

Moutinho, Mario, Primo, Judite, Fronteras reales e imaginarias en los museos in: Museo del templo al laboratorio, La investigación teórica, in: Juan Carlos Rico, Ed. Silex, Madrid, 2011 pp321-327

Fronteiras reais e imaginárias nos Museus

Mário Moutinho

Domínios há em que o Museu se mantém obstinadamente insensível às mudanças da sociedade e por isso mesmo, vai aprofundando o fosso que separa uma parte considerável da museologia da sociedade envolvente. São museus cheios de fronteiras, algumas reais mas outras também imaginárias, fruto de receios e de incompreensão que o lugar dos museus na sociedade se altera, ao mesmo ritmo da própria sociedade.

Apesar dos museus serem objetivamente instituições prestadoras de serviços não existe nos museus uma cultura de serviços e muito menos os recursos humanos capazes de atuar plenamente como instituições de serviços. Não que os conceitos e práticas de novas formas de gestão de planeamento, do marketing, da utilização das NTIC (Novas Tecnologias de Informação e Comunicação) não estejam atualmente no centro das atenções num número crescente de museus. A questão é que estes recursos são colocados no essencial ao serviço da conceção de que os museus servem no essencial para exibir as suas coleções.

A questão essencial que se coloca aos museus é a de saber se os museus são apenas isso, ou se não têm um espaço mais amplo de atuação produzindo novos serviços e utilizando os recursos atuais, não para os serviços tradicionais mas para aqueles que falta ainda descobrir. Trata-se de por a Inovação não apenas ao serviço das atividades tradicionais, mas também ao serviço de novos conceitos que de forma crescente têm vindo a ser delineados nas últimas décadas.

Do museu integral, imaginado na Declaração de Santiago do Chile de 1972, ao museu que renova as suas exposições todos os dias, existe cada vez mais espaço de intervenção no qual devemos entrar, na condição de podermos passar as nossas barreiras mentais e daqueles que nos rodeiam.

Podemos facilmente identificar alguns domínios onde essas fronteiras persistem com maior ou menor consistência.

1-O discurso museológico mantém-se dependente das colecções

- 2-O discurso museológico não reconhece um novo grau de autonomia do público
- 3-O tempo dentro do museu é quase sempre entendido como tempo passado e mantém-se desfasado do quotidiano
- 4-Não faz parte da sua própria imagem de Museu a ideia de renovação permanente

1-O discurso museológico mantém-se dependente das coleções

Sobre o primeiro ponto *O discurso museológico mantém-se dependente das coleções*, julgamos que isso tem a ver particularmente com a própria origem de cada museu que tem sempre por base uma colecção.

Apenas os museus de divulgação científica se colocam noutra situação, na medida em que procuram expor e explicar, processos e leis, do domínio de diferentes ciências (geralmente das ditas ciências exactas). Por isso os seus recursos expositivos são no essencial fabricados, facto que, paradoxalmente, não parece incomodar os setores do pensamento museológico que se reconhece nas funções tradicionais dos museus e na ideia de raridade e de obra prima.

Michel Thevoz expressou de modo particularmente forte, uma ideia de exposição, que subscrevemos plenamente e que de certa maneira dá embasamento à nossa reflexão.

*"Expor é ou deveria ser, trabalhar contra a ignorância, especialmente contra a forma mais refractária da ignorância: a ideia pré - concebida, o preconceito, o estereótipo cultural. Expor é tomar e calcular o risco de desorientar - no sentido etimológico: (perder a orientação), perturbar a harmonia, o evidente, e o consenso, constitutivo do lugar comum (do banal). No entanto também é certo que uma exposição que procuraria deliberadamente escandalizar traria, por uma perversão inversa o mesmo resultado obscurantista que a luxúria pseudo - cultural. ... entre a demagogia e a provocação, trata-se de encontrar o itinerário subtil da comunicação visual."*¹

Então podemos admitir que a função de um museu se renovará, se este se reconhecer como um lugar de comunicação, não acorrentado a colecções que em

¹ Michel Thévoz, *Esthétique et/ou anesthésie museographique, Objets Prétextes, Objects Manipulées*, Neufchatel, 1984, p. 167

última instância determinam geralmente a sua própria programação. *No entanto, se a museologia como meio de Comunicação é cada vez mais reconhecida como uma realidade incontornável, teremos que admitir que a museologia não é apenas o que acontece nos Museus.*

Antes pelo contrário, a museologia como meio de comunicação deverá ser cada vez mais entendida como um recurso exterior ao Museu. E se assim for, teremos de considerar a distinção entre a museografia, como tudo o que diz respeito ao Museu, da expografia entendida como uma escrita, e como sendo um meio de comunicação.

Por seu lado a expografia procurará cada vez mais cortar o cordão umbilical com a instituição museal para ser um recurso de comunicação de uso corrente, plenamente democratizado e incluída nos programas escolares ao mesmo título que a alfabetização, a informática ou a educação sexual.

Podemos fazer um paralelo: se a escrita não é apenas um recurso ao serviço dos editores de texto, mas sim uma forma de expressão cada vez mais acessível e democratizada a expografia também não é apenas um recurso que só tem sentido ao serviço dos Museus.

2-O discurso museológico não reconhece um novo grau de autonomia do público

Falamos por exemplo do grau de autonomia de cada visitante, que hoje caracteriza a nossa sociedade e que leva os indivíduos cada vez mais a não se submeterem tão facilmente a discursos autoritários e padronizados. Trata-se de um segundo elemento que não mudou nos museus e que resumimos como a recusa dos museus em reconhecer um novo grau de autonomia na aquisição de informações por parte dos visitantes.

Hoje em dia qualquer adolescente nos países desenvolvidos e em certa medida nos outros países, domina plenamente processos de aquisição de informação mil vezes mais amplos e complexos que a geração dos seus pais. Estamos a falar da Web e de todos os recursos aí existentes. Por que razão alguém se contentará da geralmente pobre informação que o Museu disponibiliza quando tem ao seu alcance um mundo de conhecimento? E no entanto, os museus obstinam-se a transportar para os *displays* singulares ou cobrindo paredes inteiras, exatamente os mesmos conteúdos que eram anteriormente apresentados em painéis penosamente construídos pedaço a pedaço ou,

mais modernamente, diretamente impressos em telas que depois se afixavam aos mesmos painéis. Reduzir ou não procurar utilizar os recursos tecnológicos atuais para servir novos desafios da museologia parece cada vez mais uma falta de atenção para com o mundo em mudança.

Inteiramente ligado a esta questão está a compreensão do museu prestador de serviços sobre o qual destacamos a título de exemplo duas características.

Em primeiro lugar a ideia de *inseparabilidade* que é certamente uma das características mais evidentes dos Serviços e que reconhece que o momento da produção e do consumo de cada serviço são simultâneos. No caso dos museus falamos, naturalmente, da Exposição quer ela seja temporária ou permanente.

Na verdade cada museu tem um tempo limitado para confirmar junto de cada visitante que a opção da visita foi correta e que corresponde as expectativas, que na verdade são tão elevadas quanto os recursos aplicados na sua publicidade. E isto, muito para além do facto, que por meio de diferentes mecanismos (subsídios, programas especiais, preços diferenciados, bilhetes a custo zero) esta relação poderá ser de certa forma ludibriada. O custo zero para o utilizador do serviço pode efetivamente diminuir o seu grau de exigência, mas em última instância o desencanto é uma penalização que nenhum visitante deseja e no qual assenta uma rejeição não só para com a instituição como naturalmente para com todas as instituições que possam ser semelhantes. No entanto esta questão do tempo disponível para corresponder às expectativas do visitante não parece ser uma preocupação da maior parte das administrações talvez pelo facto de cada museu abrir regularmente cada dia à mesma hora ao longo de anos. É possível repetir a visita mas tal facto não anula uma experiência falhada, como também é razoável pensar que a repetição nada trará de novo que possa alterar a primeira sensação.

Nos museus tradicionais, assentes na apresentação e fruição das colecções apoiadas na existência de recursos materiais como vitrinas ou novos suportes de comunicação (vídeo, som, ambientes de imersão, etc..) para as quais se conceberam espaços securisados e climatizados por meio de recursos materiais e de equipamentos próprios, o visitante não pode levar consigo a exposição, devendo por isso consumi-la durante a visita

Tudo o que o visitante pode fazer é viver a experiência registar alguns dos seus aspetos em diferentes suportes ou recolher elementos tangíveis tais como folhetos,

catálogos ou objetos afins disponibilizados na loja do museus, elementos esses que são aliás fundamentais para tangibilizar e credibilizar o Museu ou a exposição.

A disponibilização da exposição ou do museu na WEB tem por agora, o mesmo valor da consulta do catálogo. Visita virtual ou leitura não substituem a experiência da descoberta e fruição da exposição por cada visitante. Na verdade nenhum museu toma em consideração o fator tempo como uma limitação á compreensão do projeto expográfico e nada na exposição foi determinado por esta condicionante.

Um outro conceito que caracteriza os Serviços é o da *variabilidade*. A Variabilidade significa que um serviço deve adaptar-se ao consumidor de forma a poder responder as necessidades e as capacidades de cada indivíduo. Trata-se de falar de atendimento personalizado por oposição a ideia corrente de exposição tamanho único que deverá ignorar as diferenças.

Pode-se assumir que as exposições apresentadas pelos museus vivem essencialmente na busca contínua do maior denominador comum. Apesar de se reconhecer progressivamente a necessidade de criar exposições para determinados públicos com algum grau de customização (legendas em várias línguas, acessibilidades ou a utilização de áudio guias que permitem um leque alargado de opções) a prestação museal não busca uma customização determinada pelas necessidades do *visitante único*. Tal ideia é na verdade escandalosa para a comunidade museal tanto mais que o paradigma do sucesso de uma exposição é exatamente a sua capacidade de mobilizar no menor espaço de tempo o maior número de visitantes. Pensar que importa responder as necessidades do visitante único, só por si obrigaria a alterar não só os fundamentos de cada exposição mas repensar os espaços arquitetónicos, (incluindo os novos conceitos de ambiente inteligentes, de paredes interativas e todos aqueles que destes resultam), tipos de narrativas e os recursos tecnológicos de cada exposição tendo em vista em de forma sobreposta o tempo útil de consumo ou de fruição.

3-O tempo dentro do museu é quase sempre entendido como tempo passado e mantém-se desfasado do quotidiano

A expografia deixando de estar acorrentada ao serviço das colecções passa a poder ser um recurso para desenvolver e apresentar ideias dentro e fora do Museu.

Mas para os Museus isto trás consequências importantes e de difícil aceitação. Reconhecemos no passado que as colecções dos museus tradicionais são compostas por objectos e que as colecções dos Museus que buscam novos rumos, são os problemas das comunidades que lhes dão vida.

E se assim for a expografia até aqui orientada para os objectos museológicos, deverá pelo menos teoricamente, assumir formas diferentes, porque passa a trabalhar com os problemas das comunidades.

Esta constatação implica por sua vez o reconhecimento de que as regras da expografia de objetos provavelmente não coincidem com a expografia de ideias.

Porque exatamente essas ideias estão na base do processo comunicacional devemos reconhecer um lugar próprio à memória de quem fala, de quem ouve e de quem dialoga.

Não se expõem a memória das coisas, mas sim constrói-se um processo de comunicação do qual é parte integrante a memória dos actores.

De objeto de coleção podemos assim passar progressivamente para a potencialidade comunicativa da forma. E isto é tão mais certo se pensarmos com Pierre Francastel numa epistemologia de criação imaginária. *"Longe de ser um registo mecânico de elementos sensórios, a visão prova ser uma apreensão verdadeiramente criadora da realidade - imaginativa, inventiva, perspicaz e bela....Toda a percepção é também pensamento, todo o raciocínio é também intuição, toda a observação é também invenção. A forma de um objeto que vemos, contudo, não depende apenas de sua projecção retiniana numa dado momento. Estritamente falando, a imagem é determinada pela totalidade das experiências visuais que tivemos com aquele objeto ou com aquele tipo de objeto durante toda a nossa vida"*²

Ao libertar-nos o Museu das colecções e enunciar os dados de uma expografia não fundada em objectos herdados mas sim construídos, estamos pervertendo a função mais tradicional do Museu e quebrando por assim dizer as expectativas que o público também mais tradicional pode ter do Museu.

Mas será que esse público mais tradicional do museu ainda existe ou será apenas uma categoria uma espécie de fronteira que apenas existe na mente dos diretores de museus.? É cada vez mais é difícil aceitar que o grau de exigência de cada pessoa (mesmo que seja alienado) é progressivamente maior nos diferentes

² citado em *Rudolf Arnheim, Arte e Percepção Visual, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1994, int,e p.40.*

aspectos do seu quotidiano, mas que esse grau ficaria estagnado no que diz respeito às expectativas que tem ou pode ter sobre o lugar dos museus na sociedade contemporânea.

4-Não faz parte da sua própria imagem de Museu a ideia de renovação permanente

É um facto que os museus tal como os conhecemos não têm capacidade para se renovarem todos os dias na medida em que são condicionados por vários fatores. Sobretudo essa renovação é no essencial concebida com base nas condições de produção atuais orientadas para a exibição de objetos herdados.

Faltará pois ter em consideração que mais tarde ou mais cedo os museus terão de deixar esta obsessão pelo passado, para passar a comunicar por meio de objectos que expressam ideias, utilizam plenamente os novos recursos da Tecnologia e reconhecem a existência de um público que não precisa de guias, nem legendas.

Rejeitamos com facilidade um jornal que repetisse cada dia as notícias do dia anterior. Mas aceitamos sem questionar que um museu mantenha a mesma exposição durante meses ou anos.

Museu em que cada dia as suas exposições possam mudar de acordo com a vida de cada dia e onde cada um, leia outro jornal ou veja outra televisão, que tomou em consideração a memória certamente, mas também o olhar da curiosidade e do desejo de aprender, voltado para o passado mas também voltado para o presente.

Museu em que cada dia as suas exposições possam mudar de acordo com a vida de cada dia e onde cada um, leia outro jornal ou veja outra televisão, que tomou em consideração a sua memória a qual condiciona a sua percepção do mundo.

Para ultrapassar as fronteiras reais e imaginárias nos Museus importa pois ter em consideração: O reconhecimento que as questões do desenvolvimento social e da Cultura são cada vez mais elementos de uma responsabilidade Social onde assenta a intervenção museal.

O reconhecimento que todas as sociedades estão em permanente mudança pelo que a actuação dos museus deverá assentar nessa própria mudança

O reconhecimento que os recursos humanos envolvidos nas diversas e ampliadas funções dos museus carecem cada vez mais de formação aprofundada que

ultrapassa as tradicionais formações técnicas que esgotam a atuação dos museus centrados exclusivamente sobre as suas coleções.

O reconhecimento que os museus são cada vez instituições entendidas como entidades prestadoras de serviços, pelo que necessitam crescentemente de envolver os conhecimentos das áreas da gestão, da inovação, do marketing, do design e das novas tecnologias da informação e da comunicação em geral.

De certa forma falámos da necessidade dos museus ultrapassarem fronteiras que foram construídas (e nas quais se habituaram a viver) em contextos sociais bem diferentes daqueles em que vivemos.

Os contornos, os conceitos e as práticas dos Museus têm passado por transformações profundas que têm colocado os Museus na Europa e no Mundo no centro da vida económica cultural e social.

O trabalho teórico e metodológico que permite compreender estas transformações é pois a tarefa principal de todos aqueles que vêm na Museologia um recurso essencial de intervenção no mundo em que vivemos.

Se o Museu reconhece e é fruto da Comunidade, que lhe dá vida, terá forçosamente que admitir a alteração do lugar de cada um neste processo e encontrar novos rumos de comunicação que tenham em consideração os que produzem e consomem o discurso museológico.