmentos de públicos. Todavia, públicos mais jovens parecem privilegiar dinâmicas de maior interatividade na relação com os conteúdos expositivos e nomeadamente os meios tecnológicos e existem algumas experiências interessantes a acontecer internacionalmente, como é o caso da experiência imersiva da pintura da *Virgem das Rochas* de Leonardo da Vinci que a *London National Gallery* anunciou publicamente na comunicação social, que passaria a ser possível visualizar as alterações feitas no quadro recorrendo a técnicas mais recentes (mapas de fluorescência de raios X macro e imagética de infravermelhos e híper espectral), possibilitaram a visualização de alterações feitas pelo artista em relação ao desenho inicial.

Um dos grandes desafios do turismo cultural e patrimonial prende-se com as formas de reconstrução do passado através da interpretação (Nuryanti, 1996). Segundo Herbert (1989) a interpretação não trata apenas da descrição de factos históricos, mas também é responsável pela conceção da compreensão ou da resposta emocional, aumentando a valorização, o interesse (*awareness*) e o divertimento.

Retomando o trabalho de Stephany Cary (2004) que introduz o conceito de “tourist moment” e que salienta a efemeridade da relação

que o turista estabelece com o espaço que visita, fazendo depender o efeito marcante e memorável dessa experiência, da capacidade dos locais e das experiências para gerar descoberta e sentimento de pertença junto do visitante, introduz-se assim uma mudança na abordagem teórica do estudo do sujeito-turista, que surge crescentemente como interveniente com responsabilidade no resultado final na experiência turística. Desta forma, os discursos sociológicos e antropológicos, que colocam a autenticidade dos objetos e dos artefactos como elementos essenciais para a qualidade da experiência turística parecem perder força, assumindo-se que os conceitos como a novidade, a interatividade e a multissensorialidade são determinantes principais na experiência turística de visita ao museu.

O momento turístico emerge como uma experiência espontânea de autodescoberta e de pertença comum, assumindo um papel central na moldagem da experiência. Todavia, a investigação que se desenvolveu demonstra que a visita ao museu emerge como a experiência do autêntico e que o turista e o visitante em geral, permanecem espetadores pouco ativos na experiência de visita ao museu, uma vez que o museu não integra de forma explícita uma orientação para a experiência e para o seu resultado.

A problematização do turismo em locais patrimoniais tem permanecido demasiado circunscrita às questões de autenticidade do património, esquecendo o indivíduo e o seu contributo para um processo de experimentação, de interpretação e de construção da experiência. A análise das entrevistas e da própria mesa redonda permitiu perceber que a relação entre os museus e o turismo, de acordo com a proposta de Benediktsson (2004) é percebida como uma inter-relação em desenvolvimento, constatando-se que nalguns casos existia uma verdadeira ignorância harmoniosa.

Alguns estudos também começam a surgir na área da mediação cultural procurando perceber qual a importância do elemento humano para a qualidade da experiência.

As abordagens de investigação futuras deverão ser mais integradoras, sob pena de se continuar a discutir aspetos isolados da experiência turística e da experiência de visita ao museu, perdendo uma visão de conjunto.

A grande questão que se parece evidenciar dos museus da administração central e de administração local é efetivamente um problema de gestão, que não tem que ver com quem gere, mas com o que se gere e para quem se gere (ou seja, também como se gere).

As abordagens próximas do território e dos seus recursos tendem a constituir-se como um estímulo à diversidade cultural, assim como, a proximidade espacial entre vários recursos turísticos, culturais e patrimoniais podem potenciar a constituição de *clusters* nas áreas do turismo e do lazer, afirmando-se como ofertas diferenciadoras dos destinos turísticos. Estas aglomerações de recursos também são boas oportunidades para a construção de economias nas operações destes espaços e equipamentos, que por sua vez, trazem ganhos de atratividade para o turismo. Aalst e Boogaarts (2002) discutem como os *clusters* baseados nos museus se constituem como estratégias de sucesso e como quase todas as grandes cidades apostaram nos museus como forma de regeneração dos seus centros urbanos e de revitalização das suas economias. Estes autores introduzem a noção de “entertainment hub” e defendem que a concentração física dos museus e de outros equipamentos e atrações possuem vantagens: partilha de infraestruturas; transportes públicos; acessibilidades; e maior capacidade de resposta multi-funcional a diferentes audiências e necessidades (Aalst and Boogaarts, 2002).

A constituição de redes, de itinerários, de rotas, tem em regra na sua base a resposta a uma dupla necessidade: a da valorização e preservação de património e de identidades locais; e a redução ou economia de recursos e de custos (nomeadamente, em termos de esforços de marketing).

Num primeiro momento os esforços de aproximação entre estas duas áreas tinham um carácter assumidamente de preservação dos recursos culturais e patrimoniais, hoje assiste-se a uma aliança estratégica que inclui trabalho em rede e planeamento integrado para o desenvolvimento do turismo cultural e de novas oportunidades de lazer, mas também como bandeira diferenciadora e identitária dos locais, num mundo cada vez mais global.

Em regra, os agentes do turismo centram o seu discurso na questão económica, pois é a forma mais fácil de convencer sobretudo os responsáveis políticos, mas na verdade existem outras dimensões desta realidade.

Todavia, a dimensão económica tem vindo a assumir uma importância crescente nas tomadas de decisão dos museus e dos seus responsáveis. Aos curadores e gestores da atualidade exigem-se novas competências que incluem: gestão e análise de projetos; gestão financeira; gestão da informação; que deverão integrar propostas continuadas de formação com vista ao desenvolvimento profissional destas competências (Boylan, 2006; Semedo, 2003 e 2004; entre outros). Existem vários meios disponíveis que possibilitam conciliar a ação dos museus, com a sobrevivência financeira e uma melhor resposta às necessidades dos seus visitantes, mas os museus parecem trabalhar excessivamente de forma isolada. A produção de eventos e a introdução de novas tecnologias são as formas mais utilizadas para a integração das novas atitudes na sua gestão.

No caso particular do turismo, renovamos a necessidade de implementação de um sistema de monitorização e de avaliação das experiências turísticas e culturais com base em diferentes técnicas de investigação, mas também a necessidade de instrumentos de planeamento e de estratégias integradas, que deem lugar a visitantes satisfeitos, enriquecidos e envolvidos com as mensagens do museu.

O grande problema que resulta da elaboração de propostas é que quase todas requerem investimento inicial num momento de grande retração na despesa pública e numa realidade museológica muito dependente do setor público, em que as prioridades são o estudo, a documentação e a preservação da coleção, e com pouca flexibilidade para parcerias com o sector privado devido à legislação e normativo em vigor.

A consciência da necessidade de adaptação às novas tendências existe entre os vários responsáveis, mas falta-lhes saber como pôr em prática e concretizar aquilo que ainda não passa de discurso.

Os modelos discutidos, as orientações apontadas e as práticas propostas, para uma valorização da experiência turística nos museus portugueses resultam de uma análise de fora para dentro, e têm por base uma abstração em relação à realidade concreta, pelo que o contributo desta investigação será sobretudo ao nível dos princípios gerais que daqui resultam.

A capacidade de gerar sentimentos e criar imagens inesquecíveis nas memórias daqueles que nos visitam, transforma os lugares em espaços únicos e inimitáveis; o património cultural, os

museus e os seus objetos têm com frequência uma áurea, um valor simbólico, que é um facilitador importante destes momentos, que exigem um esforço concertado e sustentado que transcende a atividade compartimentada e isolada, que no presente caracteriza a relação entre os museus e o turismo.

Os museus no futuro tenderão a ser crescentemente espaços de cultura viva e criatividade.

3 Conclusão: Museus, Turismo e o Futuro – perspectivas de investigação e desenvolvimento

Neste momento será fundamental afirmar que toda investigação possui forças e fraquezas, pois decorre num determinado momento e sujeita a condicionantes que resultam de opções metodológicas, de recursos e de vontades que nem sempre o investigador consegue determinar em absoluto. Em 2009, num artigo publicado sobre o museu como polo de atração turística afirmávamos: “O museu do futuro deve ser um espaço de reflexão, que se auto questiona permanentemente e que por isso acompanha as dinâmicas do seu território e da sua comunidade, tendo noção das suas limitações.” (Gonçalves, Ramos & Costa, 2009: 112), ao que hoje se acrescenta que será um espaço multifacetado e interativo, onde acontece investigação, lazer, mas também eventos. Que se procura mais profissional e com contatos mais personalizadas, e respostas mais especializadas.

Num balanço da investigação desenvolvida destacam-se os seguintes pontos numa avaliação dos prós e contras do trabalho desenvolvido, e do contributo para o campo empírico e para o conhecimento em turismo que se crê que resulta da tese desenvolvida e que consiste: a introdução do conceito de experiência turística no estudo científico aplicado ao turismo e aos museus em Portugal; a abordagem dupla - pelo lado da oferta e da procura - ao estudo do fenómeno turístico nos museus (visão holística do fenómeno turístico), ainda que aqui tenhamos feito uma análise centrada na oferta; a identificação a partir dos profissionais dos museus e do turismo, de várias parcerias e propostas de ação potenciais na relação entre os dois sectores: museus e turismo. Outra das originalidades deste trabalho reside na abordagem pela experiência. Conceito que muito

recentemente ganhou importância pelos efeitos que teve na renovação da teoria económica, em que a abordagem se passa a centrar nos benefícios expectáveis por parte dos indivíduos em relação aos “produtos” que consomem, numa valorização crescente de fatores intangíveis e das memórias que conseguem retirar desses consumos (Pine & Gilmore, 1998).

A partilha de conhecimento entre o turismo e os museus será fundamental para o diálogo entre estas duas áreas e o seu sucesso dependerá da discussão conjunta de formas de trabalho em equipa, para que se possam determinar e alcançar objetivos comuns que resultem em reflexos positivos junto das comunidades locais. A predisposição neste sentido coexiste entre os atores do museu e os atores do turismo.

Uma última palavra para o momento atual e para a imprevisibilidade do momento seguinte. Os museus enquanto destinos culturais foram particularmente afetados com a Pandemia e um Relatório da UNESCO de maio de 2020 revela que 90% fecharam e 10% reconheceram que podiam não voltar a reabrir¹⁶. Os museus, tal como um número expressivo de equipamentos culturais, consagram as receitas geradas pelos seus visitantes nos seus orçamentos para o desenvolvimento de atividades, que agora ficaram sem efeito. Neste ponto os museus de propriedade privada serão aqueles que apresentam maiores fragilidades¹⁷, mas também todos os outros que dependem das receitas de bilheteira, da organização de eventos e de aluguer de espaços para reforçarem os seus orçamentos.

O estudo da UNESCO demonstra que nem todos os continentes tiveram a capacidade de adaptação, pela utilização de recursos digitais previamente desenvolvidos (museus virtuais, coleções online, exposições online), pela digitalização de atividades nos períodos de emergência (concertos e conversas online), pelo aumento da atividade nas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, como meios para oferecer conteúdos específicos, até com envolvimento das equipas dos museus), ou até pela criação de projetos originais e especiais, para este período de encerramento total (ex. “cocktail with the curators” na

¹⁶ UNESCO (2020) *Museums around the World in the face of Covid-19*. 31 p.

¹⁷ O estudo é de âmbito mundial e incluiu todos os continentes.

Frick Collection, em Nova Iorque). África emerge como o continente com maior ausência de atividades online.

Nas atividades programadas pelos museus existe, à semelhança de outras áreas da cultura, um número significativo de profissionais que trabalha em regime de prestações de serviços, que viram a sua atividade desaparecer neste período de isolamento total, sem que tenha acontecido uma transferência para uma oferta digital ou reprogramação.

A nível institucional e associativo assistiu-se igualmente, a nível global, a uma mobilização do ICOM (Conselho Internacional dos Museus) e da Ibermuseos, e de outras organizações internacionais, para a oferta de um número superior a 800 atividades de *webinars*, reuniões, conversas, que procuraram discutir o futuro, os desafios colocados pelo Covid-19, mas também outras temáticas do setor.

Os museus possuem um poder fundamental no campo cultural que se deseja reforçado. Os museus são ferramentas principais de educação, de promoção de bem-estar das populações, de preservação da memória cultural e artística, mas são também promotores principais da diversidade e da inclusão, pelo que, a sua ação presente e futura deve reinventar-se e integrar a dimensão digital.

O reencontro com a cultura e com os museus é necessário, pois são um bem essencial da Humanidade. O museu do futuro continuará a ser um espaço privilegiado de representação da cultura e da identidade de um território, ou de uma comunidade.

Bibliografia

Aalst, I. e Boogaarts, I. (2002). From Museum to Mass Entertainment. The Evolution of the role of museums in cities. *European Urban and Regional Studies*, 9 (3), 195-209.

ABL Cultural Consulting (2002) A Report by the Heritage Lottery Fund and Resource: UK Museums Needs Assessment, Australia: Australian Heritage Commission.

Amirou, R. (2005). Pour une culture du tourisme. Chaspoul, C. (ed.) *Musées & Tourisme*, Col. «Les Cahiers Espaces», Paris: Éditions Touristiques Européennes, 29-33.

Aurindo, M.J. e Machado, C. (2016). MUVITUR@ (virtual museum of tourism): a new approach to tourism history. *Journal of Tourism History*, 8:3, 300-309, DOI :10.1080/1755182X.2017.1288763.

Benediktsson, G. (2004). *Museums and Tourism*. Dissertação de Mestrado, International Museum Studies, Goteborgs Universitet.

Boylan, P. (2006). Current Trends in Governance and Management of Museums in Europe. Genoways, H. (ed.) *Museum Philosophy for the Twenty-first Century*. Lanham: Altamira Press, 201-219.

Boniface, P. & Fowler, P. (1993). *Heritage and Tourism in The Global Village*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Bremner, C. e Bernadet, L. (2017). The Museum of the Future: a sedimentary cloud. *The Design Journal*, 20: sup1, S3560-S3568. DOI : 10.1080/14606925.2017.1352858.

Cary, S. (2004). The tourist moment. *Annals of Tourism Research*, 31 (1), 61-77.

Chaspoul, C. (ed.) (2005). *Musées & Tourisme. Musées & Tourisme*. Col. «Les Cahiers Espaces», Paris: Éditions Touristiques Européennes.

Desvallées, A. (2003). Que futuro para os museus e para o património cultural na aurora do terceiro milénio?. *Lugar em Aberto - Revista da APOM*, 46-75.

Dietrich, J. (2003). Oficina do olhar – a abordagem histórico-cultural na construção de uma pedagogia dos museus. *Lugar em Aberto, Revista da Associação Portuguesa de Museologia*, 76-101.

Dredge, D. (2004). Development, economy and culture: Cultural heritage tourism planning, Lianzhu, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9 (4), 405-422.

Falk, J. & Dierking, L. (2000). *Learning from Museums. Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Lanham: Altamira Press.

Garcia, N. (2003). *O museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*. Coleção Práticas, Instituto Politécnico de Coimbra, Coimbra.

Greffe, X., Krebs, A. & Pflieger, S. (2017) The future of the museum in the twenty-first century: recent clues from France. *Museum Management and Curatorship*, 32:4, 319-334, DOI:10.1080/09647775.2017.1313126.

Ginsburgh, V. & Mairesse, F. (1997). Defining a Museum: Suggestions for an alternative approach. *Museum Management and Curatorship*, 16, 15-33.

Gonçalves, A., Ramos, F. & Costa, C. (2009). O museu como pólo de atracção turística, *Revista EXEDRA*, Instituto Politécnico de Coimbra. Recuperado em 7 de janeiro, 2017, de: <http://exedra.esec.pt/docs/S-tur/05-alexandra++118.pdf>, 77-117.

Gonçalves, A. (2013). *A cultura material, a musealização e o turismo*. Tese de Doutoramento. Universidade de Évora. Recuperado em 7 de janeiro, 2017, de: <http://hdl.handle.net/10400.1/3155>.

Gonçalves, A. (2017). *Museus, Turismo e Sociedade – uma reflexão*. *Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR*, Penedo, 7(3), 26-67. Recuperado em 8 de Maio, 2018, de: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>, DOI 10.2436/20.8070.01.63.

Greffe, X., Krebs, A. & Pflieger, S. (2017) The future of the museum in the twenty-first century: recent clues from France. *Museum Management and Curatorship*, 32:4, 319-334, DOI: 10.1080/09647775.2017.1313126.

Grupo de Projeto Museus no Futuro - GPMF (2020) Sumário Executivo (versão preliminar). Recuperado em 01 de Agosto, 2020, de: <https://icom-portugal.org/wp-content/uploads/2020/07/Relatório-Museus-no-Futuro-07-07-2020.pdf>.

Hatcher, S. (2005). *Why market? Exploring Resistance to Marketing and Ways in Which Museums can Market their Organization*. Dissertação de Mestrado, Oregon: Universidade de Oregon, Estados Unidos da América.

Hernández, J. e Tresseras, J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona: Ariel Turismo.

ICOM (2019). *Museum Definition, Prospects and Potentials (MDPP) report and recommendations*. Recuperado em 7 de julho, 2019, de: https://icom.museum/wp-content/uploads/2019/01/MDPP-report-and-recommendations-adopted-by-the-ICOM-EB-December-2018_EN-2.pdf.

Komarac, T. (2014) A new world for Museum Marketing? Facing the old dilemmas while challenging new market opportunities, *Trziste*, XXVI, 2, 199-214.

Morgan, M. (2006). Making space for experiences. *Journal of Retail & Leisure Property*, 5, (4), 305-313.

Morgan, M., Elbe, J. & Curiel, J. (2008). Has the experience economy arrived? A comparison of three visitor-dependant areas. TTRA Europe Charter Conference, Recuperado em 10 de Outubro, 2008, de: <http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/events/prague08/papers/Morgan.pdf>.

Nabais, A. (1993). *Museus na Actualidade*. R.-Trindade, M.^a Beatriz (ed.) *Iniciação à Museologia*. Lisboa, Universidade Aberta, 65-76.

Nuryanti, W. (1996). Heritage and Post modern Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 249-260.

O'Neil, M. (2006). Essentialism, adaptation and justice: Towards a new epistemology of museums. *Museum Management and Curatorship*, 21, 95-116.

OECD (2014) *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, Recuperado em 1 de maio, 2016, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>.

OMT (2001). *Cultural Heritage and Tourism Development. A report on the international conference on Cultural Tourism*. Madrid: OMT, 85-102.

Pine, J. e Gilmore, J.H. (1999) *The experience economy: Works is a theatre and every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.

Poulot, D. (2005). *Musée et Muséologie*. Paris: Éditions La Découverte.

Prentice, R. & Beeho, A. (1997). Conceptualizing the experience of heritage tourists: a case study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism Management*, 18 (2), 75-87.

Semedo, A. (2004). Da invenção do museu público: tecnologias e contextos. *Revista da Faculdade de Letras Ciências e Técnicas do Património*, I (3), 129-136.

Semedo, A. (2006). Museus: políticas de representação e zonas de contacto. *Boletim Trimestral da Rede Portuguesa de Museus*, Dezembro de 2006, 3-6.

Silva, S. (2006). Museus e Públicos: estabelecer relações, construir saberes. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, (5), Universidade de Aveiro, Aveiro, 161-167.

Soares Neves, J. & Alves dos Santos, J. (2001). Museus Portugueses: Evolução recente do seu levantamento (1999-2001). *Boletim Trimestral da Rede Portuguesa de Museus*, Junho de 2001, 10-12.

Soares Neves, J. & Alves dos Santos, J. (2006) Aspectos da Evolução dos Museus em Portugal no período 2000-2005. *Boletim Trimestral da Rede Portuguesa de Museus*, Dezembro de 2006, 4-7.

Legislação:

Decreto-Lei n.º 178/2019, Regime jurídico de gestão dos museus, monumentos e palácios, Diário da República n.º 108/2019, 1ª Série de 2019-06-05, 2880-2887.

Despacho normativo n.º 9/2019, Programa de Apoio a Museus da Rede Portuguesa de Museus – Promuseus, Diário da República n.º 64, 2ª Série, de 2019-04-01, 10188-10192.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 35/2019, “Cria o grupo de projeto para os «Museus no Futuro»”, Diário da República n.º 34/2019, 1ª Série de 2019-02-18, 1272 – 1274.

A CONSERVAÇÃO NA FORMAÇÃO DO MUSEÓLOGO: INTERDISCIPLINARIDADE ENTRE OS CAMPOS DA MUSEOLOGIA E DA CONSERVAÇÃO NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO E PÓS- GRADUAÇÃO EM MUSEOLOGIA NO BRASIL

Sura Souza Carmo

Universidade Federal de Sergipe, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-3426-7593>

Marcus Granato

Museu de Astronomia e Ciências Afins, Brasil
<https://orcid.org/0000-0003-1616-9313>

1 Introdução

Relíquias de santos da Igreja Católica, animais empalhados do Novo Mundo, esculturas encontradas em Herculano, retábulos flamengos ou instrumentos científicos do século XX e uma imensidão de artefatos e objetos naturais, todos podem ser considerados objetos museológicos e objetos de conservação, em função do caráter subjetivo da musealização e do que caracteriza os objetos da conservação (Munhoz-Vinhas, 2005). A ação de colecionar realizada por clérigos, monarcas, burgueses, curadores ou pessoas comuns se relaciona ao ato de compreender o mundo através de seus fragmentos materiais. Ao colecionar, o homem ordena, cataloga e conserva objetos que considera importantes para a compreensão e registro da realidade, auxiliando na elaboração de determinados discursos e narrativas. A história do surgimento dos museus e das ações preservacionistas de objetos e monumentos históricos (edifícios, chafarizes, etc.), nos séculos XVIII¹⁸ e XIX, está intimamente ligada à ideia de perpetuação de

¹⁸ No século XVIII temos o surgimento do *British Museum* e do *Musée du Louvre*, que marcam o surgimento dos museus públicos modernos. No âmbito da Conservação, temos o *Capitolato*, um manual de instruções, escrito por Pietro Edwards em 1777, para supervisionar a renovação das obras de arte venezianas. Sobre o assunto e o documento ver: (Muñoz-Viñas, 2005; Choay, 2011).

um bem e que tem relação direta com a atribuição de valores diversos como o artístico, o estético, o histórico, o científico, o de uso, o de pesquisa, o educacional, o de antiguidade, o sentimental, o documental, o monetário, dentre outros – num ato de reflexão humana que articula aspectos desse bem com os contextos pelos quais transitou e que possuem características intangíveis, em sua maioria (Appelbaum, 2007). Nesse contexto, em que artefatos e objetos naturais são selecionados, inseridos em museus e passam a ser objeto da conservação, se insere a análise e discussão que serão aqui realizadas e que têm por objetivo observar a importância da Conservação na formação do museólogo através da compreensão da histórica interdisciplinaridade entre a Museologia e a Conservação, tendo como objeto de análise as grades curriculares dos cursos de Graduação e Pós-Graduação em Museologia no Brasil.

Os museus, em uma perspectiva Moderna, foram concebidos como espaços destinados a guardar os tesouros da nação, desenvolvendo atividades de documentação, conservação e comunicação. A conservação esteve presente desde a formação dos primeiros museus, através de princípios de estabilização de coleções, sobretudo de origem artística e arqueológica. O possível embrião da atividade prática da Museologia encontra-se no mesmo período de importantes descobertas arqueológicas na Europa e a necessidade de preservar objetos oriundos de escavações. A obra *Museographia*, escrita em latim pelo comerciante hamburguês Caspar Friedrich Neickel, em 1727, segundo Adelaide Duarte (2007), pode ser considerada umas das primeiras publicações do campo da Museologia, um tratado enciclopedista que apresentava especificações museográficas para melhor conservação, pesquisa e visualização das coleções. A publicação deve ser entendida como um manual de instruções para objetos de coleções, pois as denominadas “antiguidades”, quando oriundas de escavações arqueológicas, possuíam maior fragilidade por causa da retirada *in situ* constituindo-se um grande desafio na época e ainda hoje¹⁹.

¹⁹ A problemática da conservação de coleções arqueológicas tem sido alvo de importantes estudos por museólogos, arqueólogos e profissionais de outras áreas que atuam no campo da preservação do patrimônio cultural. Pesquisas amparadas em análises de laboratórios e com equipamentos com alta

No âmbito da história da Museologia e da Conservação, pesquisadores têm se esforçado para compreender as atividades como exercidas desde a Antiguidade, contudo, a cientificidade de ambos os campos é uma construção recente. Sobre a longínqua ação de conservar, Yacy-Ara Froner relata que “quando um ceramista grego refazia a alça de uma ânfora partida ou mesmo quando um monge retocava iluminuras medievais, a prática da restauração encontrava-se presente”, entretanto, com o passar do tempo “a atuação desses profissionais tornou-se mais especializada à medida que grandes coleções privadas e públicas foram sendo formadas, tornando-se mais extensivas e organizadas e constituindo-se enquanto um patrimônio financeiro”, causa determinante e que liga a conservação ao colecionismo pela contratação de “pessoal capacitado para a manutenção desses acervos” (Froner, 2005, p. 1).

Para o desenvolvimento do tema, inicialmente, é necessário apresentar algumas definições de conceitos relacionados aos campos da Museologia e da Conservação. O principal ato da Museologia é a musealização de um bem cultural entendida como “um trabalho de **preservação** (seleção, aquisição, gestão, **conservação**), de pesquisa (e, portanto, de catalogação) e de comunicação (por meio da exposição, das publicações, etc.)” ou ainda “das atividades ligadas à seleção, à indexação e à apresentação daquilo que se tornou *musealia*” (Desvallées & Mairesse, 2013, p. 58, grifo nosso). Desse ponto de vista, compreende-se a preservação como um instrumento de transmissão que “consiste em qualquer ação que se relacione à manutenção física” de um bem cultural e também “qualquer iniciativa que esteja relacionada ao maior conhecimento sobre o mesmo e sobre as melhores condições de como resguardá-lo para as futuras gerações” (Pinheiro & Granato, 2012, p.31). Para Pinheiro e Granato, “as

complexidade tem sido frequente nas ações de conservação do patrimônio arqueológico. Ver em: Campos, G. do N. & Granato, M. (2015). **Cartilha de Orientações Gerais para Preservação de Artefatos Arqueológicos Metálicos**. Rio de Janeiro: MAST. Campos, G., & Granato, M. (Org.). (2017). **Preservação do patrimônio arqueológico: desafios e estudos de caso**. Rio de Janeiro: MAST. Dias, M. P. (2014). Novos Métodos Curatoriais Aplicados aos Materiais Arqueológicos: da intervenção ao acervo. **Revista LEPA**, 1, p.103-111. Recuperado em 19 abril, 2020, de <http://coral.ufsm.br/lepa/revista/rev1/rev1art7.pdf>.

definições de conservação giram em torno de procedimentos para manter a integridade de um objeto que tem importância histórica, artística e/ou científica”, afirmando que “todos os objetos têm um tempo finito de existência e a conservação e a restauração têm por objetivo primordial ampliar esse tempo, de forma a permitir a passagem de documentos selecionados para as gerações futuras” (Pinheiro & Granato, 2012, p. 33).

No âmbito deste artigo, para análise das nomenclaturas de disciplinas e ementas da graduação e pós-graduação em Museologia, compreendem-se as definições de preservação, conservação e restauração de Pinheiro e Granato (2012), citados anteriormente, e as do Conselho Internacional de Museus, através de seu Comitê de Conservação (ICOM-CC). Essas definições produzidas pelo ICOM-CC tem destaque devido ao carácter internacional e amplo de suas aceções além do uso destas por profissionais de Museologia e de Conservação no Brasil. A partir da Resolução aprovada pelos membros do ICOM-CC durante o 15.º Encontro Trienal, ocorrido em Nova Dehli, em setembro de 2008, temos as seguintes definições:

Conservação-restauro – Compreende todas as medidas ou acções que tenham como objectivo a salvaguarda do património cultural material, assegurando a sua acessibilidade às gerações presentes e futuras. A conservação-restauro compreende a conservação preventiva, a conservação curativa e o restauro. Todas estas medidas e acções deverão respeitar o significado e as propriedades físicas dos bens culturais.

Conservação preventiva – Compreende todas as medidas e acções que tenham como objectivo evitar ou minimizar futuras degradações ou perdas de leitura e de material, partindo do contexto ou ambiente circundante de um bem cultural ou, mais frequentemente, de um conjunto de bens, independente da sua condição ou idade. Essas medidas e acções são indirectas pois não interferem com os materiais nem com a estrutura dos bens, e não modificam a sua aparência.

[...]

Restauro – Compreende todas as acções exercidas de forma directa sobre um bem cultural em condição estável que tenham como objectivo melhorar o seu usufruto, compreensão e uso. Estas acções só deverão ocorrer quando o bem patrimonial tiver perdido parte do seu significado ou função, na sequência de degradações ou alterações anteriores, e têm como princípio o respeito pelo material original. Normalmente, essas acções modificam a aparência do bem (ICOM-PT, 2008, p. 1-2)

Ainda relacionado às definições do ICOM, é necessário observar que os museus são caracterizados como instituições culturais que possuem, entre outras atribuições, a tarefa de conservar os bens culturais. De acordo com o Código de Ética para Museus do ICOM, os museus “**preservam**, interpretam e promovem o patrimônio natural e cultural da humanidade” sendo “responsáveis pelo patrimônio natural e cultural, material e imaterial. As autoridades de tutela e todos os responsáveis pela orientação estratégica e a supervisão dos museus têm como primeira obrigação **proteger** e promover este patrimônio” (ICOM-BR, 2009, p. 12, grifo nosso). Na definição de museus do ICOM, em constantes divergências e revisões, é possível observar, de maneira constante, a inclusão da conservação. Dessa forma, a definição de museu mais recente do ICOM afirma que:

O museu é uma instituição permanente sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, **conserva**, investiga, expõe e transmite o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio com fins de educação, estudo e deleite. (ICOM, 2007, grifo nosso).

Relacionado ao contexto brasileiro, a Lei 7.287 de 18 de dezembro de 1984, que regulamenta a profissão de museólogo, no art.3º - parágrafo V, inclui entre as atribuições da profissão de museólogo “coletar, **conservar**, preservar e divulgar o acervo

museológico” (Brasil, 1984, grifo nosso), assinalando o caráter de preservação de bens culturais como uma das prerrogativas da profissão. Assim, esperando contribuir para a discussão do tema, este artigo busca observar a interdisciplinaridade entre os campos da Museologia e da Conservação na formação acadêmica de museólogos, no domínio da graduação e da pós-graduação *stricto sensu*, pois na conceituação de museus, no código de ética do profissional de museus e no documento regulamentador da profissão essa relação é explícita.

2 Campos distintos, contudo entrelaçados

Diversas Ciências Humanas, em contraposição às Ciências Exatas e da Natureza, tiveram seu surgimento atrelado à compreensão do Homem enquanto ser social e as mudanças ocasionadas pela Segunda Revolução Industrial, além de outros fatos marcantes do século XIX e início do século XX. Ciências como a Antropologia, História, Sociologia, Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia e Conservação são exemplos estruturados ou em consolidação fruto deste contexto. A Museologia e a Conservação são entendidas aqui enquanto campos. As definições de campo e de campo científico utilizadas são pautadas nas reflexões de Pierre Bourdieu. Entende-se por campo “um mundo social como os outros, mas que obedece a leis sociais” e que é mais ou menos específico de acordo com a sua autonomia (Bourdieu, 2004, p. 20). O campo possui “princípios específicos de percepção e de apreciação do mundo natural e social e das representações”, sendo dotado de linguagem própria, a linguagem do campo, que define suas fronteiras e lhe confere “sentido e valor” (Bourdieu, 2010, p. 22). O conceito de autonomia é fundamental para compreender a noção de campo de Pierre Bourdieu e para pensar os campos científicos da Museologia e da Conservação.

Para Bourdieu, “quanto mais autônomo for um campo, maior será o seu poder de refração e mais as imposições externas serão transfiguradas, a ponto, frequentemente, de se tornarem perfeitamente irreconhecíveis”, afirmando ainda que “o grau de autonomia de um campo tem por indicador principal seu poder de refração, de retradução” (Bourdieu, 2004, p. 22). A heteronomia (ausência de autonomia) de um campo pode ser percebida quando, segundo o autor, “problemas exteriores, em especial os problemas políticos, aí se

exprimirem diretamente” (Bourdieu, 2004, p. 22), enquanto que um campo autônomo não sentirá problemas sociais de forma aguda. Bourdieu salienta o problema da dicotomia entre “ciência pura” versus “ciência escrava”, como algo a ser evitado, que atinge diversos campos científicos:

É preciso escapar à alternativa da ‘ciência pura’, totalmente livre de qualquer necessidade social, e da ‘ciência escrava’, sujeita a todas as demandas político-econômicas. O campo científico é um mundo social e, como tal, faz imposições, solicitações etc., que são, no entanto, relativamente independentes das pressões do mundo social global que o envolve. De fato, as pressões externas, sejam de que natureza forem, só se exercem por intermédio do campo, são mediatizadas pela lógica do campo (Bourdieu, 2004, p. 21).

Ainda é necessário, no corpo deste capítulo, definir campo científico, entendido por Bourdieu como “um espaço em que agentes ou instituições ocupam uma posição adquirida em disputas históricas para obter a autoridade científica” sendo para o autor também um lugar de luta (Bourdieu, 1983, p. 136). Dessa maneira, compreendemos a Museologia e a Conservação como campos “de forças e de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (Bourdieu, 2004, p. 22), sendo necessário ainda compreender os princípios do campo e local que ocupam na estrutura – determinada “pela distribuição do capital científico num dado momento”, que é realizada pelos “agentes” que através do seu capital “determinam a estrutura do campo em relação ao seu peso” (Bourdieu, 2004, p. 24). Os agentes apontados por Bourdieu são indivíduos ou instituições, sendo observada, neste capítulo, a construção histórica da interdisciplinaridade entre Museologia e Conservação, inicialmente no âmbito das instituições museológicas e, por último, nas universidades, especificadamente no ensino de Museologia no Brasil.

O conceito de interdisciplinariedade, de acordo com Japiassu, se caracteriza pela “intensidade das trocas entre os especialistas e pelo grau de integração real das disciplinas, no interior de um projeto

específico de pesquisa” (Japiassu, 1976, p. 74). A escolha por Bourdieu e Japiassu relaciona-se aos autores se contraporem ao equívoco de superioridade da “ciência pura” e ao estudo compartimentado, questão também defendida por Ivani Fazenda (2011). Japiassu argumenta que “a colaboração entre as diversas disciplinas ou entre os setores heterogêneos de uma mesma ciência conduz a interações propriamente ditas”, ou seja, “existe certa reciprocidade nos intercâmbios, de tal forma que, no final do processo interativo, cada disciplina saia enriquecida” (Japiassu, 1976, p. 75). Para Fazenda, a interdisciplinaridade está pautada em um “trabalho em comum tendo em vista a interação das disciplinas científicas, de seus conceitos e diretrizes, de suas metodologias, de seus procedimentos, de seus dados e da organização de seu ensino” (Fazenda, 2011, p. 34). De forma semelhante, Japiassu e Marcondes definem a interdisciplinaridade como:

Método de pesquisa e de ensino suscetível de fazer com que duas ou mais disciplinas interajam entre si, esta interação podendo ir da simples comunicação das idéias até a integração mútua dos conceitos, da epistemologia, da terminologia, da metodologia, dos procedimentos, dos dados e da organização da pesquisa, [...] nova etapa do desenvolvimento do conhecimento científico e de sua divisão epistemológica, e exigindo que as disciplinas científicas, em seu processo constante e desejável de interpenetração, fecundem-se cada vez mais reciprocamente. (Japiassu & Marcondes, 1991, p. 136).

De acordo com Japiassu (1976) e Fazenda (2011), a interdisciplinaridade pode ocorrer tanto na teoria quanto na prática, envolvendo a criação de novos conteúdos e de novos métodos. Tal afirmativa aplica-se aos campos da Museologia e da Conservação, visto o caráter indissociável que a prática possui para a construção de ambos, explicitando os juízos de valor e a subjetividade de determinadas ações (Munhoz-Viñas, 2005). A Museologia possui interdisciplinariedade com vários campos como História, Arte, História

da Arte, Arqueologia, Ciência da Informação, Antropologia, dentre outros, na formação acadêmica e de acordo com a tipologia das coleções museológicas. Granato e Pinheiro (2012) apontaram também diversos campos interdisciplinares da Conservação como Química, Ciência dos Materiais, Física, Biologia, Engenharia Ambiental, Arquitetura, Paleontologia, Arqueologia, dentre outras, de acordo com o tipo de bem e procedimento a ser realizado.

Deste ponto de vista, a Museologia e a Conservação são campos com reciprocidade de trocas de conhecimento, em um intenso processo de “fertilização” e “cooperação interdisciplinar” (Pinheiro, 2012). Para Lima, os campos possuem uma linha invisível que os delimitam, denominada de “fronteira de conhecimento” (Lima, 2013, p. 383), sendo a Museologia e a Conservação campos de “conhecimento fronteiro” por “representar a idéia do processo que se dá na zona de confluência das fronteiras do conhecimento, o espaço de interseção ou justaposição existente nas áreas/disciplinas envolvidas” (Lima, 2007, p. 2). Um exemplo é a importância da documentação como um processo constitutivo tanto da musealização quanto da conservação de um bem (Ferrez, 1994; Boito, 1884; Munhoz-Viñas, 2005). Sobre o caráter interdisciplinar da Museologia, Lima define que o objeto de estudo da Museologia está voltado para bens culturais. Para a autora, a Museologia:

[...] ostenta feição de “campo híbrido” por ser resultante do cruzamento de fronteiras disciplinares. Associa movimentos de conexão a outras áreas do saber à sua origem interdisciplinar, indicando vigência de “zonas comuns” entre áreas de perfil (uni)disciplinar dotadas de fronteiras. Deste modo, possibilita que diversas “comunidades produtoras do saber”, atuantes neste espaço de encontro misto possam compor-se sob a forma de “comunidades híbridas” assentadas na temática patrimônio (bens culturais) / museus—em sentido lato a expressão bens culturais já permite entendimento da noção integradora que conjuga bens naturais (Lima, 2008, p. 181).

Ainda segundo a autora, o campo da Museologia “detém patrimônio de natureza diversificada, motivo que alimenta a multiplicidade de acepções para exprimir tais itens” (Lima, 2008, p. 186); a Museologia “se constitui como campo disciplinar, ainda em processo de consolidação do conhecimento, formalizados e como ciência” (Lima, 2008, p. 18). Relacionado à Conservação, para Yacy-Ara Froner, a definição do campo da “Ciência da Conservação” tem sido construída por inúmeras publicações, desde sua primeira utilização em 1932 (Froner, 2016, p. 16). De maneira semelhante, como argumenta Salvador Munhoz-Viñas, a Conservação também possui como elemento de estudo objetos de natureza diversificada – não podendo ser simplificados em categorias como arqueológico, histórico ou artístico (Munhoz-Viñas, 2005). Vale ressaltar, portanto, a proximidade dos objetos de estudo dos campos.

De acordo com Froner, os aspectos acadêmicos, profissionais, implicações políticas e sociais da Ciência da Conservação e do campo de formação do conservador-restaurador de bens culturais “podem ser observados em uma conjuntura internacional de longa duração” (Froner, 2016, p. 16). O campo da Museologia, de forma semelhante, tem sua origem vinculada há períodos históricos distantes, mas com sua cientificidade sendo construída nas últimas décadas. A Conservação e a Museologia podem ser caracterizadas como campos híbridos, por serem o resultado de cruzamentos disciplinares desde a sua formação.

3 A relação histórica entre os campos

Antes do surgimento dos museus modernos, os bens eram protegidos pela nobreza e, especialmente, nas igrejas e monastérios. Para Macarrón Miguel (1997) e Ruiz de Lacanal (1999), no período do fim Idade Média, há inúmeros casos relacionados à preservação de bens que estavam em posse da Igreja. Para as autoras, o discurso preponderante era que a Igreja seria o vetor da conservação e restauração, única instituição legitimada para tratar da preservação dos bens relacionados ao divino e às letras. Os campos da Conservação e da Museologia ainda não existiam, mas havia a intenção de prolongar a vida das coleções dos nobres e eclesiásticas. No Renascimento, de acordo com Martínez Justicia (2000), havia a “restauração de galeria”,

realizada em coleções particulares por grandes mestres da pintura, referenciando Vasari como importante fonte do período.

Apesar da realização de ações pontuais de conservação em coleções públicas e particulares nos séculos XVIII e XIX, foi a criação da Inspetoria dos Monumentos Históricos na França, em 1830, que marcou o período de maior consciência preservacionista e de legitimação dos bens culturais como símbolo de uma nação (Choay, 2006, 2011). Despontaram na Europa teorias sobre a preservação de monumentos históricos para suprir a necessidade de organização de uma prática de perpetuação dos tesouros da nação. No âmbito da Conservação, no século XIX e início do XX, a Arquitetura possuía um maior destaque na produção de conhecimento sobre o assunto, com teóricos que discutiam sobre a definição e os princípios da Restauração, como Violett- Le-Duc (1854), a arbitrariedade da Restauração com John Ruskin (1849), a necessidade de um caráter científico nas práticas restauradoras com Camilo Boito (1884), o monumento histórico como um documento que deve ser preservado da maneira mais autêntica possível com Alôis Riegl (1903) e instruções preservacionistas com Max Dvórák (1910)²⁰.

O século XIX foi um terreno apropriado para experimentação e construção de bases teóricas e práticas para a constituição dos campos da Museologia e da Conservação. Para Ivan Sá “o nascimento dos ‘modernos’ arquivistas, bibliotecários e museólogos oitocentistas”, contexto em que inserimos também o conservador, encontrava-se “diretamente ligado às transformações de base acionadas pela Revolução Francesa, marcadas, sobretudo, pela afirmação da nacionalidade e a conseqüente idéia de nacionalização do patrimônio” (Sá, 2013, p. 34). A explanação de Sá aponta para a preocupação com diversos tipos de documentos (escritos, edifícios, objetos móveis). De

²⁰ As obras referenciadas foram traduções realizadas pela editora brasileira Ateliê editorial. Com todas as obras traduzidas para a língua portuguesa, os autores, em conjunto com Giovannoni e Cesari Brandi, são considerados teóricos da Conservação, sendo responsáveis pela consolidação do campo. Salvador Munhoz. Viñas, no livro *Contemporary Theory of conservation*, define-os como autores clássicos da Conservação. Caso interessante é John Ruskin, que não elaborou princípios ou definições para a Conservação, mas é entendido como teórico do campo por criticar as ações insidiosas de restauração no século XIX desenvolvidas por alguns grupos.

maneira complementar, Froner ressalta que os campos da Arquitetura, da Arqueologia, da Museologia, da Conservação, da História da Arte e da Arte compartilharam “o território de gênese das Belas Artes”, incluindo ainda as Ciências Naturais no bojo da preservação que “encontraram seus caminhos preliminares nos estudos politécnicos e nas ciências dos materiais, principalmente no que compete a função utilitária do saber na Revolução Industrial e no sistema capitalista” (Froner, 2016, p. 16). Portanto, há um espaço e um contexto histórico que traduzem a visão moderna dos profissionais do patrimônio e da preservação, assim como um caráter interdisciplinar.

A construção da relação entre Museologia e Conservação foi trilhada a partir de inúmeras experimentações, eventos, livros e artigos publicados. Os laços estreitos entre essas áreas podem ser observados em diversas publicações, inclusive manuais técnicos ao longo do século XIX e início do século XX, que se tornaram essenciais para os funcionários dos primeiros museus como, por exemplo, o livro *Restauração de Quadros e Gravuras*, de Manuel de Macedo, publicado em 1885, em que demonstra preocupação na conservação de coleções públicas e privadas:

[...] idéias relativas à conservação e restauração dos monumentos e artefatos preciosos da arte antiga acham-se por ora entre nós em estado caótico, dominando ainda a tal respeito mais de uma noção empírica e confusa. Quantidade enorme de objetos raros, perdidos pela ignorância, pela incúria dos possuidores, e pelos reparos e consertos ineptos, abunda nas coleções públicas e particulares; e, hoje que o gosto das antigualhas de dia para dia vai aumentando, julgamos dar um passo útil, ministrando, não só aos amadores, como ao público em geral, compendiados num dos livrinhos da Bibliotheca do Povo e das Escolas, as noções e preceitos principais da arte de restaurar (Macedo, 1885, p. 3)

Os artigos publicados por Chaptal, na França, sobre a aplicabilidade da química em obras de arte é um bom exemplo

(Flieder, 1969), ou os estudos desenvolvidos por Pasteur e Friedrich Rathgen, ambos na química e em instituições museológicas, conferindo uma busca para o tratamento e consolidação de acervos (Castro, 2008).

Fato de primordial importância para o entrelaçamento entre os campos foram os laboratórios de conservação e restauração em museus. Os primeiros laboratórios de conservação em museus foram o *Atelier de Moulage et de Galvanoplastie* do *Musée des Antiquités Nationales*,²¹ de Saint-Germain-en-Laye, criado em 1866, o *Laboratoire du Musée d’Ethnographie du Trocadéro*, em Paris, criado em 1882,²² e o *Staatliche Museum* de Berlim que, segundo Froner, “apresenta seus primeiros registros em 1888 e dedica suas atividades, prioritariamente, aos acervos arqueológicos” (Froner, 2005, p. 2). O profissional que denominamos na atualidade de museólogo era chamado, sobretudo no século XIX, de conservador de museus, em vista da importância da conservação das coleções. O conservador de museus “desempenhava funções praticamente idênticas às do atual museólogo” (Sá, 2013, p. 33). De acordo com Ivan de Sá, a *École Nationale des Chartes*, no século XIX, expedia diploma de arquivista-paleógrafo para profissionais que atuavam na preservação do patrimônio e não apenas em arquivos e bibliotecas, “mas também em museus importantes da França” (Sá, 2013, p. 37). Posteriormente, em 1927, o Louvre abriu o curso de Museografia²³, que dentre outras

²¹ Para mais detalhes ver: Doan, R. (2012). Un laboratoire archéologique sous le Second Empire: le Musée des Antiquités nationales de Saint-Germain-en-Laye. **Archeologies em Chantier**. Recuperado em 12 maio, 2020, de <http://www.archeologiesenchantier.ens.fr/spip.php?article90>. Proust, C. (2016-2017). Les ateliers du musée des Antiquités nationales. Aux origines de la restauration en archéologie **Antiquités Nationales**, 47, 211-222. Recuperado em 20 abril, 2020, de <http://www.theses.fr/2017PA01H015>.

²² Para mais detalhes ver: Loyau, A. (2018). Le Musée d’Ethnographie du Trocadéro et ses transformations, 1878-1935: configurations, espaces muséaux et réseaux. In: Hurel, A. (Dir.). **La France savante**. (p. 234-259). Paris: Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques.

²³ A museografia engloba todas as práticas da Museologia, sobretudo as expográficas, além da documentação e conservação. De acordo com André Desvallés e François Mairesse é “o conjunto de técnicas desenvolvidas para preencher as funções museais, e particularmente aquilo que concerne à

questões, tratava, sobretudo, de noções de conservação e exposição de coleções (Sá, 2013, p. 39).

Outro fato histórico crucial para a compreensão da relação entre a Museologia e Conservação está no uso, pela primeira vez, da terminologia Ciência da Conservação que, segundo Froner, relaciona-se à Museologia, pois teria sido mencionada em uma publicação organizada pelo “Escritório Internacional de Museus e pelo Instituto Internacional de Cooperação Intelectual da Liga das Nações entre 1927 e 1946” (Froner, 2016, p. 16). A criação do Escritório Internacional de Museus é um marco relacionado à preocupação preservacionista pós Primeira Guerra Mundial, pois “as destruições causadas pelas guerras e conflitos sociais em monumentos e edifícios históricos” foram determinantes para o surgimento “simultâneo da teoria e da prática da conservação-restauração arquitetônica e de bens integrados ao edifício” (Froner, 2016, p. 16). Ao pensar o período entre guerras como um marco balizador para a construção da Conservação como campo científico, a autora não deixa de mencionar “as demandas de organização das coleções dos museus públicos, das bibliotecas e dos arquivos” como fundamentais na conformação “de um novo ator social capaz de associar os princípios histórico-filosóficos aos métodos de gestão desses acervos” (Froner, 2016, p. 16). O ator social é o Conservador.

O Escritório Internacional de Museus, de acordo com Froner (2016), foi criado pelo Comitê Internacional de Cooperação Intelectual, em julho de 1926 e dentre as diversas atividades produziu a Revista *Mouseion*, publicada entre 1927 e 1947 (Nascimento & Sá, 2013). O escritório de Museus foi um importante veículo de aglutinação de teóricos do campo da Museologia e da Conservação, que produziu, sobretudo na década de 1930, convenções, seminários e manuais²⁴ que

administração do museu, à conservação, à restauração, à segurança e à exposição” (Desvallés; Mairesse, 2013, p. 58).

²⁴ Foram elaborados pelo Escritório Internacional de Museus no período: *Convenção para a Proteção de Monumentos e Obras de Arte em Tempos de Guerra, Manual de Conservação e Restauração de Pinturas*, distribuído aos Diretores de Museus. Evento em Madrid (1934) sobre *Architecture et Aménagement des Musées* no e Cairo (1937) a *Conference Internationale des Fouilles*, resultam. Talvez o documento mais conhecido produzido pelo Escritório Internacional de Museus tenha sido a Carta de Atenas, que inaugura

resultaram na organização de práticas de conservação dos bens culturais. Para Froner, a principal baliza do campo científico da Conservação-Restauração foi a *Conferência Internacional para o Estudo dos Métodos Científicos Aplicados ao Exame e à Conservação de Obras de Arte*, organizada pelo Escritório Internacional de Museus, entre os dias 13 e 17 de outubro de 1930, em Roma. Para a autora:

A partir deste encontro é possível demarcar a integração gradual da ciência no âmbito **museológico** e da gestão pública dos monumentos, bem como o estabelecimento da **colaboração entre o conservador-restaurador, o cientista e o curador**. Ressalta-se que o princípio **colaborativo** entre esses atores nem sempre é linear, ausente de confrontos ou assente em relação a prerrogativa das ações (Froner, 2016, p. 18, grifo nosso).

Froner apresenta um detalhamento do evento, informando que houve a participação de cento e quarenta e dois trabalhos de vinte dois países, com a presença de “químicos, físicos, arqueólogos, historiadores da arte, conservadores restauradores e curadores de museus, entre outros profissionais dedicados ao estudo, gestão e conservação-restauração de bens culturais” que receberam a caracterização de *experts* em Conservação pelos organizadores do evento (Froner, 2016, p. 19). A autora informou ainda que no evento aconteceram “cinquenta e sete conferências proferidas por quarenta e oito pesquisadores” em que “os primeiros laboratórios instalados em museus e universidades puderam divulgar suas pesquisas” (Froner, 2016, p.19). Conhecer os pormenores do evento proporciona verificar os primórdios da Conservação enquanto campo científico e também a construção da Museologia como campo, pois, de maneira bilateral, há um grande número de profissionais da Conservação atuando nos museus e, ao mesmo tempo, seguir parâmetros científicos na Museografia torna a prática museológica, no período, um saber amparado em uma

os documentos normativos ou documentos patrimoniais denominados de cartas patrimoniais. Fonte: Froner (2016), Cury, I. (Org.). (2000). **Cartas patrimoniais**. 2ª ed. Rio de Janeiro: IPHAN.

cientificidade. Assim, a Revista *Museion* foi um importante veículo de divulgação científica da Conservação, bem como para a construção da cientificidade da Museologia, sobretudo das atividades museográficas.

Figueira (2015) apresenta o surgimento dos primeiros cursos de Conservação, na Europa e nos EUA, entre os séculos XIX e XX, para demonstrar a relação entre a Museologia e a Conservação ao listar as primeiras instituições de conservação e estabelecimentos de ensino de Conservação, sendo possível observar o destaque para os museus²⁵. A relação da Conservação com a Museologia é bem demarcada quando observado o quantitativo de laboratórios vinculados a museus, institutos politécnicos e universidades que participaram do evento em 1930 e que se debruçavam, sobretudo, ao estudo de coleções museológicas, mas também no longo processo de fundação de cursos de Conservação divulgado por Figueira (2015).

Ao realizar o arrolamento dos conferencistas, das conferências e da vinculação a laboratórios, Froner (2016) deixa evidente a existência de práticas de conservação e o desenvolvimento de pesquisas no espaço dos museus desde o século XIX. De maneira semelhante, Figueira (2005) apresenta a história da construção da Conservação como campo científico imbricado às atividades dos museus. Castro (2008; 2010) discorre sobre outro evento como importante para o campo da Conservação, a Conferência de San Gallo, que ocorreu na Suíça em 1889, relacionada sobretudo à conservação e restauração de documentos e que resultou na criação do *Istituto per la Patologia del Libro*, em 1929, com pesquisas interdisciplinares em Química, Física e Biologia. Castro (2008, 2010) não menciona laboratórios em museus, entretanto, foram encontrados dezenove laboratórios por Froner, demonstrando a ligação entre as atividades de prática e pesquisa em Conservação e os museus.²⁶

²⁵ A autora relaciona cursos de Conservação que surgiram na Europa e nos EUA entre os anos de 1888 e 1889, sendo quantificados: Alemanha (3), Austria (2), Bélgica (2), Dinamarca (2), Espanha (2), EUA (3), França (3), Itália (2), Polónia (4), Portugal (5), Reino Unido (2), Suíça (2).

²⁶ Froner disponibiliza o nome das instituições, data de fundação, nome dos conservadores responsáveis e título do trabalho apresentado no evento, tornando-se um manancial de informações para investigações diversas, inclusive da relação com a Museologia.

A lista aponta as datas da criação dos laboratórios, sugerindo que a relação entre Conservação e Museus na busca de uma prática científica antecede a conferência de Boito (1884) sobre a necessidade de a conservação ser uma atividade científica. Talvez, no âmbito da Arquitetura, visto as críticas de algumas restaurações na época, fosse necessário salientar a importância da cientificidade na Conservação-Restauração, contudo, esta cientificidade já estava sendo construída em espaços museológicos. Posteriormente, através da historicização do conceito de Museologia, utilizando o ICOM e autores brasileiros, Zanatta (2017) relaciona Museologia e Conservação, demonstrando a relação conceitual para além da questão histórica interdisciplinar.

4 A conservação na graduação e pós-graduação em Museologia no Brasil

O primeiro Curso de Museus no Brasil foi criado no Museu Histórico Nacional (MHN) e idealizado por Gustavo Barroso formando profissionais denominados conservadores de museus (Seoane, 2016). Com funcionamento a partir de 1932, nas dependências e com profissionais do MHN, o curso oferecia uma formação inicialmente em dois anos. O curso formava conservador de museus e o principal material didático desse foi produzido por Gustavo Barroso, *Introdução à técnica de museus*, um livro dividido em dois volumes, parte geral e parte especializada, onde na parte geral o autor, a partir de referenciais internacionais em voga na época, apontava seu entendimento sobre conservação e pistas sobre os referenciais de conservação na época (Sá, 2019). Atualmente, o curso vincula-se à Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO.

O segundo curso de Museologia do país foi criado na Universidade Federal da Bahia e idealizado pelo arqueólogo Valentim Calderón (Oliveira, Costa & Nunes, 2012). Durante quase 40 anos, só existiu no Brasil a graduação em Museologia no Rio de Janeiro, e depois, por mais novamente quase 40 anos, existiram apenas os cursos da UNIRIO e da UFBA para a formação de profissionais no nível de graduação.

A partir do ano de 2004, foram criados diversos cursos de graduação em Museologia no Brasil, a grande maioria em universidades públicas e no modelo presencial. A abertura de novos

cursos de Museologia esteve estreitamente ligada à Política Nacional de Museus do Ministério da Cultura e à reestruturação e expansão das Universidades Federais (REUNI). Os cursos foram criados na: Fundação Barriga Verde, atual Centro Universitário Barriga Verde FEBAVE (2004)²⁷, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (2006), Universidade Federal de Pelotas (2006), Universidade Federal de Sergipe (2007), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2008), Universidade Federal de Ouro Preto (2008), Universidade Federal do Pará (2008), Universidade de Brasília (2008), Universidade Federal de Goiás (2009), Universidade Federal de Pernambuco (2009), Universidade Federal de Santa Catarina (2009), Universidade Federal de Minas Gerais (2010), Universidade do Estado do Paraná (2018). Foram criados recentemente ainda cursos na Universidade Brasil (2014), PUC-Campinas (ainda não iniciado), Faeca Dom Bosco (não iniciado) e Centro Universitário Claretiano (à distância). A duração dos cursos de graduação é em torno de quatro anos e habilita o profissional como bacharel em Museologia.

Relacionado ao ensino de pós-graduação em Museologia no Brasil, é possível apontar, de maneira descontínua, a existência de cursos *lato sensu* e *stricto sensu*. De acordo com Sá e Echternacht, o primeiro curso de pós-graduação em Museologia foi da categoria *lato sensu*, criado por Waldisa Russio Guarnieri, no final da década de 1970, vinculado à Fundação Escola de Sociologia Política com funcionamento entre os anos de 1978 e 1992 (Echternacht & Sá, 2017). Quase no mesmo período, foram criados ainda, no Rio de Janeiro, o Curso de Especialização em Ação Educativa e Cultural em Museus, da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, que vigorou entre 1982 e 1986, e o Curso de Pós-Graduação em Administração de Museus, da Universidade Estácio de Sá, entre 1986 e 1992. Sá e Echternacht ainda informam sobre a tentativa de criação “de uma quantidade expressiva de cursos de pós-graduação *lato sensu* em Museologia em vários estados brasileiros entre a década de 1980 e os primeiros anos da década de 2000”, que estão relacionados à carência de profissionais de Museologia em diversas regiões do Brasil (Echternacht & Sá, 2017, p. 173). Para entender o número de cursos de

²⁷ Aberto em uma universidade privada na cidade de Orleans, Santa Catarina em 2004. O curso foi extinto há cerca de 3 anos. Fonte: e-MEC.

pós-graduação *lato sensu* em Museologia entre as décadas de 1970 e 1990, é necessário novamente salientar que havia apenas dois cursos de graduação em Museologia no Brasil, localizados respectivamente no Rio de Janeiro e em Salvador, em um momento histórico de crescimento do número de museus no país. Sobre a questão, Sá e Echternacht afirmam que “grande parte desses cursos tinha como público-alvo o pessoal já atuante nos museus e centros culturais”, salientando que a finalidade era “adequar e sensibilizar o olhar destes profissionais às questões da Museografia e da Museologia, a fim de que pudessem ‘suprir’ a falta dos profissionais graduados em Museologia” nas instituições (Echternacht & Sá, 2017, p. 173).

Neste mesmo período de efervescência de cursos de graduação em Museologia, no Brasil, foi criado em 2006 na UNIRIO em parceria com o Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST), o primeiro curso de pós-graduação *stricto sensu* em Museologia da América Latina, colocando o Brasil em posição de destaque no ensino de graduação e pós-graduação em Museologia no mundo. O Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (UNIRIO/MAST) iniciou com turmas de mestrado a partir de agosto de 2006 e, na primeira avaliação trienal do curso feita pela CAPES, passou da nota 3 para a 4, além de ter o projeto de curso de doutorado aprovado. Assim, a partir de 2011 passou a possuir também o curso de doutorado. Na seqüência, outros cursos de Pós-Graduação *stricto sensu* foram implantados no país: o Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia, na Universidade de São Paulo (USP), em 2012; o Programa de Pós-Graduação em Museologia, na Universidade Federal da Bahia (UFBA), em 2013; o Mestrado Profissional em Artes, Patrimônio e Museologia, na Universidade Federal do Piauí (UFPI), em 2015; e o Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul UFRGS, em 2018.

A análise das grades curriculares dos bacharelados e das pós-graduações se deu por meio de etapas, tendo em vista que as informações referentes às graduações foram coletadas diretamente nos sites dos cursos e que estão com suas atividades em vigor, no portal do MEC e no Conselho Federal de Museologia (COFEM). As informações ligadas às pós-graduações, por sua vez, foram coletadas diretamente da Plataforma Sucupira – tendo em vista que se constitui como a base de referência do Sistema Nacional de Pós-Graduação do

Brasil. Devido ao número de dados incompletos e cursos não iniciados, não foram analisadas as grades dos cursos de Museologia oferecidos em universidades particulares.

Utilizou-se como método de pesquisa a coleta de dados na tipologia análise de conteúdo, que consiste na averiguação de documentos primários ou secundários. Os documentos analisados foram as matrizes curriculares e ementas de disciplinas (quando disponíveis) dos cursos de graduação e pós-graduação em Museologia em vigor no país. Foi observada a real vigência das grades, tendo em vista quaisquer desatualizações nos portais institucionais e possíveis mudanças de grades (comum nos cursos de graduação).

As disciplinas elencadas como vinculadas ao campo da Conservação foram aquelas que tratam de alguma forma da história da Restauração e Conservação, teorias e práticas da conservação, conservação preventiva e conservação preventiva aplicada a diferentes tipologias de materiais. A fim de facilitar o entendimento, os dados coletados foram distribuídos em duas tabelas, uma para a graduação (Tabela 1) e outra para a pós-graduação (Tabela 2)

Tabela 1 – Disciplinas Obrigatórias e Optativas de Conservação nas Graduações em Museologia e respectivas cargas horárias

Graduação Instituição	Disciplinas obrigatórias (h)	Disciplinas optativas (h)
UNIRIO	Museologia e Preservação I (45) Museologia e Preservação II (60) Museologia e Preservação III (60) Museologia e Preservação IV (60)	Conservação de Bens Culturais I (papel) (90) Conservação de Bens Culturais II (fotografia) (90) Conservação de Bens Culturais III (têxteis) (90) Conservação de Bens Culturais IV (metais) (90) Conservação de Bens Culturais V (óleo s/ tela) (90) Conservação de Bens Culturais VI (madeira) (90) Conservação de Bens Culturais VII (patr. arqueológico) (60) Conservação de Bens Culturais VIII (col. audiovisuais) (60)
UFBA	Conservação de acervos (68) Laboratório de Conservação (51)	Conservação e Restauração da Pintura (EBA) (68) Conservação e Restauração da Pintura e da Escultura (EBA) (68)

UFRB	<p>Conservação Preventiva de bens culturais (68)</p> <p>Práticas laboratoriais de conservação preventiva de bens culturais (68)</p> <p>Conservação preventiva aplicada em bens culturais (34)</p>	<p>Introdução às técnicas de restauro de obras de arte (34)</p> <p>Introdução às técnicas de restauro de material têxtil (34)</p> <p>Introdução às técnicas de restauro de mídias magnéticas (34)</p> <p>Introdução às técnicas de restauro de madeira (34)</p> <p>Introdução às técnicas de restauro de papel (34)</p> <p>Conservação e restauração de acervos documentais (68)</p> <p>Conservação e restauração em meios eletrônicos (68)</p>
UFPE	<p>Conservação de bens culturais I (60)</p> <p>Conservação de bens culturais II (60)</p>	Tópicos especiais em Conservação (60)
UFS	<p>Museologia e Conservação Preventiva I (60)</p> <p>Museologia e Conservação Preventiva II (60)</p> <p>Museologia e Conservação Preventiva III (60)</p>	Conservação reparadora de bens culturais (60)
UFMG	<p>Conservação e Museus I (60)</p> <p>Conservação e Museus II (60)</p>	<p>Tópicos especiais em Conservação-Restauração (15)</p> <p>Tópicos especiais em Conservação-Restauração A (30)</p> <p>Tópicos especiais em Conservação-Restauração B (45)</p> <p>Tópicos especiais em Conservação-Restauração C (60)</p>
UFOP	<p>Preservação e conservação de bens culturais I (60)</p> <p>Preservação e conservação de bens culturais II (60)</p>	<p>Tópicos especiais em Restauração (30)</p> <p>Tópicos especiais em Conservação (30)</p>
UNB	<p>Conservação e Preservação de Documentos (60)</p> <p>Museologia e Conservação I (60)</p> <p>Museologia e Conservação II (60)</p>	<p>Biologia da Conservação (60)</p> <p>(Dep.Engenharia Florestal)</p>
UFG	<p>Salvaguarda Patrimonial II - Conservação Preventiva e Segurança (64)</p> <p>Salvaguarda Patrimonial IV - Práticas</p>	<p>Texto e Contexto Museológico - Visitas Técnicas e Diagnósticos (64)</p>

	Laboratoriais de Conservação Preventiva (64)	
UFPA	Museologia e Conservação (60) Laboratório de Conservação (90) Laboratório de Conservação de acervos (90)	Não possui
UFSC	Preservação e Conservação de bens culturais I (72) Preservação e Conservação de bens culturais II (72)	Não possui
UFPEL	Conservação e preservação I (68) Conservação e preservação II (68)	Não possui
UFRGS	Conservação e Preservação de bens culturais (60) Práticas em Conservação Preventiva (45)	Tópicos especiais em Preservação (30)
UNESPAR	Laboratório de Conservação I (72) Laboratório de Conservação II (72)	Teoria da conservação e Restauro (EBA - Escultura) (68) Teoria da Conservação e Restauração da pintura (EBA - Pintura) (68)

*Fonte: produzido pelos autores. Informações sujeitas a alterações por mudança de grade curricular.

A partir dos dados apresentados na Tabela 1, é possível perceber que são oferecidas como disciplinas obrigatórias do campo da Conservação nos cursos de graduação em Museologia de 2 a 4 disciplinas, sendo a UNIRIO a única que oferta quatro disciplinas obrigatórias, contabilizando 225 hora/aula. O segundo curso com maior carga horária de disciplinas obrigatórias de conservação é o da UFRB contabilizando 170 hora/aula. A UFRGS possui o menor índice de hora/aula de conservação, contabilizando 105 horas. Os cursos oferecem disciplinas teóricas e práticas, sendo ao menos uma disciplina teórica e outra prática, sendo que estas últimas variam muito entre os cursos de graduação, sendo a confecção de laudos técnicos e visitas guiadas a instituições museológicas uma atividade comum. Algumas disciplinas obrigatórias eminentemente práticas possuem a nomenclatura de laboratório de conservação, para ressaltar seu caráter prático e são ofertadas em espaços denominados laboratórios.

Relacionado ao quantitativo de disciplinas optativas no campo da Conservação, foi possível constatar que a UNIRIO conta com 8 disciplinas e a UFRB possui 7 disciplinas, sendo os cursos que possuem o maior quantitativo de disciplinas do campo da Conservação, com 660 e 306 hora/aula respectivamente. A maioria das disciplinas é ofertada

pelos próprios departamentos/núcleos de Museologia, pelos professores que ofertam as obrigatórias de Conservação, exceto em alguns cursos que deixam explícita a oferta da disciplina por outros departamentos, como é o caso da UFBA e UNESPAR, com disciplinas optativas de restauração ofertadas pela Escola de Belas-Artes - EBA. Alguns cursos não oferecem disciplinas de Conservação como optativas como a UFPA, UFSC e UFPEL, contudo, há o caso peculiar do curso da UFSC que, apesar de não possuir disciplinas optativas em seu projeto pedagógico vinculadas à Conservação, seu bacharelado de Museologia compõe em conjunto com o curso de Conservação e Restauro, o Departamento de Museologia, Conservação e Restauro, com várias disciplinas de Conservação que podem ser cursadas pelos discentes de Museologia.

Relacionado à nomenclatura das disciplinas obrigatórias, o termo conservação é preponderante, seguido dos termos preservação e conservação preventiva. Alguns cursos enfatizam a correlação entre campos da disciplina acrescentando o termo Museologia ao nome da disciplina. A especificidade dos termos conservação, preservação e conservação preventiva também são demarcadas pelo acréscimo dos termos “aplicada a bens culturais”, “de bens culturais” e “de acervos”. Na nomenclatura das disciplinas optativas aparecem os termos conservação, restauração e preservação associados a materiais orgânicos e inorgânicos em disciplinas específicas, que possuem atividades teóricas e práticas, variando de 34 até 90 horas.

De um modo geral, as ementas das disciplinas obrigatórias de conservação nos cursos de Museologia tratam de aspectos históricos e teóricos do campo da Conservação, referenciam as cartas patrimoniais, a relação da Conservação com a Museologia (como algo fundamental no processo de musealização), as complexidades da conservação dos diferentes materiais que as coleções são confeccionadas, a segurança dos acervos, o manuseio e embalagem corretos de acervos museológicos, dentre outros assuntos. As disciplinas realizadas em laboratórios são voltadas para a prática e discussões sobre conservação preventiva e reparadora em diferentes materiais com a realização de higienização, pequenos reparos, movimentação, diagnóstico, acondicionamento em reserva técnica, etc. As ementas das disciplinas práticas buscam oferecer ao discente de Museologia noções

práticas gerais para que o futuro museólogo minimize os erros cometidos e reconheça problemas no acervo e no edifício do museu.

Quanto à formação dos docentes que lecionam as disciplinas de Conservação, a partir da análise dos Currículos Lattes, na Plataforma Lattes do CNPq, dos professores dos cursos de Museologia, ficou constatada a predominância de profissionais graduados em Museologia, seguido de História, Educação Artística, Arquitetura e Urbanismo, Biblioteconomia, Ciências Biológicas e Desenho, demonstrando que não há uma homogeneidade na formação desses professores. Não foi constatado nenhum profissional formado em Conservação lecionando como professor efetivo nos bacharelados em Museologia, apenas alguns professores com cursos *lato sensu* em conservação de determinados materiais, sobretudo celulósicos. Possuem cursos *latu sensu* em Conservação os professores da UNIRIO, UNB, UFG e UNESPAR. Relacionado a mestrados, a docente da UFRB que leciona as disciplinas de conservação possui mestrado em Arquitetura e Urbanismo com concentração em Conservação. Observou-se ainda pouca rotatividade das disciplinas de conservação nos departamentos/núcleos de Museologia, sendo lecionada, na maioria dos casos, durante anos, pelos mesmos professores.

Em relação aos cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Museologia em atividade atualmente, a Tabela 2 apresenta as disciplinas obrigatórias e optativas identificadas na pesquisa.

Tabela 2 – Disciplinas obrigatórias e optativas de Conservação na pós-graduação em Museologia *stricto sensu*

Pós-graduação	Disciplinas obrigatórias de Conservação	Disciplinas optativas de Conservação
Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – UNIRIO/MAST	Museologia e Conservação (60)	Não possui
Programa de Pós-Graduação em Museologia e Desenvolvimento Social – UFBA	Não possui	Não possui
Programa de pós-graduação em Museologia - USP	Não possui	Física aplicada ao estudo de objetos do patrimônio cultural: métodos e técnicas (60) Planos de segurança e emergência como estratégias de conservação preventiva (60)

Programa de Pós-graduação em Artes, patrimônio e Museologia – UFPI	Aspectos teóricos e metodológicos da preservação do patrimônio cultural (15)	Não possui
Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – UFRGS	Não possui	Não possui

*Fonte: produzido pelos autores. Informações sujeitas a alterações por mudança de grade curricular.

A análise dos cursos de pós-graduação em Museologia no Brasil permite perceber que, com exceção da UNIRIO, nenhuma possui disciplinas obrigatórias de Conservação. A UFPI oferece apenas um crédito relacionado à Conservação, sendo insuficiente para o conteúdo denso do campo. Quanto às disciplinas optativas, apenas a USP oferece duas disciplinas com conteúdos no campo da Conservação. Relacionado à nomenclatura e ementa, a obrigatória da UNIRIO caracteriza-se por tratar de questões gerais do campo como conceituação, históricos e principais teóricos além de questões específicas voltadas para a composição de determinados materiais. Por serem optativas, as disciplinas oferecidas pela USP caracterizam-se por serem de conteúdo específico. A formação dos professores da UNIRIO/MAST e da USP que lecionam disciplinas de Conservação também se caracteriza por ser interdisciplinar, com professores com formação em Museologia e Engenharia de Materiais, na UNIRIO/MAST, e professoras formadas em Física e Arquitetura e Urbanismo na USP. A partir da análise dos Currículos Lattes dos docentes, foi possível perceber a longa atuação em ensino, pesquisa e extensão dos professores da pós-graduação da UNIRIO e da USP no campo da Conservação.

A análise dos resultados apresentados permite afirmar que na concepção de apenas um dos Programas de Museologia a Conservação é tema obrigatório para a formação de museólogos, já que mestres e doutores em Museologia, mesmo que não tenham graduação na área, podem se registrar como museólogos nos Conselhos Regionais de Museologia. Isso mostra certa fragilidade nas estruturas curriculares e desarticulação com a lei que regulamenta a profissão de museólogo,

possibilitando interferências diretas no perfil de egressos e na sua atuação profissional.

5 Considerações finais

Do ponto de vista geral, a análise dos cursos de graduação em Museologia mostra aspectos negativos por possuírem um quantitativo de créditos obrigatórios em Conservação que varia de oito a dezesseis créditos, ou seja, variando entre 120 a 240 horas/aula na carga horária total da graduação, possuindo em todos os casos um índice menor que 10% na carga horária total do curso, visto que os cursos de graduação possuem em torno de 2400 a 3210 horas/aula²⁸. Por outro lado, através da existência de laboratórios e da prática em estágios supervisionados buscam ressaltar a importância da conservação na formação do museólogo. Apesar de algumas graduações estarem vinculadas a departamentos como de Antropologia e Ciência da Informação, por exemplo, não há uma exclusão das disciplinas de Conservação, apesar de ficar claro na grade curricular o seu isolamento. Contudo, alguns cursos de graduação mostram a importância da Conservação nas suas grades curriculares, aparecendo não apenas como disciplina, mas como um dos eixos norteadores da formação discente – quando destacam na concepção do projeto pedagógico as principais áreas de atuação da Museologia. Exceto a UNESPAR, onde a informação não foi encontrada, todos os cursos de Museologia em universidades federais possuem um espaço denominado laboratório de conservação, destinado às atividades práticas. Este ponto é muito positivo e precisa ser ressaltado, sugerindo-se que sejam envidados esforços para que esses espaços tenham investimentos necessários para que se constituam em locais de aprendizado e desenvolvimento.

As terminologias conservação e preservação são utilizadas para tratar da conservação de maneira ampla. Em disciplinas optativas, o termo conservação busca tratar o tema de forma mais restrita,

²⁸ Dados obtidos através da Matriz curricular em vigor dos cursos de Museologia disponibilizadas pelos mesmos. A menor carga-horária foi encontrada no curso da UFSC (2.400h/aula) e a maior na UFS (3.210 hora/aula).

vinculado ao tipo de material em que são confeccionados os bens culturais. De um modo geral, os termos conservação e preservação foram encontrados em quantitativo semelhante, variando de acordo com a escola de Museologia, mas com aplicação idêntica.

Motivo de preocupação é a ausência de disciplinas de conservação nas pós-graduações em Museologia no Brasil, exceto pela UNIRIO que possui uma disciplina obrigatória e a USP com duas optativas. De acordo com a legislação que regula a profissão de Museólogo, torna-se profissional aquele que possui graduação, mestrado ou doutorado em Museologia, portanto os egressos dos cursos analisados tornam-se profissionais do campo da Museologia e podem atuar em atividades práticas em museus. A graduação, mestrado ou doutorado não torna um profissional da Museologia um *expert* em conservação, contudo, é crucial o entendimento de noções gerais de conservação de acervo para evitar atitudes inadequadas.

Este estudo buscou refletir sobre a formação do museólogo no Brasil, em especial sobre a relação com o campo da Conservação, a partir das grades curriculares dos cursos de graduação e pós-graduação no Brasil. Percebe-se uma inadequação da maioria das propostas de cursos de pós-graduação, onde não se identificou a necessária articulação entre Museologia e Conservação. Esse fato propicia inclusive concluir que as propostas desses cursos aprovadas pela CAPES provavelmente não tiveram entre seus avaliadores museólogos, pois a conservação dos acervos é um dos pilares da Museologia. Cabe, portanto, a reflexão dos colegiados desses cursos para uma possível modificação nas grades curriculares. Não se pode esquecer que patrimônio e Museologia são imbricados e não se pode estudar patrimônio em cursos de formação sem incluir sua conservação.

Bibliografia

Appelbaum, B. (2007). **Conservation Treatment Methodology**. Oxford (UK): Butterworth-Heinemann.

Boito, C. (2008). **Os Restauradores**. Tradução: Beatriz Mugayar Kühl e Paulo Mugayar Kühl. São Paulo: Ateliê Editorial.

Bourdieu, P. (1986). **A economia das trocas simbólicas**. Introdução, organização e seleção de Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva.

Bourdieu, P. (1989). **O poder simbólico**. Lisboa: DIFEL.

Bourdieu, P. O campo científico. (1983) In: ORTIZ, R. **Sociologia**. (pp.122-155). São Paulo: Ática.

Bourdieu, P. (2004). **Os usos sociais da ciência**. Por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: UNESP.

Castro, A. A. N. de. (2010). A preservação documental no Brasil: notas para uma reflexão histórica. **Acervo**, **23** (2), 31-46. Recuperado em 19 abril, 2020, de revista.arquivonacional.gov.br.

Castro, A. A. N. de (2008). **A trajetória histórica da conservação-restauração de acervos em papel no Brasil**. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. Disponível em: http://www.ufjf.br/ppghistoria/files/2009/12/Aloisio_A_N_de_Castro_1.pdf

Choay, F. (2001). **Alegoria do patrimônio**. São Paulo: Estação Liberdade, Editora UNESP.

Desvallées, A., & Mairesse, F. (2013). **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus: Pinacoteca do Estado de São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura.

Duarte, A. M. da C. (2007). **O Museu Nacional da Ciência e da Técnica (1971- 1976)**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Dvòrak, M. (2008). **Catecismo da preservação dos monumentos**. Cotia: Ateliê editorial.

Echternacht, A. L. I., & Sá, I. C. de. (2017). Formação profissional em Museologia no âmbito da pós-graduação: o impacto do programa em museus portugueses (1964-1973). **Rev. CPC**, **23**, 170-201. Recuperado

em 19 abril, 2020, de
<http://www.revistas.usp.br/cpc/article/view/119998>.

Fazenda, Ivani C. A. (2011). **Integração e interdisciplinaridade no ensino brasileiro: efetividade ou ideologia**. 6 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

Ferrez, H. D. (1994). **Documentação museológica**: teoria para uma boa prática. Estudos de Museologia. Rio de Janeiro. Ministério da Cultura, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Departamento de Promoção.

Figueira, F. (2015). A disciplina/profissão de conservação-restauro: uma ciência recente e o seu desenvolvimento em Portugal. **Conservar Património**, 21, 39-51, Lisboa. Recuperado em 19 abril, 2020, de <http://revista.arp.org.pt/pt/ficha.html>.

Flieder, F. (1969). **La conservation des documents graphiques: Recherches expérimentales**. Paris: ICOM, Eyrolles.

Froner, Y. (2016). Demandas históricas: a constituição da Ciência da Conservação e a formação do Conservador-Restaurador. **Conservar Património**, 23, 15-23. Recuperado em 20 abril, 2020, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513654152003>.

Froner, Y. (2005) **Ciência da Conservação ou Conservação Científica? Hipóteses para uma reflexão**. In: FESTIVAL DE ARTE, Uberlândia. Recuperado em 10 agosto, 2019, de https://adm.online.unip.br/img_ead_dp/29190.pdf

ICOM BR- Comitê Brasileiro do ICOM. (2009). In: **Código de ética para museus do ICOM**: versão lusófona. São Paulo: ICOM BR, Governo do Estado de São Paulo. Recuperado em 01 junho, 2014, de www.museupm.com.br/legislacao/codigoEtica.pdf.

ICOM- CC PT. (2008). **Terminologia para a definição da conservação-restauro do património cultural material**. Resolução aprovada pelos membros do ICOM-CC durante o 15.º Encontro Trienal,

Nova Dehli, 22-26 de Setembro de 2008. Conservar Patrimônio, 6, 55-56. Recuperado em 15 abril, 2020, de www.revista.arp.org.pt

ICOM. (2007). **Definição de museu**. Conferência Geral.

Japiassu, H. (1976). **Interdisciplinaridade e patologia do saber**. Rio de Janeiro: Imago.

Japiassu, H., & Marcondes, D. (1991). **Dicionário básico de filosofia**. 2 ed. Revista. Rio de Janeiro: Zahar.

Lima, D. F. C. (2013). Musealização: um juízo/uma atitude do campo da Museologia integrando musealidade e museália. *Ci. Inf.*, **42** (3), 379-398. Recuperado em 20 abril, 2020, de <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1369>

Lima, D. F. C. (2008). Museologia, Informação, Comunicação e Terminologia: pesquisa termos e conceitos da museologia. In: Granato, M., Santos, C. P., Loureiro, M. L. N. M. (Org). **Documentação em Museus**. (pp. 181-201). Rio de Janeiro: MAST.

Lima, D. F. C. (2010). Museu, Poder Simbólico e Diversidade Cultural. **Museologia e Patrimônio**, **3** (2), 16-26. Recuperado em 20 abril, 2020, de revistamuseologiaepatrimonio.mast.br.

Lima, D. F. C. (2007). Ciência da Informação e Museologia em tempo de conhecimento fronteiriço: aplicação ou interdisciplinaridade? **Anais IX Enancib**, 1, 1-15. Recuperado em 12 agosto, 2019, de <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/ixenancib/paper/viewFile/2982/2108>

Macarrón Miguel, A. M. (1997). **Historia de la conservación y la restauración: desde la antigüedad hasta finales del siglo XIX**. Madri: Tecnos.

Macedo, M. de. (1885). **Restauração de Quadros e Gravuras**. Lisboa: David Corazzi Editor.

Martínez Justicia, M. J. (2000). **Historia y teoria de la conservación y restauración artística**. Madri: Tecnos.

Muñoz-Viñas, S. (2005) **Contemporary Theory of Conservation**. Oxford: Elsevier Ltd. ed.

Nascimento, F. R., & Sá, I. C. de. (2013). Introdução à técnica de museus, uma visão crítica. **Ciência da Informação**, **42** (3), 487-496. Recuperado em 20 abril, 2020, de <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1376>.

Oliveira, A. C. A. de, Costa, C. A. S., & Nunes, G. A. (2012). Perfil dos cursos de graduação em Museologia no Brasil. In: Oliveira, A. P. de P. L. de, & Oliveira, L. M. (Org.). **Sendas da Museologia**. (pp. 41-66). Ouro Preto, UFOP.

Pinheiro, L. V. R., & Granato, M. (2012). Para pensar a interdisciplinaridade na preservação: algumas questões preliminares. In: SILVA, R. R. G. (org). **Preservação documental: uma mensagem para o futuro** [online], (pp. 23-40). Salvador: EDUFBA.

Pinheiro, L. V. R. (2012) Confluências Interdisciplinares entre Ciência da Informação e Museologia. **Museologia & Interdisciplinaridade**, **1** (1), 7-31. Recuperado em 20 abril, 2020, de <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/12343>.

Riegl, A. (2008) **O culto Moderno as monumentos**. Tradução: Beatriz Mugayar Kühl. Cotia: Ateliê Editorial.

Ruiz de Iacanal, M. D. (1999). **El conservador-restaurador de bienes culturales**. Madri: Editorial Síntesis, S.A.

Ruskin, J. (2008). **A Lâmpada da Memória**. Tradução: Beatriz Mugayar Kühl e Paulo Mugayar Kühl. Cotia: Ateliê Editorial.

Sá, I. C. de. (2013). As matrizes francesas e origens comuns no Brasil dos cursos de formação em Arquivologia, Biblioteconomia e

Museologia. **Acervo**, 26 (2), 31-58. Recuperado em 20 abril, 2020, de <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/41933>.

Sá, I. C. de. (2019). **Matrizes do Pensamento Museológico de Gustavo Barroso**. 1. ed. Rio de Janeiro: Escola de Museologia – UNIRIO.

Seoane, R. V. R. M. (2016). **A reforma de 1944 do curso de museus: MNH e o perfil do conservador de museus na era Vargas: os reflexos da política nacionalista e as transformações na área dos museus**. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Disponível em: <http://www.repositorio-bc.unirio.br:8080/xmlui/handle/unirio/12731>.

Viollet-le-duc, E. E. (2008). **Restauração**. Tradução: Beatriz Mugayar Kühl. São Paulo: Ateliê Editorial.

Zanatta, E. M. (2017). **Subjetividade e Objetividade: As decisões nos processos de conservação e restauração**. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Disponível em: <http://www.repositorio-bc.unirio.br:8080/xmlui/handle/unirio/11779>

PERSPECTIVAS PARA O ESTUDO DA MUSEOLOGIA: O OFFICE INTERNATIONAL DES MUSÉES E O DESENVOLVIMENTO DA MUSEOGRAFIA

Ivan Coelho de Sá

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

<https://orcid.org/0000-0003-0597-2530>

1. Introdução

A Museologia, enquanto campo disciplinar, tem passado, nas últimas décadas, por um franco processo de crescimento. No Brasil, os programas de pós-graduação, implantados a partir de 2006, têm contribuído com importantes reflexões relativas às questões teóricas da Museologia. Entretanto, nos parece relevante, neste processo de consolidação da Museologia como campo de conhecimento, uma análise mais aprofundada de sua trajetória histórica, aspecto que acreditamos ser ainda pouco trabalhado.

Assim, a proposta deste texto é debruçar-se sobre as mudanças radicais ocorridas na área dos museus num momento decisivo verificado no período entreguerras, espaço de praticamente vinte anos, entre 1918 e 1939. O ponto de partida das mudanças pode ser detectado na Sociedade das Nações-SDN e na definição de políticas internacionais voltadas às áreas da Educação e da Cultura, nas quais a ação mais producente encontra-se na criação do *Office International des Musées*²⁹. Este organismo passou a investir maciçamente nos museus e priorizou, como principal plataforma de sua atuação, a Museografia, área pouca conhecida e pouco valorizada até então. Assim, o objetivo central é registrar as principais realizações do OIM a partir da análise temática de suas publicações, como a revista *Mouseion*, bem como as repercussões destas publicações nos meios culturais da época, inclusive em periódicos vanguardistas não ligados aos museus.

A metodologia da pesquisa fundamentou-se na análise de fontes primárias, ou seja, destas mesmas publicações, inclusive de

²⁹ No Brasil, mais conhecido como Escritório Internacional de Museus.

autores das áreas do Patrimônio e dos museus, como diretores e conservadores/curadores que tratavam diretamente das questões técnicas da Museografia. Com isso, almejamos entender o foco das inquietações e aspirações dos meios museográficos do campo internacional, isto é, das instituições museais e de seus profissionais, no cenário do conflito entre duas realidades: os museus remanescentes do século XIX e suas práticas centenárias estagnadas, em contrastante oposição às transformações que se faziam necessárias para que os museus pudessem, enfim, ingressar no século XX e se integrar às conquistas tecnológicas e filosóficas do mundo contemporâneo. ‘Campo internacional’ restringia-se, à época, à Europa, sobretudo França, e aos Estados Unidos, principais centros de influência cultural. A França, detentora de uma tradição centenária nas áreas política e cultural, começava a sofrer concorrência dos Estados Unidos. Contudo, no período entreguerras, centralizou o embate de questões conceituais e técnicas que provocaram importantes reviravoltas no mundo, inclusive no Brasil, se considerarmos a criação do Curso Técnico de Museus³⁰, em 1922, no Museu Histórico Nacional-MHN e, dez anos depois, a implantação definitiva do Curso de Museus³¹, nesta mesma instituição.

Em resumo, a ideia é que o texto possa provocar reflexões sobre estas questões e contribuir com o reposicionamento da Museografia nas décadas de 1920 e 1930 e oferecer uma melhor compreensão de suas repercussões no futuro desenvolvimento da Museologia.

2. O termo Museografia

A análise do termo Museografia deve anteceder o entendimento do que seria a Museologia na contemporaneidade. Uma definição que nos parece bastante ampla consta dos Conceitos-chave da Museologia, de Desvallées e Mairesse. Ao discorrer sobre as várias acepções de Museologia, os autores apresentam uma que contempla

³⁰ Provavelmente inspirado no Curso da *École Nationale des Chartes*, de Paris.

³¹ Atual Escola de Museologia, da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro-UNIRIO.

desde os museus convencionais até as mais recentes experiências museais:

(...) a museologia (...) inclui um campo muito vasto que compreende o conjunto de tentativas de teorização ou de reflexão crítica ligadas ao campo museal. O denominador comum desse campo poderia, em outros termos, ser designado por uma relação específica entre o homem e a realidade, caracterizada com a documentação do real pela apreensão sensível direta. Tal definição não rejeita, *a priori*, qualquer forma de museu, desde as mais antigas (Quiccheberg) até as mais recentes (museus virtuais), uma vez que ela tende a se interessar por um domínio voluntariamente aberto a qualquer experiência sobre o campo museal (Desvallées & Mairesse, 2013, p. 63).

Ao falar em “tentativas de teorização ou de reflexão crítica”, Desvallées e Mairesse remetem esta definição ao entendimento que começou a despontar na década de 1950 no sentido de identificar a Museologia como um campo de conhecimento, interpretação que assume um processo crescente de consolidação nas décadas de 1960, 1970 e 1980. No Brasil, este processo evidencia-se com as reformas curriculares do Curso de Museus, do Museu Histórico Nacional que reorganizou e atualizou os conteúdos das antigas disciplinas Técnica de Museus, criadas à época da instalação deste curso, conferindo-lhes as novas denominações de Museologia e Museografia. Isto ocorreu na primeira metade da década de 1970 e refletiu a tendência internacional em desvincular e distinguir teoria e prática, na medida em que emergiram reflexões e discussões sobre o objeto de estudo da Museologia e sua concepção como campo de conhecimento científico, bem como sua vocação social e seu caráter interdisciplinar.

O caráter recente da Museologia contrasta com a ‘antiguidade’ do termo Museografia inaugurado no século XVIII, mais precisamente

em 1727, quando C. J. Nieckel³² publicou sua *Museographia*. No contexto da propagação dos ideais iluministas, esta obra converge para as propostas centradas na razão e na busca de cientificidade. Misto de guia, catálogo e manual, o livro traz um verdadeiro mapeamento dos museus e bibliotecas europeias, acrescido de coleções do Japão, do México, da Mauritânia, do Marrocos etc., conforme o espírito enciclopédico setecentista de abarcar o saber universal. Por outro lado, ainda que os museus analisados por Nieckel tratem-se, mais precisamente, de gabinetes de curiosidades e câmaras de arte pertencentes a príncipes, burgueses, universidades e mosteiros, os princípios museológicos, ou melhor, museográficos, estão presentes nesta tentativa de sistematizar a organização de coleções em termos de distribuição espacial, mobiliário específico, exposição, classificação, registro e conservação.

É interessante observar que estes princípios não foram inventados por Nieckel e já apareciam em obras do século XVI, como a de Samuel Quiccheberg³³, *Inscriptiones vel tituli theatri amplissimi, complectentis rerum universitatis singulas materias et imagines eximias*, publicada em 1565. Apesar de não ter cunhado o termo, Quiccheberg pode ser considerado o verdadeiro precursor da Museografia ao oferecer orientações técnicas para coleta, organização, exposição e conservação de coleções/museus, vistos como a representação do “amplo teatro” do mundo. Entretanto, independentemente do papel pioneiro de Quiccheberg, a *Museographia* de Nieckel, mais que um marco, consistiu num importante ensaio metodológico na medida em que sistematizou toda uma ordenação museográfica revelando os fundamentos das funções básicas e das políticas de gestão dos museus, bem como das técnicas e práticas específicas do profissional, na época identificado como “curador”³⁴ ou “conservador de museus”.

³² Pseudônimo de Kaspar Friedrich Jencquel (1679-1729). Naturalista alemão.

³³ Samuel Van Quiccheberg (1529-1567). Médico, bibliotecário e naturalista belga.

³⁴ Do latim *curatore*, aquele que cuida, conserva. Na Roma antiga os *curatori* eram os profissionais que conservavam as estátuas dos ancestrais das famílias patrícias. Nos países de língua inglesa o termo foi aplicado aos profissionais de museus que trabalhavam com pesquisa e tratamento técnico de coleções. Na França e países de influência francesa este mesmo profissional é conhecido como conservador. No Brasil, a partir da década de 1960, o termo passou a ser

A elucidação desta precedência histórica da área da Museografia em muito nos auxilia na definição deste termo e também na compreensão do processo histórico do campo da Museologia. Por muito tempo, de maneira simplista, a Museografia foi considerada como mera descrição dos museus, talvez, em parte, devido ao caráter exaustivamente descritivo do texto pioneiro de Nieckel. A partir da década de 1950, o desenvolvimento do conceito de Museologia, como observamos anteriormente, contribuiu para o amadurecimento da definição de Museografia e para uma percepção menos reducionista de seu alcance, inclusive com o surgimento de novas interpretações. Exemplo disso é o termo Museologia Aplicada, hoje amplamente utilizado para designar a materialização das percepções e propostas da Museologia. Esta acepção decorre da natureza intrínseca da Museologia como ciência aplicada, como pode ser percebida na concepção proposta por Rivière³⁵:

Museologia: uma ciência aplicada, a ciência do museu. Ela o estuda em sua história e no seu papel na sociedade, nas suas formas específicas de pesquisa e de conservação física, de apresentação, de animação e de difusão, de organização e de funcionamento, de arquitetura nova ou musealizada, nos sítios herdados ou escolhidos, na tipologia, na deontologia (Desvallées & Mairesse, 2013, p. 61).

Assim, a ideia de ciência aplicada converge para o entendimento da Museografia como Museologia Aplicada visível na definição de Desvallées e Mairesse:

Atualmente, a museografia é definida como a figura prática ou aplicada da museologia, isto

substituído gradativamente pela denominação museólogo, forma mantida com a regulamentação da profissão em 1984.

³⁵ George-Henri Rivière (1897-1985). Museólogo francês. Teórico da Museologia.

é, o conjunto de técnicas desenvolvidas para preencher as funções museais, e particularmente aquilo que concerne à administração do museu, à conservação, à restauração, à segurança e à exposição. Muitos museólogos do Ocidente utilizaram, por sua vez, o conceito de *museologia aplicada* [grifo nosso] para se inserir à aplicação prática dos resultados obtidos pela museologia, como ciência em formação (Desvallées & Mairesse, 2013, p. 58-59).

Se traçarmos um paralelo entre estas concepções contemporâneas de Museografia (ou Museologia Aplicada) e as que motivou Nieckel a elaborar seu texto e conferir-lhe a denominação Museografia, veremos que, na essência, tratam-se de uma mesma proposta e de um mesmo objeto de estudo. Não obstante, as divergências conceituais e técnicas tornam-se gritantes se confrontarmos a Museografia do século XIX com as tendências que emergiram nos anos 1920-1930.

2.1 Considerações sobre Museus e Museografia no século XIX

O transcorrer do século XIX foi marcado pela criação de inúmeros museus na Europa, não mais como gabinetes de curiosidades, mas como instituições de caráter nacional e abertas ao público, conforme os ditames da Revolução Francesa de 1789. A política colonialista europeia favoreceu a transferência para estes museus – muitas vezes por meios ilícitos – de incontáveis coleções de diferentes culturas e povos: africanos, ameríndios, egípcios, greco-romanos, mesopotâmicos, orientais etc. Os acervos cresceram enormemente e o acúmulo atendia ao ideário imperialista de suposta superioridade, uma vez que os objetos/as coleções sintetizavam a própria história do conhecimento universal. Esta pretensão difere das propostas iluministas dos séculos XVII e XVIII, exatamente pelo teor ideológico e intenções capitalistas, ou seja, de exploração econômica de uma Europa crescentemente industrializada.

Para a produção científica, a aquisição destes acervos foi muito positiva, pois propiciou importantes estudos que marcaram todo o Oitocentos e se estenderam até as primeiras décadas do século XX. As acentuadas atividades de prospecções arqueológicas e coleta, por parte dos museus europeus, desencadeou uma série de outras atividades, todas interligadas e concernentes à gestão de acervos como pesquisa, identificação, catalogação, conservação, acondicionamento e exposição. Isso repercutiu diretamente na atuação profissional dos conservadores/curadores de museus, cujo perfil, geralmente, conciliava-se com outras atividades/profissões em decorrência da tipologia das instituições: arqueólogos, egiptólogos, medievalistas, orientalistas, historiadores da arte, etnólogos, para citar as mais frequentes nos museus históricos, artísticos, arqueológicos e etnográficos.

Em contrapartida aos avanços na pesquisa – respaldada (em grande parte) na sistematização museográfica das coleções – em termos de exposição, os museus observaram, ao longo de todo o Oitocentos, praticamente as mesmas propostas de acúmulo dos gabinetes de curiosidades. A expansão e a concentração dos acervos exigiam espaços mais amplos ocasionando a adaptação de antigos edifícios palacianos. Entretanto, como diferencial, no século XIX desenvolveram-se projetos de prédios especificamente para abrigar museus, quase sempre em estilo neoclássico por suas referências à racionalidade greco-romana. Por outro lado, a exibição das obras nas galerias de exposição sintonizava-se à estética burguesa acentuada, nas últimas décadas do Oitocentos, pelo gosto eclético que privilegiava a ostentação e a ênfase no historicismo estilístico. Consonante com isso, as paredes eram sobrecarregadas de quadros e esculturas, o mesmo ocorrendo com vitrines e outros suportes expositivos. Os revestimentos decorativos dos interiores neoclássicos e ecléticos contribuíram para o aspecto geral de suntuosidade e exagero. Esta era a estética característica do século XIX e que persistiu nas décadas de 1900, 1910 e 1920.

Ainda que atendessem às propostas de ostentação, a sobrecarga de objetos chocava-se frontalmente com os princípios pedagógicos que despontavam e preconizavam a capacidade educativa que os museus poderiam explorar. Na verdade, não era somente o excesso de informações provocado pela exibição massiva de objetos e pelos

exageros decorativos da arquitetura a comprometer os museus, mas todo um conjunto de inadequações que tornavam os percursos penosos e afastavam os visitantes tornando as exposições cansativas e desinteressantes. Os circuitos eram longos e tortuosos, intercalados por escadarias e corredores e, em geral, eram muito escassas as possibilidades de cadeiras ou espaços destinados ao descanso dos visitantes. A luz das galerias era muito precária e não havia um sistema de iluminação adequado às obras. O Museu do Louvre, já considerado um dos mais importantes da época, em meados de 1920, ainda não instalara luz elétrica e mantinha uma antiga e deficiente iluminação a gás. Não havia preocupação com o conforto físico e visual do público e muito menos uma cultura no sentido de desenvolver recursos e estratégias para tornarem as exposições menos cansativas e mais atraentes de forma a exercerem plenamente suas propostas educativas.

3. Primeiros sinais de alerta

As primeiras denúncias mais incisivas que podemos identificar sobre os inconvenientes das exposições pesadas e exaustivas vão surgir nos Estados Unidos. No início dos anos de 1900, o curador Benjamin Gilman³⁶, do Museu de Belas Artes de Boston, realizou um interessante e criativo trabalho de mapeamento das dificuldades vivenciadas pelo público deste museu. Ele realizou uma série de fotografias ilustrando as complicadas posições que um visitante era obrigado a assumir para conseguir visualizar os objetos nos interiores das vitrines e de outros suportes expográficos. Eram estruturas grandes, altas, pesadas e, conseqüentemente, fora da escala humana, exigindo dos indivíduos enorme esforço físico para desvendar seus conteúdos.

As fotografias foram elaboradas com a nítida intenção de ‘dramatizar’ e nelas o ‘visitante’ aparece nas pontas dos pés, ajoelhado, dobrando a coluna, forçando o pescoço para levantar a cabeça etc. Foram publicadas em 1916, numa revista científica sediada em Nova

³⁶ Benjamin Ives Gilman (1852-1933). Norte-americano. Diretor do Museu de Belas Artes de Boston (1901-1903).

York. Com o título do artigo, *Museum Fatigue*, Gilman não somente cunhou e anunciou a ‘descoberta’ desta ‘síndrome’, mas também descreveu e diagnosticou seus sintomas. Segundo ele, o problema era “quase universal” e as condições que o provocava eram resultantes do modelo de museu amplamente aceito como padrão: “The conditions are those resulting from the type of museum case and museum installation widely accepted as standards among us” (Gilman, 1916, p. 62).

Não temos como avaliar o impacto deste artigo sobre os museus norte-americanos, mas, nos anos 1920, a Associação Americana de Museus, criada em 1906, tornou-se importante incentivadora de políticas de educação em museus, bem como de propostas para reduzir a questão da “fadiga museal”. E os museus norte-americanos responderam favoravelmente, inclusive, inaugurando pesquisas de público com o objetivo de entender as necessidades dos visitantes e saber de suas expectativas em relação aos museus, aos acervos e às exposições. Tudo isto para embasar os ‘produtos’ a serem oferecidos ao público, inclusive as melhorias a serem promovidas no funcionamento, na arquitetura e na expografia dos museus.

No século XIX, a confluência dos antigos ideais iluministas às propostas positivistas que emergiam trouxe novas perspectivas às metodologias pedagógicas refletindo-se num maior entendimento do museu como coadjuvante da Educação. No entanto, as mudanças nos aspectos técnicos dos museus, ou seja, na Museografia, visando o público e as possibilidades educativas do museu, só irão se desenvolver mais efetivamente nas primeiras décadas do século XX.

4. O Office International des Musées

Na década de 1920, ou melhor, no contexto que se seguiu ao término da Primeira Guerra Mundial ainda vigorava o modelo oitocentista de museu. Não obstante, este quadro estava fadado a ser alterado por uma série de movimentos afirmativos na área cultural que irão constituir um verdadeiro marco das políticas de museus. Nesta conjuntura identificamos o despontar da Museografia moderna atingindo diretamente os aspectos técnicos dos museus e funcionando

como suporte a futuras transformações que irão acionar o desenvolvimento e a consolidação do conceito Museologia.

Na criação do *Office International des Musées* – primeira entidade de carácter internacional específica para a área dos museus – podemos situar o ponto de partida de várias realizações em prol do desenvolvimento da Museografia e dos museus. Para entendermos o surgimento do OIM teremos que nos reportar à Sociedade das Nações-SDN, também conhecida como Liga das Nações, criada em 1919, no âmbito do Tratado de Versalhes e das políticas internacionais que acionou – pacifistas e colaborativas – inclusive em termos de Cultura e Educação. Para lidar com as questões destas áreas foi constituída a Comissão Internacional de Cooperação Intelectual - CICI³⁷, fundada em Genebra, em 1921, com o objetivo de promover a Educação no cenário mundial por meio de políticas de fomento ao desenvolvimento cultural e científico.

Dentre as várias outras comissões que compunham a Sociedade das Nações havia a Comissão de Letras e Artes, com delegações de vários países. Em 1926, o representante da França, historiador da arte Henri Focillon³⁸, apresentou à SDN a proposta inédita de um órgão para contemplar especificamente a área dos museus. Assim, surge neste mesmo ano, o *Office International des Musées* para promover a cooperação entre as nações por meio da integração dos museus ao desenvolvimento científico e cultural.

Por todas as realizações que promoveu visando o desenvolvimento dos museus, não seria exagero atribuir à ação do *Office International des Musées*, a conversão ou, pelo menos, o entendimento da Museografia como uma ciência, visão bastante difundida nos anos 30. Esta era a ideia de muitos profissionais da área, como Albert Henreaux³⁹ que 'vaticinou' o nascimento da Museografia como ciência, na própria criação do OIM:

³⁷ Como órgão executivo do CICI foi criado o Instituto Internacional de Cooperação Intelectual - IICI (1925).

³⁸ Henri Focillon (1881-1943). Crítico e historiador da arte francês. Conservador e diretor do Museu de Arte de Lyon (1913-24).

³⁹ Albert Henreaux (1881-1953). Colecionador franco-italiano. Conservador do Museu Condé. Foi presidente do Conselho Superior dos Museus Nacionais.

C'est donc à 1926 [création de l'Office International des Musées] que l'on peut faire remonter la naissance officielle de la muséographie en tant que science, avec ses règles et ses lois (Desvallées & Mairesse, 2011, p. 324).

5. A Revista *Mouseion*

A estratégia mais eficaz do *Office International des Musées* para investir no fomento da Museografia materializou-se na criação de uma revista, cujo objetivo central era estabelecer diálogo com a comunidade dos museus por meio da discussão e divulgação dos estudos mais recentes desta área. Assim, a Museografia passou a ser concebida não simplesmente como pura “descrição”, mas como um vasto espectro de técnicas atinentes ao pleno funcionamento das instituições museológicas.

Publicada entre 1927 e 1946⁴⁰, a revista *Mouseion* apresentava inicialmente o subtítulo Boletim Internacional de Museografia (1927-29) alterado, a partir de 1930, para Revista Internacional de Museografia. Havia colunas sobre as atividades dos museus e realizações do próprio OIM, mas a ênfase maior eram os artigos de conhecidos profissionais, sobretudo europeus e norte-americanos, com importantes atuações na área da Museografia: diretores e conservadores/curadores de museus; arquitetos; historiadores da arte; restauradores, químicos e biólogos que se dedicavam ao exame científico e ao tratamento de coleções musealizadas; peritos nas áreas de iluminação e expografia; além de especialistas em educação em museus e em legislação de patrimônio.

Logo nos primeiros números da *Mouseion*, no final dos anos 1920, aparecem artigos que revelam a preocupação com as questões museográficas face às mudanças que anunciavam novas técnicas e que vinham sendo promovidas nos museus, inclusive em relação às políticas voltadas ao público. Percebe-se também a preocupação em

⁴⁰ Editada com regularidade até 1939. De 1927 a 1930 o lançamento foi quadrimestral. A partir de 1931 passou a ser trimestral. Entre 1940-46, as edições foram comprometidas em decorrência da Guerra.

divulgar os avanços dos museus norte-americanos referentes à educação, ao *marketing* e à pesquisa de público: *L'enseignement dans les musées américains* (1927), de Laurence Coleman⁴¹, *Le nouveau Musée d'Art de Philadelphie* (1928), de Horace Jayne⁴²; e *Le Musée Moderne: son plan, ses fonctions* (1930), de Richard Bach⁴³. Estas experiências dos autores norte-americanos referiam-se a museus que estavam repensando sua relação com o público e investindo na parte museográfica, como o *Metropolitan Museum*, o Instituto de Artes, de Detroit, o Museu de Arte da Filadélfia e o Instituto de Arte, de Chicago. A motivação central destas instituições fundamentava-se na proposta de atrair o público por meio de exposições que pudessem propiciar bem-estar, prazer e que explorassem o potencial educativo das coleções.

O clamor pelas mudanças, a ideia de um “museu moderno”, de suas novas funções sociais e ainda a necessidade de reformulação e reorganização dos museus antigos, criados no século XIX, são enfatizadas reiteradas vezes em diversos artigos da *Mouseion*, dos quais podemos destacar: *Le Musée Moderne* (1929), de Auguste Perret⁴⁴; *La construction moderne des musées*, de Fritz Schumacher⁴⁵; *Le rôle social des musées*, de Jean Capart⁴⁶; e *La conception et l'organisation moderne des musées d'art et d'histoire*, de Jean Lameere⁴⁷, estes dois últimos datados de 1930.

Sempre privilegiando os aspectos técnicos referentes à Museografia, algumas edições da *Mouseion* fixaram-se em determinados assuntos considerados de maior relevância em função de momentos específicos. Exemplo disso são vários volumes

⁴¹ Laurence Vail Coleman (1893-1982). Norte-americano, presidente da Associação Americana de Museus (1927--58).

⁴² Horace Howard Farness Jayne (1898-1975). Curador do Museu de Arte da Filadélfia.

⁴³ Richard Franz Bach (1888-1968). Curador do Metropolitan Museum de Nova York.

⁴⁴ Auguste Perret (1874-1954). Arquiteto franco-belga.

⁴⁵ Fritz Schumacher (1869-1947). Arquiteto e urbanista alemão. Realizou projetos para museus.

⁴⁶ Jean Capart (1877-1947). Egiptólogo belga. Conservador e diretor do Museu Real de Arte e História de Bruxelas.

⁴⁷ Jean Lameere (1901-1964). Filósofo e crítico de arte francês.

publicados entre 1936 e 1940, com artigos que alertavam sobre estratégias e procedimentos técnicos de prevenção e proteção de monumentos, museus e acervos contra a ação destruidora de possíveis bombardeios aéreos. Isto ocorreu em flagrante demonstração de alerta do OIM diante das destruições que se faziam sentir na Guerra Civil Espanhola (1936-1939) e das que já eram esperadas e que eclodiram com a Segunda Guerra Mundial (1939-45).

No espaço de cinco anos foram publicados onze textos, todos destacando a importância das medidas preventivas e dos cuidados na proteção dos monumentos e acervos, entre os quais: *La protection internationale des monuments historiques et des oeuvres d'art en temps de guerre* (1936), de Charles de Visscher⁴⁸; e *Les premières mesures de défense du Prado au cours de la guerre civile en Espagne*, (1937), de Sánchez Cantón⁴⁹. Os volumes 47 e 48, sob o título *La protection des monuments et des oeuvres d'art en temps de guerre*, constituíram um único estudo sobre este tema. Foram publicados no final do ano de 1939, pouco depois da deflagração do conflito e traziam importantes orientações sobre métodos de embalagem, evacuação e transporte de obras, além de procedimentos sobre a salvaguarda dos prédios.

Outra proposta de 'série temática' ocorreu com os volumes 41 e 42, da *Museion* de 1938, apresentando, em toda a extensão, sob o título *La Conservation des Peintures*, um resultado minucioso de importantes pesquisas relativas à conservação e à restauração de pinturas.

O livro foi organizado em duas partes: uma para a Conservação, dividida em 10 capítulos, e outra específica para a Restauração, em 7 capítulos. Os textos, não autorais, foram elaborados e revisados por um Comitê de Redação constituído por conhecidos especialistas, em geral, vinculados a importantes universidades ou instituições museológicas: Constable⁵⁰, do Instituto de Arte de Londres; Folch y Torres⁵¹, do

⁴⁸ Charles de Visscher (1884-1973). Advogado e jurista belga. Especialista em Direito Internacional.

⁴⁹ Francisco Javier Sánchez Cantón (1891-1971). Historiador da arte espanhol. Conservador e diretor do Museu do Prado

⁵⁰ William George Constable (1887-1976). Inglês. Curador de museu. Crítico e historiador da arte.

⁵¹ Joachin Folch y Torres (1886-1963). Espanhol. Conservador de museu. Crítico e historiador da arte. Diretor do Museu de Arte de Barcelona.

Museu de Arte de Barcelona, Ganz⁵², da Universidade de Basiléia; Goulinat⁵³ e Maroger⁵⁴, ambos dos Museus Nacionais da França; Laurie⁵⁵, da Academia Real de Londres; Lavagnino⁵⁶, da Superintendência Real de Galerias e Obras de Arte do Lácio, Itália; Plenderleith⁵⁷, do Museu Britânico; George Stout⁵⁸, do *Fogg Art Museum*, o único norte-americano; Ruhemann⁵⁹, do Museu do Estado de Berlim; e, por fim, Martin de Wild⁶⁰, de Haia, o único não vinculado a uma instituição.

Esta iniciativa consistiu em mais um comprometimento do OIM no sentido de colocar estudos científicos a serviço dos acervos musealizados. O texto é bastante abrangente elencando todo um conjunto de condutas, desde as mais básicas como transporte e acondicionamento, até as mais sofisticadas utilizando equipamentos de controle ambiental, além de intervenções de higienização, remoção de vernizes degradados e reentelamentos. Toda esta metodologia fundamentada em análises químicas e testes laboratoriais, inclusive em estudos criteriosos sobre as reações da técnica da pintura a óleo e de seus materiais constituintes.

6. As “Conferências Internacionais”

A determinação do OIM em investir no desenvolvimento de uma consciência de preservação de patrimônio não se limitou à

⁵² Paul Ganz (1872-1954). Suíço. Conservador de museu e historiador da arte.

⁵³ Jean-Gabriel Goulinat (1883-1972). Francês. Pintor e restaurador. Chefiou o Laboratório de Restauração do Museu do Louvre.

⁵⁴ Jacques Maroger (1884-1962). Francês. Pintor e restaurador. Chefiou o Laboratório de Restauração do Museu do Louvre.

⁵⁵ Arthur Pillans Laurie (1861-1949). Escocês. Químico e conservador-restaurador.

⁵⁶ Emilio Lavagnino (1898-1963). Italiano. Restaurador, crítico e historiador da arte.

⁵⁷ Harold Plenderleith (1898-1997). Escocês. Químico, arqueólogo e conservador-restaurador.

⁵⁸ George Leslie Stout (1897-1978). Norte-americano. Conservador-restaurador.

⁵⁹ Helmuth Ruhemann (1891-1973). Restaurador alemão.

⁶⁰ Angenitus Martin de Wild (1889-1969). Químico e restaurador holandês.

publicação regular da *Mouseion*, mas estendeu-se à organização de congressos chamados de “conferências internacionais”. Estas conferências converteram-se em verdadeiros fóruns de divulgação de normas técnicas – sempre calcadas em fundamentação científica – para dar suporte a todos os procedimentos museográficos, como também na promoção de debates e discussões relativas a uma legislação para a área da preservação de património como um todo, à época identificado aos chamados “monumentos históricos e artísticos”.

Houve quatro conferências, todas nos anos 30: Roma (1930), Atenas (1931), Madri (1934) e Cairo (1937). A primeira destas, de Roma, contemplou as questões técnicas da Conservação, temática que reflete bem a preocupação do OIM em investir nas estratégias de preservação visando a salvaguarda dos acervos. Revela também o despontar de uma premissa – de fundo ruskiniano – de que a conservação seria uma prioridade e que a restauração deveria ser evitada e só utilizada quando estritamente necessária. Esta foi a ‘filosofia’ que norteou as comunicações ocorridas nas plenárias, de 13 a 17 de outubro de 1930, proferidas por especialistas das áreas de Conservação-Restauração, Museografia e História da Arte. A organização foi liderada por Eurípide Foundoukidis⁶¹, secretário geral do OIM, assessorado pela Comissão Italiana de Cooperação Internacional.

A conferência consistiu num verdadeiro marco da História da Preservação e da Museologia por ser o primeiro encontro internacional a reunir profissionais de património, sobretudo conservadores de museus, e conservadores-restauradores, irmanados em torno do objetivo comum de refletir e discutir sobre as questões de conservação científica das coleções de arte no âmbito específico da Museografia.

As comunicações fixaram-se nos aspectos relativos à degradação material dos objetos e nas medidas de prevenção que poderiam ser aplicadas na área de “museografia geral”, ou seja, abrangendo desde a arquitetura de museus e condições ambientais de exposição e acondicionamento, até aspectos técnicos de iluminação, umidade, aquecimento e ventilação. As conclusões da conferência foram publicadas nos volumes 13 e 14 da *Mouseion* de 1931.

⁶¹ Eurípide Foundoukidis (1894-1968). Arquiteto grego.

O segundo evento, a Conferência de Atenas, aconteceu de 21 a 30 de outubro de 1931, com o objetivo de estender a problemática da conservação aos monumentos. A proposta foi apresentada pelo OIM exatamente para ampliar as discussões preservacionistas, incluindo questões de ordem administrativa e legislativa na proteção dos monumentos arquitetônicos tendo como principal referência o *Partenon*, símbolo do mundo ocidental e parâmetro de alcance internacional em termos de patrimônio.

Assim como a Conferência de Roma, a Conferência de Atenas representou um marco na medida em que gerou o primeiro documento internacional para legislar a preservação de patrimônio e estabelecer conceitos e normas. As recomendações da “Carta de Atenas”, como passou a ser conhecida posteriormente, refletem as principais preocupações da época não somente com as questões legais, mas também com os aspectos técnicos que deveriam orientar as ações de conservação. Na essência, seus princípios norteadores ainda se mantêm válidos até a atualidade como a atribuição da responsabilidade dos Estados na preservação do patrimônio; a predominância do direito público sobre o direito particular; o respeito à “fisionomia das cidades” e ao entorno dos monumentos, inclusive das áreas verdes; a importância da educação na conscientização da “infância e da juventude”. Estes princípios atingiram também as intervenções técnicas como a anastilose⁶² e o uso de novos materiais de consolidação, como o cimento.

A importância conferida pelo OIM à preservação de monumentos pode ser avaliada pelo investimento em publicações sobre este tema. Os estudos preliminares da Conferência de Atenas foram publicados na *Mouseion* 13 e 14, de 1931 e, ao longo de 1932, as comunicações também foram divulgadas nos quatro volumes deste ano. Além disso, independentemente da *Mouseion*, o OIM dedicou uma publicação para tratar especificamente da salvaguarda, *La conservation des monuments d'art et d'histoire*, lançada em 1933, tendo como anexo o texto integral gerado pelo encontro, *Conclusions de la Conférence*

⁶² Método de reintegrar fragmentos de ruínas em sua localização original, normalmente tambores de colunas. Do grego aná, que significa sobre, e stúlos, coluna.

d'Athènes, contendo, além do texto em francês, versões em inglês, alemão, italiano e espanhol.

A Conferência de Madri, entre os dias 28 de outubro e 4 de novembro de 1934, foi a que atingiu mais diretamente o âmago das propostas do OIM, ao concentrar-se na discussão sobre a Museografia. A ênfase à conservação permanece, na medida em que o objetivo central desta conferência era investir em políticas, estratégias e metodologias de preservação de coleções musealizadas.

Além dos representantes da Sociedade das Nações e de países não europeus como China, Estados Unidos, Irã e Japão, a presença europeia foi majoritária como em todos os eventos do OIM: Áustria, Bélgica, Dinamarca, Escócia, Espanha, França, Holanda, Hungria, Inglaterra, Irlanda, Itália, Polônia, Portugal, Romênia e Suécia.

Os conferencistas eram profissionais atuantes em museus, em geral, diretores e conservadores/curadores, historiadores da arte e arquitetos. Assim como as conferências anteriores de Roma e de Atenas, a Conferência de Madri foi amplamente divulgada, mas ao contrário destas, foi elaborada uma publicação bastante extensa, em dois volumes, a mais densa de todas as publicações do OIM: *Muséographie I e Muséographie II*, tendo como subtítulo *Architecture et aménagement des Musées d'art/Conférence Internationale d'Études*. Publicada no ano seguinte, 1935, os anais da Conferência de Madri não somente pela densidade,⁶³ mas sobretudo pela abrangência e consistência dos temas abordados passaram a ser conhecidos como “Tratado de Museografia”. Os assuntos, divididos em 18 capítulos, no primeiro volume, e 6, no segundo, atendiam a praticamente todas as áreas da Museografia, da arquitetura de museus, conservação e exposição, às particularidades de cada coleção: programas arquitetônicos para museus; organização de salas de exposição e sistemas de apresentação de obras; exposições permanentes e temporárias; iluminação, aquecimento, refrigeração e aeração; adaptação de prédios antigos para museus; numeração e etiquetagem; organização de depósitos, reservas e coleções de estudo; expansão de coleções; problemas específicos de coleções de esculturas, artes

⁶³ O 1º volume contém 293 páginas e o 2º, 232, perfazendo um total de 525 páginas.

decorativas e industriais, etnográficas e de arte popular, moedas e medalhas, artes gráficas e arte pré-histórica.

Esta complexidade de temas demonstra os avanços verificados pela Museografia no espaço de uma década, se tomarmos como base a criação do OIM, em 1926. A Conferência de Madri representou os esforços desta entidade na busca do desenvolvimento técnico dos museus no sentido de se desvencilharem das 'malformações' que haviam estigmatizado os museus do século XIX.

No prefácio da *Muséographie*, os membros do Comitê de Redação fizeram um balanço dos esforços do OIM "nos últimos vinte anos" e destacaram suas realizações para garantir posturas de "conservação racional" e a valorização das "obras de arte", dentre outras contribuições para a formação da Museografia, considerada por eles como uma "técnica nova". Esta ideia reflete bem o caráter de inovação atribuído à Museografia nos anos 30:

Un grand effort a été entrepris, surtout depuis une vingtaine d'années, dans les divers pays, pour assurer la conservation rationnelle des oeuvres d'art, aussi bien que leur mise en valeur. Après période d'expériences de tous genres et de réalisations multiples, il importait de faire le point, de marquer l'évolution des principes, des données, des travaux et des programmes des musées, – autant d'éléments qui ont contribué à former une technique nouvelle: la muséographie (Schmidt-Degener⁶⁴, Maclagan⁶⁵, Sánchez Cantón & Foundoukidis, 1935, p. 9).

⁶⁴ Frederick Schmidt-Degener (1881-1947). Holandês. Historiador da arte e conservador de museu. Foi diretor do Rijksmuseum de Amsterdam.

⁶⁵ Eric Maclagan (1879-1951). Inglês. Curador de museu. Foi diretor do Museu Vitória e Alberto.

3 O Plano Verne e o debate da Revista *Les Cahiers de La République des Lettres, des Sciences et des Arts*

As ações do *Office International des Musées*, sobretudo a revista *Mouseion*, as quatro conferências internacionais e os anais que produziram, mudaram completamente os rumos dos museus dando-lhes perspectivas modernas de organização, funcionamento e novas propostas de atuação junto ao público. Esta mudança pode ser percebida numa nova postura dos museus no sentido de abandonarem suas ‘engrenagens emperradas’, mantidas há mais de um século, e de buscarem metodologias racionais e mais próximas do que poderia ser considerado científico. Interessante observar que a racionalidade do Iluminismo e a fixação pela ciência do Positivismo não haviam sido suficientes para mudar o quadro de empirismo e improvisação herdados do século XIX e ainda predominante nos museus das primeiras décadas do século XX.

Foram necessárias duas guerras mundiais, intercaladas por uma ‘pseudo trégua’, ou seja, um interregno marcado por hostilidades e inseguranças, para promover uma transformação nos museus levando-os a refletir sobre sua real função enquanto instituições públicas a serviço da sociedade. O primeiro sinal desta mudança surge da autocrítica das próprias instituições e de seus profissionais que perceberam a necessidade de atualização. O caso mais exemplar de reação contra o modelo estabelecido de museu refere-se ao Museu do Louvre com um projeto de reformulação geral apresentado, em 1925, pelo então diretor Henri Verne⁶⁶. Implantado a partir de 1927, o Plano Verne, como passou a ser conhecido, consistiu num amplo e profundo projeto de modernização que atingiu completamente o museu, da arquitetura às galerias de exposição passando por grandes obras para ampliação e criação de novos departamentos, laboratórios e reservas técnicas. A reforma materializou o que podemos entender como um novo conceito de museu para a época pautado em organização, funcionalidade e metodologias racionais em termos de aquisição, documentação, acondicionamento, conservação e exposição, ou seja, atingindo desde a coleta até o contato direto com o público.

⁶⁶ Henri Verne (1880-1949). Francês. Conservador de museu. Diretor dos Museus Nacionais e da Escola do Louvre (1925-39).

Apesar de fundamentar-se em aspectos essencialmente técnicos, esta ‘onda’ de organização vislumbrava o desenvolvimento de um novo conceito de museu, de uma nova relação com a pesquisa, com o acervo e com o público, uma vez que o mote central de todo o processo de reformulação era dar um novo sentido ao potencial de pesquisa e educação do museu oferecendo, ao público em geral, condições adequadas de acesso às exposições e às coleções.

A estratégia central estabelecida pelo Plano Verne revelou esta preocupação na medida em que, diante da problemática de um acervo colossal e da necessidade de um ‘filtro’ que pudesse controlar o abarrotamento de peças nas exposições, a saída mais lógica encontrada foi exatamente investir na adequação de reservas técnicas que pudessem receber as coleções de maneira ordenada e otimizada possibilitando, conseqüentemente, receber e atender condignamente o público de pesquisadores. Esta estratégia começava por desobstruir os circuitos expositivos retirando-lhes os excessos e tornando-os mais interessantes e menos extenuantes aos visitantes. Num segundo momento, os objetos considerados excedentes foram incorporados às reservas, neste contexto, concebidas como *locus* de organização racional, de estudo e pesquisa de acervo. Esta concepção teve como base o chamado Método do Duplo Museu que consistia em estruturar o museu em dois setores distintos em termos de ‘alocação’ de acervo: os circuitos de exposição, para o público em geral, e as reservas técnicas para os pesquisadores.

Ainda que possa parecer lógico, este método causou polêmica nos meios culturais da época levando a revista *Les Cahiers de la République des Lettres, des Sciences et des Arts*, periódico especializado em trabalhar temas novos e controversos, a promover um debate literário por meio de artigos de especialistas posicionando-se pró ou contra esta metodologia do Plano Verne. Os textos foram publicados em 1931, na série *Musées: adir internationale sur la adir des galeries publiques*. O caráter de novidade do interesse pelos museus, a interpretação da Museografia como ciência e o entendimento de que, para atingir sua missão educativa, as instituições museológicas teriam que investir, prioritariamente, nos recursos de ordem técnica, são premissas que emergiam e estavam orientando os processos de

reformulação, como podemos conferir na introdução assinada pelos organizadores da revista, d’Espezzel⁶⁷ e Hilaire⁶⁸:

Les galeries publiques sont, em effet, l’objet, depuis quelques temps, d’em intérêt grandissant et, il faut bien dire, assez nouveau. Leur perfectionnement, leur adir font maintenant partie des préoccupations du grand public, tandis qu’amateurs et conservateurs discutent avec passion les adiror de la “muséographie”. Car em vocabulaire spécial s’est crée, c’est-à-dire, à mode de ce temps, une adir. Qu’on s’em adiro ou qu’on le regrette, le XX^e siècle a bien des chances de porter l’épithète de “siècle des musées”. Le désir adir est de voir les galeries publiques assumer, em dehors de leur rôle primordial de sauvegarde du passé, celui d’institutions utiles, d’établissements éducatifs et scientifiques. Notre adir a, sur ce point enregistré une véritable unanimité d’opinion. (D’espezzel, Hilaire & Wildenstein, 1931, p.5.)

O fato desta reforma do Louvre provocar polêmica e repercutir neste debate da revista *Les Cahiers* já denuncia, por si só, o germe de mudanças e de contestações que contaminava a área cultural, em especial os meios museográficos, em relação ao modelo de museu do século XIX, nestas alturas, já considerado ultrapassado e passível de transformação para que pudesse cumprir sua função social.

Outro aspecto sintomático desta ‘revolução’ dos museus no período entreguerras refere-se ao despertar da preocupação com a formação do profissional específico da área, o “conservador de museu”, conforme a tradição francesa. Na mesma ocasião em que o Plano Verne

⁶⁷ Pierre d’Espezzel (1893-1959). Francês. Jornalista e crítico de arte. Conservador da Biblioteca Nacional de Paris.

⁶⁸ Georges Hilaire (1900-1976). Jornalista e político francês. Crítico de arte.

foi acionado, em 1927, foi criado, na Escola do Louvre, o Curso de Museografia⁶⁹ com a proposta de ensino das técnicas de organização e preservação das coleções, basicamente, identificação, documentação, conservação e exposição. Esta proposta não somente insere-se no projeto de reformulação do Louvre, na medida em que formaria profissionais para dar suporte aos trabalhos necessários, mas também se sintoniza ao contexto de renovação dos museus, de investimento na Museografia e de compreensão do potencial científico a ser desenvolvido nesta área.

4 A Série *Muséographie* da Revista *L'Architecture d'Aujourd' Hui*

No final da década de 1930, às vésperas da guerra, pode-se constatar o desfecho da política de museus acionada pelo *Office International des Musées*, e dos avanços obtidos, em várias outras iniciativas de reformas modernizantes, tanto em museus europeus quanto não europeus. No entanto, a ação mais reveladora que arremata este processo de mudanças pode ser percebida, mais uma vez, numa publicação. Trata-se da revista *L'architecture d'aujourd' hui*, cuja edição de 1938, série *Muséographie*, foi inteiramente consagrada à arquitetura de museus e à sua relação com aspectos técnicos museográficos: adaptação de prédios, circulação, exposição, iluminação, conservação e acondicionamento em reservas adequadas.

Primeiramente, a escolha deste tema pela *L'architecture d'aujourd' hui* pode ser considerada incomum pelo fato das questões museográficas terem despertado a atenção de outra área, no caso a Arquitetura. Segundo, porque esta revista concentrava-se nas questões conceituais e técnicas da arquitetura de vanguarda, na época identificada ao racionalismo da Bauhaus e às propostas lecorbusianas. Por tudo isso, no final dos anos 30, *L'architecture d'aujourd'hui* desempenhou um importante papel na crítica e na disseminação da arquitetura moderna. Ao destinar um número a artigos que discutiam a relação da arquitetura com programas de museus denota o quanto a Museografia havia crescido e assumido um novo *status* no contexto da

⁶⁹ A Escola do Louvre foi criada em 1882 e originalmente oferecia curso de Arqueologia.

arquitetura e das inovações tecnológicas, sobretudo ligadas à engenharia, às novas técnicas construtivas e à infraestrutura das edificações contemporâneas adaptadas para museus.

Os autores dos artigos eram não somente arquitetos, como Marcel Lods⁷⁰, Moreux⁷¹ e Foundoukidis, este com sólida atuação nas áreas do patrimônio e dos museus, mas igualmente profissionais com larga experiência como conservadores de museus/museólogos: Hautecoeur⁷², Huyghe⁷³, Verne e Rivière.

Além de apresentar várias matérias sobre projetos de reorganização ou adaptação de museus em prédios históricos, os títulos dos artigos, específicos de Museografia, não deixam dúvidas quanto ao foco nas questões desta área: *Air et lumière dans les musées* (Foundoukidis), *Destinée des Musées* (Huyghe), *L'architecte et les musées* (Verne), *Les musées adiror* (Rivière), *Présentation des oeuvres d'art dans les musées* (Moreux) e *Programme architectural des musées* (Hautecoeur), dentre outros.

Exatamente pelo contexto em que foram redigidos os textos têm um caráter premonitório em relação aos museus e ao seu papel na sociedade. Em geral, são reflexões sobre as perspectivas, a vocação democrática e o futuro dos museus, a diversidade de público e o desafio que os profissionais teriam que enfrentar para concretizar sua função educativa e conciliar as exigências da Conservação com as necessidades de conforto dos visitantes. Tudo isso, a par das questões de ordem técnica – luz, ventilação e aquecimento – aplicadas às exposições e às reservas, e o papel dos arquitetos contemporâneos nos projetos de concepção e adaptação de museus.

A compreensão da Museografia como uma área nova a ser explorada e seu caráter de ciência permeia vários destes artigos, entre os quais o de Euripide Foundoukidis que destacou a natureza recente da Museografia e a considerou “tributária” de diversas outras disciplinas, além de destacar sua vocação interdisciplinar. Por sua

⁷⁰ Marcel Lods (1891-1978). Arquiteto e urbanista francês.

⁷¹ Jean-Charles Moreux (1889-1956). Francês. Engenheiro e arquiteto.

⁷² Louis Hautecoeur (1884-1973). Francês. Conservador de museu, professor e historiador da arte.

⁷³ René Huyghe (1906-1997). Francês. Conservador de museu. Crítico, professor e historiador da arte.

atuação junto ao OIM, desde os anos 20, inclusive como redator da *Mouseion*, Foundoukidis pôde acompanhar de perto e sob um ângulo privilegiado, o ‘nascimento’ e a expansão da Museografia na Europa, nos Estados Unidos e sua reverberação no mundo, em diversos níveis de intensidade em decorrência da realidade social e do contexto histórico de cada país. Seu olhar crítico sobre o posicionamento da Museografia no período entreguerras converge para a ideia central deste artigo no sentido do papel preparatório e sedimentar desta área para o futuro desenvolvimento da Museologia.

Lorsqu'on visite em musée, on ignore généralement la somme de travail et d'efforts que le conservateur a dû deployer avant de pouvoir présenter au public les oeuvres de son musée, dans l'ambiance matérielle et esthétique qui leur convient. Tout ce travail préparatoire, ad sur l'expérience et les recherches des spécialistes, a peu à peu formé une technique nouvelle: la muséographie, qui se propose de déterminer les adiror, les méthodes et les moyens pratiques propes à abriter, à conserver, à classer et à mettre em valeur les objets d'art. Cette technique s'est particulièrement développée depuis vingt ans: tributaire des disciplines scientifiques les plus diverses, a est peut-être l'une de celles qui adiro la plus large collaboration entre spécialistes de différents domaines et techniciens de différents pays (Foundoukidis, 1938, p. 21)

5 Conclusão

Para concluir, retomaremos alguns aspectos da história da Museografia abordados no início deste texto. Assim, podemos considerar o surgimento das técnicas museográficas ainda no século XVI, com os Gabinetes de Curiosidades e as Câmaras de Arte. Já nesta época, os conservadores/curadores destas coleções – denominação

primitiva dos museólogos – desempenhavam funções de coleta, classificação, documentação, acondicionamento, conservação e exposição. Exemplo desta ‘pré-história’ dos museus é o texto de Samuel Quiccheberg descrevendo todos estes procedimentos técnicos, o mesmo ocorrendo na obra de Neickel. Este, avança com a sistematização destes procedimentos e dá-lhes a denominação de *Museographia*.

Entretanto, mais de um século teria que transcorrer para que as técnicas de organização e funcionamento dos museus adquirissem mais visibilidade e obtivessem o reconhecimento de sua relevância. A despeito da disseminação de museus e do crescimento de suas coleções ao longo do século XIX, somente nas primeiras décadas do século XX, mais precisamente no período entreguerras, a Museografia seria tratada como ciência e teria sua importância redimensionada.

Neste contexto destaca-se a atuação do *Office International des Musées* que representou um expressivo marco tanto do processo de valorização da Museografia quanto de construção da Museologia. Suas políticas tiveram como principal canal de execução um eficiente e regular suporte de publicação, responsável por disseminar um novo conceito de museu e de Museografia. Por meio da organização de encontros internacionais, as “conferências” e da publicação de seus anais, o OIM articulou, divulgou e consolidou políticas de museus e de preservação de patrimônio que repercutiram em todo o mundo trazendo novos paradigmas às práticas de preservação.

A revista *Mouseion* disseminou centenas de artigos cujas discussões priorizaram questões técnicas da Museografia, isto é, organização de museus, funções e aplicações práticas à Documentação, à Conservação-Restauração, à Exposição e à Educação. Estes artigos divulgaram um conjunto de técnicas com nítida intenção de construir metodologias para a prática das instituições museológicas, com base em discussões e reflexões amparadas em posturas científicas, como pesquisas de público, análises de laboratório, testes químicos etc.

Apesar de centralizar suas operações na Europa, o protagonismo do *Office International des Musées* foi decisivo para mudar os destinos dos museus em todo o mundo e acenar com novas perspectivas. As repercussões de suas políticas atingiram, inclusive, países fora do eixo Europa-Estados Unidos, como o Brasil, onde podemos identificar ações importantes como a implantação do Curso

de Museus (1932), no Museu Histórico Nacional – primeira iniciativa de formação em Museografia na América Latina – e a criação do primeiro órgão para preservação de monumentos, o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional-SPHAN⁷⁴(1937).

Por toda uma tradição na área museal, a França convergiu o debate sobre os questionamentos em torno de um novo modelo de museu que se delineava com as políticas do OIM e as publicações deste órgão foram determinantes para acentuar o clima de contestação ao museu tradicional, de matriz francesa, definido ao longo do século XIX, se tomarmos como exemplo o Museu do Louvre. Nas primeiras décadas do século XIX este protótipo oitocentista começou a sofrer reveses. Primeiramente, por ser associado a um contexto ultrapassado, e segundo, por não responder às aspirações da sociedade moderna. Neste sentido podemos identificar, no período entreguerras, um momento sinalizador de profundas transformações. Assim, podemos depreender que, para os museus, o século XX tem início nas décadas de 1920-1930.

O movimento de reformulação e de discussão nos museus, provocado e realimentado pela revista *Mouseion*, ecoou em publicações de outras áreas. Uma reverberação importante ocorreu em *Les Cahiers de la République des Lettres, des Sciences et des Arts* – periódico ‘especializado’ em discutir temas passíveis de questionamentos – que aderiu à polémica reforma do Louvre e dedicou a edição de 1931 a este tema. É um exemplo marcante do quanto a problemática da reorganização dos museus havia atingido os meios culturais e a sociedade como um todo.

Se a série *Musées-Les Cahiers* materializou as inquietações dos museus e da Museografia, a série *Muséographie* da revista *L’architecture d’aujourd’hui* simbolizou, no encerrar da movimentada e tensa década de 30, um novo estatuto adquirido por esta área, em decorrência das questões ligadas a uma nova concepção de museu e aos avanços museográficos, ou seja, a identificação da Museografia e dos museus com o que era moderno e arrojado. Ao reservar um número para tratar dos museus, *L’architecture d’aujourd’hui*, por sua vocação vanguardista, validou à Museografia o conceito de inovação vinculando-a à modernidade.

⁷⁴ Desde 1994, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional-IPHAN.

Por fim, não podemos deixar de registrar a interação destas reflexões suscitadas pelos museus com outras áreas do conhecimento, como a Pedagogia, a Sociologia, a Psicologia e a Comunicação. Algumas destas áreas vinham se desenvolvendo desde os séculos XVII, XVIII e XIX, e outras, mais recentes, emergiam desde as primeiras décadas do século XX e eram contemporâneas da Museografia. Neste sentido podemos entender que a Museografia ou a prática dos museus, além de possuir, na essência, o caráter de ensaio para sua própria consolidação metodológica, abriu caminho para o desenvolvimento de importantes áreas de conhecimento como, por exemplo, a Antropologia. Esta área teve como sólido veículo de investigação as práticas de classificação, documentação e exposição dos museus etnográficos. O caráter de ensaio empírico da Museografia possibilitou, também, o surgimento e o desenvolvimento de áreas como a Conservação-Restauração, cuja condição de ciência é decorrente e fortaleceu-se exatamente na prática da preservação nos museus.

Mas a contribuição maior da Museografia foi transmitida à própria Museologia. Ao se organizar por meio de um corpo de regras sistemáticas, a Museografia preparou o terreno para o futuro desenvolvimento da Museologia como campo de conhecimento. É como se a Museografia fosse um estágio experimental que possibilitou, à Museologia, imergir em suas questões existenciais permitindo, assim, um processo de amadurecimento que a levou a entender e assumir sua real inserção no mundo e na sociedade. Na Museografia o amadurecimento pode ser percebido quando museus, como o Louvre, despertaram para a premência de ‘acertar o passo’ com o século XX. Assim, passaram a reformular a parte técnica, sobretudo os circuitos expositivos para atrair o público e dar-lhe conforto físico e visual, e levando-o a um processo não somente de fruição, mas também de reflexão face aos objetos expostos.

Por outro lado, as pesquisas de público, empreendidas pelos norte-americanos, revelaram a intenção dos museus em atender às expectativas de seu público e a compreensão de que os museus teriam que assumir sua missão social. Não há como negar que a busca por melhoramentos técnicos está relacionada à compreensão do real compromisso do museu com a sociedade e ao despertar para o entendimento de um novo campo que se vislumbrava: a Museologia.

Em síntese, ao sistematizar métodos de tratamento técnico dos museus e acervos, e provocar discussões sobre estes mesmos métodos e suas repercussões junto ao público, a Museografia alicerçou a construção do campo disciplinar da Museologia. Um indício bastante revelador desta trajetória pode ser percebido na conversão, após o término da Segunda Grande Guerra, do *Office International des Musées* em Conselho Internacional de Museus – ICOM. Esta ‘nova’ entidade em muito se beneficiou das contribuições legadas pelo OIM.

O contexto do pós-guerra – apesar de ter semelhanças com o cenário do período entreguerras, com as utópicas políticas pacifistas – sinalizou novas perspectivas para os museus entre as quais a concepção da Museologia como campo de conhecimento. Assim, podemos dizer que a Museologia está para o ICOM, assim como a Museografia para o OIM. O resultado bem-sucedido de toda esta trajetória iniciada nos anos 20 tem, como ponto culminante, a criação, no ICOM, em 1977, do Comitê Internacional de Museologia-ICOFOM.

Bibliografia

D’Espezel, Pierre; Hilaire, George (org.), Wildenstein, George (coord.). (1931). *Les Cahiers de la République des Lettres, des Sciences et des Artes* (série Musées). N.º XIII. Paris.

Desvallées, André; Mairesse, François. (2013). *Conceitos-chave de Museologia*. Trad. Bruno Brulon Soares e Marília Xavier Cury. São Paulo: ICOM-BR.

Desvallées, André; Mairesse, François (dir.). (2011). *Dictionnaire Encyclopédique de Muséologie*. Paris: Armand Colin.

Gilman, Benjamin. (1916). *Museum Fatigue*. In: *SCIENTIFIC MONTHLY*. V. 2, n.º 1, jan., p. 62-74.

Office International des Musées. *Muséographie I*. (1935). *Architecture et aménagement des musées d’art/Conférence Internationale d’Études*. Madri, 1934. Paris: OIM, [1935].

Office International des Musées. (1927-1929). *Mouseion: Bulletin International de Muséographie*. Paris: OIM/Institut International de Coopération Intellectuelle.

Office International des Musées. (1930-1940). *Mouseion: Revue International de Muséographie*. Paris: OIM/Institut International de Coopération Intellectuelle.

Vago, Pierre. (1938). *L'architecture d'aujourd'hui* (série Muséographie)
Paris: Imp. Langlois. N^o 6, ano 9, jun.

O VESTIDO: ARTE URBANA, PASSAGENS, PERCURSOS ETNOGRÁFICOS E PATRIMONIAIS

Carolina Ruoso

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-3340-4357>

Manuelina Maria Duarte Cândido

Université de Liège, Bélgica

<http://orcid.org/0000-0001-9695-3807>

1 Introdução

Ano de 2013. Fortaleza, Ceará, Brasil:

No Serviluz fomos conduzidos por Pedro Fernandes, o cara mais conhecido [...]. Simpatia, humor e disponibilidade. Fabíola Gomes também foi um amor, cheia de vontade em fazer mais pelo seu bairro. A apresentação no Serviluz foi surreal! O farol tombado e abandonado; a rua ameaçada de demolição sendo ocupada por crianças: assustadas, desconfiadas, que aos poucos foram se encantando, foram se deixando tomar pelo acontecimento. Em uma das cenas, pedi que dessem nós n'O Vestido enquanto eu cantava, foi depois disso que ganhei de vez as crianças e estas começaram a cuidar de mim. Cada uma cuidava de um pedaço d'O Vestido, me orientavam onde eu devia pisar, fui tratada como rainha por elas. Foi realmente muito mágico e ali percebi que não podia deixar minha ficha cair, senão desabaria em lágrimas por esse trabalho. A carência no Serviluz vai além da falta de serviços básicos de saúde e moradia; falta movimentação cultural nas ruas,

mesmo com tantos projetos sociais e pessoas empenhadas em fazer acontecer no local. Mesmo diante dos fatos, sentimos muito amor no Serviluz (Sol Moufer, 2013)



Figura 1: Serviluz, Farol do Mucuripe, Fortaleza. O Vestido. Fotografia de Maria Marítima

Em seu depoimento, a artista Sol Moufer nos apresenta os moradores do bairro Serviluz, ao mesmo tempo em que a comunidade lhe introduz o bairro. Foi assim que Sol nos contou a respeito da chegada do projeto/performance O Vestido nas proximidades do Farol do Mucuripe⁷⁵, entendemos, portanto, que o bairro havia se transformado, naquela ocasião, em cenário. Sua luz, suas casas, o mar, tudo contracenava e tornava-se parte do processo performativo/expositivo: eram *as passagens*⁷⁶, criadas na marcação do tapete vermelho. As *passagens* são os lugares da relação entre a artista e as crianças, entre a artista e o bairro Serviluz, entre a artista e a cidade e, serão analisadas a partir das fotografias de Maria Marítima⁷⁷ que, neste contexto de registro e interpretação crítica da arte urbana, são tomadas como fotografias de vista de exposição⁷⁸.

De acordo com Alfred Gell (1998, p. 03), a Antropologia da Arte enfatiza o contexto social da produção, circulação e recepção da arte, mais que a avaliação de obras de arte específicas. O contexto aqui é a cidade, tema tão complexo para a Antropologia que leva Magnani (2009) a alertar para a necessidade de escapar à “tentação da aldeia” ou seja, considerar o objeto de estudo um mundo fechado e auto-

⁷⁵ O Farol do Mucuripe ou Farol Velho, hoje desativado, é uma das mais antigas edificações de Fortaleza e patrimônio histórico do Estado do Ceará.

⁷⁶ Walter Benjamin, no texto Pequena história da fotografia ([1931] 1987), ao falar de Eugène Atget, referia-se ao interesse do fotógrafo pelos sapateiros, catadores, como ele buscava o singular e elaborava passagens, coleção de notações, de fragmentos sobre Paris, a capital do século XIX (2006). Entendemos que a prática fotográfica de Maria Marítima como uma experiência que abre passagens, ao articular os trabalhos da memória, montando e desmontando olhares que são como aparições d'O Vestido entre crianças, nas casas, mercados e suas gentes.

⁷⁷ Maria Marítima é codinome de Alexandre Ruoso, fotógrafo dos mundos da arte que atuava em Fortaleza e usava este nome artístico na sua conta do *facebook*. A personagem faz parte do seu processo interpretativo do trabalho de registro e interpretação crítica das artes urbanas. Agradecemos a autorização de uso de imagem, pelo fotógrafo e pelas artistas.

⁷⁸ De acordo com Remi Parcollet (2009) a fotografia de vista de exposição não se restringe apenas ao trabalho de documentar e registrar as obras de arte em uma exposição, para o historiador da arte o fotógrafo elabora uma interpretação crítica das exposições, das obras de arte em exposição e da narrativa do curador.

significante, ao invés de uma trama tecida por muitos fios, como o autor propõe.

Este artigo busca aproximações com a Antropologia dentro de um espectro de outras áreas científicas às quais recorre para abordar seu objeto, a performance *O Vestido*, sob olhares multifacetados. Sem a pretensão de que o que fizemos em 2013 tenha sido uma verdadeira etnografia no sentido da teoria vivida (Peirano, 2008), retomamos memórias, anotações, fotografias, depoimentos e matérias jornalísticas que circularam nas redes sociais, como uma perspectiva etnográfica do processo e de suas repercussões no ciberespaço, neste caso, uma netnografia (Mesquita, 2018). Como membros cooperadores dos mundos da arte, citando Howard Becker (2010), observamos, desde 2009, a presença de alguns artistas e curadores nas redes sociais. Nossa análise foi elaborada a partir desse lugar, pesquisadoras que atuam também no ciberespaço.

Desejamos perceber os atores e expressões que compuseram a performance *O Vestido* como prática ao mesmo tempo artística e política, e a partir da construção desta narrativa, propomos argumentos possíveis que expliquem como a invenção das *passagens* através das artes da memória, transforma-se, na contemporaneidade, em instrumento de defesa da vida e da comunidade do bairro do Serviluz, em Fortaleza, nordeste do Brasil. O historiador François Hartog (2012, p. 171), ao referir-se a Pierre Nora, argumenta: a memória, como a entendemos hoje, não serve mais para apreender o passado a fim de preparar o futuro que desejamos, mas ela, a memória, torna o presente, presente de si mesmo, devemos compreender, portanto, que a memória é instrumento presentista.

6 O Vestido: um museu-performance em deambulação pela cidade

Retomando a fala de Sol Moufer, encontramos a expressão de um museu vivo fabricado no momento da fala da artista. Neste museu habitam muitas pessoas de todas as idades, especialmente as crianças curiosas, inquietas, espontâneas, desinibidas, maravilhadas, cheias de estranhamento, espanto e surpresa, que rodearam *O Vestido*. Elas, as crianças, caminharam no tapete vermelho, tornaram-se parte da experiência em arte. Maria Marítima, elaborou seu olhar integrando a

cena ao cenário, envolvendo as memórias dos retalhos d'O Vestido à paisagem da cidade, traçando através do seu enquadramento Maria Marítima apresenta os moradores como atores do turbilhão de emoções da experiência, compondo na sua poética, a dimensão estético-política do acontecimento.



Figura 2: O Vestido, Serviluz, Fortaleza. Fotografia de Maria Marítima

As crianças tecem os nós d'O Vestido, amarram nele seus sorrisos, suas perguntas, suas histórias, seus sonhos, seus medos, seus encontros e, também, seus desencontros. Os nós, são os pontos de entrecruzamentos das redes que as ligam aos fragmentos recolhidos pelos pedaços de pano d'O Vestido. Cada parte dele é um retalho de uma história, carrega um relato: estatutos, vidas, modos de ver, sentimentos e escolhas. Os farrapos são testemunhos da história, os catadores de farrapos procuram nos objetos inúteis seu patrimônio da humanidade (Barros, 1996, 2001).

Várias pessoas já fizeram O Vestido em diferentes cidades do Brasil. Trata-se de um projeto de Juliana Capibaribe, criado em 2009. A proposta é convidar pessoas que queiram montá-lo. Estas precisam coletar as peças e seus relatos, configurando um conjunto de memórias, tramando um enredo. Tecendo paralelos com objetos

musealizados no sentido mais clássico, o objeto no museu perderia seu valor de uso, passaria a ter apenas o valor cultural, patrimonial (Menezes, 1995). Muitas das roupas que compõem O Vestido estavam guardadas, sem uso e marcadas pelo tempo do esquecimento.

O desafio de pensar o patrimônio para além do objeto-testemunho é uma das principais preocupações dos atores que estão engajados no trabalho de colocar em exposição a trajetória dos objetos. O desafio é o de trabalhar com a linguagem poética das coisas (Chagas, 2003), produzindo reflexões sem deixar o objeto restrito a uma experiência ou personalidade. Somos convocados a trabalhar com os diferentes estatutos pelo qual atravessa um objeto durante seu itinerário biográfico (Bonnot, 2004). O patrimônio existe na sua atualização, na compreensão da sua existência no presente, na forma como o vemos pulsar na cidade. A historicidade se faz pelo significado a ele atribuído no presente, caso o esqueçamos no limbo, como lugar que nos mostra um modo de ser/estar no mundo que apenas encontra utilidade no passado, guardando seu valor para provar o quanto somos evoluídos em relação às práticas deste passado, não há como pensarmos em pertencimento.

O trabalho de coleta das peças de vestuário para compor O Vestido solicitava, das pessoas doadoras, uma roupa que carregasse uma memória. Junto com a roupa o colecionador ganhava também memórias, inserindo-se em uma poética da recuperação, como indica Debary (2017, p, 54), que permite uma possibilidade de segunda vida aos restos por sua inserção no mundo das artes. O corpo é tomado no presente artigo como um museu que pretende elaborar uma narrativa fabricada pelo agenciamento das peças-objetos, fruto da imaginação e da criação de quem analisa e combina as diferentes informações e compõe o enredo. “A poética do objeto manipulado permite contar histórias. No museu como no teatro, é a força dessa teatralidade que desempenha na história.” (Debary, 2017, p. 62). O corpo-museu deambula na cidade-museu.

Frederico Moraes escreveu em 1975 um texto intitulado “O Museu: a cidade lúdica” em que afirma:

A cidade é a extensão natural do museu de arte. É na rua, onde o “meio formal” é mais ativo, que ocorrem as experiências

fundamentais do homem. Ou o museu de arte leva à rua suas atividades museológicas, integrando-se ao cotidiano e fazendo da cidade (a rua, o aterro, a praça ou parque, os veículos de comunicação de massa) sua extensão natural, ou ele será um quisto. [...] Mais que acervo, mais que prédio, O Museu de Arte Pós-Moderna é ação criadora – um propositor de situações artísticas que se multiplicam no espaço-tempo da cidade. No Museu de Arte Pós-Moderna o espectador deve tornar-se um participante ativo da obra de arte e não se manter como mero espectador que olha passivo e distante os quadros de exposição, sem a experiência direta. (Morais apud Couto, 2012, p. 19)

Não foi o museu enquanto instituição que se deslocou até o Serviluz. A musealização acontece por meio da possibilidade de viver uma experiência artística, que somente existiu na relação entre a equipe d'O Vestido com a comunidade do Serviluz, ou de cada outro bairro atravessado por Sol Moufer. O que faz o museu existir na cidade é a experimentação artística, a vivência e a criação de um acontecimento em cada um dos bairros. Neste artigo, escolhemos tratar particularmente do caso da cidade de Fortaleza. Estamos nos referindo à cidade como lugar da arte e das memórias, não como espaço guardador, regido pela conservação monumental da história. Uma cidade que é exposta por meio da arte, que promove as pessoas do lugar, provoca as emoções urbanas, estimula os sentidos, valoriza as casas, realça a paisagem e atualiza nossas interpretações sobre o patrimônio cultural.

Neste mesmo bairro houve, em 2013, uma manifestação em torno do Farol do Mucuripe, um bem patrimonial da cidade de Fortaleza, construído no final do século XIX, muitas vezes atualizado por ações de artistas e pelas pessoas do bairro. Acontecia em Fortaleza o Festival Concreto de Arte Urbana. Na programação do festival estava incluída a grafiteagem do Farol do Mucuripe. Embora o evento fosse independente, contava com o apoio da Prefeitura Municipal de

Fortaleza, e este monumento é tombado pelo Governo do Estado do Ceará. Depois que o grafite de Rafael Limaverde apareceu na imprensa, muitas polêmicas em torno do gesto artístico convidaram a cidade a repensar este monumento. Limaverde ilustrou a parede externa do Farol com uma personagem, construída depois de pesquisar o lugar. Segundo o artista, este lugar é ocupado por jovens viciados no *crack*, dentro do Farol os meninos dormiam, defecavam, urinavam e preparavam seus cachimbos. Ao perceber os usos do monumento na contemporaneidade, o papel deste patrimônio para a cidade Limaverde compôs sua ilustração.

O artista publicou no seu mural do *Facebook* um álbum de fotografias nomeado Lux Lacrimosa. Nesse conjunto podemos ver fotos do esboço, seus primeiros riscos, parte da sua pesquisa. Encontram-se ali fotografias do processo da pintura e também uma de Fábio Lima, fotógrafo do Jornal O Povo, feita a partir de um helicóptero. Nesta vista aérea, foi recortado, por Limaverde, um quadro que destaca a presença de um jovem deitado na calçada ao lado do Farol. A presença desse jovem na imagem produzida sobre o Farol do Mucuripe grafitado, dava mais sentido à Lux Lacrimosa, que, nas palavras de Limaverde, estaria homenageando as mães do bairro Serviluz, que moram nos arredores do Farol.

Chorosa, tens teu coração dilacerado. Tuas naus já não reconhecem teu porto. Teu farol incandescente não brilha mais que as brasas das latas. Mares de morte levam tuas crias à deriva. Brilha tua dor sobre os filhos do mundo. (Limaverde, 2013)

A Lux Lacrimosa, olhava pelas mães dos meninos, pois elas não se percebiam mais como os faróis dos seus filhos. Os meninos estariam navegando para um mar revoltoso, sem mais voltar seus olhos para as suas raízes. Cada barquinho teria sua própria luz de lata acesa.

Lux Lacrimosa seria a luz que as mães não poderiam mais produzir, uma força ou um gesto de solidariedade? Uma denúncia ou o registro da biografia do patrimônio? Patrimonialização ou vandalismo? Qual é o papel da arte urbana ao tecer interpretações da cidade? Qual é o peso dessa intervenção em um monumento registrado no livro de bens tombados? Se o monumento serve como lição para mostrar a

evolução da história da cidade, ver o Farol Velho serve para conhecer um passado encerrado em si mesmo, distante da vida tecnológica dos dias atuais?

No Farol há um mirante, dele podemos ver uma paisagem marítima, bastante singular, e da mesma forma o pôr-do-sol. Assim, o Farol ensinaria aos moradores da cidade a respeito das vantagens do progresso, e encantaria os turistas, afirmando as belezas naturais dos trópicos.

Este Farol também ganhou uma interpretação quando Ednardo Sousa, compôs a canção Terral em 1973: “O Farol Velho e o Novo são os olhos do mar”, diz a letra da música que canta a vida em Fortaleza, nomeia os bairros, os percursos, recita um roteiro de quem habitava o lugar. Uma música que carrega saudades sem perder a potência de ocupar a cidade, pois avisa aos moradores da Aldeota, bairro das elites fortalezenses, que quem canta veio para aperrear. Ednardo (2013) contou que, na época da canção, tentaram gravar um curta metragem a respeito do Farol, o material da época ainda está guardado.

O Farol também é um lugar de afetos, engendrados pela sua condição de abandono, permitindo diferentes tipos de ocupações e solicitando sempre cuidados, despertando os mais diversos projetos. Ele também foi pensado para abrigar o Museu da Cidade e/ou o Museu do Jangadeiro, recebeu exposições de curta duração e foi restaurado. Depois do monumento ter sido grafitado em novembro de 2013, a Prefeitura de Fortaleza o fechou e cercou seu entorno com tapumes. Em fevereiro de 2014 a mesma gestão municipal despejou a comunidade do Alto da Paz, nas proximidades. A cidade volta seus olhares para o Serviluz, comunidade da beira da praia, que resiste e permanece, assegurados pelas suas histórias de luta, testemunhadas pelo Farol, mas silenciada nas narrativas oficiais e dos guias de turismo. E a canção continua “Aldeia Aldeota, estou batendo na porta pra te aperrear, pra te aperrear”.

Rachel Gomes (2013), em manifestação publicada na página do Festival Concreto do *Facebook*, no dia seguinte à polêmica, reflete sobre o incômodo de alguns cidadãos com a pintura do Farol, exigindo dos trabalhadores e gestores do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) com sede em Fortaleza, uma atitude:

“E, de repente, Fortaleza se viu cheia de ferrenhos defensores do patrimônio público. Problema que, tão distorcida, pelo desuso, a noção alencarina da coisa pública, não restou a vários destes defensores senão adir-la como se privada fosse. [...] Não me parece, todavia, que o incômodo com o farol agora novamente alumiado se deva, inteiro, ao zelo pelo patrimônio histórico e cultural da cidade; sim que o desconforto guarda relação com a luz lançada desde o farol do Pequeno Titã sobre questões que urgem em Fortaleza. O facho de luz aponta para o abandono. Do monumento, mas – além – da população e da própria cidade que se vai abandonando. Como se usasse da tática de guerra da terra arrasada, Fortaleza avança sobre novos pólos deixando para trás os antigos, não sem antes adir-los. Queima seu patrimônio social, histórico, cultural, ambiental e o que mais houver pelo caminho e cria uma estrutura urbana insustentável e segregacionista. As lutas por moradia, os problemas de trânsito, muito decorre desse processo que só tem olhos para algumas aldeias; “sorte” daquela à qual ao menos restaram os olhos do mar.”

Enquanto os críticos repreendiam o artista implicado no acontecimento, chegando a querer enquadrá-lo no crime de vandalismo e que fosse levado a julgamento, neste texto buscamos recuperar outros atores partícipes da imbricada rede que vivencia estes espaços da cidade, jogando luz sobre outros pontos de vista que escapam ao “olhar competente” dos agentes patrimoniais e outros “ferrenhos defensores do patrimônio público”, gente que decide “o que é certo e o que é errado e [...] o que é conveniente e lucrativo” (Magnani, 2002). Para Dominique Poulot (1997) a razão patrimonial foi constituída na República das Letras, através da fabricação de uma organização do patrimônio cultural fundamentada na presença do

intelectual funcionário do Estado Nacional. Este funcionário, continua Poulot, responsabilizar-se-ia por decidir em nome da nação o que deveria ser preservado e o que deveria ser destruído. Com a lei que cria o crime de vandalismo a República retirou da praça pública o poder de decisão sobre os patrimônios culturais, pois uma nação civilizada deveria ter intelectuais especializados que analisariam com a razão e não com a emoção os destinos dos bens culturais.

Rachel prossegue:

“E, se foi esse desconforto que a mãe da cidade abandonada e de seus jovens assassinados estampada na parede do farol despertou, então, cumpriu-se a sua função artística, pois, a mim, a arte, longe de consistir meramente no belo e intocável, é aquilo que faz sentir, ainda que seja as entranhas a revirar. A arte, em especial a arte de rua, é mesmo para aperrear. Agora, aperreada, a cidade conservadora insiste em alegar a pretensão de conservar a História e se esquece de que a História é contínua e dinâmica, está-se fazendo agora; na ânsia de preservá-la, é possível que se a esteja apagando. [...] A arte produzida no farol do Titanzinho durante o merecido Festival Concreto poderia, ao meu ver, considerar-se um restauro pautado nas mais modernas e engajadas teorias da restauração. O grafite se distingue, de forma harmoniosa, do estilo da obra, a ressignificando sem preterir sua originalidade; e marca a passagem do tempo, destes tempos de cidade obscura, que devem ser lembrados tanto quanto os efeitos da guerra sobre a Igreja da Memória. Lembrados para que não se prorroguem. Para que a lei não impeça a arte de continuar a fazer história, mas vete que construtoras ponham abaixo bangalôs em processo de tombamento, que governos destruam parques, que eventos

varram famílias. A identidade histórico-cultural de Fortaleza está ameaçada, sim; mas de maneira nenhuma por aqueles que denunciam o descaso. Está ameaçada pelos centros de eventos, pelos aquários, pelas estaiadas, pelos mirantes, pelos viadutos, pelo sonho da Miami cearense”. (Gomes, 2013)

O texto de Rachel Gomes articula os discursos efusivos em torno da preservação neutralizada do patrimônio com os problemas sociais e as escolhas políticas da gestão pública da cidade, relacionando as críticas ao modelo de desenvolvimento da cidade com os projetos de preservação do patrimônio e realçando as diversas agências e interesses envolvidos nas disputas patrimoniais. Fundamenta a sua análise, segunda ela, “nas mais modernas teorias da restauração”. Neste momento Rachel Gomes faz uso da sua competência de especialista do patrimônio, da razão em meio à emoção, para afirmar que os projetos de restauração precisam, na contemporaneidade, considerar os elementos da função social do patrimônio cultural, a sua relação com o meio sócio-cultural, fazendo uma referência ao Muñoz Viñas (2003) e sua a teoria contemporânea da restauração. Para Nathalie Heinich (2009), a emoção patrimonial pode ser mobilizada pelos técnicos e especialistas, assim como os militantes em defesa do patrimônio podem se apropriar dos termos técnicos, dos conteúdos dos dossiês e pareceres técnicos para alimentar o debate enquanto ocorrem manifestações em situações espinhosas da engrenagem do patrimônio cultural.

Fortaleza possui aproximadamente dois milhões e meio de habitantes. É uma cidade que começa a crescer descontroladamente na segunda metade do século XX. Depois de 1986, a cidade passa a ser vista como uma capital do turismo de lazer, fazendo parte do projeto do “Governo das Mudanças” liderados pelo governador Tasso Jereissati. Este projeto de uma indústria do turismo no Ceará, também começou a ser tomado como um simulacro da Miami norte-americana, pois estaria padronizando a cidade, oferecendo um modelo de cidade distante das necessidades sociais da população, bem como das singularidades culturais da região. Como parte deste projeto estaria a investida empresarial, aliada das práticas de especulação imobiliária,

fazendo ações para remover as populações pobres da beira da praia. Estas comunidades construíram uma história de resistência para permanecerem como comunidades da praia. Assim, Rachel Gomes deixa claro no seu texto, que o grafite nos ajuda a pensar a cidade, a partir dos olhos do Farol.

7 As passagens da cidade: casas, mercados, pontes, igrejas

Nas fotografias de Maria Marítima podemos observar como a arte contemporânea constrói uma paisagem da vida urbana. A escolha das cores importa para pensarmos na transformação do estatuto do patrimônio, da leitura feita do lugar de memórias. Não era uma comemoração oficial ou aniversário de uma data que ressaltasse uma vez por ano o monumento, era um dia qualquer, com uma tarde ensolarada. Era o ordinário colocado como problema museológico, elaborando um diálogo poético entre a arquitetura do Farol, os grafites, o tapete vermelho e o céu azulado, uma cena expositiva da paisagem urbana como cenário tecido pelo olhar do fotógrafo. Do Farol para o beco, para as ruas e calçadas, Sol Moufer foi costurando os afetos do bairro Serviluz, trançando com trajetórias da dramaturgia cearense, os sentimentos, os conflitos, as tensões, os sonhos, as ameaças de despejo, as conquistas de resistências, os deslocamentos, as afinidades, os desânimos, a falta de oportunidades, a vontade de uma vida melhor, os surfistas mirins e jovens, as associações, o ponto de cultura, a vida intensa de cada dia e seus caminhos na cidade. Este percurso da performance nos convida a pensar uma leitura do patrimônio e do museu a *contrapelo*. Ou seria a leitura a *contrapelo* elaborada por toda a equipe de O Vestido que nos instiga a pensar diferentemente a cidade-museu?

O Vestido desce do Farol, as crianças que dão os nós no vestido, tecem também suas vidas carregadas na forma de nós. Atravessa o tapete vermelho, desenrolando junto dele lembranças, ao mesmo tempo em que Sol declama os trechos das peças teatrais doadas pelas atrizes de Fortaleza. O Vestido tecido por diferentes pedaços das roupas das atrizes e seus respectivos trechos de cena, construíam um tempo liminar. Na experiência cultural de todos os envolvidos, naquele drama, havia sido operada uma separação da rotina, ao mesmo tempo em que a mesma era ritualizada. Nas calçadas as mulheres

continuaram as suas conversas ao mesmo tempo em que vivenciavam a travessia do vestido por meio de Sol, nos gestos e vozes encenados de vidas tão próximas das vidas de cada uma delas. Entre o estranhamento e a familiarização de si e do outro, daquele que vê e daquele que é olhado, havia simultaneidade, todos estavam expostos naquele momento de singularidade da vida no bairro. As cores das casas, as janelas, as luzes, os telhados, os escritos nas paredes, tudo era parte da narrativa de O Vestido.

Um tapete é estendido, O Vestido da Sol passa, e a memória que mais fica, vai sendo esquecida com o tempo, com a chuva que descola o papel da parede. Os delicados e fortes lambe-lambes da artista Ceci Shiki, foi (sic) a composição interventiva menos efêmera nesse trabalho. Ceci é um grande presente preciso nesse encontro seus desenhos foram dialogando com a obra e com o espaço, um registro de memória. (Capibaribe, 2014)



Figura 3: Centro de Fortaleza, O Vestido e os lambes de Ceci Shiki.
Fotografia de Maria Marítima

Ceci Shiki colou os lambes em cada uma das travessias do Vestido. Os lambe-lambes são selos de papel desenhados, recortados,

pintados e colados nas paredes. O lambe é frágil, desfaz-se facilmente, pode rasgar-se ou ser rasgado, molhar-se com a chuva ou sujar com a fuligem. O tempo do lambe é imprevisível, Ceci Shiki foi ilustrando a cidade com seus personagens encantados, produzindo vínculos entre os lugares escolhidos e a passagem d'O Vestido. Sinalizava os passos da aventura pela cidade, marcava um ponto de referência, para todos poderem lembrar depois. A ilustração inventariava na cidade os gestos patrimoniais da performance. Ao selar com a cidade um novo compromisso, depois de separar-se do modo de viver o ordinário, a performance oferecia uma nova possibilidade de reapropriação, de incorporação da poética nas ruas. Os lambe-lambes referenciavam o rito de passagem, evocavam o drama social (Cavalcanti, 2013) sugerindo uma musealização urbana por meio de outras imaginações artísticas: as ilustrações da cidade.



Figura 4: Centro de Fortaleza, O Vestido e a Igreja do Rosário.
Fotografia de Maria Marítima

As fotografias 3 e 4 mostram o conceito do projeto, desenham a curadoria da cidade em exposição. Para Remi Parcollet (2009, 2010, 2013) a fotografia de vista de exposição é uma ferramenta da

curadoria. O fotógrafo de vista de exposição tornou-se um intérprete dos projetos curatoriais na medida em que a profissão de curador também se construía, em meados do século XX. Uma obra de arte permanece depois de uma exposição, entretanto, a montagem expográfica somente pode continuar por meio do discurso analítico e conceitual da documentação fotográfica. Assim, Maria Marítima mostra como *O Vestido*, ao carregar os pedaços das roupas das atrizes escolhidas por Sol Moufer, também traz à tona os fragmentos da cidade. Nesta imagem visualizamos uma esquina, do lado esquerdo temos um senhor que caminha contornando a parede da Igreja do Rosário, ao fundo vemos a copa do Oitizeiro, uma das árvores patrimônio da cidade, do outro lado vemos uma arquitetura inspirada no neoclássico, percebemos muitos tempos existindo simultaneamente com o gesto da Sol, a passagem que leva ao Museu do Ceará. *O Vestido* foi traçando trilhas na cidade, descrevendo sua história.

Do Centro para o Poço da Draga, da Igreja do Rosário para a ponte metálica: dois lugares feitos de múltiplas memórias, ondem circulam muitas pessoas. Dois lugares atravessados pelos tempos do trabalho, do lazer e da oração. A ponto velha que ainda não caiu, também cantada na música Longarinas de Ednardo é lugar de poesia, de encontros, de olhar para o mar, da força das ondas. Lugar por onde chegavam e saíam pessoas e mercadorias, pequeno ancoradouro. A comunidade do Poço da Draga também vem lutando para permanecer com o direito de conviver com o mar, de aportar na cidade pelas oportunidades criadas a partir daquele ancoradouro. O Poço da Draga fica perto da Praia de Iracema, um local mais nobre, antes chamado Praia do Peixe. O nome foi alterado para pensar a cidade de maneira mais mítica, mais preparada para a linguagem épica do turismo, por exemplo. Houve um tempo em que o mar não era um lugar de lazer ou entretenimento, era lugar somente dos pescadores. Antigamente Fortaleza dava às costas para o mar. Nos anos trinta do século XX, bem próximo ao Poço da Draga, foi instalado um campo de concentração para controlar os retirantes que vinham do sertão do Ceará, fugidos da seca (Rios, 2001). Hoje ocorrem disputas acirradas para que as comunidades que o habitam de longa data consigam permanecer nas suas casas, enquanto a especulação imobiliária avança com projetos hoteleiros.

Muitos dos artistas de Fortaleza visitaram e ocuparam esta

parte da praia, nos anos quarenta do século XX, o pessoal da SCAP, Sociedade Cearense de Artes Plásticas, costumava ir até o Morro do Moinho, bem próximo do Poço da Draga, para realizarem seus ateliês de pinturas ao ar livre. Caminhavam pelo centro até chegar ao lugar que melhor se adequasse aos seus projetos, carregavam seus quadros e cavaletes, tintas e pincéis procuravam os melhores ângulos de visão, arrumavam todo o material e iniciavam suas pinturas. Descreviam as pessoas, as casas e as paisagens marítimas do lugar. O interesse pelo Morro do Moinho despertado pelos artistas inseria este bairro na história da cidade e das suas artes.

Em outro lugar de Fortaleza, no bairro do Planalto Pici, fica localizada a residência artística do Emol, que recebeu este projeto oferecendo espaço, por exemplo. Sol narrou esse momento no Pici como sendo o bairro onde queria concluir o projeto. Nesse mesmo lugar onde havia aprendido a respeito de outras artes, conhecido melhor este bairro, por onde ela atravessou as ruas. Selecionamos este trecho do depoimento de Sol Moufer a respeito da sua experiência no Planalto Pici:

(...) finalizar no Planalto Pici era sem dúvida o maior desejo. Foi o primeiro lugar que nos acolheu, que mais conhecemos e convivemos. O artista visual Emol nos recebeu em sua residência artística, a Vai Dar Certo, de maneira tão amiga e carinhosa que rapidamente nos sentimos à vontade. A VDC (Vai dar Certo) foi local de apoio, de ensaio, experimentações, de costura, de diálogos artísticos-sociais e até de estadia. Foi na residência que O Vestido fortaleceu ainda mais a ideia de trocar com outras linguagens. Foi lá que conheci o grafite e desmistifiquei a pichação e mais ainda, tive certeza da dimensão da periferia, de como sou pequenininha diante de tudo que sonho fazer. Emol é um artista muito inteligente e articulado, residindo há 9 meses em Fortaleza realizou 4 eventos em sua moradia-residência-

artística, recebeu artistas, fez parcerias e cada vez mais instiga curiosidade na cidade. Por isso tudo o Planalto encerrou a temporada de O Vestido. A última me fez perceber que as crianças são as mais atraídas pela performance, pois não julgam, não têm medo e querem sempre tocar, abraçar. No Planalto o percurso durou mais tempo, pois algumas crianças me fizeram desviar o caminho para me levarem até outras crianças. Senti também que o trabalho está só começando. (Informação verbal de Sol Moufer, 2014)

O Vestido, como dissemos, é um projeto de Juliana Capibaribe artista contemporânea, *performer*, como ela se identifica em seu sítio *internet*. Realizado em outras regiões do Brasil, o projeto é um convite, uma conversa, uma relação de afetividade a partir de um encontro, de uma vontade de conhecer um ao outro. Debary realça esta arte contemporânea “conceitual” que radicaliza a dúvida em relação aos objetos, por meio de experimentações em que a “materialização ou conservação não é condição de sua existência. Ela se realiza para além, por vezes às expensas dessas duas noções.” (Debary, 2017, p. 67). O autor enfatiza sua característica de obra aberta, cujo “mecanismo de criação é um momento aberto, com frequência participativo” (idem), em que o momento da recepção constitui parte da realização da obra: “O tempo da arte é aquele do reencontro, o tempo do objeto ou de sua astúcia” (idem). Trata-se, portanto, de

Uma arte que destaca que seu princípio de realização (criação) passa pelo distanciamento dos lugares (museus ou galerias), do objeto (para contemplar) e do tempo da arte (aberto ao processo). A arte contextual está engajada em uma dimensão da experiência. (Debary, 2017, p. 68)

Em cada cidade, Juliana convidou pessoas para experimentarem a construção d’O Vestido. Neste fazer, a artista tem

concebido uma coleção de imagens, de afetos, de pedaços, de vestidos, de vídeos, de fotografias, de depoimentos, de testemunhas, de memórias entre outros objetos que ecoam da fabricação desta performance. No depoimento de Sol Moufer, estamos percebendo que a cidade se fez ateliê de criação, por meio das relações que foram sendo construídas em cada um dos bairros. A casa de residência artística de Emol possibilitou a O Vestido acontecer de outra maneira, como espaço de aprendizados mútuos sobre arte e as formas de olhar aconteciam e permitiam que Sol deambulasse mais tempo, sendo levada pelas crianças.

As crianças ampliaram a duração da performance, fizeram-na desviar o caminho, pois elas queriam apresentar a Sol para outras crianças. A meninada entrou inteira na brincadeira expográfica, estabelecendo outras passagens para o tapete vermelho, havia pessoas importantes que precisam conhecer e ser conhecidas. Quando a cidade é museu, os percursos podem ser mais amplos ou mais curtos, trazer espantos ou encantamentos, o drama torna-se brincadeira, as crianças passam a ser O Vestido mais uma vez. Nesse momento, as crianças, ao fazerem de O Vestido seu objeto-deslocado, estão colecionando mais uma astúcia por entre as lembranças coletivas do bairro. Não é mais O Vestido que oferece algo ao bairro, são as crianças que se mostram, expondo suas vidas, suas amizades, por entre suas casas. O museu sem paredes, vivido pelo desejo das pessoas por encontros em que possam pensar sobre as memórias de si e dos outros, desestabiliza o *cuco branco* (O'Doherty, 2002).

A fotografia que escolhemos para concluir este capítulo, na próxima página, foi feita no Serviluz, mas poderia ter sido no Planalto Pici. Foi escolhida por apresentar as crianças ocupando o maior espaço no recorte da cena montada pelo fotógrafo.

A presença das crianças nas fotografias nos ajuda a compreender como a performance é experimentada como musealização da cidade pelos olhares das crianças, pelo corpo e gestos dessa meninada que ocupa a *mise-em-scène*, que potencializou o encontro de vontades de saber, aprender, amar, curiar, interpretar, imitar, sorrir, desenhar, ilustrar, imaginar, inventar, lutar e ocupar as ruas da cidade, os bairros e fazer destas ruas lugares de passagens que permitem ressignificar os olhares sobre si e sobre o outro.



Figura 5: Serviluz, O Vestido. Fotografia de Maria Marítima

Não para dizer como é o outro, nem exatamente para encerrar a narrativa em si mesmo, mas para viver o entre outros, produzir reuniões que deslocam a vida da rotina e nos permitem observá-la, adi-la de outra maneira, instaurando outros rituais para o nosso cotidiano.

8 Considerações finais:

Se “O monumento retira de nós o dever de lembrar” (Debary, 2017, p. 71) e o Farol Velho de Fortaleza apesar de inscrito no livro dos bens tombados se encontrava abandonado, assim como a população do entorno, e somente o Luz Lacrimosa iluminou estas tensões opondo defensores do patrimônio de “pedra e cal” e os interessados em formas mais contemporâneas de apropriação do patrimônio como a intervenção artística, a performance *O Vestido*, ao deambular pelo Serviluz e proximidades do Farol também joga luz sobre a questão:

As passagens do projeto-performance *O Vestido* por Fortaleza fazem as vezes de anti-monumento, monumento frágil, daqueles que

pela própria incapacidade de se perpetuar no tempo obrigam a um fazer e refazer das memórias:

“Conforme Boltanski, ‘é preciso fazer monumentos os mais frágeis possível’. Fazer objetos que se fragilizam a ponto de terem de ser refeitos e, muitas vezes, reinterpretados. Refazê-los para que o saber e a história se transmitam em razão de um objeto frágil, sempre a ponto de desaparecer.” (Debary, 2017, p. 73)

Por outro lado, como contraponto à abordagem da preservação do patrimônio como políticas de “pedra e cal”, que em geral se associam a um olhar sobre a cidade a partir da ausência dos atores sociais, acompanhar os percursos de O Vestido nos solicita a perceber a cidade “de perto e de dentro”, a partir de um dos possíveis recortes concebidos por Magnani (2002): pedaço, mancha, trajeto, circuito. Assim, seguir as deambulações, o trajeto d’O Vestido no Serviluz, levounos a uma das formas de encontro possíveis com esta parte pouco visível da cidade de Fortaleza e suas comunidades.

Bibliografia

BARROS, Manoel (2001). *Tratado geral das grandezas do ínfimo*. São Paulo Editora Record.

BARROS, Manoel (1996). *Livro do Nada*. Rio de Janeiro – São Paulo, Editora Record.

BOAL, Augusto (1975). *Teatro do oprimido e outras poéticas políticas*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira.

BONNOT, Thierry (2004). « Itinéraire biographique d’une bouteille de cidre », *L’Homme*, 170 , [En ligne], mis en ligne le 24 juin 2004. URL: <http://lhomme.revues.org/268>.

BECKER Howard S. (2010). *Les mondes de l’art*. Paris, Flammarion.

BENJAMIN, Walter (1987). *Pequena história da fotografia*. In: Magia e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas. Editora Brasiliense. São Paulo.

CAPIBARIBE, Juliana. (março de 2014). Texto para catálogo, não publicado, enviado por correspondência eletrônica.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro (2013). “Drama Ritual e Performance em Victor Turner”. In: *Revista Sociologia & Antropologia*, Rio de Janeiro Vol. 03.06: 441-440.

CHAGAS, Mário (2003). *Imaginação museal: museu, memória e poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro*, UERJ (tese de doutorado) PPCIS.

DEBARY, Debary (2017). *Antropologia dos restos: da lixeira ao museu*. Pelotas : UM2.

GELL, Alfred (1998). *Art and agency: an anthropological theory*. Oxford: Clarendon.

GOMES, Rachel (2013). Depoimento publicado na página do Festival Concreto em Fortaleza no *Facebook*.

HEINICH, Nathalie (2009). *La fabrique du patrimoine : de la cathédrale à adiror cuillère*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l’Homme, collection Ethnologie de la France.

LIMAVERDE, Rafael. (novembro de 2013). Álbum Lux Lacrimosa, página do *Facebook*.

MAGNANI, José Guilherme Cantor (2009). “No meio da trama: a antropologia urbana e os desafios da cidade contemporânea”. In: *Sociologia, problemas e práticas*, 60, pp. 69-80.

MAGNANI, José Guilherme Cantor (junho de 2002). “De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana” in: *Revista Brasileira de*

Ciências Sociais, vol 17, n. 49 – São Paulo. Disponível online em http://nau.fflch.usp.br/sites/nau.fflch.usp.br/files/upload/paginas/de_perto_de_dentro.pdf acesso em 12 de agosto de 2018.

MENEZES, Ulpiano Bezerra (1995). *Como explorar um museu Histórico?* São Paulo: Museu paulista: Universidade de São Paulo.

MESQUITA, Rafael Fernandes de; *et al.* (julho de 2018). “Do espaço ao ciberespaço: sobre etnografia e netnografia”. In: *Perspectivas em Ciência da Informação*, [S.l.], v. 23, n. 2, p. 134-153. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/2998/2074>. Acesso em 23 out. 2018.

MOUFER, Sol. (Roberta Soraia Moura Ferreira). *O Vestido*, texto sobre a experiência, recebido por correspondência eletrônica, em 21 de março de 2014.

MUÑOZ VIÑAS, Salvador (2004). *Teoría adirorânea de la restauración*. 1. Ed. Madrid: Editorial Síntesis.

O'DOHERTY, Brian. (2002). *No Interior do Cubo Branco – a Ideologia do Espaço da Arte*. Autor, Brian O'Doherty. Editora, Martins Fontes.

OTTE, Georg. (2007). “Resenha BENJAMIN, Walter, Passagens...” in *Revista do CESP* – v. 27, n. 37 – jan.-jun. p. 223-226.

PEIRANO, Marisa. “A eterna juventude da antropologia: etnografia e teoria vivida”. Disponível online em http://marizapeirano.com.br/capitulos/2018_a_eterna_juventude_da_antropologia_manuscrito.pdf, consulta em 21 de agosto de 2018.

PARCOLLET, Rémi. (2013). « Dialogue entre le commissaire d'exposition Harald Szeemann et le photographe Balthasar Burkhard: La vue d'exposition comme outil curatorial », in GISPERT, Marie et MURPHY, Maureen (dir), *Voir, ne pas voir*, actes des journées d'étude, Paris, 4-5 juin 2012.

PARCOLLET, Rémi. (2010) *L'image de l'exposition et l'exposition comme image*. Catalogue Maison Pop de Montreuil. 2010.

PARCOLLET, Rémi. (2009) *La photographie de vue d'exposition*. [sous adir. de] Serge Lemoine. Université Paris IV – Sorbonne. (thèse de doctorat, 3 vol) 195 p. iil.

POULOT, Dominique (1997). *Musée, nation, patrimoine, 1789-1815*, Paris, Gallimard, Bibliothèque des Histoires.

RIOS, Kênia Sousa (2001). *Campo de Concentração no Ceará: Isolamento e poder na seca de 1932*. Fortaleza: Museu do Ceará/ SECULT.

O PÚBLICO E O MUSEU NA ERA DA CULTURA DIGITAL: UMA REFLEXÃO CONCEITUAL EM EXPANSÃO

Carmen Lúcia Souza da Silva

Universidade Federal do Pará, Brasil

<https://orcid.org/0000-0003-2487-1823>

1 Introdução

Os enlaces entre público e museu enraízam a existência e a resistência destes espaços. O público está na essência, na trajetória e na finalidade dos museus. Também é ativo, inclusive quando os museus estão ameaçados por ações políticas ou calamidades. Apesar disso a relação entre público e museu é controversa, demanda diálogo, que está no âmago do que é público e no cerne comunicacional do museu. Debate que se atualiza constantemente, seja sobre o novo conceito de museu, que parte de atributos como “democratizantes, inclusivos e polifônicos”. Seja na realização da presença do público nos museus, da participação e do compartilhamento, antes, durante e após a pandemia do novo coronavírus SARS-CoV-2, desafio contemporâneo da humanidade. As atuais e inesperadas transformações que fazem repensar o mundo também afetam a conexão entre público e museu, evidenciando ainda mais as virtualidades e acelerando sua expansão para o ciberespaço, o que pode atingir as discussões sobre a nova definição e a (re)existência dos museus.

Na página brasileira na internet do Conselho Internacional de Museus - International Council of Museums [ICOM] (<https://www.icom.org.br/>, recuperado em 05, agosto, 2020), os informes sobre os debates acerca da nova definição de museu, posta em pauta na Assembleia Geral Extraordinária desta organização, realizada em setembro de 2019 em Kyoto, no Japão, foram abrindo espaço para outros, sobre os desafios que estão enfrentando, desde o início de 2020, os museus em todo o mundo, com a pandemia do novo coronavírus. Com o adiamento, nesta assembleia, da votação da nova definição de museu, por ainda não ser consensual, prosseguiram-se os debates e consultas à comunidade museológica em diversos Países, como a realizada pelo ICOM Brasil (2019), desde dezembro de 2019,

através de questionário, elaborado a partir do concebido pelo Comitê Internacional para Museologia – International Committee for Museology [ICOFOM]. Contudo, essas discussões foram impactadas por outra prioridade: a crise da Covid-19 que, segundo pesquisas realizada pelo ICOM79 (2020) e pela Organização das Nações Unidas para Educação e a Cultura - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO] (2020), resultou no fechamento de quase 95% dos museus no mundo, no mês de abril de 2020, chegando a 99,9% na América Latina e Caribe.

Discussão e definição de protocolos dos museus, diante da pandemia do novo coronavírus; a necessidade de fundos de emergência para museus, durante a crise da Covid-19; recomendações para conservação de acervos, neste contexto; ou a segurança do público e das equipes pós-pandemia foram alguns dos temas que dominaram as ações e os debates, em grande parte ocorridos em plataformas disponíveis na internet, uma saída para manter o isolamento social para evitar o contágio da doença sem excluir a necessidade de interação, antes prioritariamente presencial. Em paralelo, mas com os mesmos propósitos, diversas discussões sobre estas e outras temáticas, inseridas nesta problemática, enveredaram para transmissões ao vivo por redes sociais digitais, desde lives a eventos on line. Neste sentido, segundo a mesma pesquisa realizada pelo ICOM, em cerca de 15% dos museus do mundo houve crescimento na comunicação digital durante o fechamento das instituições por causa da pandemia, e, principalmente, em metade deles houve aumento nas atividades nas redes sociais durante este período.

Tendência seguida pelo Instituto Brasileiro de Museus [IBRAM] que definiu o tema “Mundo Digital: Museus em Transformação” para Primavera de Museus, com orientação para realização, em setembro de 2020, de “apenas atividades em ambiente virtual”. Essa temática remete a outra, “Museus para a Igualdade: diversidade e inclusão”, definida pelo ICOM e que norteou discussão durante a Semana de

79 Na pesquisa do ICOM (2020), foram analisados 1.600 respostas de museus e profissionais de museus, coletadas entre 7 de abril e 7 de maio, as quais representaram 107 países de cinco continentes. Recuperado em 10 agosto, 2020, de <https://icom.museum/es/covid-19/encuestas-y-datos/survey-museums-and-museum-professionals/>.

Museus, realizada em maio de 2020. Apesar do tema da Semana de Museus ter sido pensado para guiar prioritariamente atividades presenciais nos museus, já que foi definido antes da pandemia, acabou norteando eventos realizados pela internet. Os debates sobre igualdade, diversidade e inclusão se deslocaram entre relatos de exemplos de ações desenvolvidas presencialmente neste âmbito pelos museus antes da pandemia e a necessidade de refletir sobre esta temática considerando a exclusão digital, que também atinge os museus e parte considerável do público, podendo afastá-los ainda mais, sobretudo na atualidade. O que conecta as duas temporadas de eventos é a necessidade de, por um lado, refletir sobre as rápidas transformações nos museus, evidenciadas principalmente nestes tempos, aproximando e entrelaçando as vivências museais presenciais e on line, e, por outro, como prosseguirá a relação entre público e museu, e como aquele segue afetando a concepção deste, sobretudo diante do paradigma digital.

Discutir o conceito de público é fundamental para iniciar este processo de reflexão. Trazê-lo em conexão com os Museus e Patrimônios, em uma abordagem interdisciplinar, que considera o diálogo entre a Museologia e a Comunicação, mas atravessa outros campos de conhecimento. Da mesma forma, abordar estudos empíricos de público em museus, para avançar na reflexão sobre o vínculo entre eles. Neste aspecto, trazer alguns estudos realizados sobre museus paraenses, no Brasil. Por fim, retornar à reflexão sobre como as transformações atuais entre público e museus podem afetar o entendimento sobre o que estes são e quais podem ser seus compromissos nas sociedades.

Neste texto, destacaremos assim perspectivas sobre estudos de público até alcançar o contexto presente e seus desafios. Assim, os abordaremos segundo três nodos, fazendo alusão à teoria das redes (Barabási, 2003). Partiremos da concepção de público e “opinião pública” (Tarde, 2005) em direção à “esfera pública” (Habermas, 2014) para destacar a “conversação”, que pressupõe a necessidade de interação, de intercambiar “conjunto de juízos” (Tarde, 2005), em processos constitutivos de sociedades democráticas. Na sequência, trataremos dos estudos de recepção onde estão inseridos os estudos de público, que por sua vez incluem os estudos de visitantes (visitor studies), no qual estão as investigações sobre o visitante de museu

(museum visitor) e o visitante de espaços de património cultural (cultural heritage visitor). Os dilemas atuais, que tencionam a relação entre público e museu, serão discutidos no terceiro nodo, que se fundamenta e conecta com os demais, para debater possível abertura epistemológica nestes enfoques de estudos museológicos e comunicacionais sobre a complexa relação pessoa-realidade, em investigações capazes de enfrentar as “incertezas” na “transformação multidimensional do que entendemos por ciência” (Morin, 2011, p. 49).

2 Concepção de Público

No âmbito dos estudos de público, há que se refletir sobre a formação da concepção de público e como esta compreensão vem envolta em uma série de afetações indispensáveis às definições acerca do que é museu, património e, como a valorização e/ ou a preservação destes espaços passam por ou precisam de ações que fortaleçam os seus laços com o público. Uma reflexão que, a princípio, remete à longa trajetória de estudos e teorias que, desde o final do século XIX, se dedicam a compreender a vida pública das sociedades democráticas modernas, seja na perspectiva da esfera pública ou daquilo que é público/privado. Um pensador que contribui sobremaneira, neste campo, é o filósofo e sociólogo francês Gabriel Tarde que publica, na virada para o século XX, uma série de artigos, no livro *A opinião e a multidão*⁸⁰, de 1901. Nesta publicação, Tarde liga o conceito de opinião ao de público, defendendo que são indissociáveis, assim como “o pensamento está para o corpo”, e que entre as ações que resulta está a “conversação”, “a relação social elementar” (Tarde, 2005, p. 2).

O termo “multidão” é trazido por Tarde como estratégico para se entender o que é o “público”. O primeiro, ele afirma, se trata de um “grupo amorfo, surgido aparentemente por geração espontânea” (Tarde, 2005, p. 33). Enquanto que o segundo é “coletividade puramente espiritual, como uma disseminação de indivíduos fisicamente separados e cuja coesão é inteiramente mental”. Esta concepção que surge com a Idade Moderna, desde a invenção da

80 O título traduzido para o português deste livro é *A opinião e as massas*, mas preferimos nos ater ao título original em francês, *L'opinion et la foule*, propondo a tradução para *A opinião e a multidão*.

imprensa, em uma perspectiva mais sociológica que política, remete ainda ao conceito de opinião. Esta, como sendo “um grupo momentâneo e mais ou menos lógico de juízos, os quais, respondendo a problemas atualmente colocados, acham-se reproduzidos em numerosos exemplares em pessoas do mesmo país, da mesma época, da mesma sociedade” (Tarde, 2005, p. 63).

Ao esmiuçar o conceito de “opinião”, Tarde propõe o que chama de “sociologia da conversação” (Tarde, 2005, p. 78). Uma rica reflexão sobre o processo no qual membros da sociedade tomam consciência da semelhança de uma ideia, a princípio individual, mas que gradativamente vai se generalizando. Isto é, de individual passa a ser uma opinião social, que será a “opinião”. Esse processo ele definirá ainda como “conversações”, que está na origem da “palavra pública”, seja na Antiguidade, na Idade Média, ou à imprensa do Século XIX.

Enfim, será na conversação, segundo Tarde, que habitará “o fator da opinião mais contínuo e universal, sua pequena fonte invisível que escoia em todo o tempo e em todo o lugar com um fluxo desigual” (Tarde, 2005, p. 75). É mais precisamente que a conversação será “todo diálogo sem utilidade direta e imediata, em que se fala, sobretudo por falar, por prazer, por distração, por polidez”. Neste gesto tão corriqueiro que pode ser a conversação, Tarde nos mostra que se encontra o “apogeu da atenção espontânea que os homens se prestam reciprocamente e pela qual se interpenetram com profundidade infinitamente maior do que em qualquer outra relação social”. Desse modo, é que a conversação é o “agente mais poderoso da imitação, da propagação dos sentimentos, das ideias, dos modos de ação” (Tarde, 2005, p. 77). Constitui e ao mesmo tempo é um elemento de fortalecimento da sociedade, considerada pelo autor como “um grupo de pessoas habituadas a se reunir em algum lugar para conversar”, sendo assim “a relação social por excelência”, é a expressão da “troca de ideias” (Tarde, 2005, p. 107). Se um povo se torna relativamente mudo, para Tarde (2005), este será o momento que recairá na barbárie. Mas na medida em que a opinião pública é compartilhada e acontece a troca de ideias, a sociedade democrática se fortalece.

Diferentemente de Tarde, ou seja, menos sociológico que político, o filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas traz outros aportes para demonstrar como se firma o conceito de público, e de opinião pública, no decorrer do século XX. Ambos os autores, contudo,

são fundamentais para refletir sobre afetações e os estudos de público em Museus, e Patrimônio, e as designações a estes associadas, já que apontam não apenas vários ângulos para a questão, mas um diálogo de aportes para aspectos fundamentais no que tange às pesquisas de recepção em ou sobre instituições museológicas e espaços de patrimônio.

Publicado em 1962, o livro *Mudança Estrutural da Esfera Pública* apresenta o resultado da tese de doutorado de Habermas, sendo considerado um marco para o entendimento da história da vida pública das sociedades democráticas modernas, sob diferentes aspectos, sociais, políticos, constitutivos e normativos, amparados sobre “a esfera pública”. Segue o modelo marxista da crítica imanente da ideologia e da dominação e estabelece conexões entre economia, cultura, política e sociedade. Todas permeadas de tensões e transformações, que estão em jogo na “esfera pública”, o que apresenta em uma “Teoria Crítica da Sociedade”.

Com o objetivo de conhecer as condições sociais em que se constituíram, nas sociedades modernas, os espaços públicos, onde pessoas privadas se reuniram para debater – ou como afirma Tarde, “conversar” -, os estudos de Habermas iniciam na Grécia Clássica, com a diferenciação entre público/privado, o que é reconfigurado na Idade Média para se tornar esfera pública representativa na Monarquia e, posteriormente, com o fortalecimento da Burguesia, reacender a dicotomia entre o público e o privado, mas com novas nuances, processo que segue em transformações posteriores. Também sustenta os seus estudos em investigação que envolvem o sucesso na argumentação, validar “juízos”, que conseqüentemente estariam na base de ações, legitimações e instituições políticas.

Retrospecto histórico, e crítico, proposto por Habermas (2014), capitais para se compreender como os conceitos de público são construídos em nossas sociedades, e como chegam às concepções usadas na contemporaneidade, inclusive em documentos oficiais, como leis e regulamentações. Habermas traz da Grécia Clássica o surgimento da distinção bem definida entre o privado, que diz respeito ao indivíduo ou à esfera privada, representada pela casa, e o público, que é comum aos cidadãos livres, que podiam exercer uma vida pública em determinados espaços, como os mercados e principalmente as

assembleias, onde podiam debater e deliberar, surgindo daí a ideia de democracia.

Na Idade Média, Habermas (2014) pontua que esta distinção se torna mais enevoada, sobretudo quando emerge a noção de “publicar”, como ação de “requisitar em nome do senhor” (Habermas, 2014, p. 101). Detalha ainda que embora nas relações feudais o domínio comunal fosse “público”, por ter acesso ou ser de uso público, e tenha como contraponto o “particular”, no sentido do que é de interesse “privado”, por dizer respeito aos que possuíam direitos particulares, com imunidades e privilégios, estes dois polos começam assim a se embaralhar, se confundir, porque “o excepcional, o particular, constitui o núcleo da dominação feudal e, conseqüentemente, do que é público” (Habermas, 2014, p. 100). Conforme Habermas (2014), este processo é reforçado, inclusive, pela “representação pública da dominação”, que poderia materializar-se em “atributos da dominação”, como o selo principesco que era considerado público, ou por “atributo de status”, por representar publicamente o senhor, o que tem como objetivo “tornar visível um ser invisível por meio da pessoa do senhor publicamente presente” (Habermas, 2014, p. 102). Portanto, também se firma então uma relação de passividade, já que a “dominação feudal se transforma em ‘polícia’, enquanto que as pessoas privadas que lhe são submetidas formam o público, destinatários do poder público” (Habermas, 2014, p. 121), do qual elas são “observadoras”. Contudo, com o crescimento da política mercantilista, essa relação começa a se transformar na passagem e ao longo da Idade Moderna. Momento, explica Habermas, em que a “sociedade civil se constitui como um contraponto à autoridade” (Habermas, 2014, p. 122), representada pela Corte, em tensão com a cidade, onde estão os representantes de um capitalismo nascente. Esta tensão “permite ao público [publicum], o oponente abstrato do poder público, ter consciência de si mesmo como um adversário, como o público [Publikum] da agora emergente esfera pública burguesa” (Habermas, 2014, p. 130).

Momento este também em que circulação de informações adquire papel preponderante, inicialmente pelas correspondências privadas, cujo conteúdo sobre acontecimentos bélicos, políticos ou econômicos se mantinha em circuitos restritos. Mas depois devido ao noticiário público, por onde acessava-se notícias e fatos diversos cuja circulação era permitida pelo controle dos comerciantes e pela censura

das autoridades. Esse processo de significação acerca do “tornar público feitos e normas políticas” que promovessem e conservassem as estruturas de poder foi logo percebida, movimentando mais uma vez a dinâmica, as concepções e aplicações de “público”, já que conforme “a administração pública se serve desse instrumento para anunciar ordens e decretos, os destinatários do poder público começam a se tornar propriamente o ‘público’ [Publikum]” (Habermas, 2014, p. 126). Há, portanto um fortalecimento do “público [Publikum]”, em especial do que lê, que em um primeiro momento colabora com o soberano, mas depois volta-se contra ele, que tenta desautorizá-lo de emitir “juízos públicos” (Habermas, 2014, p. 126). E o autor detalha:

Os juízos inibidos são denominados ‘públicos’ em vista de uma esfera pública que, sem dúvida, havia funcionado como uma esfera do poder público, mas que agora se separava dele como um fórum no qual as pessoas privadas reunidas como um público [Publikum] compeliem o poder público a se legitimar diante da opinião pública. O publicum desenvolve-se em Publikum, o subjectum em sujeito, o destinatário da autoridade em seu adversário (Habermas, 2014, p. 134).

Inclusive é neste contexto, pontua Habermas, que o termo “publicidade” passa a ser compreendido como aquilo “que é submetido ao juízo do público” (Habermas, 2014, p. 134), quando também advém o conceito de “opinião pública”. Significação diferente daquela de origem, seja aquele do século XVII, na França e na Inglaterra ou, depois, na Alemanha, do século XVIII. Ao associar “publicidade” à “opinião pública”, Habermas (2014) ressalta que há dois entendimentos a partir deste enlace, que “competem na esfera pública”. O primeiro ao ser “reivindicada como uma instância crítica em relação com a publicidade do exercício do poder político e social”. O outro ao “ser colocada a serviço de pessoas e instituições, bens de consumo e programas, como instância receptiva na relação com a publicidade difundida de modo demonstrativo e manipulador” (Habermas, 2014, p. 487).

Cabe pontuar que este segundo entendimento, em especial, foi criticado pelo próprio Habermas, no prefácio à edição de 1990, quando

reconhece que à época da primeira edição, em 1962, se baseou na tradição de pesquisa fundada por Lazarsfeld, sobre consumo e audiência, que recebeu críticas nos anos 70 por se fundar em relação behaviorista que inscrevia a comunicação em encadeamentos lineares. Também, neste prefácio, Habermas (2014) destacou a potencialidade de seus estudos na vertente que envereda para crítica da ideologia, por ter orientado “a atenção da pesquisa em comunicação para, de um lado, o contexto institucional da mídia e, de outro, o contexto cultural da recepção” (Habermas, 2014, p. 61-62). É, sobretudo, esta segunda vertente que lançamos mão para uma reflexão sobre os estudos de público, aplicados a museus e patrimônio, por auxiliar, por um lado, na compreensão de como se constitui os entendimentos sobre público, instituição pública e serviço público, e ainda o tornar público ou fazer circular publicamente, que são basilares em conceitos de museu e patrimônio. Da mesma forma, que embasa uma aproximação inicial ao que se consolida, em especial na segunda metade do século 20, como estudos de recepção, um campo fértil não só para Comunicação, mas também para a Museologia, por colocar em relação o público, a cultura e as representações, em considerações sobre afetações mútuas e transformações (sociais, políticas e econômicas). Assim, tanto as ideias de Tarde quanto de Habermas é que trazemos a seguir aplicadas à compreensão de público em Museus e Patrimônio, seguindo em diálogo com outros autores contemporâneos.

3 Público em Museus e Patrimônio

Tratar de público quando se pensa em Museus e Patrimônio requer, portanto, não desconsiderar o diálogo inter e transdisciplinar. Requer se desprender de um momento específico e, sobretudo, ter um olhar crítico que contribua na compreensão de nossos tempos. Poder-se-ia iniciar pela Grécia antiga quando Habermas destaca a oposição do público, como por exemplo nas assembleias, e o privado, nas residências. Nesse sentido, o que seriam os templos, ou melhor, o Templo das Musas, que está na origem da ideia de museu? Se o considerarmos como “o lugar das musas” (Poulot, 2013, p. 15), este espaço seria privado ou público? Se público, como seria este ambiente? Poderia ser um local para o exercício do poder público ao qual pessoas privadas são subordinadas e, ao formarem o público, este é visto

apenas como destinatário das ações de poder? Ou poderia ser uma espécie de fórum sagrado, um local onde pessoas privadas se reuniram como um público que interage? Ou ainda, seria aberto ao culto para cidadãos livres, portanto não todas as pessoas, mas somente àquelas que podiam exercer a vida pública? Nasceria então o Museu sob a égide da exclusão, onde o público não é “todos”, mas o exercício público de quem é considerado livre para circular entre as vidas privada e pública?

Caso recorramos à “gênese do Museu não no templo, mas nas próprias musas” (Scheiner, 2008, p. 60), o que isto implicaria para pensar o público? Uma possibilidade seria perceber que as musas, no contato com as pessoas e na relação que estabelecem através do diálogo da sedução e da inspiração, ultrapassariam as fronteiras dos templos, como espaço físico, para expandi-lo para o exercício, humano, de expressão e troca de ideias, de composição da memória, ou melhor, de fabulações, que se renovariam pela interação. A conversação fundamentaria o Museu, como elo de contato do público, coletivo humano que fala e ouve as musas, que estão ao mesmo tempo fora, nas manifestações e representações, e dentro de si, na subjetividade e no encantamento do contato. Conversação que segue para o compartilhamento de memórias entre seres que passam a compor o *Publikum*, sujeito coletivo onde circulam as musas e que constituiria o próprio Museu, visto não como esfera do poder público, mas como fórum de memórias. E, seriam estas memórias representativas das diversidades que comporiam o *Publikum*?

Questionamentos que seguem ao perceber o museu como instituição, emergente do Mito de Alexandria, referência à criação, por Ptolomeu I, no século III antes de Cristo, em Alexandria no Egito, de espaço multifacetado, composto para abrigar coleções, a famosa biblioteca, um anfiteatro, um refeitório, um observatório, salas de trabalho, jardim botânico e zoológico (Schaer, 1993). Ou seja, um lugar de conhecimento multidisciplinar, que se propunha a ser um ambiente de estudo e investigação. Mas estes saberes múltiplos, ali pesquisados, visariam a socialização, e até que ponto? O museu como instituição teria, em sua essência a partir deste mito, uma vocação para salvaguarda do patrimônio e a pesquisa, mas estas restritas a iniciados, onde o público, como sociedade e diversidade, seria excluído, ou, quando muito, restaria apenas observar e contemplar, sem participar?

Nesse sentido também emerge o Colecionismo, que, antes de atingir os Museus, surge como um desejo privado de coletar, reunir e compor acervos ou arranjar peças consideradas de cunho memorialistas (Espírito Santo, 2011). Memória privada nas coleções cujo acesso era restrito ao colecionador e aos convidados. Ao se insurgir contra autoridade governante, o público exige acesso às grandes coleções, principalmente a partir do século XVIII, quando são criados importantes museus públicos, como o Louvre, em Paris em 1793, que irá, após a Revolução Francesa, levar ao público aquilo que até então era restrito ao clero e à monarquia.

Esse processo de ruptura do mistério e da inacessibilidade não segue de forma abrangente. Poulot (2003) indica que o delineamento das representações dos discursos sobre museu se deu em três etapas:

A primeira evoca o museu consagrado ao espírito público, sobre ângulo da conquista do direito às obras-primas; a segunda é consagrada à republicanização da educação liberal, para os trabalhadores e as crianças em particular, e a progressiva reflexividade da mídia e das relações entre os visitantes; Finalmente, a terceira corresponde ao museu dedicado ao individual, na modalidade de práticas culturais e prazeres que nos associamos, e sua relação com diferentes horizontes do patrimônio. (Poulot, 2003, p. 104, tradução nossa).

São três momentos que se sucedem no percurso do público rumo aos museus, a partir do final do século XVIII, iniciada com a tomada destes espaços, após as revoluções do período, por um público segmentado, composto por intelectuais e artistas, “amadores e espíritos esclarecidos” (Poulot, 2003). No século XIX, a educação passa a ser a principal missão do Museu, em um contexto de consolidação da República, como forma alternativa e lúdica de acesso ao conhecimento, complementar às escolas. Perfil que ainda norteia as ações nos museus até hoje, muitos se dedicando a oferecer atividades educativas em grande parte destinadas ao público escolar. Da mesma forma, a associação entre educação e poder político, contudo, também chega a

muitos museus na atualidade, ao reproduzirem discursos políticos majoritários em vez de propor ensinamentos libertários, diversos, participativos e representativos.

A educação vai abrindo espaço às práticas culturais, para deleite do público de museus ao longo do século XX. Poulot (2003) observa que surge e se firma uma “nova era para o museu – aquela onde a instituição está suspensa ao único desejo de seu público”. O que pode ocorrer com maior frequência em museus europeus ou norteamericanos, mas que pode ser relativizado se considerarmos a América Latina, onde a interferência do público nos museus parece ser mais restrita.

E mesmo para os países do Norte, esta aproximação entre museus e público foi progressiva, ao longo do século passado, a partir da constatação do fenômeno da “fadiga museal” (Eidelman & Roustan, 2014, p.12), observado desde 1916, no qual os visitantes destes espaços apresentavam cansaço decorrente do esforço que empreendiam para perceber visualmente as exposições. A partir de então, foram desenvolvidas ações para remodelar as exposições, no intuito de ampliar a inserção do público, feitas com base em pesquisas sobre acessibilidade, ergonomia, cenários e discurso expositivo.

Foi um primeiro impulso aos estudos de público em museus, que segundo Eidelma e Roustan (2014) surgem no final do século XIX, mas só se tornam mais frequentes a partir dos anos 1970, e no contexto norte-americano, quando elaboram-se termos específicos para este tipo de investigação, como “avaliação formativa” - para “os estudos que acompanham a realização da exposição” -, e “avaliação somativa” - para “aqueles que intervêm, uma vez a exposição aberta ao público” (Eidelman & Roustan, 2014, p. 15).

Na Europa, em especial na França, é na década seguinte que as publicações acerca dos estudos de público ganham relevância. Um marco, de acordo com Eidelma e Roustan (2014), é a publicação em 1989 de bibliografia comentada que aborda pesquisas sobre visitantes de museus durante quase um século, mais numerosas a partir dos anos 1980 e sem referências para estudos anteriores a 1960, na França, por exemplo.

É somente a partir da década de 1990 que estudos de público obtêm relevância acadêmica, com o “desenvolvimento desse novo campo de pesquisa, transversal às ciências humanas e sociais

(sociologia, linguística, semiótica, psicologia, história, economia...)”. Legitimado através de centros de pesquisa, universidades, órgãos do Poder Público, publicações científicas, e eventos específicos, este campo de pesquisa se interessa pelas afetações mútuas que podem ocorrer na relação público-museu (Eidelman & Roustan, 2014), em diferentes abordagens em pesquisas de recepção cultural. Já no século XXI, a importância dos estudos de público em museus é consolidada com a chegada ao mercado de trabalho de profissionais já iniciados na realização deste tipo de pesquisa (Eidelman & Roustan, 2014), o que faz com que se tornem mais frequentes e valorizadas.

Na América Latina, mais precisamente no Brasil, mesmo que diversos estudos de público tenham sido desenvolvidos no País nas últimas décadas do século XX, é no século XXI que se tornam mais frequentes. De uma parte devido às ações para conhecer os públicos dos museus, promovidas pelo IBRAM, criado em 2009, em uma política voltada à democratização do acesso à cultura. Neste contexto, o surgimento de novos cursos de graduação em Museologia em todas as regiões do País, além de colaborar com o fortalecimento da área, vem contribuir para esta tendência de valorização acadêmica e institucional dos estudos de público, principalmente a partir da segunda década do século XXI, quando este cursos já se tornam mais estruturados e, muitos egressos e docentes, passam a atuar também na pós-graduação e pesquisa científica, desenvolvidas, inclusive, em abordagens interdisciplinares.

É o caso do curso de graduação de Museologia da Universidade Federal do Pará, onde foram realizados oito estudos de público através da disciplina Laboratório de Estudos de Público, além de outros efetuados por meio de projetos de pesquisa coordenados por docentes do curso ou de projetos para monografias, feitas por discentes. Abordaremos alguns destes estudos⁸¹ como o objetivo de demonstrar

81 Os estudos aqui abordados, de forma sucinta destacando apenas alguns resultados mais relevantes, foram realizados durante períodos letivos nos quais fui responsável pela disciplina Laboratório de Estudos de Público, no curso de Museologia da UFPA, desde a primeira vez que foi ministrada em 2012 até 2017. Também trataremos brevemente de algumas pesquisas realizadas nos projetos *Museus e Patrimônio: Musealização no Centro Histórico de Belém*, *Transcodificações Urbanas: Virtualização dos Monumentos de Belém*,

que diversas compreensões de público se atravessam e ao mesmo tempo dão ao público um lugar imprescindível quando se trata de Museus e Patrimônio, inclusive, em um contexto comunicacional. O primeiro a ser feito na disciplina, em 2012, foi aplicado junto a trabalhadores do entorno de três museus do Centro Histórico de Belém [CHB]: Museu de Arte Sacra [MAS], Museu do Estado do Pará [MEP] e Museu de Arte de Belém [MABE]. Um dos resultados mais relevantes deste estudo é que a grande maioria dos entrevistados, muitos trabalhando há anos nas cercanias destes museus, nunca os tinha visitado – mais de 65%, chegando a 79% no caso do MABE. Entretanto, ainda assim a maioria atribuiu grande importância a estes museus. Em uma escala de valoração de zero a dez, mais de 60% dos entrevistados atribuíram notas entre sete e dez. Nestas pesquisas, a grande parte dos entrevistados também associou a imagem destes museus às compreensões de “ambientes antigos” ou “antiguidades” e sugeriu que oferecessem “atividades ao público” e que “divulgassem mais suas ações e programações”.

Outro estudo de público, realizado em 2014, também partiu do entorno e do não visitante, ou visitante em potencial, desta feita do Museu da Universidade Federal do Pará [MUFPA]. Os questionários foram aplicados junto a estudantes universitários das instituições de ensino Estácio de Sá e Universidade Paulista [UNIP], das unidades vizinhas ao MUFPA, no bairro de Nazaré em Belém, e da própria UFPA, no campus Guamá, também na capital paraense. Nos três grupos, a grande maioria dos estudantes declarou nunca ter entrado no MUFPA (percentuais acima de 80%, atingindo 93,2% no caso dos discentes da UFPA) e não ter ideia de quais atividades são realizadas dentro deste museu (percentuais acima de 70%, chegando a 81,3% no caso dos alunos da Estácio de Sá). Ainda assim a maioria (percentuais variantes entre 69,5% a 79,7%) declarou já ter ouvido falar do MUFPA, seja através de amigos ou por passar diariamente em frente ao prédio do museu. A falta de divulgação institucional sobre o museu foi apontada pela maioria dos entrevistados como a principal razão para a comunidade acadêmica (discentes, técnicos e docentes) não visitar o museu (percentuais que vão de 60% a 67,4%). Na mesma direção, esta

e Cartografias na Internet: entre Memórias e Patrimônio, todos por mim coordenados.

ação de divulgação foi apontada como prioritária (percentuais entre 62,5% a 74,4%) se a instituição museal quiser se aproximar deste segmento de público.

Seguindo para estudos mais focados sobre visitantes de museus ou visitantes de espaços de patrimônio cultural, citamos aquele realizado em 2016 em exposições sobre o Círio de Nossa Senhora de Nazaré. Celebração religiosa católica realizada em Belém do Pará todo mês de outubro, declarada Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO, em dezembro de 2013. As pesquisas ouviram visitantes das exposições permanentes do a) Museu do Círio, no CHB, e do b) Memorial do Círio, localizado no complexo da Basílica de Nazaré. Em ambas, a maioria dos entrevistados estava visitando pela primeira vez uma exposição sobre o Círio (75% no museu e 66,7% no memorial) e tomou conhecimento sobre estas através de amigos (57,1% quanto ao memorial e 25% quanto ao museu). Entre os que avaliaram as exposições como ótimas e boas, a maioria apontou os objetos expostos como o que mais apreciaram nas visitas (57,1% no memorial e 50% no museu) e, como o que menos aprovaram, a mediação (23,8% no memorial) e a acessibilidade (35% no museu) para o público.

Diferentemente, os visitantes do parque zoobotânico do Museu Emílio Goeldi, localizado em Belém, em estudo realizado em 2017, declararam visitar com frequência o espaço, pelo menos uma vez por ano. A maioria afirmou que ia para passear (65%) ou para apreciar a natureza (17,9%), sendo secundário o interesse pelas exposições ou pelo próprio museu. Questionados sobre como se sentiam diante da informação divulgada pela imprensa local sobre a iminência do parque fechar suas portas devido à falta de verba pública, mais de 95% expressaram afetos de tristeza ou de insatisfação. A importância do parque zoobotânico ao público também aparece claramente quando convidados a avaliar o segundo escala de valor de zero a dez, onde zero é nenhuma e dez muita importância. Para 67%, o parque do Museu Emílio Goeldi tem valor máximo de importância; seguidos por 15,7% indicando nove; e 11,4% avaliando como oito. Quando a pergunta é sobre o que mais gostou, a maioria responde a fauna e a flora, com poucos citando exposições museológicas. Entre as sugestões apresentadas pelos visitantes, eles apontam mais eventos e atrações, bem como maior divulgação, mais interação com o público e revitalização e preservação dos espaços.

Em outro estudo finalizado em 2018, visamos não apenas o público interno ou externo, mas promover um paralelo entre ambos. Este estudo, a exemplo do parque zoobotânico do Museu Emílio Goeldi, também foi feito em um espaço de patrimônio onde é possível vivenciar a natureza, em Belém do Pará. Trata-se do Bosque Rodrigues Alves, um espaço que remete a muitas afetividades ao paraense, criado em 1870. Com o objetivo de avaliar a percepção expandida como lugar de experiências e vivências diversas foram realizados dois estudos concomitantes, tanto a visitantes, na área interna do Bosque, como junto a pessoas que circulam nos arredores. Este último grupo – em grande parte moradores das cercanias, estudantes de escolas próximas ou pessoas que praticam atividades físicas no calçadão que o circunda. Diferentemente do MUFPA, 87,5% do público entrevistado na parte externa do Bosque declarou já tê-lo visitado e o faz com frequência, sendo que para 27,5% é visto como espaço de lazer; para 25% patrimônio histórico e cultural e, para 20%, preservação ambiental.

Entre os visitantes internos, a forma de percepção do Bosque se altera completamente daquele de que está do lado de fora. Para 35,7%, o Bosque é percebido como patrimônio histórico cultural, 20% como espaço de preservação ambiental e somente 10% como lugar de lazer. Em ambos os grupos, a grande maioria considera que a cultura amazônica está representada de alguma forma na área do Bosque, incluindo o entorno (92,5% no externo e 91,4% no interno), sendo o Poder Público claramente apontado como aquele que deveria, mas não o faz, garantir as ações de conservação e o acesso a este espaço, sobretudo limpeza, manutenção e preservação. Situação que coloca em complexidade a relação entre as diversas compreensões de público.

Por fim, traremos agora dados de pesquisas sobre público desenvolvidos por meio do projeto Museus e Patrimônio, musealização no Centro Histórico de Belém, durante dois anos, entre 2014 e 2016. São investigações junto a visitantes, de quatro espaços museológicos do CHB82: o MEP, o MABE, o MAS e a Casa das Onze Janelas. Citaremos a seguir, de forma sucinta, alguns dos resultados que consideramos

82 Estas seis investigações foram por nós coordenadas, tendo avançando em quatro delas. Os outros dois espaços investigados foram os Museus do Encontro e da Imagem e do Som, onde foram feitos estudos iniciais.

relevantes para as reflexões que tratamos neste trabalho, especialmente por se constituírem espaços geridos pelo Poder Público.

Quanto ao perfil dos visitantes destes espaços, o estudo demonstrou, no caso do MEP, que para a maioria (76,2%) era primeira vez que o visitava. As obras do Museu foram apreciadas positivamente por todos os entrevistados. Entretanto, o mesmo não se pode afirmar sobre o espaço expositivo, segundo a percepção desse público. O mesmo percentual de 76% fez algum tipo de crítica envolvendo problemas como a climatização, iluminação, ausência de mediadores ou reduzida interação. Também avaliaram negativamente a inexistência de bebedouros, lanchonete e lojas de souvenir. Outra reclamação foi quanto à falta de divulgação sobre o museu, o que gerou a sugestão por parte da maioria dos entrevistados da necessidade de investimento do Poder Público neste aspecto, inclusive quanto a informações atualizadas na internet, e também em infraestrutura. Apesar das críticas, o MEP foi considerado muito importante para 78,6% dos visitantes.

Sobre o MABE, 95% dos entrevistados também reconhecem sua importância, e tal como ocorre com o MEP, apontam a necessidade de ações mais eficazes por parte do Poder Público. Citam que o MABE necessita de climatização adequada, mais informações sobre fatos históricos, e que precisa oferecer ao público, especialmente infantil, ações interativas, e aos idosos bancos para descanso durante a visitação, além de uma melhor acessibilidade às pessoas que têm deficiência como a inserção de informações em braile. Metade dos visitantes entrevistados recomenda ainda ações informativas como uma maior divulgação sobre o museu, tanto na mídia tradicional – rádio, jornal e televisão – quanto na internet, sobretudo nas redes sociais, e diretamente junto a comunidades e escolas dos ensinos fundamental e médio; além de atrações culturais para atrair visitantes, saraus de poesia e performances artísticas. Sugestões que demonstram inclusive o quanto o público está atento para as lacunas deixadas nas políticas públicas culturais e de inclusão social por parte do Estado.

Diferentemente do MEP e do MABE onde o foco da visita são exposições, no MAS e na Casa das Onze Janelas estas acabam sendo secundárias para quem está lá, a princípio, visando mais o lazer no complexo do CHB. No MAS, por exemplo, o visitante vai para conhecer a Igreja de Santo Alexandre, fundada em 1616, onde fica sabendo da

existência de um Museu de Arte Sacra, como parte do complexo. Razão pela qual a principal sugestão dos entrevistados é que haja ao público alguma informação sobre a existência do museu na fachada, bem como a divulgação de suas atividades na mídia e a inserção de mais informações sobre as obras expostas e seus aspectos históricos, religiosos e estéticos. No ambiente expositivo, sugerem ainda melhor iluminação e desumidificação, climatização, conservação e acessibilidade para pessoas com deficiência. Na Casa das Onze Janelas, em que as exposições são consideradas muito relevantes para 87,6% dos entrevistados, bem acima dos 60% do MAS, os entrevistados também apontam para a necessidade de uma melhor política de inclusão social e de comunicação por parte do Governo do Estado. Para 75%, o espaço expositivo precisa de sinalização e acessibilidade às pessoas com ou sem deficiência. Entre as melhorias na comunicação recomendam a designação de mediadores e a oferta de maior conteúdo artístico/interatividade.

Resultados que no mínimo reiteram que as pesquisas de público com visitantes de museus e de espaços de patrimônio cultural tem muito o que dizer e mais ainda a ensinar. Para tanto, faremos a seguir três conjuntos de considerações a esse respeito, como caminho para discutir dilemas atuais que tencionam a relação público-museu, e suas afetações.

4 Público e Museu em expansão

Refletindo sobre os resultados das pesquisas de público realizadas, ressaltados anteriormente, o primeiro conjunto de considerações parte do público motivado a se pronunciar, a se verbalizar como sujeito [Publikum], ativo em um espaço que deve ser identificado como de uso público, em sua essência, de inclusão de todos, o que pode ser visto nas respostas, por exemplo, pelo desejo de acessibilidade. Desejo que posiciona, por vezes, o público em oposição ao Poder Público, que incorpora a “representação pública da dominação”, seja por não abrir-se à fala do público, seja por proferir discursos, inclusive museológicos, em sintonia com grupos que detêm maior poder econômico e político na sociedade, excluindo os demais do diálogo, que está na essência do que é público, a partir de Tarde (2005).

Dessa consideração, emergem as demais. O anseio pela publicidade que vem, como abordamos, da compreensão do que é “submetido ao juízo público”, onde se baseia a opinião pública, segundo Habermas (2014), como instância crítica, em sociedades democráticas. Nos museus e espaços de patrimônio, também a publicidade dos discursos e das ações é um convite à crítica, fundamental neste mesmo contexto de democracia. Crítica que pode ir além do embate com o poder público, político ou social, para ainda incluir o apelo ao conhecimento, a vontade de ultrapassar barreiras que aprisionam o saber, tornar-se desejo de expansão, que abre o espaço para troca de aprendizados, diversos, e, assim, para a transformação mútua.

E para que haja troca, é preciso que ocorra interação, outro desejo manifestado pelo público que deve ser considerado, como terceiro conjunto. Como ensina Tarde (2005), na origem do que é público está a conversação, o diálogo, a interação que, em democracias, está associada à participação, a qual não se realiza verdadeiramente sem inclusão e respeito à diversidade. É nessa complexidade que se situa, acreditamos, a relação entre público-museu, e de forma mais ampla o patrimônio cultural, na contemporaneidade, acelerando cada vez mais os deslocamentos entre espaços e tempos, heterotópicos e heterocrônicos, que, a partir de Foucault (2009), está na essência do que é museu, por ser um lugar onde se acumulam espaços e tempos diversos, que coexistem e onde acontece a coexistência dos seres.

Características que permanecem mesmo que em transformação, na atualidade, diante da Cultura Digital. A crise dos museus super lotados ou plenamente vazios, de antes da pandemia, conduzem a reflexões sobre os museus e a (hiper)conexão. O museu está interligado entre o presencial e o on line, em várias existências possíveis, em tempos e espaços, que não se excluem, se fundem, em ambientes que podem ser considerados híbridos por onde é possível vivenciar o patrimônio. É necessário, então, seguir o público que circula nestes espaços, assim como sugere Latour (2012), com a teoria ator-rede. Neste sentido, é o que demonstram outras duas pesquisas, realizadas através dos projetos Transcodificações Urbanas e Cartografias na Internet, com as quais buscamos acompanhar o público de museus e espaços de patrimônio cultural em deslocamentos em ambientes presenciais e na internet.

No primeiro estudo, realizado em 2016, partimos do ambiente presencial, um espaço de patrimônio no CHB, para indagar a moradores do bairro da Cidade Velha, onde se situa, por um lado, sobre representação e identificação do público com o monumento a Frei Caetano Brandão, com mais de um século de existência. Por outro, questionar sobre a aceitação de ambiente digital com modelagem em 3D de monumentos na internet, disponibilizado através do site do projeto *Transcodificações Urbanas* (www.monumentosdebelem.ufpa.br; recuperado em diversos meses de 2016). Nesta pesquisa, 87% dos entrevistados manifestaram interesse em conhecer uma visita virtual do monumento, na qual disseram desejar obter mais informações sobre o CHB, o bairro, a praça e/ou a cidade. Para todos os entrevistados (100%), disponibilizar informações na internet sobre patrimônios culturais pode, inclusive, colaborar com a preservação destes espaços físicos, entre outros motivos porque, ao obter conhecimento sobre eles, a comunidade tenderia a se relacionar mais com estes e a valorizá-los.

Relação que pode se constituir a partir de ambiente on line antes de conhecer o presencial, em movimento portanto inverso. Igualmente apresentada aqui de forma breve e destacada, a outra pesquisa, realizada em 2018, partiu de ambiente na internet onde público de museus interage, diretamente, no portal TripAdvisor (<https://www.tripadvisor.com.br>; recuperado em diversos meses de 2018), voltado prioritariamente ao turismo, mas que trata transversalmente sobre espaços de patrimônio. Realizada no âmbito do projeto Cartografias da Internet, a pesquisa de recepção estudou os ambientes de fala onde os usuários trocam informações de forma colaborativa e muitas vezes preparatória às visitas presenciais a museus, prescindindo de mediação pelos mesmos. Sem ignorar que os conteúdos ali compartilhados podem ser contestados, já que se baseiam em percepções subjetivas e muitas vezes sem pesquisa prévia, não se pode deixar de considerar que este tipo de ambiente, de colaboração direta entre usuários, faz parte da realidade atual que afeta a relação público-museu, já que aquele, muitas vezes como alternativa à ausência de informação oficial sobre este, recorre à interação direta entre pares em ambientes on line para conhecer preliminarmente estes espaços museológicos, cuja valorização é tecida em redes digitais e presenciais.

São essas redes que tecem hoje o museu, o que fica mais evidente em tempos de pandemia, onde os espaços de vivência em trânsito, e muitas vezes simbiótica, entre o físico e o digital, o presencial e o conectado, mais que necessário, sinalizam como novo modo de ser, figital, ciberfísico ou ciberhíbrido, onde os limites dão espaços às fusões. Neste contexto, sedimenta-se, ao que nos parece, como problemático o atual conceito de museu:

Um museu é uma instituição permanente sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, expõe e comunica o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio ambiente com fins de educação, estudo e deleite. (ICOM, 2007, tradução nossa).

Por consequência, também aparentam ser as interpretações, como as firmadas no Brasil, para elaboração do Estatuto dos Museus, instituído pela Lei n. 11.904 (2009), que em seu artigo primeiro define:

Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento (Lei n. 11.904, 2009).

Pelas considerações neste trabalho apresentadas, a definição de museu precisa escapar do sentido unidirecional, que posiciona o público como passivo no processo de conhecimento sobre o patrimônio, para reposicioná-lo em rede, capaz de o (com)por coletivamente. Não esgotamos aqui, pelo contrário, as discussões que estão sendo travadas sobre o novo conceito de museu. Mas agora sobretudo sinalizar a necessidade de partir do público para conceber o museu, o que está em algumas interpretações sobre sua gênese.

Público que é constituído por sujeitos dialógicos, capazes de cooperar, justa e igualmente, para expandir o museu, como conjunto de ambientes sinérgicos e democráticos, também na Cultura Digital, que transcodifica mas também pode ser interativa e colaborativa na produção de conhecimentos e no compartilhamento de vivências. Museu que se expande para se (re)constituir nos deslocamentos cognitivos que atualizam as memórias tecidas em rede. Abertura epistemológica necessária diante da complexidade e das incertezas que constituem o atual e também o virtual, (trans)interfaces da mesma realidade humana.

Bibliografia

Barabási, A.L. (2003). *Linked: the new Science of Networks*. Cambridge: Plume.

Eidelman, J., & Roustan, M. (2014). Os estudos sobre público: pesquisa fundamental, escolha de políticas e apostas operacionais. In: Eidelman, J., Roustan, M., Goldstein, B. (Orgs.). *O lugar do público: sobre o uso de estudos e pesquisa pelos museus*. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, p. 13-40.

Espírito Santo, S. M. (2011). A contribuição do estudo do colecionismo para historiografia do Museu Histórico do antigo “Oeste Paulista”. *TransInformação*, 23(1), 29-37. Recuperado em 15 julho, 2015, de <http://www.scielo.br/pdf/tinf/v23n1/a03v23n1.pdf>.

Foucault, M. (2009). *Estética: literatura e pintura, música e cinema. Ditos e Escritos*. Vol. 3. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Habermas, J. (2014). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. São Paulo: Unesp.

International Council of Museums (2007). *Estatutos*. 22ª Assembléia Geral de Viena (Áustria). 24 de agosto de 2007. Recuperado em 22 fevereiro, 2015, de <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>.

_____. (2020). Encuesta: museos, profesionales de los museos y COVID-19. Retrieved 22 junho, 2020, from <https://icom.museum/es/covid-19/encuestas-y-datos/survey-museums-and-museum-professionals>.

_____. (2019). Questionário – Definição de Museus. Recuperado em 15 julho, 2020, de <<https://www.icom.org.br/?p=1863>>.

Latour, B. (2012). *Reagregando o Social*. Bauru, SP: EDUSC/Salvador, BA: EDUFBA.

Lei n. 11.904, de 14 de janeiro de 2009 (2009). Institui o Estatuto de Museus. Recuperado em 15 fevereiro, 2012, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm.

Morin, E. (2011). *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina.

Poulot, D. (2013). *Museu e Museologia*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

_____. (2003). *Quelle Place pour la “question du public” dans le domaine des musées?*. In: Donnat, O., & Toilla, P. (Orgs.). *Le(s) Public(s) de la culture*. Paris: Presses de Sciences Po. Retrieved 14 julho, 2019, from <http://www2.culture.gouv.fr/deps/colloque/poulot.pdf>.

Schaer, R. (1993). *L'invention des musées*. Paris, Gallimard.

Scheiner, T. (2008). O museu, a palavra, o retrato e o mito [versão eletrônica], *Museologia e Patrimônio*. I, n. 1, 57-73. Recuperado em 19 abril, 2014, de <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/download/6/19>.

Tarde, G. (2005). *A Opinião e as Massas*. São Paulo: Martins Fontes.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2020). *Les musées dans le monde - face à la pandémie de COVID-19*.

2020. Retrieved 15 julho, 2020, from
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530_fre.

EDUCAÇÃO PATRIMONIAL ENTRE DISCURSOS E PRÁTICAS: “VISITANDO” A CASA DO PATRIMÔNIO DE PENEDO- ALAGOAS, BRASIL

Silvana Pirillo Ramos

Universidade Federal de Alagoas, Brasil

<http://orcid.org/0000-0003-3006-8076>

Greciene Lopes dos Santos Maciel

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0003-3740-0756>

1 Apresentação

No Brasil, a proteção do patrimônio cultural por parte do Estado é marcada por uma longa trajetória na qual é possível identificar a preocupação com a educação patrimonial ora como protagonista e ora como coadjuvante de programas e projetos.

Em 13 de janeiro de 1937, pela Lei nº 378, sancionada pelo governo Getúlio Vargas, tem início os trabalhos do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) com a denominação inicial de Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN). Trata-se do órgão responsável por “preservar a diversidade das contribuições dos diferentes elementos que compõem a sociedade brasileira e seus ecossistemas” tendo como missão “promover e coordenar o processo de preservação do patrimônio cultural brasileiro para fortalecer identidades, garantir o direito à memória e contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do país” (IPHAN, 2014b).

Desde criação da figura jurídica do tombamento pelo Decreto-Lei nº 25, de 1937 e a contemporaneidade, o conceito de patrimônio cultural foi alargado, assim como os de direitos culturais e de cidadania cultural, como traz a Constituição Federal de 1988, no Art. 216,

[...] os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à

memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (Brasil, 1988).

Atualmente o IPHAN defende que a educação patrimonial se constitui de

[...] todos os processos educativos formais e não formais que têm como foco o patrimônio cultural, apropriado socialmente como recurso para a compreensão sócio-histórica das referências culturais em todas as suas manifestações, a fim de colaborar para seu reconhecimento, sua valorização e preservação (Florêncio et al 2014, p. 19).

Esse conceito de educação patrimonial é fruto de muitas discussões que permeiam todo o histórico de ações do IPHAN e as tentativas de concretização de sua missão, sendo que o marco da consolidação de uma efetiva política de educação patrimonial ocorre por meio da Portaria Nº 137, de 28 de abril de 2016 que traz o estabelecimento de diretrizes tendo o Programa Casas do Patrimônio como eixo central. A portaria considera “que as práticas educativas e as políticas de preservação estão inseridas num campo de conflito e negociação entre diferentes segmentos, setores e grupos sociais”

As definições conferidas pelo Iphan percebem a educação como sendo a essência para o tratamento do patrimônio cultural. A Educação Patrimonial passa a ter um papel decisivo no processo de valorização e preservação do patrimônio cultural, colocando-se para muito além de sua divulgação.

Como é sabido, o termo educação patrimonial foi introduzido a partir de experiências na área de museologia, nas quais se buscava o uso dos museus e dos monumentos históricos para finalidades

educacionais. Porém Chagas (2006) esclarece que a educação patrimonial já estava presente nos museus, embora sem tal denominação, como parte da ação cotidiana destas instituições desde o século XIX, e ressalta que a expressão se consagrou no Brasil nos últimos 30 anos, mas consagrou-se não como metodologia, mas como campo de trabalho, de reflexão e ação

Atualmente são 26 Casas do Patrimônio distribuídas em 15 estados brasileiros, consideradas como instrumentos estratégicos para implementação de uma política de Educação Patrimonial no país. A proposta das CPs é facilitar a relação e promover o diálogo entre a sociedade civil, IPHAN e o poder público constituindo-se em “espaços para construção de caminhos para salvaguarda, valorização e usufruto do patrimônio cultural, incentivadores da democratização do processo de patrimonialização dos bens culturais” (Ramos; Santos, 2017).

Esse capítulo faz uma reflexão sobre os princípios do Programa Casas do Patrimônio a partir de estudo de caso da Casa do Patrimônio de Penedo -AL, que se propõe a verificar empiricamente o desenrolar das propostas no cotidiano de uma população e o cumprimento de seus objetivos iniciais elencados nas políticas públicas de preservação do patrimônio cultural.

O trabalho se desenvolve por meio de levantamento bibliográfico e pesquisa ação participativa tendo em vista a atuação direta dos pesquisadores no processo de formação, planejamento, organização e condução de reuniões da Casa do Patrimônio de Penedo-AL.

Embora se considere que um estudo de caso não possa ser generalizado e aplicado sem critérios para a conclusão sobre outros contextos e realidades (Yin, 1984), este estudo pretende se constituir em subsídio para construção de hipóteses sobre as políticas de educação patrimonial e o Programa Casas do Patrimônio em outros contextos que apresentem semelhanças com o caso estudado.

2 Educação Patrimonial

Atendendo ao Art. 216 da Constituição Federal de 1988 o IPHAN coordenou várias pesquisas e constituiu grupos de estudo que resultaram na edição do Decreto 3.551, de 04 de agosto de 2000, que institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial e criou o

Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI). No mesmo ano, o IPHAN também consolidou o Inventário Nacional de Referências Culturais como instrumento para valorização e salvaguarda desses bens imateriais, considerando a natureza dinâmica desse patrimônio, a necessidade da participação e envolvimento das comunidades locais e de um “olhar antropológico” e um trabalho etnográfico para apreendê-lo.

O PNPI estabelece os rumos para atuação do IPHAN, agora com a população local adquirindo centralidade no processo de patrimonialização, com o papel de protagonista. As diretrizes políticas preveem “medidas que ampliem a participação dos grupos que produzem, transmitem e atualizam manifestações culturais de natureza imaterial nos projetos de preservação e valorização desse patrimônio” (IPHAN, 2014).

Entre os objetivos do PNPI está

[...] a captação de recursos e promoção da formação de uma rede de parceiros para preservação, valorização e ampliação dos bens que compõem o Patrimônio Cultural Brasileiro, além do incentivo e apoio às iniciativas e práticas de preservação desenvolvidas pela sociedade (IPHAN, 2014).

Com a realização da “Reunião Técnica de Educação Patrimonial”, em Pirenópolis/GO, em 2004 iniciam-se os trabalhos da Gerência de Educação Patrimonial e Projetos (Geduc), instituída por meio do Decreto nº 5.040/04 e a educação patrimonial começa a ser considerada uma política pública. Com os relatos e a documentação, experiências são compartilhadas, diretrizes, planos de ação e metas são estabelecidas na tentativa de definir os rumos pretendidos no país.

Em 2005, o “I Encontro Nacional de Educação Patrimonial” (ENEP), em São Cristóvão/SE dá continuidade ao trabalho de definição e planejamento de uma política institucional para o campo. As diretrizes gerais das Casas do Patrimônio são debatidas e consolidadas em âmbito coletivo, tendo como marco a proposta de ação nas comunidades, com base nas referências culturais, direcionadas pelos princípios da educação dialógica de Paulo Freire, superando as ações centradas nos acervos e construções isoladas para a compreensão dos

espaços territoriais como um documento vivo, passível de leitura e interpretação por meio de múltiplas estratégias educativas.

A princípio o projeto das Casas do Patrimônio (CP) partiu de uma sugestão do Departamento de Patrimônio Material e Fiscalização (Depam) do Iphan que tinha a necessidade de “estruturar gradativamente as sedes das superintendências regionais e dos escritórios técnicos para funcionar como uma agência cultural local, preparada para atender a estudantes, pesquisadores, visitantes das áreas tombadas e à população em geral” (IPHAN, 2006, s/p). O projeto tinha como objetivo aproximar o IPHAN das comunidades de atuação diminuindo o distanciamento marcado por sua história como órgão fiscalizador, muitas vezes rejeitado e até odiado pela população. As Casas de Patrimônio vêm atender a necessidade de melhorar o diálogo do IPHAN com a comunidade aproximando sua equipe técnica do cotidiano da população, principalmente dos centros históricos que passam por processos de revitalização.

Em 2006 o IPHAN, que sempre teve dificuldades orçamentárias e sofreu com o desprezo as políticas de preservação do patrimônio, historicamente relegadas a segundo plano em detrimento a outras políticas consideradas essenciais no país, começa a receber recursos advindos do Programa Monumenta, cuja gestão é levado a incorporar gradativamente a partir da extinção da Secretaria de Patrimônio, Museus e Artes Plásticas em 2003. Nesse período, o IPHAN fortalece seus instrumentos de planejamento, abre debates à sociedade civil e tem buscado incessantemente o aperfeiçoamento de seus processos para maior transparência e agilidade nos serviços prestados à sociedade (Frente Ampla, 2016).

Instituído, pelo Ministério da Cultura, com recursos financeiros do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e apoio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) o Programa Monumenta é anunciado como o mais significativo programa do país, com maior volume de recursos, na área de recuperação de sítios históricos (Pozzer, 2013). Seus objetivos eram de preservação das áreas prioritárias do patrimônio histórico e artístico urbano com o estabelecimento dos critérios de conservação e gestão do patrimônio, o estímulo a projetos que viabilizassem as utilizações econômicas, culturais e sociais das áreas em recuperação no âmbito do projeto e ações que aumentassem a consciência da

população sobre a importância da preservação do patrimônio. A meta era a melhoria da qualidade de vida da população local, geração de emprego e renda e inclusão social (BRASIL, 2012).

O Programa Monumenta se encerra em 2010, deixando um legado significativo de experiências com as políticas de preservação do patrimônio, que vai se constituir na base do Programa de Aceleração do Crescimento das Cidades Históricas (PAC-CH) sustentado na criação de uma linha destinada exclusivamente aos sítios históricos urbanos protegidos.

Com atuação em 44 cidades de 20 estados da Federação, O PAC-CH tem como objetivos prioritários: promover a requalificação urbanística dos sítios históricos; estimular usos que promovam o desenvolvimento econômico, social e cultural; investir na infraestrutura urbana e social; recuperar monumentos e imóveis públicos; financiar a recuperação de imóveis privados; fomentar cadeias produtivas locais e promover os patrimônios culturais e históricos das cidades, especialmente para incentivar o turismo (BRASIL, 2009). Pelos princípios do PAC-CH, “o patrimônio cultural surge como eixo indutor e estruturante, com objetivo de contribuir para o ordenamento urbano e reverter o subaproveitamento do potencial econômico e simbólico desse patrimônio” (Dos Santos, 2011, p.13).

A execução das ações do PAC-CH, atende aos princípios de Conservação Integrada, expressos na “Declaração de Amsterdã, produto final do “Congresso sobre o Patrimônio Arquitetônico Europeu” (1975). Considera os edifícios e conjuntos urbanos que apresentem interesse histórico ou cultural como uma riqueza social de responsabilidade coletiva cuja conservação deve ser o objetivo principal da planificação urbana e territorial. Um trabalho com educação patrimonial com o envolvimento da população local, medidas legislativas e administrativas eficazes; apoiadas por sistemas de fundos públicos e iniciativas administrativas locais, assim como participação de organizações privadas devem subsidiar a conservação do patrimônio construído (Zanchetti; Lapa, 2012).

Ambos os programas atribuem ao IPHAN papel central em seu desenvolvimento e exigem o envolvimento, participação e atuação integrada de múltiplos atores sociais. Além de ter que atender a demanda de uma atuação junto as comunidades e de se tornar um

articulador do planejamento integrado e participativo, o IPHAN perdia, com a criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) pela Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009, a gestão dos museus que era até o momento seu principal campo de articulação com a sociedade.

Em decorrência dessa necessidade, o Iphan passou a estruturar uma área específica voltada para as ações educativas ligadas à preservação do patrimônio cultural brasileiro. Em 2004, o Decreto n. 5040/04 cria uma unidade administrativa, a Coordenação-Geral de Promoção (Cogeprom), responsável por discutir diretrizes teóricas e conceituais e estimular o fomento à criação e reprodução de redes de intercâmbio de experiências e parcerias. Em 7 de maio de 2009, o Decreto n. 6844 cria a Coordenação de Educação Patrimonial (Ceduc), vinculada ao Departamento de Apoio e Fomento (DAF), com o objetivo de garantir dentro do órgão uma área central dedicada à promoção, coordenação, integração e avaliação da implementação de programas e projetos de educação patrimonial.

Hoje, com as modificações ocorridas com o Decreto nº 9238, de 15 de dezembro de 2017, que cria o Departamento de Cooperação e Fomento (Decof), o Núcleo de Educação Patrimonial está na estrutura da Coordenação de Fomento, Educação Patrimonial e Redes (Cofer) dentro da Coordenação-Geral de Cooperação Nacional (Cogecon) (Florêncio et al, 2019).

Para que a ação educativa cumpra seu papel, faz-se necessário indicar alguns dos caminhos possíveis. A Educação Patrimonial deve contribuir para a criação de canais de interlocução com a sociedade e com os setores públicos responsáveis pela política de patrimônio cultural, por meio de mecanismos de escuta e observação que permitam acolher e integrar as singularidades, identidades e diversidades locais.

No que se refere ao conceito de Educação Patrimonial, o utilizado atualmente pelo IPHAN, é fruto de uma construção coletiva com instituições e pessoas da sociedade civil, mediada pela Coordenação de Educação Patrimonial do Departamento de Articulação e Fomento e considera que os processos educativos de base democrática devem primar pela construção coletiva do conhecimento, “por meio do diálogo permanente entre os agentes culturais e sociais e pela participação efetiva das comunidades

detentoras e produtoras das referências culturais onde convivem noções de patrimônio cultural diversas” (Florêncio et al 2014, p. 19).

3 Projeto Casas do Patrimônio

O Projeto Casas do Patrimônio resulta de debates institucionais advindos da necessidade de construção de um marco institucional para o IPHAN. Essas discussões são amadurecidas por meio da realização da I Oficina para Capacitação em Educação Patrimonial e Fomento a Projetos Culturais nas Casas do Patrimônio, ocorrida em Pirenópolis (GO), em 2008, com o estabelecimento das diretrizes gerais

- Desenvolver ações educativas com base nos princípios da educação dialógica nos termos de Paulo Freire.
- Focar a ação na pessoa, entendendo o envolvimento dos grupos sociais locais como instrumento de autoafirmação, e que vise não somente à elaboração de propostas mais ajustadas às realidades locais, mas mudanças de comportamento e atitudes em relação ao patrimônio local.
- Investir na construção de metodologias ou abordagens que auxiliem o trabalho educativo com públicos/grupos não identificados com os acervos locais, como no caso dos centros históricos que sofrem com processos de esvaziamento e são ocupados por grupos com os quais é difícil estabelecer relações de afetividade.
- Desenvolver metodologias específicas de ação educativa para cada área, por exemplo Museus, Arqueologia, Arqueologia de contrato, Sítios tombados, inventários Bens Móveis, INRC, etc.
- Utilizar e fortalecer os mecanismos de registro da memória individual e coletiva das comunidades e da própria instituição para nortear ações educativas e difusão de conhecimento.
- Buscar temas geradores, característicos de determinados lugares, como meio para desenvolvimento de programas educativos. (Oliveira, 2011, p 74).

No ano seguinte, o 1º Seminário de Avaliação e Planejamento das Casas do Patrimônio, em Nova Olinda (CE), tem como resultado formulação da Carta de Nova Olinda, um marco na emergente política de educação patrimonial, que traz a definição das Casas do Patrimônio como

[...] um espaço de interlocução com a comunidade local, de articulação institucional e de promoção de ações educativas, visando fomentar e favorecer a construção do conhecimento e a participação social para o aperfeiçoamento da gestão, proteção, salvaguarda, valorização e usufruto do patrimônio cultural (IPHAN, 2009, p. 5).

O Projeto da Casa do Patrimônio se estrutura na proposta de articulação entre sociedade civil e Estado, sendo o IPHAN o representante do setor governamental no que se refere a gestão desse patrimônio cultural que passa a ser visto como elemento de dinamização da economia e de promoção do desenvolvimento sustentável associando-se as políticas de patrimônio cultural ao desenvolvimento social e econômico. O quadro a seguir traz uma síntese dos objetivos e das principais estratégias das Casas do Patrimônio presentes na Carta de Nova Olinda (IPHAN, 2009).

QUADRO 1: Objetivos e Estratégias das Casas do Patrimônio

OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Criar canais de interlocução com a sociedade e com os setores públicos responsáveis pelo patrimônio • Identificar e fortalecer os vínculos das comunidades com o seu patrimônio cultural; 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapeamento dos investimentos e políticas de fomento consonantes com as noções ampliadas de patrimônio, museologia social, educação dialógica, arte e cultura no Sistema Nacional de Patrimônio; • Educação patrimonial como tema transversal e interdisciplinar; • Elaboração de regimento próprio para cada Casa do Patrimônio; • Articulação e aglutinação de ações educativas junto à comunidade;

<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar a participação social na gestão e proteção dos bens culturais; • Incentivar a associação das políticas de patrimônio cultural ao desenvolvimento social e econômico; • Aperfeiçoar as ações focadas nas expressões culturais locais e territoriais, contribuindo para a construção de mecanismos de apoio junto às comunidades, aos profissionais e gestores da área, às associações civis, às entidades de classe, às instituições de ensino e aos setores públicos, para uma melhor compreensão das realidades locais; • Fomentar a apropriação, manutenção e valorização da identidade e dos aspectos históricos, culturais, artísticos e naturais locais, territoriais, 	<p>Elaboração de plano de comunicação nacional, estadual e municipal para as Casas do Patrimônio;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento das instituições educacionais formais e informais nos processos de educação patrimonial • Envolvimento de artistas, agentes e instituições culturais nos processos de educação patrimonial; • Garantia da manutenção do conceito gerador para o fortalecimento da identidade do projeto Casas do Patrimônio; • Garantia de autonomia de gestão local; • Promoção ações de sensibilização e aproximação para estimular o protagonismo dos atores sociais; • Articulação da rede das Casas do Patrimônio com as redes já estabelecidas, tanto pelo Ministério da Cultura quanto pelos demais parceiros a serem mapeados; • Articulação com instituições de ensino e pesquisa, a partir de programas de colaboração técnica e convênios; • Adoção de modelos de gestão do patrimônio cultural que tenham como perspectiva uma proposta de colaboração de saberes; • Estimulo aos estados e municípios para a criação de instrumentos legais que garantam suas participações continuadas nas Casas do Patrimônio; • Construção de uma rede integrada das casas do patrimônio e de instrumentos de operacionalização e manutenção e criação de banco de ações referenciais
---	---

<p>regionais, nacionais, e internacionais, em prol do desenvolvimento sustentável e da melhoria da qualidade de vida.</p>	<p>em educação patrimonial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fórum permanente de debate com encontros presenciais periódicos; Seminário nacional, de periodicidade anual, para avaliação
---	---

Fonte: Elaboração própria (adaptada da Carta de Nova Olinda), IPHAN (2009)

Entre as estratégias para o desenvolvimento do projeto está a sensibilização dos diferentes atores sociais estimulando seu engajamento e participação promovendo a educação patrimonial e conferindo transparência aos novos mecanismos de gestão da preservação do patrimônio cultural.

Em 2014 é publicado um documento marco na Educação patrimonial intitulado *Educação Patrimonial: histórico, conceitos e processos* que apresenta princípios e diretrizes conceituais da EP baseadas, em Paulo Freire e em Lev Vygotsky.

A Ceduc propõe, então, que o modelo de “educação bancária”, como teria designado Paulo Freire, em que os educandos seriam apenas consumidores de informações, seja substituído por uma “ação transformadora dos sujeitos no mundo (Figueró, 2017, p.47).

A política de Educação Patrimonial do IPHAN está estruturada em três eixos de atuação: desenvolvidos pela Ceduc: inserção do tema patrimônio cultural na educação formal; gestão compartilhada das ações educativas; e a instituição de marcos programáticos no campo das ações de Educação Patrimonial. No que se refere a Gestão compartilhada das ações educativas:

[...] principal estratégia é o fomento à Rede Casas do Patrimônio, que busca reconhecer o protagonismo local das ações educativas de valorização do Patrimônio Cultural, articulando agentes e

instituições que possuam envolvimento com o tema e com os bens culturais (Florêncio et al, 2014).

Com a Portaria nº 137, de 28 de abril de 2016 do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, estabelece-se diretrizes da educação patrimonial oficializando os princípios da Carta de Nova Olinda e as Casas do Patrimônio passam a ser instrumentos estratégicos de implementação da política de Educação Patrimonial no país.

5 A Casa do Patrimônio de Penedo-Alagoas

O Estado de Alagoas tem quatro Casas do Patrimônio distribuídas nos municípios de Maceió, Penedo, Marechal Deodoro e Piranhas, mas apenas as de Maceió e Penedo são consideradas implantadas, tendo seguido o protocolo determinado pela Ceduc. Longe de se restringir à instalação de uma estrutura física, as casas, hoje (Redes) do Patrimônio constituem, um desafio: ampliar os espaços de diálogo com a sociedade a partir da educação patrimonial, multiplicando locais de gestão compartilhada e de construção das políticas públicas de patrimônio cultural. É o primeiro passo para transformar as sedes do IPHAN e instituições parceiras da sociedade civil em polos de referência sobre o patrimônio cultural, fomentando a criação de novas práticas de preservação, sobretudo por meio de ações educacionais formais e não formais, em parceria com escolas, agentes culturais, instituições educativas não formais e demais segmentos sociais e econômicos (Florêncio, 2019).

Penedo é uma cidade ribeirinha, banhada pelo Rio São Francisco, que se localiza ao sul do Estado de Alagoas, com uma área de 689 km² e uma população de 60378 habitantes (IBGE, 2010). Apesar de ter um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) considerado médio (0,63), apresenta indicadores de vulnerabilidade social: 20,6% da sua população se encontra entre a linha da indigência e da pobreza e 17,8% abaixo da linha da indigência, 29,3% dos cidadãos que têm 15 anos ou mais de idade são analfabetos (IPEA, 2012).

O processo de povoamento começou em 1545, com Duarte Coelho de Albuquerque, explorador da região do Rio São Francisco, sendo o primeiro donatário da capitania de Pernambuco, na política de

capitanias hereditárias da colonização portuguesa (Valente, 1957). Ainda, segundo o autor, em 1637, iniciou-se a presença holandesa na região, com a invasão do local por parte de Maurício de Nassau, com o objetivo de ocupação de todo o norte e nordeste brasileiros, permanecendo até 1645.

No início da República a localização estratégica de Penedo, situada entre os dois principais polos de abastecimento do Nordeste: Pernambuco e Bahia, lhe conferiu o status de capital da região, com um movimentado e poderoso porto fluvial, inserido nas relações de importação e exportação de diferentes produtos (Diegues Jr, 1980).

O local vivia a prosperidade econômica e foi uma espécie de berço de diversas famílias consideradas nobres e influentes na política. A presença marcante na economia da região e do próprio país e o intenso fluxo de pessoas de múltiplas origens, ocasionou presença de uma arquitetura eclética com uma diversidade de momentos históricos representados em seu sítio histórico. “Os sobradões ao longo do rio, trapiches, lojas de importação, sociedades artísticas e culturais existentes na cidade, eram a expressão de uma pujante vida urbana” (Corrêa, 1994, p. 100).

Na segunda metade do século XX, com a construção de rodovias e ferrovias que vão relegando o transporte fluvial a segundo plano, Penedo foi perdendo, gradativamente, sua importância no cenário econômico e se transformou em uma cidade decadente (Diegues Jr, 1980).

Pelas presença de um rico patrimônio cultural materializado em monumentos de estilo colonial e arquitetura neoclássica em seu centro histórico, Penedo, obteve na década de 1980, o tombamento em nível estadual e municipal e em 18 de dezembro de 1995, pela Portaria nº 169 do IPHAN e tornou-se patrimônio cultural brasileiro tendo sua inscrição em dois Livros Tombos: O Histórico e o Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico.

Penedo é o único município do Estado de Alagoas beneficiário dos dois mais significativos programas de revitalização do patrimônio (Programa Monumenta e PAC-CH) do país, recebendo recursos com o objetivo de conciliar o patrimônio cultural com o desenvolvimento econômico por meio do turismo.

Tais elementos aqui apontados justificam a presença constante do IPHAN no cotidiano dos moradores e sua inserção como um dos

protagonistas no projeto de desenvolvimento econômico da cidade. Essa presença é marcada por muitos conflitos que, muitas vezes, geraram desconforto e se transformam em empecilhos para o desenvolvimento do próprio trabalho do órgão.

Como exemplo temos o relato da antropóloga Madalena Zambi e da arquiteta Cristina Magalhães, durante a elaboração do Inventário Nacional de Referências Culturais de Penedo, em 2010:

Cabe dizer que, no decorrer do trabalho de campo, notou-se certa animosidade da população com relação ao IPHAN. No caso das entrevistas, para se conseguir acesso às pessoas, recorrentemente foi necessário omitir, de início, que o trabalho estava sendo feito para o instituto. Esta informação só era passada depois que o entrevistado já se sentia seguro e à vontade com o entrevistador. (Zambi; Magalhães, 2010, p.23).

Dados de Pesquisa, realizada em 2014⁸³, pelo Observatório Transdisciplinar de Pesquisas em Turismo da Universidade Federal de Alagoas, a partir de entrevista com 173 moradores do centro histórico revelam que 82,7% dos moradores conhecem o trabalho do IPHAN e 17,3% desconhece. Do grupo dos conhecedores do IPHAN, parte significativa dos moradores (34,1%) atribui ao órgão o papel de impedir a liberdade das pessoas para melhorarem ou modificarem suas moradias de acordo com suas necessidades, lembrando que o tombamento é impeditivo de mudanças nas fachadas das casas. O IPHAN é considerado por 20,8% como um fiscal que pune, faz exigências e determinações, na maioria das vezes, desnecessárias ou incompreendidas pela população (Ramos, 2014).

⁸³ Foram realizadas 173 entrevistas no período de maio a agosto de 2014. As entrevistas tiveram caráter censitário e foram feitas casa a casa, seguindo o mapa da área do tombamento, com indivíduos que residissem há doze anos ou mais, (desde 2002) no Centro Histórico e tivessem vivenciado o Programa Monumenta desde a elaboração do “Perfil do Projeto” O Centro Histórico de Penedo possui uma área aproximada de 27ha e em 2000, estimava-se que possuía 800 domicílios, correspondendo a cerca de 4.000 habitantes

Para 20,2% dos moradores o IPHAN é o órgão que determina que nada no Centro Histórico pode ser modificado, engessando as transformações e impedindo o desenvolvimento da cidade. A atuação e o papel do IPHAN são absolutamente desconhecidos para 16,8% dos residentes, que afirmam conhecer o órgão, mas não saber qual sua utilidade. O IPHAN recebe o apelido de “Infame” em 20,8% das respostas, se constituindo no órgão que atrapalha, impede o desenvolvimento do Centro Histórico, e não tem respeito algum pelo morador, ignorando suas demandas (Ramos, 2015).

Aspectos positivos do IPHAN são ressaltados em 14,9% das respostas que o consideram como o órgão que faz restauração de casas e igrejas e 13,9% que o consideram como o órgão que tem papel central na preservação do Patrimônio Cultural de Penedo (Ramos, 2015).

O Programa Monumenta trouxe em sua proposta para Penedo, previsto no Perfil do Projeto, investimentos na melhoria de gestão do IPHAN, construção de escritório local e capacitação de mão de obra, mas o que se observa nos depoimentos desses moradores do centro histórico é que nenhuma mudança efetiva foi percebida em sua atuação e muito menos qualquer tentativa de aproximação do referido órgão com a população.

Em 2012 com o início das obras do PAC-CH cresce demanda de trabalho do IPHAN em uma gestão integrada e participativa com a comunidade e demais setores do governo. Nesse contexto, a casa do patrimônio em Penedo vem como estratégia para ampliar a esfera de relacionamentos do IPHAN e aproximá-lo da população local.

Em Penedo a casa do patrimônio ocupa um imóvel, restaurado entre 2012 e 2013, cedido em comodato pela Santa Casa, localizado no centro histórico tombado. A inauguração ocorreu em 5 de junho de 2014, com uma exposição fotográfica permanente sobre a história da cidade, que retrata por meio de painéis e recursos audiovisuais múltiplos o chamado período de ouro da cidade (1850-1950), um convite a uma espécie de nostalgia, de resgate de uma “identidade perdida”. Para Figueró (2017, p.79).

Há um esforço na exposição em trazer novas vozes, certa intencionalidade de diversificar as informações – painéis com lendas e tradições; pesquisa de campo;

entrevistas de história oral... – que se emaranha com a intencionalidade de valorização dos tempos áureos e dos personagens ilustres em prol de um “resgate do pertencimento local”, como se houvesse algo essencial a ser recuperado e “devolvido” à população já esquecida.

Por meio dessa exposição ocorre o primeiro contato da população com a CP e a primeira impressão ocasionada é de que se trata de um novo espaço que o IPHAN está trazendo para cidade, um espaço que permite um processo de interação por meio de recursos tecnológicos múltiplos.

Mas inauguração e abertura do referido espaço ao público não significaram sua implantação. De acordo com os protocolos da Ceduc a implantação inicia-se a partir da identificação de potenciais parceiros envolvendo todos os segmentos sociais, na esfera pública e privada, que estejam comprometidos com a proteção e difusão do Patrimônio Cultural, e convite para uma oficina com apresentação da proposta e reconhecimento das parcerias, a construção coletiva de um plano de trabalho, definição de um cronograma de atividades e por fim com a assinatura do Acordo de Cooperação Técnica entre as partes (Figueró, 2017).

O processo de implantação teve início entre os dias 29 de setembro e 01 de outubro em que 35 potenciais parceiros vieram para a reunião intitulada “Oficina Casas do Patrimônio: Aspectos conceituais e projeto de implantação” ministrada pela equipe do IPHAN- Al e pela própria Coordenadora do CEDUC Sônia Florêncio, que apresentou para os potenciais parceiros a proposta para construção coletiva da Casa do Patrimônio interagindo com os relatos que traziam as condições da realidade local. Esse primeiro dia se encerrou com um dever de casa: os participantes deveriam responder as questões “O que espera de uma Casa do Patrimônio e Como pode contribuir” para a continuidade das atividades no dia seguinte.

As respostas foram expostas e debatidas no segundo dia e iniciou-se a constituição de uma frente de trabalho com interação entre os presentes em propostas comuns estabelecendo parcerias. Foi feita uma tabela com a sistematização de ações dos parceiros com proposta inicial de 16 ações para o período de um ano. Construiu-se

coletivamente uma agenda e um cronograma de trabalho, com previsão de datas para as próximas oficinas e definição de tarefas.

Por outro lado, para a continuidade desses trabalhos o protocolo de implantação da CP colocava a necessidade da elementos da assinatura de um “Termo de Cooperação Técnica” que por questões burocráticas o IPHAN-AL, através do seu procurador, decidiu que só podia ser assinado por parceiros pertencentes a entidades dotadas de um estatuto, que apresentasse a ata de uma reunião que comprovasse ter sido eleito representante da mesma (Figueró, 2017).

Essa regra excluía vários parceiros que tinham participado da reunião com proposta de trabalho e engajamento nas ações: A Associação de Informantes de Turismo Pedagógico de Penedo (AITPP), o Arranjo Produtivo Local Caminhos do São Francisco (APL São Francisco), um servidor do IFAL, um servidor da SECULT e representante do Theatro Sete de Setembro e uma fotógrafa.

Esse entrave burocrático somado ao não cumprimento do cronograma inicialmente proposto para reuniões foi enfraquecendo o que se poderia denominar processo de implantação. Entre setembro de 2014 e o final de 2015 ocorreram apenas mais três reuniões, sendo elas nos dias 22 de outubro e 11 de dezembro de 2014 e no dia 17 de junho de 2015. As oficinas subsequentes foram se esvaziando até na reunião do dia 17/06 ter um quórum de apenas 05 parceiros.

Após quase um ano da oficina de implantação, o Acordo de Cooperação Técnica foi assinado por 12 parceiros: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan); Universidade Federal de Alagoas – Unidade de Penedo (UFAL); Instituto Federal de Alagoas – Campus Penedo (IFAL); Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (SECULT); Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Turismo (SEDEICMAT); Secretaria Municipal de Educação (SEMED); Secretaria de Infraestruturas e Obras de Penedo (SEINFRO); Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM); Sociedade Cultural Barqueiros do Velho Chico; Instituto Cultural Artístico e do Meio Ambiente de Penedo (ICAMAP); Casa da Amizade de Penedo; e Fundação Casa do Penedo. Entre esses doze parceiros é importante observar que oito são representantes de setores governamentais, sendo apenas quatro da sociedade civil.

Desde então os trabalhos seguiram com poucos encontros para discussões, e apenas oficinas de educação patrimonial para os

professores foram realizadas na parceria com Secretaria Municipal de Educação (SEMED).

Tendo em vista que as premissas básicas para a implantação de uma Casa do Patrimônio consistem em:

A realização de ações educativas, de promoção e de fomento que articulem as áreas de Patrimônio Cultural com outros campos da ação pública; O estímulo à participação da população na gestão da proteção, salvaguarda, valorização e usufruto do Patrimônio Cultural a promoção permanente de oficinas, cursos e outros eventos voltados à socialização de conhecimentos e à qualificação de profissionais para atuar na área; A disponibilidade de espaços para o intercâmbio e difusão de conhecimentos; A manutenção e disponibilização de acervos e de informações sobre o patrimônio para acesso da população; o fomento e fortalecimento da atuação em redes sociais de cooperação institucional e com as comunidades; o reconhecimento da importância da preservação do Patrimônio Cultural (Florêncio et al, 2014, p.38).

Resta indagar se podemos considerar que a Casa do Patrimônio de Penedo realmente foi implantada e se iniciou uma atuação horizontalizada do Iphan em efetiva parceria com múltiplos agentes da sociedade civil.

Segundo Figueró (2017, p.184)

A proposta ganha o rosto do Iphan: a casa ganha a exposição encomendada pelo Iphan, os convites partem de uma seleção do Iphan, a oficina de implantação é mediada pelo Iphan, a proposta de se criar um plano de ações advém do Iphan, a linguagem – desde expressões conceituais que buscam ser explicadas ao público e não produzidas com ele, até a lógica organizacional do espaço, contando com mesas, cadeiras e televisão com slides

explicativos – reforça a posição de onde se fala. A Casa do Patrimônio de Penedo se quer participativa e se quer representativa da história e do cotidiano da cidade, mas não avançou ainda na transformação desses conceitos.

Percebe-se que a CP de Penedo ainda não adquiriu a articulação devida com a sociedade e é um desafio para a Superintendência fazê-la funcionar dentro dos pressupostos colocados no projeto inicial. A CP se embasa em uma discussão política pouco consolidada a nível nacional e que não ganhou a devida importância dentro do IPHAN.

Muitas são as dificuldades para a implementação das CPs, inferimos que parte também do despreparo dos técnicos envolvidos para lidar com as questões do campo da educação. Observa-se que os aspectos operacionais para a o efetivo desenvolvimento das Casas do Patrimônio como “Formação de equipe de gestão; definição de garantias de orçamento de quadro de pessoal e da responsabilidade dos entes parceiros na sua manutenção; qualificação continuada do quadro pessoal’ (IPHAN, 2009) previstos na Carta de Nova Olinda não foram concretizados.

Muitas iniciativas têm pecado no que diz respeito à tomada de posição em relação à educação, como se essa fosse um campo neutro. Ao contrário, é preciso lembrar que a educação é o locus privilegiado do enfrentamento político-ideológico, onde se confronta, também, um modelo de sociedade e um determinado papel do Estado.

As Casas do Patrimônio representam um esforço de implementar uma proposta de atuação, construída coletivamente, que tem os méritos de possibilitar uma grande flexibilidade para escolha de parceiros e ações que sejam condizentes com a realidade local e de ser baseada na gestão compartilhada do patrimônio cultural. Contudo, o fato de as superintendências poderem ou não aderir e de poderem ou não seguir as diretrizes e orientações da Ceduc faz com que a proposta perca força política e não seja aproveitada em todo o seu potencial. Por outro lado, é importante reconhecer, que mesmo com tantas lacunas, o programa serviu para fomentar discussões e reflexões sobre como o Iphan dialoga com a comunidade, ou como não dialoga, expondo e polemizando sua forma de atuação

6 Dilemas da Educação Patrimonial: formas e processos de patrimonialização

A visibilidade, o reconhecimento e a inserção na esfera da preservação de determinados “bens culturais” depende do processo de patrimonialização que segundo Pereira, (2006, p.237) “é um mecanismo de afirmação e legitimação da identidade de determinados grupos e subgrupos sociais em luta com outros ou também em luta interna ao próprio grupo”. Toda a operação de construção e ativação patrimonial comporta em si mesma um propósito ou uma finalidade. Se um bem cultural não atender aos critérios que caracterizem uma dimensão utilitária ele não será construído como patrimônio cultural (Peralta, 2003). A história das políticas de preservação do patrimônio cultural brasileiro nos revelam que o controle dessa dimensão utilitária, assim como o domínio sobre os elementos que levam a construção e a capacidade de ativação dos patrimônios tem se constituído habilidades e competências exclusivas dos grupos hegemônicos na sociedade.

O que conceituamos como Educação Patrimonial deveria ser um processo de desenvolvimento de habilidades e competências para participar ativamente dos processos de patrimonialização. Uma educação que possa fornecer subsídios para atitudes diante dos bens culturais criando condições para que as percepções de toda esta imbricada rede de interesses que cercam o fenômeno da patrimonialização se transformem em atitudes com relação à preservação e conservação do patrimônio.

A ideia de conscientizar a população para um engajamento no processo de preservação do patrimônio cultural, assim como a ideia da definição de uma identidade nacional a partir de valores de uma elite, permeou o discurso do IPHAN, em seus 83 anos de história.

Os bens patrimonializados no Brasil são representativos de heróis consagrados pela história oficial e atrelados as memórias de elites vencedoras e revelam exclusão dos chamados vencidos (negros, índios operários, entre outros) e com isso total negação da exploração, da desigualdade social e dos inúmeros conflitos sociais.

Os bens tombados, na chamada Fase Heroica do IPHAN (1937-1967), estão ligados à história oficial do Brasil, em maioria são bens imóveis de estilo barroco que representam e o modo de viver da classe

dominante (casarões, engenhos, igrejas). Desde o anteprojeto de Mario de Andrade “a escolha do que deveria ser valorizado como patrimônio estaria nas mãos do Span, a educação seria uma ferramenta de legitimação e difusão dos valores atribuídos pelo Estado a um conjunto autorizado de bens” (Siviero, 2015).

A ideia da herança coletiva trazia a concepção do interesse coletivo, de que a destruição destes bens significaria a perda, para todos, de relíquias da história do país. Tudo isso era muito novo para a sociedade brasileira, em geral, e acreditava-se que era preciso ensinar/educar/esclarecer para gerar novos comportamentos frente ao que se entendia como patrimônio (Scifoni, 2019, p.20).

A população, nas décadas de 1930 e 1940, representada tanto pelas massas como pelas classes mais favorecidas, proprietárias dos casarões e monumentos, assolados pela ameaça da crescente urbanização do país e pela ideia de modernização e progresso, deveria ser educada para adquirir consciência. Era preciso informar sobre o valor do consagrado patrimônio até então desconhecido e acometido pelo desprezo, sendo essa a única forma de combater a tragédia de sua destruição e da conseqüente perda de uma identidade. O IPHAN se apresentava como protagonista dessa ação, gerador dos critérios de seleção e detentor do poder de definição do que seria a própria identidade nacional, sempre agente do processo de patrimonialização, definidor que seria uma cultura legítima merecedora do acautelamento por parte do Estado (Gonçalves, 2005).

O processo de patrimonialização seleciona e consagra determinados bens ligados a cultura dominante, promovendo uma espécie de hierarquização da cultura. Os bens patrimonializados representam os valores arbitrários que são sustentados pela classe dominante e tem a capacidade de se impor como representativos de uma cultura. Trata-se do que Bourdieu & Passeron (1982) denominam como a conversão de um arbitrário cultural em cultura legítima. Essa conversão só pode ser compreendida quando se considera a relação entre os vários arbitrários em disputa em uma determinada sociedade e as relações de força entre os grupos ou classes sociais presentes

nessa mesma sociedade, sendo que a capacidade de legitimação de um arbitrário cultural corresponderia à força da classe social que o sustenta (Almeida, 2005).

Trata-se de tentativas de estabelecer a naturalização desta relação desigual e injusta com o patrimônio cultural, realizando aquilo que Bordieu define como imposição dissimulada de um arbitrário cultural. Essa imposição é resultado da “ação pedagógica” que seleciona e legitima a cultura por imposição e inculcação, buscando formar o *habitus* do indivíduo de acordo com a cultura dominante.” (Almeida, 2005, p.143).

A dissimulação é um processo que visa impor o arbitrário cultural como não arbitrário e não vinculada a nenhuma classe social. A camada menos favorecida da sociedade, em um processo que Bordieu considera como violência simbólica, é levada reconhecer, superioridade e legitimidade da cultura, o que se traduz pela desvalorização do saber e do saber-fazer tradicionais em favor do saber e do saber-fazer socialmente legitimados (Nogueira & Nogueira, 2002).

Na história do IPHAN o Centro Nacional de Referências Culturais, na década de 1970 representa uma espécie de desvio nesse processo de educação, sendo que sua atuação, em plena ditadura militar se baseava em uma educação dialógica com base nos princípios do pedagogo brasileiro Paulo Freire (2005), a sua atuação “envolvia pesquisadores (educadores e educandos) e objetos de pesquisa numa relação solidária e cooperativa de produção e troca de conhecimentos.” O lema de sua direção: “a comunidade é a melhor guardiã de seu patrimônio” insinuava que a escolha e a definição dos bens culturais a serem preservados, assim como as formas de sua preservação, deveriam ser negociadas com seus detentores” (Siviero, 2015, p93). Os princípios do CNRC foram pioneiros e inovadores, mas não suficientes para romper o paradigma vigente de educação bancária e nem os discursos legitimadores dos ditos grupos hegemônicos.

Na década de 1980, durante o 1º Seminário sobre o Uso Educacional de Museus e Monumentos, realizado em Petrópolis, o termo Educação Patrimonial foi introduzido na política preservacionista do país travestida de educação libertadora, mobilizadora do reconhecimento da identidade e do exercício da cidadania. O conceito foi sistematizado com a publicação do Guia

Básico de Educação Patrimonial, em 1999, que trouxe um espécie de receita pronta, uma fórmula a ser desenvolvida pelo educador, com o passo a passo do como ensinar sobre patrimônio cultural constituindo-se em uma metodologia para a promoção do que se denominava “alfabetização cultural”.

Com a “alfabetização cultural”, pretende-se realizar uma ação educativa de transmissão de informações, valores e concepções de mundo de alguns “detentores de conhecimento” para aqueles que nada sabem e que devem ser conscientizados” (Siviero, 2015). Em essência, embora o IPHAN falasse em um novo paradigma de educação patrimonial é impossível não identificarmos um retrocesso, um retorno a concepções de educação da chamada “Fase heróica” do IPHAN, com um reforço dos princípios da chamada educação bancária tradicional nas academias.

O fio condutor desse processo de educação patrimonial continuou sendo o princípio do “conhecer para preservar” reduzindo a problemática dos entraves para a preservação do patrimônio ao desconhecimento por parte da população das riquezas desse patrimônio, ou seja, culpabilizando os considerados “analfabetos culturais” pelas mazelas das políticas preservacionistas.

Scifioni (2019, p.24) questiona esse fio condutor das políticas de educação patrimonial sustentado na imbricada relação entre o conhecer e o preservar e na imposição do emudecimento de vários grupos sociais:

Como sentir apego a um patrimônio que foi construído em uma relação burocrática, vertical e autoritária em que a população não foi ouvida e sequer está suficientemente representada? Uma herança imposta que se afirma como memória coletiva, de todos, mas que espelha relações de poder político, econômico, religioso, militar e na qual estão ausentes de representação vários grupos sociais, principalmente os sem-poder, camponeses, operários, ribeirinhos, colonos imigrantes, os trabalhadores negros escravizados e os indígenas. Como é possível, nesse contexto, ter apego a um

patrimônio que simboliza, antes de tudo, relações de exploração, opressão e sujeição social?

É notório o fato de que determinados bens culturais, que são considerados por determinando grupos fundamentais em sua cultura nunca foram inscritos, inventariados e muito menos considerados como patrimônio cultural. Trata-se de bens culturais que não são suficientemente valorizados pelos grupos hegemônicos e provavelmente não possuem um potencial reconhecido para se transformarem de valor de uso em valor de troca, podendo ser comercializados no mercado dos bens patrimoniais, explorados e consumidos

Fortuna (2012) observa que a patrimonialização dos bens culturais, da forma como é promovida, nem sempre cumpre sua meta que seria de promover a preservação e conservação e que conduz ao que ele define como “destraditionalização da tradição”, ou seja os objetos, lugares ou práticas socioculturais patrimonializados aparecem desvinculados ao cotidiano atual dos sujeitos assim como também desvinculados dos usos sociais a que deveriam servir.

7 Considerações finais

A constituição de 1988 , a criação do PNPI em 2000 , da CEDUC com a definição das diretrizes políticas da educação patrimonial, a realização de eventos, seminários e a ampla discussão que se vem promovendo nos últimos 20 anos sobre a necessidade de construção de uma relação horizontal dialógica com as comunidades, a publicação da Carta de Nova Olinda, a proposta das Casas do patrimônio com o objetivo de aproximação do IPHAN das localidades, trazem em cena transformações significativas no conceito de patrimônio cultural e por conseguinte abalam o “conforto” dos lugares ocupados pelos tradicionais agentes do processo de patrimonialização.

Abre-se espaço para uma educação diferenciada e libertadora em que os supostos “educandos” começam a ocupar o lugar de sujeitos do processo em uma concepção de que o conhecimento é uma construção coletiva. Emergem propostas de processos educativos alicerçado na construção coletiva e democrática do conhecimento um campo de diálogo em que as comunidades tornam-se detentoras de um

lugar de fala. O IPHAN, por meio da então Coordenação de Educação Patrimonial, hoje Núcleo de Educação Patrimonial, problematiza e reconhece, de forma pioneira, a seara de conflitos que permeia o universo dos processos de patrimonialização no país:

Sabe-se que as políticas de preservação se inserem num campo de conflito e negociação entre diferentes segmentos, setores e grupos sociais envolvidos na definição dos critérios de seleção, na atribuição de valores e nas práticas de proteção dos bens e manifestações culturais acauteladas. Situação determinada, entre outras causas, pelo assimétrico e desigual processo de desenvolvimento socioeconômico que, por um lado, expande o regime da grande propriedade rural e da agricultura intensiva; por outro, determina uma urbanização caracterizada por grandes concentrações metropolitanas, que estimulam o processo de especulação imobiliária, gerando a substituição de edificações e espaços sociais, a segregação de populações e a limitação do usufruto dos ambientes públicos e comunitários (Florêncio et al, 2014, p.27).

As CPs são espaços que se abrem para a dinamização desse processo de tentativas de rompimento dessas estruturas arraigadas de dominação, mas, ao que parece, as resistências são muito grandes e as barreiras difíceis de serem transpostas.

É histórica a invisibilidade, a negação e o desmerecimento das demandas dos menos favorecidos, justificada pelos grupos hegemônicos como atitude de zelo e preservação do patrimônio por eles sacralizado. Há um diagnóstico realizado e imposto como verdade por uma suposta elite intelectual, que evidencia a total ignorância e alienação dessa população que insiste em não se sentir pertencente ao que lhe é determinado e, por fim, há uma significativa parcela dessa população menos favorecida que segue convencida de que suas referências culturais não tem nenhum valor e que suas demandas realmente são absurdas, vivendo a imposição do arbitrário cultural das elites reproduzindo o processo de violência simbólica.

Apesar de trazerem conceitos e objetivos claros, as CPs não estão sendo espaços de fácil gestão. O que as pesquisas nos mostram, e o que vivenciamos no dia a dia, a exemplo da Casa do Patrimônio de Penedo, é que se trata de um projeto que precisa ainda de muita discussão dentro do IPHAN, para que atinja algum grau de maturidade. Uma transição de paradigma requer, enfrentar múltiplos desafios estruturais somados ainda as dificuldades impostas pela conjuntura política do país.

Temos que reconhecer que a Educação Patrimonial é um campo de ação “em construção”, não consolidado, amplo, diverso e contraditório, multidisciplinar e interdisciplinar por natureza e não suficientemente fundamentado, que contém múltiplas problemáticas que precisam ser enfrentadas e superadas se quisermos avançar, tanto nas reflexões, como nas práticas. Este é o grande desafio que se apresenta aos que trabalham, refletem e agem em torno do campo da educação patrimonial.

Referencias

Almeida, L. R. (2005). Pierre Bordieu: A Transformação Social no contexto de “A Reprodução”. *Revista da Faculdade de Educação da UêG*, São Paulo, (30), 139-155.

Bourdieu, P.; Passeron, J. C., & da Silva, C. P. G. (1982). *A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino*. Tradução de Reynaldo Bairão. 6ª Edição. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.

Brasil (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal.

Brasil, Ministério da Cultura - MINC. (2012.) *Programa Monumenta*, Recuperado em 08 de setembro, 2019 de: http://www.monumenta.gov.br/site/?page_id=164.

Brasil, Ministério da Educação (MEC) (1981). *Diretrizes para Operacionalização da Política Cultural do MEC*. Brasília, DF: MEC.

Brasil, Portal do Iphan (2014). *Casas do Patrimônio*. Recuperado em 20 de maio, 2014 de: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=15489&retorno=pagnaAlpha>.

Brasil. Ministério do Planejamento (2009). *PAC-Cidades Históricas*. Recuperado em 12 de novembro, 2019 de: <http://www.pac.gov.br/cidade-melhor/pac-cidades-historicas>.

Castriota, L. B. et al (2010). PAC Cidades Históricas – oportunidade para a conservação integrada? *Locus: revista de História*, 16(2) 93-117. Recuperado em 20 de junho, 2020 de: <https://periodicos.ufrj.br/index.php/locus/article/view/20151>.

Chagas, M. (2006). Educação, museu e patrimônio: tensão, devoração e adjetivação. *Revista Eletrônica do Iphan*, Brasília, DF. Recuperado em 27 de maio, 2020 de <http://www.labjor.unicamp.br/patrimonio>.

Corrêa, R. L. (1994) A vida urbana em Alagoas: a importância dos meios de transporte na sua evolução. *Terra Livre-AGB* (10) 93-116. Recuperado em 26 de novembro, 2019 de http://www.agb.org.br/files/TL_N10.pdf.

Costa, E. B. & Scarlato, F. C. (2010) O Programa Monumenta no Brasil e seu rebatimento sobre o território urbano de Diamantina, Minas Gerais In: *Actas del XI Coloquio Internacional de Geocrítica*, Buenos Aires. Recuperado em 05 de abril de 2019 de <http://www.filo.uba.ar/contenidos/investigacion/institutos/geo/geocritica2010/321.htm>.

Diegues Jr., M. (1980) *O Banguê das Alagoas - Traços da Influência do Sistema Econômico do Engenho de Açúcar na Vida e na Cultura Regional*, Maceió: EDUFAL.

Dos Santos, F. V. (2011). *Trajetória, descentralização e aproximação: as políticas de preservação do patrimônio cultural imaterial no âmbito do plano de ação para as cidades históricas-PAC/CH*. Fundação Casa de Rui Barbosa. Recuperado em 22 de junho, 2020

de:[http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/II Seminário Internacional/FCRB Francimario Vito dos Santos Trajetoria descentralizacao e aproximacao.pdf](http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/II_Seminario_Internacional/FCRB_Francimario_Vito_dos_Santos_Trajetoria_descentralizacao_e_aproximacao.pdf).

Figueiró, F. B. (2017) *Casa do Patrimônio de Penedo: Entre novos paradigmas e antigas práticas*. (Dissertação Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural) Iphan, Rio de Janeiro.

Florêncio, S. R. R. (2019). Política de educação patrimonial no iphan: Diretrizes conceituais e ações estratégicas. Dossiê Educação Patrimonial. *Rev. CPC*, São Paulo, n. 27, p.55-89.

Florêncio, S. R. R. et al. (2014). *Educação Patrimonial: histórico, conceitos e processos*. Brasília – DF: Iphan/DAF/COGEDIP/CEDUC. Recuperado em 19 de agosto, 2020 de [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Educacao Patrimonial.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Educacao_Patrimonial.pdf).

Fortuna, C. (2012) Patrimônio, turismo e emoção. *Revista Crítica de Ciências Sociais, Coimbra* (97). Recuperado em 01 de abril, 2020 de: <http://rccs.revues.org/4898>.

Frente Ampla de Trabalhadoras e Trabalhadores do Serviço Público pela Democracia (FATSPD) (2016, Julho 07) *Iphan 80 anos: a Política Nacional de Patrimônio Cultural em tempos de crise*. Recuperado em 20 de junho, 2020 de: <http://frenteampласpd.redelivre.org.br/2016/07/07/iphan-80-anos-a-politica-nacional-de-patrimonio-cultural-em-tempos-de-crise/>.

Gonçalves, J. R. S. (2005). Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios. *Horizontes antropológicos*, 11(23). Porto Alegre, p.15-36.

Gonçalves, J.R.S. (2007). Os limites do patrimônio. In: Lima Filho, M.F.L. et al. *Antropologia e Patrimônio Cultural: diálogos e desafios contemporâneos*. Blumenau: Nova Letra, 239-249.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) - *Censo 2010*. Recuperado em 20 de junho, 2020 de http://www.censo2010.ibge.gov.br/resultados_do_censo2010.php.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. (2012). *Situação social nos Estados: Alagoas*. Brasília: IPEA.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (1995. Dezembro 19) Gabinete da Presidência. Portaria nº 169 de 18 de dezembro de 1995. Dispõe sobre o tombamento do Centro Histórico do Município de Penedo. *Diário Oficial da União*. Brasília, D. F. Seção 1, p34.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (2014) *Programa Nacional do Patrimônio Imaterial* (PNPI) Recuperado em 20 de abril, 2020 de <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/761/>.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (2014 b) *Referencial Estratégico*. Recuperado em 20 de abril, 2020 de <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/314>.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (2016, Abril 28) Portaria nº 137, de 28 de abril de 2016. Estabelece diretrizes de educação patrimonial no âmbito do Iphan e das Casas do Patrimônio. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, seção 01, nº81.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). (2009) Carta de Nova Olinda: documento final do I Seminário de Avaliação e Planejamento das Casas do Patrimônio. Recuperado em 20 de junho, 2020 de [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta de nova olinda.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta_de_nova_olinda.pdf).

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). *Iphan adquire sobrado em João Pessoa para abrigar a primeira Casa do Patrimônio do país*. 2006. Recuperado em 20 de junho, 2020 de: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/1702/iphan-adquire->

[sobrado-em-joaopessoa-para-abrigar-a-primeira-casa-do-patrimonio-do-pais](#) .

Nogueira, C. M. M., & Nogueira, M. A. (2002). A sociologia da educação de Pierre Bourdieu: limites e contribuições. *Educação & Sociedade*, 23(78), 15-35. Recuperado em 20 de junho, 2020 de: <https://doi.org/10.1590/S0101-73302002000200003> .

Oliveira, C A P (2011). *Educação Patrimonial no IPHAN* - Monografia (Especialização) Brasília: Escola Nacional de Administração Pública (ENAP).

Peralta, E (2003) O mar por tradição: o patrimônio e a construção das imagens do turismo. In: *Horizontes Antropológicos, Porto Alegre*, 9(20), 83-96.

Pereiro, X. (2006): “Patrimônio Cultural: o casamento entre patrimônio e cultura”. *Revista dos sócios do Museu do Povo Galego* (2)23-41. Recuperado em 20 de junho, 2020 de http://home.utad.pt/~xperez/ficheiros/publicacoes/patrimonio_cultural/Patrimonio_Cultural.pdf Acesso em 01/04/2014.

Pozzer, M.R.O. (2013) Políticas públicas de patrimônio cultural na América Latina: o caso equatoriano. *Revista CPC*, (16) 36-61. Recuperado em 20 de abril,2020 de <https://doi.org/10.11606/issn.1980-4466.v0i16p36-61> 2020.

Ramos, S. P. (2014) Políticas públicas de turismo e cultura: avaliação do Programa Monumenta em Penedo-AL, a partir das representações sociais da população. Relatório final de pesquisa apresentado para fins do Edital MCTI/CNPq/MEC/CAPES Nº 18/2012. Penedo, AL: UFAL.

Ramos, S. P.; Santos, G. L (2017). Políticas de Educação Patrimonial: Considerações sobre as Casas do Patrimônio em Alagoas, Brasil. *Revista Iberoamericana de Turismo*, v. 07, p. 167-186, 2017.

Scifoni, S. (2014). Para repensar a educação patrimonial. In: PINHEIRO, Adson Rodrigo S. (org.). *Cadernos do patrimônio cultural: educação*

patrimonial. Fortaleza: Prefeitura Municipal de Fortaleza, 2014. p. 187-198.

Scifoni, S. (2019). Conhecer Para Preservar: Uma Ideia Fora Do Tempo. *Rev. CPC*, São Paulo, n.27 especial, p.14-31, jan./jul. 2019.

Siviero, F. P. (2015) Educação e patrimônio cultural: uma encruzilhada nas políticas públicas de preservação *Revista CPC*, São Paulo, n.19, p.80–108.

Valente, A. (1957). *Penedo-sua história*. Imprensa Oficial, p. 19- 57.

Yin, R.K. (1984) *Case study research: design and methods*. London: Sage.

Zambi, M; Magalhães A.C. (2010) *Inventário Nacional de Referências Culturais de Penedo*. Penedo: UFAL/IPHAN.

Zanchetti, S. & Lapa, T. (2012) Conservação Integrada: Evolução Conceitual. In Lacerda, N & Zanchetti, S. (orgs) *Plano de Gestão da Conservação Urbana: Conceitos e Métodos*. Olinda: Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada.

ACESSIBILIDADE EM ESPAÇOS CULTURAIS: OS MUSEUS E A INCLUSÃO DO PÚBLICO SURDO

Margarete de Oliveira

Pinacoteca do Estado de São Paulo, Brasil
<https://orcid.org/0000-0003-2269-7876>

Camilo de Mello Vasconcellos

Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo, Brasil
<https://orcid.org/0000-0003-1158-5406>

1 Introdução

A discussão do papel social dos museus se ampliou nas últimas décadas, com uma série de desdobramentos que incrementaram a relação dessas instituições com a diversidade de públicos e comunidades do seu entorno. A partir da segunda metade do século XX, os museus passaram por uma série de transformações impulsionadas por experimentações de novos modelos museológicos, debates, encontros e trocas de experiências, mesas redondas em contextos latino-americanos e locais, pela criação de novas linhas teóricas, além das demandas da sociedade. Esses espaços saíram de uma pretensa neutralidade e de uma idealização do passado para uma atuação conjunta com as populações (CHAGAS, 2008).

Não se pode perder de vista que essas instituições, por meio de sua historicidade e relação com a sociedade brasileira, ainda possuem resquícios que as colocam em alguns momentos de atuação como elitistas, autoritárias, acríticas, conservadoras e inibidoras (CHAGAS, 2008). Cabe entender essas problemáticas e criar medidas para que continuem acompanhando de forma efetiva as mudanças da sociedade. Essas discussões em torno de um novo fazer museológico remontam às décadas de 1960 e 1970, mas ainda soam como novas, mesmo quando já temos quatro décadas de experimentações. É um desafio, portanto, não somente avaliar esse legado e trajetória, mas também pensar em novas propostas e ações.

Esse capítulo pretende aprofundar as discussões em torno da temática da acessibilidade de públicos especiais, notadamente daquele

com a deficiência auditiva (surdos) em instituições museológicas brasileiras, refletindo com especial ênfase para um estudo de caso a partir da experiência da Pinacoteca do Estado de São Paulo.

2 As problemáticas gerais

Os museus na modernidade constituem-se como espaços onde todos podem ter acesso à arte e à cultura, além de se configurarem como locais identitários.

No discurso proposto pela *Nova Museologia*⁸⁴, o museu deixa de ser um espaço das coleções e passa a ser um local preocupado com os problemas da sociedade. Ele continua sendo frequentado pelas elites culturais, mas passa a existir também como um território de representação dos grupos socialmente excluídos. Território democrático, aberto a todos, contribuindo não só para a vida cultural, mas também para a participação ativa dos cidadãos, que passam a se apropriar deste ambiente. Lugar comum de reconhecimento e possibilidade de transformações sociais para o acesso à cultura e à educação.

Os museus, desde sua matriz moderna desenvolvida entre os fins do século XVIII e começo do século XIX, foram concebidos como instituições públicas voltadas a execução de um papel social.

⁸⁴ Conforme Desvallées e Mairesse (2013, p. 17), “A nova museologia influenciou amplamente a museologia dos anos 1980, reunindo primeiro teóricos franceses e, a partir de 1984, difundindo-se internacionalmente. Este movimento ideológico – baseado num número de precursores que, a partir de 1970, publicaram textos inovadores – enfatizou a vocação social dos museus e de seu caráter interdisciplinar, ao mesmo tempo que chamou a atenção para modos de expressão e de comunicação renovados. O seu interesse estava principalmente nos tipos de museus concebidos em oposição ao modelo clássico e a posição central que ocupam as coleções nesses últimos: tratava-se dos ecomuseus, dos museus de sociedade, dos centros de cultura científica e técnica e, de maneira geral, da maior parte das novas proposições que visavam à utilização do patrimônio em benefício do desenvolvimento local. O termo em inglês *New Museology*, que apareceu no final dos anos 1980 (Vergo, 1989), se apresenta como discurso crítico sobre o papel social e político dos museus, gerou certa confusão na difusão do vocabulário francês (pouco conhecido do público anglo-saxônico)”.

Historicamente, o entendimento sobre qual deveria ser o papel social a ser desempenhado pelos museus sofreu alterações, a partir dos diversos projetos políticos e institucionais, e das próprias discussões que se deram no âmbito da Museologia. Assim, se os museus do século XIX europeu eram concebidos como um recurso educacional (ou disciplinatório) para as massas, esse papel foi adquirindo nuances e alterando-se no decorrer do século XX (Aidar, 2002, p.53).

No século XX, os museus começam a responder a uma nova demanda gerada pelo público e passam a atender um perfil de grupo que antes não era frequentador deste espaço: pessoas com deficiência, públicos em condições de vulnerabilidade social agora são acolhidos por essas instituições. Essa abertura e *formação de novo público cativo* gera a necessidade de novas ações de perfis de atendimento e desenvolvimento de programas voltados às necessidades específicas deste público, como também a adaptação de linguagem e meio de comunicação dos espaços museológicos.

Para atingir esse novo público a razão social dos museus se transforma, surgindo um museu voltado a um *novo paradigma social*.

Os níveis de exigências dos museus para atendimento de seu público percorrem questões voltadas ao seu: a) desenvolvimento *individual* – desenvolvimento de autoestima, senso de identidade, aquisição de novas habilidades; b) desenvolvimento *social* – incremento nos sentimentos de pertencimento, afirmação de identidade para grupos em situação de desvantagem (Dodd & Sandell ,2001 apud AIDAR, 2002)⁸⁵.

Segundo o IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus) Os museus passam a ser *catalisadores de mudanças sociais mais abrangentes*; nos séculos XX e XXI a “[...] a razão de ser do museu não reside no acervo, mas na dimensão relacional entre comunidade, território e patrimônio” (IBRAM, 2012, p. 2).

O novo papel que os museus de arte assumem na sociedade contemporânea tem como função comunicar esse acervo e propiciar o fortalecimento e a manifestação das identidades, a percepção crítica e reflexiva da realidade, a produção de conhecimentos, “propiciar um

⁸⁵ DODD, Jocelyn e SANDELL, Richard (Eds.) *Including Museums: Perspectives on Museums, Galleries and Social Inclusion*. Leicester: Research Centre for Museums and Galleries,2001.

espaço de integração, fomentando iniciativas culturais inclusivas que alcancem seu público alvo” (IBRAM, 2012), com o objetivo de assumir a sua função educativa e social. E cabe aos educadores que exercem a mediação se prepararem e estarem preocupados em como interferir nas informações trazidas dos objetos que estão expostos, passando com isso a construir com o público visitante sentido para a existência desses objetos.

Conforme a Declaração da Cidade de Salvador (2007), comentada por Mila Chiovatto no *Plano de Educação do Núcleo de Ação Educativa (NAE)* da Pinacoteca.

[...] valorizar o patrimônio cultural, a memória e os museus, compreendendo-os como práticas sociais estratégicas para o desenvolvimento dos países ibero-americanos e como processos de representação das diversidades étnica, social, cultural, linguística, ideológica, de gênero, de credo, de orientação sexual e outras; assegurar que os museus sejam territórios de salvaguarda e difusão de valores democráticos e de cidadania, colocados a serviço da sociedade, com o objetivo de propiciar o fortalecimento e a manifestação das identidades, a percepção crítica e reflexiva da realidade, a produção de conhecimentos, a promoção da dignidade humana e oportunidades de lazer; compreender o processo museológico como exercício de leitura do mundo que possibilita aos sujeitos sociais a capacidade de interpretar e transformar a realidade para a construção de uma cidadania democrática e cultural propiciando a participação ativa da comunidade no desenho das políticas museais e reafirmar e amplificar a capacidade educacional dos museus e do patrimônio cultural como estratégias de

transformação da realidade social⁸⁶ (Chiovatto,2014, p. 6).

Esse “templo sagrado”, intitulado museu, passa agora aos serviços das comunidades, o museu e seu entorno, para atender aos diferentes públicos e às diferentes linguagens, aos diferentes sentidos, respeitando as diferenças e ultrapassando as barreiras atitudinais e discriminatórias.

Segundo a proposta encontrada nos Cadernos Museológicos: acessibilidade a museus, do IBRAM.

[...] preservação e a segurança em museus não se encerram em si mesmas. O que dá sentido à preservação é a comunicação. Preserva-se com o objetivo de se comunicar, com a finalidade de educação e lazer; preservar para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. Assim, pode-se dizer que, além de preservar, é fundamental garantir o acesso, a garantir a acessibilidade como um direito à cidadania (IBRAM,2012, p.15).

O acesso aos bens culturais só será possível quando a sociedade dominante se abrir e deixar de construir esse acesso à cultura de maneira hierarquizante, em cujo topo não esteja somente sua elite cultural.

Enquanto os museus do século XIX eram destinados para o povo, eles certamente não eram para o povo no sentido de demonstrar algum interesse nas vidas, hábitos e costumes das classes trabalhadoras das sociedades pré-industriais. Se os museus eram considerados como provedores de lições sobre coisas, sua mensagem central era a de materializar o poder das classes dirigentes (Bennett, 1995 apud Aidar, 2002, p. 53)⁸⁷.

⁸⁶ Declaração da Cidade de Salvador, Bahia, 2007. Disponível em: http://eu.www.mcu.es/museos/docs/MC/CIMM/Declaracion_Salvador_2007_atualizada.pdf

⁸⁷ BENNETT, Tony. *The Birth of the Museum*. Londres e Nova York: Rotledge, 1995, p. 109.

Conforme se afirma nos Cadernos Museológicos, a garantia de acesso físico, sensorial e cognitivo aos espaços museais “[...] continuará precário enquanto os processos de musealização dos bens culturais e de criação de museus continuarem sendo operados exclusivamente por determinados grupos sociais, economicamente privilegiados e politicamente dominantes” (IBRAM, 2012, p. 8).

Para a *Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência – CDPD*, o acesso à cultura, lazer e educação são eixos temáticos de discussão prioritária que devem garantir o direito de participação plena da pessoa com deficiência no meio no qual ela vive. Essa Convenção faz parte das discussões realizadas na *III Conferência Nacional dos Direitos das Pessoas com Deficiência*, realizada em Brasília em 2012, que propôs como objetivo discutir um olhar para a política nacional sobre os direitos das pessoas com deficiência, tendo como parâmetro a Convenção, que discute esses mesmos direitos.

No que tange à questão da cultura e lazer, a CDPD, no artigo 30, defende o direito de participação plena das pessoas na vida cultural, no esporte e no lazer, em igualdade e condições com as demais pessoas. Para essa convenção,

A Cultura, como produto das experiências regionais, linguísticas, e, ainda como fomentadora de vivências individuais e coletivas, deve ser experienciada por todas as pessoas, como agentes ou como sujeitos de todos os aspectos culturais.

A garantia do direito ao acesso é o que promove a igualdade de condições e que por sua vez, modifica a condição de incapacidade promovida pela interação da característica da deficiência com o meio CDPD (2012, pp.2-3).

Diante de tais premissas, podemos compreender a importância da implantação de programas educativos estruturados e voltados ao processo de inclusão de públicos especiais em espaços museais, possibilitando que esse público possa usufruir do patrimônio cultural, como também compreender e dialogar de maneira clara com os objetos expostos nessas instituições para garantir, desta forma, a

construção de um conhecimento crítico, como também incentivar a construção de políticas públicas responsáveis pautadas no processo de inclusão.

É evidente, hoje, a progressiva conscientização e a implantação por parte dos museus brasileiros de políticas de ação educativa dirigidas aos públicos específicos, considerando o importante papel social desempenhado por essas instituições como espaços de referência da identidade cultural e autorreconhecimento dos cidadãos em sua comunidade. Estas novas posturas afirmam um dos mais importantes objetivos da nova museologia e das tendências do pensamento da contemporaneidade – o da responsabilidade social (Tojal, Oliveira, Costa & Ribeiro 2010, p. 66).

Cabe, portanto, aos museus, bem como a todas as instituições culturais, estar em sintonia com o pensamento contemporâneo de respeito e reconhecimento da diversidade cultural e social, trabalhando a favor, não somente da comunicação de seus objetos culturais, sob o ponto de vista multicultural, como também contribuindo para a democratização social e cultural por meio dos processos de inclusão social.

No Brasil, as mudanças atuais nas políticas públicas demonstram a preocupação que o Estado e o poder público têm voltado para a inclusão de pessoas com deficiência.

Mais de 46 milhões de brasileiros têm algum tipo de deficiência. Destes, nove milhões residem no Estado de São Paulo. Embora componham uma parcela considerável de nossa população, estas pessoas encontram, diariamente, uma série de obstáculos ao exercício de cidadania plena, desde dificuldade de se movimentar de forma autônoma pelas cidades a limitações no acesso público e privado (Araújo, 2012, p.3).

Incluir esse grupo de pessoas na sociedade é papel do poder público e da sociedade, e, sendo assim, cabe ao Estado assumir a incumbência de promover a qualidade de vida, como também dar acesso a esses grupos, de forma qualificada, aos equipamentos culturais, além da saúde e educação, “a Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo tem trabalhado intensamente para tornar equipamentos e programas culturais cada vez mais acessíveis, assim para contribuir com a conscientização da sociedade” (Araújo, p.3).

Cita como exemplo de ações de acessibilidade cultural e inclusão a criação do *Programa Educativo para Públicos Especiais da Pinacoteca do Estado* em 2003⁸⁸, o serviço de audiodescritores na *Plataforma Internacional Estado da Dança de 2012*, e o *Guia de Acessibilidade Cultural de São Paulo*⁸⁹, em parceria com o Instituto Mara Gabrilli e a Sabesp. Esse guia mapeia por região os principais espaços culturais acessíveis da cidade: bibliotecas, casas de espetáculos, centros culturais, cinemas, museus e teatros. Além da criação de uma *Assessoria de Cultura para Gêneros e Etnias*, que tem incentivado encontros nas áreas de acessibilidade, como a *Feira de Novas Tecnologias para Pessoas com Deficiências Reatech* e a *Virada Inclusiva*, esta última promovida pela *Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência*. A Pinacoteca do Estado de São Paulo, por meio do *Programa Educativo para Públicos Especiais (PEPE)* e os museus que serão aqui citados vêm participando efetivamente nas ações promovidas por esses dois grandes eventos anuais.

O governo estadual assume efetivamente esse compromisso social quando cria, em 2008, na gestão José Serra, a Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência, enfatizando que “a missão desta secretaria será de garantir o acesso das pessoas com deficiência no estado de São Paulo a todos os bens, produtos e serviços existentes na sociedade”. Situada no Memorial da América Latina, a Secretaria sedia desde 2009 o *Memorial da Inclusão: Os Caminhos da Pessoa com Deficiência*.

O Artigo 4 da Convenção da ONU (Organização das Nações Unidas) afirma que devemos “[...] assegurar e promover a plena

⁸⁸ O Programa Educativo Para Públicos Especiais da Pinacoteca do Estado de São Paulo foi criado na Gestão Marcelo Mattos Araújo e continua com suas ações na gestão atual de Jochen Volz .

⁸⁹ “Para realização deste Guia, foram selecionados 315 equipamentos culturais que foram avaliados por três equipes especializadas em acessibilidade. A análise ponderou aspectos arquitetônicos, de conteúdo, de informação, as tecnologias e a disponibilização de profissionais capacitados para algumas funções primordiais como intérpretes de libras, guia-intérpretes para surdocegos e mediação para pessoas com deficiência intelectual. As nuances são muitas e as avaliações foram feitas se pautando, principalmente, nas determinações de acessibilidade prevista na legislação brasileira”. GUIA de Acessibilidade Cultural da Cidade de São Paulo, p. 17.

realização de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais por todas as pessoas com deficiência, sem qualquer tipo de discriminação por causa de sua deficiência [...]”.

A implantação de todas essas ações revela a responsabilidade do estado de São Paulo no desenvolvimento de Políticas Públicas de Inclusão que estão preocupadas em promover a qualidade e acesso à cultura das pessoas com deficiência.

A cultura tem como princípio possibilitar tanto o reconhecimento da *identidade frente à diversidade do outro povo ou nação* como também possibilitar o *reconhecimento da sua diferença* – de quem somos frente à diversidade do outro – isto posto, não pode atualmente ser entendida senão como *território da diversidade* (Tojal,2007, p.76).

Sendo assim, quando o museu se propõe a desenvolver políticas de inclusão e acesso qualificado ao seu público, ele está vindo ao encontro do reconhecimento dessa *diversidade cultural*, da alteridade e do pensamento da *Nova Museologia*.

No contexto brasileiro, a mudança social ocorrida nos museus tem como base dois eventos importantes na área museológica: A Mesa-Redonda de Santiago do Chile, de 1972, e o surgimento da Nova Museologia nos anos 1970. Essa mesa propôs, entre outros fundamentos, a adoção de um trabalho interdisciplinar e participativo, aberto a contribuições da sociedade; a preservação do patrimônio para uso social; a acessibilidade às coleções existentes.

As contribuições mais inovadoras do encontro de Santiago do Chile são as que permeiam o documento, como a noção de “museu integral”, aquele que leva em consideração a totalidade dos problemas da sociedade; e a do “museu como ação”, isto é, instrumento dinâmico de mudança social. (Varrine Bohan (2010, p. 40).

A Nova Museologia tem como proposta principal opor-se à ideia de museu que se preocupa somente com as suas coleções e

defende a criação de um museu que esteja voltado às preocupações sociais, em que as motivações dos programas educativos dos museus devem estar relacionadas aos problemas da comunidade, visando principalmente ao seu desenvolvimento sociocultural.

Essa mudança de paradigma do pensamento museológico impulsiona novos olhares para área de museologia, novas propostas educativas nos programas desenvolvidos por esses museus. Os museus passam a ser reconhecidos pelo papel social que exercem junto à sociedade.

Nesse contexto histórico é que surge a demanda da criação de programas educativos inclusivos, voltados à preocupação do indivíduo como cidadão com direitos a cultura, educação e lazer. Esse novo paradigma sociocultural faz com que os museus passem a rever o seu papel social.

Os movimentos sociais lutam hoje não só pela igualdade de direitos, mas também pelo respeito a diversidade e a diferença. Cada vez mais, os museus, produtores de memórias coletivas, colocam-se a serviço da formação política e inclusão social (Santos, 2010, p.197).

Vindo ao encontro desse pensamento e à demanda do público especial existente em nossa sociedade, que busca ter pleno direito de acesso à cultura qualificada, no ano de 1991 o Museu de Arte Contemporânea da USP implanta o *Projeto Museu e a Pessoa Deficiente*, que passa, a partir de 1999, a ser intitulado *Projeto Museu e Público Especial*, sob a coordenação de Amanda Tojal. Segundo afirma essa especialista,

Durante os 11 anos de existência, o Projeto Museu e Público Especial atendeu ininterruptamente públicos com deficiências sensoriais, físicas, mentais e outros tipos de limitações, produziu 5 exposições adaptadas com obras do acervo desse museu, 12 exposições itinerantes e 4 cursos de formação em Ensino da Arte em Educação Especial e Inclusiva, dirigidos a estudantes e profissionais das áreas de Educação,

museus, artes e saúde, atendendo 1.200 pessoas (TOJAL, 2007, p. 22).

As cinco exposições acessíveis realizadas no período de 1992 a 2002 pelo *Projeto Museu e Público Especial do MAC USP*, denominadas “O Toque Revelador”⁹⁰, serviram como modelo de acessibilidade física comunicacional, como também de ação educativa inclusiva a ser seguida, posteriormente, pelo PEPE – Programa Educativo para Públicos Especiais da Pinacoteca do Estado de São Paulo, a partir dos anos de 2003.

As exposições e ações educativas desenvolvidas pelo Programa Museu e Público Especial do MAC USP forneceram também subsídios para repensar o atendimento do público surdo nas atividades oferecidas pelo PEPE.

Nas avaliações propostas durante a visitação do público com deficiência a essas exposições, pôde-se constatar que a presença de um educador surdo era de suma importância no processo de mediação com os grupos de pessoas surdas.

No período de março a novembro de 1998, a equipe do Programa Museu e Público Especial do MAC USP, da qual esta autora fez parte como estagiária, aplicou um questionário de avaliação com o público visitante, entre os quais, surdos. O que se pôde constatar na época, como afirma Tojal (1999, p. 83), é que:

O público portador⁹¹ de *deficiências auditivas* demonstrou uma disposição incomum em participar dessa exposição, como também um grande interesse em visitar os *demais espaços expositivos do museu*,

⁹⁰ No período de 1992 a 2002 foram realizadas cinco exposições “O Toque revelador”, O Toque Revelador: Esculturas Contemporâneas (1992 a 1993), O Toque Revelador: Esculturas em Bronze (1993 a 1995), O Toque Revelador: Alfredo Volpi (1995 a 1997), O Toque Revelador: Retratos e Autorretratos (1997 a 1999) e o Toque Revelador: a Poética das Formas (1999 a 2002).

⁹¹ No período em que essa pesquisa foi realizada, ao se falar das pessoas com deficiência se mencionou a nomenclatura “portador de deficiência”; hoje esse termo não é mais usado, e só aparece aqui por fazer parte do texto original citado pela autora. O termo usado hoje é pessoa com deficiência, e no caso das pessoas surdas, usamos público surdo.

comprovando a importância da política cultural de inclusão do museu como ambiente de exploração, conhecimento e fruição da arte para essas pessoas.

Contudo, mesmo após a participação da educadora responsável pelo Projeto em estágios e parcerias com instituições voltadas para portadores desse tipo de deficiência, a equipe do Projeto reconheceu-se despreparada para lidar eficazmente com este público-alvo, notadamente no que se refere à comunicação verbal e avaliação dos conceitos por eles eventualmente assimilados, durante o desenrolar dessa programação (Tojal,1999, p.83).

Essa constatação levou mais tarde a equipe deste programa a repensar o atendimento de pessoas surdas nos museus, como será visto a seguir.

No ano de 2002, o Projeto Museu e Público Especial deixa de existir no MAC-USP – por questões adversas à proposta de inclusão da própria universidade que acolhe esse museu – e, em 2003, esta equipe passa a integrar o Núcleo de Ação Educativa da Pinacoteca do Estado de São Paulo, onde, então, é criado o Programa Educativo para Público Especiais, mais conhecido por PEPE.

3 Pinacoteca do Estado de São Paulo e algumas experiências congêneres

Desde 2002 a Pinacoteca do Estado de São Paulo, tem como uma de suas prioridades atender grupos que não eram habitualmente frequentadores de museus (pessoas com deficiência e pessoas em vulnerabilidade social). Em 2002 com a implantação do NAE – Núcleo de Ação Educativa, sob a Coordenação de Mila Chiovatto, o museu passa a ter como um de seus principais desafios a criação de ações e projetos que assumam a demanda de atender à variedade de público frequentador do museu.

A criação dos projetos educativos inclusivos da Pinacoteca se alinha à política institucional de acessibilidade e inclusão deste museu. “A acessibilidade em um museu não depende da boa vontade e empenho de uma pessoa ou equipe particular, mas de respaldo em políticas públicas e de um desejo e um compromisso de sua gestão institucional” (Aidar, 2019, p.164).

O Programa Educativo para Públicos Especiais (PEPE) é uma ação inclusiva permanente voltada ao atendimento de pessoas que possuem algum tipo de deficiência. Visa atender grupos especiais, compostos por pessoas com deficiências sensoriais (visuais e auditivas), intelectuais, físicas e com transtornos emocionais, como também grupos inclusivos, compostos por pessoas com e sem essas deficiências, tendo como objetivo incentivar e ampliar o acesso desse público ao importante patrimônio artístico e cultural brasileiro representado pelo acervo da Pinacoteca, como afirma Chiovatto no *Plano Educação da Pinacoteca* “cumprimos este fim, apontamos como nossa missão promover processos educativos para diferentes públicos em arte, história/memória, patrimônio e cultura, contribuindo para o exercício da diversidade, o diálogo e a construção e difusão do conhecimento (Chiovatto, 2014, p.8).

Uma das propostas do *Programa Educativo para Públicos Especiais da Pinacoteca* era permitir que os surdos visitantes do museu pudessem ser atendidos por um educador surdo. Essa tarefa tornou-se um verdadeiro desafio, pois como encontrar esse surdo, formado em arte, e que tivesse interesse em atuar com arte-educação em museu?

Após a experiência marcante vivida no atendimento com público surdo no *Museu de Arte Contemporânea da USP* e a constatação de que o surdo que visita o museu deveria ser atendido por um outro surdo, e que esse educador fosse não só um conhecedor da Libras, como também tivesse conhecimento da cultura surda, a coordenadora do programa na época, a arte-educadora Amanda Tojal, que coordenou o PEPE de 2003 a 2012, resolveu buscar no Museu de Arte Moderna de São Paulo - MAM informações que pudessem auxiliar no atendimento deste público. Como parte da equipe do PEPE, esta autora também teve oportunidade de acompanhar essa visita técnica ao MAM e conhecer o Programa de Acessibilidade desenvolvido para formar educadores surdos que iriam trabalhar em museus.

O Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM torna-se em 2002 o primeiro museu de arte de São Paulo a desenvolver uma formação especializada voltada ao atendimento de público surdo, tendo como mediadores educadores surdos, em seu programa *Igual Diferente*.

Segundo informações coletadas em entrevista com a coordenadora do serviço educativo do MAM, Daina Leyton, o

desenvolvimento do programa de acessibilidade deste museu tem início em 1998, com a Implantação do programa Igual Diferente. Como segue na transcrição abaixo:

Margarete de Oliveira: Quando surgiu o programa *Igual diferente*⁹²?

Daina Leyton: Ele surgiu em 1998 como curso dentro da programação de curso geral, e veio a se instituir como um programa com vários cursos em 2001. Em 2002 eu vim como aluna, pois eu trabalhava no CAPS trazendo os meus pacientes, sendo dessa forma responsável pela parceria entre o CAPS Itapeva e o MAM. Por meio dessa parceria eu conheci a equipe do Igual Diferente e fui contratada em 2003 por eles como assistente do programa (2014).

O programa Igual Diferente do MAM visa a atender a todos os grupos de pessoas com deficiência. Entre as ações desenvolvidas por esse programa há uma em especial voltada para a formação e atendimento de público surdo. Com o projeto Aprender para Ensinar, o museu passa a formar educadores surdos para o atendimento desses grupos.

Após essa visita técnica, a equipe do Programa Educativo para Público Especial da Pinacoteca do Estado de São Paulo partiu em busca da contratação de um profissional surdo para atuar como educador no PEPE. Ele deveria ser surdo e ter formação em arte. E teria como tarefa principal dar conta do atendimento especializado aos grupos de Instituições e Escolas de Surdos que buscavam o atendimento específico no PEPE.

Ampliando seu foco de acolhimento, em 2006 o programa passa a contar com a presença de uma educadora surda em sua equipe, Sabrina Denise Ribeiro, formada em Artes, surda congênita, com conhecimento em Libras e Português.

⁹² No início da implantação do programa Igual Diferente, segundo informações coletadas na entrevista com Daina Leyton, os coordenadores do serviço educativo do MAM e desse programa eram Vera Barros e Carlos Barmark. Em 2001 a coordenadora do Igual Diferente passa a ser a Ana Maria Gitahy. No período entre 2005 e 2010 o programa Igual e Diferente foi coordenado por Daina Leyton, que em 2011 passa a coordenar o serviço educativo do MAM.

A presença desta educadora com formação em artes tem por objetivo realizar e preparar visitas educativas para o público surdo, levando em consideração os interesses e necessidades específicas de linguagem deste grupo.

Essa educadora passa a articular conteúdos e conceitos do universo da arte, por meio da comunicação em Libras e da cultura surda, ampliando o número de atendimento de pessoas surdas ao programa.

No início de suas atividades em 2003 o PEPE atendeu cerca de 50 surdos anualmente, e com a contratação desta educadora gradativamente o número de surdos atendidos pelo museu aumentou, atendendo hoje cerca de 200 surdos por ano, número esse significativo como uma parcela das 1.200 pessoas com deficiências variadas que o PEPE atende anualmente.

Museus e espaços culturais são locais privilegiados para o desenvolvimento de processos críticos e interpretativos. O aspecto inovador nas relações sociais que podem ser estabelecidas entre um museu ou espaço cultural e a comunidade é a elaboração de estratégias de mediação que permitam romper a distância espectador-obra, espectador-artista, espectador museu ou espaço cultural, desmistificando papéis e criando um tipo de vínculo a partir do qual ocorra a aproximação dos conhecimentos gerados na relação com a arte (Lucena; Mussi & Leyton ,2010, p. 62).

A presença de um educador surdo no programa aproxima a comunidade surda do museu, transformando o olhar e o senso crítico desse grupo ao possibilitar-lhe o acesso à cultura e o desenvolvimento do processo crítico e interpretativo.

A permanência de projetos educativos inclusivos que têm como modelos o programa Igual Diferente do MAM e o Programa Educativo para Públicos Especiais da Pinacoteca garantem que o público surdo visitante do museu possa ser respeitado dentro de suas necessidades linguísticas e culturais.

Seguindo esse exemplo, em 2009 o Museu Afro Brasil implanta em seu Núcleo de Ação Educativa o Programa de Acessibilidade Singular Plural, com assessoria, em sua fase inicial de implantação, do Programa Educativo para Público Especiais da Pinacoteca. Esse programa é voltado ao atendimento de pessoas com deficiência e também tem como uma de suas preocupações o atendimento de pessoas surdas: em dias específicos da semana o educador surdo que atua nesse programa faz visitas em Libras aos grupos provenientes das escolas bilíngues para surdos e também organiza projetos específicos voltados para esse público.

Importante ressaltar que os programas mencionados estabelecem constantes parcerias, que promovem a troca permanente de diálogo entre os educadores surdos que neles atuam. Uma delas é a Semana de Sinais na Arte, promovida pelo MAM, que já vai para sua quarta edição, cuja programação prevê anualmente uma série de atividades em Libras nos museus envolvidos, desde a contação de histórias em Libras até visitas educativas, *performance*, oficina de sinais e poesia com o coletivo Corposinalizante, onde são realizadas recitações de poemas em Libras.

A Semana envolve atividades com os educadores surdos do Brasil e, em sua III edição, pôde contar com a presença dos educadores surdos Serhat Agacan, vindo da Holanda, que promoveu oficina de *performance*; Jacob Cassel, da Inglaterra, que realizou a Oficina Comunicação Além das Palavras; e Signmark, *rapper* surdo da Finlândia que realizou uma palestra.

Esses programas ainda têm entre suas ações educacionais o atendimento qualificado a grupos de surdos, como também oferecem encontros com a comunidade surda e de ouvintes, e dão a esses indivíduos o direito de desfrutar deste espaço cultural, tendo a Libras como canal de comunicação.

Torna-se importante ressaltar nesse contexto a presença de uma *política cultural inclusiva*, que leva em conta as necessidades educacionais de cada grupo com deficiência visitante do museu, reforçando que o processo de inclusão, seja ele em espaço não formal ou formal, precisa ter a preocupação de preservar e respeitar a identidade cultural de cada grupo. Tratando-se aqui em especial do grupo de surdos, a presença da Libras adquire suma importância nesse

processo educacional, pois reforça a ideia de que se deve respeitar a diversidade do outro, sua cultura e sua linguagem.

No Brasil, por suas características culturais, temos facilidade em perceber e lidar com as diferenças. Mas ainda há situações nas quais as diferenças não são reconhecidas e são ocultadas e mascaradas em detrimento de determinado grupo. Os Educadores de museus têm importante papel no sentido de trabalhar com essas diferenças, de problematizá-las, situando-as no contexto da desigualdade social, e de construir com os educandos formas de enfrentá-las e de superá-las. E a utilização crítica das inúmeras informações propiciadas pela globalização pode ser um instrumento útil na concepção e no desenvolvimento das ações educativas em museus (Vasconcellos, 2010. p. 221).

Nesse sentido, os programas educativos voltados à inclusão de público surdo e demais deficiências têm a responsabilidade de propiciar a esse “não público” visitante de museus uma maior aproximação com seus acervos, tendo sobretudo consciência de uma aproximação justa e igualitária, que não coloque esse público à margem deste discurso, mas que o aproxime da discussão, garantindo a presença de um processo de mediação que possibilite o encontro com sua cultura, seus valores identitários e linguísticos. Nesse caso, em específico, uma mediação em Libras, respeitando seu canal de comunicação e recepção. “É preciso perceber a melhor maneira de trabalhar com as diferenças, respeitando a diversidade e propiciando a (re)construção de identidades próprias, por meio da vivência com o patrimônio cultural” (Vasconcellos, p. 221).

Quando é dado ao grupo de surdos o direito qualificado de visitar os museus e vivenciar a possibilidade de fruição estética, está se criando minimamente a possibilidade de que ele encontre suas marcas identitárias. Mas para garantir essa recepção e deleite, esse grupo precisa ser recebido pelo seu igual, que dialogue com ele na mesma língua.

Desta forma, ao contratar um educador surdo congênito o museu reforça a ideia de que para o desenvolvimento do processo de aprendizagem do surdo e aquisição de língua há a necessidade de estabelecer contato com o seu referencial primeiro, a Libras, que irá permitir que ele tenha acesso à cultura dentro ou fora de sua comunidade, fazendo desse processo de aprendizagem por meio da arte um caminho para ampliação de seu conhecimento, percepção do mundo e vivência de uma experiência estética significativa.

[...] A experiência estética é uma manifestação, um registro e uma celebração da vida de uma civilização, um meio para promover seu desenvolvimento, e também o juízo supremo sobre a qualidade dessa civilização. Isso porque, embora ela seja produzida e desfrutada por indivíduos, esses indivíduos são como são, no conteúdo de sua experiência, por causa das culturas de que participam (Dewey 2010, p. 551).

A experiência que o grupo ou indivíduo surdo vivencia dentro do museu está intimamente relacionada com as experiências posteriores de seu próprio cotidiano, são referenciais simbólicos de seu próprio universo cultural. No contato com o museu e a obra de arte muitos canais de percepção são ativados, as memórias que suscitam desta percepção podem ser de ordem pessoal ou coletiva, isso vai depender do nível de experiência acumulada que cada um traz em si, sendo muitas vezes algo particular.

Quando esse grupo se depara com um interlocutor surdo no processo de mediação, essa experiência se torna mais concreta. A possibilidade de se articular e de se expressar na sua própria língua – Libras – o coloca em um campo de atuação de menor tensão e de segurança, pois este sabe que diante deste discurso ele tem condições de argumentar, concordar, questionar e opinar sobre o tema que está sendo abordado, pois a ele é concedida a possibilidade de se expressar, por dominar a mesma língua.

A importância de elaboração de propostas de inclusão responsável como os Programas como o PEPE, da Pinacoteca do Estado, o Aprender para Ensinar, do MAM, e o Singular Plural, do

Museu Afro Brasil, visam não só à inserção do público especial surdo a esse universo cultural, como também propiciam a formação de educadores aptos a atuarem no atendimento desse público, possibilitando ao surdo participar não só de maneira crítica na sua comunidade, como também na comunidade do ouvinte, que vem cada dia mais abrindo suas portas e permitindo que esse público tenha uma participação ativa nesses espaços, visto que é significativo o número de pessoas surdas frequentadoras de espaços culturais (cinema, livrarias e museus).

Los museos se convierten en espacios fundamentales para la resignificación, la apreciación y valoración del patrimonio tangible e intangible de las sociedades. Tiene la capacidad de crear experiencias memorables, significativas y altamente contextualizadas, y es en estas vivencias donde se denotan en el público procesos de aprendizaje (Rubiales, 2010, p.1).

No Brasil, além dos museus já mencionados, é relevante citar também as ações realizadas pontualmente com as mediações diretas e indiretas que se utilizam da tecnologia assistiva⁹³, por meio de visitas guiadas em videoguias, com sinalização em Libras e legenda em Português para surdos.

Em São Paulo, alguns espaços culturais também se preocupam com esse atendimento, entre os quais podemos citar o Centro Cultural Banco do Brasil, o Museu do Futebol, a Casa Guilherme de Almeida, o Itaú Cultural e a Caixa Cultural.

Dessas instituições culturais citadas, somente o Itaú Cultural e a Caixa Cultural possuem educadores surdos em seu grupo de trabalho, os demais atuam com educadores ouvintes que possuem o conhecimento em Libras.

⁹³ Tecnologia assistiva: conjunto de técnicas, aparelhos, instrumentos, produtos e procedimentos que visam auxiliar a mobilidade, percepção e utilização, do meio ambiente e dos elementos, por pessoas com deficiência. (ABNT NBR 9050:2004).

Não podemos deixar de mencionar também as ações voltadas ao atendimento de surdos que foram desenvolvidas no Museu do Futebol no Programa Deficiente Residente e no Centro Cultural Banco do Brasil nas Contações de História em Libras.

Apesar de hoje não possuírem mais um educador surdo em sua equipe, essas duas instituições desenvolveram durante um período ações mediadas por educadores surdos.

O Projeto Deficiente Residente do Museu do Futebol⁹⁴ em uma de suas ações teve como residente o educador surdo Edivaldo do Carmo Santos, que buscou formar os educadores ouvintes para que pudessem atender os surdos que porventura venham visitar o museu. Nessa formação, os educadores também passaram a ter contato não só com a língua de sinais, mas também com a cultura surda. O Centro Cultural Banco do Brasil teve Isadora Borges como contadora surda de histórias. Atualmente essa educadora atua como educadora no Instituto Tomie Ohtake, e também participou do curso Ensino da Arte na Educação Especial e Inclusiva da Pinacoteca de São Paulo.

Alguns museus do interior de São Paulo, também ligados à Secretaria de Estado da Cultura, gerenciados pela organização social de

⁹⁴ O Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol – PAMF – reúne uma série de ações e recursos que tem como objetivo facilitar e potencializar o acesso ao museu. Visitas educativas com grupos agendados e espontâneos, audioguias para cegos, totens informativos em braille, maquetes táteis e imagens em relevo que permitem a transposição de conteúdos de algumas salas expositivas da exposição de longa duração. Seguindo este princípio, em 2010, o Museu do Futebol iniciou o Projeto Deficiente Residente – experiência pioneira desenvolvida pela equipe do Museu – cujo principal objetivo é atuar na área comportamental, incidindo e transformando o próprio atendimento oferecido pela equipe. O projeto permite repensar o atendimento de todos os públicos e, em particular, os visitantes com deficiência, suscitando a discussão e a sensibilização sobre a peculiaridade de cada uma das deficiências. O projeto foi idealizado e é coordenado pelo Núcleo de Ação Educativa e conta com a assessoria de dois residentes com níveis distintos de deficiência. Durante três meses, são realizados encontros semanais entre educadores e deficientes residentes. Em um primeiro momento, busca-se descobrir e valorizar os pontos em comum entre os dois lados, assegurando maior confiança e intimidade à relação entre educadores e residentes. Depois, juntos, eles compartilham informações e discutem melhorias no contato com o visitante e no espaço expositivo.

cultura ACAM Portinari (Associação Cultural de Apoio ao Museu Casa de Portinari), adotaram em suas propostas a possibilidade de visitas educativas em Libras, com o uso de videoguia na ausência de um educador surdo, recurso de tecnologia assistiva que dá conta de atender o público surdo visitante.

Esse recurso pode ser encontrado no Museu Casa de Portinari e no Museu Histórico Pedagógico Índia Vanuíre, museus esses que ampliaram seu olhar para as questões de acessibilidade desde 2006, quando, por meio do Programa Educativo Públicos Especiais da Pinacoteca do Estado, com o apoio da empresa Visa do Brasil e, na época, da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM), tiveram a oportunidade de participar do Programa de Formação em Acessibilidade e Ação Educativa Inclusiva em Museus.

A partir dessa formação, o Museu Casa de Portinari elaborou um conjunto de materiais de apoio multissensoriais, como maquetes táteis do museu, réplicas táteis de obras bi e tridimensionais, réplicas táteis de móveis e ambientes, jogos, quebra-cabeças e detalhes de obras, que passaram a ser utilizados em visitas com o público com deficiência.

No tocante ao atendimento de público surdo, o museu desenvolveu um guia em Libras em DVD, elaborado em parceria com a Associação de Surdos, de Ribeirão Preto, que possibilita a visitação autônoma a esse espaço sem que seja necessária a presença de um educador surdo ou intérprete de Libras.

O Museu Histórico Pedagógico Índia Vanuíre (situado no município de Tupã), que já havia iniciado suas atividades com o programa de acessibilidade também desenvolvido em 2006, intensifica essa preocupação com as questões de acessibilidade no período de reformulação museológica e predial de seu acervo, concluída em 2010. Em 2011, implantou um projeto de acessibilidade, adaptando espaços de exposição, auditório e banheiros. Além de propiciar ao público com deficiência visitas guiadas com o apoio de diversos recursos multissensoriais como maquetes táteis, réplicas de objetos da exposição, reproduções de mapas e fotos em relevo, existe um aplicativo multimídia para vídeos com audiodescrição e janela de Libras.

Os programas de acessibilidade dos dois museus acima citados seguem o modelo de implantação do Programa Educativo para

Públicos Especial da Pinacoteca de São Paulo, e tiveram como consultora a arte educadora e museóloga Amanda Tojal e a equipe do PEPE.

Nesse sentido, as ações educativas em Libras no Brasil avançam de forma significativa, pois já temos a preocupação não somente de ter um recurso de tecnologia assistiva, ou um intérprete de língua de sinais, mas acima de tudo a presença de um educador surdo, que possui o conhecimento da língua e cultura desta comunidade.

O que pode ser constatado em consulta ao *Guia de Acessibilidade Cultural da Cidade de São Paulo*, promovido pelo Instituto Mara Gabrilli, é que a grande parte dos espaços culturais de São Paulo não tem educador surdo mas sim intérpretes de Língua Brasileira de Sinais (Libras) que são contratados eventualmente para determinadas ações e demandas específicas de cada espaço, sendo eles educadores ouvintes que tenham conhecimento em Libras.

Sendo assim, podemos concluir que a acessibilidade nos museus pressupõe atualmente o desenvolvimento de novas estratégias de mediação que eliminem principalmente as barreiras de acessibilidade comunicacional e atitudinal, e não apenas barreiras físicas e arquitetônicas.

Quando a acessibilidade nos museus é pensada conjuntamente com todas as áreas da instituição, não cabendo somente aos núcleos de ação educativa se responsabilizarem por essa questão, a possibilidade de incluir o outro se torna plausível. E quando essa inclusão também é pensada com aquele que é o principal autor deste cenário, a pessoa com deficiência, o processo de inclusão se constitui de forma mais expressiva.

Encontrar nessa diferença a sua identidade, e não a sua limitação e estereótipos do que seja o sujeito surdo, é o ponto-chave da questão. Transformar os espaços culturais em locais em que a cultura surda também se faça presente e que o sujeito surdo se encontre representado, para que a sua comunicação e cultura se efetive.

É importante compreender que a comunicação do surdo é diferente, mas possível de acontecer. O que possibilita essa comunicação nos espaços museológicos são as estratégias de mediação adotadas e, principalmente, a presença de um educador surdo que seja mediador e construtor do processo de mediação, construtor desta identidade, ou a presença de um intérprete de Libras, com

conhecimento específico na cultura surda. Mas ainda existem, infelizmente, inúmeros espaços culturais no Brasil que não conseguem ter um educador surdo como mediadores diretos da comunicação com a comunidade surda e, também, não possuem em seu quadro de funcionários um intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) que seja um facilitador deste encontro e comunicação.

4 Considerações Finais

Diante desta fragilidade, como fica a comunicação deste educador surdo no que diz respeito ao seu trabalho interno nos museus com a crise gerada pelo COVID 19?

O mundo inteiro está diante do grande desafio que é o enfrentamento do novo coronavírus (COVID-19), que obrigou, entre tantas outras situações, o fechamento dos museus para visitação pública. Mesmo tendo suas atividades reduzidas, as equipes têm se desdobrado para manter a continuidade das ações básicas voltadas para a preservação, a pesquisa e a comunicação. (IBRAM, 2020 p.1)

No momento atual, os museus passam por uma readequação de seus serviços, entre eles o de atendimento ao público pelos setores educativos, as ações presenciais foram substituídas por atividades online, no primeiro momento da pandemia, e agora passam a traçar planos de estratégias de como retomar às suas ações presenciais. Com a retomada do novo normal um dos grandes desafios será como voltar a atender grupos de pessoas com deficiências, principalmente aquelas que estão diretamente ligadas às questões sensoriais.

Com o retorno de serviço presencial nesses espaços, o desafio maior de adequação desse novo ambiente de trabalho e prática educativa será para o educador surdo aquele de enfrentar uma nova forma de ser e existir dentro deste espaço, que sofrerá grandes transformações. De certa forma a comunicação do educador surdo com os demais educadores e trabalhadores do museu, que por sua vez, não dominam a comunicação em Língua de Sinais, ficará extremamente fragilizada uma vez que estes possuem como meio de comunicação a

Libras e se comunicam também pela leitura labial, e encontram na Língua de Sinais, uma grande aliada que é a expressão facial. O surdo que tem em seu ambiente de trabalho a comunicação estabelecida por meio da leitura labial com seus gestores e demais educadores ouvintes, terá que se reinventar, pois o uso de máscaras faciais irá prejudicar diretamente essa comunicação. Por outro lado, o uso dessas máscaras faciais que é um grande aliado de proteção contra o Covid-19, se faz necessário para sua proteção e dos demais profissionais em seu ambiente de trabalho e, também, na sua vida social.

O distanciamento social é algo que também deve ser visto como um grande entrave na comunicação do surdo-cego, e seu guia-intérprete de língua de sinais, visto que o surdo cego depende da Libras Tátil, para se comunicar.

Desta forma devemos compreender que as ações de atendimento aos grupos de surdos no âmbito de atividades e propostas educativas compartilhadas, precisarão ser repensadas.

E os museus passarão a ter que enfrentar um grande desafio no momento de sua abertura gradual, pois muitas de suas ações inclusivas se sentirão fragilizadas diante da pandemia do COVID 19. Entre as ações voltadas para a inclusão de pessoas com deficiências, as atividades de mediação propostas com público surdo, surdocegueira e principalmente aquelas voltadas ao atendimento de pessoas com deficiência visual podem ser as que mais sejam comprometidas, pois nesse processo da pandemia as questões de acesso de comunicação e apreciação estética, por via sensorial, serão um grande limitador nas ações educativas inclusivas.

Fica aqui a grande questão: Como nos relacionarmos com esse NOVO NORMAL?

Bibliografia

AIDAR, Gabriela. (2002). *Museus e inclusão social. Ciências e Letras*, Porto Alegre, FAPA, nº 31, p. 53-62.

AIDAR, Gabriela. (2019). *Acessibilidade em museus: ideias e práticas em construção. ReDoc – Revista Docência e Cibercultura*. v. 3, n. 2. – UERJ, pp. 155-175

CHAGAS, Mário de Souza. (2008). A Radiosa Aventura dos Museus. In: BRUNO, Maria Cristina Oliveira; NEVES, Kátia Regina Felipini (Coord.). *Museus como Agentes de Mudança Social e Desenvolvimento: propostas e reflexões museológicas*. São Cristovão: Museu de Arqueologia de Xingó, pp. 113-123.

CHIOVATTO, Mila Milene. (2014). *Plano Educação: Núcleo de Ação Educativa da Pinacoteca do Estado de São Paulo*. São Paulo.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. (2013). *Conceitos-chave de museologia*. Tradução e comentários Bruno Brulon e Marília Xavier Cury. São Paulo. Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, Conselho Internacional de Museus, Pinacoteca do Estado de São Paulo e Secretaria de Estado da Cultura.

DEWEY, John. (2010). *Arte como experiência*. Tradução Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Fontes.

GARCIA JURADO, Ricardo Rubiales. (2010). *El Museo Contemporáneo, Catalizador de Futuro*. Encontro Internacional Diálogos em Educação, Museus e Arte; Porto Alegre, São Paulo e Recife, 22 a 30 de outubro, CD-ROM.

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus. (2012). *Educação museal: experiências e narrativas*. Brasília: IBRAM.

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus. (2020). *Recomendações aos museus em tempos de Covid 19*. <https://www.museus.gov.br/reflexoes-e-praticas-pos-covid/>.

LUCENA, Cibele; MUSSI, Joana Zatz; LEYTON, Daina. (2010). *Aprender para ensinar e a cultura surda*. In: SANTOS, Anderson Pinheiro. *Diálogos entre arte e público: cadernos de textos. Acessibilidade cultural: o que é acessível e para quem? Caderno de textos III*. Recife: Fundação de Cultura Cidade de Recife, v. 3, p. 61-65.

SANTOS, Anderson Pinheiro. (2010). *Diálogos entre arte e público: cadernos de textos. Acessibilidade cultural: o que é acessível e para*

quem? Caderno de Textos, III. Recife: Fundação de Cultura Cidade de Recife, v. 3.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência.

TOJAL, Amanda P. F. (1999). *Museu de arte e públicos especiais*. Dissertação (Mestrado em Arte). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

TOJAL, Amanda P.F; OLIVEIRA, Margarete; COSTA, Maria Christina; RIBEIRO, Sabrina Denise; CHIOVATTO, Mila. (2009). *A inclusão de públicos especiais em museus: o programa educativo para públicos especiais da Pinacoteca do Estado de São Paulo*. In: IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus. *Educação museal: experiências e narrativas*. Brasília: IBRAM, 2012, p. 25-29. Prêmio Darcy Ribeiro.

TOJAL, Amanda Pinto da Fonseca. (2007). *Políticas públicas culturais de inclusão de públicos especiais em museus*. Tese (Doutorado em Ciências da Informação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

VASCONCELLOS, Camilo de Mello. (2010). *Los retos de la actuación educativa en los museos*. In: LOPEZ ROSAS, William Alfonso. (Comp.). *Museos, universidad y mundialización: la gestión de las colecciones y los museos universitarios en América Latina y el Caribe*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

VASCONCELLOS, Camilo de Mello. (2010). *Educação em museus em um contexto global: caso brasileiro*. In: BRUNO, Maria C. O. (Org.) *O pensamento museológico brasileiro*. São Paulo: Pinacoteca do Estado; Secretaria de Estado da Cultura; Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, Documentos selecionados, v. 1.

O MUSEU DO HOMEM AMERICANO: REFLEXÕES EM TORNO DO SEU CARIZ PEDAGÓGICO NA ARTE RUPESTRE

Naliana da Silva Mendes

Instituto Federal do Piauí, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-5358-9187>

Luciana Ferreira da Costa

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-5894-2741>

Talvez a ideia básica do Museu do Homem Americano tenha nascido no Musée de l'Homme, mas ele foi o fruto do conhecimento de diversos museus e de todos os resultados de nossa pesquisa. E sempre achei que deveria ser criado um museu aqui na região, porque tínhamos uma grande quantidade de peças fantásticas, datadas, tínhamos as pinturas. [...] queriam levar tudo para São Paulo, mas eu sempre disse que se o Brasil somente realizar coisas em São Paulo e Rio, o país nunca irá se desenvolver inteiramente. E que essas peças eram obra de povos que aqui viveram e, portanto, aqui deveriam ficar! (Niède Guidon)

1 Introdução

O presente capítulo é um recorte de investigação, em andamento, no âmbito do Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal de Pernambuco, que tem como objetivo analisar a influência do Museu do Homem Americano como instrumento no processo de ensino

e aprendizagem de arte rupestre na cidade de São Raimundo Nonato⁹⁵ no Piauí, Brasil.

A arte, como criação humana, reflete a necessidade do ser humano de criar objetos que representem seus pensamentos e anseios. É fato que a arte, segundo Coli (1995, p. 8) “reflete certas manifestações da atividade humana diante das quais nosso sentimento é admirativo [...]”.

Daí a importância de estudos acerca de artefatos que nos dão indícios de como os ancestrais viviam e como se organizavam social e culturalmente, pois como destaca Proença (2012, p. 10), o conhecimento sobre os homens que viveram em tempos longínquos “é resultado da pesquisa de antropólogos e historiadores, que reconstruíram a cultura do homem da Idade da Pedra a partir de objetos encontrados em várias partes do mundo [...], sendo, assim, as pinturas, cerâmicas, os utensílios líticos e fragmentos tidos como fontes importantes.

Por sua vez, a instituição museu é vista como espaço “guardião” desses artefatos. Para além disso, constitui-se forte aliado da educação formal, pois esta não se realiza apenas por meio da palavra, mas também, por meio da experimentação e da visualidade, ou seja, do contato direto com a produção do homem da Pré-história, de modo a se perceber os significados de suas origens. Portanto, olhando por este viés, o museu se destaca como uma possibilidade de ampliação do repertório no ensino da arte rupestre.

Nesta investigação, destaca-se, por esse contexto, o Museu do Homem Americano, o qual foi criado em 1994, situado na cidade de São Raimundo Nonato no Piauí, Brasil. O Museu do Homem Americano abriga o acervo advindo do Parque Nacional da Serra da Capivara, que é considerado um dos sítios arqueológicos mais importantes das Américas.

O museu, por estar situado na cidade supracitada, aparece como alternativa mais acessível para o público visitante, uma vez que a logística para visitar o Parque requer mais tempo, pois a visitação só é autorizada com a contratação de um guia cadastrado e com automóvel próprio ou alugado. Isso faz com que os municípios ou as pessoas que estão de passagem pela cidade visitem o museu ao invés do Parque.

⁹⁵ Cidade localizada a 521 quilômetros ao sul de Teresina, Piauí.

Nessa perspectiva, não à toa, percebe-se o Museu como aliado no processo de ensino e aprendizagem por proporcionar experiência imersiva do público visitante, ao aproximá-lo da arte rupestre lançando mão de linguagem usualmente difundida na atualidade, ou seja, a virtual e interativa.

O presente capítulo, dividido em quatro seções, toma o Museu do Homem Americano como base para refletir sobre a contribuição desta instituição não formal para o conhecimento e para a interação com os vestígios da pré-história, mas também para levar a cabo a sua função social e educativa.

2 Breves considerações sobre a arte rupestre no piauí

A arte rupestre no Parque Nacional da Serra da Capivara vem sendo estudada desde a década de 1970 pela arqueóloga Niède Guidon⁹⁶, Diretora Presidente Emérita da Fundação Museu do Homem Americano e responsável pela criação do Parque, no interior do Piauí, que, por seu esforço, conseguiu dar visibilidade ao legado do homem da pré-história no Piauí.

Especificamente, o Parque Nacional da Serra da Capivara foi criado em 1979. Trata-se de uma unidade de conservação brasileira de proteção integral à natureza que se localiza em quatro municípios piauienses, a saber: Canto do Buriti, Coronel José Dias, São João do Piauí e São Raimundo Nonato. O referido parque registra mais de 1.000 sítios arqueológicos com gravuras e pinturas rupestres pré-históricas.

Dado o seu valor histórico e artístico, em 1991 o parque foi declarado Patrimônio Cultural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). É, ainda, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) desde 1993.

O trabalho de pesquisa no âmbito do parque, desenvolvido pela reconhecida arqueóloga Guidón consiste de escavações que ocorrem em áreas de Registros Rupestres, Arqueologia, Paleontologia, Bioarqueologia. O referido trabalho de pesquisa é desenvolvido por

⁹⁶ Detalhes da trajetória da Arqueóloga, disponível em: http://fumdam.org.br/cpt_noticias_anexos/a-luta-de-niede-guidon-para-preservar-o-maior-tesouro-arqueologico-brasileiro/.

meio de parcerias com outras instituições de ensino e pesquisa como a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e a Universidade Regional do Cariri (URCa). Para além disso, conta com o apoio financeiro do governo francês por meio da Missão Arqueológica Francesa no Piauí.

Além do parque, criou-se a Fundação Museu do Homem Americano (Fumdam) em 1986, uma instituição sem fins lucrativos e criada com o objetivo de preservar e proteger o patrimônio natural e cultural do Parque Nacional Serra da Capivara, além de realizar atividades voltadas para a pesquisa científica, já que sua sede conta com uma estrutura voltada para a pesquisa. A estrutura dispõe de laboratórios, escritórios administrativos, centro de documentação, biblioteca, auditório, anfiteatro e reservas técnicas.

Uma coisa é certa, as iniciativas no âmbito do Parque Nacional da Serra da Capivara foram importantes para colocar as pinturas descobertas no Sul do Piauí no cenário artístico e cultural no Brasil e no mundo.

3 Educação não-formal: um diálogo com novos espaços

Partindo do entendimento da educação como processo formativo e vinculado ao desenvolvimento pleno do indivíduo e sua atuação em sociedade, é importante refletir acerca da definição de Educação registrada na Lei de Diretrizes e Bases (LDB) que oportuniza pensar a educação em um sentido mais amplo. Esta enfatiza a possibilidade de aprendizagem em ambientes não formais e aponta a família e a convivência humana como espaços de aprendizagem.

A aprendizagem, na perspectiva de Carvalho (2016, p. 54), “é fortemente influenciada pelo ambiente físico, pelas interações sociais, pelos conhecimentos, atitudes, crenças pessoais, podendo, assim, ocorrer em qualquer lugar”.

É possível, desse modo, pensar na educação não-formal como ponto de reflexão de práticas educativas em outros espaços institucionalizados ou não institucionalizados, diferentes da escola, mas que contribuem significativamente para a formação humana.

Cabe destacar, em rigor, as diferenças entre as modalidades de educação formal e educação não-formal.

A educação formal se caracteriza por aquela oferecida em espaços institucionalizados, como por exemplo: escolas, universidades, dentre outros. Nesse sentido, a educação formal ou educação escolar, como destaca Libânio (2006, p. 24), “constitui-se num sistema de instrução e ensino com propósitos intencionais, práticas sistematizadas e alto grau de organização, ligado intimamente as demais práticas sociais”.

A educação formal escolar por ser entendida como uma prática social, pois está voltada ao desenvolvimento da cidadania e à preparação para o campo de trabalho, devendo, portanto, ser institucionalizada e oferecida em espaços que possibilitem o alcance dos seus objetivos. O exposto é confirmado pelas reflexões de Fávero (1980, p. 23) ao considerar a educação formal “[...] altamente institucionalizada, cronologicamente gradual e hierarquicamente estruturada, englobando desde a escola pré-primária até os mais altos níveis universitários”.

Por seu turno, Libânio (2006, p. 18) discorre que a educação formal se configura como aquela “[...] que se realiza nas escolas ou outras agências de instrução e educação [...] implicando ações de ensino com objetivos pedagógicos explícitos, sistematização, procedimentos didáticos”.

A partir das reflexões dos autores citados, pode-se chegar à ilação de que tanto para Fávero (1980) quanto para Libânio (2006), a educação formal é aquela que está ligada a um local, no caso a escola, que obedece a certa ordem e persegue objetivos específicos.

Enquanto a educação formal é realizada em um espaço institucionalizado, neste caso a escola, a educação não-formal sai deste ambiente para oportunizar outras propostas de ensino e aprendizagem, no entanto, pode também utilizar de outras instituições que não sejam necessariamente educacionais.

A educação não-formal não tem as mesmas características da educação formal, pois não exige as mesmas práticas educativas, não é organizada em níveis ou módulos. Mas ambas possuem um ponto em comum, comungam da ideia de desenvolvimento do ser humano para o convívio em sociedade. Assim, a educação não-formal se configura como “[...] qualquer tentativa educacional organizada e sistemática que se realiza fora dos quadros do sistema formal (de ensino) para fornecer determinados tipos selecionados de aprendizagem a

subgrupos específicos da população, tanto de adultos como de crianças” (Fávero, 1980, p. 23)

Ainda para Fávero, a educação não-formal é uma proposta educacional que ultrapassa o quadro do sistema formal para prover novos tipos de aprendizagem. A educação não-formal visa a aprendizagem, mas não possui o mesmo rigor da educação formal.

Já para Libânio (2006, p.18) “[...] educação não-formal se trata de atividade educativa estruturada fora do sistema escolar convencional [...]”. Essa estrutura fora do sistema escolar da qual Libânio faz referência, pode ser entendida como espaços que venham proporcionar experiências educativas, como por exemplo, museus, bibliotecas, pinacotecas, dentre outros.

Jacobucci (2008), em seu artigo “*Contribuições dos espaços não-formais de educação para a formação da cultura científica*”, classifica em duas categorias os espaços em que a educação não-formal pode acontecer: a primeira denominada de *Instituições* e a segunda de *Não-Instituições*.

As *Instituições* são locais que possuem equipe técnica responsável pela execução de atividades realizadas e são regulamentados, como por exemplo: Parques ecológicos, Museus, Zoobotânicos, Centros de Ciências, Jardins botânicos, Institutos de pesquisa, Planetários, Zoológicos, Aquários, dentre outros (JACOBUCCI, 2008).

As *Não-Instituições* são locais onde é possível se desenvolver uma prática educativa, mas que não dispões de estrutura institucional, como por exemplo, praças, teatros, cinemas, casa, rua, praia, caverna, dentre outros (JACOBUCCI, 2008).

Centrando-se nos museus, Jacobucci (2008), assinala que são instituições onde a prática da educação não-formal pode acontecer, pois são instituições regulamentadas e que possuem uma equipe técnica responsável pela execução das atividades que podem ocorrer em seu recinto.

4 A Instituição Museu

A origem dos museus, em linhagem mitológica, está relacionada ao Museion grego. Museion era um termo que designava os santuários dedicados às musas – filhas de Zeus e Mnemosyne – e também

designava as escolas filosóficas e de investigação científica (Poulot, 2013; Duarte Cândido, 2014). À esta origem mitológica, destaca Chagas (2003) que o museu “é uma entidade mítica que é construtora de narrativas e é narrada”.

Outra origem dos museus é atribuída aos gabinetes de curiosidades e Câmaras das Maravilhas (Duarte Cândido, 2014).

De acordo com Manuelina Duarte Cândido, as viagens ao Oriente, Grécia e Egito, durante o Renascimento, deram origem ao surgimento de novas coleções e com a descoberta do Novo Mundo ocorreu a multiplicação de coleções, assim forjaram-se os citados Gabinetes de Curiosidades e as Câmaras das Maravilhas (Duarte Cândido, 2014).

Os Gabinetes de Curiosidades consistiam de pequenas salas-enciclopédias onde eram expostos uma infinidade de objetos das mais variadas espécies, como animais empalhados ou vivos, conchas, moedas, louças, esculturas, etc., mas, sobretudo espécimes de história natural (*naturalia*).

Os gabinetes de curiosidades eram espaços muito difundidos na Europa, os quais revelavam a necessidade do homem de conservar e colecionar objetos. Assim, era mantido acervo particular exposto aos amigos visitantes. Por se tratar de coleções particulares, poucos tinham acesso a essas coleções que representavam poder e estavam relacionadas a status social. Esses espaços foram fundamentais para o modelo de museu que conhecemos hoje, porém a evolução dessa instituição, no decorrer da história, vai desde a arquitetura até a forma de comunicação com o público por meio das exposições.

Por sua vez, as Câmaras das Maravilhas eram dedicadas à artificialia que designam “produtos de uma nova maneira de ver o mundo, uma busca de maior racionalização” (Duarte Cândido, 2014, p. 30).

Sem a pretensão de trazer aqui uma linha cronológica da origem dos museus ao longo dos séculos, o que pode ser encontrado detalhadamente na literatura, especificamente, na obra de Duarte Cândido (2014), é fato que a instituição museu, como se conhece atualmente, passou por “crescimento espetacular no último quartel do século XX”, resultante de recursos públicos e privados que, segundo Poulot (2013, p. 11), possibilitaram uma série de situações, tais como: o surgimento ou a recomposição de coleções, a criação, a extensão ou a

renovação de prédios; a proliferação de exposições; e o surgimento de novos serviços, voltados aos diferentes segmentos de público.

O museu, conforme a definição hegemônica do Conselho Internacional de Museus (ICOM), constante da obra *Conceitos-chave de Museologia*, dá conta de que:

O museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, expõe e transmite o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio, com fins de estudo, educação e deleite (Desvallés & Mairesse, 2013, p. 64).

A definição supracitada aponta o museu como espaço de educação e comunicação que, por seu turno, tem a ação educativa como uma política social e de natureza pública. O museu é pensado em sua função educacional e social, ou seja, a instituição museu não só está a serviço da sociedade, mas engajada com suas necessidades e com os fenômenos que impactam a sociedade, a exemplo das questões de diversidade, questões climáticas, pandemia da ordem do atual Coronavírus (COVID-19). Vê-se, portanto, o museu como instrumento de intervenção social.

Inclusive, na celebração do Dia Internacional dos Museus, em 18 de maio de 2020, diversas foram as discussões em torno da COVID-19 e sua reverberação no mundo dos museus, a exemplo das reflexões de autores como Bruno Brulon-Soares, Átila Tolentino, Mario Chagas, Maria de Lourdes Parreira Horta, dentre outros, veiculadas no portal Revista Museu⁹⁷.

Esses fenômenos e as transformações da sociedade mostram que os museus não estão voltados apenas para as questões do passado e que se mantém alheios do contexto social em que está inserido, mas que se renova para se adequar a novas realidades, novas formas de se pensar o mundo e as relações sociais. Essas mudanças não são

⁹⁷ Disponível em: <https://www.revistamuseu.com.br/site/br/artigos/18-de-maio/18-maio-2020.html>.

realizadas fora da sociedade, mas em conjunto levando em consideração os anseios do público. Nessa linha de pensamento, Cury (2006, p. 75) adverte que “se o conceito de museu é mutante, o que cremos ser, o público passa a participar desta transformação”.

Acerca de um novo conceito de museu, em setembro de 2019, estava prevista, durante a Conferência Geral do ICOM em Kyoto, a votação de uma proposta de definição de museu, uma demanda que surgiu em 2016 em uma Assembleia Geral em Milão. A referida proposta de definição, posta em evidência dentre as 269 propostas e que “somente saiu a público no final de julho, início de agosto” (Chiovatto, 2019), de modo a atualizar a definição atual que foi revisitada em 2007, dá conta de que:

Museums are democratising, inclusive and polyphonic spaces for critical dialogue about the pasts and the futures. Acknowledging and addressing the conflicts and challenges of the present, they hold artefacts and specimens in trust for society, safeguard diverse memories for future generations and guarantee equal rights and equal access to heritage for all people. Museums are not for profit. They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret, exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality and planetary wellbeing (ICOM, 2019, online)⁹⁸.

⁹⁸ Os museus são espaços democratizantes, inclusivos e polifônicos orientados para um diálogo crítico sobre o passado e o futuro. Reconhecendo e lidando com os conflitos e desafios do presente, detém em nome da sociedade a custódia de artefatos e espécimes por ela preservando memórias diversas para gerações futuras, garantindo a igualdade de direitos e de acesso ao patrimônio a todas as pessoas. Os museus não têm fins lucrativos. São participativos e transparentes, trabalham em parceria ativa com e para comunidades diversas na recolha, conservação, investigação, interpretação, exposição e aprofundamento dos vários entendimentos do mundo, com o

Trata-se de uma definição considerada muito visionária, tanto que após muitos embates na Conferência do ICOM, segundo Milene Chiovatto (2019), ex-presidente do Comitê de Educação e Ação Cultural (CECA) do ICOM, participe do evento, “chegou-se a um termo de adiar a votação dessa proposta para [...] possibilitar uma discussão mais aprofundada, uma reflexão mais ampla sobre estes termos [democratizantes, inclusivos, polifônicos] e problemas” [dignidade humana, justiça social, igualdade global, bem-estar planetário] expressos na definição.

É inegável que as mudanças sociais foram importantes e continuam sendo para as transformações que marcam a evolução dos museus. Tanto que a função social e educativa dos museus é discutida amplamente por teóricos e profissionais do campo museal, tendo como referência a Mesa Redonda de Santiago do Chile. Conforme pontua Costa (2017), “a partir da realização da Mesa Redonda de Santiago do Chile, em 1972, acerca do papel dos museus na América Latina, foi imputado aos museus mudanças no modo tradicional que os caracterizava. A autora, com base em Cury (2005), comenta que “foi-lhes imputado um papel social que os levaria, a partir de então, a comprometerem-se com problemáticas do presente, com questões comunitárias, educacionais, culturais e ambientais.”

A conscientização do museu com sua função social e educativa é uma bandeira do ICOM e da UNESCO desde 1951. As instituições, como afirmam Leite e Ostetto (2005, p. 28), têm como pressuposto “o direito de todos os cidadãos à educação permanente, em todas as dimensões culturais, sem esquivar-se da dimensão crítica do conhecimento.”

A consideração do museu como agente educativo se faz refletir em diversos museus no Brasil por meio do desenvolvimento de projetos educativos. Dentre as medidas políticas que visam à validação do museu como instância social e, sobretudo, educativa, destaca-se a Política Nacional de Educação Museal (PNEM), instituída pela Portaria nº 422, de 30 de novembro de 2017, que visa a “organização, o

objetivo de contribuir para a dignidade humana e para a justiça social, a igualdade global e o bem-estar planetário.

desenvolvimento, o fortalecimento e a fundamentação do campo da educação museal no Brasil”.

A PNEM surge como um conjunto de diretrizes e princípios que tem como objetivo orientar as práticas educativas realizadas nos museus, além de auxiliar a ação de professores. A mesma foi criada graças ao esforço de professores, servidores do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), estudantes, profissionais e usuários de museus, ou seja, é fruto de trabalho coletivo (Brasil, 2017, p. 5).

Essas iniciativas revelam a importância do museu como instituição educadora e chama a atenção para sua relevância no desenvolvimento do ser como agente social e cultural. Ana Mae Barbosa (2012) afirma que “[...] é somente no século XX que a função educacional do museu começa a ser colocada no mesmo grau de importância que sua função de preservação e exibição [...]” (Barbosa, 2012, p. 93).

O museu serve, deste modo, como um espaço de formação estética privilegiado, em que o público visitante pode ter acesso mediado ou não a uma gama de conhecimento mais aprofundado dos estilos e da relevância do patrimônio cultural.

A relevância da função social e educacional dos museus é indiscutível. Tanto que Leite e Ostetto (2005, p.28) asseveram que “o museu é, então, uma das instâncias educativas da sociedade – entendendo educação como indissociável da cultura”. Nesse sentido, o museu deve caminhar junto com a educação e promover o enriquecimento cultural do indivíduo, possibilitando a este o contato e a interação com o patrimônio cultural, porém de modo ativo e crítico, não apenas passivo.

Para Carvalho (2016, p. 45), a função educativa dos museus tem se definido de modo a evidenciar “a importância de relação exitosa com o visitante e na revisão constante das ações educativas realizadas em seu interior”.

As propostas educativas no âmbito dos museus são cada vez mais constantes, vários museus trabalham com propostas voltadas para a aproximação do público com o seu espaço e também na busca de novos públicos. Porém, nem sempre essa foi a realidade dos museus, onde por muito tempo dominou a visão de transmissão da comunicação, essa era dada em grande parte ao emissor e o papel de observador reativo cabia ao receptor (Cury, 2006).

Ao buscar, por meio das ações educativas, esse contato mais próximo com o público, o museu preza pela comunicação museológica que tem como fim esse diálogo com a sociedade, que além de objetivar a aproximação tem também como foco fazer com que seu acervo seja compreendido, já que “formula e comunica sentidos a partir de seu acervo” (Cury, 2006, p. 76).

A partir do exposto, citam-se alguns exemplos de ações de comunicação museológica: a) *Caixinhas do MAE: encontros entre o público e o acervo musicológico*, realizado pelo Museu de Arqueologia e Etnologia (MAE) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), o material lúdico-pedagógico utilizado nas oficinas e nas atividades nas instituições de ensino do Paraná foi produzido pelo setor de ações educativas do MAE; b) *Museu Sacada e ações educativas na comunidade*, desenvolvido pelo Centro de Pesquisas Museológicas - Museu Sacada, com o objetivo de propor a reflexão sobre a importância da educação patrimonial; c) *Museu de aplicação: programa de prática de ensino aplicada ao espaço museológico*, realizado pelo Memorial Getúlio Vargas, como objetivo de interação entre universidade, museu e escola (IBRAM, 2010). Aqui foram descritas apenas uma pequena amostra das ações desenvolvidas pelos museus no Brasil, que segundo o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) conta com mais de 3.700 museus, sendo o Museu do Homem Americano um deles, o qual é abordado detalhadamente em sequência.

5 O Museu do Homem Americano

No Brasil, mais especificamente no Piauí, encontra-se vasto acervo de arte rupestre, o qual vem sendo pesquisado de longa data, colocando, conseqüentemente, a região no panorama da arte pré-histórica mundial.

Esse acervo de arte rupestre se encontra no Museu do Homem Americano, o qual foi criado como espaço de encontro entre esse acervo oriundo do Parque Nacional Serra da Capivara com o público. O Museu do Homem Americano, instituído em 1994, é uma instituição museológica privada, situado na cidade de São Raimundo Nonato, na

sede da entidade científica FUMDHAM⁹⁹ que foi criada para garantir a preservação do patrimônio cultural e natural do Parque, sendo o museu uma unidade do organograma desta fundação (Gonçalves, 2012). Na Foto 1 é possível visualizar a fachada do museu:



Foto 1: Fachada do Museu do Homem Americano

Fonte: <http://fumdham.org.br/museus/>

O acervo do Museu do Homem Americano é composto por pedras lascadas e polidas usadas como ferramentas, cerâmicas, objetos de uso cotidiano e fósseis de pessoas, acervo que possui 12.600 anos. Gonçalves (2016, p. 51) destaca que “a coleção - vestígios orgânicos, paleontológicos, cerâmicos e líticos - é acondicionada nas reservas técnicas do Centro Cultural Sérgio Motta, anexo ao espaço do museu”.

O museu conta com uma estrutura física bem elaborada, além de iluminação especial e sonoplastia que fazem com que o visitante tenha excelente experiência com o que interage no museu.

O museu é autoexplicativo e acompanhado de textos, em inglês e português, que podem dispensar a necessidade de um monitor. Há também um telão de grandes dimensões que mostra as temáticas das pinturas do homem da pré-história. Além disso, o museu dispõe de

⁹⁹ Sem fins lucrativos, declarada de utilidade pública estadual e federal e cadastrada no Conselho Nacional de Assistência Social. Em termos estruturais a Fundação Museu do Homem Americano se assemelha com o Musée de l’Homme de Paris.

duas mesas interativas, onde em uma delas o visitante pode simular as escavações feitas no parque e na outra pode localizar, via mapa digital manipulável, todos os sítios arqueológicos do parque, conforme se observa na Foto 2:



Foto 2 – Telão e mesa interativa
Fonte: Mendes (2019)

No mezanino é possível apreciar as urnas funerárias, uma espécie de pote de argila, onde eram colocados os corpos dos defuntos. Encontram-se, ainda, fragmentos de crânios que datam de 12.250 anos. Em um dos espaços do museu, é possível observar ferramentas criadas com pedras lascadas e polidas, adornos, cachimbos, discos e fusos.

O Museu do Homem Americano também conta com recursos voltados para a inclusão de pessoas com necessidades especiais, a exemplo da escadaria que dá acesso ao mezanino onde está instalada uma cadeira elétrica que faz a locomoção de visitantes com mobilidade reduzida, como se visualiza na Foto 3:

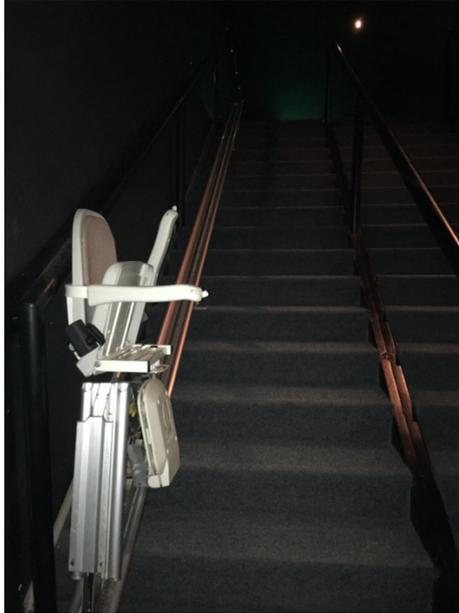


Foto 3 – Telão e mesa interativa
Fonte: Mendes (2019)

Na perspectiva de Gonçalves (2016, p. 51), o Museu do Homem Americano:

tem abrangência regional, atingindo públicos dos estados do Piauí, Maranhão, Pernambuco e Ceará, além do contingente de turistas, nacionais e internacionais, que viajam à região com o objetivo de conhecer o patrimônio arqueológico e o patrimônio natural presentes no Parque Nacional Serra da Capivara.

Assim, o Museu do Homem Americano é um forte instrumento que promove conhecimento, estudo e fruição dos registros de vida do homem da pré-história.

Dito isso, sublinha-se a reflexão de Cury (2006, p. 81) que comenta “não é um “reviver” a outra cultura, e sim criar um evento especial com certas características para aproximar o público de outro evento cultural, que permita uma discussão e uma descoberta do outro e de nós mesmos”.

O museu é frequentemente visitado por estudantes que são conduzidos ao museu pelas escolas, daí o seu cariz pedagógico que reflete atividades realizadas com o público escolar em seu interior. Considera-se, portanto, que essas visitas e as atividades realizadas pelo museu são promotoras da ampliação de repertório e da descoberta de um espaço que permite o contato direto com a produção de grupos que viveram na pré-história. Em linha com o exposto, Chagas *et al.* (2010, p. 49) afirmam que as “experiências afetivas, sensoriais, intuitivas e cognitivas podem ser vivenciadas nos museus que a rigor, são espaços que propiciam a relação entre os bens culturais e os seres humanos [...]”.

Especificamente, ao se pensar no museu como aliado no processo de ensino e aprendizagem, fala-se de uma experiência que ultrapassa o espaço formal da escola. Nesse contexto, pensa-se na ideia de educação não-formal, já explicada, a qual de acordo com Figurelli (2011, p. 117), reforça-se, “[...] ocorre para além das escolas e universidades, tendo espaço em todos os lugares onde a disposição para aprender esteja presente”.

As experiências do cotidiano podem possibilitar uma aprendizagem que contribui para o desenvolvimento pessoal do indivíduo, esse tipo de aprendizagem é possível por meio da educação não-formal, que parte da ideia de contato com o mundo e com o outro, como nos dizem Leite e Ostetto (2005, p. 23) “é no diálogo com o outro e com a cultura que cada um é construído, desconstruído, reconstruído, cotidianamente”. Essa constante transformação que as autoras se referem, faz parte da vivência do ser humano quanto agente social e em constante evolução.

O Museu do Homem Americano é o espaço criado para guardar e aproximar do público os artefatos encontrados no Parque Nacional da Serra da Capivara, ilustrando toda a organização social e cultural dos povos longínquos, através de vestígios que permanecem em exposição. De acordo com Cury (2006, p. 81) “[...] os museus fazem a

mediação entre culturas por meio do patrimônio cultural musealizado”.

O museu funciona, portanto, como referencial de reflexão e experiência estética, aproximando a população de uma história que somente era possível ver em livros, algo que é potencializado por ações educativas no âmbito dos museus.

A educação em museus é “um conjunto de valores, de conceitos, de saberes e práticas que têm como fim o desenvolvimento do visitante (Desvallés & Mairesse, 2013, p. 38).

É fato que as agendas e programações dos museus são cada vez mais voltadas para projetos, atividades e ações que representam para público uma espécie de serviço. Essas iniciativas são cada vez mais regulares e frequentes (Figurelli, 2011).

No tocante às ações educativas desenvolvidas no Museu do Homem Americano, evidenciam-se aqui eventos em linha com o Dia Internacional dos Museus, celebrado anualmente em 18 de maio, com a Semana de Museus e com a Primavera dos Museus.

Tendo isso em conta, o Museu do Homem Americano, por ocasião da 16ª Semana de Museus que teve como mote *Museus Hiperconectados: novas abordagens, novos públicos*, oportunizou, em sua programação, entrada gratuita aos visitantes que não tinham condições financeiras para pagamento do ingresso, portanto, possibilitando a todos, sem exceção, acesso ao espaço do museu que funciona de terça a domingo das 9:00 as 17:00 horas.

Em 2018, o Museu do Homem Americano, fazendo promoveu diversas palestras, a saber: *Museologia social, Arqueologia e Comunidade; A importância dos museus no ensino de Ciências e Natureza; e, As práticas funerárias dos grupos do município de São Braz do Piauí*. Ainda na programação de 2018, realizaram-se oficinas voltadas ao público: a exemplo da Oficina de cerâmica (produção de vasilhas, cerâmicas a partir de técnicas utilizadas pelos povos indígenas e coloniais) e Oficina de lítico (abordagem explicativa e prática sobre os processos de lascamento e polimento de peças líticas, na produção de ferramentas e utensílios utilizados pelos nossos antepassados) fazendo do museu um espaço/sala de aula, ou seja, dando-lhe caráter de instrumental do ensino.

Essas ações são essenciais para que exista diálogo eficaz entre o museu e a comunidade, para que haja sentimento de conservação do

patrimônio e que a comunidade reconheça o mesmo como parte de sua realidade, visto que se “[...] encontra o momento ideal para trabalhar [...] temas atuais da realidade, mesmo da própria comunidade onde está inserida, a partir do conteúdo material e imaterial contado no museu (costa; wazenkeski, 2015, p. 64).

Nessa perspectiva, por ocasião da 17ª Semana Nacional de Museus, que ocorreu em 2019, o Museu do Homem Americano promoveu atividade em praça pública. Assim, foram realizadas atividades na Praça Júlio Paixão (conhecida como Praça do Relógio), as quais contaram com a parceria das seguintes instituições: FUMDHAM, IPHAN e Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF). A programação girou em torno de promoção novamente de Oficina de Cerâmica, Oficina de Lítico e, também, Oficina de Pintura (a história da arte pré-histórica representada através da manipulação e experimentação de elementos do cotidiano).

Ainda fazendo parte desta programação ocorreu a Mostra Científica sobre o Museu do Homem Americano. A citada Mostra, que teve lugar no Anfiteatro do Museu, foi realizada por docente da UNIVASF e pelos discentes do Curso de Ciências da Natureza desta instituição.

Esses eventos são de suma importância para a visibilidade do Museu do Homem Americano, pois abrem espaço de diálogo entre o museu e seu público, chegando a uma ideia de museu mais democrático e preocupado com a sociedade. Sobre o exposto, encontra-se a reflexão de Figurelli (2011, p. 119) de que “um museu comprometido com sua sociedade priorizará ações que instrumentalizem seu público, contribuindo para o seu processo de desenvolvimento pessoal, através de experiências que privilegiem a aprendizagem.

Neste sentido, o Museu do Homem Americano vem trabalhando na promoção de eventos que permitam esse encontro entre museu e público e prossegue realizando projetos de aproximação, agora no contexto da 13ª Primavera dos Museus, que teve como tema *Museus por dentro, por dentro dos museus*, no ano de 2019, o Museu do Homem Americano promoveu atividades de visitação abrangendo especialmente estudantes da educação infantil, fundamental e médio (acompanhados por seus professores) e a Mostra Científica nos moldes da que foi descrita anteriormente.

As ações educativas realizadas pelo Museu do Homem Americano, que ultrapassam os limites do espaço físico e chegam a locais públicos, objetivam chegar mais perto do público e fazer com que este esteja mais perto do museu. É comum se deparar com pessoas que têm medo de entrar no museu, reconhecidos como “templos da cultura” (Barbosa, 2012, p. 4), por não se sentirem parte daquele espaço e por não se sentirem representadas.

Nessa linha de reflexão, fica evidente a importância de iniciativas que ultrapassam os limites físicos do museu para a divulgação do patrimônio cultural deixado pelos povos pré-históricos na região especificamente no caso do Museu do Homem Americano.

6 Considerações Finais

O presente trabalho teve como objetivo refletir sobre o Museu do Homem Americano como aliado no processo de conhecimento, estudo e fruição da arte rupestre a partir da descrição de ações de educação museal desenvolvidas para esta finalidade.

O referido museu desenvolve programações de educação museal por meio da realização de palestras e oficinas, coadunando com as propostas anuais do IBRAM em alusão ao Dia Internacional dos Museus, celebrado em 18 de maio, à Semana de Museus e à Primavera dos Museus.

Tratam-se de ações que visam, no contexto do Museu do Homem Americano, fazer com que a arte rupestre esteja mais próxima do público, constituindo-se, enquanto instituição não formal, aliada da educação formal.

Assinala-se que as ações educativas no museu – oficinas, palestras, ações em praças públicas - tendem a ampliar sua importância, visibilidade e o seu reconhecimento, em compasso com a sua função social e educativa, de modo que o museu seja visto como espaço de ensino e aprendizagem na construção de conhecimento significativo que provoque no visitante o sentimento de identificação e pertencimento.

Bibliografia

Angeli, Margarida Nilma Barreto. (1993). *Museus por teimosia - uma análise da utilidade dos museus*. Dissertação (Mestrado). Campinas: FE- Unicamp.1993. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/252154>. Acesso em: 03 jun. 2020.

Barbosa, Ana Mae *et al.* (org.). (2012). *Inquietações e mudanças no ensino da arte*. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

Barbosa, Ana Mae. (2012). *Arte educação no Brasil*. São Paulo: Perspectiva.

Barbosa, Ana Mae. *Arte, Educação e Cultura*. E-book. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/mre000079.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2020.

Carvalho, Cristina. (2016). *Quando a escola vai ao museu*. Campinas- SP: Papirus, 2016.

Chiovatto, Milene. (2019). Debates sobre a definição de museu – Conferência Geral do ICOM 2019. *Blog Repensando Museus*. Disponível em: <http://repensandomuseus.blogspot.com/>. Acesso em: 06 maio 2020.

Costa, Luciana Ferreira da. (2017). *Museologia no Brasil, século XXI: atores, instituições, produção científica e estratégias*. Tese. (Doutorado em História e Filosofia da Ciência) – Universidade de Évora, Portugal. Disponível em: <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/21966/1/Doutoramento%20-%20Hist%C3%B3ria%20e%20Filosofia%20da%20Ci%C3%A2ncia%20-%20Museologia%20-%20Luciana%20Ferreira%20da%20Costa.pdf>.

Costa. Heloisa Helena Fernandes Gonçalves da; Wazenkeski, Verlaina Fátima. 2015. A importância das ações educativas nos museus. *Revista Ágora*, Santa Cruz do Sul, 17 (2), 64-73, jul./dez.

Coli, Jorge. (1995). *O que é arte*. São Paulo: Brasiliense.

Chagas, Mario de Souza. (2003). Imaginação museal: museu, memória e poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Chagas, Mário de Sousa *et al.* (2010). Museus e públicos jovens: percepções e receptividades. *Revista Museologia e Patrimônio*, 3 (1), jan./jun. Disponível em: <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/94/120>.

Cury, Marília Xavier. (2005). Museologia - marcos referenciais. *Cadernos do CEOM*, 18 (21), 45-74, Retrieved december, 20, 2015, from <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/2271/1353>.

Cury, Marília Xavier. (2006). Comunicação museológica em museus universitários: pesquisa e aplicação no Museu de Arqueologia e Etnologia- USP. *Revista CPC*, São Paulo, n. 3, p. 69-90, nov./dez. 2007. Disponível: <https://doi.org/10.11606/issn.1980-4466.v0i3p69-90>. Acesso em: 20 maio 2020.

Desvalées, André; Mairesse, François. (2013). *Conceitos-chaves da Museologia*. São Paulo: Armand Colin. Disponível em: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Conceitos-ChavedeMuseologia_pt.pdf. Acesso em: 20 maio 2020.

Duarte Cândido, Manuelina Maria. (2014). Museus e Museologia: compassos e descompassos. In: Manuelina Duarte Cândido. *Gestão de museus, um desafio contemporâneo: diagnóstico museológico e planejamento*. 2. ed. Porto Alegre: Medianiz.

Figurelli, Gabriela Ramos. Articulações entre educação e Museologia e suas contribuições para o desenvolvimento do ser humano. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio*, v. 4, n. 2, 2011. Disponível em: <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus>. Acesso em: 20 maio 2020.

Fávero, Osmar *et al.*(org.). (1980). *Tipologia da educação extra-escolar*. Brasília: Fundação Getúlio Vargas, 1980. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/me002520.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2020.

Fundação Museu do Homem Americano. Disponível em: <http://fumdham.org.br/>. Acesso em: 20 maio 2020.

Gonçalves, Rosa Maria. *Do outro lado do espelho: fundamentos teórico-poéticos para o Museu do Homem Americano*. Rio de Janeiro, 2016. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: http://www.unirio.br/ppg-pmus/rosa_maria_goncalves.pdf. Acesso em: 20 maio 2020.

Instituto Brasileiro de Museus. (2012). *Educação museal: experiências e narrativas*. Brasília: IBRAM.

International Council of Museums. (2019). *Museum definition*. Paris. Retrieved from: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>.

Jacobucci, Daniela Franco Carvalho. (2008). Contribuições dos espaços não-formais de educação para a formação da cultura científica. *Extensão*, Uberlândia, v. 7, 2008. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/791a/abac9b61c411df46cdea4a1501c1a32d656a.pdf>. Acesso em 03 maio 2020.

Leite, Maria Isabela; Ostetto, Luciana (org.). (2005). *Museu, educação e cultura: encontros de crianças e professores com a arte*. Campinas-SP: Papyrus.

Libânio, José Carlos. (2006). *Didática*. São Paulo: Cortez.

Poulot, Dominique. (2013). *Museus e Museologia*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Proença, Graça. (2003). *História da Arte*. 16 ed. Rio de Janeiro: ed. Ática.

ISBN 978-989-8797-47-6

