

## **A crise de identidade do museu: Ensaio sobre o “ser ou não ser” dos museus.**

*Nilo Cerqueira*<sup>1</sup>

### **Primeiro Capítulo: O advento do Museu O ato de colecionar “The Heritage” – A primeira imagem.**

O fato de colecionar coisas não é um advento novo para o homem, desde a idade antiga que o homem coleciona coisas e lhe atribui valor, significado, por infinitas razões, seja afetivo, cultural, material e nos dias de hoje não é diferente, coleciona-se de um tudo: amores, desilusões, fortunas e até dívidas.

Mas decerto, o que torna o ato de colecionar importante é uma espécie de sentimento, uma significação para aquele que coleciona, e em muitos dos casos com o intuito de ser transmitido para uma geração futura o que aquela coleção significou para o seu colecionador.

No entanto, soa despropositada a boa intensão que pareça ter no ato de colecionar. O colecionador cerceia as correlações que abranjam o coletivo, que não só o das peças, mas, o do permitir o acesso ao outro, ao alheio. Colecionar

---

<sup>1</sup> Nilo Cerqueira é Doutorando em Sociomuseologia da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia. Master em Marketing e Branding e licenciado em Design.

remete a um seio privado e particular. No termo coleção, não se admite que seja imputado atributos tais como: compartilhar, dividir, repartir.

Evidentemente que as coleções e os colecionadores não são iguais e estes foram classificados numa proposta apresentada por Hernández (1998) que define os perfis de colecionadores, a partir do sec. XVI.

*“...Algunos autores distinguen una jerarquización o especialización dentro del mundo del coleccionismo:*

*a) Los primeros coleccionistas del siglo XVI o “curiosos” reunían cosas raras e insólitas, a veces, verdaderos juegos de la naturaleza.*

*b) Más tarde, aparece el “amateur”, cuyo criterio de elección es su propio placer o ,al menos, la contemplación de la belleza del objeto.*

*c) El coleccionista propiamente dicho. Éste será el grado más avanzado, más culto y más especializado. Desea reunir series de colecciones y va a la búsqueda del objeto que le falta para completar dichas colecciones (Henandez H. F. 1998)*

É possível ir além do que Henrnanéz (1998) no conceito de hierarquização do mundo colecionismo, nota-se que em sua grande maioria, os colecionadores eram pessoas influentes, que compunham a camada das elites e que detinham tais objetos colecionáveis, como uma exaltação as suas convicções, pelo objeto em que colecionavam, e sobre tudo, distinguiam-se por tal mérito, constituindo desse modo uma espécie de *status quo* para os colecionadores.

Assim, nesse espectro, foram forjados inúmeros insumos para a maioria dos hoje, museus, mas ontem, objeto

de mais pura compulsão, de status e demonstração de poder que se pode ter tomado nota.

Ademais, o que de fato leva a maioria das coleções a se tornarem compartilháveis é o fim que todos os vivos, humanos ou não, tem de maior certeza: A morte. Poderia ter demonstração mais evidente do egoísmo dos colecionadores, senão este? Pois, a partir do que poderia ser um final trágico, abre-se nova possibilidade para que tal coleção se torne parte de uma historia que certamente, tem a ver com muitos dos que nem imaginariam que tais objetos pudessem ter existido e sido colecionados. E a maioria dos grandes museus não foge a essa regra.

O British Museum foi fundado em 1753 e foi o primeiro museu público do mundo, Sir Hans Sloane, um físico inglês, foi um colecionador de peças do mundo todo. Após sua morte, em 1753, ele deixou um acervo de 71 mil objetos para a nação britânica. Esse foi o princípio do acervo do British Museum.

Especialmente para o museu, para o ato de musealização da coleção é segundo Cardoso:

*“...transformar o património numa representação de modo a ser possível entrar na memória e a ter acesso pela Cognição. Não se consegue fazer esse trabalho de passagem para o cérebro, ou para uma base-de-dados artificial e externa, sem uma ajuda exterior. É necessário, para colocar em memória aquilo que foi culturalmente seleccionado como património, fazer um trabalho auxiliar que não está inscrito nos automatismos genéticos. Só assim os «objectos/documentos/ usos seleccionados para serem Património» são capazes de entrar na Memória. Ao conjunto de tarefas e acções que constituem esse auxílio chamamos*

*‘processo de musealização’ ou ‘museologia.’ (Manuel-Cardoso p245, 2011).*

De modo que após o processo de musealização, o fato de colecionar coisas e lhe atribui valor, significado, pareçamos mais afável, tornando-o objeto museal. Tal coleção passa a ser propriedade do coletivo, propriedade do todo, e não da parte, ou da exceção, como fora antes de ser musealizado. Cabe ao museu, a partir deste ponto, dar devido retorno, enquanto entidade, instituição, como em sua própria definição do ICOM o faz.

Portanto, a crise de identidade do museu, começa logo no momento de sua concepção, pois a partir do momento que recebe do colecionismo uma *carga genética conceitual*, para a confecção da personificação de sua imagem, ou seja, receber características de seu “progenitor” entra em colapso, negando de modo incessável no discurso à genética colecionista, mas na prática, sendo um aperfeiçoamento dessas práticas, de modo institucionalizado. Ou de forma patológica, nasce o museu acometido de: *má formação conceitual* tendo como principais sequelas, *bipolaridade conceitual*.

Ou como conceituaria a antropologia em *Poutignat*:

*“O realce da identidade étnica exprime-se, assim, inicialmente através de um rótulo étnico entre outros meios possíveis de identificação das pessoas. É apenas depois de ter selecionado esse rótulo [...] que os comportamentos, as pessoas, os traços culturais que eles designam surgem quase naturalmente como “étnicos”.” (POUTIGNAT e STREIFF-FENART, 1998, p.129).*

Como se o fato de perceber-se diferente do que gostaria de ter sido, o diferenciasse de quem é, mas após a

percepção de que realmente pertence ao que julgava não pertencer, torna-se ao que de início já se propunha, de forma esperada, carregada com DNA, mas com o se fosse característica adquirida pelo ambiente.

Adaptando a conjuntura que esta posta em relação à imagem e a identidade dos museus e convergindo para a realidade empresarial, pode-se taxinomizar em (Tavares C. M. 1998 ) aludindo os conceitos de imagem, sem perdas, para as questões abordadas.

*“...O conceito de imagem (...) estava vinculado à constatação de que os consumidores compram os produtos não somente por seus atributos e funções físicas. Os significados que lhes são conferidos pela marca são igualmente importantes. A imagem , nessa perspectiva, significava personalidade, e os produtos, como as pessoas, têm personalidade.” ( Tavares, C. M. p64, 1998.).*

Ora, fica claro que o sentido de imagem proposto por Tavares, está indubitavelmente condizente com as proposições abordadas. O fato de a coleção ter peso significativo, tornando-se, patrimônio e musealizada posteriormente, está intimamente ligado ao nome do colecionador e ao que sua personalidade imputa sobre sua história e acervo.

*“As relações de empresa com seus públicos e a forma como esta trata das questões ambientais ocorrem em vários níveis, que correspondem às suas várias perspectivas de imagem. No primeiro nível, a imagem é formada a partir de como a empresa delineia sua estratégia e estabelece suas*

*políticas relacionadas a produto, preço, distribuição e promoção. (Tavares, C. M. p64, 1998.).*

Neste ponto, pode-se destacar com mais impacto duas questões: A distribuição, neste caso a “*praça*”, nomeadamente o local em que se constitui o espaço do museu. E a promoção, neste caso os meios para comunicar o que se propõe.

Para o primeiro, observa-se que os locais para os quais se destinaram a abrigar os museus, em sua grande maioria eram antigos palácios, locais de porte, e que eram ou ainda são, demonstrações de poderio e riqueza. De modo que tomar-se o exemplo do Louvre, abrigado no Palácio Louvre. Como tornar o ideal de “aberto a todos” e “arte ao acesso de todos” quando a condição da sua maioria não reflete a grandiosidade e riqueza de seu palácio?

E isso torna ainda mais perceptível, quando abordamos o segundo ponto, a promoção, ou melhor, a veiculação desse livre acesso e por consequência este acesso à arte. Como promover este estado da arte, em meio ao caos de uma pós Revolução Francesa?

*“No segundo nível estão às impressões deixadas por seus empregados, vendedores, aparência de escritório, fábricas, etc.” (Tavares, C. M. p64, 1998.).*

Se as impressões deixadas pelos 4 tópicos mais importantes nessa comparação com o mundo empresarial, o que o *Marketing* chama de *Marketing Mix: Preço, Praça, Promoção e Produto* não derem conta de afastar os candidatos visitantes, decerto que o “atendimento” fará esse favor.

Não que isto venha a ser proposital, mas se a conjuntura vai mal, se tantos outros aspectos não colaboram para a imagem do museu, a forma de atender este visitante certamente também estará equivocada, tanto no passado, como nos dias de hoje.

Ainda que tenha havido avanços na mudança da concepção de “visitante” e de “atendimento” o fato é que os museus ainda não se enquadram como prestadores de serviço, e a questão sempre estará em torno de outros propósitos que não o da qualidade ao atendimento, como uma empresa se propõe a ter.

Não obstante, o que se propõe não é a comercialização de serviços em detrimento da “visita espontânea” nem do cliente em detrimento do “visitante”, mas sim de uma relação conceitual e prática que de o museu enquanto instrumento de conhecimento, seja, de fato instrucional. E não resta outro meio para tornar o museu indiscutivelmente funcional para esta atividade, senão por meio de sua *empresarialização* se assim couber tal neologismo.

*“No terceiro nível estão as consequências das relações com os vários públicos com os quais lida, direta ou indiretamente, tais como imprensa, líderes de opinião, comunidades, fornecedores, intermediários e concorrente etc.” (Tavares, C. M. p64, 1998.).*

No terceiro nível é possível aludir mais claramente, no que tange a forma como o museu lida ambigualmente, com sua identidade (entre o privado e o compartilhado, entre a elite o povo) e com seu público, pois, de modo que abertamente se propõe a ser uma casa de conhecimento aberta ao público, mas que de fato, em sua concepção expográfica, na linguagem que aborda, e nos meios que utiliza para comunicar sua essência – objeto museológico – core business – identidade são excludentes e distantes de sua catarse, desejada até os dias atuais em seus mais diversos meios de buscá-la.

## Segundo Capítulo: A imagem pretendida.

Desde os antigos museus gregos, templos dedicados às musas, passando pelos tesouros dos conventos da Idade Média e posteriormente as coleções reais, a acumulação de objetos e de obras de valor, até ao museu propriamente dito, promovido pelos XVIII e início do XIX teve como denominador comum à conservação de produtos representativos de diversas épocas da humanidade e, como consequência, a transmissão da cultura de século em século. Até ai nenhum dado a acrescentar.

Mas o que tem em comum esses recortes temporais da mesma “instituição” é o fato de em todos esses períodos a busca por uma imagem que definisse o que seria um museu.

Na Grécia a imagem a ser entalhado dos *Museion*, o que seria o conceito de museu, era de um local de ensinamentos e habitat das *MUSAS* seres mitológicos capazes de inspirar as artes e as ciências. Ora, o conceito mitológico alude a uma concepção fantasiosa, dogmática, religiosa e mítica como o próprio nome refere-se. A Grécia então figuraria como a imagem sublime, a qual serviria de inspiração para o que vira a ser a ideia de imagem de museu.

Na idade média não muito diferente, o conceito não provinha ainda de um espaço para abrigar obras de arte, predominava a época o colecionismo a presença de *Patronos e Mecenas* provedores da música, teatro, dança e artes plásticas à época objetos de ostentação e demonstração de poderio. Ou seja, instrumentos que serviam para manipular a sociedade. Surge então o a visão de mais valia para no ato de colecionar, esta, a ser compartilhada por longa data, nos prelúdios museais.

O conceito de museu moderno só surge em Basileia em 1671 sec. XVII o primeiro museu universitário, e na Inglaterra, em 1683, aquele que é considerado o primeiro museu

moderno com objetivo declarado de educar o público, o Museu Ashmolean, criado pela Universidade de Oxford. Aqui surge o primeiro ideal libertador, dos moldes colecionistas, mais inspirado na concepção grega.

E no séc. XX em meados da década de 50 precisamente em 1946 surge a ICOM (*International Council of Museums*) fundada por Chauncey J. Hamlin, seu primeiro presidente. E a partir daí as definições consensualizadas dos conceitos de museu e das proposições de missão, visão, imagem e identidade que os museus deviam ter.

*“Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição.*

*(a) A definição de museu supracitada deve ser aplicada sem quaisquer limitações resultantes da natureza da entidade responsável, do estatuto territorial, do sistema de funcionamento ou da orientação das colecções da instituição em causa.*

*(b) Para além das instituições designadas "museus", são abrangidos por esta definição:*

*(i) os sítios e monumentos naturais, arqueológicos e etnográficos e os sítios e monumentos históricos com características de museu pelas suas actividades de aquisição, conservação e comunicação dos testemunhos materiais dos povos e do seu meio ambiente;*

*(ii) as instituições que conservam colecções e expõem espécimens vivos de vegetais e animais, tais como jardins botânicos e zoológicos, aquários e viveiros;*

- (iii) os centros científicos e planetários;*
- (iv) as galerias de arte sem fins lucrativos; os institutos de conservação e galerias de exposição dependentes de bibliotecas e arquivos;*
- (v) as reservas naturais;*
- (vi) as organizações internacionais, nacionais, regionais e locais de museus, as administrações públicas que tutelam museus de acordo com a definição supracitada;*
- (vii) as instituições ou organizações sem fins lucrativos que desenvolvem actividades de conservação, investigação, educação, formação, documentação e outras relacionadas com museus e museologia;*
- (viii) os centros culturais e outras instituições cuja finalidade seja promover a preservação, continuidade e gestão dos recursos patrimoniais materiais e imateriais (património vivo e actividade criativa digital);*
- (ix) quaisquer outras instituições que o Conselho Executivo, ouvido o Conselho consultivo, considere como tendo algumas ou todas as características de um museu, ou que proporcione aos museus e aos profissionais de museus os meios para a investigação na área da Museologia, da educação ou da formação.”*

*(Extraído do Artigo 2º dos Estatutos do ICOM, adoptados na 16ª Assembleia Geral do ICOM (Haia, Holanda, 5 de Setembro de 1989) e alterados pela 18ª Assembleia Geral do ICOM (Stavanger, Noruega, 7 de Julho de 1995) e pela 20ª Assembleia Geral do ICOM (Barcelona, Espanha, 6 de Julho de 2001).*

Em 2005 o ICOM rearranja sua definição de museu para:

*"Uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade". ICOM 2005.*

E em 2007 mais uma vez adapta seu conceito de museu de acordo com os Estatutos do ICOM, adotada durante a 21<sup>a</sup> Conferência Geral, em Viena, Áustria, em 2007:

*Um museu é uma organização sem fins lucrativos, instituição permanente a serviço da sociedade e seu desenvolvimento, aberto ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e exhibe o patrimônio tangível e intangível da humanidade e de seu ambiente para fins de educação, estudo e diversão.*

Mas ocorreram, entretanto, algumas mesas-redondas do ICOM, com algumas definições para além do que propunha o Estatuto do ICOM, considerando *princípios de base do museu integral*, se adequando muito mais para o que pode-se dizer como uma espécie de “missão empresarial” ou de uma “imagem Institucionalizada mundial”.

*“...Que o museu é uma instituição a serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possui nele mesmo os elementos que lhe permitem participar na formação da consciência das comunidades que ele serve; que ele pode contribuir para o engajamento destas comunidades na ação,*

*situando suas atividades em um quadro histórico que permita esclarecer os problemas atuais, isto é, ligando o passado ao presente, engajando-se nas mudanças de estrutura em curso e provocando outras mudanças no interior de suas respectivas realidades nacionais(...)Instituição ao serviço da sociedade, que adquire, comunica, e notadamente expõe, para fins de estudo, conservação, educação e cultura, os testemunhos representativos da evolução da natureza e do homem".*

( Declaração de Santiago do Chile, 1972).

Portanto:

*“As modernas tentativas de reforma do teatro oscilaram constantemente entre esses dois pólos, o da indagação distante e o da participação vital, correndo embora o risco de misturar os respectivos princípios e efeitos.”*

( Jacques Renière, p27,2010).

A busca pela plena definição dos museus e suas mais perfeitas atribuições caminhava para uma dicotomia básica, presente desde os primórdios: Platão e Aristóteles; Apollo e Dionísio; O bem e o mau; Ser ou não ser.

Em seu surgimento o museu ainda como *Museion* é sublime e virtuoso, espaço contemplativo, devoto do conhecimento e da educação. As voltas da idade média até o séc. XVII como Colecionismo, lhe acentua “The Heritage” recebida à *carga genética conceitual* depois, retorna ao *Concept Free art*, a partir da Revolução Francesa, mas não consegue através de sua linguagem e postura abraçar a sociedade. Retorna de um limbo de esquecimento, abandonado pela falência das elites, retoma o discurso

parafrazeando o Estado Novo... Em sua retomada a democracia em “do povo, para o povo e pelo povo”, suscitado pelo ICOM.

Será de fato que as idas e vindas conceituais acerca dos museus, não influenciam diretamente na imagem que a sociedade tem de museu? Ou melhor, a ausência de uma identidade, de um *core*, não faz do museu algo desacreditado do ponto de vista da reputação de sua imagem, em detrimento de suas proposições? O fato é que a verdadeira dicotomia, que tem prevalecido é: Um museu para as elites ou para o povo? Ser ou não ser, eis a questão.

### **A missão do museu**

E não distante da realidade empresarial, uma entidade criada em prol da defesa e manutenção de um patrimônio, forjado em objetos e colecionados num acervo, e estes a exporgrafia de sua essência mais gutural, havia também de exprimir isso através de um manifesto, afim de que todos pudessem tomar notas dos argumentos que o fariam perpetuar.

Em uma das reuniões do ICOM, mais precisamente em Caracas, 1992 uma definição de missão fora acordada:

*“...Que um museu tem determinada uma missão transcendental e única que exige dele conhecer as respostas às perguntas chaves tais como: para que existe? o que procura? para quem trabalha? com quem? quando? e como: (Declaração de Caracas 1992).*

Mas outras um tanto menos convencionadas em âmbito de concelho foram adotadas, um exemplo disto foi na França, no Museu do Louvre, em Paris. Sua “missão”, "Aberto a todos desde 1793" está escrita em sua fachada. Durante a Revolução Francesa, começada em 1789, ano em que o

Palácio abriu suas portas pela primeira vez como museu. Também figura como sua missão, tornar a arte acessível ao público.

Diante deste manifesto, embebido num tema de Revolução Francesa, e do outro, uma convenção internacional de museus, cabe uma reflexão, que não deslegitima as intenções do museu, mas conduz para uma análise, de quão exitosa é a sua missão e se tais contributos podem ser realmente aplicáveis e percebidos, respondendo assim a questões cruciais como: *Para que existe? O que procura? Para quem trabalha? Com quem? Quando? Como?* .

Será mesmo que o fato de está aberto a todos desde 1793 e o “desejo” de querer que esta arte esteja acessível ao público torna de fato isso uma realidade? Ou será que os seus números de visitantes, são por um indubitável apoio da mídia em torno de um ou outro acervo consagrado pelas altas cúpulas da critica da arte?

Responder a estas questões cruciais está a contento das demandas sócias mais emergentes? Torna-se cabal para a existência de um museu dar fim às duvidas preliminares de um *5w1h* ( *What, Who, Where, When, Why, How* ) ?

Este paragrafo não pretende ser a resposta para o que de fato ocorre no Louvre, e este artigo fica também a quem desta intenção, mas ele por si só cumpre o papel de imputar uma reflexão, quanto ao mote, que aproxima os cidadãos comuns a esses centros de preservação da memória e do patrimônio.

O museu tem que ler, e traduzir todo o pertencimento que carrega em sua essência, aquilo que o torna para si e para os seus, motivo, de sua existência, de relevância, de identidade. Sua linguagem tem afagar o que tão longínquo pareça ser a relação que exista em seu mais sombrio visitante, do modo que esta também contemple seu mais resplandecente defensor e mantenedor e colaborador de sua existência.

De modo que tal circunstancia não é exclusividade dos museus, este cenário perpassa outras atividades igualmente importantes, e que também é assolada por tal crise, isto pode ser notado neste trecho:

*“...Mas num teatro, exatamente como num museu, numa escola ou na rua, nada existe que não sejam indivíduos que traçam o seu próprio caminho pelo meio da floresta das coisas, dos actos e dos signos que lhes surgem pela frente ou que os rodeiam. O poder comum aos espectadores não tem a ver com a respectiva qualidade dos membros de um corpo coletivo ou com qualquer forma específica de interatividade. É antes o poder que cada um ou cada uma tem de traduzir à sua maneira o que percebe, de ligar o que percebe à aventura intelectual singular que os torna semelhante a todos os outros na medida em que essa aventura singular não se assemelha a nenhuma outra. Este poder comum da igualdade das inteligências liga os indivíduos entre si, fá-los proceder à troca das suas atividades intelectuais, ao mesmo tempo em que os mantém separados uns dos outros, igualmente capazes de utilizar o poder de todos para traçar o seu caminho próprio.”( Jacques Renière, p27,2010).*

O que está a ser posto é preciso emancipar a o espectador:

*“A emancipação intelectual é a verificação da igualdade das inteligências. Esta igualdade não significa um igual valor de todas as manifestações da inteligência, mas a igualdade da inteligência relativamente em si mesma em todas as suas*

*manifestações. Não há dois tipos de inteligência separados por um abismo.”*

( Jacques Renière, p27,2010).

### **Terceiro Capítulo: A não-imagem**

A não-imagem, a não-verdade, o não-matéria. Esses não são os antônimos do que o substantivo quer explicar, mas são o que de fato, descende do seu teor mais puro. A não-imagem dos museus modernos, é o simples fato de não ser a imagem pretendida que se tanto buscou, e busca essa em verdade mais contemporânea.

Os museus não estavam preocupados com a sua imagem ou algo parecido, na verdade o que de fato, é que a sombra que sempre pairou sobre os museus, era de fato, a do egoísmo colecionistas, herança que ficou para os museólogos. E a finalidade? Sempre a mesma, servir para o entretenimento das elites e com uma demonstração de status e envergadura cultural.

Se fizermos um esforço, no intuito de elucubrar sobre imagem e suas representações e significados, teremos algumas contraposições em relação ao real, ao interpretativo, ou leituras das imagens; o simbólico.

A i-ma-gem latim imago, -inis, representação, forma, imitação, aparência. No que respeita à sua materialidade estabelece-se uma primeira distinção entre imagens materiais e não-materiais. Podendo em sua referencia espacial estabelecer-se uma distinção entre imagens bi-dimensionais e imagens tri-dimensionais, ainda concerne à temporalidade das imagens é necessário proceder a uma separação entre imagens estáticas e imagens móveis, e em sua intenção sêmica concerne a distinção efectuar-se-á entre imagens representativas e não-representativas; e finalmente, no atinente às suas condições de produção a oposição

estabelece-se entre imagens produzidas por meios mecânicos e imagens produzidas por meios humanos.

Quando partimos pra avaliar a imagem sob outros prismas, há um espectro ainda mais interessante que sua natureza metafísica.

A imagem como resultado de determinadas ações. A imagem como um somatório das nossas atitudes, comportamentos, é um misto do que fomos (passado) do que somos hoje (presente) e do que queremos ser (futuro). E esse somatório é imputado uma reputação, boa ou ruim em detrimentos dessas análises, no aspecto de uma “primeira impressão” e no decorrer manutenção dessa imagem.

Segundo Tavares 1998, é possível categorizar essas imagens dentro de algumas categorias, mas estas se referem sob a condição mercadológica, são elas: Corporativa; a da classe do produto; de marketing; da marca; do produto; e a do usuário da marca.

Se fizermos um diagnóstico rápido da museologia e as suas imagens, refletidas por estes primas teríamos algo parecido com isso:

*“Imagem Corporativa é a categoria mais ampla e abrangente da imagem, é a que vários públicos têm, em termos gerais, da empresa como um todo. Pode ser conceituada como o resultado líquido das intensões de todas as experiências, crenças(...)” (TAVARES, p66, 1998.).*

Aplicando o conceito de imagem corporativa à museologia, pode-se ter o seguinte perfil: Instituição renomada, tradicional, que possui contributos importantes para a sociedade. A associação feita aqui é a de requinte, tradição, boa reputação e qualidade e renome. Porém este recorte generalista não condiz com o que de fato possa ser

percebido à quem não possui contato perrimamente com os museus. Será mesmo que a imagem corporativa dos museus vai bem, e que ainda recobre uma áurea fidalga sob o resplandecente passado da história dos museus? Talvez essa imagem tenha ficado presa apenas aos idealizadores de um museu, presidio de relíquias e bem inestimáveis ao alcance apenas de carcereiros, e de talvez alguns poucos visitantes, de certo que não juízes e promotores.

Decerto que essa imagem já não é mais a mesma. Os museus deixaram de ser inúmeras coisas, dentre elas esse espaço de aprisionar acervos, e deixa-los a salvos da curiosidade alheia ou ao educandário sedento.

O que se sabe mesmo é que, não é a imagem que foi preponderante para a que tivéssemos essa ideia de museu e museologia, mas sim o posicionamento que a museologia e os museus acabaram por estabelecer.

Posicionamento este que os museus quiseram pra si: Ser a menina dos olhos das elites, em todos os tempos desde a monarquia, depois da aristocracia, e burguesia.

Quando aos braços do povo se encontrara, não quisera, nem o povo, e nem o museu, se conformar com o fim que o esperara.

Coube então, a museologia buscar se reposicionar, não mais, como um espaço das elites, as mais contemporâneas já não perdem tempo em museus, mas buscar abrigo no estado, nas faculdades e principalmente, na sociedade intelectual emergente.

**Quinto Capítulo – O despertar para a sociedade. A retomada de consciência dos museus, ou a retomada da dominação?**

**Declarações do ICOM**

O séc. XX, mais precisamente nos anos de 40 e 50 foram marcados pelas definições e conceitos a despeito da museologia e mais propriamente dos museus, de modo mais consistente, ou melhor, foi marcada pelas *definições internacionais*. Diretrizes e planos de ação, que colocariam os museus numa nova rota, ou como diria [Malcolm Gladwell](#), a década de 50 seria o *Ponto da Virada*.

Um pouco mais tarde à criação do ICOM, outro passo importante nessa readequação da museologia e de suas atribuições, principalmente numa sociedade contemporânea é a Sociomuseologia, definida por Moutinho como:

*“A Sociomuseologia constitui-se assim como uma área disciplinar de ensino, investigação e actuação que privilegia a articulação da museologia em particular com as áreas do conhecimento das Ciências Humanas, dos Estudos do Desenvolvimento, da Ciência de Serviços e do Planeamento do Território.”* ( Moutinho, C.M. 2007.)

Desde a fundação do ICOM (*International Council of Museums*) as diversas reuniões feitas no intuito de estabelecer novos horizontes para a museologia, propondo de forma prática e deliberada, davam o tom de que algo era preciso ser feito.

A conjuntura já não era tão favorável aos museus e principalmente a distancia dos museus em relação aos reais “interessados” já colocavam em questão a sua verdadeira razão de existir.

Era uma demonstração clara de que a forma como estavam sendo conduzidos e principalmente, a forma como estavam sendo percebidas as instituições de preservação da memória, estava equivocada, do ponto de vista da imagem

pretendida, mas, não do amago egoísta de sua “Heritage” Colecionista.

No entanto inúmeros esforços foram feitos no intuito de recuperar a *imagem pretendida* que tanto preocupavam os museus de todo o mundo. E todos os esforços convergiam para uma postura pouco convencional, o que desespero podia ser notado sem a necessidade de maiores reflexões, era nítido que era preciso fazer alguma coisa para que fosse devolvida a reputação, que fosse retomado o lugar de grande importância, que um dia fora dos museus, os tempos áureos de glória, local das *Musas*, gozo dos colecionadores, demonstração de apreço pelo povo, berço dos artistas renomados, quintal da aristocracia, e depois burguesia comercial. Mas que até então, não passava naquele momento de local enfadonho, cercado de velharias sem importância, em que não se falam de outras coisas senão de mesquinhas e pequenez de tempos de outrora.

*“...Que é necessário abrir o museu às disciplinas que não estão incluídas no seu âmbito de competência tradicional, a fim de conscientizá-lo do desenvolvimento antropológico, socioeconómico e tecnológico das nações da América Latina, através da participação de consultores para a orientação geral dos museus.”* .( Declaração de Santiago do Chile 1972).

Quando e somente quando, a museologia precisou de outras disciplinas para ajudar numa possível condução, senão as disciplinas em que se atribuía no intuito de *musealiza-lá*?

Seria aqui um reconhecimento de que já não pode continuar da forma que está, de que são necessárias disciplinas para transversalizar o conhecimento e proporcionar à sociedade um conhecimento sedimentado? Ou uma estratégia pra retomada de uma condição soberana

da qual possivelmente, deva se recordar com, anseios de retorno?

Esses questionamentos dão conta de permitir, não, uma inquisição contra a museologia, mas de pensar quais são suas reais intensões para com comunidade, por conta de um passado, narrado mais acima, que nos mostram que nem sempre houve essa preocupação, e agora, em situação não muito privilegiada, os museus se mostram sensíveis, e comprometidos, uma vez que nem sempre isso foi de fato.

*“...Que os museus devem intensificar seus esforços na recuperação do patrimônio cultural, para fazê-lo desempenhar um papel social e evitar que ele seja dispersado (...) Que os museus devem tornar suas coleções, o mais acessível possível aos pesquisadores qualificados, e também, na medida do possível, às instituições públicas, religiosas e privadas...”.*

( Declaração de Santiago do Chile 1972).

*“...Que as técnicas museográficas tradicionais devem ser modernizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o objeto e o visitante; que o museu deve conservar seu carácter de instituição permanente, sem que isto implique na utilização de técnicas e de materiais dispendiosos e complicados, que poderiam conduzir o museu a um desperdício incompatível com a situação dos países latino-americanos...”* .( Declaração de Santiago do Chile 1972).

A questão não é não legitimar as novas proposições do museu, em mudar suas técnicas museográficas arcaicas, para que possa propiciar melhor comunicação com a geração Z, mas de perguntar o motivo disso não ter começado no auge.

Questionar a razão de ter no visitante o cerne de seus interesses, pois de nada valeriam os acervos senão pela curiosidade em conhecer algo, que fez parte da historia daquele objeto.

### **Nova Museologia**

Para falar da construção de uma nova museologia, é precioso situar esse momento com o que Hernández (2001), chama de “Nuevas orientaciones de la Museología”. E perceber que a mudança para nova museologia se dá pra a tentativa de efetivar um novo posicionamento afim de criar alma nova, tanto para os novos museus, principalmente para os mais velhos.

*“Na literatura existente sobre el tema y algunas realizaciones prácticas inducen pensar que la Meuseología se está separando del museo intuición, hasta el punto que los profesionales de los museos han comenzado a preguntarse si los teóricos de la Museología, en especial los miembros del ICOM, se interesam siempre por la práctica museológica y si la Museología puede presentar un interés práctico para los museos. Ello nos induce a interrogarnos sobre el por qué de este divorcio que poderíamos sintetizar em tres puntos:*

*1) Estamos assistindo a una serie de câmbios donde los planteamientos teóricos no se conrresponden com las realizaciones prácticas, sobre todo cuando aquellos tratan de aplicarse a instituciones aquilosadas. También exite gran dificultad em aplicar estas teorías a museos muy diferentes em tamaño, em contenido y em*

*funcionamento. Estas diferencias resultan mucho más acusadas si se intentan aplicar a nivel mundial.*

2) *Deficiencias de la política “oficial” en muchos países: escasez de presupuestos, falta de personal técnico y científico. Lagunas que se intentan paliar con participación del capital privado.*

3) *Y, finalmente, puede añadirse el miedo a perder lo que para algunos constituye la esencia del museo en tanto “santuario” de la obra de arte. Como dice Eugenio D’Ors( 1989:1):” conviene a um museo no cambiar a cada instante. El Museo de El Prado ha mejorado mucho, jutamente como consecuencia de haberse transformado poco”. ( Hernández, H. F p74. 2001).*

E então sob essa perspectiva vigora o novo momento da museologia moderna, agora com alcinha de Nova Museologia. Perspectiva essa que surge trazendo o estandarte de um novo conceito de museu. O chamado Ecomuseu é entendido pela Nova Museologia como um instrumento necessário a serviço da sociedade.

O conceito de integração entre museu e sociedade, de forma mais próxima é fruto dos esforços de Marcel Evrard com o apoio de Hugues de Varine-Bohan e de Georges Henri-Revière nos anos de 1971 a 1974.

A Nova Museologia surge quando se assume a dificuldade que os museus e a museologia tradicional tem de enfrentar as demandas sociais emergentes e na crise de identidade, que perdurara desde os *Museioms*.

*“Durante estos últimos años estamos asistiendo a una serie de cambios que han llevado al museo a una crise de identidad cuyas consecuencias son evidentes (...) Todas estas transformaciones a que*

*estamos asistiendo em el mundo de los museos, evidencian la existência de uma crisis de identidade de dicha institución.”(Hernández H. F. 2001)*

Acredita-se que na Nova Museologia, o museu possa se voltar para quem sempre deveria ter dado atenção e dedicação: A sociedade. Possibilitando acesso, diálogo e interação, de maneira constante e fluida, do mesmo modo em que, é via pela qual pode a museologia e o museu perpetuarem na sua significância, de modo prático e incisivo.

### **Os museus e as escolas**

A última cartada dos museus pra preservar sua pertinência na sociedade para além de suas argumentações existenciais e filosóficas, é apelar para uma geração Z e a parceria efetiva com as escolas. Esse é o momento para que a museologia e os museus possa de uma vez por todas efetivar como um espaço de conhecimento, um espaço divertido, interativo e que esteja cada vez mais próximo da sociedade.

Decerto que para os pais o museu ainda continua com a mesma rabugice de sempre, mas que numa odisseia tão cruel quanto à empregabilidade e cultura, que os faz esquecer o quão traumático era a ida ao museu, e passa a creditar as fichas nesses pequenos cidadãos, às expectativas tanto de pais, quanto da própria museologia, em fidelizar novos públicos sem as barreiras que as outras gerações tinham, uma vez que a nova museologia pretende corrigir o “lapso” ou a *Bipolaridade conceitual* na qual foi diagnosticada a velha museologia durante todo esse período.

De mãos dadas com as escolas possam trazer à sociedade a possibilidade que toda uma história de museus e museóloga não puderam ter do momento de agora pra trás.

Seja então o momento de emancipação do visitante em relação ao museu, que o gostoso da brincadeira não seja o fato de ganhar ou perder, mas o fato de reunir.

Em suma, que o valor do museu se dê pelos seus contributos efetivos a sociedade, que se dê pela dinâmica de relacionar-se com o seu público, e não pelo acervo que possui.

Esta seja a possibilidade do museu de se resignificar e mais, possa recobrar a consciência que desde sempre fora um abrigo da fruição de conhecimento.

### **Conclusão**

E então, tem-se aqui o momento de perceber que tudo que fora dito converge para o entendimento dos propósitos para uma nova fase da museologia, e que sua mudança seja de fato algo que possamos notar, para além de esforços no campo das ideias, mas que seja tão real quanto a os números de analfabetos e de pessoas sem acesso a informação e cultura, sombra está que ainda nos dias de hoje, insiste em encobrir a amedrontar as ações práticas, estas que serão a salvação não só dos museus, mas de todo organismo que se propõe a trazer a luz do conhecimento aos que necessitam, e aos que não julgam tal valor, se faça ser necessárias como, a água ao corpo humano.

Novamente recorrendo a Renière, em sua acertada reflexão sobre os espectadores do teatro, aplica-se sem ajustes ao que se deseja de um visitante ao museu.

*“...Necessitamos, pois, de um outro teatro, um teatro em que a relação optica passiva implicada pela própria palavra seja submetida a uma outra relação, aquela que está implicada numa outra palavra, a palavra que designa o que se produz em cena, o drama (...) É preciso um teatro*

*sem espectadores no qual quem assiste aprenda, em vez de ser seduzido por imagens, no qual quem assiste se torne participante activo, em vez de ser um voyeur passivo.” (Jacques Rancière 2010).*

Faz-se necessário a museologia, com o nome que desejar vir, seja com Nova, como velha, como Socio, é preciso REPOSICIONAR, mudar a ideia que a sociedade tem dos museus, mudar a frieza que percebida por quem lá chega.

*“ A imagem que se constrói de uma empresa decorre das impressões positivas, neutras e negativas(...) que cada um desenvolve a partir de seus contatos com ela e de seu contexto de atuação” ( Tavares C. M. 1998).*

Qual é a sua imagem de museu? Que tipo de imagem você quer para o seu museu?

### **Bibliografia**

ICOM – Declaração de Santiago do Chile, 1972.

ICOM – Declaração de Quebec, 1984.

ICOM - Declaração de Caracas, 1992.

ICOM – Declaração de Lisboa, 1994.

Gladwell M. - O ponto da virada, Ed. Sextante, 2009, São Paulo.

Hernandéz H. F. Manual de Museologia, Ed. Síntesis, Espanha, 1994

Manuel-Cardoso P. – A Cultura perante o Património 2011, Pós-Doutoramento – Universidade de Lisboa.

Manuel-Cardoso P. – Antropologia e Património: Olhar a Realidade, no Tempo, perante os Agentes - Problemáticas

da Antropologia – 09/01/2012 – Ciclo de Estudos de Doutorado em Antropologia – UNL/FCSH.

Moutinho, C.M. Definição de Sociomuseologia ,XIII Atelier Internacional do MINOM, Lisboa Setúbal, 2007. -

POUTIGNAT, Philippe e STREIFF-FENART, Jocelyne. Teorias da Etnicidade.

São Paulo: UNESP, 1997.

Rancièrre, J. – O Destino das imagens Ed. Orfeu Negro, 2010, Lisboa.

Rancièrre, J. - O Espectador emancipado, Ed. Orfeu Negro, 2010, Lisboa.

Ries A. , Trout J. – Posicionamento A batalha por sua mente , Ed. Makron books. 2002 São Paulo.

Tavares, C M. – A força da Marca – ed.harba, 1998, São Paulo.

**Sites:**

<http://grandesmuseus.folha.com.br/livro-5.shtml>

<http://www.icom->

[portugal.org/documentos\\_dm,129,153,lista.aspx](http://portugal.org/documentos_dm,129,153,lista.aspx)

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu>

<http://www.ashmolean.org/about/historyandfuture/>