

FAVOR (NÃO) ENTRAR! IMPEDIMENTOS NO ACESSO AOS MUSEUS

PLEASE (DO NOT) ENTER! IMPEDIMENTS IN ACCESS TO MUSEUMS

DOI – <http://dx.doi.org/10.5965/198431781122015048>

Julia Rocha Pinto - UPorto

RESUMO:

O que motiva as pessoas a frequentarem instituições culturais? E, em contrapartida, o que desmotiva o acesso de potenciais visitantes aos museus? Neste texto busca-se identificar aspectos que impelem e impedem a formação dos públicos, detendo-se em cinco barreiras para a acessibilidade. Dentre as problemáticas citadas estão: a imponência dos edifícios; a cobrança de bilhetes com valores altos; as dificuldades do acesso físico; a falta de identificação dos museus como espaço de lazer; e os discursos curatoriais institucionalizados. Cada uma destas questões é discutida ao longo do texto, buscando em experiências práticas de Museus possibilidades de transposição das dificuldades à acessibilidade. Ao final, problematiza-se o exercício educativo realizado com os públicos, buscando compreender se a recepção e o trabalho dialogado conseguem diminuir este distanciamento entre visitantes e instituições culturais.

PALAVRAS-CHAVE: instituições culturais, visitantes, acessibilidade, educação.

ABSTRACT:

What motivates people to attend cultural institutions? And, instead, what discourages potential visitors to access the museums? In this paper we seek to identify aspects that drive and impede the formation of public, stopping in five barriers to accessibility. Among the problems cited are: the magnificence of the buildings; paid tickets with high values; the difficulties of physical access; the lack of identification of museums as a recreational space; and institutionalized curatorial discourse. Each one of these issues is discussed in the text, searching in Museum's practical experience possibilities of get through the difficulties of accessibility. Finally, the educational exercise it discusses, trying to understand if the reception and dialogues work can reduce this gap between visitors and cultural institutions.

KEYWORDS: cultural institutions, visitors, accessibility, education.

A questão da acessibilidade nos museus tem sido recorrentemente alvo de investigações que visam a ampliação dos perfis de visitantes. Estas pesquisas, contudo, não se restringem a aspectos da inclusão e da criação de ferramentas para o trabalho com públicos com necessidades especiais, mas se centram muitas vezes na democratização do acesso aos

bens culturais, tendo como objetivo a entrada do maior número de público possível nas instituições.

Este texto pretende discutir que barreiras existem para a acessibilidade nos museus do ponto de vista da entrada e da formação de novos públicos, apresentando questões que dificultam o ingresso dos potenciais consumidores culturais no espaço museal. Ao longo da reflexão se apresentam cinco diferentes impeditivos e dificultadores do acesso aos museus, utilizando-se de experiências práticas como proposta para sobrepujar tais barreiras.

A definição destes cinco obstáculos aqui apresentados parte da experiência observada na pesquisa de campo da tese realizada no Doutorado em Educação Artística da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, intitulada “Reflexões sobre o meio - O espaço entre a Escola e o Museu de Arte Contemporânea”¹. A partir do que foi observado nos museus analisados, delineou-se bloqueios que coíbem o acesso dos visitantes e neste texto pretende-se considerar que ferramentas e ações podem redefini-los.

A reflexão aqui elaborada, portanto, não se concentra nas investigações realizadas no campo dos estudos de públicos, delineando o que determina o perfil dos visitantes das instituições, mas se concentra no trabalho das próprias equipes dos Museus, identificando os códigos de recepção que surgem em resposta às barreiras impeditivas à entrada.

Esta resistência à aproximação dos estudos de público baseia-se sobretudo na ideia de que estes não existem como tal enquanto não estão presentes nas instituições, tal como afirma Ana Rosas Mantecón (2009), quando diz que a configuração do público acontece somente no encontro com as ofertas culturais, não preexiste a elas.

O antropólogo Néstor García Canclini (2011, p. 150) também alerta na utilização do termo, quando afirma:

A noção de público é perigosa se a tomarmos como um conjunto homogêneo e de comportamentos constantes. O que se determina público, a rigor, é uma

¹ Tese produzida sob a orientação da Professora Alice Lucas Semedo e co-orientação da Professora Rejane Galvão Coutinho, com financiamento CAPES.

soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para relacionar-se com os bens oferecidos no mercado.

Neste sentido, utiliza-se como referência a pesquisa “O “não-público” dos museus: levantamento estatístico sobre o “não-ir” a museus no Distrito Federal”, conduzida pelo Instituto Brasileiro de Museus (Ibram, 2012). Desenvolvida com o objetivo de compreender as razões que inibem o acesso cultural, na pesquisa criou-se a categoria “não-público” para designar o conjunto de indivíduos que não frequentam museus. A exclusão no acesso aos bens culturais, neste caso em específico, do Distrito Federal, é construída por amostragem, buscando identificar o por quê da inexistência de motivação na procura por estas instituições.

Como resultado da pesquisa realizada nos museus de Brasília, ficou concluído que a maior frequência de visitantes está relacionada com a renda e com a escolaridade. Maior renda e maior formação determinam, portanto, quem são os sujeitos que vão aos museus. O mesmo resultado foi obtido na pesquisa de Pierre Bourdieu e Alain Darbel (2007, p. 69) publicada no livro “O amor pela arte”. Em pesquisa realizada em diferentes museus de seis países europeus (França, Espanha, Grécia, Itália, Holanda e Polônia), os autores levantaram que “A estatística revela que o acesso às obras culturais é privilégio da classe culta; no entanto, tal privilégio exibe a aparência da legitimidade”.

Em contrapartida, dentre as razões de bloqueio no acesso aos museus mencionadas pelos entrevistados da pesquisa do Ibram (2012) para a constituição como “não-públicos”, estão: falta de tempo, falta de dinheiro, falta de interesse, desconhecimento de museus na cidade e dificuldade de acesso, algumas das quais serão as problematizadas ao longo deste texto.

Por ora, cabe saber que os estudos realizados para definir os perfis de público são uma forma de obtenção de dados pertinentes para o planejamento e concretização de atividades desenvolvidas no campo dos museus, não se limitando a determinar elementos quantificáveis. Sabendo quem são os visitantes que frequentam estas instituições e suas razões, pode-se elaborar um programa de ações pertinente com seus interesses e repertórios.

Por mais que os museus sejam espaços de consumo cultural carregados de sentido, a falta de identificação por parte de potenciais visitantes pode ser justificada em distintos focos além dos listados na pesquisa do Ibram (2012). Canclini (2011, p. 169) coloca que a noção de bem patrimonial preservado que os museus detém obriga os públicos a entrarem em um sistema comportamental induzido pela imagem que representam:

O museu é a sede cerimonial do patrimônio, o lugar em que é guardado e celebrado, onde se reproduz o regime semiótico com que os grupos hegemônicos o organizaram. Entrar em um museu não é simplesmente adentrar um edifício e olhar obras, mas também penetrar em um sistema ritualizado de ação social.

Baseado neste comportamento ritualizado a que os visitantes são submetidos é que se passa a analisar aspectos que inibem a procura pelos espaços museais, listando potenciais formas de contornar cada um dos obstáculos. A apresentação de experiências práticas visa exemplificar como algumas instituições tentam driblar cada um dos problemas, com o cuidado de serem analisadas de maneira crítica, sem haver garantias de que estas ferramentas sejam eficazes em outros contextos ou reaplicáveis como fórmula de sucesso na atração de visitantes.

Como primeira barreira de acesso apresenta-se a questão da imponência dos edifícios que abrigam os museus, categorizando-os como grandes templos que pouco ou nada conseguem convidar os visitantes a entrar. A suntuosidade das edificações provoca para os visitantes uma falta de sentimento de pertença, colocando estes patrimônios como bens simbólicos que não são passíveis de uma aproximação.

Do alto de suas colunas e escadarias, os museus não conseguem passar a mensagem de que o seu conteúdo é acessível, fazendo o público resistir na aproximação por temer inclusive a coreografia que precisará coordenar dentro deste espaço. Retoma-se novamente Canclini (2011, p. 175) para compreender esta questão, quando o autor adverte a respeito desta imposição presente com a imponência arquitetônica:

A solenidade dos edifícios, a complexidade das mensagens que transmitem e as dificuldades para entendê-los obrigam a atuar neles como quem representa docilmente um texto dramático, que preserve a maneira pela qual o visitante deve mover-se, falar e, sobretudo, calar, se quiser que sua ação tenha sentido.

Como contrapartida para esta separação que se cria entre edificação e potenciais visitantes, alguns museus têm realizado projetos de motivação para os vizinhos residentes na área circundante da instituição. Um exemplo pode ser apresentado por meio do Museu Lasar Segall, que dentro de sua Ação Educativa desenvolve ações próprias para promover esta visitação por parte daqueles que residem próximo a área do Museu.

É o mesmo que acontece na instituição britânica Whitechapel Gallery, que inclui no seu calendário de ações para os públicos uma série de atividades que busquem integrar os moradores da área circundante. Para entender este exemplo em si, é preciso compreender o contexto onde está situada a instituição, no limite geográfico entre a rica área financeira de Londres e um bairro com predominância de residência de imigrantes. Desde o princípio das atividades educativas, portanto, que a Whitechapel desenvolve essa vocação de ligação às comunidades locais, numa zona da cidade caracterizada por grandes disparidades sociais e econômicas.

A integração dos grupos sociais circundantes dos museus pode ser uma tentativa de superar a imposição de afastamento gerada pela imponência destes edifícios, apelando para a familiaridade de localização para atrair visitantes que são próximos. Na medida em que a população local e próxima da instituição se torna parte do seu grupo de visitantes, outros perfis de públicos podem passar a constituir a comunidade de espectadores que consome o que o espaço museal produz.

Ainda utilizando a reflexão de Canclini em torno do tema, há outra solução apresentada para driblar o caráter de templo dos museus que impede e desencoraja o acesso dos visitantes, dessa vez pensando em uma nova formatação arquitetônica que desafie os padrões convencionais conhecidos das instituições museais. Para o autor (2011, p. 170):

Outros sinais de vitalidade encontram-se na renovação arquitetônica e museográfica que arejou os museus tradicionais (o Louvre, o Whitney de Nova Iorque, a National Gallery de Washington) e transformou alguns em testemunhos privilegiados da inovação estética (o Guggenheim, o Pompidou, a Neue Staatsgalerie de Stuttgart).

A criação de novos projetos arquitetônicos convoca uma outra ideia de museus, afastando-os do ideal de templo que só cumpre sua função de guardar o patrimônio,

constituindo-se nestes novos moldes como um bem erigido como parte da cidade, trazendo elementos próximos dos componentes já existentes no área circundante - como no caso do Centro George Pompidou - ou criando estruturas inovadoras e contrastantes com os demais edifícios presentes no entorno - tal como acontece em diversos casos, como, por exemplo, os museus construídos para abrigar instituições da rede Guggenheim Museum.

Ultrapassada a barreira de inibição ao acesso por conta da questão arquitetônica, uma segunda razão possível para coibir o acolhimento dos visitantes nos museus pode ser justificada economicamente, na cobrança de bilhetes com altos custos que inviabilizam a entrada. Na medida em que os espaços museológicos pretendem a ampliação dos seus públicos, a exigência de um valor obrigatório para ser investido neste consumo cultural acaba por se tornar um impeditivo ou mesmo um fator desmotivador do acesso.

Em sua pesquisa, Bourdieu e Darbel (2007) discordam desta exigência como um requisito para o ingresso aos museus, visto que, em sua pesquisa, não encontraram a justificativa econômica como barreira para a entrada. Os autores (2007, p. 69) inclusive refutam a ideia de que os museus podem ser julgados como espaços inacessíveis, justificando que a dificuldade de acesso não se concentra na limitação econômica, mas na falta do que chamam de “necessidade cultural”.

Este conceito de “necessidade cultural” não se aplica na presente reflexão, visto que se constitui como uma motivação positiva para o acesso dos visitantes, o oposto do que se trata aqui. Contudo é relevante considerar que a procura por veículos promotores da cultura responda a uma indispensabilidade construída culturalmente e que reage a aspectos relacionados à socialização e - a previamente mencionada - formação dos indivíduos. Talvez o resultado da pesquisa de Bourdieu e Darbel (2007) esteja relacionado com o contexto em que a pesquisa foi realizada, se tratando de países europeus com menores índices de desigualdade social e maior garantia de acesso aos bens culturais. O que se averigua nas instituições brasileiras é que a questão econômica continua sendo uma barreira a ser transposta e precisa de alternativas - vide a pesquisa realizada pelo Ibram (2012) no contexto da capital do país.

Este impedimento ocasionado pela barreira financeira foi também o que se encontrou na prática observada durante a pesquisa de campo da tese realizada para o doutorado. Esta limitação ficou evidente na observação do Museu de Arte Contemporânea da Fundação de Serralves, situado na cidade do Porto, em Portugal, onde a visita ao espaço expositivo e ao Parque custam, para cada visitante, o valor de sete euros. Esta imposição não é exclusiva do museu português, mas acontece com inúmeras instituições, onde a aquisição de bilhetes é uma obrigatoriedade que acaba por restringir o acesso e definir um perfil de público que se restringe aqueles que possuem do capital para investir neste tipo de programa.

A limitação financeira faz com que a posse de capital econômico se constitua também na criação do capital cultural, uma vez que somente quem pode pagar pela entrada é que adquire o domínio teórico que se guardam nos museus. O conceito de Bourdieu (2011, p. 59) de *habitus culto*, o conhecimento próprio de um campo específico, fica, desta maneira, restrito para quem possui condições financeiras de consumi-lo e acessá-lo.

No caso de Serralves a barreira econômica encontra brechas no momento em que alguns visitantes poderiam contar com a isenção de entrada. Idosos e estudantes até o nível de mestrado não deveriam pagar ingresso pelas exposições e nem mesmo pelo entrada no Parque. O mesmo acontece com diversas outras instituições, que por vezes dispõem também de descontos para determinados grupos de visitantes.

Ainda referindo a experiência observada no Museu português, outro agravante se apresenta quando um entreposto econômico era cobrado para as visitas realizadas por grupos - escolares ou não - acompanhados por educadores da instituição. Sendo assim, turmas agendadas pagariam €2,50 por cada aluno pela recepção e mediação nas exposições. Na medida em que o Museu propõe anualmente um Projeto de continuidade com as escolas, a cobrança desta taxa se converte num impedimento até mesmo para os sujeitos que ajudam na divulgação e promoção do Museu, constitui-se uma contradição no discurso de promoção do acesso que é defendida pela instituição.

Em contrapartida a este bloqueio que Serralves e outros espaços impõem aos seus possíveis públicos, existem propostas de aquisição de bilhetes conjuntos entre diferentes

instituições, como cartões que associam museus e outros órgãos promotores da cultura em um único valor. Esta proposta é realizada em diversas cidades europeias, onde o *Roma Pass*, o *Paris Museum Pass* e o *Barcelona Card* reúnem os espaços de interesse para os turistas e por meio de um cartão único permitem o acesso facilitado. Esta contrapartida amplia a possibilidade de divulgação das instituições, dando oportunidade para que os visitantes de uma instituição acessem também uma nova - como acontece em outra solução que será posteriormente discutida.

Mais uma estratégia de ampliar a acessibilidade em oposição à cobrança de bilhetes é a existência de dias inteiros ou mesmo horários específicos de entrada gratuita nos Museus. Com a abertura em um determinado momento sem a exigência de um investimento financeiro, os espaços criam a oportunidade de que todos acessem suas mostras, mesmo que para isso seja preciso um empenho maior na procura pela instituição, uma vez que está restrita a um tempo específico.

Prosseguindo a discussão das barreiras impeditivas ao acesso, um terceiro problema identificado no cotidiano de trabalho dos museus para a atração dos visitantes diz respeito a sua localização geográfica. Neste tópico pode-se primeiramente pensar no ponto onde as instituições estão situadas, submetendo os possíveis públicos a uma verdadeira escalada no seu acesso. Esta questão é a que mais se aproxima dos estudos inclusivos, que problematizam as barreiras da acessibilidade à portadores de limitações motoras, contudo os museus também podem ser fisicamente restritos para os visitantes em geral, seja pela localização espacial, seja pelas possibilidades de chegar a este espaço ou até mesmo pela distância dos grandes polos ou do centro de suas cidades.

Este foi um dos tópicos que apareceram na pesquisa dos “não-públicos” realizada pelo Ibram (2012, p. 17), que apresenta:

De modo geral, os principais museus nas grandes cidades do Brasil se localizam em regiões centrais e/ou mais consolidadas e valorizadas, o que dificulta o acesso das populações suburbanas e periféricas que não têm recursos econômicos e tempo livre suficiente para gastar no deslocamento até a região onde se encontram os museus mais conhecidos e outros equipamentos culturais.

Uma estratégia que surge em resposta a este desafio do acesso físico foi criada, por exemplo, na região do Bairro da Luz, em São Paulo. A proximidade entre a Pinacoteca do Estado de São Paulo - bem como sua segunda unidade, a Estação Pinacoteca -, o Museu de Arte Sacra e o Museu da Língua Portuguesa, permitiu que as instituições criassem uma parceria de associação dos seus visitantes. Para tanto, os museus buscaram associar sua forma de comunicação, potencializando assim a visita de um mesmo grupo, que consegue aproveitar a oportunidade de deslocamento para conhecer ao menos duas diferentes instituições.

Neste caso, a região nem pode ser considerada como um espaço de difícil acesso, porque está situado no centro da cidade de São Paulo e dispõe de uma excelente rede de transportes. Contudo, diante da enorme expansão territorial da cidade, a acessibilidade à região central se torna também um obstáculo.

A experiência destes espaços, contudo, apresenta uma possível solução para a barreira geográfica que muitos museus enfrentam. A mobilização conjunta para recepção dos públicos permite não somente a atração destes para o espaço cultural, mas também incentiva a criação de propostas que relacionem as coleções e os membros das equipes dos museus.

Ao invés de competir pela audiência, em busca do maior número de visitantes e das consequências positivas e financiamentos que o alto índice de público provoca, os museus podem se aproveitar da proximidade geográfica para criar nos que os visitam o hábito de estender o passeio para outros espaços.

A associação entre os Museus da região da Luz aconteceu por meio dos setores responsáveis pela educação, que criam visitas continuadas onde um tema liga a conversa realizada num espaço com o próximo a ser visitado. Para tanto, os elementos das equipes precisam conhecer as demais instituições ao ponto de encontrarem pontos de contato e possíveis chaves para pôr os públicos em diálogo com os diferentes espaços.

Com esta ponte feita entre as instituições o obstáculo físico já não se sente tanto, porque o deslocamento é potencializado na visita a mais espaços. Relacionando esta

dificuldade de acesso físico com a barreira listada anteriormente, onde o financiamento dos meios de transporte para acesso aos museus soma-se ao problema dos altos bilhetes de entrada, a associação de duas ou mais instituições em um dia possibilita um maior aproveitamento do dinheiro empregado neste consumo cultural. Espaços expositivos próximos potencializam o tempo, o investimento e favorecem a acessibilidade.

O quarto ponto indicado como uma barreira para a acessibilidades dos públicos se detém na identificação destes com os museus, ou melhor, na falta dela. O desconhecimento por parte dos visitantes da possibilidade dos espaços culturais serem um ambiente de lazer se reflete num afastamento e até mesmo numa falta de aproximação com as instituições. Esta evidência se identifica em pesquisas de consumo cultural onde os maiores números de procura estão concentrados em cinemas e apresentações musicais do que na visitação a museus, conforme informa o Ibram (2011) no resultado da pesquisa “Museus em números”.

Em resposta a esta problemática, espaços culturais têm buscado se reinventar e reelaborar fórmulas expositivas, tentando apostar mais na interatividade em suas mostras. A identificação dos museus como um espaço de produção contemporânea pode driblar a associação como templos culturais que perpetuam o patrimônio do passado, associando-os como espaço de lazer e proximidade.

Pensando na representatividade dos números de visitantes, essa aposta parece ser benéfica para o crescimento dos públicos, uma vez que conforme pesquisa realizada pelo Observatório de Turismo da Prefeitura de São Paulo, dentre os museus com maior quantidade de acessos na cidade estão o Museu do Futebol e o Museu da Língua Portuguesa. Nestas duas instituições a recorrência a recursos gráficos, visuais e tecnológicos é diversa e a utilização de métodos interativos de exposição é recorrente, reforçando o argumento da identificação com este novo modelo de instituição.

Outra aposta para que os visitantes vejam o potencial de entretenimento dos museus está na criação de ações que ampliem a atividade dos espaços para além da função expositiva, apostando também nestas instituições como ferramenta de aprendizagem e socialização. A criação de eventos, palestras, oficinas, apresentações teatrais e mostras de filmes, além da

existência de cafés, lojas e espaço de descanso proporciona a procura de mais visitantes, que vão aos museus motivados pelas ações paralelas que afinal também são parte da gênese que os constitui.

A mudança das exposições beneficiando-se da interatividade e a utilização do espaço do museu de maneira mais ampla possibilitam a identificação destes espaços como bens culturais próprios da população. Canclini (2011, p. 170) coloca que estas mudanças de concepção dos museus - pensando em centros culturais, ecomuseus e museus comunitários - e suas inovações de comunicação e ambientação impedem de continuar falando dessas instituições como simples depósitos do passado, ressignificando-os em proximidade à cultura contemporânea.

Além das ampliações de ações realizadas no próprio espaço, muitos museus têm apostado também em atividades extramuros, transbordando para o contexto da cidade, criando relações de parcerias com outras instituições com funções distintas e desdobrando suas exposições em formatos não-convencionais. As estratégias para conquistar novos públicos se dinamizam ainda mais, elaborando pontes de contato entre diferentes sujeitos que possivelmente não estariam no museu e a partir deste momento são convidados.

Mais uma possibilidade de desdobramento do trabalho das instituições museais está na elaboração de exercícios e propostas disponíveis nos sites ou nos materiais educativos que distribuem para os públicos interessados, como, por exemplo, a Pinacoteca do Estado de São Paulo faz para os professores e para o público em geral a cada nova exposição. Na elaboração de produtos que expandem o conteúdo das exposições, os museus criam ferramentas de divulgação, bem como desenvolvem meios mais perenes de trabalho, não se restringindo ao calendário vigente na sua programação para se relacionar com os visitantes.

Desta maneira, estendendo suas plataformas de ação em atividades distintas das expositivas, os museus aglutinam muitas possibilidades de trabalho, atuando como condensadores culturais, como afirma Thistlewood (1999, p. 153):

é importante compreender o enorme potencial dos museus de arte como condensadores culturais. Várias influências de todo o mundo têm sido sintetizadas neles, a ponto de os museus de arte de hoje (...) serem um

mistura de palácio, monumento popular, academia, laboratório propriedade pública e casa da moeda. Nesse sentido não é uma instituição que os estudantes (ou qualquer outro cidadão) sejam displicentemente introduzidos, porque será impossível ignorar seu conteúdo cultural. A introdução ao museu de arte e o seu acervo deve ser orientada, isto é, acompanhada de instrução.

A aglomeração de funções que os museus concentram hoje, resulta em uma instituição com múltiplas fontes de interesse, o que atrai uma qualidade e uma quantidade maior de visitantes. Sua constituição como condensador cultural atrai visitantes não somente interessados no patrimônio exposto e nos conteúdos transversais às coleções, mas também nas demais ofertas de entretenimento que são oferecidas.

Contudo, quando adentra no espaço expositivo, os públicos podem ainda se deparar com a quinta barreira apresentada neste texto, que diz respeito a literacia dos discursos curatoriais, o domínio dos conceitos que são próprios destes contextos. Mesmo depois do visitante ter superado a imposição arquitetônica, o impasse econômico, o impedimento geográfico e a inexistência de identificação cultural, quando dentro do espaço museológico, ele ainda se vê confrontado com a erudição do *habitus culto* que determina este campo específico.

O conhecimento que cabe aos museus distancia os públicos pela forma como o comunica, mas primeiramente por conta da unilateralidade temática de suas coleções. Antes mesmo de pensar sobre a maneira como os conteúdos estão apresentados é necessário considerar o quanto o material presente nos acervos dos museus ainda perpetua um discurso de dominação. Neste sentido, a abertura e recepção dos museus por vezes acaba por perdurar a ideia de que os museus são para poucos, dando continuidade às concepções elitistas e sacralizadoras dos objetos artísticos presentes em sua gênese de formação.

A este respeito, Rejane Coutinho (2013, p. 153) problematiza que “Os museus e bens patrimoniais, até há bem pouco tempo, eram para usufruto exclusivo da mesma elite que os produzia” e continua afirmando que baseado neste modelo é que se criaram políticas de “democratização do acesso aos bens patrimoniais”. A abertura dos museus se constitui, portanto, nesta contrariedade, como diz Coutinho (2013, p. 153) “Grande parte dessas

práticas, mesmo usando o slogan da democratização, vem contraditoriamente assumindo e reforçando o discurso da elitização”.

A falta de reconhecimento nos objetos expostos perpetua o afastamento dos visitantes, bem como acontece com a forma de apresentar e discutir estes materiais. Por este motivo que se apresenta como bloqueio para o acesso a noção de afastamento que os públicos têm com a preservação de discursos próprios de um determinado campo, fazendo desconhecer o que se expõe e produz dentro dos museus.

Em resposta ao recorte elitizado dos acervos têm surgido uma série de instituições que valorizam o saber local, a cultura popular e a produção que acontece em paralelo ao que é consumível no mercado de arte. No Brasil se tem o exemplo do Museu Afro Brasil, inaugurado em 2004, no Parque Ibirapuera, em São Paulo. Com uma coleção que privilegia a representatividade da produção de artistas e artesãos afro-descendentes, o Museu busca a identificação de públicos que habitualmente não se viam representados nas exposições.

O mesmo processo acontece com instituições como o Museu do Quai Branly, situado em Paris, que vai de encontro com espaços promotores da arte consagrada como o Museu do Louvre ou o Museu D’Orsay, valorizando a cultura tradicional da África, da Ásia, da Oceania e das Américas. O acervo apresenta um forte apelo etnográfico e expõe a produção artística que não tinha entrada nas coleções expostas no país até 2006, quando o Museu foi aberto e deu espaço para a identificação de novos perfis de públicos.

Para além da representatividade nos acervos e da criação de instituições museológicas com recortes mais amplos em suas coleções, apresenta-se também outra ferramenta para suprir o desbloqueio de mais esta barreira impeditiva ao acesso. A destituição do saber curatorial pode ser feita também por meio dos exercícios educativos realizados com os públicos.

A criação de propostas educativas que dialoguem com os visitantes a partir de seus repertórios podem ser uma chave na democratização do acesso aos museus, uma vez que os

participantes sentir-se-ão mais próximos da instituição se perceberem que compreendem e se aproximarem do que está exposto, criando múltiplas leituras.

Importante considerar que não se trata de encontrar formas de traduzir o que curadores e produtores criam, pensando que a comunicação com os visitantes precisa ser simplificada ao ponto de que seja compreensível. A questão é abrir aos visitantes a possibilidade de se reconhecer no que o museu expõe e apresenta, interpretando os textos da curadoria e as narrativas da expografia em proximidade e confronto com o que percebem do objeto artístico. Com o objetivo de trabalhar a partir do que está exposto, os educadores dos setores responsáveis pela educação nos museus podem criar oficinas, visitas dialogadas, palestras, jogos e materiais de suporte que convidem a participação dos públicos nestes espaços, almejando a ampliação do sentido de apropriação e provocando a construção do capital cultural que concernem os conteúdos ali presentes. Porque tal como afirma Thistlewood (1999), para encorajar a frequência aos museus de arte é inevitável que haja por parte destas instituições uma responsabilidade educacional.

Esta responsabilidade atua como convite e porta de entrada para os visitantes, que se sentem instigados ao consumo cultural. E para além do entendimento numérico que estes públicos representam para os museus, é preciso desenvolver propostas que utilizem estes dados em prol do trabalho das próprias instituições. Conforme José do Nascimento Junior, Presidente do Instituto Brasileiro de Museus, coloca na pesquisa “Museus em números” (2011, p. 11):

A produção de indicadores para o campo do patrimônio cultural, em especial o patrimônio museológico, não pode se restringir somente à mensuração de público, visando ao aumento de *rankings* de visitação. Mais do que responder ao acesso baseado em números e na ampliação da quantidade de espectadores, o trabalho educativo considera também a qualidade desta recepção, oferecendo possibilidades de efetivar uma experiência na visita ao espaço do museu.

As pesquisas cumprem o seu papel quando fornecem aos formadores os dados necessários para a criação de ferramentas que potencializem a prática de recepção dos museus de forma crítica e construída qualitativamente. Os setores educativos podem partir das motivações encontradas como resultados das pesquisas para elaborar propostas de trabalho

com os visitantes que estejam próximas do que os próprios sujeitos considerem pertinente nesta vivência nos espaços expositivos.

A ideia de experiência mencionada acima remonta ao conceito de John Dewey (2010, p. 110), que qualifica a prática educativa realizada nos museus quando existe este interesse em provocar uma vivência significativa e única dentro dos museus. Para o autor (2010, p. 122), “A ação e sua consequência devem estar juntas na percepção. Essa relação é o que confere significado; apreendê-lo é o objetivo de toda compreensão. O âmbito e o conteúdo das relações medem o conteúdo significativo de uma experiência”.

O desenho de propostas fundamentadas nos interesses pré-determinados do público se justifica nesta busca pela experiência, quando se pretende que a entrada dos públicos desenvolva um sentido de apropriação com a instituição e, em consequência, permita uma fidelização em relação ao consumo cultural recorrente dos que se produz nestes espaços.

As propostas educativas desenvolvidas de maneira diversificada cumprem este objetivo de aproximar os públicos de forma sistemática, convidando-os a retornarem às suas exposições por meio de ressignificações que são feitas. Um exemplo desta tentativa de tornar os públicos fiéis pode ser descrita com as visitas temáticas realizadas a partir de um recorte de obras das exposições, como acontece no Museu dos Transportes e Comunicações da cidade do Porto, em Portugal.

Desdobrando os conteúdos possíveis de se trabalhar com as exposições de longa duração, o serviço educativo criou uma série de propostas que visam convidar os visitantes ao regresso. Sazonalmente os educadores do Museu oferecem visitas temáticas baseadas em uma seção das exposições e por vezes realizam até mesmo um jogo de caça ao tesouro pela área do prédio, convidando a população da cidade que já conhece a instituição a regressar para ver novamente as peças da coleção, desta vez a partir de um novo prisma.

E indo além do trabalho desempenhado pelo setor de educação, pode-se também apresentar a experiência do Museu Victor Meirelles, situado em Florianópolis. Por meio do projeto “Encontros com a Desterro”, a instituição convida artistas contemporâneos a

produzirem uma obra relacionada com a pintura “Vista sobre a Desterro” do artista homônimo. A presença de novas peças em diálogo com a exposição de longa duração permite a renovação de um convite para que os visitantes voltem à mostra, buscando não somente conhecer a criação desenvolvida por proposição do Museu, mas também vê-las em relação com a exposição já presente anteriormente.

Retornando ao propósito educativo como forma de acesso aos museus, discute-se outro desdobramento possível. Até então considerou-se o trabalho educativo como plataforma de aproximação dos públicos com os museus tratando do ponto de vista interno das instituições e pensando na sua função comunicacional que exercem; contudo, é importante também ter em conta o protagonismo que as escolas ganham no acesso aos museus. Tal como afirma Ana Mae Barbosa (2011, p. 72), a primeira experiência de contato com os museus da maior parte dos visitantes se dá através da escola e neste sentido a ponte entre as instituições se torna uma potente fonte para suprir ao menos uma das barreiras de acesso.

Analisando o apreço dos visitantes pelas instituições culturais, Bourdieu (2010, p. 43) valoriza o papel da escola, quando afirma: “La existencia de una relación tan brutal entre la instrucción y la frecuentación de los museos basta para demostrar que sólo la escuela puede crear o desarrollar (según el caso) la aspiración a la cultura, incluso la menos escolar”.

A criação de formas de contato entre museus e escolas multiplica, portanto, as potenciais entradas dos visitantes nos bens de patrimônio cultural. Associar os sujeitos formadores do campo escolar como potenciais visitantes para os museus se converte em uma tentativa por superar as barreiras colocadas como impeditivas na acessibilidade. No desenvolvimento de projetos de trabalho, na formação de parcerias e na articulação de ações próprias a cada campo estão chaves para criar dentro dos museus um espaço novo de atuação, que se difere dos seus contextos de origem.

Sendo assim, museus e escolas atuam em parceria visando a qualificação da experiência dos sujeitos participantes das visitas. E esta parceria não deve-se limitar ao espaço museal, uma vez que as ações não precisam ser realizadas somente nos espaços expositivos. Tal como foi apresentado anteriormente, a possibilidade destas instituições atuarem

extramuros ampliam as formas de aproximação que se cria, atingindo o objetivo de garantir acessibilidade para o maior número possível de pessoas.

Superadas estas cinco barreiras aqui apresentadas, os museus minimamente tornam-se mais próximos dos potenciais visitantes que possivelmente teriam a “necessidade cultural” supramencionada para buscar meios de entrada nestas instituições. Contudo, estas são apenas poucas das limitações que ainda caracterizam os museus como espaços elitizados de promoção de um setor específico cultural. As garantias de acesso são maiores das que as problematizadas aqui, sendo a entrada nos museus um desafio constante para os públicos e os “não-públicos”.

Analisar criticamente a produção realizada e perpetuada pelos museus potencia a acessibilidade a estes espaços, visto que mesmo a entrada garantida a todos os visitantes em potencial não garante uma efetiva participação dos sujeitos no campo. Entrar, neste caso em específico, não significa se apropriar; e a apropriação dos bens culturais é ainda mais desafiadora do que a sua democratização.

Referências

BARBOSA, Ana Mae. Educação para as Artes Visuais: do MAC ao balanço das águas. In: ARANHA, Carmen; CANTON, Kátia (orgs.). **Espaços de mediação**. São Paulo: Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, 2011.

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte**: Os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Porto Alegre: Zouk, 2007.

_____. **El sentido social del gusto** - Elementos para una sociología de la cultura. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2010.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.



CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

COUTINHO, Rejane Galvão. A formação dos educadores como mediadores culturais. In: ARANHA, Carmen; CANTON, Kátia (orgs.). **Espaços de mediação**. São Paulo: Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, 2011.

DEWEY, John. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

IBRAM. **Museus em Números**/Instituto Brasileiro de Museus. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.

IBRAM. **O “não público” dos museus: levantamento estatístico sobre o “não-ir” a museus no Distrito Federal** - Relatório final da pesquisa. Brasília: CPIM/DEPMUS/IBRAM, 2012.

MANTECÓN, Ana Rosas. O que é público? In: **Poiésis**. Publicação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Arte da Universidade Federal Fluminense. Niterói, n.14, 2009.

PINTO, Julia Rocha. **Reflexões sobre o meio** - O espaço entre a Escola e o Museu de Arte Contemporânea. (Doutorado em Educação Artística). Universidade do Porto, Portugal, 2015.

THISTLEWOOD, David. Estudos críticos: O museu de arte contemporânea e a relevância social. In: BARBOSA, Ana Mae (org.). **Arte-educação: leitura no subsolo**. São Paulo: Cortez, 1999.

Julia Rocha Pinto - Doutora em Educação Artística pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Contato: juliarochapinto@gmail.com.