

Deontologia dos profissionais de Museus: Novos Paradigmas?

Conhecer e comunicar com os públicos: Interpretação, exposição e educação museais

Raquel dos Santos Arada

Coordenadora do Serviço Educativo da Fundação Caixa Geral de Depósitos – Culturgest.
Co-fundadora e co-administradora da ReCoSE (Rede de Colaboradores de Serviços Educativos). Formada em arte contemporânea.

Apresentação

Apesar dos poucos minutos que desejo ocupar, perdoem-me por monopolizar este primeiro minuto presa a agradecimentos.

Mas o agradecimento inclui responsabilidade e responsabilização, inclui introspecção e reflexão e acredito que o acto de agradecer é sempre um exercício ou uma prática importante quando nos dedicamos ao acto de (re)pensar o que quer que seja.

Por isso quero agradecer à direcção do ICOM, nas figuras do Luís Raposo e da Graça Filipe, mas também à Catarina Moura, por terem confiado em mim a responsabilidade desta intervenção. Espero que – tanto os que me convidaram como os que aqui estão hoje a assistir – encontrem na minha intervenção algo de útil para pensar e repensar.

Talvez por defeito de profissão, tenho muitas vezes a ideia romântica de um museu para a família. Não uma família qualquer e muito menos a ideia do museu para o público familiar: antes, um museu para a minha família. Uma família de cientistas- investigadores que vê na arte e na cultura contemporânea um bicho de sete cabeças e, por inevitabilidade do desconhecimento, um luxo que o país não deve suportar.

Talvez por lutar pela sobrevivência intelectual – junto desta família de seres ultra-rationais – habituei-me a transportar a comunicação com os públicos para um nível elementar: o do debate e partilha de ideias.

Durante este processo apercebi-me também que é sobretudo na arte contemporânea que este debate e partilha de ideias se acente. Por uma razão natural (acredito): é que a legitimação deste património está longe de estar fechada e o trabalho com e para os públicos destes espaços culturais é um trabalho profundamente marcado pela reflexão partilhada, pela troca de convicções, pela transmissão de alguns dados concretos mas, acima de tudo, pela tentativa

de dar (aos públicos) ferramentas ou metodologias que lhes permitam comunicar com outros sobre o que vêem e comunicar consigo próprios, sem se sentirem ignorantes, fazendo uma recepção da obra de arte mais informada, mais crítica e, por consequência, mais emancipada.

Conhecer e comunicar com os públicos pode ser sintetizado num exercício elementar de semiótica. Conhecimentos que teorizamos na universidade mas que adquirimos antes dos seis meses de vida quando constatamos que somos capazes de comunicar.

Mas para conhecer e comunicar com os públicos (ou com alguém) é necessário, e antes de mais, ter vontade de o fazer.

Poderíamos pegar nesta equação e simplificá-la ao expoente mínimo (fica uma proposta):

Conhecer = implica um “TU”

Comunicar = implica um “tu E eu”

Públicos = implica um “NÓS”

Passa-se (talvez) o seguinte: nem os museus europeus começaram com a tónica nesta equação, nem nos habituámos a ver nos públicos um “nós”. Talvez por herança histórica ou por contágio. Vemos, isso sim, um “outro”.

Por outra perspectiva podemos ainda dizer que – quase em oposição – os museus sempre foram espaço de memória. Memória de uma história colectiva. Que se expõe porque se deseja partilhar e prolongar.

Também talvez por isso, não seja por acaso, que no seio de alguns museus de história (o de Minneapolis, por exemplo) estejam a sugerir interessantes metodologias de activação, intervenção e participação dos seus públicos. Públicos esses que traziam as suas memórias dos objectos que viam expostos e que as queriam partilhar. Participando agora em intervenções colectivas de partilha pública de memórias, de experiências e de vivências associadas ao objecto exposto.

Voltamos à nossa equação simplificada: TU (conhecer) – Tu e Eu (comunicar) – NÓS (somos todos públicos). Parece tão simples. Esteve sempre (ou quase sempre) no coração dos nossos museus. E não é preciso um serviço educativo para nos dizer isso.

Como podem as bem intencionadas tutelas e administrações de museus e centros culturais confiar o papel de conhecer e comunicar, tão cega e exclusivamente, aos serviços educativos

sem que estes estabeleçam uma comunicação interna, ampla e transversal?

E que resposta – eficaz e ética – poderão realmente dar os serviços educativos com as suas mono-equipas e os seus não-orçamentos? Uma resposta politicamente correcta – de manutenção dos cargos profissionais – ou um atestado de incapacidade? Nenhuma das duas me parece simpática.

Na era da emancipação dos públicos os serviços educativos deverão também eles emancipar-se. Trabalhar a pedagogia interna antes de desenvolver o trabalho com os outros públicos, os externos.

O conhecimento e a comunicação com os outros é também movido a instinto de sobrevivência. Uma tentativa de prolongar a memória, de não ficar no esquecimento. Porque acreditamos que o nosso museu vale a pena. Acontece que no desenrolar da equação o “TU” quis dar a sua opinião, talvez também ele movido a instinto de sobrevivência, quis partilhar-se e exigir, de volta, uma resposta adequada à sua partilha.

E o EU ficou sem saber o que fazer. Quem é aquele TU? Quem somos “Nós” nesta dança estranha da comunicação. Confundi-se então a educação com a comunicação, o serviço público com o serviço PARA públicos.

Dedicámo-nos à criação de metodologias de avaliação do “TU” (como se o fossemos conhecer melhor com isso):

- relatórios quantitativos e qualitativos;
- estratégias de categorização de públicos;
- teorias sobre públicos reais, públicos potenciais, não-públicos, anti-públicos, utilizadores, utentes, consumidores, clientes, visitantes...

No meio deste furacão de soluções alternativas para um problema (talvez) inexistente, criou-se o serviço educativo. Como esperança de resposta a este turbilhão de solicitações. E a esmagadora maioria dos serviços educativos desenvolveu-se à imagem da escola e da educação formal (transmissiva, sectária, dedicada à infância) e perdemos, definitivamente, o fio à meada.

O escritor moçambicano Mia Couto diz-nos, a respeito da escuta do outro, que se “Globalizou uma ignorância disfarçada de arrogância” e que “pior do que a ignorância é a presunção de

que se sabe”. Acrescenta ainda que a nossa riqueza pessoal “provém da nossa disponibilidade de efectuarmos trocas culturais com os outro”.

O que nos dão os públicos em troca?

O que levam de nós?

Quando aplicamos um questionários de avaliação do sucesso de uma atividade educativa ou fazemos um relatório quantitativo de públicos e receitas de bilheteira: o que verdadeiramente ganhamos?

Este pensamento leva-nos para quatro perguntas, que – propositadamente – não irei desenvolver:

Quando falamos de conhecer e comunicar com os públicos estamos verdadeiramente a falar de comunicação ou estaremos a falar de consumo?

E quem consome quem?

Os públicos consomem o museu ou é o museu o consumidor (de públicos)?

A associação de ideias entre consumos e públicos – ao focar a importância da venda de bilhetes – não nos desfoca da oportunidade de criar grupos de amigos dos museus, leais e fieis, que - reconhecendo e atribuindo valor intrínseco ao museu - o queiram apoiar livremente?

O autor Fredric Jameson, num texto intitulado “Pós-Modernidade e Sociedade de Consumo” fala-nos de uma ordem social associada a um estado de consumo e emoção constantes, sem noção temporal ou espacial (à qual ele chama, por isso mesmo, estado de esquizofrenia). A este conceito ele associa um outro conceito – o de pastiche – identificando-o com a falta de estilo próprio e, conseqüentemente, de apropriação ou cópia de estilos alheios.

Jameson defende que “no estado de esquizofrenia há uma incapacidade para reconhecer a identidade pessoal visto que o sentimento de identidade depende da sensação de persistência do “eu” e de “mim” através do tempo”. Juntos – esquizofrenia e pastiche – ilustram dois mecanismos (ou sintomas) do “desaparecimento do sentido da história, o modo pelo qual o sistema social contemporâneo (...) demonstra que começou, pouco a pouco, a perder a sua capacidade de preservar o próprio passado e começou a viver num presente perpétuo (...) que apaga aquelas tradições que as formações sociais anteriores (...) tentaram preservar.”

Com a constante mudança de paradigmas, missões, códigos de atuação, tutelas, administradores, programações e públicos-alvo, resta-nos saber se queremos estar do lado dos meios que promovem a amnésia histórica ou do lado dos que a contrariam, promovendo a preservação, construção e desenvolvimento de memórias colectivas.

Não termino sem deixar uma mensagem de optimismo (um optimismo da vontade e da razão). E faço-o com palavras emprestadas.

O museólogo brasileiro (e professor) Mário Chagas diz-nos que nos museus (...) está presente a emoção de lidar. A emoção de lidar com as pessoas, com a cultura viva. (...) A emoção de aprender a falar a língua das coisas, sabendo que falar a língua das coisas não significa falar PARA as coisas, significa aprender a falar ATRAVÉS delas, consigo mesmo e com o outro.

E acrescenta ainda que... este é um dos problemas das coleções nos museus... Os objetos estão lá como palavras em estado de dicionário, mas a língua não é o dicionário. A articulação das palavras num conjunto pleno de significado vai além do dicionário, assim como a articulação dos objetos - num discurso próprio e pleno de sentido - vai além das coleções (...). Expor idéias através de objetos implica um pleno domínio da linguagem museal, clareza conceptual e interesse pelas pessoas. Lidar com pessoas é muito mais complexo do que lidar com objetos, mas esse é o desafio dos museus que buscam o caminho das relações e das convivências humanas.

Aplicar este ensinamento é esbater definitivamente as fronteiras dos diferentes profissionais que actuam no interior do museu:

Acaba o terreno fértil do programador,
inundado pelo oceano do departamento de comunicação,
com uma exposição solar equatorial dada pelo conservador
e uma frente amena (de nordeste) trazida pelo serviço educativo.

O bom de nos libertarmos das fronteiras?

O bom de acabarmos com o isolamento?

É que se estivermos disponíveis, temos potencial para criar uma ilha paradisíaca.

E dúvida que os outros – os públicos? – não se queiram juntar a nós.