



O MUSEU CONTEMPORÂNEO

Isadora dos Santos Paiva*

Karina Maria Ferraz dos Santos Cadena**

Resumo: Este trabalho pretende abordar o contexto do surgimento e desenvolvimento do museu contemporâneo, seus desafios e perspectivas, diante das novas relações sociais e culturais existentes no século XXI, que alteraram radicalmente a forma de comunicação e transmissão do conhecimento, trazendo alguns casos concretos de sucesso. Ademais, aborda-se a necessidade premente de mudanças nas instituições educacionais e suas metodologias, dentre elas o museu, por seu relevante compromisso social e papel educacional.

Palavras-chave: museu; participação; comunicação; educação; construtivismo.

Abstract: This work intends to address the context of the emergence and development of the contemporary museum, its challenges and perspectives, in view of the new social and cultural relations existing in the 21st century, that radically altered the form of communication and transmission of knowledge, bringing some concrete cases of success. In addition, it addresses the urgent need for changes in educational institutions and their methodologies, among them the museum, for its relevant social commitment and educational role.

Key-words: museum; participation; communication; education; constructivism.



Introdução

Este trabalho pretende abordar os novos desafios e perspectivas do museu contemporâneo, que tem a criatividade e colaboração como elementos basilares de sua formação.

O Conselho Internacional de Museus — ICOM — vem tratando desse tema com bastante frequência em suas discussões e estudos, ressaltando a importância de uma museologia e museografia voltadas para o público do museu, que não pode mais ser visto como um conjunto de expectadores, mas como parceiros e colaboradores.

O século XXI trouxe a conectividade como mote primordial de suas interações e, portanto, a comunicação é tema central e relevante nas relações humanas e, consequentemente, nas relações do público com o museu. É preciso, então, pensar e construir um museu conectado, interativo, aberto ao diálogo e à participação.

A partir dos anos 90, como um reflexo da sociedade, passou a existir a necessidade de se aplicar um modelo de transmissão cultural nos museus, através de uma perspectiva etnográfica, a partir de dois elementos, o museu como meio e território e os emissores e receptores como participantes ativos. Surgiu, portanto, o que chamamos de museu participativo.

Nesse sentido, para Maria Roussou:

Os museus evoluíram da mera exibição e apresentação de coleções para a criação de experiências que respondam às necessidades e expectativas em evolução dos visitantes. (ROUSSOU et al., 2015).

Dessa forma, e diante dessa mudança radical de paradigma quanto à relação do museu com seus visitantes, pelo viés do construtivismo, as características e o contexto desse museu participativo serão analisadas neste trabalho, além das novas perspectivas e desafios do museu



contemporâneo, frente às recentes metodologias educacionais a serem introduzidas, perante um processo intenso de democratização da informação, em uma era digital do conhecimento.

Este estudo foi elaborado através de uma revisão bibliográfica, em uma análise qualitativa, de reflexões de estudiosos da temática do museu contemporâneo e os seus novos desafios e paradigmas em diversos aspectos, como a gestão, o papel do público, a comunicação, a educação, o espaço, a tecnologia, a multidisciplinaridade, entre outros. Entre os estudiosos, apresentam-se Alderoqui (2008), Gardner (2007), Hein (1998), Roussou et al. (2015), Rubiales (2014) e Simon (2010).

O trabalho também aborda casos de museus e centros culturais que, através da aplicação e abordagem desse novo olhar contemporâneo, têm obtido resultados bastante positivos, abrindo caminhos para as demais instituições.

A Comunicação, a Educação e o Museu Contemporâneo

Em meados dos anos 70, a visão tradicionalista dos museus elencava três elementos fundamentais, o transmissor da informação, que era o curador, a mensagem, nesse caso o objeto ou a exposição e o receptor, que representava o visitante. Tratava-se de uma visão rígida, impositiva e hierárquica. Mas, com o passar do tempo, a chegada do mundo contemporâneo, as novas tecnologias e a crescente relevância dada à comunicação a partir dos anos 90, o modelo clássico e tradicional deu lugar a um modelo de museu voltado à transmissão cultural, utilizando uma perspectiva etnográfica. Nessa perspectiva, o museu é composto por dois elementos, o território, que é o espaço do museu; e o meio de comunicação e os participantes ativos, que englobam, de uma só vez, os emissores e receptores. É a partir desse momento, que se introduz a ideia de museu de comunidade e museu de território.

O museu participativo exprime uma postura de intercâmbio entre os emissores e transmissores do conhecimento e, através de ações educativas e culturais, torna-se um espaço colaborativo, possibilitando um empoderamento do seu público. Essa nova postura possibilita uma série de inovações, tais como a inclusão, diversidade, diálogo, práticas colaborativas,



3º sebra mus

democratização, socialização do patrimônio e uma difusão significativa de conhecimento e informação.

Ao contrário de museus concebidos como templos, os museus como espaços de comunicação ou fóruns são concebidos como lugares de encontro, onde as pessoas podem sentar-se para desfrutar, compartilhar ideias e discutir. (ALDEROQUI, 2008).

Assim, os museus participam de um processo de inclusão da perspectiva dos visitantes em sua prerrogativa tradicional de interpretar o patrimônio cultural. Eles se movem para um novo papel de facilitador, a fim de motivar os visitantes (prospectivos) a articular e refletir suas próprias expectativas, experiências e relacionamentos sobre os objetos do museu. (SIMON, 2010).

Trata-se de um verdadeiro construtivismo, onde os visitantes são coautores do conhecimento e o museu é um facilitador desse conhecimento e não mais impositor. Agregase um forte compromisso social aos museus, o que antes não era um elemento fundamental, transformando o museu em um espaço transdisciplinar e um reflexo da própria sociedade. Ao considerar o processo de leitura e interpretação pelos participantes de um museu um elemento fundamental do fazer museístico, estimula-se a construção do espaço museal como um catalisador social, como um ambiente múltiplo de convivência, diálogo e, inclusive, auto compreensão da própria comunidade.

Com o advento de novas tecnologias, o rápido fluxo de informação facilitado pela *internet* e o enorme trânsito de pessoas entre as fronteiras, temos o estabelecimento de uma relação global-local, gerando um intercâmbio cultural entre várias comunidades humanas, o que enriquece e diversifica a sociedade, constituindo o que chamamos atualmente de sociedade de conhecimento. Ou seja, com uma diversidade étnica, cultural e filosófica cada vez mais ampla, as sociedades de informação, baseadas em um modelo rígido de comunicação, dão lugar a sociedades do conhecimento e do saber. Essas sociedades trazem



3º sebra mus

novas formas de produzir, armazenar e distribuir informação, modificando substancialmente as relações interpessoais, principalmente entre as gerações mais jovens. Assim, a sociedade de conhecimento enfatiza a dimensão social e coletiva do saber no espaço museal, ampliando os diálogos e conversações com o intuito de incluir, democratizar e aprofundar as relações com os visitantes. O intercâmbio, portanto, é a chave para compreender o fazer museístico no século XXI.

Estamos diante de uma terceira revolução industrial, uma era digital de conhecimento sem precedentes. E, à vista disso, a sociedade de conhecimento é também uma sociedade de aprendizagem, devido ao importante reflexo das transformações sociais no plano educativo e pedagógico. Nesse sentido, é imprescindível que a educação transponha as metodologias clássicas, através de uma reflexão teórica e filosófica, considerando os dois pilares da sociedade de conhecimento que são o acesso universal à informação e a liberdade de expressão. Assim, o elemento primordial deixa de ser o conteúdo e passa a ser as pessoas.

Do mesmo modo, Hein (1998) propõe que o desenvolvimento da ação pedagógica nos museus possua uma estreita relação com a visão epistemológica e o processo curatorial. Dessa maneira, a educação pode intervir nos processos afetivos, emocionais, sociais e morais de forma ampla e extensa, ao mesmo tempo, transmitindo grandes quantidades de informação, mas aprofundando o essencial através de múltiplas perspectivas.

Sabe-se que, nos últimos 25 anos, as instituições educacionais têm enfrentado desafios para se adaptar a essa nova realidade. As universidades aos poucos passam a adequar-se o conceito de universidade aberta, remodelando significativamente a sua maneira de produzir, difundir e aplicar o conhecimento. Mas, são os museus, as instituições que apresentam a maior resistência, muitos permanecendo inalterados mesmo diante das transformações drásticas pelas quais passaram as empresas e organizações governamentais e sociais.

No entanto, e apesar da educação formal na América-Latina ainda manter uma estrutura bastante conservadora, a partir dos 1990, a maioria dos ministérios de educação de



3º sebra mus

diversos países apostam em propostas vanguardistas, produzindo mudanças na formação dos educadores e na qualidade dos projetos educacionais.

É evidente, que essas mudanças também refletiram radicalmente no desenvolvimento do pensamento científico. Na última década do século passado, havia ainda uma visão fragmentada da ciência, separando-a em disciplinas apartadas e avulsas. Mas, com o incremento acelerado das novas tecnologias, esse caminho tomou rumos distintos, não mais lineares e paralelos. Assim, para Gardner (2007), a educação do pensamento científico deve ser integral e transdisciplinar, considerando as perspectivas e os enfoques que integram o contexto geral da experiência humana. Ainda, para ele, o âmago deste processo reside essencialmente na diferença entre matéria e disciplina, onde o conhecimento de alguma matéria permanece inerte até que se possa incluí-lo em um contexto que permita abordar a informação desde uma ou várias perspectivas em relação a outros conceitos, criando uma estrutura transdisciplinar. Assim, a capacidade mais valorizada no século XXI seria a de sintetização, ou seja, dominar várias perspectivas, selecionando conhecimentos de diversas disciplinas e reuni-los em narrações, taxonomia, metáforas e teorias.

É importante reconhecer, então, que a experiência do público não começa com objetos no museu, mas considera encontros anteriores que moldam a experiência do museu. A cultura material em que estamos imersos, certamente, fornece um contexto para a construção dos significados que nos referimos. (RUBIALES, 2014).

Por outro lado, a criatividade é elemento manifesto da nossa sociedade, pois, possibilita a resolução de problemas a partir de novas perspectivas, fomentando a curiosidade, a exploração e a investigação de novas ideias e relações, de forma aberta e livre. Ademais, a criatividade permite um ambiente de ampla diversidade cultural e étnica, favorecendo um ecossistema de tolerância e respeito, principalmente entre os jovens, reduzindo significativamente a violência, nos lugares onde esta é acentuada.



3º sebra mus

Portanto, a partir dessa nova onda de pensamento, tornou-se possível a difusão de sociedades de conhecimento baseadas na integração e participação de todos, em uma ideia de socialização, modificando permanentemente a relação entre investigação, indústria e público.

Destarte, os museus possuem o desafio de abordar os temas por diferentes concepções e interpretações, identificando, dentro dos temas apresentados, sua importância no contexto da vida cotidiana dos visitantes e nos problemas próprios de cada comunidade. É fundamental, também, que os museus fortaleçam as ferramentas que facilitem a aprendizagem autodidata, que fomentem as relações hipertextuais, promovendo um espaço de imaginação, investigação e experimentação.

Museu Nacional de Arte do México

Em uma exposição temporária intitulada "José Guadalupe Posada: transmissor", realizada pelo Museu Nacional de Arte do México, pelo centenário da morte do grande artista mexicano José Guadalupe Posada, o museu desenvolveu um espaço de participação dentro da sala de exposição, para incluir a colaboração e registrar a presença do público.

Primeiro, realizou-se uma convocatória aberta através da *internet*, para convidar as pessoas a enviar textos, trabalhos e imagens que respondessem à pergunta "¿Para ti quién es José Guadalupe Posada?". Então, essas participações foram reunidas e projetadas em uma parede, dentro da sala de exposição, fazendo um diálogo com as obras e objetos. (MUSEU NACIONAL DE ARTE, 2013).

Ao final, verificou-se que a convocatória foi um sucesso, obtendo uma grande participação e que os trabalhos recebidos foram de altíssima qualidade.

Museu do Brooklyn

O Museu do Brooklyn é referência quanto a utilizar a *internet* como ferramenta de comunicação e interação com o público. O museu possui perfis *online* na maioria das redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Tumblr* e *Twitter*.



3º sebra mus

Ademais, o museu desenvolve regularmente *podcasts*, que são áudios disponibilizados na *internet*, e vídeos contendo painéis de discussão, divulgação de eventos e novos artistas, comunicados de imprensa e exposições atuais. Além disso, o museu possui um blogue, o BKM Tech "<http://www.brooklynmuseum.org/community/blogosphere>", que mostra os esforços do museu na área de tecnologia. (BROOKLYN MUSEUM, 2017).

O museu possui, ainda, um aplicativo desenvolvido para celulares, "ASK Brooklyn Museum", onde os visitantes podem fazer perguntas e comentários e interagir com um grupo de profissionais especialistas, entre arqueologistas, antropologistas, historiadores de arte e educadores.

Blogue “No Mundo dos Museus”

O blogue "No Mundo dos Museus" foi uma iniciativa de Ana Carvalho e trata-se de uma plataforma de partilha e de debate que tem por finalidade apresentar e discutir o cenário museológico e museal português. Ganhou o prêmio da Associação Portuguesa de Museologia — APOM — em 2008, na categoria Melhor Comunicação On-Line e o prêmio da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento da Animação Sociocultural — APDASC — em 2010, na categoria Melhor blogue individual de animação sociocultural.

Sobre o papel dos blogues, de acordo com a própria autora:

Assistimos hoje a uma constante e rápida assimilação das novas tecnologias em muitos aspectos do nosso quotidiano, seja a nível profissional seja a nível pessoal. Referindo-me concretamente aos blogues, podemos dizer que estes representam actualmente uma ferramenta importante de comunicação. Os blogues permitem a criação de espaços virtuais onde pode ser colocado qualquer tipo de informação, de autogestão e acessível a qualquer pessoa. Face às potencialidades que esta ferramenta encerra, os museus e profissionais de museus podem encontrar aqui um instrumento de trabalho que pode, de certo modo, ajudar a melhorar a comunicação dos museus e a sua relação com o público, abrindo caminho para novas formas de estar do museu.

Os blogues são cada vez mais utilizados nas mais diversas áreas do conhecimento e com os mais diversos fins: disseminação de informação, difusão de actividades, investigação, divulgação de eventos, troca de



3º sebra mus

experiências, locais de opinião, locais para comentários e debate, etc. (...) No caso dos museus, a sua utilização pode representar variadas potencialidades, tornando-se instrumentos viáveis para a implementação de políticas de comunicação de proximidade. Uma das vantagens é a gratuidade do software. Num contexto economicamente agressivo para a sustentabilidade dos museus, que é o panorama nacional actual, e onde a maioria dos museus não dispõem de páginas na *internet*, a criação de espaços gratuitos parece-nos uma oportunidade que os museus não podem de modo algum menosprezar. Esta ferramenta possibilita, com toda a liberdade e rapidez, a disponibilização na *internet* de informação sobre os museus e respectivas actividades, recorrendo a poucos recursos, tanto humanos como financeiros e sem processos administrativos de maior. Por outro lado, permitem uma maior proximidade com os seus públicos, humanizando, de certo modo, a relação com o utilizador. Isto é, através da permissão de comentários, que possibilitam que o utilizador interaja deixando as suas opiniões e que por sua vez o museu responda, elimina-se de algum modo a distância formal de um e-mail. A facilidade de concepção, flexibilidade na sua construção, a autogestão e a rapidez de actualização dos conteúdos constituem mais algumas valências para a sua implementação pelos museus. (CARVALHO, 2008).

Internet Cat Video Festival

O “Internet Cat Video Festival”, foi uma iniciativa realizada pelo *Walker Art Center*, cujo tema era uma exposição sobre vídeos de felinos, que possuem um enorme sucesso de acessos na *internet*. Este evento é um perfeito exemplo da nova forma de pensar e “dessacralizar” as instituições.

Para a “exposição”, o público foi convidado a enviar seus vídeos preferidos e cerca de dez mil pessoas contribuíram com a “curadoria”. A instituição verificou que houve a presença de visitantes de outras cidades, muitas famílias, pessoas vestidas com fantasias de gato e milhares de pessoas que simplesmente estavam curiosas para observar a experiência. (WALKER ART CENTER, 2013).

O evento foi realizado no *Open Field*, que é o jardim vizinho ao centro, que, há três anos, é usado para projetos colaborativos entre artistas e a comunidade. Lá, há desde aulas de ioga a um clube de desenho, com oficinas semanais em parceria com um artista. O programa,



3º sebra mus

que tem estrutura muito simples, custa pouco ao museu, mas, ao mesmo tempo, é capaz de engajar e reunir um grande número de visitante.

O “Internet Cat Video Festival” chamou a atenção do público local, nacional e internacional e da mídia, incluindo o jornal *New York Times*. O *Walker Art Center* recebeu, inclusive, parceiros das comunidades e sociedades de resgate e proteção aos animais, como a *Feline Rescue*, *Animal Humane Society* e *The Wildcat Sanctuary*.

Após o evento inaugural, o festival saiu em turnê pelos Estados Unidos, com paradas no Museu de Artes Fotográficas em San Diego e o Museu Brooks em Memphis. O festival foi, também, incluído em festivais de cinema, como o Festival de Curtas Independentes em Viena, Áustria e o Festival de Cinema de Jerusalém.

Museu de Arte Moderna — MoMa

Valendo-se de seu próprio prestígio, o museu criou exposições como a “I went to MoMA and...”, que significa “Eu fui ao MoMA e...”, em que o público era convidado a relatar suas experiências no museu.

O Museu de Arte Moderna da cidade de Nova York queria uma maneira interativa de capturar a experiência de arte com os três milhões de visitantes anuais do museu. Desenvolveu-se uma espécie de livro aberto de visitantes e o material foi usado não só para cobrir as paredes internas da instituição, mas também como cartaz publicitário nas ruas da cidade. (MUSEUM OF MODERN ART, 2012).

A coleta das experiências individuais também forneceu ao museu dados importantes e informações sobre seus visitantes. Os dados obtidos eram organizados por humor, exibição e sentimento e, em seguida, comparados com base na data e horário, clima local, acontecimentos e eventos da época, dentre outros, para obter uma visão sem precedentes, sobre o impacto do museu em seus visitantes.

Museu do Futebol



3º sebra mus

No Brasil, são raros os exemplos de sucesso. Entre eles, está o Museu do Futebol, em São Paulo, que acolhe regularmente reuniões dos colecionadores de camisetas dos clubes. Dessa forma, o museu, ao invés de simplesmente ignorar tais encontros, realiza e dá suporte às reuniões, ganhando, cada vez mais, adesão do público.

Os propósitos dos encontros são reunir desde os colecionadores mais fanáticos até aqueles que simplesmente apreciam a história das camisas, incentivar a troca entre colecionadores, estreitar contatos e estimular amizades. Mais 3 mil camisas são expostas e circulam em média 500 pessoas por evento, que apreciam e fazem troca de camisetas de clubes nacionais e internacionais. (MUSEU DO FUTEBOL, 2017).

Conclusão

Assim, como resultado do processo de democratização da informação, é essencial desenvolver a capacidade de examinar, discernir e selecionar aquilo que é útil dentro de grandes blocos de informação. Logo, é crucial que os museus estimulem a reflexão sobre o futuro da diversidade linguística e cultural, diante da ameaça da padronização e uniformidade que são intrínsecas à revolução da informação. Isto posto, através da realização de uma gestão flexível e móvel nas instituições atuais, o conhecimento deixará de ser um fator de exclusão, como era no passado, para favorecer a plena participação de todos.

Ao transformar o museu em um ente primordialmente social, onde estão presentes a diversidade cultural, o pensamento ético, a investigação, a exploração e a criatividade, cria-se a verdadeira experiência museal. Onde o enfoque da comunicação não está apenas em exibir e transmitir a informação, mas em proporcionar encontros e diálogos entre os participantes, propiciando um espaço de colaboração e construtivismo.

Referências bibliográficas

ALDEROQUI, S. Iluminaciones, Caminos y Laberintos. In: **Actas I Encontro Iberoamericano de Museos Pedagógicos e museólogos da educación**. [S.l.: s.n.], 2008. Pp. 387-390.



3º sebra mus

BROOKLYN MUSEUM. **Brooklyn Museum**. Nova Iorque, 2017. Disponível em: <<https://www.brooklynmuseum.org>>. Acesso em: 10/07/2017.

CARVALHO, A. **Os blogues como instrumentos de trabalho para a museologia**. Informação ICOM, Lisboa, n. 1, p. 3 – 7, 2008.

GARDNER, H. **Cinco mentes para o futuro**. Porto Alegre: Artmed, 2007. 160 p.

HEIN, G. E. **Learning in the Museum**. Londres: Routledge, 1998.

MUSEU DO FUTEBOL. (São Paulo). **22º Encontro de Colecionadores de Camisas**. Disponível em: <<http://museudofutebol.org.br/evento/22-encontro-de-colecionadores-de-camisas>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

MUSEU NACIONAL DE ARTE. **Posada Transmisor**. Cidade do México, 2013. Disponível em: <<http://www.munal.gob.mx/micrositios/posada/>>. Acesso em: 10/07/2017.

MUSEUM OF MODERN ART. (Nova Iorque). **I Went to MoMA and**. Disponível em: <https://www.moma.org/explore/inside_out/category/i-went-to-moma/>. Acesso em: 10 jul. 2017.

ROUSSOU, M. et al. **The museum as digital storyteller: Collaborative participatory creation of interactive digital experiences**. In: MW2015: MUSEUMS AND THE WEB 2015, 2015. 2015. Disponível em: <<http://mw2015.museumsandtheweb.com>>. Acesso em: 20 de junho de 2017.

RUBIALES, R. **Gramática Museológica**. In: Change of Perspective: (new) ideas for presenting museum objects. Roma: Edizioni Nuova Cultura, 2014.

SIMON, N. **The Participatory Museum**. 2010. Disponível em: <<http://www.participatorymuseum.org/>>. Acesso em: 20 de junho de 2017.

WALKER ART CENTER. (Mineápolis). **Internet Cat Festival**. Disponível em: <<https://walkerart.org/calendar/2013/internet-cat-video-festival>>. Acesso em: 10 jul. 2017.