

Estados Unidos x Brasil: uma análise comparativa das biografias de museus brasileiros e americanos**Marina Roriz Rizzo Lousa da CUNHA***

Resumo: Este artigo utiliza o método comparativo para analisar a biografia de museus americanos e brasileiros, com o intuito de entender as diferenças nas práticas museais destes países, visando compreender como estes mercados se constituem e se reproduzem em suas sociedades. Para tanto, baseia o estudo em questões como de onde vêm os museus nestas sociedades e como se configuram, as carreiras seguidas até o presente, os períodos reconhecidos, os mercados culturais existentes, as transformações pelas quais passaram até a atualidade e as possibilidades biográficas inerentes à realidade deste tipo de instituição. Parte do princípio de que biografias são caminhos pelos quais se pode entender a cultura de um determinado grupo e que a relação deste com determinado bem permite o entendimento de como os valores morais ali existentes se estabelecem e se naturalizam.

Palavras-chave: Museus. Biografia. Brasil. Estados Unidos. Comparação.

United States x Brazil: a comparative analysis of the Brazilian and American museums biographies to understand the meaning of these institutions in both countries

Abstract: This article uses the comparative method to analyze the biography of American and Brazilian museums. It wants to understand the differences in “museological” practices of these countries in order to understand how these markets are constituted and reproduced in their societies. Therefore based on the study on issues such as where museums come from in these societies and how to configure, followed the careers to date, the recognized periods, existing cultural markets, the transformations in until present time and biographical possibilities inherent in reality of this type of institution. Assumes that biographies are ways which can understand the culture of a particular group and the relationship with a property, allows the understanding of how the moral values are established and naturalize.

Keywords: Museums. Biography. Brazil. United States. Comparison.

*Mestre em Sociologia - Doutoranda - Programa de Pós Graduação em Sociologia – Faculdade de Ciências Sociais – UFG – Univesidade Federal de Goiás - Campus Samambaia - Caixa Postal 131 - CEP 74001-970, Goiânia, Goiás, Brasil. A pesquisa que resultou neste artigo conta com financiamento da Capes – Processo n° BEX 8876/14-2. E-mail: roriz.marina@gmail.com

Como se estruturam o fazer museológico no Brasil e nos Estados Unidos? Apesar de serem países economicamente estruturados a partir de uma visão mercadológica capitalista, suas diferenças estruturais levam a relações entre pessoas e museus em formatos particulares? Em que aspectos se diferenciam? Este artigo explora a biografia dos museus americanos e brasileiros, para entender como estes mercados se constituem e se reproduzem, em suas sociedades.

Mas qual a razão de se trabalhar com biografias? Kopytoff (1986) acredita na biografia como um modelo refletor de aspectos sociais. Para ele, muito da compreensão do significado de uma mercadoria pode ser revelado a partir de sua biografia. Na sua visão, biografias¹ são um dos caminhos pelos quais se pode entender a cultura de uma determinada sociedade e sua relação com determinado bem, identificando os “[...] desirable models in the society and the way real-life departures from the models are perceived [...]”¹ (KOPYTOFF, 1986, p.66).

Kopytoff (1986) acredita que, da mesma forma que pessoas, bens também podem ter sua biografia ou mesmo biografias relatadas. Biografias de mercadorias possibilitam investigar os valores morais que circundam os bens, identificando como estes valores se estabelecem numa sociedade e se naturalizam (ZELIZER, 1978).

Na visão de Zelizer (1978), ao se estudar a biografia dos bens e analisar seu processo de comoditização, é possível identificar os significados que as pessoas estabelecem para determinado objeto e também sobre as relações entre pessoas numa sociedade. Permite compreender que mercados são culturas, não apenas porque são produtos da prática humana e de sistema de significados, mas porque são explicitamente projetos morais, saturados de normatividade.

Neste sentido, não há como dissociar cultura e mercado. Eles estão imbricados, configuram uma só estrutura e se influenciam mutuamente. Pensar o mercado como cultura (*market as culture*) é entender que as práticas que acontecem no âmbito mercadológico não são estruturas autônomas. Pelo contrário. O mercado é a configuração de uma cultura.

Neste modo de pensar, ao se estudar a evolução das relações de troca, referente a um objeto (no caso específico, a constituição dos museus no Brasil e nos Estados Unidos), num determinado mercado, é possível compreender como forças sociais, políticas, culturais e econômicas se estruturam, orientando e modelando as relações ali existentes. Conhecer estes ambientes faz-se, portanto, necessário, tendo em vista que são eles que formatam as relações sociais em determinado mercado (ABOLAFIA, 1998).

¹ Modelos desejados pela sociedade e a forma como os modelos da vida real são percebidos. (tradução nossa).

Na visão de Abolafia (1998), todo mercado é constituído por regras constitutivas e tácitas. As primeiras se baseiam nas normas e nos valores que se acreditam serem apropriadas. Já as segundas, se fundamentam em *scripts* tidos como certos e reproduzidos nas bases diárias. Ambas auxiliam na criação de uma identidade social rica, que determina comportamentos e interações, e racionalidades socialmente construídas, além de operarem classificações (DOUGLAS, 1998). Instituições, portanto, atuam moldando ideias e censurando pensamentos equivocados, delimitando, para cada época, um estilo de pensamento próprio que se ajusta às preocupações da classe dominante.

Neste sentido, Douglas (1998) alega que as instituições dirigem a memória social e canalizam as representações coletivas para formas compatíveis com as relações sociais por elas autorizadas. Agem fixando processos, ocultando as influências que exercem e suscitando emoções relativas a questões padronizadas, mas sempre de forma completamente invisível. Instituições estabelecem, no seu modo de ver, categorias, produzem rótulos “[...] que estabilizam o fluxo de vida social e até mesmo criam, até certo ponto, as realidades que a eles se aplicam” (DOUGLAS, 1998, p. 118).

E o mercado? O mercado, pensado desta forma, é resultado das próprias convicções do que ele seja não se resumindo apenas a produção, existência e circulação de bens através do sistema econômico, pois há também uma perspectiva cultural. A produção e troca de artigos é um processo cultural e cognitivo no qual os bens podem até ser materialmente produzidos como coisas, mas são culturalmente marcados como certo tipo de coisa (KOPYTOFF, 1986).

Por este viés, por trás do uso e da troca de mercadorias há uma moral, que reflete a mais profunda estrutura do pensamento social (REDDY, 1986). A troca de mercadorias, assim, representa muito mais do que o aspecto econômico. Ela revela “[...] a moral economy that stands behind the objective economy of visible transactions”² (KOPYTOFF, 1986, p. 64), diretamente ligada não às propriedades inerentes ao objeto, mas sim, ao julgamento que se faz sobre esta coisa (APPADURAI, 1986). Desta maneira, o valor das mercadorias não é construído só por aspectos meramente objetivos, nem por aqueles meramente subjetivos. Ele existe à medida que há em nós “*desire to possess them*”³ (APPADURAI, 1986 apud SIMMEL, 1978, p. 67), e a partir da superação da distância entre o desejo puro e o gozo imediato que ocorre entre o objeto e a pessoa que o deseja.

Pensando desta forma, percebe-se que pode haver muito mais por trás da biografia de um determinado bem do que somente sua narrativa de vida. Biografias, a partir da perspectiva em que for construída, podem vir a ser culturalmente esclarecedoras.

² Uma economia moral que pode ser encontrada por trás dos objetivos econômicos de transações visíveis. (tradução nossa).

³ Desejo de possuí-los. (tradução nossa).

E isso é realidade para a biografia de museus no Brasil e nos Estados Unidos. Ao relatar o desenvolvimento destas instituições em seus países, e conhecer as diferentes práticas existentes, busca-se, neste artigo, compreender como os mercados museais americanos e brasileiros se constituem e se reproduzem.

Para buscar essas respostas, este estudo partirá de algumas perguntas, indicadas por Kopytoff (1986, p. 66) como instrumentos que auxiliam no entendimento deste processo.

What, sociologically, are the biographical possibilities inherent in its “status” and in the period and culture, and how are these possibilities realized? Where does this thing come from and who made it? What has been its career so far, and what do people consider to be an ideal for such things? What are the recognized “ages” or periods in the thing’s life, and what are the cultural markets for them? How does the thing’s use change with its age, and what happens to it when it reaches the end of its usefulness?⁴

Em termos de metodologia, o artigo está fundamentado em metodologia comparativa, feita com base em análise documental.

Este artigo deriva de um estudo maior, em andamento, denominado Museus e mercado: Uma comparação Brasil/Estados Unidos para compreender as intervenções do mercado nas práticas museológicas atuais e suas consequências para a constituição da memória social.

O fazer museológico nos Estados Unidos e no Brasil – uma análise biográfica comparativa

A origem do colecionismo americano, diz Hernández (2001), é muito posterior ao europeu. Está diretamente atrelado à conversão dos Estados Unidos numa grande potência econômica, entre 1880 e 1925, e à atuação de um mercado privado. Nesta época, aparecem no mercado de arte europeu colecionadores privados, com os quais as instituições europeias não conseguem competir. Surge, então, nos Estados Unidos, uma série de mecenas, que por razões de prestígio social e também por incentivos fiscais

⁴ Quais, sociologicamente, são as possibilidades biográficas inerentes no status e no período e cultura, e como essas possibilidades se concretizam? De onde essa coisa vem e quem a criou? Qual tem sido sua carreira, e como as pessoas consideram como o ideal para essa coisa? Quais são as idades ou períodos reconhecidos na vida desta coisa, e quais são seus marcos culturais? Como essa coisa é utilizada por uma idade, e o que acontece quando essa coisa atinge o final dessa utilidade? (tradução nossa).

elevados, procuram dotar o país de coleções artísticas que ali faltam em razão de sua história recente.

Diferentemente da Europa, onde o Estado foi o responsável pela iniciativa de construção da memória social, nos Estados Unidos, esta se realiza por particulares. O colecionismo americano é focado na obra de arte única, seja para prestígio do colecionador, pelo valor artístico da obra, ou simplesmente porque o preço é atrativo. O gosto nem sempre é fator decisivo para aquisição. Nos Estados Unidos, os colecionadores geralmente são assessorados por historiadores de arte ou especialistas².

A origem dos museus americanos se conecta com certa atividade intelectual que se desenvolve ao longo do século XVIII. É o momento da criação das Sociedades Eruditas, das Bibliotecas e dos primeiros núcleos museológicos sob a forma de “gabinetes de curiosidades”.

A palavra museu aparece pela primeira vez no cenário americano em 1743, quando a *Charleston Library Society* cria seu museu. Sua consolidação definitiva tem vez com a inauguração em 1784 do *Peale's Museum*, na Filadélfia, com um acervo marcado por fotos de grandes revolucionários, fósseis, conchas, coleções etnográficas e modelos de maquinários. Sua intenção era trazer aos visitantes uma experiência visual. Na visão de Peale, afirma Kulik (1989, p. 5), “[...] concern for effective and entertaining presentation was both principled and economically necessary”⁵. Peale buscava esforços para unir educação e entretenimento, tornando o museu um instrumento de democratização da educação. Mas sua visão educativa falhou com sua morte. Seus esforços para criar um museu sério e popular fracassaram, no entanto, ficou marcado na história dos museus americanos como o primeiro museu que conseguiu combinar um sistema científico a intenções educacionais.

Já no Brasil, o nascimento dos museus acontece de forma distinta. As primeiras instituições brasileiras desta natureza estão ligadas, segundo Bemvenuti (2004), à transferência da Família Real de Portugal para o Brasil, no início do século XIX. Naquela época, D. João VI trouxe entre suas bagagens diversas coleções artísticas e literárias, além de porcelanas, móveis, tapetes e outras riquezas. Preocupando-se com a instalação de sua corte, o rei demonstra atenção especial na transformação da colônia em uma espécie de sede da monarquia, focando sua atenção no erguer de instituições de caráter cultural e científico. Assim são criados a Academia da Marinha e outras entidades destinadas à defesa dos direitos, das finanças (Banco do Brasil); a Imprensa Régia; a Biblioteca; o Horto Real e o Museu Real; este último, criado por decreto em 06 de junho de 1818.

⁵ Preocupações com apresentações efetivas e que entretencem eram aspectos principais e economicamente necessários. (tradução nossa).

Bemvenuti (2004) explica que o Museu Real assemelhou-se, em seu início, a um museu de história natural, abrigando pássaros empalhados e uma coleção de mineralogia. Tinha como objetivo estimular os estudos de botânica e zoologia. Seu acervo seguia os critérios da universalidade do conhecimento, presente entre os grandes museus de história natural que se consolidavam no continente europeu (LOPES, 1997 apud SANTOS, 2004). Segundo Valente, Cazelli e Alves (2005), sua conformação original se refere a museus europeus, especialmente o *Muséum National d’Histoire Naturelle* de Paris, caracterizando-se por ser uma instituição aberta ao público, desde sua inauguração, embora de forma não sistemática, oferecendo cursos e palestras populares. Entretanto, instalado no século XIX, dizem as autoras, em um país escravocrata, seu público restringia-se aos letrados. O Museu Real, que em 1821 passou a ser chamado de Museu Nacional, assim como outras instituições criadas por D. João VI, possuíam certo efeito de civilização, isto é, “[...] cumpria, naquele momento, papel antes de tudo comemorativo” (BEMVENUTI, 2004, p. 41).

Em termos de papel dos museus, os tipos de bens expostos e a própria evolução histórica, museus americanos e brasileiros também divergem.

No caso americano, por volta de 1850, com a morte de Peale e o fracasso da ideia de colocar o museu como instrumento de democratização da educação, o Peale’s Museum passou para a propriedade de Moses Kimball e de P. T. Barnum, os quais deram um novo significado à palavra museu, transformando-o num lugar de bizarrices e focado no voyeurismo da população americana. O museu do estranho, do curioso, do falso, proliferou por toda a América. Neste modo de conceber, os gabinetes de curiosidade – termo mais próximo para definir as primeiras coleções de museus americanos – traziam objetos escolhidos ao acaso e desconectados.

Por outro lado, ao mesmo tempo que cresceram na América museus pautados por bizarrices, algumas instituições americanas nos séculos XIX e XX consolidaram a tendência do Peale: a de associação da ciência, técnica e arte (COLEMAN, 1939 apud HÉRNANDEZ, 2001, p. 30). Ao longo do século XIX surgiram novos museus nos EUA, como museus dedicados ao comércio na China, ligados às academias de arte da Filadélfia, Chicago, Nova York e Boston, além de vários exemplos de instituições criadas sob a tutela das Universidades Americanas.

Exibições com apelos populares, unindo história, arte e ciências naturais foram reavivadas nos Estados Unidos, no final do século XIX. Parte desse processo se deve a George Brown Goode, que atuou no *Smithsonian Institution in Washington*. Para muitos, Goode foi um “apostle of scientific knowledge”⁶ (KULIK, 1989, p. 8). Goode foi o criador de novos princípios para a coleta histórica taxonômica americana, ele colecionava retratos,

⁶ Um apóstolo do conhecimento científico. (tradução nossa).

bustos e itens pessoais de heróis americanos, e também se interessava em adquirir objetos que tivessem um significado de "[...] permanent land-marks of the progress of the world"⁷ (KULIK, 1989, p. 8). Sua intenção era criar um "museum of records"⁸, que combinasse espécies das ciências naturais com objetos do desenvolvimento cultural e industrial. Também encorajou a coleção do ordinário e do comum. Aos poucos, foi responsável por articular novos princípios para as coleções. "Goode collected the humble and simple objects of the American past as an act of filiopietism"⁹ (KULIK, 1989, p. 9).

No entanto, é sabido que as exposições históricas do *Smithsonian's* museum não eram coleções baseadas numa política do ordinário, mas no "exemplary and the associational"¹⁰ (KULIK, 1989, p. 9). Em associação com Howard Clark, curador do *Nation Museum*, concentraram esforços para preservar e expor "[...] relics of important national events or of persons prominent in the history of our country"¹¹ (KULIK, 1989, p. 9). E o *Smithsonian's* reforçou esse significado. Sua mensagem de progresso e evolução, marcada por expressões como "[...] from the simple to the complex"¹², ajudavam a reforçar esse pensamento. As exposições eram abertas com os tipos mais simples, e fechadas com "[...] the most perfect and elaborate object of the same class"¹³. No tempo de Goode, o museu se tornou um templo do progresso secular, uma afirmação da "[...] happy confluence of moral and material well-being"¹⁴ (KULIK, 1989, p. 9).

Goode também se preocupou com a educação pública. Mas de uma forma diferente de Peale: trouxe ao museu um novo propósito de exibição. "*Mere curios had no place*"¹⁵ (KULIK, 1989, p. 10). Criou um modelo que expressava um sistema de links entre fenômenos aparentemente desconexos. "*Labels would be clear; the connections between exhibit elements would be apparent. Exhibit cases would be flexible, capable of being moved to articulate more than on theme*"¹⁶. (KULIK, 1989, p. 10).

No entanto, Goode falhou em explorar as novas possibilidades de design de exibição, que o período de Peale trouxe. Uma das grandes inovações do século XIX – o design de exposições – só foi novamente utilizada por volta do século XX, se tornando um dos

⁷ Marcas permanentes do progresso mundial. (tradução nossa).

⁸ Museu de registros. (tradução nossa).

⁹ Goode colecionava os mais simples objetos do passado Americano como um ato de filiopietismo. (tradução nossa).

¹⁰ Exemplar e do associativo. (tradução nossa).

¹¹ Relíquias de importantes eventos nacionais ou de pessoas proeminentes na história do país. (tradução nossa).

¹² Do simples ao complexo. (tradução nossa).

¹³ Os mais perfeitos e elaborados objetos de uma mesma classe. (tradução nossa).

¹⁴ Uma confluência feliz entre a moral e a produção matéria. (tradução nossa).

¹⁵ Apenas curioso não tinha vez. (tradução nossa).

¹⁶ As legendas precisavam ser claras, as conexões entre os elementos exibidos, aparentes. Os casos exibidos eram flexíveis, capazes de serem movidos para articularem mais de um tema. (tradução nossa).

principais elementos das exposições históricas: os espaços por período (*period rooms*). Foram usados para estabelecer o contexto, para agrupar cadeiras, mesas e porcelanas que colecionadores separaram. Sua intenção era nítida, servindo para dar um breve relato do dia a dia dos antepassados.

Nos museus americanos os "*period rooms*" se tornaram populares por que

[...] in retreat from cities crowded by immigrants, from the smoky modernism that afflicted Henry James, these Americans sought in the past the sense of rootedness they could not obtain in the present. Images of hearth and home, of a simpler and nobler past, proliferated. Local history blossomed, preservationists asserted an ethic at odds with the aggressive commercialism of the day, and historic houses began to assert themselves of the American landscapes.¹⁷ (KULIK, 1989, p. 13).

O "*period room*" se tornou um objeto de arte no seu devido lugar, ressignificando objetos como arte e dando-lhes um brilho que nunca tiveram em museus de história. Objetos adquiriram uma aura artística. Mesmo objetos do dia a dia se tornaram artigos de arte e ajudaram a definir uma nova taxonomia para artefatos históricos. Curiosamente, diz Kulik (1989), estas ações acabaram por reforçar o patriotismo americano.

Outro aspecto interessante da museologia Americana é a constatação de que, por mais de um século, as Ciências Naturais dominaram os museus de história (KULIK, 1989). No entanto, com o sucesso do *period room*, a arte histórica passou a exercer influência crescente na apresentação ao público, do passado. Os museus de arte redefiniram os propósitos das coleções, estabelecendo novas formas de taxonomia. Os padrões passam a ser estéticos, e as categorias são santificadas pelos antigos mercados. Os novos *experts* não são cientistas ou historiadores, mas colecionadores amadores de origem anglo-saxão, de classe média ou média alta. Sua expertise estava ligada a um *connoisseurship* místico que nem poderia ser facilmente ensinado nem facilmente aprendido, além de representar um senso de passado nostálgico.

Entre 1901 e 1929, afirma Kulik (1989), o número de casas históricas e de museus ao ar livre aumentou significativamente, tornando a coleção de itens comuns prevaiente. Os museus focaram em colecionar itens de interesse histórico a partir da história de homens e mulheres ordinários, dando a cada um dos museus uma identidade própria, livrando-os gradualmente dos modelos padronizados da história natural e da história da arte, que tanto

¹⁷ Em razão das cidades estarem lotadas de imigrantes, desde o modernismo que afligia Henry James, esses americanos viam no passado um senso de enraizamento, que não poderiam obter do presente. Imagens de coração e lares, ou simplesmente um passado nobre, proliferaram. Histórias locais floresceram, preservacionistas afirmaram éticas em desacordo com um comércio agressivo dos dias, casas históricas começaram a se afirmar como propriedades americanas. (tradução nossa).

limitavam seu crescimento. Historiadores treinados passaram a ter um papel mais efetivo no desenvolvimento dos museus e tornaram estas instituições muito mais autoconscientes para exibição e educação pública, gradualmente lhes rendendo novas formas de exibição histórica.

Pensando a partir desta ótica, Preziosi (2011, p. 50) revela a função dada aos museus nos Estados Unidos e sua concepção ontológica.

Walking (through) a museum appears to resemble walking through history: we move in and among a succession of objects, pantomiming not only the passage of time but also appearing to exemplify evolutionary changes or events the progressive developments in form, style, invention, value or mentality. This extraordinary interactive machinery is designed to engage and be operated by its users, who literally (re)enact history and chronology choreographically.¹⁸

Esse modo de pensar apresenta uma ética particular.

Social change has had an impact on moral attitudes and caused a change in ethnical behavior. Multi-cultural acceptance has manifested itself as a part of the new ethical dimension of museums. Concern for right action, right representation and equal and fair treatment for all has altered the thinking, planning, programming and orientation of many museums.¹⁹ (EDSON, 1997, p. 48 apud BESTERMAN, 2011, p. 431).

Já no caso brasileiro, a proposta de Rússio Guarnieri (1989) sugere que a história dos museus no Brasil possa ser dividida em quatro períodos: do primeiro museu brasileiro até 1930, de 1930 aos anos posteriores à 2ª Guerra Mundial, de 1950 à década de 70 e início dos anos 80 e a conjuntura atual.

Da construção do Museu Nacional, primeira instituição museológica do país, até o fim do século XIX, existia no país cerca de dez museus, sendo os maiores, além do Museu

¹⁸ Andar (através) de um museu parecia caminhar por sobre a história: se movendo para dentro e entre uma sucessão de objetos, marcando não apenas a passagem do tempo, mas exemplificando a evolução das formas e dos eventos, em termos de desenvolvimentos progressivos de forma, estilo, invenção, valor e mentalidade. Essa interação extraordinária foi desenhada para envolver e ser operada por seus usuários, a quem, literalmente, reencenavam a história cronologicamente. (tradução nossa).

¹⁹ As mudanças sociais tiveram impacto sobre atitudes morais e geraram transformações em comportamentos étnicos. Aceitação multicultural se manifestou como parte de uma nova dimensão ética dos museus. Preocupações em fazer o que é certo, na representação igualitária e tratamento justo para todos, alteraram o modo de pensar, planejar, programar e orientar em muitos museus. (tradução nossa).

Nacional, o Museu Paulista (1895) e o Museu Goeldi (1866), todos eles construídos como museus de história natural (SANTOS 2004).

Os museus brasileiros, nesta época, tinham algumas peculiaridades. Não seguiam, por exemplo, a tendência dos demais países que declararam sua independência das matrizes colonialistas em criar um conjunto de símbolos que rompessem radicalmente com a antiga metrópole. Os símbolos criados no Brasil, após a declaração de independência, marcaram a singularidade do Império, isto é, “[...] um novo Estado que não procurava a ruptura radical com Portugal” (SANTOS, 2004, p. 56).

Também não se priorizou o acesso do grande público aos museus. Santos (2004) acredita que a distribuição desigual e hierárquica de renda e educação no país seja um fator importante a ser considerado para o entendimento de por que os museus permanecem voltados para um público mais seletivo. Na sua visão, no Brasil, diferente de outros países, e no caso em questão, os Estados Unidos, a função principal dos museus brasileiros dificilmente pode estar associada à imposição de práticas disciplinares sobre amplos setores da população. Esta nunca foi, no seu ponto de vista, uma característica a ser destacada no Brasil.

Em termos das três primeiras décadas do século XX, estas foram marcadas pela reconfiguração de muitos museus sob o ponto de vista educacional e científico. Do lado científico, afirmam Valente, Cazelli e Alves (2005), a especialização das áreas do conhecimento provocou o surgimento de novos espaços de pesquisa, deslocando essa função dos museus para lugares distintos. Em termos educacionais, foi acirrado nos museus o papel pedagógico de cooperação com o ensino formal, instalando-se ali, a característica da escolarização.

O ano de 1922 é especificamente marcante. Está diretamente ligado a uma nova era de museus nacionais no país. Gustavo Barroso³ criou, nesta data, o Museu Histórico Nacional. Seu acervo era constituído não por elementos da natureza, mas por objetos que representavam a história da nação. Seu modelo privilegiava o legado da elite brasileira e seus feitos históricos, “[...] mantendo a parte a participação popular” (SANTOS, 2004, p. 56). Além disso, homenageava a tradição e o Império, servindo também de base ao discurso nacionalista conservador e elitista que defendia.

Esse modelo, implantado por Barroso, conviveu, em certa medida, com o modelo dos modernistas, defendido pelo ministro Gustavo Capanema, do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), responsável pela institucionalização da proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. O ministro pregava que

[...] a nova política de preservação do patrimônio continuou a priorizar os vínculos com fatos e personagens históricos que representassem a nação,

como defendida Barroso, mas desenvolveu uma concepção distinta do que seria relevante para a nação: novos eventos históricos e heróis foram priorizados e passou-se a dar ênfase ao rigor da pesquisa no tratamento histórico e cultural da nação. (SANTOS, 2004, p. 57).

Essa nova política de preservação procurou juntar o popular ao erudito, valorizando aspectos até então considerados menos nobres. Também se buscava instituir coleções nacionais capazes de sustentar a diversidade cultural do país. Houve preservação do patrimônio cultural, tombando-se prédios e sítios históricos e criou-se um grande número de museus, tais como o museu Nacional de Belas Artes, Museu das Missões, Museus da Inconfidência e do Ouro e os primeiros museus de arte sacra. Além disso, “[...] os museus brasileiros modificaram e diversificaram suas narrativas, abandonando antigos heróis nacionais e erigindo representantes mais populares da nação” (SANTOS, 2004, p. 57). Os museus da era Vargas eram mais nacionalistas e os criados após 1945, nem tanto. Ambos, no entanto, apesar de manterem “[...] à margem os setores menos privilegiados da nação, ofereciam novas oportunidades em termos de visitação, patronato cultural e formação de classe” (WILLIAM, 2001 apud SANTOS, 2004, p. 57).

No campo da arte, o Brasil foi um dos primeiros países da América Latina a ter um conjunto de importantes museus e uma Bienal com acervo significativo de obras nacionais e estrangeiras, clássicas e contemporâneas. Nesta área surgem o Museu de Belas Artes (1937), o Museu de Arte de São Paulo (1947), o Museu de Arte Moderna de São Paulo (1948) e o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1948). Esses últimos três fazem parte do restritíssimo número de museus fortemente beneficiados por investimentos privados no país.

Em se tratando do período após a Segunda Guerra Mundial, os museus americanos foram preenchidos pela retórica educacional. Segundo Weil (1999, p. 229):

It took as its basic tasks to gather, preserve, and study the record of human and natural history. To the extent that some further benefit might be generated by providing the public with physical and intellectual access to the collections and information thus accumulated, that was simply a plus.²⁰

A consequência desta retórica é sentida cinquenta anos depois. Os museus americanos estão divididos sobre três óticas principais. A primeira que acredita que museus encontram-se num período maduro, não sendo necessárias mudanças ao formato

²⁰ Ele tomou como suas tarefas básicas reunir, preservar e estudar o registro da história humana e natural. Na medida em que algum benefício adicional pode ser gerado por proporcionar ao público acesso físico e intelectual para as coleções e informações assim acumuladas, este era simplesmente um *plus*. (tradução nossa).

estabelecido, defende o modelo atual, alegando ser particularmente problemático mexer com a centralidade da coleção.

Já a segunda linha se posiciona favorável a reforma substancial dos museus. Desta forma, ao invés de se ter instituições focadas no crescimento, cuidado e estudo de suas próprias coleções, um número considerável de museus americanos têm concentrado seu foco principal na provisão de uma variedade de serviços educacionais direcionados ao público. Também se concentram na mensuração do sucesso de seus esforços visando compreender se estão sendo capazes de fornecer estes serviços de forma comprovadamente eficaz.

Essa forma de pensar, inclusive, não faz distinção entre museus e instituições que se assemelham a museus. Sociedades históricas, museus de história, pequenas galerias privadas de arte e grandes museus particulares atuam sobre esta ótica. É esperado de todos, “[...] not only to provide a level of public services comparable to that required of so-called public institutions but also to maintain the standards of accountability and transparency appropriate to such public institutions”²¹ (WEIL, 1999, p. 230).

Desta forma, um grande grupo de museus americanos é simpático a evolução dos museus de “[...] collection-based organization to a more educationally focused one”²² (WEIL, 1999, p. 230), o que induz a emergência de um novo modelo de museu.

Characterizing the museum as analogous in some measure to the university, they argue that the traditional museum activities of preservation (which may include collecting), interpretation (which may include exhibiting), and – above all – scholarly inquire are at merely instrumental steps toward an ultimately external outcome but are activities that should also be valued in their own right – as ends as well as means [...] they nevertheless share with this author the vision of an emerging new museum model – a transformed and redirected institution that can, through its public-service orientation, use its very special competencies in dealing with objects to contribute positively to the quality of individual human lives and to enhance the well-being of human communities.²³ (WEIL, 1999, p. 230-231).

²¹ Não apenas para providenciar um nível de serviços públicos comparáveis aos requeridos às instituições assim denominadas públicas, mas também para manter os padrões de responsabilidade e transparência apropriada a estas instituições. (tradução nossa).

²² De organização baseada em coleções para uma instituição mais focada em educação. (tradução nossa).

²³ Caracterizando o museu como uma universidade, eles afirmam que as tradicionais atividades de um museu, como preservação (o que inclui colecionar), interpretação (o que inclui exibir), e acima de tudo, educação erudita, são etapas meramente instrumentais em direção a um resultado, em última instância externa, mas também são atividades que devem ser valorizadas por direito próprio – como fins, bem como meios [...] não deixam de compartilhar com este autor a visão de um novo modelo de museu emergente – uma instituição transformada e redirecionada que pode, por meio de sua orientação de serviço público, usar suas competências muito especiais para lidar com objetos visando contribuir positivamente para a qualidade de vidas humanas individuais e para melhorar o bem-estar das comunidades humanas. (tradução nossa).

A terceira visão, no outro extremo, compreende aqueles museus que questionam se as atividades tradicionais de museus, como a preservação, interpretação e educação são capazes de contribuir para um resultado externo, além do próprio museu. Rejeitam toda e qualquer analogia com uma universidade, argumentando que o trabalho das instituições museais precisa ser compreendido não baseado em um princípio neutro, mas como um instrumento altamente adaptável a uma gama de propósitos.

No Brasil, após a Segunda Guerra Mundial, os dados sobre as transformações nos museus são praticamente indisponíveis. Dados da esfera internacional, no entanto, oferecem algumas sugestões sobre medidas implementadas por órgãos públicos federais. Estes focaram na conservação das coleções e no papel educacional dos museus, sobretudo nas décadas de 50 e 60.

A partir da década de 70, as práticas priorizaram, de acordo com Santos (2004), o respeito à diversidade cultural, a integração dos museus às diversas realidades locais e a defesa do patrimônio cultural de minorias étnicas e povos carentes. Há, ainda, segundo William (2001 apud SANTOS, 2004, p. 57), a modificação da relação cotidiana entre profissionais de museus, exposições e públicos, compreendendo-se que a tarefa educativa se estabelece num diálogo com o público e com práticas interativas. “Objetos, práticas, costumes passaram a estar subordinados a uma resposta mais ativa do público. As narrativas produzidas tornaram-se temas de debate que fazem parte da agenda política contemporânea” (SANTOS, 2004, p. 59). Na realidade brasileira, o discurso desenvolvimentista foi incorporado por dirigentes de museus históricos, que passaram a substituir antigos discursos enaltecendo heróis e feitos históricos por aqueles mais próximos à nova historiografia.

A década de 1980 marcou o crescimento exponencial no número de museus no mundo e no Brasil. A esse respeito, Santos (2004) aponta que 81,24% dos museus brasileiros existentes, atualmente, foram criados nos últimos anos, especialmente na década de 80. “Esse fenômeno foi analisado em diversas regiões do mundo como sendo uma resposta a demandas mais localizadas e como parte de um movimento que tornou mais diversificado o processo de preservação do passado” (SANTOS, 2004, p. 59). A autora acredita que o boom dos museus está tanto ligado ao processo de comercialização das narrativas e dos elementos simbólicos preservados pelos museus, que passam a captar grandes investimentos e atrair visitantes, como ao fortalecimento de demandas específicas locais, que diversificam uma memória antes calcada em narrativas nacionalistas autoritárias.

Um exemplo dessa expansão está relacionado ao surgimento dos primeiros museus de ciência e tecnologia com caráter dinâmico no país, os quais buscam se projetar como instituições de comunicação, educação e difusão cultural voltadas para um público amplo e diversificado. Segundo Valente, Cazelli e Alves (2005, p. 189),

[...] o acontecimento é resultado de um processo que teve início na década de 1960 no contexto internacional, quando uma intensa discussão apontou uma mudança da prática e do papel social dos museus. No bojo desse movimento, os museus de ciência e tecnologia tiveram atuação preponderante. Seus propósitos iam além da preservação de artefatos marcantes para a história da ciência e da investigação sobre eles; concentravam-se em torno da difusão de princípios científicos e tecnológicos, a fim de induzir os jovens às carreiras pertinentes a essas áreas.

Além da biografia, faz-se necessário estudar as estruturas presentes nos museus dos dois países, tais como modelo de estrutura jurídica, de organização, de sistemas de financiamento e seu grau de inserção social, entre outros, para que seja possível compreender as particularidades encontradas em ambas as instituições.

Em termos de bases jurídicas, Hernández (2001) afirma que museus americanos possuem estrutura ambígua: são instituições públicas, abertas ao público e a serviço dos mesmos. No entanto, trata-se de organismos privados, que gozam de estatutos próprios. São dirigidos por administradores, ao mesmo tempo que possuem um conselho de administração, formado pelos verdadeiros proprietários da instituição. Estes conselhos são compostos por personalidades locais e por homens de negócio, encarregados de definir as diretrizes do museu, a nomeação de diretores e demais funcionários, sendo caracterizados como os depositários da confiança do público para a administração dos museus.

Em termos de sistemas de financiamento, Tobelem (1990 apud HERNANDEZ, 2001) afirma que o modelo americano é complexo, vindo de fontes diversificadas, externas e internas. As fontes externas podem ser privadas ou públicas. As privadas caracterizam-se pela participação ativa de pessoas físicas, por meio de doações e legados e é um atributo distintivo na realidade americana. Um dos motivos que a explica é a concentração de fortunas e patrimônios nas mãos de determinadas famílias, como Mellon, Guggenheim, Rockefeller, Getty, entre outras. Além disso, existem motivações do tipo altruísta, satisfação pessoal, pressão social, ou mesmo dedução fiscal.

As fundações, diz Hernández (2001), constituem uma segunda fonte privada de financiamento de museus. No entanto, aportes desta natureza são mais escassos que os anteriores. Caracterizam-se por oferecerem um investimento de longo prazo às instituições, constituindo no apoio de projetos concretos.

A terceira via de financiamento privado se dá mediante patrocínio de empresas. A forma de atuação mais frequente é a “*Sponsorship*”²⁴ de exposições temporárias, que acontecem tanto nos museus quanto em outras atividades pontuais.

²⁴ Patrocínio (tradução nossa).

Em termos de financiamento público, Hernández (2001) aponta que o governo norte-americano participa com cerca de 15 por cento do orçamento de suas instituições culturais. A parceria se dá a partir de Agências Federais, os Estados e Municípios e o setor privado. No entanto, alega Weil (1999, p. 232), tem havido uma crescente queda nos investimentos dessa natureza e o aumento da necessidade de busca por outras fontes de receita.

In some countries it has remained stagnant; in other – the United States, for one – its vigorous growth in the 1960s and 1970s has been followed by an actual decline. The result, almost worldwide, has been the same: to change the mix in the sources of support for museums with a decrease in the proportion coming directly from governmental sources and a corresponding increase in the proportion that must be found elsewhere.²⁵

Para ir além das fontes externas, mencionadas acima, museus americanos têm captado fontes internas de recursos. Estas se baseiam em dotações de capital, os denominados “*Endowments*”, os direitos de entrada e atividades comerciais (HÉRNANDEZ, 2001).

As dotações de capital consistem em uma dotação de capital aplicada ao mercado financeiro, como em uma empresa comercial. Geralmente, as rendas destes “*Endowments*” correspondem de 10 a 20 por cento do conjunto de rendas dos museus, acredita a Associação Americana de Museus (apud HÉRNANDEZ, 2001).

Os direitos de entrada geralmente são gratuitos para o público. Estes tendem a seguir os preceitos dos filantropos do final do século XIX. Na atualidade, ainda são raros os museus que cobram direitos de entrada. Exceções são o Museu *Getty* (Califórnia), Museu de Estado e das Universidades e a *Smithsonian Institution*, segundo Hernández (2001).

O financiamento por meio das atividades comerciais, assinala Hernández (2001), responde por uma parte da demanda do público, e por outra, a necessidade econômica. Adquire até uma importância muito maior no financiamento de museus americanos do que europeus. Nesta modalidade, podemos mencionar as boutiques ou lojas, responsáveis por prolongar a experiência da visita.

O modelo americano ainda apresenta como características a participação de voluntários em diversas atividades, foco nos visitantes, programas comerciais e atividades que atendem especialmente aos serviços educativos, ao mesmo tempo que se dá grande importância ao uso de técnicas de comunicação e marketing. Este sistema, na visão de

²⁵ Em alguns países, tem-se mantido estagnado; em outros – como os Estados Unidos - o seu crescimento vigoroso em 1960 e 1970 foi seguido por um declínio real. O resultado, quase em todo o mundo, foi o mesmo: para alterar a mistura das fontes de apoio para museus com uma diminuição da proporção vindo diretamente de fontes governamentais e um aumento correspondente na proporção que deve ser encontrado em outros lugares. (tradução nossa).

Hé Hernández (2001, p. 33) “[...] responde al estado particular de las estructuras culturales, políticas y económicas de la sociedad americana”²⁶. Os museus americanos têm migrado de um modo “selling” para um modelo baseado em marketing.

In the selling mode, their efforts had been concentrated on convincing the public to ‘buy’ their traditional offerings. In the marketing mode, their starting point instead is the public’s own needs and interests, and their efforts are concentrated on first trying to discover and then attempting to satisfy those public needs and interests.²⁷ (WEIL, 1999, p. 233).

Museus americanos, na visão de Bemvenuti (2004), são instituições que nascem num contexto capitalista e se estruturam baseados neste modo de pensar. “Ali a grande maioria das instituições já nasce como instituição voltada para o público, onde qualquer um tinha acesso mediante pequeno pagamento” (SUANO, 1986, p.31) visto que entendem que há relação de valor com o desfrute da visita.

Também apresentam, aponta Bemvenuti (2004), tradição no patronato, com acervos geralmente estruturados por coleções particulares de mecenas, e se concentram em estratégias de criação e manutenção dos espaços. São especializados na técnica de apresentação das espécies em ambientes reproduzidos, diferentes das exposições com peças em pedestais, revelando grande preocupação com o aspecto didático da exposição.

Além disso, acrescenta a autora, são organizações voltadas para o público, com envolvimento e laços fortes entre comunidade e museu, formando instituições, na maioria das vezes dinâmicas, que contam com participação efetiva da comunidade nas diversas atividades, sejam elas de formação do acervo, sejam de projetos e até mesmo financiamento. Neste sentido, há foco nas doações privadas e fundos, além da aliança entre interesses privados e públicos.

Os museus no Brasil, por sua vez, apresentam realidade díspar. Mesmo com todas as transformações que marcaram o crescimento exponencial no número de museus brasileiros, o desenvolvimento do setor no país não foi tão promissor quanto o sucesso dos museus nos países mais desenvolvidos economicamente. Santos (2004, p. 60) menciona que a Declaração de Caracas, de 1992, indica que “[...] os museus latino-americanos continuavam em crise, carentes de recursos financeiros e de uma política cultural coerente”.

²⁶ Corresponde ao modelo particular das estruturas culturais, políticas e econômicas da sociedade americana (tradução nossa).

²⁷ No modo de venda, seus esforços foram concentrados em convencer o público a comprar suas ofertas tradicionais. No modo de marketing, seu ponto de partida em vez disso são as necessidades e interesses do público, e seus esforços estão concentrados na primeira tentativa de descobrir e, em seguida, tentar satisfazer essas necessidades e interesses públicos. (tradução nossa).

Outro dado que diz muito sobre a realidade dos museus brasileiros refere-se a sua distribuição desigual ao longo do território nacional. Com base nos dados da Comissão do Patrimônio Cultural, da Universidade de São Paulo - CPC/USP, Santos (2004) aponta que, em 1997, foram construídos dois gráficos sobre a distribuição de museus pelos estados do Brasil. Segundo a autora,

[...] eles indicam que não só há uma concentração das instituições que preservam a memória nas regiões Sul e Sudeste, mas que esse padrão de desenvolvimento se intensifica nas últimas décadas. Outro item considerado foi a concentração populacional. Não há uma correlação linear entre a concentração populacional nas regiões Sul e Sudeste e número de museus. Quando medimos o número de museus em relação às populações de cada estado, observamos que a Região Sul, muito menos populosa do que a Região Nordeste, tem índices grandes de concentração de museus. (SANTOS, 2004, p. 60).

Na visão da autora, a distribuição dos museus pelo país parece obedecer ao poder financeiro e cultural. “As regiões que têm o maior número de museus – Sudeste e Sul – detêm respectivamente 59,4% e 15,9% do PIB (Produto Interno Bruto) do país. Também são os estados destas regiões que têm menor taxa de analfabetismo e maior índice de urbanização” (SANTOS, 2004, p. 60). No entanto, ao se levantar o desenvolvimento econômico das regiões e o associar a relação entre quantidades de museus e presença de capital cultural, o que se percebe é que os argumentos não explicam a realidade brasileira. Por exemplo, o estado do Rio de Janeiro possui o segundo maior PIB do país e é um estado com acervo cultural importante, considerando que já foi capital federal. E, mesmo assim, não apresenta a maior concentração de museus no cenário nacional. São Paulo tem realidade semelhante. Possui o maior PIB do Brasil e tem investimentos em museus de arte sem competidores em outros estados brasileiros. E, mesmo assim, também não é o maior representante em termos de museus. “Os estados que apresentam um maior número de museus por habitante são Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina” (SANTOS, 2004, p. 61).

Santos tenta buscar uma explicação para isso.

Apesar da escassez de dados comparativos entre regiões, podemos afirmar que, primeiro, houve um crescimento acelerado no número de museus municipais, em Minas Gerais; segundo, uma menor descentralização no Rio de Janeiro, embora acompanhada de maior pluralidade temática e aumento de iniciativas privadas; e, terceiro, uma descentralização dos museus paralelamente ao aumento de investimentos privados, nos estados do Sul. Em contrapartida, Bahia, Pará e Maranhão têm o menor número de museus por habitantes. A Bahia, embora tenha se destacado como polo de

referência dos movimentos de fortalecimento da identidade negra, é um estado de poucos museus. Em suma, os museus brasileiros concentram-se nas regiões Sul e Sudeste, foram em sua maioria criados recentemente, estão distribuídos pelos municípios e é significativo o crescimento do investimento privado nessas instituições. (SANTOS, 2004, p. 62-63).

Em termos de hábitos de frequentar museus, dados revelam aspectos interessantes quanto à realidade brasileira. Apesar de haver, segundo Santos (2004), uma tradição de educação patrimonial no Brasil, e de alguns museus, principalmente os de ciência, estarem incorporando na atualidade novas abordagens interativas com o público, estas práticas ainda são negligenciadas pela maioria dos museus brasileiros. Entre os museus com maior número de visitantes no Brasil estão o Museu Paulista e o Museu Butantã, em São Paulo, o Museu da Inconfidência, em Minas Gerais, e o Museu Imperial, no Rio de Janeiro, com cerca de 200 a 300 mil visitantes por ano, cada. Em termos comparativos, os grandes museus de países europeus e norte-americanos recebem em torno de 2 a 6 milhões de visitantes por ano, e contam com um diferencial: são considerados como uma das atividades culturais de maior sucesso na disputa de público.

Quadro 1 - Público visitante nos museus do mundo/ano

Museu	Público visitante/ano
National Gallery, Washington	6.200.000
Metropolitan Museum of Art, Nova York	3.723.000
Museu do Louvre, Paris	6.060.000
Musée d'Orsay	2.724.000
British Museum, Inglaterra	5.620.000
Museu de Arte Moderna, São Paulo	302.000
Museu de Arte Moderna, Rio de Janeiro	55.000
Museu Nacional de Belas Artes, Rio de Janeiro	75.000
Museu Paulista, São Paulo (média 1994-1998)	260.000
Museu Nacional, Rio de Janeiro	85.000

Fonte: Santos (2004, p.11)

Alguns critérios procuram explicar essa realidade. O primeiro deles, aponta Santos (2004), está ligado ao acervo disponível. Grandes museus europeus e norte-americanos agregam obras de arte e tesouros de diversas partes do mundo, de valor incalculáveis. Além disso, estão localizados em centros de capital financeiro e mundial, cuja população tem poder aquisitivo e demandas culturais muito diferentes daquelas presentes na população brasileira. Se analisarmos a relação entre público visitante e população, diz Santos (2004), veremos que na França, por exemplo, 33% dos franceses vão ao museu pelo menos uma vez ao ano (dado comparável somente às salas de cinema). Na Inglaterra, os índices variam de 29 a 58%. No Canadá, esse percentual atinge 50%. Nos Estados Unidos, 56% dos norte-americanos visitam um museu de história pelo menos uma vez por ano. Esses dados revelam que visitas a museus e galerias tornou-se uma das práticas culturais mais procuradas nestes países. E no Brasil?

Tomando por base dados de três museus nacionais, Santos (2004) imagina ter uma referência do cenário local. Ela aponta que as visitas no Museu Nacional giram em torno de 75 mil visitantes por ano. Esse público é composto, em grande parte, por estudantes, sobretudo alunos de escolas públicas próximas à Quinta da Boa Vista, e por turistas ocasionais, de outros estados brasileiros. Estudantes de escolas privadas ou públicas, da zona sul carioca são mais raros. Estes, geralmente, só frequentam o museu em exposições temporárias, com qualidade técnica elevada. Questionados sobre os motivos da baixa frequência, os visitantes apontaram problemas de conservação tanto do acervo como do próprio prédio, que foi o palácio imperial, reclamaram da falta de cafés e de locais para o público se sentar, das vitrines e salas com pouca preservação e limpeza, da inexistência de legendas, sinalizações e folhetos explicativos e, por fim, dos guias mal preparados.

Já no Museu da República, dados estatísticos de 1999, demonstram que 24,6% dos visitantes deste museu pertencem à faixa das pessoas mais ricas da população brasileira, sendo 62% delas com ensino superior. Em termos de ocupação, a maior incidência é de estudantes e professores (35,9%).

Já no caso do Museu Paulista que, por contar com apoio financeiro tanto da Universidade de São Paulo (USP) quanto de empresas paulistas, conseguiu realizar obras e melhorias no prédio, reorganizar e ampliar o acervo, contratar profissionais e multiplicar exposições temporárias, o baixo fluxo é explicado pela falta de política para incremento no número de visitantes.

Baseando-se nos dados expostos acima, Santos (2004, p. 66) conclui que

O que podemos apontar em relação às práticas desenvolvidas nesses três museus é que, apesar de situações bem distintas no que diz respeito a investimento, práticas expositivas e estado de conservação, observamos um

distanciamento muito grande entre cada uma dessas instituições e o público.

Além de todos os fatores apontados até aqui, ainda se analisa a questão dos problemas ligados à legitimidade dos museus brasileiros. Diversos autores apontam que as práticas culturais na América Latina, diferente do que é encontrado nos países europeus e nos Estados Unidos, não se constituíram como uma esfera autônoma, permanecendo ligada de maneira forte ao poder público (FRANCO, 1970; CANDIDADO, 1985, ORTIZ, 1988 apud SANTOS 2004). Na Inglaterra, por exemplo, o corpo diretor do Museu Britânico (*Board of Trustees*) é escolhido a partir do comprometimento de alguns profissionais com os objetivos declarados e as metas propostas para a instituição. Os membros não são remunerados durante o mandato e não podem ter vínculo econômico com o museu (SANTOS, 2004). São os responsáveis por escolher e nomear curadores e demais profissionais envolvidos e por encaminhar as atividades desenvolvidas. O que se tem, portanto, é um poder deliberativo concentrado nas mãos de pares, “[...] legitimados pelo conhecimento notório e comprometimento com os objetivos estabelecidos pela instituição de preservar os valores mais caros à nação” (SANTOS, 2004, p. 66-67). Há, assim, um aparato institucional legitimado socialmente, com o poder de defender os interesses da instituição diante de pressões políticas, comerciais, da imprensa e da própria opinião pública.

Na França, onde a presença do Estado como elaborador de políticas culturais de apoio e avaliação dos museus é bem mais forte que na Inglaterra, também há compromisso das instituições culturais com os objetivos traçados por elas próprias e com sistemas de avaliação contínuos das práticas desenvolvidas e resultados obtidos. Outro aspecto interessante sobre o ambiente dos museus franceses é que, embora o Estado regulamente e avalie grande parte das atividades desenvolvidas, as práticas museológicas ali desenvolvidas convivem ou se impõem a interesses políticos alheios ao campo cultural (SANTOS, 2004).

No caso americano, apesar de serem mais susceptíveis as pressões do poder econômico (fundações, pessoas físicas e grupos organizados, responsáveis por doar somas significativas de investimentos), os museus têm conseguido legitimar um discurso próprio e garantir certa autonomia em relação a investidores, mídia e pressões diversas. Comportam-se como uma esfera pública aberta, em que diversos interesses são negociados (SANTOS, 2004). Museus, sociedade e investidores se posicionam, numa tentativa de estabelecer as fronteiras de controle sobre os interesses dos museus, da sociedade e do poder econômico.

Em que pese às diferenças, museus europeus e norte-americanos conseguiram construir um campo relativamente autônomo, cujos objetivos são defendidos por aqueles mais próximos ou mais ativos no próprio campo

que os constitui. Da mesma forma que podemos falar de um campo literário, científico, televisivo, em que certas normas, regras e valores organizam práticas desenvolvidas, podemos pensar em um campo museal. Além disso, podemos compreender tanto disputas por capital simbólico no interior do campo, como a utilização deste capital na manutenção de prestígio em outras esferas de poder da sociedade. (SANTOS, 2004, p. 68).

No caso brasileiro, por sua vez, a construção do campo museal se constitui a partir de políticas culturais desenvolvidas pelo Estado. A grande maioria dos museus no Brasil foi criada e é mantida pelo Estado. Além disso, observa-se uma tendência contemporânea de privatização destes espaços e de transferência para a sociedade civil de responsabilidades que antes cabiam ao Estado. A Lei Rouanet (nº. 8313/91), por exemplo, é uma clara tentativa do Estado em diminuir sua intervenção nas instituições culturais, permitindo a pessoas físicas e jurídicas investir na área cultural e recuperar parte deste investimento por meio do resgate do imposto devido.

Situações como estas têm levado as instituições museais do país a se tornarem mais competitivas, utilizando-se de técnicas de marketing e captação de recursos em empresas privadas. Por outro lado, a redução da política cultural às leis de incentivo fiscal evidenciam a fragilidade da infraestrutura que apoia e regula os museus.

Por último, podemos mencionar as narrativas oficiais. Museus europeus e americanos se parecem hoje com espaços de negociação, locais em que os diversos atores demonstram cuidado com a diversidade cultural e com a percepção de que constroem narrativas sobre o “outro”. No Brasil, por sua vez, onde a desigualdade social é muito superior, os museus têm enfrentado um duplo desafio: ao se abrirem para uma maior participação pública, necessitam não só trabalhar a diversidade cultural do país, respeitando gramáticas locais e contando com a contribuição de tecnologias e abordagens desenvolvidas na esfera transnacional, como também questões ligadas a distribuição de renda e poder, responsável “[...] pela exclusão de grande parte da população das arenas culturais” (SANTOS, 2004, p. 69).

Diante de tudo o que foi exposto, é possível construirmos um quadro comparativo entre as duas realidades. Ele sintetiza as diferenças significativas entre a constituição do campo museológico americano e brasileiro. Também demonstra como dois países, apesar de serem economicamente moldados por práticas capitalistas, estruturam práticas culturais distintas. O que se percebe claramente é o papel que contextos sociais, econômicos, políticos e culturais diversos exercem na orientação de realidades marcadas por regras, racionalidades, dinâmicas bastante variadas de troca e poder, ocasionando significados distantes para o que seja um museu na ótica brasileira e na americana. O quadro abaixo procura sintetizar as diferenças mais marcantes entre a configuração dos museus nos dois países.

Quadro 2 – Comparação dos modelos dos museus americanos e brasileiros

Critério	EUA	Brasil
Contexto de nascimento	Nascem e se estruturam a partir de um contexto capitalista	Transformação da colônia em espécie de sede da monarquia. Necessidade de civilização da colônia. Manutenção de privilégios da elite.
Presença do Estado	Pouca interferência do Estado.	Estado como um dos principais mantenedores e responsável por definir políticas culturais.
Financiamento	Altamente marcado pelo financiamento privado. Multiplicidade de fontes: públicas e privadas.	Financiamento na grande maioria público. Abertura mais recente para o capital privado.
Estrutura jurídica	Instituições públicas formatadas como organizações privadas, com estatutos próprios.	Instituições em sua maioria públicas, altamente suscetíveis a interferência política.
Formação do campo	Formado por especialistas e gerenciados por <i>Boards of Trustees</i> , considerados como depositários da confiança dos públicos para a administração dos museus.	Formado por especialistas, geralmente administrados por interferências/indicações políticas.
Acesso público	Foco em grandes públicos.	Público seletivo, geralmente de maior poder aquisitivo ou capital cultural.
Acervo	Foco no cotidiano. Patronato é realidade altamente presente.	Foco no erudito, com recente abertura para a diversidade cultural.
Visitação	Frequente.	Praticamente inexistente no grande público.
Inserção social/ Relação museu/sociedade	Grandes laços entre museus e sociedade.	Museus e sociedade são elementos distantes.
Legitimidade	Autonomia como campo, apesar de susceptíveis as pressões do poder econômico. Discurso próprio.	Há um campo, no entanto este se caracteriza por uma esfera não autônoma, fortemente ligada ao poder público.
Significados dos museus	Espaços de negociação de narrativas. Reforço no senso de enraizamento.	Legitimação dos discursos das elites. Manutenção de visões dominantes para fortalecimento da identidade nacional.

Fonte: Elaborado pelo autor

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Valendo-se do conhecimento da biografia dos museus americanos e brasileiros e da resposta para perguntas como de onde vêm os museus nestas sociedades e como se configuram, as carreiras seguidas até o presente, os períodos reconhecidos, os mercados culturais existentes, as transformações pelas quais passaram até a atualidade e as possibilidades biográficas inerentes à realidade deste tipo de instituição, este artigo buscou entender como o mercado museal se constitui e se reproduz em cada uma das sociedades estudadas.

À vista do exposto, foi possível perceber que as realidades museais americanas e brasileiras são bastante distintas, apesar de estarem contextualizadas em um ambiente capitalista. Apresentam, cada uma delas, sua singularidade e um modelo próprio do que venha a ser um museu e seu modelo de gestão. Além disso, a análise possibilita a compreensão de como forças sociais, políticas, culturais e econômicas se estruturam, orientando e modelando as relações ali existentes.

Assim, fica claro que, enquanto a ótica americana é claramente estruturada a partir do modo de pensar capitalista, com pouca interferência do Estado, com tradição no patronato e marcada pelo financiamento privado, a brasileira tem o Estado como um dos principais mantenedores, com apenas recente abertura para o capital privado, além de ser o Estado o responsável por definir políticas culturais.

É ainda notável que a realidade americana foca em grandes públicos, com fortes laços entre comunidade e museu, diferentemente da realidade brasileira, em que, as instituições, apresentam, em sua maioria, um público bastante seletivo e há grande distância entre o museu e sua comunidade.

Em termos de gestão, foi possível perceber que museus americanos, apesar de serem instituições públicas, são formatados como organizações privadas, com estatutos próprios. Além disso, possuem um quadro gestor formado por especialistas e gerenciado pelos *Boards of Trustees*, considerados como depositários da confiança dos públicos para a administração dos museus. Há ainda autonomia no campo, apesar de susceptíveis às pressões do poder econômico.

No Brasil, por sua vez, o que se delineia é que as instituições museais são geridas por especialistas, estando, no entanto, altamente suscetíveis a interferência e indicações políticas. Há um campo, mas este não é autônomo, estando fortemente ligado ao poder público.

Diferenças em termos de conteúdo das coleções também foram percebidas. No Brasil, os museus têm suas coleções focadas no erudito, com recente abertura para a diversidade cultural. Nos Estados Unidos, o foco encontra-se no cotidiano.

Por último, a análise da biografia dos museus em ambos os países, permite perceber o significado que museus têm em suas sociedades. Enquanto nos Estados Unidos museus são entendidos como espaços de negociação de narrativas, que reforçam o senso de enraizamento, no Brasil, museus, em sua maioria, servem como instrumentos de legitimação dos discursos das elites, a partir da manutenção das visões dominantes para o fortalecimento da identidade nacional.

Recebido em 26/2/2015

Aprovado em 14/5/2015

NOTAS

¹ Blumer (1939 apud GOBBI, 2006, p. 90) conceitua biografia como “[...] um relato de la experiência individual que revela las acciones de un individuo como actor humano y participante en la vida social”. Trata-se de uma reconstrução minuciosa de cenários e detalhes simbólicos que têm como função “Reconstruir y explicar las modalidades específicas que ha adoptado, y luego la significación y el impacto que ha tenido, la curva integral de la vida de un personaje determinado o de un individuo elegido, personaje o individuo que se encuentra necesariamente inserto dentro de un contexto múltiple también específico” (AGUIRRE ROJAS, 2000 apud GOBBI, 2006, p. 90).

² Contemporaneamente um dos maiores investidores americanos em arte é David Geffen. De acordo com Rosenberg (2013), o produtor de Hollywood tem uma das coleções mais valiosas, com investimentos em arte da ordem de \$1.1 bilhões.

³ Gustavo Barroso (29/12/1888 – 03/12/1959) advogado, professor, político, contista, folclorista, cronista, ensaísta e romancista brasileiro. Foi o fundador do Museu Histórico Nacional, um dos principais articuladores da constituição de um sistema de preservação de "emblemas nacionais" e elemento expressivo no processo de invenção da memória nacional brasileira.

REFERÊNCIAS

BEMVENUTI, Alice. *Museus e Educação em Museus – História, Metodologias e Projetos, com análises de caso*: Museus de Arte Contemporânea de São Paulo, Niterói e Rio Grande do Sul. 2004. 393 f. Dissertação (Mestrado em História, Teoria e Crítica da Arte) - Programa de Pós Graduação em Artes Visuais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

BESTERMAN, Tristram. *Museum Ethics*. In: MACDONALD, Sharon. *A companion to museum studies*. Singapore: Blackwell Publishing: Singapore, 2011. p. 431 – 441

DOUGLAS, Mary. *Como as instituições pensam*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

GOBBI, Maria Cristina. Método biográfico. In: DUARTE, Jorge.; BARROS, Antônio. (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 84–97.

HÉRNANDEZ, Francisca. *Manual de Museologia*. Espanha: Editorial Sínteses, 2001.

KOPYTOFF, Igor. The cultural biography of things: commoditization as process. In: APPADURAI, Arjun. *The social life of things*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. p. 64–94.

KULIK, Gary. Designing the past: History-Museum Exhibitions from Peale to the Present. In: LEON, Warren.; ROSENZWEIG, Roy. *History museum in the United States. A critical assessment*, University of Illinois: EUA, 1989. p. 3-37.

ROSENBERG, Max. *10 Billionaires Who Spend A Ton Of Money On Art*. 10 jun. 2013. BUSINESS INSIDER. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/top-billionaire-art-collectors-2013-6?op=1#ixzz3RMVK3w7i>>. Acesso em: 10 fev. 2015.

RÚSSIO GUARNIERI, Waldisa. Museu, museologia, museólogos e formação. *Revista de Museologia*, Instituto de Museologia de São Paulo/FESP, São Paulo, v.1, n. 1, p. 7-11, 1989.

SANTOS, Myriam. Museus Brasileiros e Política Cultural. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 19, n. 55, jun. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092004000200004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 15 jun. 2015.

SIMMEL, Georg. *The philosophy of money*. New York: Routledge, 1978.

SUANO, M. *O que é museu*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

VALENTE, Maria Esther; CAZELLI Sibeles; ALVES, Fátima. Museus, ciência e educação: novos desafios. *Revista História, Ciências, Saúde - Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 12 (suplemento), p. 183–203, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v12s0/09.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2015.