



XXII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXII ENANCIB

ISSN 2177-3688

GT-9 – Museu, Patrimônio e Informação

DA TEORIA À PARTICIPAÇÃO: NAVEGANDO RUMO A UM MUSEU ABERTO

FROM THEORY TO PARTICIPATION: NAVIGATING TOWARDS AN OPEN MUSEUM

Mariana Upegui Rigoli. UNIRIO/MAST.

Julia Nolasco Leitao de Moraes. UNIRIO/MAST.

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: A partir de levantamentos bibliográficos e da subsequente articulação de conceitos centrais da Teoria da Museologia, este trabalho propõe uma reflexão sobre a participação dos públicos como meio e como método para a construção de museus abertos e dialógicos. Como resultados, e partindo do entendimento das exposições como meio e não como um fim do museu, discute a tríade musealização, musealidade e musealia, a partir de uma ótica social que viabiliza a reatribuição de valores a partir da presença dos públicos nas tomadas de decisão sobre o que é, foi ou será musealizado. Na sequência, discute sobre o próprio conceito de públicos, na mesma medida em que coloca em escrutínio as culturas institucionais menos ou mais receptivas à esta ingerência. Por fim, questionando os fazeres verticalizados, hegemônicos e restritos, provoca sobre que museus se pretende construir quando metodologias fechadas e encerradas em si mesmas são reiteradas, e quanto potencial é desperdiçado neste movimento de clausura narrativa.

Palavras-Chave: Participação. Exposições. Musealidade. Culturas Institucionais.

Abstract: Based on bibliographic surveys and the subsequent articulation of central concepts of Museology Theory, this work proposes a reflection on public participation as a means and as a method for the construction of open and dialogic museums. As a result, and based on the understanding of exhibitions as a means and not as an end of the museum, it discusses the triad musealization, museality and musealia, from a social perspective that enables the reassignment of values from the presence of the public in decision-making about what is, has been or will be musealized. Next, it discusses the very concept of publics, to the same extent that it scrutinizes institutional cultures that are less or more receptive to this interference. Finally, questioning vertical, hegemonic and restricted actions, it provokes which museums are intended to be built when closed and self-enclosed methodologies are reiterated, and how much potential is wasted in this movement of narrative closure.

Keywords: Participation. Exhibitions. Museality. Institutional Cultures.

1 INTRODUÇÃO

Refletir sobre museus mais abertos e participativos tem sido o grande desafio contemporâneo, seja da Museologia, seja das próprias instituições. Como maneira de



contribuir para esta discussão, apresentamos neste escrito alguns conceitos centrais que, em articulação, podem mostrar rotas para a construção de museus que baseiam suas ações no diálogo e na recepção e acolhimento do diverso, do Outro. Para isto, buscou-se partir de vertentes da Teoria da Museologia, cuja essência se baseia no fator e dimensão sociais dos museus.

Conscientes de que nestas poucas páginas não seríamos capazes de esgotar o assunto, partimos da “tríade museológica” (CURY, 2020), musealização, musealidade e musealia, para, mais do que entregar respostas, produzir provocações acerca da participação nestas instâncias, tradicionalmente tão herméticas e encerradas ao “fazer” e “pensar” museus, distantes dos olhares ou vozes dos públicos.

2 DESENVOLVIMENTO

Se há algum – não muito – tempo discutia-se a Museologia como uma “técnica de museus”, por exemplo como expresso no título do *Museological Working Papers – MuWop* número 1: “Museologia: disciplina ou trabalho prático?” (ICOFOM, 1980), hoje é profícua uma mudança nas órbitas deste campo: antes, com o foco voltado aos objetos, agora os olhos tendem a se voltar às relações estabelecidas diante da memória, da presença, da (auto)representação: são as sociedades, passadas, presentes e futuras, que constroem o museu e estabelecem afetividades que significam, ressignificam e justificam os museus.

Estes olhares começaram a ser modificados e deslocados ao fim da década de 1960, momento de uma “crise do museu” (CRIMP, 2005; SOARES, 2009), quando alguns autores e artistas declaram sua “morte”, e têm na Mesa Redonda de Santiago do Chile, em 1972, um marco de sistematização de novos preceitos extensamente reconhecidos para o campo. Diversos eventos se sucederam e as discussões acerca tanto dos modelos conceituais, quanto das tipologias de museus e suas relações com as sociedades, tomaram novos contornos que implicaram diretamente, e de maneira global, no fazer, no saber e no pensar da Museologia.

Já na década de 1980, o “fato museal” ou “fato museológico”, conceito desenvolvido por Waldisa Rússio Guarnieri, propõe a centralidade do ser humano na constituição da relação com o objeto e também com o próprio museu:

O fato museológico é a relação profunda entre o homem – sujeito conhecedor –, e o objeto, parte da realidade sobre a qual o homem igualmente atua e pode agir. Essa relação comporta vários níveis de



consciência, e o homem pode apreender o objeto por intermédio de seus sentidos: visão, audição, tato etc. Essa relação supõe, em primeiro lugar e etimologicamente falando, que o homem “admira o objeto” (GUARNIERI, 1981).

Neste mesmo escrito citado acima, o MuWoP número 2, com o título “Interdisciplinaridade na Museologia”, desenvolvido no âmbito do International Comitee for Museology – ICOFOM, instância que se insere no International Council of Museums – ICOM, a autora mostra a importância de aprofundar-se nos componentes constitutivos do fato museal: relação, homem, objeto e o museu – em si mesmos.

Assim, a relação está ligada à “‘percepção’ (emoção, razão), envolvimento (sensação, imagem, ideia) e memória (sistematização das ideias e das imagens e suas relações)” (GUARNIERI, 2010); o homem, que deve ser considerado ética e filosoficamente, bem como em “suas relações com os outros grupos humanos e sociais (em nível psicológico, sociológico, político, histórico etc.)” (Ibid.); o objeto, que além de exigir estudos que componham sua identificação e conservação, “depende de diferentes disciplinas científicas para ser corretamente identificado, estudado e comunicado” (Ibid.) como testemunhos da humanidade e seu meio. Por fim, o museu, que inseridos em seu espaço, a relação entre homem e objeto “depende não somente da comunicação das evidências do objeto, mas também do recinto do museu como agente da troca museológica” (Ibid.).

Ao considerar estes elementos, a relação e a ação do museu como “agente de troca” ocorrem especialmente através das exposições, estas que a partir da segunda metade do século XX passam a ser compreendidas como o meio comunicacional dos museus e não fim ou finalidade de suas ações. Sendo meio, carregam em si toda a potência e a potencialidade de seus processos e desdobramentos. Encaradas como fim, desperdiça-se o profícuo canal de escuta e trocas, estabelecido em todo o caminho até sua realização. É neste lugar que o contato de universos e realidades é compreendido como um ato interpretativo (PADRÓ, 2003), criativo e, principalmente, dialógico, indo além de ocorrências factuais ou da ordem da comunicação unilateral e verticalizada emitida pelo museu.

María Bolaños Atienza (2006) reflete que os modos de se mostrar ou apresentar as coleções não são naturais ou ingênuos. Para a autora, as exposições

Constituem um exercício de interpretação que encerra significados de natureza muito diversa: são decisões morais, intelectuais e estéticas que propõem ao visitante um discurso determinado; supõem um modo de ordenar o conhecimento e de inscrevê-lo em um contexto mental e cultural



que depende da eleição dos objetos, do modo de colocá-los, da decoração que os acompanha e de todo o conjunto de operações ao qual eventualmente são submetidos (BOLAÑOS, 2006, p. 14, tradução nossa).

Sob uma definição, voltada à prática e execução de exposições, Maria Ignez Mantovani Franco explica que a exposição é a organização de objetos e conteúdos “em um ambiente, a partir da composição de uma narrativa ou temática específica, de forma a atender a uma das funções de comunicação do museu ou centro cultural” (FRANCO, 2018).

As exposições podem ainda ser concebidas em formatos e dimensões variados, desde exposições de objetos, exposições temáticas e até exposições de ideias, o que abre enormes possibilidades para se centralizar a importância de ser suporte, meio e cenário para a relação do/com os públicos. E essa relação tem frutos no “plano afetivo” (SCHEINER, 2001), pois é neste lugar que “a mente e o corpo se mobilizam em conjunto, abrindo os espaços do mental para novos saberes, novas visões de mundo, novas experiências, novas possibilidades de percepção” (Ibid.). Assim, a exposição se torna também um espaço da diversidade e do reconhecimento da alteridade como valores potenciais, de reconhecimento e de descoberta do Outro.

Quanto a isso, Teresa Scheiner faz ainda um importante apontamento sobre a compreensão da exposição como espaço relacional que significa, “antes de tudo, buscar percebê-la como **instância de impregnação dos sentidos**. Significa buscar entender, em profundidade, as infinitas e delicadas nuances de trocas simbólicas possibilitadas pela imersão do corpo humano no espaço expositivo” (SCHEINER, 2001, grifo no original).

Nesta construção, Julia Moraes (2017), indica que é partindo das exposições “que o museu e sua equipe procuram **socializar** os conhecimentos que produzem, construindo uma narrativa cultural que corresponde a um discurso especialmente elaborado com a finalidade de comunicar alguma coisa para alguém” (MORAES, 2017, grifo nosso). No entanto, a socialização do conhecimento não é suficiente para que o público desvele a “poesia das coisas” (CURY, 2005).

Para Marília Xavier Cury (2005) a exposição é também

a ponta do iceberg do processo de musealização, é a parte que visualmente se manifesta para o público e a grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural. É, ainda, a grande chance dos museus de se apresentarem para a sociedade e afirmarem sua missão institucional (CURY, 2005, p. 35).



Ao citar a musealização nesta construção, é impossível passar ao largo da “tríade” (CURY, 2020) de conceitos da Museologia que alicerçam muito do que é pensado e produzido pelo campo: musealização, musealidade e musealia. Aqui, a ordem em que apresentamos as palavras carregam provocações e as colocaremos a seguir.

Na publicação *Conceitos-Chave da Museologia* (2013), os autores apresentam o conceito de musealização como “a operação de extração, física e conceitual, de uma coisa de seu meio natural ou cultural de origem, conferindo a ela um estatuto museal – isto é, transformando-a em musealium ou musealia, em um “objeto de museu” que se integre no campo museal” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013). Mais do que a mera “extração”, “separação ou “suspensão”, a musealização é presentificação das disputas pelo o que se escolhe inserir no contexto do museu e o que se escolhe omitir de sua narrativa. Neste sentido, quando Guarnieri afirma que “é através da musealização de objetos, cenários e paisagens que constituam sinais, imagens e símbolos, que o Museu permite ao Homem a leitura do Mundo”, questionamos: que mundo? Tal leitura é feita a partir de que óticas?

Em recente escrito, Marília Xavier Cury (2020) reflete sobre a seleção e desperta a reflexão de que uma vez que um objeto está em exposição, significa que ele foi “escolhido” duas vezes: para “entrar” no museu e para compor a exposição – não necessariamente em uma sequência fixa. Os objetos que são submetidos ao processo de musealização e são incorporados às coleções dos museus, tem seu estatuto de “coisa do mundo” alterado para “objeto de museu”, ou ainda, musealia. Esta “primeira” escolha, a que confere o valor de que a “coisa” é digna de se tornar musealia, é chamada de musealidade: ou seja, a musealidade é um valor ou qualidade dos objetos selecionados do mundo para compor a narrativa – ou a leitura do mundo – de museu.

Estes três termos – musealização, musealia e musealidade – foram forjados por Zbyněk Zbyslav Stránský em sua trajetória dedicada à Museologia e compõe o debate sobre esta ser um campo do conhecimento. Entretanto, justamente pela porosidade das fronteiras que delimitam a Museologia, tais conceitos – mesmo sendo muito discutidos na produção acadêmica e científica – não foram esgotados e seguem sendo interpretados e ressignificados.

Um exemplo vibrante é a própria musealidade, que por algumas vertentes de pensamento é o foco do estudo da Museologia, e que podemos afirmar ser: qualidade ou valor dos musealia (Stránský, 1979 apud SCHEINER, 2013), atribuídos (MENSCH, 2004), “fazendo



com que a musealidade seja ora excludente – porque retira/omite atributos, ora cumulativa, por reter muitas e diferentes atribuições de diferentes orientações de múltiplos contextos e fragmentações sociais, indo além dos ‘experts’” (CURY, 2020). Bruno Brulon (2016) ainda aponta para o entendimento da musealidade como um:

[...] valor imaterial e material que não é propriamente inerente ao objeto escolhido para entrar em um museu, mas que se propaga no momento do encontro entre o sujeito observador/coletor e a coisa observada. A musealidade é o que pode haver de significativo no objeto, e existe nele (em suas características materiais) assim como existe para além dele (na realidade a que ele faz referência, na relação em que desempenha o papel de mediador). **Isso significa que não é simplesmente “encontrada” nas coisas, mas naquilo que as coisas despertam nas pessoas no ato da transmissão** (BRULON, 2016, p. 39, grifo nosso).

Enquanto qualidade ou valor atribuído aos objetos do museu no “ato da transmissão”, a musealidade precisa ser constantemente renovada, reatribuída e revalorada através da comunicação, atuando na construção e no estabelecimento das relações, e de acordo com Cury (2020), compondo o “segundo processo de escolha”. É justamente neste lugar das atribuições feitas pelos públicos dos museus (incluídos e com ênfase aos “não-experts”) que, mais uma vez, a relação é colocada em xeque: existe espaço para que essa atribuição de valores feita pelos públicos seja viabilizada e considerada pelo museu?

Para que isto ocorra, é imprescindível que se pontue a musealização e a musealidade como conceitos correlatos e, sobretudo, sociais. Bruno Brulon (2016) destaca em seu texto que as diversas searas teóricas da Museologia contemporânea “levam essa disciplina a assumir a musealização, ato social de construção de valores e transformação de realidades por meio da comunicação museológica, como o seu principal objeto de investigação” (BRULON, 2016), ao passo que Cury (2020), acaba por complementar quando aponta para “a musealidade como construção social e os seus estudos apoiados na musealização dão corpo à Museologia como disciplina científica” (CURY, 2020).

Estes conceitos, vistos como construções a serem erigidas no seio dos museus e considerando a função e o fator social destes, são compreendidos em uma rede de processos museológicos que pode ser participativa, onde os públicos e as comunidades detêm poder de decisão e determinação na atribuição de valores (musealidade) daquilo que já foi ou será musealizado.

Neste sentido, Mário Chagas (1994) declara que “a musealização é sempre resultado de um ato de vontade” e, assim, o primeiro passo para iniciar os procedimentos é “a definição



de uma intenção” (BRULON, 2018). É, precisamente, neste lugar que a qualidade é expressa: a musealidade não é alheia ao objeto, “mas fruto da atividade humana, de sua compreensão e intenções para com esse objeto” (VAZ, 2017).

Assim, a musealidade mais que um valor ou qualidade, celebra o gesto de valorização e escolha conferido pelo ser humano – inserido em sistemas sociais e culturais específicos de cada indivíduo – e o museu sendo o meio (VAZ, 2017) para a difusão, partilha e apropriação destes valores nas musealia. Nesta aproximação, identifica-se a outorga de legitimação pela musealidade através da musealização, o que retroalimenta a própria rede operatória da Museologia e da participação dos públicos nos processos que envolvem desde a seleção, aquisição, pesquisa e conservação, até a comunicação e os processos de constituição das narrativas expositivas.

Muitas acepções e interpretações são possíveis nos estudos da tríade musealização-musealia-musealidade, e como já expressei, existe neste escrito a opção de uma aproximação social aos conceitos. Diferente de uma abordagem tradicional ou cientificista, por exemplo, a intenção é o afastamento de um modelo iluminista, onde a razão e o desenvolvimento são a força motriz do pensamento em detrimento de uma reflexão em torno das relações sociais.

Entender o museu como um “ser” social e o objeto de estudo da Museologia na relação do ser humano com a realidade representada em seus espaços, significa reconhecer e dignificar todo o caminho já percorrido na trajetória do campo, mas implica também em compreender as necessidades emergentes que situam o espaço institucionalizado e o estudo teórico em um lugar menos sacralizado: é trazer para um plano factível e palpável aquilo que em alguns momentos parece flutuar à deriva para longe da realidade cotidiana das sociedades.

Em razão disso, é necessário conhecer os caminhos a se percorrer sobre as sociedades em direção aos museus. Para tal, é fundamental recorrer a outros campos que conceituam sociedade, comunidade e público – seja como adjetivo ou como substantivo – reiterando a interdisciplinaridade e porosidade da Museologia, bem como seu complexo rizoma.

Assim, partindo de um recorte maior para o menor, e de acordo com o Dicionário do Pensamento Social do Século XX (1996), sociedade é uma palavra usada frequentemente em “referência à totalidade dos seres humanos na terra, em conjunto com suas culturas, instituições, capacidades, ideias e valores.” (OUTHWAIT *et al.*, 1996). Os autores ainda indicam



que sociedade subentende relações geralmente urbanas, indeterminadas, impessoais e individualistas.

Comunidade, por sua vez, indica a ideia de união em torno de algo comum que agrupa indivíduos e está ligado à ordem da subjetividade, da autoidentificação, sendo muitas vezes ideais ou sentimentos “fluidos e intangíveis” (Ibid.). Os autores apontam também que “comunidade é uma entidade simbólica, sem parâmetros fixos, [...]; um sistema de valores e um código de moral que proporcionam a seus membros um senso de identidade”, e que vem sendo apropriada por políticos e gestores como uma forma de legitimar planos de ação de interesse público.

Por fim, os públicos de museu podem ser considerados recortes específicos dentro destas perspectivas apresentadas, uma vez que para cada instituição, existem múltiplas possibilidades de “agrupamentos” em especificidades. Para iniciar por uma definição mais abrangente, Fernando João de Matos Moreira (2007) apresenta que

No caso específico dos museus, os usuários são todos aqueles que utilizam um serviço posto à disposição pela instituição museu. Assim, o público dos museus corresponde não só aos visitantes (pessoas que entram ou entraram no museu), mas também à parcela daqueles que, de alguma maneira, sem uma relação presencial no museu, usufruíram dos serviços ou bens por ele disponibilizados [...]. Por outro lado, quando nos referimos ao público, é necessário efectuar uma outra distinção: o público real ou efetivo e o público potencial (MOREIRA, 2007, p. 101).

Para a primeira “categoria”, os efetivos, considera-se composto por aqueles indivíduos que frequentam – ou frequentaram – e tem o hábito de visitar museu(s). Em segundo, os potenciais, trata daqueles que tiveram pouca ou nenhuma experiência em determinado museu (pode ser público efetivo de uma instituição e potencial de outra) e se assemelha no perfil socioeconômico e/ou cultural do perfil de frequentadores. E na terceira categoria, não-públicos, estão aqueles interlocutores aos quais o museu não consegue sensibilizar (KÖPTCKE, 2012). Este perfil é o que Luciana Sepúlveda Köptcke afirma que são aqueles que “se diferenciam dos potenciais visitantes e dos praticantes efetivos em seu perfil sociocultural e demonstram pouco ou nenhum interesse ou familiaridade quando indagados a respeito destas instituições” (KÖPTCKE, 2012).

É fundamental apontar que a noção de público de museu vem sendo ampliada a partir da dimensão pública do museu. Isso quer dizer, primeiramente, que existe a diferença no uso do termo público enquanto substantivo (público de museu) e enquanto adjetivo (museu



público). Esta mudança ocorre através de afirmações como a de o museu ser “aberto ao público” (ICOM, 2015), configurando a materialização de políticas públicas de acesso, como por exemplo a democratização da cultura, que retira dos museus o caráter de depósito (POULOT, 2013) de coleções e aberto à pesquisadores ou iniciados, unicamente. Quando o museu se torna público (adjetivo), seu público (substantivo) é sensivelmente alterado e alargado, bem como o significado da instituição: pode ser compreendido como um lugar de construção e ressignificação daquilo que é comum a todos e a todos pertence.

E justamente por compreender este “todos”, e independente do recorte de público, é preciso partir de um ponto fundamental: os públicos de museus devem ser considerados, assim, no plural. As incontáveis particularidades, recortes, especificidades da vida cotidiana, social e cultural dos indivíduos implica em não observar o público no singular, como uma massa amorfa e homogênea. É preciso levar em conta as pluralidades, a heterogeneidade, e principalmente, as diversidades culturais que são compreendidas dentro deste conceito.

No campo da museologia há muitas palavras que são utilizadas para se referenciar os públicos: visitante, usuário, beneficiário, cliente, espectador, audiência, participante, etc. (MOREIRA, 2007, GORGAS; DE LA CERDA, 2006). Para cada palavra, um uso e um significado diferente, mas todos importantes na utilização da linguagem para que se destina o fim.

Como evidência disso, Moraes (2019) identificou mais de quarenta termos em língua portuguesa e acepções/contexto de uso que se associam a ideia de público, entre eles: audiência; consumidores; frequentador; não-público; comunidade; população; público com deficiência; públicos; público potencial; públicos específicos; usuários; utilizadores; visitante, etc. Foram identificados, também, pelo menos dez eixos de discussão, investigação e ação que permeiam ou se debruçam sobre a centralidade dos públicos dos museus na contemporaneidade: público e a definição de museu; público como conjunto de usuários de um serviço, potencial beneficiário; visitante-sujeito e sua experiência; visitante-presença e usuário-serviço; etc.

Em seu texto, Julia Moraes (2019) evidencia também que, para além, estes mais de 40 termos e eixos de discussão acerca dos públicos, abarcam também suas formas de engajamento e condições pelas quais são vistas pela instituição, o que reitera a emaranhada tarefa de se conhecer apropriadamente os públicos de cada museu.



No entanto, a influência das sociedades, das comunidades e dos públicos deve ser pensada em suas multiplicidades e potencialidades, uma vez que são elas que têm a capacidade de enriquecer e diversificar as narrativas e as interpretações das realidades nos museus. E, precisamente, por considerar o caráter alicerçal dos públicos na construção das relações do humano com as realidades no museu, Carla Padró¹, autora referencial da Museologia Crítica, aborda três culturas institucionais vigentes na contemporaneidade.

A primeira entende que o museu é um lugar de saber e de alta cultura, relacionado à responsabilidade de salvaguardar os objetos sob uma visão “historicista, positivista e enciclopédica” (PADRÓ, 2003). O código desse museu é o do silêncio, da contemplação do caráter autêntico dos objetos ou de sua beleza como uma oportunidade de “participação” dos visitantes. Unidirecional, mantém relações hierárquicas onde o diálogo se dá somente entre *experts*, as exposições são organizadas de maneira linear, cronológica ou de proveniência geográfica das peças, deixando explícito como o objeto “deve” ser interpretado. A relação com o público é de passividade, segmentando os visitantes de acordo com o que a instituição considera ser especializado.

“Corresponde a uma Museologia Tradicional”, continua Padró, onde as funções principais são as de adquirir, conservar e pesquisar. Neste modelo, a narrativa é imposta e as exposições possuem caráter “neutro, descritivo, identificativo e afirmativo” (Ibid., 2003), pressupondo que todas as pessoas têm o mesmo padrão cultural e que apreendem da mesma maneira. Assim, a falácia desta cultura institucional é a de que todos os públicos chegam ao museu com as mesmas experiências e conhecimentos dos especialistas ou como receptáculos vazios que necessitam ser preenchidos. A autora ainda afirma que quando se reconhece esta falácia, “ressitua o museu como espaço discursivo, mais que como um sistema único. Para além, aceita que se trata de uma noção moderna do conhecimento e interroga sua forma de apresentá-lo” (Ibid., 2003).

Já a segunda cultura institucional compreende o museu como um lugar de democratização do saber disciplinar, preocupado em prover “acesso físico e cognitivo às coleções e às exposições” (Ibid., 2003), enfatizando o objetivo de maior visibilidade do museu através do modelo de gestão, da exposição, da difusão e da comunicação. Esta cultura se justifica sob a missão institucional e segue enfatizando uma noção fixa de saber, mas que, por

¹ Todos os trechos citados desta autora são de tradução nossa.



sua vez, afirma a relevância de mais museus, mais exposições e mais ações educativas, muito ligado a uma ideia do capitalismo tardio, onde se diversificam muitas versões do mesmo produto, reafirmando uma lógica mercadológica e neoliberal de sustentabilidade financeira e da cultura como mercadoria ou ativo econômico. Logo, existe a necessidade de atrair muitos visitantes, seja como forma de garantir orçamento, seja como forma de validar a própria cultura institucional. Neste sistema, os visitantes são, portanto, encarados como consumidores, clientes ou usuários e os museus são entendidos como meios de comunicação.

As exposições tendem a ter uma predileção pelas imagens, permitindo uma imersão – e não mais uma apreciação distanciada – e a recreação: a experiência da visita é mais importante do que um contato com o real, que mantém os visitantes entre o passivo e o ativo, fazendo o que a autora chama de Museologia Analítica. Em sua linguagem expositiva, tende mais ao surpreendente, em um espaço altamente estetizado. Habita uma certa contradição, uma vez que segue reproduzindo uma concepção hermética e elitista dos conteúdos que são selecionados para se “fazerem públicos”. Assim, é produzido um modelo sensacionalista, potencialmente superficial e profundamente recreativo.

Com o compromisso de cativar audiências, aportam as experiências para diversos segmentos de públicos, como famílias, grupos escolares, idosos, etc. mostrando-se para as sociedades e para os poderes governamentais como uma instituição “forte, coesa e sem fissuras políticas” (Ibid.). Consequentemente, prioriza a imagem institucional e de publicidade em detrimento da construção de “múltiplas interpretações sobre as coleções” (Ibid.), visando cumprir seus objetivos com o “mínimo de recursos econômicos, de pessoal, de tempo e de infraestrutura” (Ibid., 2003).

Como a falácia deste modelo, Carla Padró aponta a comunicação ou do fato de que o museu deve deixar coesa suas “vozes internas e externas para construir uma cultura institucional forte”, que pretende ser “um reflexo social sem refletir sobre que narrativas exclui, que vozes não escuta ou que políticas não fomenta” (Ibid., 2003).

Por fim, na terceira e última cultura institucional apresentada pela autora, entende-se o museu como um lugar de controvérsias, perguntas e de Democracia Cultural, que produz sujeitos que problematizam a “genealogia dos museus e suas coleções” (Ibid., 2003), que estimula e provoca leituras de mundo em múltiplas frentes. Os profissionais deste museu, inclusive os museólogos, fomentam o conhecimento questionador, interdisciplinar e



relacional, em detrimento de uma prática “descritiva, disciplinar e/ou afirmativa. Estaríamos entrando em um terreno do questionamento, do contexto e da autorreflexão” (Ibid., 2003), atitude fundamental para reposicionar os museus em uma quebra de paradigma.

Assim, afirma-se que esta é uma cultura institucional pós-moderna revisionista

onde se considera que para entender as formas de conhecimento e de compreensão deve-se partir da noção de luta e conflito. Ou seja, como distintos contextos operam na construção do conhecimento e como o conhecimento que se ganha desta luta é considerado um processo em fluxo, mais que um resultado (PADRÓ, 2003, tradução nossa).

Desta maneira, cabe a contestação dos problemas da Museologia Tradicional, apontada na primeira cultura institucional, e da Museologia Analítica com viés democratizador do segundo modelo, deslocando as preocupações centrais para o eixo “da narrativa, da interpretação e da representação”. Sob esta ótica, há negociação de significados e do próprio saber, quebrando uma hierarquia, ou até mesmo muros, que separam os profissionais do museu e seus visitantes, que aqui possuem papel ativo e participativo, incluídos nos processos de construção, criação e revisão dos significados, desde antes da concepção das exposições.

Exatamente por esta visão inclusiva nos processos, o museu pode ser entendido também como um centro de pesquisa e como uma comunidade de práticas, uma vez que como a própria Museologia Crítica propõe, teoria e prática andam juntas: pesquisa-se para agir e pesquisa-se a ação. Nestas coordenadas, Padró ainda aponta que existe uma confluência da teoria, dos discursos e das práticas, onde os profissionais mostram

que existe um conhecimento compartilhado/contestado sobre a instituição e sobre as possibilidades de trabalho museológico [...]. Sua finalidade será atuar como facilitadores das narrativas, da subjetividade e da disputa ou compromisso de aportar discursos alternativos às práticas museológicas, e até construir novas práticas (PADRÓ, 2003).

sendo inquestionável a necessidade de o museu “assumir seu papel político a partir de uma conversação cultural entre muitos participantes” (Ibid.), onde as contradições de múltiplas culturas são escancaradas ao invés de omitidas, implicando nas tensões e na relação dos públicos nos processos de seleção e produção de conhecimento. Acrescentamos aqui a atribuição de valores, elucidando nominalmente a participação nos processos de musealização e, principalmente, da musealidade.

Ao possibilitar um “visitante como sujeito capaz de interpretar a cultura institucional e de criar outras maneiras de entendê-la, reconhece-se o caráter subjetivo das exposições” (Ibid., 2003), é neste grupo heterogêneo de criação (profissionais e públicos) compreendidos



como criadores de conhecimento, que verifica-se a fluidificação da linha que separa o que é público e o que é privado.

E no movimento de diluição desta linha está o poder de decisão sobre o que é a própria cultura dominante. Hegemônica e geralmente posta de modo verticalizado no seio do museu, parte de uma elite que dialoga apenas com seus pares em direção à “massa” e ao povo, é entendida como detentora única do poder de atribuir ou modificar os valores – musealidade – e, por fim, de posicionar estes valores como únicos possíveis ou mais adequados. A partir do momento que esta linha é exposta, desmistificada e desestruturada, compreende-se e reconhece-se a existência de culturas subalternas e fora de um eixo de uma narrativa cultural única.

Antes de prosseguir, porém, é importante voltarmos à terceira cultura institucional para apresentar sua falácia – como fizemos com as demais. Carla Padró aponta para a própria instituição, “porque a cultura institucional é posta em escrutínio e é revisada a partir de seu papel interpretativo de museu, mais que seu papel conservador patrimonial ou seu papel gestor” (PADRÓ, 2003). A autora interpreta este modelo muito mais como “comunidades de aprendizagem” do que como instituições, o que coloca em crise a ideia de democratização da cultura ante o paradigma da Democracia Cultural.

Assim, compreende-se esta cultura institucional como um fazer capaz de criar o âmbito ideal para o rompimento com a hierarquização das manifestações culturais, e a diversidade de vozes ganha potência para estruturar um museu, onde navegar com segurança nem sempre significa navegar com conforto.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao partir das exposições, musealização, musealidade e musealia, públicos e culturas institucionais é possível iniciar reflexões por infinitos vieses. Acreditamos que estes sinalizem apenas o início de uma jornada urgente e árdua para se repensar a Museologia e os museus.

Estes conceitos, sobretudo, articulam-se para além destas páginas: todos são necessários e centrais para a construção e entendimento da importância da participação dos públicos nos museus. Tal proposição é fundamental, justamente, para projetar os museus a um futuro aberto e diverso, rechaçando práticas e atitudes não democráticas, herméticas e verticais, que afastam o museu da realidade e da vida das pessoas. Se museus não comunicam



e não causam afeto, perdem seu sentido e sua missão de ser da sociedade – parte dela e sua representação.

Assim, quando falamos em participação, estamos questionando modelos de museus que reiteram fazeres verticalizados, hegemônicos e restritos. E quando colocamos estes modelos em xeque, perguntamos: que museus pretendemos construir a partir daqui? Seguirão sendo museus com metodologias de ação encerrados em si mesmos, como em uma primeira cultura institucional? Ou museus que entretêm, mas não questionam, como em uma segunda cultura institucional? Quanto potencial narrativo, de culturas e de vivências ainda será desperdiçado se o museu se mostra como uma clausura? Seria a terceira cultura institucional capaz de criar o âmbito ideal para o rompimento com a hierarquização das manifestações culturais, e fazer com que a diversidade de vozes ganhe potência para estruturar um museu? Navegar com segurança nem sempre significa navegar com conforto. E cabe a nós responder com reflexões e propostas para que amanhã todos estejam representados e vejam na autorrepresentação a mais tenaz fonte de afeto.

REFERÊNCIAS

BOLAÑOS ATIENZA, María. Desorden, diseminación y dudas: el discurso expositivo del museo en las últimas décadas. **Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales**, n. 2, 2006, p. 12-21.

BRULON, Bruno. Entendendo a musealização como conceito social: entre o dar e o guardar. **Museologia, musealização e coleções: conexões para reflexão sobre o patrimônio**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2016, p. 38-54.

BRULON, Bruno. Passagens da Museologia: a musealização como caminho. **Museologia e Patrimônio**, v. 11, n. 2, 2018.

CHAGAS, Mário De Souza. No museu com a turma do Charlie Brown. **Cadernos de Sociomuseologia**, v. 2, n. 2, 1994.

CRIMP, Douglas. **Sobre as ruínas do museu**. Trad. de Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CURY, Marília Xavier. **Exposição, Concepção, Montagem e Avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005.

CURY, Marília Xavier. Metamuseologia: Reflexividade sobre a tríade musealia, musealidade e musealização, museus etnográficos e participação indígena. **Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 9, n. 17, 2020, p. 129-146.



DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (ed.). **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2013.

FRANCO, Maria Ignez. **Planejamento e Realização de Exposições**. Brasília, DF: Ibram, 2018.

GORGAS, Monica; DE LA CERDA, Janette. A diferentes denominaciones, diferentes ideologías: pero siempre se trata de la gente. **ICOFOM Study Series 35**, 2006, p. 69-74.

GUARNIERI, Waldisa Rússio Camargo. A Interdisciplinaridade em Museologia. In: BRUNO, Maria Cristina Oliveira (org.). **Waldisa Rússio Camargo Guarnieri: textos e contextos de uma trajetória profissional**, vol. 1. São Paulo: Pinacoteca do Estado, 2010, p. 123-126.

GUARNIERI, Waldisa Rússio Camargo. Interdisciplinarity in museology. **Museological Working Papers – MuWoP**, n. 2, 1981, p. 56-57.

ICOFOM. Museology – science or just practical museum work?. **Museological Working Papers (MuWoP)**, v. 1, 1980.

ICOM. **Definição: museu**. 2015. Disponível em: <https://icom-portugal.org/2015/03/19/definicao-museu/>. Acesso em: 4 ago de 2020.

KÖPTCKE, Luciana Sepúlveda. Público, o X da questão?: a construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Museologia & Interdisciplinaridade**, v.1, n.1, jan./jul., 2012, p. 209-235.

LOPES, João Teixeira. **Da democratização à democracia cultural: uma reflexão sobre políticas culturais e espaço público**. Porto: Profedições, 2007.

MENSCH, Peter Van. **Towards a methodology of museology**. PhD thesis., University of Zagreb, Croatia, 1992.

MORAES, Julia. Museus e Público(s): a centralidade da relação público(s)-museu nos debates contemporâneos da Museologia. **Anais do XX Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação**. Santa Catarina: ANCIB e UFSC, GT-9, 2019.

MORAES, Julia Nolasco Leitão de. Museus de arte, informação e público: a divulgação artística como horizonte. Rio de Janeiro. **Anais do XVIII Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação** Rio de Janeiro: ANCIB, 2017.

MOREIRA, Fernando João de Matos. Uma reflexão sobre o conceito de público nos museus locais. **Musas – Revista Brasileira de Museus e Museologia**, n. 3, 2007, p. 101-109.

OUTHWAITE, William, *et al.* (ed.). **Dicionário do pensamento social do século XX**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

PADRÓ, Carla. La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como



zonas de conflicto e intercambio. **Museología crítica y arte contemporáneo**, 2003, p. 51-70.

POULOT, Dominique. **Museu e museologia**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

SCHEINER, Tereza. Museu, Museologia e a 'Relação Específica': considerações sobre os fundamentos teóricos do campo museal. **Ciência da Informação**, v. 42, n. 3, 2013.

SCHEINER, Tereza. Comunicação, Educação, Exposição: novos saberes, novos sentidos. **Semiosfera**, n. 4-5, 2001.

SOARES, Bruno Brulon. Caminhos da Museologia: transformações de uma ciência do museu. **Senatus**, n. 7, v. 2, 2009, p. 32-41.

VAZ, Ivan Gomide Ramos. **Sobre a Musealidade**. 2017. 102 f. Dissertação (Mestrado em Museologia) – Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. DOI:10.11606/D.103.2017.tde-15122017-080610. Acesso em: 31 out. 2020.