



Fernanda Deminicis de Albuquerque

**Mais arte do que a própria arte:
sobre o uso do *design* nos museus e sua pretensão de
consagração enquanto arte**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Design.

Orientador: Prof. Alberto Cipiniuk

Rio de Janeiro
Abril de 2019



Fernanda Deminicis de Albuquerque

**Mais arte do que a própria arte:
sobre o uso do *design* nos museus e sua pretensão de
consagração enquanto arte**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Design. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Prof. Alberto Cipiniuk

Orientador

Departamento de Artes & Design – PUC-Rio

Profa. Irina Aragao dos Santos

Departamento de Artes & Design – PUC-Rio

Profa. Heloisa Meireles Gesteira

Departamento de História – PUC-Rio

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Fernanda Deminicis de Albuquerque

Graduou-se em Desenho Industrial, com habilitação em Projeto de Produto, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2011), e possui especialização em Design Total pelo Istituto Europeo di Design (2017). Atua principalmente na área de História da Arte, Museologia e Design, desenvolvendo pesquisas e projetos para exposições.

Ficha Catalográfica

Albuquerque, Fernanda Deminicis de

Mais arte do que a própria arte : sobre o uso do design nos museus e sua pretensão de consagração enquanto arte / Fernanda Deminicis de Albuquerque ; orientador: Alberto Cipiniuk. – 2019.

90 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)—Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2019.

Inclui bibliografia

1. Artes e Design – Teses. 2. Design. 3. Museus. 4. Exposição. 5. Campo do design. I. Cipiniuk, Alberto. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD: 700

Para Iva e Elza (*in memoriam*).

Agradecimentos

Agora, que esta jornada chega ao fim, parece-se inevitável pensar em seu começo. É difícil precisar onde tudo se inicia, afinal, há tantos fatores e personagens que foram importantes e singulares não só para o sucesso deste trabalho, mas também pelas mais diversas etapas de seu percurso. Contudo, há pessoas que foram fundamentais, sem as quais não seria possível a concretização desta pesquisa.

Primeiramente, um agradecimento especial e distinto fica consignado ao Professor Alberto Cipiniuk, por ter acreditado neste trabalho, conduzindo-o sempre com sua orientação segura e amizade. Registro meu reconhecimento não só pelas recomendações profissionais tão acertadas, mas pela constante motivação e encorajamento, além do zelo e paciência dispensados na elaboração deste trabalho. Ao Professor, fica o crédito pela admiração e vontade de prosseguir com firmeza nos estudos acadêmicos, de forma que todo o caminho doravante a ser trilhado não teria sido possível sem o conhecimento adquirido nas aulas, eficientes diálogos e debates.

À Professora Irina Aragão dos Santos, não só por compor tão distinta banca, mas por tantos momentos importantes ao longo dos últimos doze anos. À Professora devo os meus primeiros aprendizados da graduação; de suas mãos, recebi o simbólico estojo do diploma na cerimônia de formatura; depois, pude usufruir de seus ensinamentos também na especialização; do mesmo modo que comemorou comigo minha aprovação em concurso público. Novamente, em mais essa etapa, fica o meu sincero agradecimento por todo o carinho e aprendizado.

À Professora Heloisa Meireles Gesteira, por ter me acolhido em suas aulas e discussões no MAST, proporcionando-me novas reflexões, que notavelmente puderam acrescer significativamente na elaboração desta dissertação. Por fim, agradeço por ter aceito tão prontamente o convite para participação desta banca de avaliação final, sendo um enorme prazer poder contar com a presença e sugestões da Professora.

Um agradecimento especial deixo a Tais de Oliveira Ventura, cuja amizade, apoio e parceria nessa jornada de dois intensos anos foram fundamentais para manter sempre o humor e o sorriso.

No grupo de pesquisa GRUDAR, encontrei um profícuo espaço de discussão e aprendizado, de forma que sou grata pelo crescimento intelectual que os encontros proporcionaram. Para além, ficará a saudade das tardes aprazíveis de café, bolo e muita leitura ao lado dos colegas e professores.

A todos os professores e equipe do DAD e da PUC-Rio que estiveram presentes, cooperando de inúmeras formas para o desenrolar deste trabalho.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Finalmente, sublinho meu sincero agradecimento ao Sr. Almirante José Carlos Mathias, Diretor do Patrimônio Histórico e Documentação da Marinha, por ter acreditado na validade e pertinência deste trabalho, concedendo não só a oportunidade pessoal de curso desta pós-graduação, mas a confiança e o entendimento da importância do desenvolvimento de pesquisas que possam contribuir profissionalmente para o crescimento do trabalho desenvolvido no âmbito de sua Diretoria especializada.

Ainda neste ponto, gostaria de agradecer ao Sr. Almirante Armando de Senna Bittencourt, pela recepção e acolhida na mesma Diretoria, enquanto Diretor, tendo sido o principal responsável por me apresentar ao mundo dos museus. As conversas e reflexões com o Almirante foram essenciais para o amadurecimento de minha compreensão das possibilidades, dificuldades e importância desses lugares, causando-me um fascínio irreversível, que agora se traduz em pequena parte desta dissertação.

À Gláucia Soares de Moura que, enquanto Chefe do Departamento de Museologia, não mediu esforços nem palavras de encorajamento para que a realização deste mestrado fosse possível.

À Adriana de Matos Peixoto agradeço o incentivo inicial para realização deste mestrado, bem como pela paciência dispensada cotidianamente, pela compreensão de meus horários apertados e corridos.

À Patricia Miquilini Gomes que, após ter reassumido o Departamento de Museologia, não faltou com apoio e incentivo para a conclusão deste mestrado.

Ao meu fiel escudeiro, Rogério de Souza, por tantos e tão diversos motivos que os dias corridos nos exigem. É sempre bom saber que há alguém com quem se pode sempre contar.

À toda a equipe da Museografia, os meus queridos ‘dozes’, que operam toda a magia e encantamento, que tornam tangível todas as cores e formas que povoam meus pensamentos.

Aos queridos amigos Anderson de Rieti, Bárbara Maria Martins, Cláudia Silva, Heloisa Chasse, Sabrina de Rezende, Sérgio Oliveira, Tayane Martins, Vanessa Machado e Yana Vale, que me acompanharam, sempre com palavras de incentivo e apoio, nesta trajetória.

Aos meus pais e avó, que nunca mediram esforços ou limites para que todo sonho fosse realizado. Etapa por etapa, sempre estiveram ali como a base mais sólida, o lugar mais acolhedor, o amor mais sincero. Aqui, certamente as palavras não esgotam a gratidão que eu sinto.

Ao meu amado Marcello, parece tarefa impossível expressar o quanto existe de reconhecimento, compreensão e admiração. Contudo, nessa nossa incansável corrida, agradeço, acima de tudo, o tão precioso tempo, que ao seu lado parece adquirir o ritmo peculiar da cumplicidade de nossos planos. Tempo que tudo mistura e confunde. Enfim, *Tanto Monta...*

Resumo

Albuquerque, Fernanda Deminicis de; Cipiniuk, Alberto (Orientador). **Mais arte do que a própria arte: sobre o uso do *design* nos museus e sua pretensão de consagração enquanto arte.** Rio de Janeiro, 2019. 90 p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta dissertação versa sobre os significados do ingresso e usos do *design* dentro de espaços museológicos. É importante ressaltar que tal uso deve ser observado em consonância com as inúmeras relações existentes e estabelecidas nesses locais, que se articulam entre as instituições mantenedoras do patrimônio histórico, suas obras e exposições, e seus visitantes. Tais relações são complexas e multifacetadas, devendo ser observadas e estudadas dentro de um contexto histórico específico, abrangendo o âmbito social, político-cultural e econômico. Dessa forma, esta pesquisa tem como objetivo mais amplo examinar as motivações, bases e limites da inserção e uso do *design*, bem como, em decorrência, as alterações que inscreveu no próprio conceito de museu. Sem olvidar os diversos profissionais envolvidos nas supracitadas relações, ressaltamos o papel do *designer* dentro desses limites, e de que maneira esses especialistas atuam e servem aos museus, investigando que tipo de contribuição são capazes de agregar para os estudos do Campo do Design. Assim, uma das diversas questões a ser problematizada e discutida é pertinente às facilidades que a sua aplicação pode provocar, e, ainda, o alcance e a inclusão social que é capaz de promover.

Palavras-chave

Design; museu; exposição

Abstract

Albuquerque, Fernanda Deminicis de; Cipiniuk, Alberto (Advisor). **More art than art itself: about the use of design in museums and its claim to consecration as art.** Rio de Janeiro, 2019. 90 p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This dissertation deals with the meanings of entrance and uses of design within museum spaces. It is important to emphasize that such use must be observed in harmony with the numerous relationships existing and established in these places, which are articulated between the institutions that maintain the historical heritage, its works and exhibitions, and its visitors. Such relationships are complex and multifaceted, and should be observed and studied within a specific historical context, covering the social, political-cultural and economic spheres. Thus, this research has as its main objective to examine the motivations, bases and limits of the insertion and use of the design, as well as, consequently, the changes that inscribed in the very concept of museum. Without forgetting the various professionals involved in the aforementioned relations, we highlight the role of the designer within these limits, and in what way these specialists act and serve the museums, investigating what kind of contribution they can add to the studies of the Design Field. Thus, one of the various issues to be discussed and discussed is pertinent to the facilities that its application can cause, as well as the reach and social inclusion that it is capable of promoting.

Keywords

Design; museum; exhibition

Sumário

1. Introdução	11
2. <i>Museion</i> , o templo de todas as Musas	18
2.1. Entre a Razão Iluminista e o Romantismo do Estado	18
2.2. Museus, objetos e paradigmas historiográficos	26
2.3. Expor: sob a égide da Fortuna	31
2.4. As novas Musas	34
3. O <i>design</i> político	37
3.1. O primeiro contato, as primeiras relações	42
3.2. A criação e seus usos	49
4. O <i>design</i> e o museu	56
4.1. O museu como mercadoria	58
4.2. Um triunfo do <i>design</i> ?	67
4.3. O <i>design</i> e a história 'vista de baixo'	73
5. Conclusão	78
6. Referências bibliográficas	82

Lista de Ilustrações

Figura 1.

Frontão do *Palais de Chaillot* 18

Figura 2.

Instrumentos de tecnologia náutica no Museu Naval de Madrid 62

Figura 3.

Instrumentos de tecnologia náutica no Museu Naval de Amsterdam 63

Figura 4.

Proposta de experiências em exposições temporárias 69

Figura 5.

Uso de tecnologias em exposições temporárias 70

Figura 6.

Amsterdam DNA 72

Ainda estou lá, naquele distante lugar do passado, nunca saí de lá, mas vivo espalhado no passado, ou a partir dele. Os milhares de modificações que impulsionaram o tempo, comparadas com esse presente atemporal do sentir, são fugidias, irreais como um sonho.

Pascal Mercier, *Trem noturno para Lisboa*

1

Introdução

Ao recordarmos as reflexões iniciais que permearam esta dissertação, parece-nos agora mais claro que a principal motivação que permitiu sua concretização foram questionamentos muito pessoais, oriundos de nossa experiência enquanto *designer* trabalhando efetivamente dentro de um museu.

A inserção de um profissional de *design* dentro de um departamento de museologia era ali uma novidade, e ao mesmo tempo em que todos pareciam desejosos das colaborações e resultados que tal inserção poderia oferecer, ninguém sabia exatamente o que esperar ou demandar. Em suma, não estavam preparados para esse passo que decidiram dar. Ora, nem eu estava, pois após mais de um ano trabalhando em *banners*, *posters*, materiais de divulgação gráfica, iluminações diferenciadas, simples desenhos técnicos para vitrines, dentre outros, comecei a me questionar se o *design* em museus deveria mesmo apenas aportar mera contribuição epidérmica.

Foi dessa maneira que, com muitas perguntas, e sob a supervisão e orientação do professor Alberto Cipiniuk, elaboramos um projeto de pesquisa que visava a deslindar as relações e possibilidades existentes entre o *design* e os museus, não olvidando seus objetos, coleções, narrativas, outros profissionais e seus visitantes.

Nessa conjuntura, procuramos alargar o conceito de *design*, buscando examiná-lo enquanto um campo¹ do saber, observando de que forma ele poderia contribuir, em uma vertente que procura oferecer um valor social vinculado ao espaço museológico.

¹ Aqui tomamos a noção de campo proposta por Pierre Bourdieu, que será mais bem explicada no decorrer desta dissertação.

Dentre as inúmeras tipologias atualmente possíveis e reconhecidas de museus,² procuramos concentrar nossos esforços naqueles de cunho histórico. Pela convencional definição atual, seriam, *grosso modo*, aqueles museus que possuem em sua guarda resquícios de um passado que, ao chegarem ao presente, transformam-se em fontes capazes de criar narrativas históricas que buscam dar sentido e conhecimento ao passado.

Apresentada a temática deste trabalho, o objetivo que pouco a pouco foi se definindo, e que verdadeiramente nos interessa, é discutir e procurar compreender, afinal, qual o lugar do *design* nos museus. De forma mais específica, buscamos reflexões que possam aclarar as possíveis contribuições e inserções do *design* nos mais diversos tipos de espaços expositivos, especialmente naqueles que se dedicam ao campo da história.

Com o passar do tempo, muitas mudanças ocorreram não só nos museus e suas exposições, mas também nos visitantes e suas expectativas e desejos quanto a esses espaços. Para manter o interesse e a procura de cada vez mais pessoas, os museus se viram impelidos a investir em suas exposições, agregando novos elementos às suas exposições, de tal forma que atualmente, muitas vezes, elas se assemelham a grandes espetáculos, repletos de luzes, sons, cores, cheiros e mídias. A chamada ‘experiência’,³ que deve ser vivida pelo visitante de museus, tornou-se quase essencial para o sucesso e popularização desses espaços.

De forma genérica, quando os visitantes se deparam com todos esses incrementos realizados no espaço expositivo, é ao *design* que atribuem a sua viabilidade. Portanto, aqui temos nossa questão primígena ao objetivo desta dissertação: será mesmo que o *design* é o único responsável por todas as informações sensíveis que chegam ao visitante? Teria ele competência e alcance para abarcar e congregar todo o conteúdo e mídias expostos? Diante de perguntas desse gênero, vimo-nos instigados a investigar o que significa, no limite, o *design* que se pratica em museus: ou o resultado exclusivo de um profissional qualificado – o *designer* – que

² Sem pretensão exaustiva, vale citar os museus-casa, museus-cidade, museus históricos, museus de arte, museus de ciência, etc.

³ A tese de doutorado de Fabiana Heinrich defendida no Departamento de Artes e Design da PUC-Rio em 2018, *Crítica da experiência como mercadoria no Campo do Design*, discute e desmonta essa noção ficcional de experiência (HEINRICH, 2018).

monopoliza o discurso do *design*, ou obra da imbricação de muitos profissionais e saberes?

Tal pesquisa se torna pertinente se observarmos que os profissionais geralmente envolvidos no contexto museal, sejam historiadores, educadores, museólogos, arquitetos, não possuem conhecimento no Campo do *Design*, o que resulta em uma lacuna não preenchida por outros saberes. Por sua vez, os *designers* parecem pouco interessados na pesquisa de cunho teórico que pode ser desenvolvida e aplicada no âmbito das exposições e outras atividades no interior dos museus, restando sua contribuição estritamente ligada à questão material do ‘fazer ver’, com grandes expositores, painéis, mídias, etc. Para além, podemos indicar que a bibliografia especializada é parca, mesmo quando nos referimos ao cenário internacional, sendo grande parte dos livros mais ilustrativos do que ricos em expert conteúdo útil.

Buscando contribuir minimamente para se formularem questões pertinentes às inserções do *design* nos museus, para além de seus óbvios aportes nas exposições, esta pesquisa procura oferecer um diálogo transdisciplinar, estabelecendo conexões cabíveis entre o próprio *design* e os profusos universos da cultura que coexistem nesse espaço.

Dessa maneira, se nos voltarmos às origens dos museus, perceberemos uma série de transformações ocorridas na definição, nos propósitos, na maneira de se apresentar e constituir que tais espaços sofreram ao longo dos últimos dois séculos. Antes recinto do colecionismo, da curiosidade e contemplação, os museus hoje, para além dessas antigas concepções, assumem-se como locais de aprendizado que devem se prestar igualmente ao lazer, ao lúdico, ao consumo não só estético como também de serviços, não só de objetos e obras de arte, mas como de mercadorias e *souvenirs* para visitantes. Todas essas mudanças acabaram por instituir o *design* e a tecnologia como entidades essenciais aos museus de tal sorte que, aqueles que não aderiram à nova ordem se encontram cada vez mais esvaziados, conforme os índices de visitação divulgados por muitas instituições.

Mormente no Brasil, os museus vinculados a um paradigma tradicional, típico do século XIX, que buscam de um lado, ou ‘construir’ a nação ou expor obras de arte pertencentes a uma cultura clássica, estão desprestigiados. Paradoxalmente, se observarmos esse cenário de modo mais acurado, perceberemos que os museus que estabeleceram uma conexão estreita, um forte vínculo com o *design*, tendem a

‘desaparecer’ enquanto museus na rigorosa acepção do termo, o que discorreremos mais adiante neste trabalho.

Destarte a discussão do valor do acervo original e do papel e lugar de suas possíveis cópias, pensamos que o *design* se entranhou de tal maneira nos museus, que se tornou capaz de sobrepor, ou até mesmo substituir esse acervo, a *musealia*.⁴

Para pensar o papel do *design* dentro dos museus, é preciso referir dois movimentos que se articulam. Em primeiro lugar, é mister considerar que atualmente parecem impressionar mais as ambientações, cenários e dispositivos gráficos e tecnológicos do que as próprias peças exibidas nas salas dos museus. Depois, em segundo, é importante sublinhar que a prática do *design* é estreitamente vinculada à cultura de consumo. Quando o *design* aproxima as exposições de um museu a um espetáculo ou a uma galeria de produtos, o resultado não seria mais palatável ao público do que a arte ou os objetos históricos? Afinal, é preciso lembrar que a prática profissional do *design* hoje permite a criação de museus inteiramente desprovidos de acervo, ou pela substituição dos mesmos por meio de métodos de reprodução, ou pelo uso indiscriminado de mídias por todas as partes. Tais foram os avanços implementados na inserção do digital no mundo dos museus, de tal maneira que hoje, em uma casada ação de *designers*, programadores, museólogos, entre outros, podemos conferir museus inteiramente virtuais, sem sede, onde o acervo, ainda que tridimensional seja, apresenta-se em duas dimensões, através de fotografias no *site*. Toda a visita é feita pelo percurso do *mouse*.

A metodologia adotada para a tessitura desta pesquisa foi baseada na literatura especializada nacional e internacional, abrangendo diferentes áreas do conhecimento, não se restringindo ao que especificamente trata do *design*. Dessa forma, para se bem compreender a complexidade do universo dos museus, que se processa pelo entrelaçamento de muitos saberes em consonância, buscamos textos oriundos da história, da sociologia, da arte, da museologia e patrimônio entre outros, no intuito de compreendermos como se articulam e atuam tais saberes, e em que ponto se relacionam, e até se apropriam, do *design*.

⁴ O termo *musealia*, aceito no italiano e no português, equivale ao objeto de museu, ou seja, ao acervo. Segundo *Conceitos-chave de museologia*, é um “neologismo [...] construído a partir do latim, com plural neutro: as *musealia*” (ICOM Brasil, 2016, p. 68).

A observação de diferentes exposições, ocorridas no interstício dos dois anos desta pesquisa, no Brasil e no exterior também foram de grande utilidade e proveito para o exame das propostas e objetivos museais, do alcance de público e procura do mesmo, bem como do comportamento do visitante.

No Brasil, mais especificamente tratando de museus na região sudeste do país, podemos encontrar aqueles que clamam representar uma história pátria e de representatividade nacional, e outros, geralmente menores, que buscam peculiaridades regionais, culturas locais e representação de minorias. Sabemos que inúmeros fatores incidem na criação, montagem e manutenção desses museus, e que as atenções e investimentos a eles dispensadas são díspares, de acordo com diversos interesses que aqui não cabem na discussão. Mas, ainda assim, em todos é possível se identificar a comparência do *design*, seja ela de maneira profissional, ou mesmo uma tentativa vernacular. O que nos interessa aqui é a percepção e a necessidade já difundida da presença do *design* no espaço expositivo.

No exterior, o exame de museus em diferentes países como França, Espanha, Itália, Áustria e Holanda pôde contribuir em muito com a pesquisa pela profusão de exposições, não só as de caráter permanente (agora denominadas pelos museólogos de ‘longa duração’), mas principalmente as temporárias que, com alta rotatividade, apresentam-se com forte apelo aos visitantes, provocando sempre o retorno dos mesmos aos museus. É importante ressaltar aqui que, mesmo os grandes museus que ostentam obras das mais diversas culturas, localidades e tempos possuem formas de fazê-lo distintas. As diferenças culturais entre determinados países, com suas respectivas histórias, representações, tradições e formas de arte e expressão são facilmente notáveis. Por outro lado, há algo sutil que perpassa essas exposições e que diz respeito diretamente ao modo como o *design* nelas se apresenta. Independente de onde se vá ou do que se trate, o *design* se afirma com seu ‘aspecto’ e ‘linguagem’ internacional. Ou melhor, encontramos frequentemente enunciações dessa eventual ‘natureza transcendental’ da prática profissional do *designer*, como se ela fosse válida para todos exemplos particulares, afinal o termo *design* legitimado pelo *mainstream* se associa à arte ou à estética. Assim, *design* no sentido como ele é empregado pelos pares do campo diz respeito a uma forma ou ‘maneira’ particular de exibição.

Outra profícua contribuição para o desenvolvimento deste trabalho, foram as críticas e debates decorrentes da apresentação e explanação da pesquisa e seu andamento em grupos,⁵ simpósios e congressos.⁶

Assim, perfazemos a dissertação com uma síntese dos três capítulos que compõem o corpo principal deste trabalho.

No primeiro capítulo desta dissertação, iniciamos com uma breve retrospectiva que versa sobre os museus e suas origens, retomando o mito grego das musas, que habitavam o chamado *Museion*, de onde o termo museu é oriundo. Seguindo com uma tradição que se inicia nos colecionismos e antiquariados, procuramos estabelecer uma história dos museus articulada a um regime de historicidade, observando o processo de formação dos museus que podem ser associados a edificação e consolidação dos Estados e das Nações. Por fim, o capítulo alcança os dias atuais, tratando sobre os novos museus, agora com facetas diferentes das apresentadas no século XIX, construídos com aportes de múltiplos saberes, inclusive com o ingrediente do *design*.

Para o segundo capítulo, apresentamos importantes aspectos do *design*, bem como a trajetória de sua formação profissional, problematizando a noção de metodologia propalada e empregada pelos *designers*. Dessa forma, buscamos reflexões que possam orientar o *design* e sua *praxis* enquanto parte de um campo do saber, o Campo do Design. Finalmente, apresentamos algumas considerações sobre os primeiros flertes e inserções do *design* nos museus, e como, a partir desse momento, deu-se sua construção e seu papel nesse ambiente até a contemporaneidade. Em seguida, pareceu-nos fulcral discorrer sobre a questão da criação, a princípio artística, mas que também é apropriada pelos *designers*, observando que no museu, arte e *design* acabam de fato figurando lado a lado, muitas vezes imbricadas em mesmo espaço, tornando ainda mais essencial a menção desse assunto.

O capítulo derradeiro versa sobre o que é *design* nas exposições e o que é a soma de muitos saberes que genericamente ficaram conhecidos como *design*. Gradativamente, argumentamos como a importância do *design* cresceu nos museus, de forma a permearem não só seus circuitos expositivos, mas também seus serviços

⁵ Em especial o GRUDAR, coordenado pelos professores Alberto Cipiniuk e Irina Aragão.

⁶ Para mencionar alguns, a pesquisa foi apresentada, debatida e publicada na XII Semana de História da UERJ e no 13º Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design (P&D).

e até produtos para aquisição. Assim, propomos uma reflexão sobre o impacto das transformações promovidas pelo emprego desse ‘*design*’ nos museus, suas consequências e possíveis mudanças futuras.

2

Museion, o templo de todas as Musas

2.1

Entre a Razão Iluminista e o Romantismo do Estado

Depende de quem passa, que eu seja túmulo ou tesouro, que eu fale ou me cale. Isso depende somente de você. Amigo, não entre sem desejo.

Paul Valéry⁷

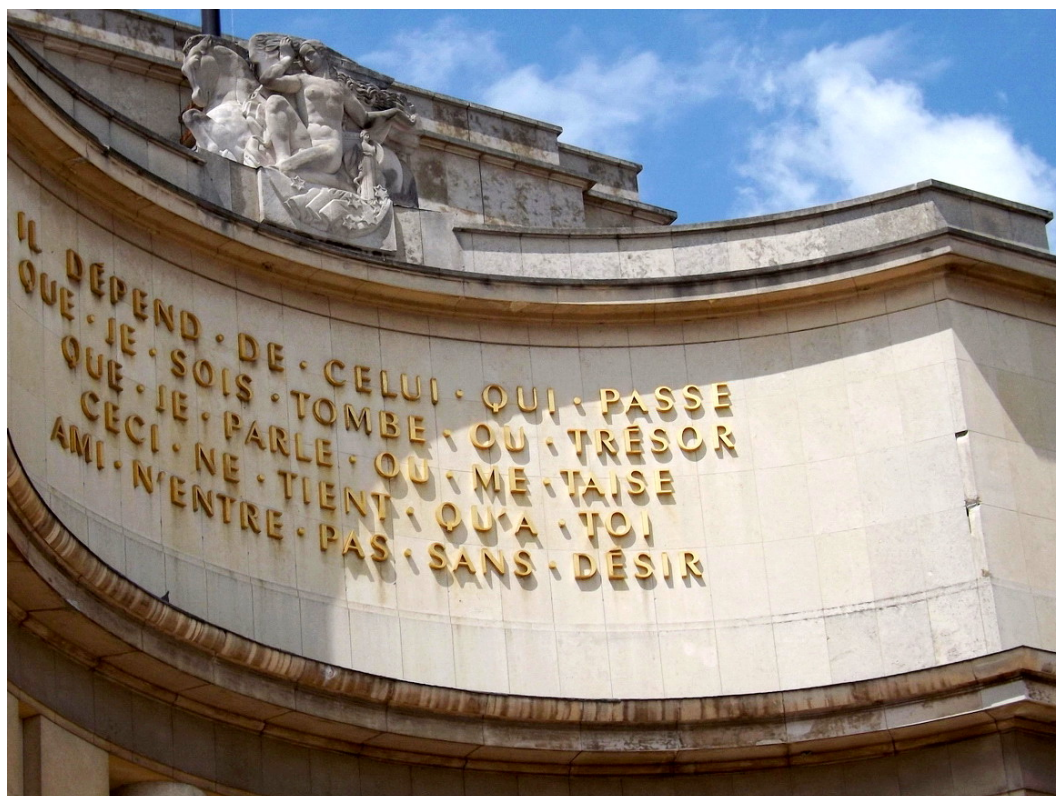


Figura 1 – Frontão do *Palais de Chaillot*, em Paris, contendo frase de Paul Valéry.

⁷ “Il dépend de celui que passe / Que je sois tombe ou trésor / Que je parle ou me taise / Ceci ne tien qu’à toi / Ami, n’entre pas sans désir”. Valéry, Paul. Inscrição que pode ser encontrada no frontão do *Palais de Chaillot*, voltada para o *Musée de L’Homme*, Paris. Livre tradução da autora.

O Templo das Musas. Residência das filhas de Zeus e Mnemósine, frutos do casamento entre o poder e a memória (CHAGAS, 2009, p. 44). Local dotado de inspiração divina, capaz de estimular a criatividade e a intelectualidade, o Museu é lugar onde o *enthousiasmos*, como sugere sua origem grega, torna aqueles que o visita repleto de seus deuses.

Propõe-se neste capítulo estabelecer uma discussão, ainda que breve, acerca das primeiras origens e manifestações dos colecionismos que, pouco a pouco, foram moldando práticas que acabariam por conformar, muitos séculos depois, a instituição museu como a conhecemos.

Ainda que certos historiadores apontem que desde a Antiguidade os homens tenham criado, preservado e até colecionado objetos, o que de fato aqui nos é pertinente é o despertar de um interesse intelectual, possivelmente fomentado pelo humanismo e capitaneado por uma elite europeia, em especial na península itálica.

É notável, já no século XIV, um grande florescimento das artes, num diálogo entre a próspera região de Flandres, como na península itálica. Nessa última, tal florescimento pode ser clarificado pelo desenrolar do cenário político e cultural, ao longo da centúria seguinte, marcado pela forte concorrência de regimes políticos em busca de legitimação e afirmação que, baseados em um estilo de governo principesco, passavam diretamente pelo patronato e mecenato das artes. De certa maneira, o confronto político alcançou também a esfera do poder simbólico, em que a imagem e os objetos de arte se tornam indispensáveis e, principalmente, eficazes quando associados aos exercícios do governo. Ora, algum tempo depois, o próprio Maquiavel diria que “governar é fazer crer” (BOUCHERON *et al.*, 2010, p. 45-51).

Ainda no século XV, podemos observar dois interessantes movimentos que se relacionam. O primeiro se traduz por um deslocamento e circulação de artistas, em que Roma se torna centro convergente para viagens de estudo e observação de antigos edifícios e esculturas clássicas. Tais estudos dariam origem aos importantes tratados de arte e arquitetura que, por sua vez, seguiam um modelo basal já aventado por Leon Battista Alberti na primeira metade do século XV. Em seu tratado intitulado *Da Pintura*, Alberti articula em seu texto a pintura e a retórica, prenunciando uma estrutura que se repisaria e proliferaria entre artistas no XVI (NASCIMENTO, 2004, p. 178).

O segundo movimento se refere ao despertar do interesse de abastados eruditos nas esculturas clássicas, estabelecendo as condições mais propícias para um colecionismo de objetos da Antiguidade que eram captados nas mais diferentes partes da península itálica. A formação e o objetivo dessas coleções também aqui nos interessam. Se no final do Medievo as coleções decorriam do amálgama de objetos díspares, algumas criações humanas (joias, relicários, códices manuscritos etc.) e outros advindos da própria natureza (rochas, “chifres de unicórnios”, conchas etc.), configurando o que se entende por gabinete de curiosidades, na Modernidade elas se construirão em torno do surgimento de um desejo de contemplação sem interesses das obras antigas que puderam sobreviver ao tempo.

É pertinente também mencionar que, na primeira metade do XV, após o período do que ficou conhecido como o exílio de Avignon, e a crise religiosa do Grande Cisma, o Papa Martinho V sucede em restabelecer a sede da Igreja em Roma, atraindo novamente as atenções, o poder e o prestígio para a cidade. Se comparada à cidade de Florença, no final do século XV, mais ativa comercialmente, Roma não deixara de ser referência para a civilização ocidental: antiga sede de um império cujo imaginário ainda propalava, dispunha de palácios, igrejas e relíquias, sobretudo as de São Pedro, localizadas não na edificação que hoje lá se encontra, mas em uma basílica que foi substituída por outra monumental, com cúpula de Michelangelo e colunata de Bernini. Seja como for, novamente coincidiam a tradição e o imaginário imperial com a residência do poder pontifical. Segundo Françoise Choay (2006, p. 31), tal é o momento do “nascimento do monumento histórico”, envolto no desenvolvimento intelectual expressivo que tendia a valorizar as antigas ruínas que dominavam a paisagem citadina, exaltando o esplendor e o engenho dos antigos romanos.

A questão romana tornar-se-ia emblemática, perdurando em voga de tal modo que extrapolaria os territórios da península itálica. Como exemplo, podemos citar o caso de Francisco de Holanda, pintor da corte portuguesa, que em 1551 escreveria importante tratado de arte e arquitetura dedicado a D. Sebastião, advertindo rigorosamente ao rei sobre as extremas carências por que passavam a cidade de Lisboa e seu povo. Em *Da fábrica que falece à cidade de Lisboa*, Holanda chama atenção para a falta de fortalezas, pontes, calçadas e até mesmo de crucifixos na cidade, e por fim, sempre repisa que os romanos, ainda que não fossem nativos

daquela terra, por ela mais fizeram em tempos passados que o próprio rei. Há uma constante exaltação de Roma e da necessidade de ornar e preservar aquilo que os antigos haviam legado (HOLANDA, 1984).

Ao longo do século XVI e início do XVII, Roma teria, nos termos de Jean Delumeau, alcançado sua segunda glória. A contrarreforma obrigava a Igreja a mover-se. De um lado, seguindo as diretrizes propugnadas pelo Concílio de Trento, Roma se reinventava. Muitas igrejas eram reformadas sob novos cânones artísticos e arquitetônicos; outras eram de fato demolidas para serem reedificadas de modo monumental (DELUMEAU, 2016, p. 111-126). No plano internacional, o Papa, em associação com Veneza e Castela, era vitorioso na batalha naval de Lepanto, evento propagado como se fosse decisivo para a Cristandade.⁸ Nas primeiras décadas do século XVII, novo triunfo da Igreja: França novamente era inscrita na tradição católica, graças ao casamento, depois de conturbados períodos de guerra de religião, entre Henrique IV e Maria de Médicis. A centralidade de Roma estava assegurada. As artes floresciam, em diálogo com as produções de Florença e, ao longo dos quinhentos, da Veneza de Ticiano, Bassano e Tintoretto.

A formação, consolidação e expansão dessas coleções entre príncipes, eruditos e até mesmo artistas, que nelas buscavam referências, moldaram coleções privadas tão importantes que acabaram por demandar inicialmente a criação de espaços específicos para abrigá-las, e posteriormente a construção de edifícios inteiros dedicados à sua exibição e guarda. Para não citar mais de um exemplo, basta salientar a construção da Grande Galeria do Palácio do Louvre, demandada por Henrique IV, para abrigar as coleções régias.

Contudo, é necessário ainda mitigar uma possível aplicação do termo museu, como hoje empregado, para referir esses espaços. Vale salientar que, no primeiro quartel do XVIII, no primeiro dicionário da língua portuguesa, o padre francês Raphael Bluteau (1728, p. 649-650) versa sobre as origens mitológicas da palavra museu, para por fim defini-lo como “lugar destinado ao estudo das letras humanas, como também a casa de curiosidades científicas”. Podemos então inferir que a tradição

⁸ Nesse caso, a vitória se presta muito mais aos discursos de supremacia do que aos efeitos práticos. Basta lembrar que os turcos ainda atuaram no Mediterrâneo e ameaçaram Viena.

do antiquariado, dos gabinetes de curiosidade e das coleções privadas ainda era lugar comum nesse mesmo período.

O colecionismo agrega novo impulso a partir de 1748, em função das descobertas arqueológicas das cidades de Pompeia, Herculano e Paestum, com seus inúmeros achados, e juntamente com a publicação da famosa *Geschichte der Kunst des Alterthums* (História da Arte Antiga), de Johan Joachim Winckelmann, que se constituiriam no pináculo do interesse colecionista para objetos da Antiguidade. De matriz iluminista, esse novo *habitus*, a disposição social de uma vontade para estabelecer classificações racionais de objetos, hierarquizando-se os supostos graus civilizacionais dos povos, permitiria que os europeus se posicionassem no ápice de uma longa trajetória evolutiva. Insistia-se que as características principais dos humanos eram sua racionalidade e sua capacidade de intervenção precisa e calculada na natureza. O próprio filósofo prussiano Immanuel Kant optou por explicar o homem como um “ser humano”, destacando seu aspecto permanentemente racional, independente de conjunturas espaço-temporais, em contraposição ao que os românticos do século XIX entenderiam posteriormente como um “estar humano”, cujo comportamento dependia de relações sociais estabelecidas. Como resultado das ações dos “seres humanos”, havia a crença de uma filosofia da história pautada em um progresso coletivo. Em síntese, a ideia de que, com o transcorrer do tempo, todo o Planeta estaria mais civilizado, passando-se de uma condição mais primitiva, em geral residente no passado, para outra, mais complexa e evoluída, verificável no presente (COLLINGWOOD, 2001, p. 114-123; BOURDÉ & MARTIN, 2003, p. 44-48).

A chave para tal passagem estava no conhecimento e nas formas racionais de administrá-lo. *Grosso modo*, acreditava-se que os saberes deveriam ser organizados e classificados, a partir de uma sistemática racional e gradativo, de modo que pudessem estar à disposição da humanidade, para ela se tornar esclarecida, deixando sua menoridade. Não foi por outro motivo que d’Alembert e Diderot organizaram a Enciclopédia em 1772: um conjunto de vinte e oito livros que armazenava, de maneira inédita, todo o saber disponível das ciências e artes da humanidade, com o propósito maior de ilustrar, aprimorando aqueles que se debruçassem sobre ele (COLLINGWOOD, 2001, p. 95-104).

Todavia, algumas alterações causadas pelas agitações sociais afetariam esse panorama. Na França, os conflitos e tensões que culminariam na Revolução Francesa trariam também transformações que se refletiriam na criação dos primeiros museus nacionais. Conforme defende Poulot (2013, p. 59), o acesso do cidadão ao museu passa a ser visto como um direito, já que aquele espaço compreendia parte de sua própria história e identidade. Havia certa pretensão, ainda que embrionária, de favorecer, com esses museus, alguma coesão entre indivíduos de uma mesma sociedade. Uma vez coligados pelo passado comum, ainda que construído de modo artificial, compartilhariam noções de pertencimento (HOBSBAWM & RANGER, 2012). A reunião de objetos, configurados em coleção ou meramente expostos, seria então capaz de atuar como representação e legitimação de determinada coletividade, permitindo que seus partícipes se reconhecessem entre si e, ao mesmo tempo, distanciassem-se daqueles que não comungassem de sua cultura forçosamente nacional.

É importante também insistir que, para além de uma preocupação com a preservação patrimonial, o pensamento iluminista terá sua parcela de contribuição para uma disseminação do saber, uma busca por levar ao conhecimento dos cidadãos diversos artefatos que estavam, até então, conservados nas coleções privadas. Nessa senda, Choay sustenta que, ao permitir o acesso ao objeto real, materialmente curtido pelo tempo, desenvolve-se a possibilidade de uma experiência estética democratizada (CHOAY, 2006, p. 89).

Assim, os museus se institucionalizaram, ainda que sob alguma precariedade, na segunda metade do século XVIII, como um dos reflexos do pensamento iluminista: tornavam-se espaços onde era possível verificar a evolução da humanidade, seu incremento civilizacional, a partir da fórmula clássica que imbricava a Razão ao Progresso. São tributários dessa concepção, por exemplo, o Museu Britânico, em Londres, o Museu do Louvre, em Paris, e a Gallerie degli Uffizi, em Florença, que tiveram seus acervos ameadados ao longo de séculos (BAYLE, 2001, p. 7; PESCIO, 1998, p. 3).⁹

Nessa conjuntura, os museus passaram a estabelecer uma estreita relação com a perspectiva enciclopédica da vida: possuem inúmeras seções e um enorme acervo,

⁹ O Museu Britânico é de 1753. O Museu do Louvre foi idealizado pelo Conde de Angivillier em 1776. Mas a Revolução impediu sua abertura até que a Constituinte retomasse as ideias do projeto

desde as organizações sociais da Mesopotâmia e do Antigo Egito até a arte europeia da modernidade, amalhado ao longo de séculos. Aos olhos de hoje, se a intervenção precisa de um *design*, poderiam ser aproximados a armazéns de peças antigas que servem para ser contempladas.

A tendência geral era, portanto, a da armazenagem de peças com valor histórico, classificadas, organizadas e dispostas ao público conforme os critérios iluministas. Por exemplo, no primeiro guia organizado para o Museu Britânico, de 1761, escrevia seu autor: “a curiosidade prevalece quase universalmente... Nada pode contribuir melhor a preservar a sabedoria tão abundante neste século que contar com depósitos em todos os países para abrigar suas antiguidades, como é o caso do Museu da Grã-Bretanha”.¹⁰

A pretensão era a de que os museus se tornassem repositórios de peças antigas, não apenas capazes de instigar a curiosidade em seus visitantes, mas também permitir que se posicionassem em uma escala evolutiva.¹¹ Não apresentam exatamente uma narrativa do passado, mas sim seus resquícios, registrando o progresso da civilização e confirmando a tese iluminista de que o aspecto racional dos homens é o maior responsável por seu desenvolvimento.

Destarte as tímidas tentativas ocorridas no século XVIII de se abrir instituições museais ao público, a recepção e contemplação de obras nas cortes principescas bem como nas igrejas e mosteiros dava-se de maneira “complexamente graduada e hierarquicamente mediada” (BENJAMIN, 2014, p. 93-95). Assim, efetivamente, foi somente no XIX que grandes coleções se instalam em importantes edificações, fundando o que já se denominou a “Idade de Ouro” dos museus, propiciando na Europa uma rápida proliferação de tais instituições dedicadas a preservar e difundir o que se consensualizou ser patrimônio histórico e artístico (LE GOFF, 2000, p. 47).

original, criando o Museu Central das Artes, em 6 de maio de 1791, mas que foi inaugurado em 10 de agosto de 1793. A Gallerie degli Uffizi foi aberta ao público em 1769, graças às iniciativas de Pedro Leopoldo.

¹⁰ *Apud*. El Museo Británico. Catálogo. Madrid: The British Museum Press, 2003, p. 6.

¹¹ Essa nova forma de organizar os museus alterava o que existia anteriormente, os gabinetes de curiosidades, onde se expunham coleções ecléticas de objetos notáveis, por serem extraordinários. Seu propósito, antes, era maravilhar o observador com relíquias, preciosidades, peças raras ou exóticas.

No Brasil, mais especificamente, o museu como instituição se estabelece na época joanina,¹² com a fundação do Museu Real¹³ em 1818. A ideia de criar um museu era pertinente à coroa portuguesa naquele momento, sendo necessário civilizar essa sociedade que agora se encontrava próxima ao rei. Reunindo e institucionalizando uma memória e cultura, a coroa buscava se legitimar se aproximando dos padrões europeus, apresentando-se como capaz de domesticar pela cultura.

Ainda na década de 1830, coincidindo com a expansão do café no Vale do Paraíba fluminense, as elites instalaram, no Rio de Janeiro, o Imperial Colégio D. Pedro II (1837), para capacitar seus filhos para ocupar os postos de governação do Império, seja no comércio, indústria ou administração pública. Deveria funcionar como uma instituição educacional paradigmática, de modo que posteriormente fosse expandida para todo o território. Poucos meses mais tarde, criava-se também um Arquivo Público (1838), não apenas para sistematizar as informações concernentes ao Estado, em processo de formação, mas ainda para garantir a preservação de sua memória no futuro. Outro instrumento disponível para a construção da Nação seria o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB), fundado igualmente em 1838 (NEVES & MACHADO, 1999, p. 409). O órgão realizaria pesquisa histórica em favor de um passado comum que fosse capaz de coligar, ao menos num plano historiográfico, espaços tão díspares do Império; do mesmo modo, ofereceria informações da geografia territorial para a boa gestão de suas regiões ou, noutros termos, para desbravar suas paisagens (GUIMARÃES, 2012).

Ao longo dos oitocentos, museus e institutos históricos contribuíram para o processo de afirmação e legitimação do Estado liberal, buscando coligar grupos sociais de tendências políticas díspares, em torno da construção da ideia de um passado comum, frequentemente “inventado”, via de regra imaginado sob a luz do romantismo oitocentista (HOBSBAWM & RANGER, 2012). Um exemplo representativo, para novamente não citar mais que um, é a “Galeria das Batalhas”

¹² Em referência ao período de reinado de D. João VI.

¹³ Brevemente, o Museu Real, fundado em 1818, por D. João VI, era uma instituição que deveria se prestar a estimular a produção e difusão do conhecimento científico no Brasil. Já em sua origem, abrigava coleções de botânica, minerais, numismática, taxidermia, algumas obras de arte, etc. A primeira sede do referido museu se localizava na região central da cidade, no Campo de Santana, em edificação que posteriormente seria ocupada pelo Arquivo Nacional. Posteriormente, em 1892, o Museu Real seria transferido para o Palácio de São Cristóvão, na Quinta da Boa Vista, sendo hoje conhecido como Museu Nacional.

do *Château de Versailles*, que deveria unir monarquistas, revolucionários fracassados e bonapartistas. Nas suas pinturas idealizadas de batalhas, a chave de conexão costumava ser o passado medieval, a religião católica comum e o rei como representação simbólica das preocupações em torno do bem comum (CONSTANS, 2000).

2.2

Museus, objetos e paradigmas historiográficos

À concepção de museus enciclopédicos e nacionais correspondeu uma determinada historiografia. Ambas se influenciaram reciprocamente. Acompanhando a perspectiva proposta pelos museus enciclopédicos, desenvolveram-se as filosofias da história, sobretudo a partir de Turgot e Condorcet. Para as primeiras décadas do século XIX, vale referir a perspectiva de fenomenologia de Friedrich Hegel, com a evolução dialética do espírito do mundo, por meio do protagonismo do Estado, que proporcionaria a realização de objetivos universais, a exemplo do direito e da lei (CHÂTELET, 1995; ANDERSON, 1992, p. 16); em seguida, o materialismo histórico, de Karl Marx, com a superação dos modos de produção pela luta de classes (HOBSBAWM, 1998, p. 176; GARDINER, 1984, p. 163-169; WATKINS, 1966, p. 69); a filosofia positivista, de Augusto Comte, com a teoria dos três estágios, sendo o último o estado científico (COLLINGWOOD, 2001, p. 145-151); e, a biologia, com a evolução explicada pela teoria de Charles Darwin e Alfred Russel Wallace sobre a origem das espécies por meio da seleção natural (BITTENCOURT, 2009, p. 39-49).

Para os intelectuais do século XIX, especialmente em suas últimas décadas, essa noção de evolução podia também ser observada no nível das experiências. Afinal, a Revolução Industrial, explorando o uso das ligas de ferro e carbono e dos combustíveis fósseis, passara do ferro forjado à produção industrial dos aços e do emprego do carvão mineral como combustível ao do petróleo. Para além, desnecessário sublinhar as concentrações fabris, os modos de exploração do trabalho e segregação da produção, a disciplina social e os modos de perceber o tempo, agora vinculado cada vez mais a ideia de eficiência e produtividade. Em

resposta, o sistema financeiro e econômico atingiu padrões inéditos, com a propagação internacional do capitalismo britânico (HOBSBAWM, 2003).

Se os museus buscavam amear diversos objetos para a construção artificial de um passado supostamente comum, a historiografia oitocentista também privilegiou reunir toda a documentação disponível para a escrita da “verdadeira” História. Desenvolveram-se não apenas os arquivos, mas também as monumentais coleções que publicavam conjuntos documentais transcritos. Expoente do historicismo alemão, Leopold von Ranke entendia que o fato histórico deveria ser apresentado “tal como ocorreu”, sem interferências ou interpretações advindas do historiador. Nessa perspectiva, o documento histórico (tal como o objeto dentro de um museu) fala por si só, detendo a ‘verdade histórica’ (HOLANDA, 1974, p. 431-482; BURKE, 1992, p. 233-234).

A grande ruptura epistemológica, no que se refere especificamente à produção historiográfica, ocorreu a partir da década de 1930, na França, com a Escola dos *Annales*. Sem dúvida, as contribuições e advertências dos *Annales* registraram indelévels marcas nos modos de produção do conhecimento histórico (BURKE, 1992; DOSSE, 1992). Graças aos *Annales*, buscou-se uma história total, em detrimento de uma história anterior, sobremaneira política ou militar, pautada em grandes personagens, gabinetes e batalhas.

O modo de examinar a documentação também foi bastante alterado. Primeiro, a própria concepção do que seria uma fonte se alargou. O historicismo alemão e a escola metódica francesa só reconheciam como documentos aquilo produzido no âmbito do Estado. Com o avançar das ideias dos *Annales*, vestígios arqueológicos, cartas pessoais, textos literários, imagens e quaisquer vestígios do passado poderiam ser empregados como documentos. Bastava a reflexão em torno de uma metodologia adequada. A crítica interna e externa e a busca incessante de documentos inéditos e de sua autenticidade cederam lugar a novas óticas que privilegiavam o enquadramento das fontes em seu contexto, seus pontos de tensão e de silêncio, bem como as possíveis motivações para sua falsificação. Talvez, o ponto mais importante: a documentação não falava por si, mas cabia ao historiador propor perguntas às fontes, decorrentes de uma problemática cujo enquadramento e direção estavam orientados por um quadro teórico-conceitual e por hipóteses, inexoravelmente vinculadas a inquietações contemporâneas ao historiador. Não se

buscava mais a verdade histórica, mas sim articular o passado às dimensões e perspectivas do presente.

Em face da imposição dessas tendências historiográficas, os objetos, antes sacralizados dentro dos museus, assumiam novos papéis.

Tanto as imagens quanto os objetos, e por consequência a combinação de ambos, são poderosas fontes de investigação ainda pouco exploradas. Deve-se ressaltar a importância dos museus, enquanto instituições de posse de uma larga gama de bens patrimoniais, de investir e fomentar a pesquisa, buscando validar o uso das imagens e objetos como fonte histórica, demonstrando a riqueza que podem oferecer a diversas áreas do saber, justo porque refletem a infindável capacidade e diversidade das sociedades, com suas complexas estruturas, em produzir material sensível (DIDI-HUBERMAN, 2013).

Marc Bloch, um dos fundadores da Escola dos *Annales*, que viria a influenciar fortemente toda uma historiografia porvir, já ressaltava que os testemunhos históricos são extremamente diversificados e pertinentes para as pesquisas, de forma que “tudo que o homem diz ou escreve, tudo que fabrica, tudo que toca pode e deve informar sobre ele” (BLOCH, 2001, p. 79). Dessa forma, Bloch assevera que, ao tratarmos de determinado problema ou questão histórica, não se pode ter a ilusão de que há um tipo específico de documento que possa esgotar as perguntas propostas, mas sim que uma combinação de diferentes espécies e categorias desses, quando manejados de forma responsável e acurada possam suscitar melhores hipóteses e conclusões (BLOCH, 2001, p. 80-81).

Assim, é imprescindível sublinhar que os objetos e produtos variados da cultura material, sejam eles triviais ou de arte, tridimensionais ou não, não emitem por si só os seus significados e nem são passíveis de serem “lidos” como uma espécie de texto. Sendo a sociedade uma coletividade, produtora de significados e de crenças, entende-se que esta inculca e molda coercitivamente um *habitus*, ou seja, a maneira como cada indivíduo percebe o seu entorno, de acordo com inúmeros interesses coletivos – as influências sociais – que geralmente são ocultos. Dessa forma, não poderiam os objetos criados pela sociedade emitir sentidos, e sim nós, enquanto pertencentes e partícipes dessa cultura, partilhando dos mesmos códigos e tempo histórico, projetamos esses sentidos, significados e simbolismos nos mesmos. Isso é muito claro no pensamento de Didi-Huberman (2010), quando, por exemplo,

afirma que não “percebemos” as coisas do mundo, mas sim as “reconhecemos”. Ora, podemos então deduzir que o olhar precisa ser condicionado e treinado para ver aquilo que se deseja mostrar. Não há um olhar neutro ou gratuito, sem um porquê.

Mas, não só com os objetos devemos estar atentos. Novamente Bloch nos adverte que também os textos, fontes mais usuais de pesquisa em qualquer campo do saber, e que nesse caso, apesar de serem de fato legíveis, também não possuem autonomia, como nos versa em *Apologia da História*, observando que:

O historiador reúne, lê, empenha-se em avaliar sua autenticidade e veracidade [do documento]. Depois do que, e somente depois, os põe para funcionar...[...] Pois os textos ou os documentos arqueológicos, mesmo os aparentemente mais claros e complacentes, não falam senão quando sabemos interrogá-los (BLOCH, 2001, p. 79).

Assim, independente da tipologia ou natureza de um documento, é preciso questionar, desconfiar, sabendo que as perguntas nunca estão livres “da tradição, do senso comum, isto é, muito frequentemente dos preconceitos comuns” (BLOCH, 2001, p. 79).

A questão da multiplicidade de emprego e interpretação dos textos também muito nos interessa ao considerarmos o universo dos museus. Quando a disposição de objetos e imagens em exposições perdem o aspecto de aleatoriedade e passam a ser organizados em temas, períodos e narrativas, os escritos permearão as exposições em textos de abertura, explicativos, narrativos, em legendas e outros inúmeros formatos agregados ao acervo exibido. Passa a ser necessário uma justificativa e um aporte verbal para compor os sentidos elaborados que se pretendem transmitir ao observador, sendo, portanto, imprescindível a advertência de Bloch.

Ao refletirmos mais detidamente sobre os objetos, podemos perceber a complexidade de sua formação enquanto artefato. Exatamente por não possuírem sentido, significado ou uso imanente, não transparecem as intenções de sua criação, os métodos pelo quais foram produzidos, o modo de trabalho pelo qual se originou, seus possíveis empregos e utilidades, nem sequer as formas pelas quais foram ressignificados em diferentes espaços e tempos, ou o seu valor real sem as máscaras simbólicas que lhe são impostas em cada uma de suas inserções sociais. Considerando-os evidências históricas, como apreender então as informações

necessárias de tais objetos? Como colocá-los em um determinado período, contexto e narrativa? E, claro, como os inserir em exposições museais?

Inicialmente, antes de nos debruçarmos sobre os problemas supracitadas, é preciso questionar o que são esses objetos com reconhecido valor histórico, e o que os diferencia de um simples artefato de nosso uso diário, que parece não possuir maior importância para além de desempenhar uma função meramente “prática”.

Em suas reflexões sobre objetos, Jean Baudrillard nos oferece um caminho profícuo. Para o sociólogo, o objeto banalizado pelo uso cotidiano e que se refere à atualidade, apresenta-se rico em funcionalidade, mas extremamente despojado de significação, de maneira que muitas vezes suas qualidades e valor se tornam invisíveis pela prática corriqueira do uso. Assim, devemos considerar que o tempo incide sobre esses objetos, sendo justo nesse ponto que Baudrillard irá pensar que toda a “funcionalidade dos objetos modernos torna-se historicidade do objeto antigo” (BAUDRILLARD, 2015, p. 82). Dessa maneira, os objetos que apontamos como depositários de valor histórico, são aqueles que representariam uma parcela de um passado, desde que o historiador fosse capaz de lhes indagar com as perguntas corretas. Mas não só, pois além de atestarem materialmente sua criação e existência, sobreviveram de diferentes formas à ação do tempo, sujeitando-se às suas inclemências. Estão tão no passado quanto no presente.

Ramos, ao se deter sobre a mesma questão, também observa não ser incomum para uma mesma atividade que realizamos empregar a concepção de “objetos de tempos distintos”. Com isso, recorda-nos que a todo instante convivemos com artefatos de diferentes épocas, e frisa que isso de forma alguma pode significar que o manejo de um determinado objeto antigo denote uma “carência de progresso” ou pouco desenvolvimento (RAMOS, 2004, p. 35-36). Somos, no uso que fazemos dos objetos a nossa volta, o resultado da imbricação de múltiplos tempos, tecnologias e modos de fazer, dotadas de complexidades específicas para seu contexto de produção e circulação.

Assim, todos esses objetos desprovidos de suas funções originais, acabam por ganhar novo estatuto, circunscrito em subjetividade, funcionando, segundo Baudrillard, como espelhos, cujas imagens virtuais emitidas não são as reais, mas sim reflexos do desejo humano. Ao agruparmos tais objetos desse gênero, configuramos uma coleção, que pode ser mais ou menos complexa, que procura

reunir, classificar e relacionar objetos imersos em uma abstração construída por determinado sujeito ou grupo, e que ao mesmo tempo possa ser reconhecida e “recuperada” pelos mesmos (BAUDRILLARD, 2015, p. 94-99).

Portanto, ao considerarmos o amplo universo dos museus, podemos perceber que, os objetos quando inseridos no contexto de uma exposição estão para representarem um determinado evento, uma época, cultura ou estilo. No entanto, tudo aquilo que representam dentro do contexto expositivo não pode ser considerado nem verdadeiro nem falso, mas sim resultante da construção do olhar de agora, da conveniência do hoje, de um grupo ou sujeito que avoca para si a capacidade de estruturar e ordenar discursos. Ainda com fulcro nas ideias de Baudrillard, podemos considerar que esses objetos passam a significar o tempo e seu decorrer, sendo interessantes e quiçá belos porque sobreviveram, mas também significativos porque encadeados em uma teia discursiva (BAUDRILLARD, 2015, p. 91).

Em geral, quando postos à mostra para os visitantes em um museu, os mais diversos tipos de objetos e coleções nele contidos se tornam uma espécie de protagonistas de uma exposição. Outrossim, podemos ainda perceber que tal protagonismo se afirma por uma materialidade marcada pelo tempo, o que consequentemente permite suscitar novas e inusitadas percepções dentro do universo das exposições. Ora, se considerarmos, *grosso modo*, que as coleções de objetos compõem exposições, que por sua vez compõem museus, perceberemos a importância de nos deter sobre o assunto.

2.3

Expor: sob a égide da Fortuna

Exposições, termo que se deriva do latim *exponere*, tem sua origem na noção de pôr para fora, entregar algo à sorte. Segundo uma antiga tradição que remonta à mitologia romana, a sorte é jurisdição da Deusa Fortuna, que cega distribui seus desígnios de maneira aleatória. Relacionando-se com o acaso, a boa ou má sorte desferida pela Fortuna perdurará também como forte crença no medievo, articulando-se então com a noção de vontade divina; vinculada à instabilidade do movimento de uma roda, seguirá pela modernidade, especialmente figurando

alegoricamente em inúmeras imagens produzidas nesse período. Ora, poderíamos enunciar e discutir as profundas mudanças ocorridas na concepção do termo expor até sua atual significação, mas isso certamente alteraria os propósitos dessa dissertação. Parece ser suficiente referir que, contemporaneamente, existe um esforço, uma tentativa para que o espaço expositivo, e tudo aquilo que gravita em seu entorno, seja controlado, de maneira que restem poucas possibilidades para ação da Fortuna.

Objetos e imagens acompanham o homem desde as épocas mais remotas. No entanto, é relevante observar que toda produção humana nesse sentido são figurações de certa forma à serviço da magia, do sagrado. Nesse ponto, não se pode olvidar que toda essa magia ou sagrado sempre está contida no olhar que se debruça sobre o objeto ou imagem, e nunca imanentes neles próprios. Debray (1993, p. 22-34), aplicando-se sobre essas questões, afirma que esses “não se destinavam a serem vistos pelos vivos. Não eram [...] para embelezar, mas sim prestar serviço”. Walter Benjamin (2014, pp. 37-39), na mesma direção, chama-nos atenção para que os objetos e imagens elaborados em tempos primevos que hoje chamamos de arte, somente foram assim considerados com o advento da modernidade. Mesmo aquilo que atualmente designamos por uma arte medieval, não foi manufaturado com essa intenção: eram objetos de devoção, que deveriam intensificar a relação do homem com sua própria fé.

Com o decorrer do tempo, a esses objetos e imagens *a priori* elaborados para serem cultuados, agregam-se novos sentidos e usos, que com o acúmulo das técnicas de produção e o surgimento do artista em detrimento do artífice, transmutam seus valores de culto em valores de exposição. Quando despidos do sagrado, seus sentidos e contextos são deslocados para servirem à apreciação humana, de maneira que lhes atribuímos *status* de arte. Em suma, o valor de exposição irá suplantir o de culto, fazendo com que a arte passe a ter uma dimensão crítica e política.

Assim, no atual contexto, uma exposição traz em seu cerne os sentidos que os seus organizadores desejam fazer chegar ao público, sendo, portanto, um meio entre os objetos, sejam estes de arte ou prosaicos, e o visitante. É justamente nessa exposição que uma dada instituição encontra uma forma de se comunicar, criando inclusive uma identidade própria para esses discursos, que quando se solidificam, tornam-se fortes e dignificam a autoridade de quem fala a outrem. Podemos ainda levar em

consideração que expor objetos, que são compreendidos como bens culturais, legitimados por instituições competentes, é de certa forma afirmá-los como essenciais para uma determinada história e, portanto, uma memória.

A partir do momento que se conecta tal memória aos objetos, passa a existir um conjunto de coisas materiais que têm valor simbólico para uma coletividade, que será uma das grandes responsáveis pela criação e valorização de um patrimônio cultural. Esses guardados ou arbitrários culturais são capazes de manter e fortalecer a união daquelas pessoas que os partilham, e que assim os expandem cotidianamente ao longo dos tempos.

No que se alude aos resquícios materiais do passado que chegam até o presente, porque preservados pela própria sociedade, diferentes daqueles que foram poupados por ações naturais alheias ao homem, devemos ressaltar que se tratam de resultado direto de uma apuração que é capaz de indicar informações e pertinências que a própria sociedade escolheu para si mesma (KNAUSS, 2006, p. 5).

Elementarmente, então, trazendo tal argumento para os museus, podemos pensá-los como reflexos do que uma sociedade construiu e atribuiu valor. Mais especificamente tratando, ter controle e gerência sobre dado patrimônio cultural histórico faz também com que essas instituições tenham a pretensão do domínio não só da memória que lhes cabe, como também dos silêncios que lhes são pertinentes. É interessante observar que o conteúdo selecionado a ser exibido, bem como o discurso que sua proposta museal irá formar, é capaz de retratá-la, ainda que de forma tácita.

Para reforçarmos e refletirmos um pouco mais sobre essas questões, podemos recorrer ao que nos ensina Roger Chartier que, ao tratar sobre a história cultural, observa que são as próprias representações dos mundos sociais, assim como o museu, em uma menor escala, que “criam as figuras graças às quais o presente pode adquirir sentido, o outro tornar-se inteligível e o espaço ser decifrado”, e que irão tecer esquemas intelectuais, de forma que resulte em um controle sobre os meios eruditos, sendo essencial, no ponto de vista do autor, observar-se e relacionar os “discursos proferidos com a posição de quem os utiliza” (CHARTIER, 1990, p. 17).

Prosseguindo na mesma senda, em seu texto *As Relações de Força*, mais especificamente no capítulo *As vozes do outro*, Carlo Ginzburg trata das percepções

que podemos obter do outro, através de fraturas existentes em diferentes tipos de textos e narrativas. Ressalta o historiador que “os textos têm fendas” (GINZBURG, 2002, p. 99). Nesse sentido, os discursos, ainda que aparentemente se manifestem como sistemas consoantes, na verdade guardam “fissuras” que nos permitem inferir algo para além do que está sendo explicitado. Da mesma forma, nos circuitos expositivos apresentados pelos museus, podemos perceber essas fendas.

Discorrendo mais especificamente sobre os museus de cunho histórico, Ramos irá tratar da questão da exibição de objetos de forma análoga a Ginzburg, afirmando que cada um deles é uma “fratura exposta”, uma espécie de “fragmento do mundo” capaz de impactar fortemente nos sentidos humanos de tal forma que “o que tinha valor de uso torna-se espetáculo” (RAMOS, 2004, p. 64), em função dos processos de patrimonialização e desreferencialização funcional dos objetos. Não custa insistir que tais processos sempre são eivados de intenções políticas.

A nação figurava como uma entidade que deveria forçosamente aproximar pessoas pela experiência de um passado comum, selecionada cuidadosamente por uma elite intelectual. De acordo com Hobsbawm, “teoricamente, o passado - todo o passado, toda e qualquer coisa que aconteceu até hoje - constitui a história” (HOBSBAWM, 1998, p. 37). Mas, na prática, nem todo passado se tornou digno de ser história, pois muitos elementos foram e são omitidos, esquecidos, não sendo partes constitutivas de uma narrativa. Em sua origem, o museu se fundava no paradigma de que “o passado era o modelo para o presente e o futuro”, de modo que “a história é positivamente autoridade para o presente” (HOBSBAWM, 1998, p. 37).

2.4

As novas Musas

Mais lembranças tenho eu do que todos os homens tiveram desde que o mundo é mundo [...] meus sonhos são como a vossa vigília.

Jorge Luis Borges¹⁴

¹⁴ “Más recuerdos tengo yo solo que los que habrán tenido todos los hombres desde que el mundo es mundo [...] mis sueños son como la vigilia de ustedes” Livre Tradução da autora. BORGES, Jorge Luis. “Funes el memorioso” in BORGES, Jorge Luis. *Ficciones* [1944]. Disponível em <http://www.literatura.us/borges/funes.html>, acesso realizado em 2 de outubro de 2018.

Vamos ao passado para nos reencontrarmos: trata-se de um ato de reconhecimento.

Manoel Salgado Guimarães¹⁵

Recordamo-nos Ireneu Funes, o memorioso. Personagem célebre de Borges (1944), após uma queda se vê privado dos movimentos de suas pernas, mas subitamente consciente do presente e passado, que agora se apresentavam nítidos, copiosos de detalhes. As memórias, mesmo as mais antigas e triviais, lhe voltavam por inteiro, de modo que nada lhe escapava, sendo-lhe possível “reconstruir todos os sonhos, todos os entre sonhos”. Funes se recordava de recordar, mas não era capaz de oferecer conhecimento a partir de sua prodigiosa memória. Uma crítica a uma concepção historiográfica incapaz de explicar ou salvar o mundo em tempos conturbados de guerra total? Talvez. Era preciso encontrar outros sentidos para o passado.

Vimos que os museus nasceram no século XVIII e se institucionalizaram no XIX para afirmar e difundir discursos que demonstrassem a evolução da humanidade, ou mais precisamente da Europa, em função de racionalidade aplicada ao tempo ou ainda para que viabilizassem noções de pertencimento, inventando e legitimando a nação. Como lembra Hobsbawm, é o Estado quem inventa a nação e não o contrário.

A Escola dos *Annales* atribuiu novas dimensões às investigações acerca do passado, ressignificando o papel que documentos e objetos poderiam desempenhar em sua construção. Em associação com os estudos marxistas, a exemplo das tendências projetadas a partir das obras de Hobsbawm e Edward P. Thompson, ofereceu novas possibilidades não apenas ao fazer historiográfico, mas também a pluralidade e pulverização dos discursos de poder, entendido, a partir da obra de Michel Foucault, como instância capilarizada e microfísica.¹⁶

Assim, durante a década de 1970, as tendências em pauta se verticalizaram, em grande medida devido às aproximações que a história estabeleceu principalmente com a teoria social e com a antropologia: novos objetos, métodos e abordagens

¹⁵ GUIMARÃES, 2008, p. 98.

¹⁶ FOUCAULT, 2014.

temáticas têm sido aplicados à historiografia em geral, influenciando decisivamente sobre a organização e finalidade dos museus (BURKE, 2002).

Os museus foram compelidos a refletir sobre a necessidade de inclusão de diferentes segmentos sociais em suas narrativas, bem como admitir que a história não se constrói apenas de cima para baixo (HOBSBAWM, 1998, p. 216-218). Grupos que, *a priori*, estavam excluídos dos espaços museais receberam alguma atenção. Até mesmo a ausência desses grupos se tornou uma significativa fenda que evidencia justamente aquilo que foi silenciado de forma proposital.

Considerando essas lutas de representação social, Chartier irá defender que elas são tão importantes quanto às de cunho econômico, e que ambas são necessárias para se entender “os mecanismos” que são criados por grupos ou instituições que terão a pretensão de impor sua visão e valores de mundo, e assim, exercer certo domínio (CHARTIER, 1990).

Uma vez que a historiografia cada vez mais rejeitava a perspectiva teleológica da história, buscando se afastar também dos estruturalismos, os museus passaram a desempenhar outras funções sociais. Devem permitir a inserção de indivíduos nas narrativas coletivas; noutras palavras, contribuir com a construção de identidades sociais, para criação de noções de pertencimento não mais a serviço da nação, mas a cidades ou grupos minoritários. Estão preocupados, em grande medida, com a coesão social e a dinamização da memória social, essenciais para a cidadania.

Gabinetes de curiosidades, instrumentos civilizacionais e depois espaços de afirmação histórico-política dos Estados, a que também correspondem regimes específicos de historicidade e de historiografia, os museus se transformaram de modo contundente. Atualmente, perfazem distintos papéis; por exemplo, são espaços de aprendizagem, de construção de conhecimento, de interação crítica com a cultura e com a herança do passado, de formação de identidades e de autoconsciência, de formulação de narrativas de si e dos outros, e até de cidadania, como defende explicitamente o inciso II do art. 2º da Lei nº 11.904, de 2009. Resta saber o papel do *design* nesse contexto e como contribuiu para afirmação e legitimação de novos museus, tema do último capítulo.

3

O *design* político

No instante, porém, em que a medida da autenticidade não se aplica mais a produção artística, resolve-se toda a função social da arte. No lugar de fundar no ritual, ela passa a se fundar em uma outra práxis: na política.

Walter Benjamin¹⁷

Para tratarmos do *design* e de suas inserções no mundo dos museus, é importante tecer algumas considerações acerca de sua origem e prática. Não cabe aqui, nesta dissertação, discorrer sobre a história do *design*, mas parece pertinente perpassar alguns pontos e considerações que serão oportunas para seu desenvolvimento.

Em seu clássico livro intitulado *Desenho Industrial*, John Heskett nos oferece, em suas primeiras páginas, uma resumida e já bem difundida versão sobre o que seria o *design* e sua intrínseca relação com o incremento da industrialização:

o desenho industrial é um processo de criação, invenção e definição separado dos meios de produção. Ele envolve uma síntese final de fatores contributivos e muitas vezes conflitantes numa concepção de forma tridimensional e na sua realidade material passível de reprodução múltipla por meios mecânicos. Está, portanto, vinculado especificamente ao desenvolvimento da industrialização e mecanização que começou com a Revolução Industrial na Inglaterra por volta de 1770, embora não possa ser descrito simplesmente como um produto determinante desse processo (HESKETT, 2006, p. 10-11).

Tomando tal ensinamento como ponto de partida, é preciso ainda que se observe que, com o decorrer do tempo, ao *design* foram impostas algumas mudanças forçadas por agentes e situações externas, e que outras mais foram pleiteadas por aqueles que se denominariam *designers*.

Em seu primeiro momento, o objeto industrial ainda não era aquele fabricado pela grande indústria, mas era, *a priori*, um utilitário, sem grandes preocupações ou

¹⁷ BENJAMIN, 2014, p. 35.

refinamentos formais e estéticos (FORTY, 2007). Contudo, a indústria e o comércio que resultaram do modo de produção capitalista, perceberiam o potencial da conjunção do útil a uma aparência apazível. De início, apesar dessa consciência de que os valores estéticos fossem desejáveis, eles encareciam demasiadamente os produtos, que por sua vez acabavam subjugados pela viabilidade comercial, afinal “o mais importante em um produto era poder ser vendido”. Por outro lado, se tomarmos o exemplo da Inglaterra no final do século XVIII e início do século XIX, podemos perceber uma crescente procura por produtos provenientes de uma típica produção artesanal, como por exemplo o mobiliário e a cerâmica, que resultou na concepção de um novo tipo de “produção comercializada” que se baseava nos moldes estilísticos tradicionais da artesanaria, modificando-os de tal modo que, ao fim e ao cabo, tornavam a peça final mais acessível, e por consequência, passível de ser adquirida por maior número de pessoas (HESKETT, 2006, p. 18-19).

Assim, conforme as sociedades foram experimentando modificações e criando novas demandas diretamente relacionadas com o visual do produto, esses objetos se transformaram efetivamente em mercadorias, isto é, passando a ter uma configuração estética que possui uma dimensão simbólica cada vez mais marcada, dimensão essa que se tornaria central, de modo que esses aspectos acabariam suplantando o seu caráter funcional. Podemos perceber, em parcela significativa dessas transformações imputadas aos objetos, a contribuição do *design*, que em simultâneo, e a partir de movimentos recíprocos e interdependentes, alterou-se. No capítulo seguinte, será possível verificar, todavia, que o *design* acabou por suplantar o estatuto dos objetos, aproximando-se da arte.

Tratando das consequências das mudanças promovidas pela Revolução Industrial, Forty ressalta, de maneira genérica, que parece ser natural aos seres humanos se mostrarem receosos às mudanças bruscas, pois essas geram insegurança e, portanto, resistência. Em conformidade com seu ponto de vista, foi também por intermédio do *design*, que promovia dimensões simbólicas mais assimiláveis socialmente, que esses novos objetos industriais conseguiram cativar as pessoas, ganhando espaço no cotidiano, nos lares e espaços públicos, até que estivessem convencidas de que não mais poderiam viver sem eles (FORTY, 2007, p. 20-21).

Outro aspecto interessante é o fato de que a prática do *design* poder ser empregada para satisfazer interesses políticos, sendo capaz de contribuir para a edificação e legitimação de discursos. Nesse ponto, é interessante novamente referenciar Forty, que destaca com propriedade que o *design* nunca é empregado de forma ingênua, exemplificando, ainda que de forma anacrônica, que “impérios, exércitos, marinhas, ordens religiosas e empresas modernas, todos usaram *design* para transmitir ideias sobre o que são [e o que projetam], tanto para o público interno como para o mundo exterior” (FORTY, 2007, p. 301).

Os objetos de *design* são passíveis de se configurarem em símbolos de *status* e poder, agrupando ou segregando indivíduos que podem ou não possuí-los, identificando assim determinados grupos. É conveniente esmiuçar a relação entre essas duas partes. Efetivo criador de distinção social, o *design* elabora noções de pertencimento, sendo capaz de originar uma série de objetos e códigos que facilitam o reconhecimento entre os pares e, por consequência, evidenciar afastamentos. Quando outros que não pertencem a um dado grupo são capazes de, não só interpretar códigos antes alheios a si, mas também incorporá-los em seus repertórios, o sistema é pressionado a inovar, sob o risco de o *design* perder a capacidade de distinguir.

Com toda essa constante ‘inovação’, que parece ser oferecida como resultante natural do trabalho do *designer*, desenvolveu-se a ideia de que a prática do *design*, através de uma metodologia - a metodologia projetual -, seria capaz de solucionar problemas de diversas naturezas. Mas, na verdade, devemos questionar que prática humana não visa, de certa maneira, a deslindar problemas ou tornar os processos mais ágeis ou proveitosos. Devemos indagar se o produto dessa referida prática do *design* não tem como propósito suprir desejos e demandas que, desde o princípio, foram criadas por um mercado que se mostrava em franco desenvolvimento.

Se essa discussão parece atual, devemos nos voltar a meados do século XIX, mais precisamente em 1849, quando da fundação do *Journal of Design*, editado pelo inglês Richard Redgrave. Em uma de suas primeiras edições lançadas o periódico explicitava que

o *design* tem uma relação dupla, em primeiro lugar [faz] uma estrita referência à utilidade na coisa desenhada; e, secundariamente, ao embelezamento ou

ornamentação dessa utilidade. A palavra *design*, entretanto, passou a ser identificada pela maioria mais com a sua significação secundária do que com a sua significação total – ou seja, com o ornamento, enquanto separado da utilidade, e muitas vezes até oposto a ela (*apud.* HESKETT, 2006, p. 21).

Se alguns já apontavam que o excesso de ornamentação (simbólica) iniciava a suplantiar o valor de utilidade (funcional) do produto, outros, como o artista escocês Willian Dyce, afirmariam que “o ornamento não era visto meramente como um acréscimo, mas como tendo uma necessidade própria” (HESKETT, 2006, p. 21).

É preciso, sem máscaras que hoje são aventadas, explicitar a estreita relação que a prática do *design* estabeleceu desde seu princípio com o modo de produção capitalista, de forma que muitas vezes seus produtos e criações se prestavam a atender a expansões da produção e, portanto, de uma simples necessidade de venda para um maior número de consumidores. Ora, concluímos então que o *designer* pode sim reproduzir noções, mas a simplória concepção de que o mesmo é capaz de solucionar problemas se tornou um comum postulado mítico dessa categoria.

Se bem observarmos a própria palavra *design* em sua origem inglesa, como se infere pelo trecho acima destacado do *Journal of Design*, verificaremos que a mesma possui dois sentidos, de forma que ela não só representa a estética, a aparência óbvia aos nossos sentidos, como também a criação, desenvolvimento e a produção de bens manufaturados (FORTY, 2007, p. 12). Assim, para se iniciar a compreensão do que vem a ser o *design*, não podemos separar as dimensões utilitárias de sua produção da dimensão de seus sentidos simbólicos, pois ambos caminham juntos, criados pela sociedade e para a sociedade, em uma espécie de movimento recíproco.

Nesse ponto, podemos fazer uma associação com a noção de campo, proposta por Pierre Bourdieu (2015). Convém ressaltar que Bourdieu nunca tratou do Design, mas sim da Arte, conceituando como campo a relação entre três partes que se avigoram em suas relações, constituindo a produção, o que nessa transposição de conceitos podemos entender como os *designers* e outros profissionais que gravitam no entorno da criação, do desenvolvimento e da produção; a recepção, que consideraremos aqui de forma simplificada o grupo de usuários e consumidores de tudo aquilo que é entregue pelos produtores; e a circulação, que se trata dos agentes que legitimam e difundem, de acordo com inúmeros interesses existentes, sejam eles de cunho ideológico, político ou mercadológico, e que atuam como uma

espécie de intermediários de alta eficácia e eficiência entre os que produzem e aqueles os que recebem (BOURDIEU, 2015, p. 105-116). Sobre esses agentes, é importante destacar que o limiar de suas atuações é fluido, e que tais agentes se confundem muitas vezes, sobrepondo seus papéis, jamais de modo confinado.

O que aqui propomos, e que será fundamental quando tratarmos adiante da questão dos museus, é entender que o *design* também tem seu papel social enquanto prática, ou seja, uma *praxis*, uma “forma de trabalho [que] visa um resultado concreto com algum valor social, isto é, uma forma de trabalho que seja essencialmente útil” (CIPINIUK, 2017, p. 49); para tanto, é mister concebê-la enquanto parte de um campo, como o definiu Bourdieu. Em síntese, defendemos que o Campo do Design deve ser entendido como uma unidade de produção de saber e de bens materiais, voltado e incorporado na sociedade e em suas múltiplas relações que são peculiares. Inserido em contexto de viés social, tal campo procuraria uma inserção de seus produtos ou objetos como elementos pertencentes à cultura. Dessa forma, configuram-se, então, em noções que são arbitrárias, que são condicionadas e elaboradas por grupos que estabelecem um *habitus* que se fortalece e se perpetua em proporção à imbricação das partes que o compõem e que o comungam (CIPINIUK, 2017, p. 134).

Nesse panorama, por entregar valores que são frágeis e rapidamente descartáveis e substituíveis, justamente por sua volatilidade sujeita a modismos estéticos, o valor social do *design* segue afetado, custando muitas vezes sua credibilidade perante outros campos do saber. Frequentemente, é associado apenas a uma produção de materialidade, ocasionando esquecimento de sua possível contribuição teórica, levando-o mesmo, no limite, a ser desprezado por áreas acadêmicas mais tradicionais.

3.1

O primeiro contato, as primeiras relações

As associações e aproximações ora realizadas com a noção de campo de Bourdieu também são válidas para se observar o desenrolar das relações que se passam no interior de museus, cujo veículo principal são as exposições. De um lado, criadores e diferentes tipos de profissionais envolvidos na elaboração e produção de uma exposição, de outro, os visitantes, sejam esses leigos ou doutos. Todos esses personagens se encontram no interior das salas de exibição, submetidos ao ideal e à legitimação de uma instituição que faz circular valores sociais estabelecidos e que veicula aquelas obras já validadas, objetos e textos apresentados, e que permite que ambas as partes (produtores e visitantes) efetuem em seu interior suas trocas e transações simbólicas dentro de um regime próprio de cultura. Assim posto, um olhar mais acurado sobre esses mencionados espaços de troca se faz necessário.

As exposições, já referidas no primeiro capítulo deste trabalho, são para as instituições museais uma forma de comunicar, de criar inclusive uma identidade própria para abordar os assuntos e conteúdos que a mesma deseja tratar. Dessa maneira, se retomarmos o conceito original do *exponere*, o deixar à sorte, podemos depreender que *a priori* não é possível se deter nas rédeas das conexões, associações e apropriações que os visitantes irão efetuar e propagar daquilo que lhes é apresentado. Dessa maneira, de que artifícios as instituições podem valer-se para reger o conteúdo das suas exposições? Uma delas, certamente, é pelo uso consciente do *design*.

Mas, se aqui considerarmos o histórico dos museus, já esmiuçado no capítulo anterior, podemos nos questionar quando efetivamente a prática do *design* ingressa nesse universo e passa, pouco a pouco, a ganhar mais espaço, distanciando cada vez mais as exposições do clássico *carré blanc* das grandes salas e das galerias tradicionais. Muito embora seja difícil precisar o início dessa presença efetiva do *design* no contexto museal, tomemos como ponto de partida o exemplo do *Museum of Modern Art*, mais popularmente conhecido como MoMA. Fundado em Nova York, em 1929, o museu pretendia ser uma instituição que, segundo a intenção de

seu primeiro diretor, Alfred Barr, abrigaria a arte moderna, cedendo espaço aos novos artistas e, principalmente, as vanguardas que surgiam no período. Pouco depois, o museu também constituiria toda uma seção dedicada ao *design*, abrigando uma grande quantidade de seus objetos, sejam eles bi ou tridimensionais. Douglas Crimp destaca a notável ascensão, na segunda década do século XX, em cidades como Berlim, Moscou e Paris entre outras, da fotografia e do cinema, do uso de cartazes e pôsteres de “agitação” e propaganda, bem como dos objetos de *design*. O autor acrescenta ainda que, considerando-se algumas poucas exceções, como Miró, Mondrian e Brancusi, “tinha-se a impressão de que o lugar da pintura e da escultura havia sido quase usurpado” (CRIMP, 2015, p. 59-60).

Com todo esse espaço ganho no interior dos museus, Crimp traz à discussão escritos de Hilton Kramer sobre o MoMA visando analisar mais profundamente as vanguardas que, em seu ponto de vista, não estariam interessadas em dar à “arquitetura, ao desenho industrial, à fotografia e ao filme uma espécie de paridade com a pintura, a escultura e as artes gráficas, a fim de elevar as obras de outros meios ao reino das belas-artes”. Kramer supera essa análise ao afirmar que “pelo contrário, seu verdadeiro radicalismo consistia no abandono da própria noção de belas-artes no interesse da produção social, o que, por um lado, significava destruir a pintura de cavalete enquanto forma” (KRAMER *apud*. CRIMP, 2015, p. 236).

Desse modo, as obras da vanguarda, quando entraram no ambiente do museu, foram notavelmente apartadas de seu cenário político, apresentadas como belas-artes, servindo de exemplo e modelos para a elaboração de *design* de produtos, gráfico e até publicidades diversas (CRIMP, 2015, p. 236). Em pouco tempo, em função disso, obras célebres de museus estariam presentes em diversos objetos de uso cotidiano em lojas de lembranças, que contribuíam para difundi-las, mas também para banalizá-las.

Gradualmente, através da inserção dos objetos de *design* nos museus, passou-se a imaginar possível criar ambientes que arranjem e que combinem de forma proposital todos os elementos e recursos que se podem lançar mão para que as exposições, apresentadas em circuitos ou não, sejam capazes de domesticar e conduzir os visitantes pelo o caminho que se deseja, restando pouco espaço para operar o temido acaso. Assim posto, podemos ainda levar em consideração que,

com o auxílio do *design*, o ato de expor objetos, que são compreendidos como bens culturais, legitimados por instituições competentes, incrementa a forma de afirmá-los como fundamentais para a narrativa que se deseja elaborar e difundir.

Ao tratar de museus, em especial os de caráter histórico, é relevante se destacar o papel da memória e da história. Em seu trabalho, quando se debruça sobre a memória, Le Goff traz uma referência ao pensamento de São Tomás de Aquino que, baseado em uma materialidade que se fundamentava em Aristóteles, acreditava que para reter de forma adequada a memória, algo tão intangível e fugaz, ela deveria estar associada a qualquer coisa sensível, que pudesse ser símbolo suficiente para sua ativação. Ora, a partir do momento que se liga tal memória aos objetos, passa a existir um conjunto de coisas materiais que têm valor simbólico para uma coletividade, que será uma das grandes responsáveis pela criação e valorização de um patrimônio cultural. Esses guardados, ou arbitrários culturais, são capazes de manter e fortalecer a união daquelas pessoas que os partilham, e que assim os expandem cotidianamente ao logo dos tempos (LE GOFF, 2000). Não custa advertir que a memória não está contida em objetos, nem sequer na mente das pessoas, sendo ela mediadora entre ambas as partes. É nesse ponto que os museus encontram zona fértil para se constituírem como “lugares de memória” (NORA, 1993, p. 7).

No que se alude aos resquícios materiais do passado que chegam até nosso presente, cito que estes “são [...] produtos de uma operação seletiva que traduz o controle sobre as informações que a sociedade exerce sobre si mesma” (KNAUSS, 2006, p. 5).

Assim, circuitos expositivos trazem artifícios planejados, combinando objetos, imagens, cheiros, sons e textos, repletos de representação de valor simbólico, que unem conteúdo expressivo de informação com estímulos sensoriais que se propõem a fazer sentido ao visitante, versando sobre determinados relatos e omitindo tantos mais, de forma a atingir objetivos e suprir demandas das instituições que os criam e sustentam, sendo fulcral que sejam apreciados de forma atenta e crítica. Enunciam, portanto, uma memória que é dita oficial, e que se edifica a partir de um movimento que reprime outros tipos de manifestações de cunho tão político quanto ela própria (RAMOS, 2004, p. 46). Dessa maneira, muitas vezes há uma tensão

criada nesses espaços expositivos, que é resultante justamente da disputa entre as diferentes ideologias que ali estão presentes. Talvez, apenas uma delas seja explícita, o que não anula, contudo, a força das demais que forçosamente foram silenciadas.

Se passarmos a uma reflexão sobre os objetos (ou acervos) que se encontram nas instituições de guarda patrimonial, podemos perceber que os museus “arrancam” objetos de sua própria temporalidade e contextos originais, qualquer que seja sua tipologia ou natureza. A eles os museus auferem novos sentidos, serventias e conveniências, ao passo que ainda agregam novas razões simbólicas. Douglas Crimp, em *Sobre as ruínas do museu*, traz nesse ponto o pensamento de Walter Benjamin quanto à questão da história cultural, que seria (ou pelos menos deveria ser) ofertada aos visitantes de museus, em oposição a uma mera materialidade histórica que pouco pode acrescentar aos mesmos. Ao arrancar tais objetos de seus contextos originais, o museu teria um propósito que iria além de “um ato de celebração política”, que se refere a uma pretensão de “criar a ilusão do conhecimento universal”. Assim, para Benjamin, o processo de construção de uma história cultural que ocorre no interior do museu trata justamente de trabalhar os objetos de forma descolada das suas condições materiais ou daquelas do presente, de forma que, quando agrupados em coleções, uma certa “justiça” possa-lhes ser feita, de maneira que acabam por ser “re-colecionados em conformidade com a percepção política do momento” (CRIMP, 2015, p. 181).

Aqui, a prática do *design* se presta como ferramenta expressiva para essa atribuição de novos significados, abrindo um enorme leque de possibilidades de sentidos. E, como os objetos, também os visitantes e espectadores de exposições são sujeitos constituídos por seus tempos e culturas, de forma que suas percepções (intelectuais e sensíveis) são condicionadas por seus meios sociais e culturais.

Observando então a forma como se monta uma exposição e seu respectivo discurso, não se pode deixar de lado que, por trás de toda sua criação, há pessoas que conscientemente trabalham tecendo narrativas, sugerindo recortes e argumentos, dispondo de objetos calculadamente selecionados e arrumados de forma deliberada. Nada, por certo, é exibido sem um pensamento prévio ou objetivo traçado que se almeja alcançar. Da iluminação às cores, às vitrines, aos textos, ao percurso bem

demarcado, ou até mesmo um caminho que se mostre livre ao visitante. Desde que os museus passaram de “*dépôts*” para se tornarem “*expôts*”¹⁸ não há como se pensar suas exposições sem considerar as intenções e o manejo dos objetos que o museu possui em sua guarda.

Alcançamos agora o momento de lidar com assunto que é dito caro aos *designers*: o público, categoria que muitas vezes denominam simplesmente como usuários, isto é, quem se beneficia dessa prática social. Neste texto, por ocasião de nos debruçarmos sobre instituições museais, ele será tratado genericamente por *visitantes* (conforme já os denominamos até aqui). No intuito de garantir que a narrativa e a mensagem passadas pela instituição por meio da exposição cheguem com o mínimo de ruídos e imprecisões, o museu deve analisar com profundidade as motivações e anseios dos visitantes, construindo uma sapiência sobre o comportamento dos mesmos e proporcionando reflexões através de diferentes propostas culturais que possam enriquecer não só o conhecimento, mas por consequência a experiência estética, etc. Para se lograr sucesso em empreitada tão ambicionada, é primordial que, em se conhecendo o visitante, não se extrapolem os seus limites de absorção de informação, conforme ressaltam Bourdieu e Darbel no trecho abaixo:

a riqueza da “recepção” [depende], antes de tudo, da competência do “receptor”, ou seja, do grau de seu controle relativamente ao código da “mensagem”. Cada indivíduo possui uma capacidade definida e limitada de apreensão da “informação” proposta pela obra, capacidade que depende de seu conhecimento global (...) quando a mensagem excede as possibilidades de apreensão do espectador, este não apreende sua “intenção” e desinteressa-se do que lhe parece ser uma confusão sem o menor sentido, ou um jogo de manchas de cores sem qualquer utilidade (BOURDIEU & DARBEL, 2016, p. 69).

Enunciadas essas questões, se por um lado a prática do *design* pode ser utilizada por interesses e motivações políticas, em contraponto, dependendo da proposta a ser elaborada, ela pode moldar recinto de provocação e incômodo, em uma tentativa de impelir uma reflexão, um movimento ou posicionamento crítico no visitante. Portanto, a prática do *design*, assim como os museus criam crenças.¹⁹ Como produtos da própria sociedade, eles pouco a pouco, com engenho, vão

¹⁸ Termos utilizados por Dominique Poulot (POULOT, 2013, p. 27).

¹⁹ Aqui, é pertinente se aludir à questão da produção da crença, tratada conforme Pierre Bourdieu (BOURDIEU, 2006).

estabelecendo e produzindo tradições e objetos de culto, até esses se tornarem axiomas. Transmutam-se em fundamentos inquestionáveis, como uma convicção que se sobrepõe a todas as outras, sendo assim reproduzidas maquinalmente sem mais questionamentos (HOBSBAWM & RANGER, 2015).

Curioso inclusive apontar que, em alguns casos, objetos próprios de *design*, após perderem sua função, ou seja, quando considerados obsoletos, tornam-se acervo em museus, o que nos permite concluir que são despojados de suas funções primeiras e ressignificados como obras dignas daquele espaço. A beleza que muitas vezes é vista em objetos antigos, dispostos nos museus, provém meramente da sua sobrevivência ao tempo, da sua tenacidade de não se decompor. Despertam a curiosidade e fascinam por terem presenciado épocas que nós não podemos testemunhar. Como nos diz Ramos, o museu é:

lugar onde o tempo é visto, não como reflexo, representação ou resgate do passado, mas como experiência de múltiplas sensações e reflexões que se constituem a partir dos objetos e sobretudo a partir do modo pelo qual os objetos estão dispostos. Ver o tempo não significa ver o passado, mas visualizar na materialidade do que é exibido no tempo [...] Ver as inúmeras passagens do tempo no objeto, passar pelo objeto, imaginando, sentindo o que o objeto pode ter sido e por que foi parar no museu, reformulando a separação entre ficção e realidade (RAMOS, 2004, p. 151).

No museu, a prática do *design* se potencializa em sua capacidade de criar valor simbólico, apropriando-se de artefatos que já são convencionados como acervo, e portanto já merecedores de apreço diferenciado, e os elevando a condição de sagrado, colocando-os sob um foco de luz especial, em vitrines que não permitem seu contato direto, em pedestais altos e imponentes, no centro de amplos espaços, como protagonistas únicos de um verdadeiro espetáculo, pois a “cenografia [...] não é somente a tradução de pesquisas, mas uma área específica que possibilita (ou não) a vitalidade do objeto exposto” (RAMOS, 2004, p. 150).

Para que os próprios profissionais atuantes inseridos em instituições museais, e aqui destacamos os *designers*, não se permitam ludibriar, é primordial que entendam com responsabilidade sua *praxis*, sua prática de trabalho despida de fantasias, em que ela deixa de ser compreendida como um processo, capaz de tudo resolver com fórmulas enunciadas e engessadas, assentada no credo de que este se desenvolve com a criatividade singular do *designer* (CIPINIUK, 2017, p. 44-45).

É imprescindível que o *design* se ponha como ferramenta para contribuir com a reflexão não só do passado, através dos objetos que chegam ao presente, mas também da própria consciência histórica dos visitantes. Releva similarmente que a prática do *design* colabore com o universo cultural do seu campo de maneira a criar exposições que possam estimular o juízo crítico de seus observadores, e que por consequência some a sua própria função social à função social dos museus.

Muitas vezes, mal informados, atribuindo-se tão criativos como artistas, os *designers* conferem caráter quase que transcendental à sua metodologia projetual, equiparando-a à noção idealizada da criação da arte. Grande parte do que é aceito em comum acordo entre os pares não é calcado na teoria, mas na empiria das ações práticas, confundindo suas observações do dia a dia com formulações teóricas e de caráter científico. Tais profissionais manipulam objetos da cultura material, revisitando concepções já existentes, re combinando-as e dando novos rumos a elas, misturando épocas, culturas, curiosidades, estéticas, hábitos, etc (DEMINICIS & CIPINIUK, 2017).

Retomando o contexto dos museus, podemos deliberar um pouco mais sobre as competências de planejamento e projeto de uma exposição ao observarmos a própria noção do que os pares do Campo do Design convencionaram ser a criação. Tratados em geral à guisa rasa e hegemônica, os criadores (que aqui consideraremos os *designers* e artistas) seriam dotados de liberdade e autonomia, como um tipo possuidor de gênio (*ingenium*) que lhe proporciona permissividade para ceder a seus impulsos e paixão inatas. Tal conceito surge na Modernidade dos séculos, e mais uma vez pode e deve ser estudado através da materialidade que resulta das transformações ocorridas de valor, significado e uso nas obras dos artistas, quando estes deixam de ser meros artífices ou artesãos, e nas dos *designers*, quando seus produtos se tornam capazes de fomentar e alimentar desejos de consumo. Materialidade esta que hoje, em nossa contemporaneidade, pode ser encontrada em salas de exposições por todo o mundo.

3.2

A criação e seus usos

Do grego deus Hefesto, que celebra os artífices e os designa segundo a imagem do demiurgo²⁰, à tradição da artesanania nas guildas medievais; do surgimento do artista na Idade Moderna até a contemporaneidade, a criação e a vivência da arte afiguram-se em assunto envolto em crenças que velam inúmeras questões que influenciam a nossa percepção da arte e de seus objetos, bem como a nossa relação e compreensão em relação a estes.

Atualmente, ainda que haja a prática do colecionismo particular, grande parte das consagradas obras e objetos do patrimônio cultural histórico está centrada no poder dos museus, arquivos e bibliotecas, onde “podemos voltar a eles [obras e objetos] repetidas vezes ao longo do tempo; podemos demorar-nos junto a eles de uma maneira que não é possível no decorrer de uma discussão” (SENNETT, 2013, p. 25).

É preciso aqui, antes de retornarmos aos museus, trazer ao debate essa eventual competência dos *designers* para planejar ou projetar uma exibição de arte ou de quaisquer outros objetos – a própria noção de criação. Vale lembrar, como afirma Sennett, que na sociedade antiga, bem como na feudal, o “desenvolvimento do talento dependia da observância de regras estabelecidas por gerações anteriores” (SENNETT, 2013, p. 32), ou seja, de uma tradição fortemente normatizada e instituída. Assim, a discussão pode fluir de uma observação mais criteriosa sobre as mudanças que os artistas sofreram no método de execução do trabalho, com consciente ponderação sobre sua produção e nos espaços em que circularam ao longo da história. Dos valores e normas seguidas do antigo artesão ao artista

²⁰ Demiurgo, da origem grega *demiourgos*, aqui se trata do artesão comum que produz para o povo, para o público. Podemos ainda lembrar a recuperação de uma antiga noção pelos humanistas do Renascimento, a do artesão divino de Platão, em que o demiurgo é aquele que manipula a matéria, organizando o caos, criando e moldando as formas do plano inteligível, fazendo-as tangíveis no plano sensível. Durante o Renascimento, essa noção pagã foi incorporada pelos católicos neoplatônicos empregando o exemplo bíblico do Velho Testamento, de Deus como uma espécie escultor, moldando Adão do barro, e assim, para diferenciar o artesão do artista, esse último passa a ser considerado um deus na terra, *Deus artifex*.

contemporâneo até a noção de metodologia projetual que os *designers* empregam, baseiam-se nessa ideia de criação e por conta dela criaram-se mitos que impactam diretamente na forma como suas obras e objetos produzidos são vistos por diferentes observadores, e mais ainda nas maneiras de apropriação e uso destes por instituições legitimadoras, como os museus.

A arte, bem como sua criação artística – assim como a singularidade da metodologia projetual – não pode ser vista, entendida ou ainda estudada sem se considerar o contexto em que emerge, pois “a definição do conceito de arte não se baseia apenas na sua expressão contemporânea, mas envolve a definição do que a arte tem sido na sua história” (CIPINIUK, 2003, p. 98). Destarte, é preciso que se verifiquem desde as condições humanas específicas do artista ou do *designer* até as condições sociais, políticas e econômicas em que eles vivem. Há ainda que se observar que tudo isso não se limita ao momento exato da criação, pois certamente há aspectos que a antecedem, tendo em vista que nada ocorre de forma perfeitamente abrupta, ressaltando aqui que inclusive as rupturas e mudanças aparentemente súbitas possuem inúmeros antecedentes, sendo que alguns podem ser evidentes, mas outros tácitos e subjetivos.

Assim, desconstruímos a noção de que certos indivíduos e formas expressivas de arte ou de criação singulares poderiam estar à frente de seu tempo. Os artistas, *designers* e artífices, bem como suas obras, são parte pontual de seu próprio tempo histórico, em que as tantas possibilidades e condições que gravitam em seus entornos ensejam a combinação de inúmeros e diversos fatores que, quando articulados de forma inusitada, são capazes de produzi-los. Com isso, deixamos também de considerar o novo como antítese do velho, daquilo que já é conhecido. As novidades são continuações de antigas tradições, de hábitos, de formas já estabelecidas, que se rearranjam em novas maneiras de fazer, usar e pensar. Portanto, a condição primeira de possibilidade para o novo é, paradoxalmente, o velho.

Devemos também evidenciar que as obras e os objetos produzidos por artífices e artistas sofreram mudanças quanto a noção de suas funções e seus objetivos. A arte, bem como seus objetos, possuía dimensões utilitárias, o que significa dizer que não se prestava apenas para o mero prazer estético de seu comanditário e daqueles que

tinham acesso a esses objetos. Não estava “para embelezar, mas para prestar serviço” (DEBRAY, 1993, p. 22). Esses objetos e imagens tinham como intuito distinguir socialmente, reafirmar poder, fazer lembrar de doutrinas, ensinamentos e comportamentos que não se podiam olvidar e, especialmente, relacionar-se com o inteligível.

Se buscarmos as origens e os usos da imagem, aqui referidas em uma acepção lata, perceberemos que ela se encontrava a serviço do mágico, mediando os mundos do que é visível e do que não é, do que podemos apenas intuir. Ora, através da intuição pode-se construir uma imagem que não possui um fim em si mesma, mas que representa “um meio de adivinhação, defesa, enfeitiçamento, cura, iniciação”, sendo estritamente “utilitária ou operatória”. Logo, a arte somente irá chegar à imagem “quando a magia se retira” (DEBRAY, 1993, p. 33-34).

Ainda que hoje grande parte da produção artística se diga dedicada ao fruir, à fruição estética, devemos, portanto, nos questionar até que ponto de fato houve mudanças nesse cenário, até onde ela se dedica ao deleite estético e até onde ela está plenamente integrada com as suas estruturas sociais.

Precisamos salientar que as obras eram encomendadas ou canceladas por membros de elites sociais, dignificando-os enquanto partícipes elegantes dessa sociedade, permitindo que exibissem os frutos de seu patrocínio a outros poderosos, em uma espécie de concorrência vaidosa entre os pares. É fulcral apontar que os artistas serviam ao contentamento de tais comanditários, que se figuravam em agentes de legitimação das produções e dos próprios artistas, exercendo suas vontades com pretensões de controle sobre as artes e, portanto, sobre o gosto, o que significa que não cabia aos receptores daquelas obras, pertencentes a outros grupos sociais, julgar a qualidade ou a pertinência das mesmas.

Os artistas, apesar de circularem entre as camadas mais elevadas da sociedade, não pertenciam a elas, eram *outsiders*²¹ com permissividade que se mostrava maior ou menor de acordo com a habilidade que estes tinham em comungar dos códigos e do *habitus* dos estabelecidos²², emulando-se com estes. Dessa forma, é notável que:

²¹ Termo frequentemente empregado por Norbert Elias (2000).

²² *Idem*.

os modos, os hábitos refinados e a capacidade de seduzir ou encantar o comanditário de seus trabalhos eram entendidos como etapas do aprendizado da arte da negociação comercial, e embora negados pelos artistas e críticos, eram tão essenciais quanto o domínio técnico do seu ofício (CIPINIUK, 2013, p. 39)

É relevante se frisar aquilo que pode parecer óbvio aos sentidos, mas não se pode pretender que as obras e os objetos, justamente por serem encomendados e confeccionados pelo gosto daqueles que os custeavam, são menos belos ou que neles falte sensibilidade do seu criador. De forma alguma podemos julgar que o artista que seguia uma tradição é menos hábil ou valoroso do aquele que segue sua própria criatividade, até porque essa última também é fruto de estruturas sociais em que o artista é moldado, segundo costumes, ou mesmo por quebras intencionais dos mesmos (WOLFF, 1982, p. 23).

Tal como lembra Elias (1995, p. 50), as transformações que permitiram aos artistas tornar sua arte mais individual, com maior consciência e concessões aos anseios pessoais do criador, diminuíram consideravelmente a pressão e a influência da tradição e do gosto imposto pela alta sociedade, ditado por aqueles que detinham o poder, ou seja, os estabelecidos.

Ainda que se pretenda que o artista ou o criador tenha hoje total liberdade de criação, devemos questionar até que ponto, de fato, ela é efetiva. Dessa forma, mesmo que muitas comutações tenham ocorrido nesses “mundos da arte”,²³ os arbítrios que afirmam as obras e os objetos tidos como importantes para uma história e uma memória estão centrados em minorias que atuam como agentes de circulação²⁴, legitimando aquilo que é pertinente às convenções instituídas em determinada sociedade ou cultura, bem como os interesses das instituições guardiãs do patrimônio, os *marchands* e os críticos de arte. No caso dos *designers*, essas instituições de legitimação são as próprias escolas de formação, em que se concentra o poder real da categoria, além das revistas especializadas, museus e feiras de *design*. Tais instâncias podem lançar e consagrar um artista ou um *designer* e sua carreira, forjar personagens, heróis e grandes histórias, mas também podem destituí-los de seus postos. Podemos ampliar tais considerações no âmbito

²³ Expressão cunhada por Howard Becker para tratar de diversos padrões de atividades coletivas decorrentes de rotinas, de um *habitus* formado por todos e tudo que se relaciona com a produção e o consumo das artes (BECKER, 2010).

²⁴ Bourdieu irá apresentar e versar sobre agentes de criação, circulação e recepção (BOURDIEU, 2015).

dos museus, observando que, em outra via, tais personagens e histórias também se engrandecem justo pelo fato de ter seus objetos expostos, e se tornam cada vez maiores e mais valiosos proporcionalmente com suas popularidades, concluindo-se que “a reputação de um artista e da sua obra reforçam-se mutuamente” (BECKER, 2010, p. 45).

Toda essa articulação entre as criações e suas legitimações produz e corrobora convenções instauradas, em que os artistas e *designers* podem até optar por operar à margem delas, mas, ainda que de forma implícita, sabem que traçam caminho incerto, ficando à mercê de tais estabelecidos ou, ainda pior, entregues à própria sorte.

Becker se debruça sobre tais questões, versando acerca da consolidação das convenções e sobre as novas formas de mecenato, em que:

as escolhas são assumidas e realizadas em função de uma estratégia de relações públicas e de imagem da marca, e por isso são bastante mais conformistas, destinadas a impressionar favoravelmente o maior número possível de pessoas (BECKER, 2010, p. 108-109).

É nesse ponto que se deve considerar o que são as convenções supracitadas, produzidas pelas nossas próprias estruturas sociais. Tais convenções permitem que se amplie, que se iguale e nivele a grande massa de público, pois criam condições de pessoas heterogêneas circularem em ambientes diversos, ainda que estes não sejam os seus usuais, e que neles se sintam minimamente confortáveis em assumir uma atitude e um comportamento padrão que os permite transitar com o menor constrangimento possível.

Posto tudo isso, podemos supor que as convenções também têm influência direta na formação de um gosto, e se hoje consideramos que este é da mesma forma moldado por tudo que se circunscreve no contexto histórico dos indivíduos de determinada época, é fundamental se questionar por que uma obra ou objeto engendrados por outras gerações, às vezes com grandes distâncias temporais, podem ainda hoje ser tão aprazíveis, despertando sentimentos e até laços com pessoas que os olham em nossa contemporaneidade. Ora, qual será o vínculo e até o fascínio que exercem sobre aqueles que não partilham dos mesmos tempos históricos nos quais foram concebidos?

Uma boa forma de se começar a buscar respostas para tais questões é considerar aqui a pluralidade de tempos proposta por Braudel (2014), que, preconizando uma “dialética das durações”, irá trabalhar diferentes tempos históricos, demonstrando como as diversas temporalidades são fundamentais para as ciências dos homens e para a relação destes com os vários aspectos e estruturas que se modificam e que tendem a se conservar ao longo da história.

Mudanças de estilos, de fins políticos, de alterações de padrões e técnicas estão compreendidas no que Braudel irá chamar de ciclos de média duração, sendo transformações claras para nós quando olhamos tempos extemporâneos ao nosso. Mas, quando se trata das longas durações, que se apresentam como quase imóveis ao longo dos tempos, trazendo vicissitudes sutis nas relações entre os homens e o ambiente em seu entorno, podemos perceber que, apesar das transformações de média duração, há certos aspectos nesses mundos da arte ou de criação que ainda se circunscrevem em estruturas que se perpetuam e se renovam quase que imperceptivelmente, e que abarcam as formas de fazer, de circular, de consumir e fruir a arte, as suas obras e objetos, do mesmo modo que as relações existentes entre artistas e artesãos com aqueles que sustentam e legitimam suas produções, e certamente, também com aqueles que a elas estão sujeitas.

Assim, podemos observar que as obras deslocaram seus sentidos e finalidades quando se transformam de artefato do artesão para a obra de arte do artista, ou objeto de *design* para *designers*, reduzindo seu forte apelo funcional voltado para o social, para se dirigir um pouco mais a compradores diversos, autônomos, de diferentes classes, ganhando traços mais particulares de seus criadores, proporcionando maior proximidade entre o artista e aquele que adquirir e frui as obras. Desde então, nesta passagem que remonta à criação do artista como profissional liberal na Idade Moderna, podemos ver que o *habitus* e a *praxis* dos artistas vem evoluindo num contínuo dentro de uma mesma estrutura que se perfaz em uma longa duração.

Voltando então ao espaço museal, as instituições que organizam e promovem tais ambientes apropriam-se dos mundos da arte e do *design* e de uma narrativa histórica que as servem e interessam, ou que servem e interessam a certos grupos sociais, e falam aos seus visitantes não apenas com suas próprias vozes, mas também por

meio das de artistas e artesãos, seus comanditários e patronos. Nesse ponto, museus são lugares que contêm inúmeras tensões criadas pela multiplicidade de tais vozes, nem sempre concordantes, que podem ser exaltadas ou abafadas pela instituição que as integra. Não é isso que o processo de construção das nações pelo Estado demonstra?

Para se criar exposições e organizar obras e objetos em um mesmo ambiente, há de se dispor de leniência com seus apelos, buscando ordená-los *pari passu*, criando uma espécie de harmonia entre eles. Mas, ainda assim, propomos uma reflexão sobre a possibilidade de entrosá-los em uníssono. Será possível, e até provável, que assumam diferentes intensidades para diferentes visitantes? Qual deles irá se destacar e se impor sobre os outros? Será possível que, ordenados e amalgamados, percam ou reduzam suas tensões, corroborando em uma narrativa concisa daquilo que é exibido?

Certamente, devemos considerar as diferenças, particularidades e percepções dos que são submetidos a apreciar as exposições, mas ainda assim pode se pretender operar, com uma determinada margem de acerto, como e o que chegará de maneira mais intensa ao visitante.

Do mesmo modo que no passado artistas eram contratados por comanditários de suas obras, *designers*, museólogos, historiadores e outros profissionais hoje também o são por entidades que mantêm e suportam o patrimônio artístico cultural, como os museus, onde seus interesses pessoais e suas vontades são submetidos e misturados aos das instituições e de seus patrocinadores. É interessante pensar na manipulação e no ordenamento dos objetos, em um âmbito mais restrito, se há algum tipo de influência, similaridade ou sobreposição entre a vontade de tais profissionais, como os mencionados acima, em relação aos artistas e artesãos do passado, da mesma forma que das instituições de hoje com os patronos de ontem.

Tendo em vista os muitos aspectos brevemente mencionados aqui nesse subcapítulo, faz-se necessário ponderar com cautela as influências diretas e indiretas das obras e de seus objetos que perpassam, que instigam e motivam aqueles que os manejam e aqueles que os absorvem quando já preparados e arrumados. Bem conhecer as obras e os objetos, assim como compreender os

processos e as convenções das estruturas em que foram concebidos por seus criadores e comanditários, pode trazer contribuições significativas para a construção de um saber e uma consciência histórica, que são de suma importância para a formação de um pensamento crítico que permita maior autonomia dos visitantes de espaços de exibição, possibilitando que estes possam cada vez mais alargar seus conhecimentos, em vez de estarem passíveis de aquiescer sem controvérsias às narrativas e às sensações que lhes são impostas.

4

O *design* e o museu

Em um texto clássico da historiografia internacional, publicado no Brasil em uma coletânea intitulada *Costumes em Comum*, Edward Thompson (1998) explicita como as formas de sentir, de perceber e despender o tempo se alteraram ao longo dos séculos na Europa Ocidental. Até o fim da Idade Média, o tempo normalmente se circunscrevia na execução de tarefas do cotidiano, o que acabava por torná-lo desprovido de uma precisão cronológica. Assim, ainda que o uso dos relógios mecânicos tenha sido difundido já no século XIV, eles somente viriam a assumir um papel capital na vida das pessoas que experimentam as cidades a partir do século XVI (THOMPSON, 1998, p. 268).

Thompson nos demonstra em seu texto que, durante a Revolução Industrial, os burgueses se queixavam da baixa produtividade de seus trabalhadores e que, pouco a pouco, o tempo de execução das tarefas foi sendo substituído por um tempo que era disciplinado pelas especificidades da produção e da indústria (THOMPSON, 1998, p. 268-280).

Dessa forma, se avançarmos um tanto mais, podemos recordar à conhecida máxima do capitalismo industrial, que prega que o tempo significa dinheiro, como indicavam por exemplo Henry Ford e Jules Henri Fayol (THOMPSON, 1998, p. 294; OLIVEIRA, 2014, p. 3-4). Restava, ainda, racionalizar o tempo que era dedicado ao lazer. No século XX, mesmo o tempo do lazer precisava estar sujeito aos ditames do mercado. Alguns poderiam alegar que a obra de Domenico de Masi é uma exceção, por defender a necessidade do ócio como elemento necessário à criatividade; mas certamente outros logo argumentariam que esse ócio não se traduz por liberdade, na medida em que se trata de uma produção de criatividade orientada para o aprimoramento da produção do mercado (MASI, 2001). Seja como for, não parecia mais coerente desperdiçar o tempo, mas sim empregá-lo em atividades

recreativas que gerassem uma certa diversão padronizada e que envolvesse uma relação de despesa e receita.

Seguindo essa lógica, Thompson conclui seu texto sublinhando o aparecimento da indústria do lazer, que é capaz de se remunerar graças à imposição de uma disciplina ao pouco tempo ocioso, questionando “como empregar esse tempo, ou como [ele] será aproveitado pelas indústrias de entretenimento” (THOMPSON, 1998, p. 302-303).

4.1

O museu como mercadoria

Uma parcela desse tempo de lazer, evidentemente, é despendida dentro de museus. Se voltarmos nossa atenção para essas instituições, perceberemos que, principalmente nas últimas décadas do século XX, eles precisaram se adequar ao mercado e às suas novidades, de maneira que as explicações para tais necessidades de mudanças são diversas e certamente extrapolam os limites desta dissertação. No entanto, destacamos alguns apontamentos que poderiam ser brevemente enunciados aqui.

Inicialmente, parece-nos que os tradicionais projetos de nação, edificados em geral durante o século XIX, presentes em grande parte dos museus não eram mais críveis em função das alterações sociais experimentadas, exigindo uma reinterpretação dos discursos vigentes racontados por essas instituições.

Depois, a própria ideologia da gestão de processos alcançou os museus, mormente depois da crise do petróleo, em 1973, associada à elevação das taxas de juros pelo Banco Central americano, de modo que foi preciso infligir um novo ritmo às empresas. O exemplo mais clássico da adoção de um ‘modelo de acumulação flexível’ parece ser o da Toyota (MATIAS, 2014, p. 84-88). Por um lado, era preciso potencializar as receitas, capturando o desejo, e não mais a necessidade dos consumidores, já que esses demonstravam receio em gastar seus recursos em face da crise econômico-financeira que se instaurara. A solução proposta foi estruturada em uma segmentação cuidadosa do mercado e em uma tentativa de personalização

dos produtos. Para que essa ‘escravização de desejos’ fosse factível, os setores de *marketing* das empresas passaram a ser cada vez mais valorizados, já que boa parte da invenção da necessidade se estabelecia por uma construção artificial e ardilosa de discursos. A partir de então, de outro lado, o toyotismo também se preocupou com a otimização dos custos de produção, fazendo com que as empresas adotassem o pensamento do *just in time* para evitar os custos de aluguel de armazéns, fiscalização de estoque e deterioração de matéria-prima; reduzissem e profissionalizassem os agentes da produção, inclusive com a implementação de computadores e de um maquinário especializado; empregassem a contabilidade de custos, e a segregação daqueles que eram diretos e indiretos; estabelecessem planejamentos estratégicos; objetivos quantificados; planos diretores com cronogramas orçamentários financeiros bem definidos; uma hierarquia de *stakeholders*, e os estudos de *benchmarking*;²⁵ e, principalmente, a ênfase na satisfação do cliente (OLIVEIRA, 2014, p. 4-5). Por fim, a crise trouxe preocupações tão minuciosas em relação as possíveis rentabilidades de uma empresa que até os recursos que deixaram de ingressar passaram a ser considerados ‘custos de oportunidade’.

De certa maneira, todos esses processos, com mais ou menos força, alcançaram os museus. Os visitantes desses espaços já não demonstravam tamanho interesse por examinar apenas as exposições permanentes ou de longa duração, de modo que precisavam ser cativados por uma série de outros serviços agregados, a exemplo de uma rotatividade de exposições temáticas e temporárias, restaurantes e cafés notáveis, lojas atrativas repletas de *souvenirs*, livrarias especializadas, espaços de recreação infantil e até mesmo um padrão de limpeza impecável. Em outras palavras, podemos dizer que os museus precisavam provocar uma ‘recompra’ de seus visitantes (e agora também consumidores) (RABELLO, 2015, p. 92-93).

Nesse ritmo, alguns museus deixaram inclusive de ser uma instituição diretamente patrocinada pelo Estado. O neoliberalismo exigiu dos museus a auto sustentabilidade, o que implicava gerar receitas próprias, ampliando o número de

²⁵ *Stakeholders* e *benchmarking* são expressões oriundas da área da Administração, mas que cada vez mais vem sendo empregadas pelos *designers*, em especial os que pretendem se debruçar sobre a gestão de projetos. Os *stakeholders* se configuram em todas as possíveis partes interessadas em um negócio ou projeto. Já o *benchmarking* é uma forma de comparação entre produtos, serviços e até modelos de negócios, que por analogia podem ser aproveitados e transpostos para benefícios de outros.

visitantes, buscando patrocínios, investindo em propaganda, fazendo e refazendo cada vez mais exposições temporárias. Talvez, o Museu do Louvre tenha sido um dos primeiros museus a ser transformado em uma autarquia, por exemplo, lembrando que atualmente o famoso museu extrapola em muito as construções do palácio em que foi fundado.²⁶

Hoje, isso ainda é uma realidade, afinal o projeto *Grand Versailles*²⁷ está em pleno andamento, enquanto a sociedade portuguesa enfrenta, por sua vez, uma discussão cara sobre as transformações que alguns desejam impor ao funcionamento e regulação do Museu Nacional de Arte Antiga, além de outros museus, monumentos, palácios e até sítios arqueológicos portugueses.²⁸

Além de tudo isso, vale ressaltar os programas de mecenato lançados e divulgados pelos museus, em que o visitante pode se filiar, em geral mediante pagamento de uma anuidade, a um grupo de ‘amigos’ do museu, figurando inclusive ao lado de grandes empresas como patrono daquela instituição. Outra possibilidade de contribuição é doar livremente uma determinada quantia para uma causa específica anunciada pela organização responsável, de forma que em certos museus já se é possível ‘adotar’ um acervo.²⁹ Em troca, os museus oferecem diferentes tipos de gratificações a esses contribuintes, como facilidades e descontos nos ingressos e em produtos de suas lojas, e até mesmo brindes com *designs* exclusivos. Em certa medida, esses pequenos atos de patrocínio conferem prestígio e distinção aos colaboradores dos museus, o que nos remete à antiga tradição do mecenato nas artes, já tratada em capítulo anterior. Nos dias atuais, ainda que com quantias

²⁶ Hoje, o Louvre não só ocupa sua histórica e conhecida sede em Paris, mas também alcança Abu Dhabi, nos Emirados Árabes, e em Lens, no norte da França. Essas novas sedes do Louvre abrigam obras da coleção do museu expostas em caráter permanente ou temporário.

²⁷ De forma breve, o projeto *Grand Versailles* prevê, em um rígido cronograma de dezessete anos que vem sendo cumprido, uma grande restauração do prédio, jardins e todo o seu cenário, o aumento da segurança do local e melhorias para uma recepção mais cômoda de seus visitantes. O projeto conta não só com o apoio do governo francês, por meio de seu Ministério da Cultura e Comunicação, mas de uma série de substanciais aportes de empresas privadas, que acabam ganhando enorme visibilidade e propaganda. Outros importantes locais turísticos passam pelos mesmos projetos, como por exemplo o recém lançado *Grand Fontainebleau*.

²⁸ Muito simplificadamente, o Conselho de Ministros aprovou, em 7 de fevereiro de 2019, a criação de um grupo de trabalho, gerido pelo nominado Conselho Geral de Museus, que ficará encarregado de monitorar e avaliar a implementação de uma autonomia total para os museus e monumentos portugueses, que passarão a dispor de identidade fiscal própria.

²⁹ Em *Versailles*, é possível ‘adquirir’ um banco de mármore para os monumentais jardins, em troca de uma pequena placa em que figure o nome do seu mecenas. Para tanto, os valores em questão são bastante contundentes e representam um grande prestígio ao seu colaborador.

modestas, qualquer um pode ser ‘patrono das artes’, como príncipes e eruditos de outrora.

Com tudo isso, os museus passaram a concorrer entre si, em busca de mais e mais visitantes, como se empresas fossem, disputando *rankings* de visitação divulgados anualmente, figurando como pontos de parada obrigatória para turistas de todas as partes do mundo. Talvez, em outro sentido, os museus já concorressem uns com os outros no século XIX ou já nas primeiras décadas do século XX, pois naquela altura, deviam procurar demonstrar o grau de civilização de uma nação por meio dos discursos e glórias de seus passados. Eram assim, uma espécie de índice de desenvolvimento que apontava para o grau de erudição, refinamento e cultura de um povo. Atualmente, a concorrência estabelecida é bastante distinta, já que se traduz por uma necessidade de sobrevivência no dito ‘mercado cultural’.

Mas, de todo modo, essa ‘corrida cultural’ empreendida pelos museus não pode figurar assim tão óbvia. É o próprio ICOM quem nos adverte sobre as distinções entre a promoção de exposições e exhibições. Segundo o Conselho, por volta de meados do século XVIII, ambas as palavras podiam ser comumente empregadas para se tratar de dignas exposições de arte. Mas, com o passar do tempo, devemos atentar para as conotações pejorativas que passaram a acompanhar a palavra exibição, que em determinadas línguas como o português ou o francês, se degradou, podendo ser associada a noção de exibicionismo, ou seja, um ato moralmente indecente. Por conseguinte, as exhibições passaram a ser vistas como de caráter ostentatório e vazio, tratando de assuntos menores, o que não deveria caber no ambiente museal. Assim,

é nesta perspectiva que a crítica das exposições se faz de forma mais virulenta, já que ela rejeita aquilo que, segundo ela, não advém de uma exposição – e, por metonímia, da atividade de um museu – mas de um espetáculo, com um caráter comercial muito acentuado” (ICOM Brasil, 2016, p. 45).

Nesse controverso contexto em que os museus se tornaram reféns de uma lógica de mercado, ainda que muitos sejam perfeitamente públicos, ou que tenham considerável amparo do Estado, a prática do *design* se tornou, na visão da grande maioria, um instrumento de alavancagem fulcral. Foi também por intermédio do *design* que se propiciou a introdução de uma nova estética moderna e atrativa para os modos de comunicar o passado, revolucionando as possibilidades discursivas de um museu. O *design* foi visto e amplamente utilizado, em um primeiro momento,

como uma espécie de mediador entre o acervo e o visitante, do mesmo modo que permitiu a inclusão de estímulos sensoriais para além do ver dos visitantes. Dessa forma, prefigurava que se os museus quisessem ter muitos visitantes deveriam se imiscuir nessa nova estética propiciada pelo *design*. Em outros termos, dos artifícios a disposição dos museus, o *design*³⁰ passou a ocupar uma posição de prevalência, a ponto de museus, mesmo aqueles ricos em obras, mas não dotados desse saber, passarem a ser considerados por alguns como ‘armazéns de peças velhas’.



Figura 2 – Instrumentos de tecnologia náutica no Museu Naval de Madri. Os curiosos instrumentos se encontram em exibição em antigas vitrines de madeira e vidro. As peças estão acompanhadas de legendas simples em papel, contendo apenas informações básicas da peça, não havendo referência ao emprego ou uso das mesmas. Ao observarmos a movimentação de visitantes na sala, poucos são aqueles que dispendem mais que alguns segundos diante das vitrines.

³⁰ Aqui, é necessário explicitar que o termo faz referência à dimensão decorativa, a um estilo, e não a sua dimensão utilitária, com valor de uso social.

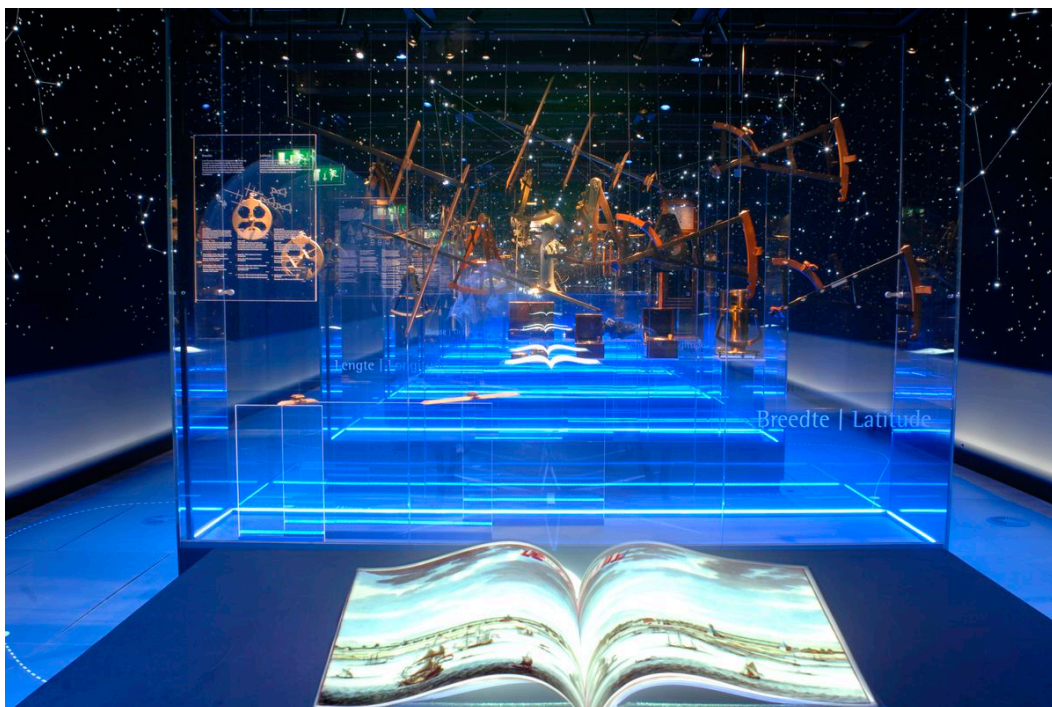


Figura 3 – Instrumentos de tecnologia náutica no Museu Marítimo de Amsterdam (Het Scheepvaartmuseum). Aqui, ao ingressar na sala com impressionante reprodução de constelações em paredes e teto, os instrumentos similares aos apresentados na figura anterior são dispostos como se flutuassem em enormes vitrines de vidro iluminadas com *led* colorido. Nas laterais de cada vitrine, o visitante pode encontrar telas interativas que simulam o uso de cada aparelho contido na vitrine. Por fim, há um livro branco que, de tempos em tempos, colore-se com imagens, escritos e vídeos que contam um pouco sobre a “era de ouro” holandesa. Se observarmos, ainda, que os visitantes se demoram na sala, visivelmente impressionados, o fato é que os instrumentos propriamente ditos atraem tanto quanto os da imagem anterior, sendo, portanto, a maior parte da atenção voltada para a cenografia.

Com a crescente demanda da prática do *design* no interior dos museus, as exposições elaboradas cada vez mais apresentam um espaço bem planejado, isto é, de acordo com os princípios de racionalização industrial, repleto de sofisticações gráficas, midiáticas e experimentações ao visitante (figura 3). Tudo isso que a exposição abarca para além do acervo vem sendo trivialmente tratado como fruto do trabalho de *designers*, mas, questionamo-nos aqui, se tal profissional possui efetivamente domínio de tantas técnicas e saberes que possam dar conta da enorme gama de possibilidades que vem sendo mostradas nas exposições atuais. Ao reverso, em nossa opinião, isso que vem sendo genericamente chamado de *design* de exposições parece ser a soma de muitas atuações profissionais operando em um mesmo ambiente. Arquitetos, engenheiros, artistas plásticos, *designers* com diferentes especializações (gráficos, de produto, de mídias), cineastas e editores de vídeos, informáticos, historiadores, museólogos..., muitos são aqueles que atuam em colaboração nas exposições, potencializando o que elas podem oferecer aos seus

visitantes. Ora, concordamos que um *designer* pode sim estar à frente de uma equipe, coordenando as tarefas e direcionando o foco do trabalho a ser realizado, mas não podemos pretender que ele seja o único protagonista em cena.

Então, se há tantos profissionais diversos ali empenhando esforços na realização das exposições, por que, corriqueiramente, principalmente ao *designer* vem sendo atribuída a maior parcela de reconhecimento de sua consumação? Já vimos aqui nesta dissertação que os *designers* acabaram construindo e propalando um discurso mítico do profissional que se baseia na criatividade, tal como foram os artistas no passado, que seria capaz de sempre produzir ‘novidades’, fazendo com que seus produtos parecessem mais valorosos que os demais, aproximando-os inclusive do objeto de arte. O *design* se uniu fortemente com a tecnologia, com os modismos, com as mídias, acabando por se tornar ainda mais interessante e atraente ao público espectador, isto é, acabou alterando o *habitus* social em relação aos espaços de exibição, desbancando artistas e arquitetos nessa ação profissional. Em museus, dentre as muitas possibilidades de uso das tecnologias, podemos conferir animações de obras famosas, como fez o Museu de Luxemburgo a respeito de obra de Hieronymus Bosch, em 2013-2014, por ocasião da exposição *A Renascença e o Sonho*;³¹ as muitas projeções, que trazem as mais diversas imagens em movimento, que podem interagir diretamente com peças do acervo, ou mesmo com os visitantes, criando situações que causam a sensação de personagens que conversam, a exemplo do Panteão da Política Mineira, em que os protagonistas da conjuração de 1789 são postos em suposto diálogo, de forma “lúdica e surpreendente”;³² realidade aumentada que, por meio de aparelhos específicos, permite o visitante ‘sobrevolar’ a Basílica de Assis, observando de perto e com detalhes seus afrescos,³³ ou viver uma batalha naval a bordo de um navio do século XVIII,³⁴ por exemplo.

³¹ A animação das curiosas criaturas de Bosch, bem como outras informações a respeito da exposição, pode ser conferida em <https://museeduluxembourg.fr/ressources/videos/la-renaissance-et-le-reve>. Conteúdo acessado em 06 de fevereiro de 2019.

³² Conforme <http://memorialvale.com.br/2017/07/12/panteao-da-politica-mineira/>, conteúdo acessado em 15 de fevereiro de 2019.

³³ A experiência de sobrevoo da Basílica de Assis, para observação de afrescos atribuídos a Giotto, foi oferecida na exposição temporária “São Francisco na arte de mestres italianos”, realizada em Casa Fiat de Cultura, em Belo Horizonte, no período de 08 de agosto a 21 de outubro de 2018, e no Museu Nacional de Belas Artes, no período de 06 de novembro de 2018 a 27 de janeiro de 2019 (MORELLO & PAPETTI, 2018).

³⁴ Em referência a experiência intitulada “Dare to discover – a VR Journey”, oferecida pelo Museu Nacional Marítimo de Amsterdam, no interior de uma réplica de um navio naufragado no século

Para exemplificar mais claramente o nosso ponto de vista, ressaltamos que hoje podemos perceber que uma enorme gama de serviços e produtos se apropriam a revelia do termo *design*, no intuito de angariar mais atenções e fazer parecer mais sofisticado e valoroso aquilo que oferecem. Assim, não é incomum encontrar ofertas de *design* de bolos, brigadeiros, de unhas, sobrancelhas, etc. Da culinária à estética, todos querem ser um pouco ‘*designers*’. Portanto, a prática do *design* se transformou em uma espécie de instância de legitimação, independente do grau de complexidade do objeto, mercadoria ou mesmo serviço oferecido, como se necessariamente asseverasse qualidade ao produto ou processo.

Entretanto, se retornarmos aos museus, em que pese tal posição de primazia que vem sendo reclamada pelo *design*, podemos observar que há ainda mais fatores envolvidos. Não só o trabalho de outras áreas vem sendo confundida com o *design*, como por vezes, esses outros saberes acabam silenciosamente também se apropriando do discurso do *design*, atuando como se fossem *designers*, substituindo uma lacuna que talvez possa existir pela falta de tal profissional.

Para exemplificarmos, podemos referir o caso do arquiteto Gringo Cardia, que dirige um escritório de *design*, renomado pela concepção e montagem de inúmeras exposições e museus, não só no Brasil, mas também no exterior. Em seu *site* oficial, o arquiteto se apresenta como “*designer*, artista gráfico, cenógrafo, arquiteto, diretor artístico, diretor de vídeos, teatro, ópera, moda e criador de *shows*”.³⁵ Fazemos aqui duas observações: quanto à multiplicidade de capacitações enunciadas por Gringo Cardia e, principalmente, que o primeiro saber a ser mencionado, que encabeça todos os outros, é o *design*.

Observando a mencionada indefinição dos limites de atuações, propomos uma rápida observação sobre as origens e a formação do *design* enquanto profissão.

Heskett, em seu já mencionado livro, versa-nos sobre o que ele chama de ‘surgimento do desenho industrial profissional’, recordando que a recessão econômica que se deu a partir de 1927, que resultaria na quebra da bolsa de valores de Nova York em 1929, intensificaria as pressões competitivas das empresas

XVIII, que transporta o visitante para a era de ouro holandesa. Para mais, <https://www.hetscheepvaartmuseum.nl>. Conteúdo acessado em 04 de janeiro de 2019.

³⁵ Segundo a biografia do próprio arquiteto, disponível em <https://gringocardia.com.br/text.aspx?p=biography&id=47>, conteúdo acessado em 20 de fevereiro de 2019.

sobreviventes pelo fragilizado mercado. Ora, é nesse contexto que o autor aponta o surgimento desses desenhistas industriais, nossos atuais *designers*, ressaltando que muitos tinham formações ligadas à publicidade, às artes, cenografia, arquitetura e até mesmo engenharia (HESKETT, 2006, p. 107). No entanto, com o passar das décadas, apesar da profissão e sua prática terem se instituído e difundido, não há até os dias de hoje um delineamento preciso de um estatuto epistemológico que possa estabelecer com clareza suas atribuições, competências e limites, de modo que a subjetividade passa a operar livremente nesse quesito. Para alguns autores conhecidos na literatura específica do *design*, como Bernd Löbach, Gui Bonsiepe e Raimonda Riccini, a prática do *design* pode também ser resumidamente compreendido como o ato de projetar. Ou seja, como decorrência direta da aplicação de uma metodologia projetual para solução de problemas diversos (LÖBACH, 2001, p. 16; BONSIPE, 2011, p. 24-25), o que evidentemente é algo muito abrangente.

Assim, se revisitarmos uma citação já amplamente conhecida de Gui Bonsiepe, compreenderemos mais claramente o que há de paradoxal nas propaladas definições do *design*. É o próprio autor quem nos adverte:

Existe o perigo de se cair na armadilha das generalizações vazias do tipo ‘tudo é Design’. Porém, nem tudo é Design e nem todos são *designers*. O termo Design se refere a um potencial ao qual cada um tem acesso e que se manifesta na invenção de novas práticas da vida cotidiana. [...] Design é uma atividade fundamental, com ramificações capilares em todas as atividades humanas; por isso, nenhuma profissão pode pretender o monopólio do Design (BONSIPE, *apud*. PORTUGAL, 2010, p. 2).

Ao mesmo tempo que não pode ser alcançada por outras áreas, o próprio autor reconhece que o *design* está ramificado e espalhado nelas e, como sua própria analogia sugere, necessita dos outros saberes para sobreviver.

Se pensarmos inclusive na já mencionada perspectiva de Bourdieu, concebendo o *design* enquanto um campo, tal como Cipiniuk (2017) propõe, algo ou alguma coisa que perfaz um espaço onde a produção, a circulação e o consumo de trocas simbólicas específicas ocorrem, devemos lembrar e considerar que esses agentes não ocupam posições fixas nesse esquema, nem tampouco estão confinados a um único campo do saber. Em outros termos, esses agentes atuam tanto na produção do *design*, como no seu consumo, legitimando-o ou consagrando-o, ou seja, está na mesma disposição social ou *habitus*. Isso significa, ou implica, que são mais ou

menos interdisciplinares, isto é, que o campo está sempre em diálogo com outros mais.

Seja como for, o *design* se popularizou. Sem uma metodologia bem definida ou arcabouço teórico rígido, a partir de enunciados tão abrangentes que no limite tornam-se genéricos, muitos se apropriaram de elementos típicos do *design*, autonomizando sua prática, mesmo que parcial, de seus profissionais ‘legítimos’.

4.2

Um triunfo do *design*?

A prática do *design* reinventou os museus. Sejam as exposições elaboradas efetivamente por *designers* ou por outros profissionais que se apropriam de sua prática, seu ingresso no espaço museal ocasionou profundo impacto nas relações estabelecidas entre espectadores e o conteúdo exibido. Em alguns casos, o *design* tem sido valorizado pelos visitantes tanto quanto, ou até mais, que os acervos. Aquilo que deveria ser uma forma atrativa de conectar e apresentar o acervo, popularizou-se de tal forma e se difundiu de modo indômito, passando a ser na prática o escopo das exposições desenvolvidas por alguns museus. Nesse sentido, aquilo que inicialmente era um suporte, ou acessório, para o enriquecimento da narrativa, tornou-se indispensável a ela. Em vez de a *musealia* ser valorizada por uma série de recursos utilitários ou com valor de uso social, empregados pelo *design*, como em alguns casos parecia ser a proposta inicial, foi o acervo que foi integrado e pulverizado apenas em sua estética.

Destarte exemplos como o MoMA, já citado no capítulo anterior, o *design* já chegou como protagonista, não sendo suporte, mas sim apresentado como acervo digno das salas do museu.

Qualquer que seja o processo de ingresso do *design* no museu, o resultado, intencional ou não, que parece dominar o panorama atual é o de que o *design* vem, pouco a pouco, suplantando o próprio acervo em exibição, ou seja, o contêiner se torna mais importante do que o conteúdo.

Talvez pudéssemos falar de um ‘triunfo’ do *design*, na medida em que reclama que a sua prática se tornou tão arte quanto a própria arte, ou seja o acervo. Desnecessário lembrar que tal prática se desenvolve dentro de um espaço que tradicionalmente chancela e legitima objetos e discursos, o museu. Mesmo que um objeto (aqui um objeto qualquer) tenha sido criado para um determinado fim, ele foi sacralizado no momento de sua patrimonialização. A proporção em que o *design* foi capaz de se tornar tão ou mais valorizado que esses objetos constituintes de um acervo, dentro da casa das musas, ele também se patrimonializou. O museu, de certa maneira, contribuiu para que o *design* reforçasse a sua pretensão de ser arte e, em decorrência, os *designers*, artistas. O museu, que antes chancelava os objetos, fossem eles de arte ou prosaicos, enquanto acervo, agora chancelam também os produtos e criações do *design* em seu ambiente. Ainda que haja uma conservação do vocabulário social (os museus continuam se chamando museus), é evidente que a introdução do *design* (aqui referido genericamente) acabou por ressignificar essas instituições. Por exemplo, a durabilidade de uma exposição passou a estar definida, em grande medida, pela própria atualidade da tecnologia disponível aos visitantes, fazendo com que o *designer*, ou toda a equipe do museu, tenha de frequentemente substituir as exposições.

Ao descrever o vocábulo *exposição*, o manual de *Conceitos-chave de museologia* oferecido pelo ICOM Brasil, com textos dos museólogos André Desvallées e François Mairesse, apresenta aquilo que eles entendem que é o papel do *designer* e do museólogo que atua como tal, afirmando que essas duas categorias de profissionais “partem dos *expôts*³⁶ e realizam pesquisas sobre o melhor modo de expressão, a melhor linguagem para fazer com que eles falem” (ICOM Brasil, 2016, p. 45). Temos aqui um dos maiores indícios de que o *design* vem suplantando a *musealia*: nessa perspectiva, a ação da prática profissional do *designer* faz com que o acervo (sem contar os outros elementos presentes no museu) não precise mais ser examinado como vestígio ou testemunha do passado, pois ele permite, com sua suposta prática, que toda essa materialidade fale. Para aqueles autores, portanto, os objetos passam a ter sentido e conteúdo imanentes. Assim, erroneamente essa

³⁶ Aqui o autor considerou como *expôts* todos os possíveis elementos presentes em uma exposição, como por exemplo o acervo, suas réplicas, objetos decorativos do museu, textos, painéis, etc (ICOM Brasil, 2016, p. 44).

percepção acaba por mitigar a metodologia proposta pela Escola dos *Annales*, já mencionada aqui no primeiro capítulo desta dissertação.

Quando a importância atribuída ao *design* suplanta a relevância do acervo, o museu não apenas legitima o *design* enquanto arte, mas também assiste transformada a sua própria substância original. O conceito de museu foi transformado também pelo ingresso do *design*, porque o acervo deixou de ser necessariamente a essência do mesmo; ou dito de outra forma, o próprio *design* se transformou em acervo.

Podemos aqui exemplificar esse ponto com a exposição temporária *Mar de Alas* (1917-2017) *Centenario de la aviación naval española*, ocorrida no Museu Naval de Madrid, de dezembro de 2017 a junho de 2018. A exposição era composta com sofisticados recursos expográficos oferecendo pouquíssimo acervo, mas muitos painéis, mídias e réplicas de objetos. A exposição trazia, inclusive, a oportunidade do visitante se sentir como que prestes a decolar de uma enorme pista de navio aeródromo, com muitos sons e luzes. No solo da pista se projetava vídeos captados por *drones* em operações da Armada Espanhola. Após a exposição, alguns modelos foram incorporados como acervo do próprio museu (figura 4).³⁷



Figura 4 – Proposta de experiências em exposições temporárias. Parte da pista no convão do Navio-Aeródromo JC1 na exposição temporária *Mar de Alas*, no Museu Naval de Madrid. Quando visto

³⁷ Exposição temporária *Mar de Alas* (1917-2017) *Centenario de la aviación naval española*, ocorrida no Museu Naval de Madrid, de dezembro de 2017 a junho de 2018. Para mais: http://www.armada.mde.es/ArmadaPortal/page/Portal/ArmadaEspannola/cienciaorgano/prefLang-es/01cienciamuseo--01informacion-museo-naval--02prensa-museo-naval--01noticias--2017--12DICIEMBRE--MARDEALAS-es?_selectedNodeID=3145093&_pageAction=selectItem, disponível em 15 de janeiro de 2019.

em sua totalidade, o cenário possui todos os elementos e detalhes de uma pista de decolagem de navio desse tipo. Para além, a iluminação e os sons típicos de pousos, decolagens e rádios buscavam se aproximar da realidade. Acervo pessoal.

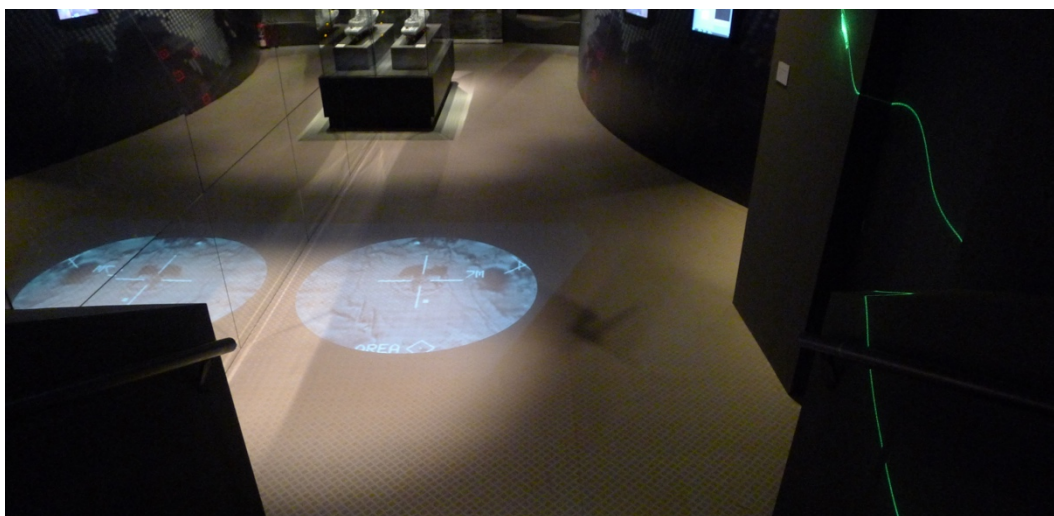


Figura 5 – Uso de tecnologias em exposições temporárias. A exposição temporária *Mar de Alas*, com seus vídeos e telas *touch screen*, *lasers* e projeções de imagens captadas em operações diversas da Armada Espanhola. Acervo pessoal.

A principal decorrência observada é que puderam ser estabelecidos e multiplicados museus que dispõem de pouco ou nenhum acervo. Segundo dados do Ibram, entre 1981 e 2010 foram criados mais de 1700 museus, número mais muito expressivo do que a soma de todos os museus criados entre o início do século XIX e a década de 1980, de 648. A década de 1970 já havia contado com a criação de 297 museus, superada pela década de 80 (com 426 museus) e, finalmente, pelas duas décadas seguintes, que criaram quase 700 museus cada uma (IBRAM *apud* RABELLO, 2015, p. 64). Não parece ser mera coincidência que a proliferação dos museus tenha ocorrido simultaneamente com a difusão do modelo japonês, nomeadamente o toyotismo, pautado no *marketing* e no *design*.

Sem necessariamente dispor desses importantes objetos, os novos museus podem se debruçar sobre praticamente qualquer tema. Se percorrermos as grandes cidades europeias, iremos nos deparar com muitos museus do sexo ou da tortura, por exemplo, em que pese nesses espaços não haja necessariamente acervos históricos, mas sim informações bem arranjadas, farta tecnologia e um belo conjunto de réplicas que é capaz de atrair uma grande quantidade de visitantes curiosos. Contudo, é preciso relativizar essa afirmação, pois em uma cidade medieval como

San Gimignano, repleta de prédios originais e dotada de um antigo *Duomo* (La Collegiata) inteiramente coberto de afrescos, emula-se ao comovente e ‘famoso’ museu da tortura, ‘reputado’ pelos guias de turismo locais, como sendo senão o ‘melhor do mundo’, o mais completo da Itália. Enfim, para que os guias possam sustentar essas afirmações, há é claro, a necessidade do conjunto histórico que o cerca e legitima, caso contrário essa asseveração seria patética.

Na mesma linha de argumentação, guardadas as devidas proporções, no Rio de Janeiro, há o Museu do Amanhã. Inaugurado no ano de 2015, fruto de uma parceria público-privada, apresenta-se ao público como um museu de ciências aplicadas que vislumbra a possibilidade de abarcar em seu circuito expositivo o ‘amanhã’ pelos próximos 50 anos. O museu, que afirma buscar e promover a inovação, disseminando ao seu público visitante os ‘progressos’ da ciência, pretende se inserir na sociedade com o principal papel de “ampliar nosso conhecimento e transformar nosso modo de pensar e agir”.³⁸ Ora, todo conhecimento deve ser produzido a partir de reflexões sobre um estudo fundamentado em bases sólidas, de forma que não pode se sustentar em conjecturas sobre um possível porvir, como sugere o Museu do Amanhã. Esse Museu está sustentado em um futuro hipotético que, mesmo que pareça provável ou verossímil, não se demonstra. Paradoxalmente, se demonstrado, significa que se consumou, tornando-se então passado, o que invalida a propositura do museu de tratar do futuro. Nessa perspectiva, o argumento central do Museu do Amanhã tem validade filosófica questionável.

Para além, a originalidade do Museu do Amanhã não é tamanha como sugere à primeira vista. Durante a Idade Média, e mesmo na Idade Moderna, as histórias do futuro não eram comuns? O apocalipse de São João é uma história teleológica que, por isso mesmo, está orientada invencivelmente para o juízo final. É curioso pensar que no século XXI, depois de tantas críticas às filosofias da história, um museu possa se popularizar vendendo ‘profecias’.

Outra peculiaridade do Museu é que esse não apresenta qualquer espécie de *musealia*, sendo composto por inúmeras mídias de diferentes tipologias que oferecem oportunidades diversas de interação com o visitante. Contudo, o Museu

³⁸ Disponível em <https://museudoamanha.org.br/pt-br/sobre-o-museu> acessado em 19 de fevereiro de 2019.

do Amanhã não se afirma desprovido de acervos, alegando que esses são propriamente “as possibilidades do amanhã”.³⁹

Embora se apresente como um museu de ciência, de certa maneira, o Museu do Amanhã procura tecer uma história do que será o futuro, que em grande medida, se engendra pelas respostas dos próprios visitantes, depositadas nas mídias que empregam as chamadas técnicas de *gamefication*⁴⁰ (figura 6) disponíveis por todo o circuito.



Figura 6 – Amsterdam DNA. Assim como no Museu do Amanhã, o Museu da cidade de Amsterdã empregou em seu circuito a chamada técnica de *gamefication*. Diversos jogos são postos a disposição dos visitantes, que ao passarem por todas as estações, poderão obter recompensas e um resultado final compilado de suas ações.

³⁹ *Idem.*

⁴⁰ As chamadas técnicas de *gamefication*, também conhecidas em português como ‘ludificação’, propõem uma transposição de elementos de jogos (em geral eletrônicos) para a realidade. Empresas, lojas e instituições passaram a oferecer estímulos a seus visitantes e consumidores, oferecendo diversão e prêmios em troca de respostas desejadas, que são concedidas através da interação entre jogador e jogo. Cada vez mais *designers* vêm oferecendo a possibilidade de inserção dessa técnica em seus produtos, como uma forma de captar a atenção do consumidor.

4.3

O *design* e a história ‘vista de baixo’

A possibilidade de existência de um museu sem acervo histórico, que se propõe a refazer, afirmar e legitimar uma história, ensejou a criação de museus que narrassem ‘histórias vistas de baixo’ (SHARPE, 1992). Ou seja, diversos grupos sociais que não constituíram as elites de certo momento histórico, agora podem ser incluídos em narrativas museológicas porque, mesmo sem resquícios substanciais do passado, tornou-se possível fazer tangível, por meio de uma museografia, sua história. É assim que minorias sociais puderam ser objetos de museus ou exposições temporárias. No limite, ao viabilizar a existência de um museu sem acervo, o *design* propiciou que tais grupos fossem tratados e retratados dentro dos museus, possibilitando a edificação de uma série de discursos de matriz histórica que, no presente, são capazes de conferir poder e representatividade às minorias sociais. Apoiados no instrumento do *design*, os museus tendem a deixar de propor discursos que falam do nacional para privilegiar a inclusão e a consolidação de identidades sociais minoritárias. Paradoxalmente, os discursos críticos de uma concepção tradicional de museu se apropriaram logo do *design*, ferramenta originalmente típica de um capitalismo industrial, para erigir e consolidar suas políticas de inclusão.

Com todo o supracitado, no atual contexto apresentado, a prática do *design* ofereceu uma nova ‘sobrevivência’, ou uma nova solução de continuidade aos museus, já que ele permitiu que grupos antes desinteressados, por não ali não se encontrarem representados, passassem a frequentar e valorizar esses espaços. De alguma forma, podemos dizer que o *design* dessacralizou o museu ou, pelo menos, colaborou muito para tal feito. Portanto, esses grupos não só puderam se auto reconhecer nesses espaços, mas também encontrar formas de auto representação, e com isso reforçar e ampliar suas próprias identidades culturais. Isso faz com que o *design* possa ter um viés social, permitindo que pessoas tenham acesso, representatividade e experiência nesses lugares.

Citemos aqui o exemplo do Museu Cais do Sertão, também conhecido como Museu do Sertanejo, situado em Recife, Pernambuco. O Museu, que conta com “sofisticado *design*”, *site* e exposições com os mais variados recursos tecnológicos, gráficos e audiovisuais, propõe-se a oferecer “cultura e música em espaço elegante” aos seus visitantes. Se observarmos o Museu para além de seus aparatos expográficos e tecnológicos, perceberemos que ele conta com pouquíssimo acervo ou peças originais, sendo a maior parte dos objetos expostos de natureza virtual ou réplicas.⁴¹

Assim, se levarmos em conta a antiga lógica dos museus, poderemos atentar que os sertanejos nunca foram contemplados nos museus ditos ‘tradicionais’. Apesar do discurso do Museu Cais do Sertão, que exalta a importância e a riqueza dos sertanejos e de sua cultura para o país, devemos salientar a ausência de representatividade dos mesmos no Museu Histórico Nacional, por exemplo. Devemos brevemente recordar aqui que, no final do século XIX, os sertanejos se revoltaram contra o Estado, ocasionando conflitos em Canudos, no interior da Bahia. Ora, o Museu Histórico Nacional, mesmo que demonstre esforços para inclusão de aspectos culturais diversificados que procuram uma reconciliação da memória (como por exemplo as abordagens que são feitas sobre a questão do índio ou até mesmo das religiões africanas), funda-se sobre uma memória e uma identidade ditas ‘oficiais’ do Estado. Sendo assim, podemos inferir que, por uma série de interesses e fatores políticos, os sertanejos foram postos à margem da história nacional oficial.

Nessa nova perspectiva propiciada pela prática do *design*, ou pela venda de um serviço, o ‘novo produto’ desenhado pelos *designers*, o sertanejo e tantos outros grupos que foram marginalizados por causas diversas, podem agora ter seus próprios museus, que narram a história do ponto de vista desses grupos enquanto partícipes e atuantes efetivos no país ou em uma região, e não mais silenciados ou apenas tratados como vozes pouco audíveis.

Outro caso interessante de se trazer ao debate é a incorporação e o largo uso de aparatos tecnológicos, como os *scaneamentos* e as impressões 3D, que vem sendo

⁴¹ Conforme informações no *site* oficial do Museu Cais do Sertão (Museu do Sertanejo), Recife, Pernambuco. Em <http://www.caisdosertao.org.br>, acessado em 21 de fevereiro de 2019.

feitos por *designers*. No interior dos museus, tais recursos vêm sendo empregados como uma nova maneira de produzir acervos.

No entanto, defendemos aqui que tais peças produzidas por essas novas tecnologias não podem ser consideradas como uma forma de expressão de arte ou substitutas válidas para as *musealia*, mas sim como instrumento de inclusão social, resultando em um objeto funcional, com valor social agregado. Se pensarmos em termos de acessibilidade, podemos refletir sobre as contribuições que as reproduções em 3D de peças de acervo, ou a tridimensionalização de imagens de pinturas, gravuras ou desenhos, podem oferecer a pessoas com deficiência ou pouca acuidade visual. Para além de vivenciar o museu através de parcas descrições em braile, essas reproduções permitem uma interação direta entre as mãos dos visitantes e os objetos, de forma não danosa ao patrimônio. Ou, ainda, se cogitarmos as possibilidades de exposições itinerantes, as reproduções podem poupar o acervo do próprio desgaste causado pelo excesso de manuseio e transporte, além das diferenças de iluminação, temperatura e umidade inerentes aos diferentes locais por onde passa. Para além, as reproduções reduzem também custos, como os de seguro e serviços de *courrier*, de forma que mais localidades e pessoas, que antes não poderiam ser contemplados com obras ou exposições visitantes, possam, de certa maneira, usufruir dessa oportunidade. Todavia, se podemos aqui questionar até que ponto é verdadeira a experiência oferecida nesse caso por exposições de duplicatas em ambientes que muitas vezes são improvisados,⁴² por outro lado conseguimos reconhecer que alguma experiência, ainda que parcial, é melhor do que nenhuma.

Ademais, ainda tratando das réplicas facilitadas pela tecnologia, há ainda o caso do Museu Nacional, atingido por um incêndio de grandes proporções que devastou o acervo em exposição.⁴³ Com a proposição de utilizar como uma das matérias-primas para a confecção das réplicas as próprias cinzas apanhadas no local, o ex-diretor do Museu, Sérgio Azevedo, acredita que a reprodução “Não vai substituir nunca a peça original [...] vai ser um objeto que vai te dar uma ideia do que era o acervo

⁴² Por exemplo as exposições que são montadas em centros comerciais, em meio as próprias lojas. Temos aqui o caso do *Museu Egípcio Itinerante*, criado pelo artista plástico Essam Elbattal, que conta com mais de 400 peças de reprodução que podem ser exibidas em diferentes locais. A exposição já esteve na maior parte dos *shoppings* no Brasil, e pode inclusive ser contratada por escolas. Para mais <http://www.museuegipcio.com.br>, acessado em 21 de fevereiro de 2019.

⁴³ O incêndio aqui mencionado ocorreu no dia 2 de setembro de 2018, tendo consumido a sede do Museu Nacional, na Quinta da Boa Vista, em São Cristóvão, no Rio de Janeiro.

que foi perdido”. Por outro viés, o pesquisador e professor Jorge Lopes entende que os modelos tridimensionais “são o melhor que a tecnologia consegue disponibilizar hoje pra resgatar essa memória perdida”.⁴⁴ Ao aplicar as cinzas do museu nesse novo objeto, pensamos que o mesmo acabará por estabelecer uma espécie de diálogo não só com uma suposta sacralidade do antigo acervo, mas também com a memória do próprio incêndio. De certa maneira, acreditar que, ao conter as cinzas das *musealia* queimadas, o novo objeto seria capaz de apreender e aprisionar ao menos duas memórias. Em primeiro lugar a memória de um temo histórico testemunhado pelo original, o que nesse caso se pressuporia que o tempo sacraliza os objetos de museu em função de sua antiguidade. Em segundo, a memória catastrófica do incêndio que consumiu o museu. Em ambas as situações, estaria conferida imanência ao novo objeto, como se doravante ele pudesse narrar aquilo que guardaria como ‘testemunha’ seja das cinzas de um resquício de seu tempo histórico, seja das cinzas do fogo.

Antes de encerrar esta dissertação, parece ainda ser pertinente consignar algumas questões que nesse momento ainda não puderam dispor de respostas conclusivas. De fato, são perguntas cujas respostas demandam estudos estatísticos ainda não realizados, ou mesmo podem variar profundamente de acordo com os enquadramentos teóricos diretores, ou ainda podem contar com respostas distintas em função de realidades regionais ou sociais.

Antes de tudo, caberia problematizar até que ponto, efetivamente, esses novos museus sem acervos ou obras de arte são museus consoantes a acepção original do termo. Para além, se eles efetivamente reforçam identidades, em que bases ou limites, ou se, paradoxalmente, aprisionam certos grupos sociais em narrativas que são viabilizadas graça ao uso do *design*, já que nos museus as identidades sempre se apresentam, para mais ou para menos, de maneira idealizada.

Nesse caso, levando em conta essas novas possibilidades à disposição dos museus e de seus profissionais, poderia a prática do *design* igualar ou substituir experiências em museus de modo a fazer crer que todos tenham o mesmo acesso à cultura e à cidadania? Pierre Bourdieu e Alain Darbel sublinham que os museus podem ser espaços pedantes e de arrogância onde as obras podem imputar constrangimento

⁴⁴ Ambas as falas disponíveis em entrevista publicada em <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/09/03/pesquisadores-usam-impressoes-3d-para-resgatar-memoria-do-museu-nacional.ghtml>, acessada em 02 de março de 2019.

aqueles visitantes “menos cultos e oriundos das classes populares”. Os dois autores são categóricos ao afirmar que

os visitantes oriundos das classes populares se interessam, preferencialmente, pelas ‘obras menores’ que lhes são mais acessíveis, como os moveis ou as cerâmicas, os objetos históricos ou do folclore, seja porque conhecem seu uso [...] ou porque a cultura exigida para a compreensão de tais objetos [...] e mais comum; por sua vez, os membros das classes superiores prestam maior atenção às obras de arte mais nobres (pinturas ou esculturas) (BOURDIEU & DARBEL, 2016, p. 90-91).

Assim, reformulando o problema noutros termos, poderia a prática do *design* ‘amortecer’ ou agravar as relações e tensões sociais, na medida em que muitos grupos a princípio excluídos de certos museus (museus internacionais, museus que podem reafirmar as desigualdades em matéria de “capital cultural”, por exemplo) poderiam ter agora seu próprio museu? Se sim, seria necessário pressupor que o *design* permitiria que esses grupos pudessem afirmar que frequentam e fruem de exposições nos museus refletindo sobre seu lugar social, reconhecendo-se. Se não, estariam, na verdade, presentes em museus que traduzem a sua própria particularidade, de tal sorte que alguns poderiam defender que as experiências desses grupos nesses museus não passam de simulacros.

E quando não há *design* moderno? Naqueles museus onde o *design* ainda não obteve espaço, principalmente naqueles mais tradicionais, ainda muito vinculados aos antigos padrões oitocentistas, e que exibem uma grande quantidade de acervo reconhecidamente precioso, o acervo apresentado puro e simplesmente, sem qualquer tipo de intervenção, também acaba se submetendo ao preceito do ‘fale’ por si. Não custa insistir que o museu não fala. Quem fala é o sujeito social e de acordo com o seu *habitus*. Portanto não é o museu, nem o visitante, mas os diversos estratos e hierarquias sociais, situados no tempo e no espaço, ou se preferir, em um universo cultural.

Propostas essas últimas questões, passemos agora a algumas considerações finais desta dissertação.

5

Conclusão

Após o percurso deste trabalho, concluímos que a prática do *design* não só efetivamente ingressou, como também se estabeleceu nos museus e em suas exposições. Desse modo, o desenrolar desta pesquisa pretendeu não só refletir e pôr em discussão o papel e o lugar do *designer* no interior dos museus, mas também examinar e ponderar seus limites do uso social ou serviço que prestam, as suas possibilidades de trabalho e, principalmente, nas consequências de seu emprego nesses espaços das Musas. Certamente, para que tal objetivo seja exequível, a própria prática dos *designers* nesses ambientes transdisciplinares – que são os museus – foi posta em evidência, de forma que se tornou necessário entender como as relações entre esses diversos saberes se articulam para produzir significativos resultados a serem apresentados aos visitantes.

Ao olharmos para trás, consideramos a importância e o impacto da leitura da bibliografia elencada, para além dos textos mais específicos sobre *design*, contemplando autores da museologia, história, filosofia, sociologia, entre outros, tendo sido um diferencial para a produção cognitiva sobre o assunto aqui tratado. Igualmente fulcral foi a observação de diversas galerias e museus, atendo-nos principalmente nas exposições temporárias e de longa duração, podendo empiricamente perceber, extrapolando o *design*, a forma resultante e sensível da aplicação do conglamamento de muitas áreas do saber atuantes nesses espaços.

Assim, para a organização formal das reflexões compostas durante a pesquisa, traduzidas à escrita desta dissertação, iniciamos com uma discussão que põe em evidência as relações entre os museus e a historiografia. Para o capítulo inicial, procuramos buscar as origens das instituições de guarda de patrimônio, sublinhando que nasceram a partir da tessitura de uma mentalidade enciclopedista, comprometida muitas vezes em defender a sobrepujança de uma civilização

européia, forjada ao longo de muitos séculos. Foram também patrocinadas pelos Estados, em pleno processo de sua afirmação, após a Revolução de 1789. O passado tornou-se um espaço privilegiado para evidenciar a antiguidade dos povos, bem como um suposto caráter natural de sua constituição política. Os usos políticos do passado, assim, permitiam que os Estados se legitimassem, como também inventassem os sentimentos de pertencimento, a própria nação. Aos tais usos do passado, convergiam tanto uma historiografia específica, como certa concepção de museu. Por exemplo, se para os historiadores que participaram desse processo, hoje frequentemente vinculados à figura de Ranke, os documentos históricos falavam por si, os museus sacralizavam seus objetos, atribuindo a eles a possibilidade de guardar memória, em razão de terem testemunhado as transformações do tempo. O capítulo ainda avança nas conexões que se conservaram entre as alterações historiográficas e museológicas.

No segundo capítulo da dissertação, procuramos mostrar um pouco sobre a formação do *design* enquanto campo profissional, destacando que, desde o início, a noção de um *design* ‘inocente’ é ilusória. Dessa forma, defendemos que não é possível, especialmente na contemporaneidade, conceber um *design* despolitizado, portanto desprovido de pretensões. Para tratar do assunto mais a profundamente, não se pôde negligenciar a própria práxis do *designer*, inclusive no que se refere a tão estimada questão da criação para esses profissionais, que certamente manifestam pretensões a aproximá-la da noção idealizada da criação artística. Ao ponderarmos sobre os *designers* atuantes em museus, questionamos aqui se esses espaços, por sua própria natureza e substância, não acabaram por propiciar e alimentar tal pretensão em seus interiores, o que repercute diretamente na concorrência estabelecida entre as obras originais do museu e os objetos criados pelo *design* para compor as exposições.

O capítulo final integra, com efeito, as reflexões produzidas sobre os museus e o *design*. Em vista disso, o texto tem como um de seus principais pontos contemplar em que medida a prática do *design* ensejou a criação de uma maior quantidade de museus e, conseqüentemente, de uma maior quantidade de objetos e recursos para preenchê-los. Não podemos deixar de mencionar que os museus também se multiplicaram porque passaram cada vez mais a se apresentarem como um espaço de aprendizagem, não meramente um artifício para complementar ou preencher de

forma lúdica as possíveis lacunas do ensino dito formal. Nessa concepção, a prática do *design*, assim como os seus produtos materiais (sinalização, iluminação, produtos gráficos, etc.) ou imateriais (venda de serviços), também tem sido vista como instrumento que poderia cumprir com um papel de transformar aquilo que pode ser ‘árido’, que se julgue de difícil compreensão ou pouco interessante, em algo divertido, lúdico e desejado, que possa ser ‘consumido’ de forma mais palatável pelos mais diversos tipos de visitantes. Neste ponto, não podemos nos omitir em constatar que o *design* transformou o museu em mercadoria com forma de mercadoria. Com as inúmeras exposições e eventos temporários que hoje encontram terreno fértil nos museus, o *design* possibilitou uma maneira de ‘recompra’ dos museus, fazendo-o vendável, espetaculoso e impactante nos padrões requisitados pela atual sociedade, que demanda a vivência de ‘experiências’ que sejam capazes de mobilizar os sentidos. Ao fim, na saída, o *design* permitiu que o visitante leve para casa um pequeno pedaço do museu, símbolo e signo das ‘experiências’ ali vividas, que se materializam em irresistíveis lojas de *souvenirs*.

Verificamos aqui a validade das constatações sobre a necessidade que se criou de venda do tempo de lazer, enunciadas por Edward Thompson. Os museus acabaram não só concorrendo nesse quesito com outros espaços, mas verdadeiramente se imbricaram com a indústria de entretenimento, passando a ser um reconhecido setor dela. A partir disso, cada serviço que foi agregado ao museu passou a gerar um repasse de custos dos visitantes, como por exemplo exposições temporárias cobradas a parte, livrarias especializadas com títulos exclusivos, além de restaurantes e cafês, cujo acesso, muitas vezes, demandam a compra de um bilhete de ingresso.

Então, avançando um pouco mais, questionamo-nos até que ponto a prática do *design* não acabou por substituir ou suplantar a *musealia*, tornando o museu algo distinto de sua substância original, mas que agora, dessa forma, acaba viabilizando a inclusão de pessoas com necessidades especiais, alcançando pessoas geograficamente distantes, representando e concedendo poder a minorias antes postas à margem dos discursos desses espaços, tornando possível a comparência física ou virtual desses novos visitantes em exposições. Sabemos ser verdade que toda essa inclusão tem limitações acima já anunciadas, seja porque esses novos

objetos propiciados pelo *design* são restritos a cópias ou reproduções, ou porque esses novos museus, pautados apenas nos frutos que o *design* assegura e respalda, poderiam ser considerados uma espécie de ‘simulacro’ da vivência de um dito verdadeiro *Museion*.

De todo modo, acreditamos que o *design* propiciou novas condições para que os museus se reinventassem no século XXI, alcançando novos temas, funções e públicos. Por outro lado, como vimos aqui, não podemos deixar de mencionar que essa prática social também acabou contribuindo para tornar os museus instituições estranhas daquilo que elas eram genuinamente.

Certamente, esta dissertação tem limitações impostas pelo exíguo tempo de dois anos empregados em sua pesquisa, mas, ao fim e ao cabo, acreditamos que seu escopo abre caminhos para se pensar importantes questões futuras, como por exemplo o que é, o que compõe, e como deve ser configurada (ou ainda reconfigurada) a hierarquia de profissionais no interior de um museu no século XXI. Em acréscimo, vislumbrando as pertinentes questões que se apresentam como um convite aberto a profundas reflexões, indagamos qual a verdadeira importância que as chamadas museografias, excetuando sua função decorativa, assumem nesses museus, sendo necessário questionar os limites de seu uso, ponderando até que ponto é capaz de suplantar acervos, invertendo um paradigma tão tradicional do valor de originais. Ao reverso, se nos ativermos aos museus mais tradicionais, como as galerias de arte que tanto estimam a prevalência de seus acervos, podemos conjecturar como o *design* pode auxiliar e beneficiar essa categoria tão importante e rica de museus.

Finalmente, no que tange a todo a qualquer tipo de museu, seja ele histórico, de arte, casa, de ciência, etc., está posto o desafio de que maneira e intensidade o *design* pode verdadeiramente contribuir para a conservação e a sustentabilidade dessas instituições, colaborando junto aos outros saberes para promovê-las enquanto um espaço educativo e de inclusão social de excelência..., enfim, o que significa ser um museu no século XXI.

Referências bibliográficas

- ANDERSON, Perry. **O fim da História: De Hegel a Fukuyama**. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2015.
- BECKER, Howard. **Mundos da Arte**. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2014.
- BITTENCOURT, Armando de Senna. “Três viajantes e a teoria da evolução”, in LANDIM, Maria Isabel & MOREIRA, Cristiano Rangel (orgs.). **Charles Darwin: Em futuro tão distante**. São Paulo, 2009.
- BLOCH, Marc. **Apologia da História ou o ofício do historiador**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BLUTEAU, Raphael. **Vocabulario portuguez & latino: aulico, anatomico, architectonico ...** Coimbra: Collegio das Artes da Companhia de Jesu, 1712 - 1728. 8 v. Disponível em <http://dicionarios.bbm.usp.br/pt-br/dicionario/edicao/1>, acessado em agosto 2018.
- BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BORGES, Jorge Luis. “Funes el memorioso” in BORGES, Jorge Luis. **Ficciones** [1944]. Disponível em <http://www.literatura.us/borges/funes.html>, acesso realizado em 2 de outubro de 2018.
- BOURDÉ, Guy & MARTIN, Hervé. **As Escolas Históricas**. Lisboa: Europa-América, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: Contribuição para uma economia de bens simbólicos**. Porto Alegre: Editora Zouk. 2006.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. Porto Alegre: Editora Zouk. 3 edição. 2016.
- BRAUDEL, Fernand. **Escritos sobre a história**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

BURKE, Peter. **O Mundo como Teatro**. Estudos de Antropologia Histórica. Lisboa: Difel, 1992.

_____. **História e Teoria Social**. São Paulo: Unesp, 2002.

CHAGAS, Mario de Souza. **Memória e Poder**: dois movimentos. Museu e Políticas de Memória, em Cadernos de Sociomuseologia n. 19, p. 43 - 81, 2009.

_____. **Museu e Movimentos Sociais**: só a antropofagia nos une. 2003.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural**: entre práticas e representações. Lisboa: Difel, 1990.

CHÂTELET. François. **Hegel**. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 2001.

CIPINIUK, Alberto. **A face pintada em pano de linho**: moldura simbólica da identidade brasileira. São Paulo: Loyola, 2003.

_____. **Design: O livro dos porquês**: O campo do design compreendido como produção social. São Paulo. Editora Reflexão. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio. 2014.

_____. **O Campo do Design e a crise no monopólio da crença**. São Paulo: Blucher, 2017.

COLLINGWOOD, R. G. **A Ideia de História**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

COMITÊ BRASILEIRO DO CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS (ICOM Brasil). **Conceitos-chave de Museologia**. Belo Horizonte: Superintendência de Museus e Artes Visuais: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, 2016.

CRIMP, Douglas. **Sobre as ruínas do museu**. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no ocidente. Petrópolis: Vozes, 1993.

DEMINICIS, Fernanda; CIPINIUK, Alberto. **Os usos da criação**: considerações sobre a criação artística e sua apropriação pelo Campo do *Design*. Revista Tamanduá, Rio de Janeiro, n.4-v.1, ano 4, p.1-10, 2017.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 2010.

- _____. **Diante da imagem**. São Paulo: Editora 34, 2013.
- DOSSE, François. **A história em migalhas**: dos Annales à Nova História. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1992.
- ELIAS, Norbert. **Mozart**: sociologia de um gênio. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.
- _____. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- FORTY, Adrian. **Objetos de desejo**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. São Paulo: Paz e Terra, 2014.
- GARDINER, Patrick. **Teorias da História**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 1984.
- GUIMARÃES, Lucia. **Debaixo da imediata proteção imperial**. O Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro. São Paulo: Annablume, 2012.
- GUIMARÃES, Manoel Salgado. Balanço das Comemorações. **Revista de História da Biblioteca Nacional**, Rio de Janeiro, ano 4, n° 39, p. 98. 2008.
- GINZBURG, Carlo. **Relações de Força**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- HEIDEGGER, Martin. **A origem da obra de arte**. São Paulo: Editora Edições 70. 2010.
- HEINRICH, Fabiana Oliveira. **Crítica da experiência como mercadoria no Campo do Design**. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), 2018. Tese de doutorado em design.
- HESKETT, John. **Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 2006.
- HOBBSBAWM, Eric. **Sobre História**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- _____. **Da Revolução Industrial Inglesa ao Imperialismo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- _____. **Tempos Fraturados**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- HOBBSBAWM, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro, São Paulo: Editora Paz e Terra, 2015.
- HOLANDA, Francisco. **Da fábrica que falece à cidade de Lisboa**. Lisboa: Livros Horizonte, 1984.

- HOLANDA, Sérgio Buarque de. O atual e o inatual na obra de Leopold von Ranke. **Revista de História**, v. 50, n. 100, p. 431-482. 2006.
- KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual. **ArtCultura**, Uberlândia, v. 8, n. 12, p. 97-115, jan.-jun. 2006.
- LE GOFF, Jacques. **História e Memória**, Livro II: Memória. Lisboa: Editora Edições 70, 2000.
- LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blücher, 2001.
- MASI, Domenico de. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.
- MATIAS, Iraldo. **Projeto e revolução**: do fetichismo à gestão, uma crítica à teoria do design. Florianópolis: Editoria Em Debate/UFSC, 2014.
- MORELLO, Giovanni, PAPETTI, Stefano. **São Francisco na arte de mestres italianos**. São Paulo: Base7 Projetos Culturais, 2018.
- NASCIMENTO, Cristiane. Da Pintura Antiga de Francisco de Holanda: o encômio como gênero de prescrição e da arte in MARQUES, Luiz (org.). **A constituição da Tradição Clássica**. Campinas: Hedra, 2004.
- NEVES, Lúcia Maria Bastos Pereira das & MACHADO, Humberto Fernandes. **O Império do Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
- NORA, Pierre. **Entre memória e história**: a problemática dos lugares. São Paulo: Projeto História, n. 10. 1993.
- OLIVEIRA, Saulo Barbará de (org.). **Gestão por processos**: fundamentos, técnicas e modelos de implementação: foco no sistema de gestão de qualidade com base na ISO 9000:2000. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2014.
- PORTUGAL, Cristina. **Questões complexas do design da informação e da interação**. InfoDesign, São Paulo, v.7, n. 2, p. 1-6, 2010.
- POULOT, Dominique. **Museu e museologia**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.
- RABELLO, Carlos Fernando Corbage. **Um estudo sobre o consumidor de museus do Rio de Janeiro**. Quem são e o que esperam? Rio de Janeiro: Faculdades IBMEC, 2015 (dissertação de mestrado profissional em Administração).
- RAMOS, Francisco Regis Lopes. **A danação do objeto**. Chapecó: Editora Argos, 2004.
- SENNETT, Richard. **O artífice**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2009.

SHARPE, Jim. A história vista de baixo, in BURKE, Peter. (Org.). **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo: UNESP, 1992.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Editora Cia. das Letras, 1998.

WATKINS, Frederick M. **Idade da Ideologia**. Rio de Janeiro: 1966.

WOLFF, Janet. **A produção social da arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

Sites consultados:

AMSTERDAM MUSEUM. Disponível em

< <https://www.amsterdammuseum.nl/pt/amsterdam-dna>>. Acesso em 04 de mar. de 2019.

ARCHISCOOP. Disponível em

<<https://archiscoop.wordpress.com/2014/03/06/jean-zay-visionnaire-et-resistant/>>. Acesso em 25 fev. de 2019.

ARMADA ESPAÑOLA. Disponível em

<http://www.armada.mde.es/ArmadaPortal/page/Portal/ArmadaEspañola/cienciaorgano/prefLang-es/01cienciamuseo--01informacion-museo-naval--02prensa-museo-naval--01noticias--2017--12DICIEMBRE--MARDEALAS-es?_selectedNodeID=3145093&_pageAction=selectItem>. Acesso em 15 de jan. de 2019.

CHATEAU DE VERSAILLES. Disponível em

<<http://www.chateauversailles.fr/decouvrir/histoire/grandes-dates/projet-grand-versailles#la-premiere-phase-du-«-grand-versailles-»>>. Acesso em: 17 de fev. de 2019.

GRINGO CARDIA DESIGN. Disponível em

<<https://gringocardia.com.br/text.aspx?p=biography&id=47>>. Acesso em 20 de fev. de 2019.

HET SCHEEPVAARTMUSEUM. Disponível em

<<https://www.hetscheepvaartmuseum.com>>. Acesso em 26 de fev. de 2019.

JORNAL O GLOBO. Disponível em

<<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/09/03/pesquisadores-usam-impressoes-3d-para-resgatar-memoria-do-museu-nacional.ghtml>>. Acesso em 02 de mar. de 2019.

JORNAL O PÚBLICO. Disponível em

<https://www.publico.pt/2019/02/07/culturaipsilon/noticia/autonomia-museus-1861079?fbclid=IwAR2XhNFp5T9OyCzp6i4_8upAIFQ_pP3C-PDL-9ux5gGTCDHJWOWNP3Fi8IQ#gs.9SZyCH58>. Acesso em 17 de fev. de 2019.

MEMORIAL MINAS GERAIS VALE. Disponível em

<<http://memorialvale.com.br/2017/07/12/panteao-da-politica-mineira/>>. Acesso em 15 de fev. de 2019.

MUSEU CAIS DO SERTÃO. Disponível em

<<http://www.caisdosertao.org.br>>. Acesso em 20 de fev. de 2019.

MUSEU DE LUXEMBURGO. Disponível em

<<https://museeduluxembourg.fr/ressources/videos/la-rennaissance-et-le-reve>>. Acesso em 06 de fev. de 2019.

MUSEU DO AMANHÃ. Disponível em

<<https://museudoamanha.org.br/pt-br/sobre-o-museu> acessado em 19FEV2019>. Acesso em: 12 de fev. de 2019.

MUSEU EGÍPCIO ITINIERANTE. Disponível em

<<http://www.museuegipcio.com.br>>. Acesso em 21 de fev. de 2019.

WIKIMEDIA. Disponível em

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:40_Museo_Naval_Madrid_Ni.JPG>. Acesso em 03 de mar. de 2019.