

Volume 7



# MUSEOLOGIA PATRIMÓNIO

Fernando Magalhães · Luciana Ferreira da Costa  
Francisca Hernández Hernández · Alan Curcino

COORDENADORES

ESECS · Politécnico de Leiria

Fernando Magalhães  
Luciana Ferreira da Costa  
Francisca Hernández Hernández  
Alan Curcino  
(Coordenadores)

# MUSEOLOGIA E PATRIMÓNIO

Volume 7

# MUSEOLOGIA E PATRIMÓNIO

Volume 7

**POLITÉCNICO DE LEIRIA**

**Presidente**

Rui Filipe Pinto Pedrosa

**ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS  
*POLITÉCNICO DE LEIRIA***

**Diretor**

Pedro Gil Frade Morouço

**EDIÇÕES**

<https://www.ipleiria.pt/esecs/investigacao/edicoes/>

**Conselho Editorial**

Alan Curcino

(Universidade Federal de Alagoas, Brasil)

Dina Alves

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Emeide Nóbrega Duarte

(Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Fernando Paulo Oliveira Magalhães

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

José António Duque Vicente

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Leonel Brites

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Luciana Ferreira da Costa

(Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Marco José Marques Gomes Alves Gomes

(Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Silvana Pirillo Ramos

(Universidade Federal de Alagoas, Brasil)

## FICHA TÉCNICA

**Título:** Museologia e Património - Volume 7

**Coordenadores:** Fernando Magalhães, Luciana Ferreira da Costa, Francisca Hernández Hernández, Alan Curcino

**Projeto gráfico:** Alan Curcino, Luciana Ferreira da Costa, Leonel Brites

**Capa:** Leonel Brites

**Imagem da capa:** “Coração do Mar” (2021) por Renan Florindo

**Edição:** Escola Superior de Educação e Ciências Sociais – Politécnico de Leiria

**ISBN 978-989-8797-63-6**

Setembro de 2021

©2021, Instituto Politécnico de Leiria

## APOIOS



**POLITÉCNICO  
DE LEIRIA**

ESCOLA SUPERIOR  
DE EDUCAÇÃO  
E CIÊNCIAS SOCIAIS

**CRIA**  
CENTRO EM REDE  
DE INVESTIGAÇÃO  
EM ANTROPOLOGIA



**cieqv**

Centro de  
Investigação em  
Qualidade de Vida



**UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA PARAÍBA**



Rede de Pesquisa e (In)Formação em  
Museologia, Memória e Património



**UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID**

Facultad de Geografía e Historia:  
Grupo de Investigación Gestión del Patrimonio Cultural

**PATRIMÔNIO CULTURAL,  
MUSEOLOGIA E GESTÃO DE MUSEUS:  
ALGUMAS REFLEXÕES**

**Márcia Regina Bertotto**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-1366-870X>

## **1. Introdução**

O pensar a Museologia na atualidade encerra uma série de questões que não podemos deixar de lado ao escrever após a segunda década do século XXI. A instituição museu, hoje, dá conta de uma variedade de ações que não comportam exclusivamente as exposições mas, fundamentalmente, o seu papel social, em especial, durante a pandemia (e possivelmente, após).

O papel social e a missão dos museus, no tempo presente, têm reflexos imediatos na gestão institucional, que destaca a máxima habilidade de manutenção, permanência, sustentabilidade econômica e ambiental e suas atividades. Ao pensar nisso, buscamos observar o que caracteriza a gestão de um museu e de que forma o patrimônio e os acervos dialogam com a comunidade. Gerir um museu é estabelecer sua organização e planejamento. Planejar envolve considerar missão, visão, valores e vocação do museu. E, mais do que isso, enfrentar desafios e oportunidades e atuar com enfoques apontados para o futuro e no atendimento aos mais diversos públicos.

Partimos das premissas de documentos importantes para a conformação do que se entende hoje por Museologia e que influenciaram a construção das políticas públicas brasileiras para o campo dos museus. Interessa aqui identificar, de que forma a gestão é também influenciada pelas regulamentações e como podemos estabelecer suas relações com propósitos inovadores e da Sociomuseologia, destacando os autores Candido e Moutinho.

Nossos comentários consideram o ambiente em que nascemos e vivemos no Brasil, especificamente, a capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, onde observamos as instituições culturais e seu entorno

para refletir sobre o que tem acontecido no campo da Museologia, no atual cenário, em que o mundo ainda está sendo atravessado pela pandemia de Covid-19.

## 2. A Gestão e a Inovação na Museologia e nos Museus

Ao buscarmos documentos basilares da Museologia observamos, desde os anos 1970, o interesse, a necessidade e a importância da gestão para a melhor atuação dos museus. É salutar indicar que a gestão de ambientes culturais tem se alimentado de conceitos das áreas da Administração, e de outros campos científicos para melhor organizar suas rotinas e dar conta dos seus planejamentos.

Manuelina Duarte Cândido (2013) aponta que a gestão abrange uma compreensão global do museu, desde a concepção até a implantação e práticas para projetos e o serviço cotidiano, tendo o plano museológico e a respectiva avaliação institucional como elementos fundamentais.

Para Desvallées e Mairesse

A gestão museológica, ou administração de museus, e definida, atualmente, como a ação de conduzir as tarefas administrativas do museu ou, de forma mais geral, o conjunto de atividades que não estão diretamente ligadas às especificidades do museu (preservação, pesquisa e comunicação). (Desvallées e Mairesse, 2013, p.47)

Assim sendo, ao gestor eficaz importam conceitos de planejamento, liderança, negociação, ética, recursos e qualificação. O desafio é que este gestor possa contar com equipes aptas e qualificadas, interdisciplinares para dar conta de uma gestão também eficaz. E que tenha diplomacia, liderança, *networking*, conhecimentos de legislação, recursos humanos, dentre tantos outros atributos, considerando-se o conhecimento em Museologia como fundamental<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup> No Brasil, a legislação (Decreto 8.124/2013) estipula que os dirigentes de museus que são vinculados ao IBRAM serão selecionados conforme critérios

No Canadá, em 1984, a Declaração de Quebec reconheceu o Movimento Internacional da Nova Museologia, lançando as bases de um museu comprometido com o mundo contemporâneo, onde a Museologia utiliza-se cada vez mais da interdisciplinaridade. E esta relação entre vários campos de saber e os elos de uma mesma corrente destacam a gestão dos museus que não se faz com um único responsável, mas a partir de uma cadeia de trocas entre corpos funcionais e comunidade que não pode mais ser desfeita, pelo contrário deverá ser fortalecida.

Está dentre as resoluções e decisões da Mesa Redonda de Santiago do Chile (30/-05/-1972) que o museu pode contribuir para o engajamento das comunidades e de suas ações, especialmente esclarecendo problemas atuais, seja através de exposições ou de avaliação da eficácia de suas ações. Também ficou decidido que os museus deveriam se esforçar para a recuperação do patrimônio cultural, desempenhando seu papel social.

Isto nos faz recordar o momento atual quando os museus tem se engajado nas ações solidárias da Covid-19. O Museu da República, no Rio de Janeiro, foi local de vacinação para a população do Rio de Janeiro. No Museu Paraense Emilio Goeldi foram feitas arrecadações de alimentos não perecíveis, álcool em gel e equipamentos de proteção individual para serem doadas a comunidades quilombolas do município de Gurupá, na Ilha do Marajó.

Na última década do século XX, a Declaração de Caracas, de 1992 traz a indicação da gestão de museus que aparece no uso eficiente de geração e administração de recursos. E é aqui que a palavra inovação aparece pela primeira vez neste grupo de documentos importantes: “A situação crítica atual da América Latina e o papel protagônico do museu como fator de mudança, merece a **inovação** e consolidação de modernas estratégias de gestão, entendendo esta como o aproveitamento otimizado dos recursos humanos, técnicos e financeiros, com os que conta o Museu.” Indica a inovação a partir da gestão, de forma que ao gestor caiba o papel de ser inovador, situação que está muito presente na contemporaneidade, em

---

de qualificação que consideram formação, conhecimento na área de atuação do museu, bem como experiência de gestão e conhecimento de políticas públicas do setor museológico.

que a manutenção financeira dos museus brasileiros frente a escassez de recursos, principalmente de museus mantidos pela esfera pública passa por dificuldades.

Em Caracas, também, foram recomendados instrumentos de planejamento e avaliação, de objetivos e metas, de diagnóstico e de geração de recursos e execução de projetos que se aproximam do que posteriormente se traduziu na estruturação do plano museológico.

Ao trazer para a prática atual o exame destes documentos tão fundamentais aos estudiosos e trabalhadores da Museologia notamos que conceitos hoje tão caros a este campo estavam indicados e discutidos no último quartel do século XX, no entanto, é na atualidade que tem sido explorados e observados em suas práticas com maior profissionalização. Sem esquecer que a formação superior de graduados em Museologia no Brasil teve um salto a partir dos anos 2000, quando são criados cursos em todas as regiões brasileiras, trazendo, aos poucos, uma requalificação das gestões de museus no país. Somente dois estados – Rio de Janeiro e Bahia – tinham cursos de graduação em Museologia, até então.

Visando concentrar esforços a partir da atuação como agente do campo da Museologia no estado do Rio Grande do Sul, salientamos a formação da Política Nacional de Museus, nos anos 2000. A legislação, hoje vigente, traduz-se em importante delineamento para a organização dos museus brasileiros. Esta indicada importância prende-se ao fato de que, anteriormente, a legislação não era específica para os museus, o que dificultava as relações, a padronização de ações, a profissionalização e a própria e conseqüente gestão das instituições que, agora, conta com instrumentalização legal para suas práticas.

Apesar de não ser nossa proposta aprofundar o assunto sobre o qual temos pesquisado há alguns anos<sup>44</sup> é mister destacar que a Política Nacional de Museus, que trouxe como um dos resultados o

---

<sup>44</sup> Para mais informações consultar a Dissertação de Mestrado: “Análise das políticas públicas para museus no Rio Grande do Sul: um estudo de sua eficácia no desenvolvimento das instituições museológicas gaúchas” <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4745> e a Tese de Doutorado: “Entre o paralelo 20 e o 30 – Analisando e propondo políticas públicas para museus no sul do Brasil” <https://recil.grupolusofona.pt/bitstream/10437/4980/1/Tese%20M%C3%A1rcia%20Bertotto.pdf>.

Estatuto de Museus, teve sua criação estimulada pela Carta de Rio Grande, cunhada durante o 8º Fórum Estadual de Museus, ocorrido em 2002 na cidade de Rio Grande, no Rio Grande do Sul. Nos encaminhamentos deste evento, a referida Carta propunha aos candidatos a governador dos estados e à Presidência da República a implantação de uma política pública para o setor museológico e de patrimônio cultural que observasse a política de gestão e organização do setor museológico, o financiamento e fomento, a democratização e acesso aos bens culturais, a capacitação e formação e o gerenciamento de acervos. Cabe observar que neste ambiente tem atuado ininterruptamente o Sistema Estadual de Museus (SEM/RS), desde 1991, que teve as comemorações de seus 30 anos recentemente. O SEM/RS tem aplicado pesquisas (cujos alguns dos resultados abordaremos adiante) e acompanha atividades dos museus, bem como realiza cadastramento das instituições e presta consultoria para entidades no estado. A partir de sua capilaridade regional, congrega no modelo sistêmico, sete regiões museológicas.

Foi, portanto, a partir das decisões e discussões desse Fórum que começou a ser delineada toda a estruturação do Sistema Brasileiro de Museus e da Política Nacional de Museus, então no âmbito do Ministério da Cultura e, da efetivação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) que implementou a referida política pública e à qual nos deteremos na Lei 11.904 de 14/01/2009, que institui o Estatuto de Museus e no Decreto 8.124 de 17/10/2013, que regulamenta os dispositivos da referida lei, nos dispositivos que tratam especificamente da gestão de museus.

A lei 11.904 detalha os termos do plano museológico. Destacamos esta legislação pela sua relação com gestão museológica e especificamente pela elaboração de planos, programas e projetos museológicos. Destacando o enfoque do trabalho com patrimônio cultural e o território com vistas ao desenvolvimento cultural e socioeconômico e à participação das comunidades, indica os princípios fundamentais dos museus: “a valorização da dignidade humana; a promoção da cidadania; o cumprimento da função social; a valorização e preservação do patrimônio cultural e ambiental; a universalidade do acesso, o respeito e a valorização à diversidade cultural; e o intercâmbio institucional.” (Lei n. 11.904 2000)

Na mesma lei está postulado o estabelecimento de mecanismos de fomento e incentivo para a sustentabilidade dos museus o que se traduz, na prática, na oferta de editais, premiações e oportunidades de apoio via IBRAM para todos os museus.

Os artigos 44, 45 e 46 são específicos para a exposição do Plano Museológico, salientando o compromisso dos museus para sua elaboração e implementação e destacando sua função como “ferramenta básica de planejamento estratégico, de sentido global e integrador, indispensável para a identificação da vocação da instituição museológica, para a definição, o ordenamento e a priorização dos objetivos e das ações de cada uma de suas áreas de funcionamento, bem como fundamenta a criação ou a fusão de museus, constituindo instrumento fundamental para a sistematização do trabalho interno e para a atuação dos museus na sociedade.” (Lei n. 11.904 2000)

O Plano Museológico, que trata do planejamento dos museus, está discriminado juntamente com a indicação da importância da definição: da missão e do diagnóstico participativo da instituição, da identificação dos espaços, dos conjuntos patrimoniais sob a guarda dos museus e dos públicos a quem o museu se destina. Segue com o detalhamento dos programas: Institucional; de Gestão de Pessoas; de Acervos; de Exposições; Educativo e Cultural; de Pesquisa; Arquitetônico-urbanístico; de Segurança; de Financiamento e Fomento; de Comunicação; Sócio-ambiental e Acessibilidade Universal (incluído pela Lei nº 13.146, de 2015).

O decreto 8.124 de 17 de outubro de 2013 regulamenta os dispositivos da já referida lei 11904 e da lei 11906 (20/01/2009 – que cria o IBRAM) e pormenoriza conceitos, como os de: centro de documentação, coleção visitável e processo museológico. Além disso, postula sobre o registro de museus junto a instâncias governamentais. É neste decreto que vemos a palavra inovação incluída, quando da abordagem, na Seção II, do capítulo II, do Programa Museu Associado ao IBRAM que destina-se a reconhecer e apoiar a atuação: “§ 1º Ao museu público ou privado que se destacar por sua excelência e inovação poderá ser concedida a condição de Museu Associado ao IBRAM.” (Decreto n. 8.124 2009)

É Manuelina Duarte Cândido quem faz comentários sobre os museus e sua gestão, no século XXI:

“[...] os museus sempre foram instituições conectadas com o seu tempo e, portanto, é esperado que se transformem e se atualizem pelas demandas sociais. Neste momento, os principais fatores que impulsionam a renovação são os fatores demográficos (crescimento numérico, envelhecimento e trânsitos populacionais), as demandas por participação, o desenvolvimento das tecnologias, os novos paradigmas educacionais e a redução das subvenções públicas.” (Candido, 2018, p. 10)

Hugues de Varine e Graça Filipe (2015) escreveram sobre o futuro dos ecomuseus e apontaram tendências que cabem nas recentes discussões sobre a atuação dos museus. Entendem a Nova Museologia como uma inovação no campo. Abordam as redes entre museus (em choque com os sistemas de museus), as novas fórmulas de museu (de rua, de percurso, pontos de memória, projetos e programas de educação patrimonial), a aproximação com as políticas do desenvolvimento sustentável, e a oferta de uma dimensão comunitária e uma vocação de gestão patrimonial aos museus tradicionais (p. 52 e 53). E destacam desafios a serem enfrentados com a participação da comunidade: avaliação, elencar prioridades e estratégias e integrar-se aos contextos sociais, políticos e econômicos.

Também nos devemos questionar sobre o futuro a um prazo mais distante, daqui a 20 ou a 50 anos. O ecomuseu será reintegrado na norma dos museus, por simples musealização progressiva do patrimônio, prosseguirá na via da inovação para acompanhar as mudanças da sociedade [...]” (Varine e Filipe, 2015, p. 48)

Observamos, pelos trechos selecionados da legislação, que a pauta da gestão em museus está comprometida com os preceitos dos documentos basilares e que gerir é processo *sine qua non* para o bom trabalho e o andamento dos museus.

Aí estão os desafios dos museus na atualidade, pois ainda falta a apropriação destas prerrogativas pelos fazedores de museus, reforçando e disseminando os resultados da formação superior.

É o plano museológico que pode auxiliar os gestores e trabalhadores de museus a enfrentar os desafios da atualidade, pois identificam todas as formas e possibilidades para tal. Cícero Almeida (2013) reforça nossas suposições ao indicar que: a elaboração e implementação do plano museológico é o marco da regulação da gestão museal no Brasil uma ferramenta estratégica de gestão que auxilia no equilíbrio, nas decisões e estabilidade do museu.

Para conceituar inovação do modo como estamos acompanhando as ações dos museus, Tidd e Bessant (2015) destacam

Um dos problemas de gerenciar a inovação é que as pessoas têm concepções diferentes do termo, geralmente confundindo-o com invenção. No sentido mais amplo, o termo deriva do latim – *innovare*, que significa “fazer algo novo”. Na nossa visão, compartilhada pelos leitores a seguir, a inovação é o processo de transformar as oportunidades em novas ideias que tenham amplo uso prático. (Tidd e Bessant, 2015, p.17)

Mario Moutinho (2014) nos instrumentaliza para falar na Sociomuseologia que “visa consolidar o reconhecimento da museologia como recurso para o desenvolvimento sustentável da humanidade, assentada na igualdade de oportunidades e na inclusão social e econômica”. (Moutinho, 2014, p.423)

E, ao relacionar a gestão e a inovação, se aproxima do caráter interdisciplinar para a atuação dos gestores

Os museus são cada vez mais instituições entendidas como entidades prestadoras de serviços, pela necessidade crescentemente de envolver os conhecimentos das áreas da gestão da inovação, do marketing, do design e das novas tecnologias da informação e da comunicação. Estas áreas do conhecimento trazem para os museus fatores de

melhoramento da qualidade da relação dos Museus com os seus públicos [...] (Moutinho, 2014, p. 425)

A fim de observar de que forma a gestão está atrelada às práticas cotidianas nos museus buscamos acompanhar como as pesquisas sobre as novas características dos museus e sobre tendências de consumo podem apoiar o trabalho dos museus na contemporaneidade e no pós-pandemia.

### **3. Novas Tendências nos Museus**

As mudanças que vem ocorrendo na sociedade a partir da pandemia de Covid-19 têm influenciado a vida dos indivíduos e suas formas de comportamento. Resultados de pesquisas sobre a nova conceituação de museu e as tendências de consumo das pessoas são importantes para a administração dos museus, na reabertura deles, que tem se dado paulatinamente.

O Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM BR), tem trabalhado para contribuir à revisão da nova definição de museu – a mais recente está em vigor desde 2007 – seguindo a metodologia elaborada pelo Conselho Internacional de Museus através de seu comitê *ICOM Define*, que conduz o processo em nível mundial. A realização de consulta pública é um processo colaborativo e tem sido implementado através de consultas às redes locais do Comitê Brasileiro, no tocante aos conceitos-chave e valores que devem fazer parte desta nova definição do museu contemporâneo.

O resultado da consulta feita com membros e não-membros do ICOM BR, profissionais, estudantes, pesquisadores e voluntários que atuem em museus, ou junto a eles, foi divulgado, mas a consulta<sup>45</sup> segue aberta à participação. Aplicados instrumentos de coleta, foram escolhidos vinte termos e suas respectivas considerações pela comunidade brasileira. Participaram da consulta pública, 1604 pessoas de todas as regiões do Brasil, sendo os resultados da consulta analisados por membros do GT Nova Definição de Museu.

---

<sup>45</sup> Para acessar os formulários: <https://www.icom.org.br/?p=2211>

Seguem os termos escolhidos pelo ICOM BR<sup>46</sup>

**Antirracista** – Postura que visa combater e romper o racismo estrutural e o seu processo histórico institucional por meio de práticas e valores a superar a colonialidade.

**Bem-viver** – Refere-se à promoção da convivência e da saúde e ao cultivo de relações de solidariedade, reciprocidade, respeito e valorização de todas as formas de vida.

**Comunicar** – Colocar-se em relação com a sociedade, dialogando de forma multidirecionada sobre a memória, o conhecimento e a vida em suas mais variadas formas.

**Cultura** – Possibilidade de comunicar símbolos, signos e significados, ideias e comportamentos criados pelos grupos sociais e que permitem a construção de identidades.

**Decolonial** – Postura e práticas de combate às opressões materiais, simbólicas, raciais e de gênero, que resultam da colonização e subalternização dos povos e de seus saberes.

**Democrático** – Comprometido com valores e práticas equitativas, valorizando diferenças, conflitos, memórias e negociações de saberes e sensibilidades.

**Direitos humanos** – Compromisso com os processos sociais de luta pelas condições materiais e imateriais que asseguram a existência digna de indivíduos e grupos.

**Educação** – Conjunto de práticas, valores, conhecimentos e metodologias concernentes ao processo educativo, permitindo a aprendizagem, a experimentação e a mediação com o patrimônio musealizado.

---

<sup>46</sup> Para conhecer e acessar a pesquisa, consultar: [https://www.icom.org.br/?page\\_id=2249](https://www.icom.org.br/?page_id=2249). Acesso em 11 jun. 2021

**Experiência** – Compromisso com a potência transformadora de experiências individuais e coletivas no campo sensorial, subjetivo e simbólico nas fronteiras da arte, ciência e vida.

**Futuros** – Possibilitam a imaginação, experimentação, conhecimento e inovação, explorando oportunidades e desafios em co-criações de novas realidades.

**Inclusivo** – Combater por meios e ações a exclusão, garantindo igualdades de condições de acesso e participação a todos.

**Instigar** – Estimular sentimentos e reflexões para que pessoas e comunidades explorem percepções, ideias e valores na construção de novas narrativas e ações.

**Patrimônio** – Referências culturais que compõem a herança dos povos preservadas em suas dimensões materiais e imateriais para as futuras gerações.

**Pesquisar** – Procedimento investigativo que fundamenta os processos museológicos, com foco em coleções, públicos e o próprio museu.

**Público** – Coletividade em sua diversidade, heterogeneidade, territorialidade e pluralidade, a quem pertence e a quem diz respeito o museu.

**Salvaguardar** – Procedimentos sistemáticos de conservação, documentação, promoção e guarda do patrimônio museológico e de expressões culturais.

**Social** – Compromisso com a reflexão e transformação social, como instrumento político participativo de promoção de uma sociedade justa, equitativa e saudável.

**Sustentável** – Práticas de governança, com respeito aos direitos ambientais, sociais e culturais em prol da formação de uma cidadania planetária.

**Território** – Espaço vivido onde se tecem relações entre poder, memórias, patrimônios e identidades.

**Transformar** – Engajar a sociedade em reflexões e ações a favor do bem comum e do aprimoramento da

experiência

coletiva.

([https://www.icom.org.br/?page\\_id=2249](https://www.icom.org.br/?page_id=2249))

Estas expressões constroem um perfil de como o museu é visto no Brasil por grupos de profissionais objetivando uma nova definição do museu, ou seja, observando questões contemporâneas sobre esta instituição tão importante aos novos tempos. No termo Futuros aparece a palavra inovação, indicando, no nosso entendimento, uma primeira movimentação deste novo conceito em direção às possibilidades de fazer de outra forma, de olhar com outros olhares.

De outra parte, examinamos a publicação: “10 principais tendências globais de consumo 2021” que a Euromonitor International<sup>47</sup> publica anualmente e que

[...] identifica as rápidas mudanças nas tendências mais impactantes previstas para o próximo ano. Estas tendências fornecem insights sobre as transformações nos valores e no comportamento dos consumidores e como deverão estimular a disrupção nos negócios no mundo todo. (Westbrook e Angus, 2021)

Este levantamento da Euromonitor, para observar os interesses das pessoas em 2021 – especialmente no quesito consumo – aqui compartilhamos para observar possíveis intenções de comportamentos de público no museu reaberto após a pandemia.

A resiliência e a adaptação foram os fatores mais determinantes nas tendências globais de consumo. O comportamento das pessoas mudou por conta da pandemia e de suas consequências mais imediatas (desemprego, problemas de saúde mental, isolamento, falecimentos). Novos modos de viver, desejos, sustentabilidade, tudo isto está demonstrado nas indicações das tendências resultantes da pesquisa:

---

<sup>47</sup> Empresa que pesquisa mercados globais e realiza análises de inteligência estratégica sobre setores, empresas, economias e consumidores do mundo todo.

**Reconstruir melhor** - As empresas devem colaborar para a criação de um mundo mais sustentável, promovendo a mudança de uma economia baseada em volume para uma baseada em valor, contribuindo para a solução da desigualdade social e dos danos ambientais.

**Desejo por conveniência** - Os consumidores têm o Desejo por Conveniência do mundo pré-pandemia, pois sentem falta das comodidades que passavam despercebidas antes do abalo nos hábitos deles.

**Oásis ao Ar livre** - Diante dos riscos sanitários, reuniões em espaços fechados, restrições de mobilidade e da disseminação do trabalho remoto, os consumidores procuram cada vez mais um Oásis ao Ar Livre para fins recreativos. Alguns já pensam em sair das cidades populosas para morar em zonas rurais.

**Realidade Figital** - Com as ferramentas digitais, os consumidores ficarão conectados em casa e voltarão com segurança para o mundo exterior quando as economias reabrirem. A Realidade Figital é um modelo híbrido formado pelos mundos físico e virtual, em que os consumidores podem viver, trabalhar, fazer compras e se divertir, fisicamente e online.

**Otimizando o tempo**- Hoje, os consumidores podem e precisam ser mais criativos com a distribuição do tempo para dar conta de tudo.

**Inquietos e Rebeldes** - Os consumidores estão fartos. Desconfiar dos líderes agora é a regra. Preconceitos e desinformação estão causando uma crise de confiança. Depois de sofrer, dar prioridade a outras pessoas e quebrar a cara, estes entusiastas de si mesmos estão se rebelando e colocando suas necessidades e desejos em primeiro lugar.

**Obsessão por segurança** - A Obsessão por Segurança é o novo movimento pelo bem-estar. O medo do contágio e a circulação de informações

sobre questões de saúde aumentam a demanda por produtos de higiene e estimulam os consumidores a buscarem soluções que não requerem contato físico a fim de evitar a exposição.

**Abalados e Reflexivos** - A pandemia global reformulou o cotidiano, testando a resiliência psicológica das pessoas, limitando suas experiências e provocando choques econômicos. Os consumidores agora têm uma nova compreensão sobre si mesmos e seu lugar no mundo na busca por uma vida mais plena, equilibrada e melhor.

**A ordem é pechinchar** - Os consumidores estão cautelosos e moderados. Os gastos com supérfluos estão diminuindo devido às incertezas no cenário econômico. A Ordem é Pechinchar e priorizar produtos e serviços de valor agregado e alinhados às medidas sanitárias vigentes

**Novos espaços de trabalho** - A expressão “fora do escritório” ganhou um novo significado em 2020. A tendência dos Novos Espaços de Trabalho teve um grande impacto na vida dos consumidores, influenciando vestuário, gastos com tecnologia, hábitos alimentares e muito mais. Os consumidores estão em busca de novas alternativas para definir o início e o fim da jornada de trabalho, à medida que tentam controlar o cronograma. (Westbrook e Angus, 2021)

A partir da observação destas duas pesquisas (ICOM BR e Eurmonitor) é possível fazer um exercício de imaginação e observar situações possíveis para a consequente reabertura dos museus. Alguns já estão reabrindo e outros seguem em atividades *online*. Assim, de forma muito ampla, buscamos relacionar as palavras inovação, patrimônio e gestão e suas conexões com os termos apresentados nas pesquisas do ICOM e da Euromonitor, que podem indicar expectativas para as práticas dos profissionais das instituições museológicas.

É este o foco de interesse, saber como os museus podem qualificar suas gestões e equipes para a realização de suas atividades, a

partir deste período em que estiveram fechados e sem trabalho presencial com o público, pois é importante destacar que os museus não param, possuem tarefas exclusivas que requerem presencialidade, mesmo impedido o acesso de visitantes, seja para fazer manutenção em equipamentos e acervos, higienização ou tantas tarefas que são impossíveis *online*. Até mesmo o preparo de materiais de comunicação que possa ser disseminado digitalmente precisa de atividades presenciais.

#### 4 Duas instituições em Porto Alegre

É a partir destas questões inicialmente postas que nos ateremos em dois exemplos. O Centro Histórico-Cultural Santa Casa e o Museu Júlio de Castilhos, localizados no Centro Histórico de Porto Alegre trazendo uma ligeira amostra do que tiveram de presença na rede social Instagram durante a pandemia e o que ofereceram de programações e contatos com seus públicos.

Observaremos a atuação de ambos os espaços culturais durante a pandemia, sem um acompanhamento extenso, mas evidenciando algumas temáticas, programações e atividades que possam estabelecer um diálogo com estes novos termos que as comunidades indicam sobre os museus e algumas tendências da atuação virtual dos mesmos.

O Centro Histórico-Cultural Santa Casa (CHC)<sup>48</sup> foi criado em 2014 e tem como missão: “levar cultura, educação e história à toda comunidade, preservando e valorizando o patrimônio cultural da Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre.” (<https://www.chcsantacasa.org.br/chc-santa-casa/institucional/>)

Localizado junto ao complexo hospitalar da Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre, em prédio restaurado para receber atividades culturais, conta com o Museu Joaquim Francisco do Livramento, teatro, arquivo histórico e biblioteca com acervo de conhecimentos gerais e de medicina, além de ambientes de usos múltiplos para desenvolvimento de programações diversas e, também,

---

<sup>48</sup> Mais informações podem ser acessadas em: <https://www.chcsantacasa.org.br>

com loja e café. Funciona regularmente e possui acesso facilitado por transporte público. Mantido com o patrocínio e apoio de várias empresas, também utiliza Lei de Incentivo Fiscal e “enquanto Instituição Cultural tem como condição de exercício de gestão, a sua própria sustentabilidade econômico-financeira e cultural.” (<https://www.chcsantacasa.org.br/chc-santa-casa/institucional/>)

O Museu Julio de Castilhos (MJC) foi criado pelo Decreto-lei nº 589 de 30/01/1903. Instalado em dois prédios históricos adaptados para seu uso, é mantido pelo governo do estado, estando dentro da estrutura da Secretaria de Cultura e, portanto, mantido com recursos governamentais e por verbas provenientes de editais de fomento. Identifica-se como “um lugar de memória, de história e de testemunho de relevantes fatos políticos, sociais, culturais e econômicos do RS.” (<https://cultura.rs.gov.br/sobre-o-museu>). Sendo a mais antiga instituição museal do Rio Grande do Sul, reúne objetos de caráter histórico e regional, atualmente geridas pelas vertentes: modo de vida, relações sociais de produção e história política do estado. Seu acervo é tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), no Livro Tombo de Belas Artes.

As duas instituições têm tido presença no Instagram para divulgar suas ações, oferecer programação, destacar informações sobre o acervo, com o intuito de se comunicar com seus públicos mesmo diante do fechamento temporário à frequência presencial, imposto pela pandemia. É fundamental pontuar que, antes disso, as instituições já possuíam estes canais, mas identificamos que ambas têm feito um uso ainda mais expressivo destas possibilidades comunicacionais.

Os assuntos que têm sido apresentados no Instagram do Centro Histórico-Cultural da Santa Casa são: Experimentações do Patrimônio – Diversidades e Resistência: onde foram tratados os assuntos Patrimônio e Ditadura; Patrimônio, Gênero e Questões Etnico Raciais; Genealogia; Histórias da Saúde; Memórias; CHC Educa, Rodas de Conversa sobre a ocupação dos espaços.

As principais atividades online são: *lives* de palestras com especialistas, atividades musicais, Rodas de conversa, cursos e diálogos. São, também, divulgadas algumas atividades presenciais e para públicos específicos, especialmente infantil e para famílias.

Figura 1 – Conta do Centro Histórico-Cultural da Santa Casa no Instagram



Fonte: <https://www.instagram.com/chcsantacasa/>

No Museu Julio de Castilhos, as programações e os assuntos que têm sido apresentados no Instagram são: Diferença entre respeito e opinião; O que significa a sigla LGBTQIA+?; Mulheres Intelectuais; O Milho na Cultura Brasileira; Acondicionamento (Fique por Dentro); Por que o dia 13 de maio não deve ser comemorado?; Máquina de escrever (Conhecendo o Acervo); É correto falar TRIBO indígena?

As principais atividades online são: *lives* de palestras com especialistas, informações sobre o acervo e sua história e indicação de *pod casts* da diretoria do Museu.

Na proposta de fazer apenas uma amostra de duas instituições as quais acompanhamos a atuação como profissional ou frequentadora, observamos que elas estão cadastradas no Sistema Estadual de Museus (SEM/RS) e registradas na plataforma MuseusBr, do Instituto Brasileiro de Museus<sup>49</sup>.

Pesquisas exclusivas realizadas pelo SEM/RS, apontam que Porto Alegre, a capital do estado do Rio Grande do Sul, e onde se localizam os dois museus observados, tem 82 museus e conta com 1 museu para cada cerca de 18 mil habitantes<sup>50</sup>. No Rio Grande do Sul, são 592 museus para uma população de cerca de 11,5 milhões de habitantes.

Em 2020, segundo pesquisa do SEM/RS<sup>51</sup> sobre os públicos que visitaram museus em 2019, o Museu Julio de Castilhos ocupou o 11º lugar dentre os museus mais visitados no estado com o total de 20.944 pessoas.

---

<sup>49</sup> <https://renim.museus.gov.br/registro-de-museus/atualizacao-dos-dados-e-emissao-do-certificado-de-registro/> (Acesso 16 jun. 2021)

<sup>50</sup> Dados da pesquisa Densidade Museológica do Rio Grande do Sul, que pode ser consultada em: <https://cultura.rs.gov.br/upload/arquivos/carga20210344/27164445-densidade-museologica-do-rio-grande-do-sul-docx.pdf> (Acesso 15 jun. 2021)

<sup>51</sup> Dados da Pesquisa de Público Visitante dos Museus do Rio Grande do Sul, que podem ser consultados em: <https://cultura.rs.gov.br/upload/arquivos/carga20201100/16160038-pesquisa-de-publico-visitante-dos-museus-do-rio-grande-do-sul-2019.pdf> (Acesso 15 jun. 2021).

Figura 2 – Conta do Museu Julio de Castilhos no Instagram



Fonte: [https://www.instagram.com/museu\\_juliodecastilhos/](https://www.instagram.com/museu_juliodecastilhos/)

O breve exame dos dados de duas instituições, a título de exemplo, que realizamos, ainda que somente com caráter indicativo, permite a compreensão de que os gestores de museus têm possibilidades de manter contato com seus públicos ainda que estejam fechados e que cabe aos dirigentes e a seus mantenedores carrear seus esforços para aproximar os museus da comunidade, mantendo sua função social, preferencialmente em união com suas respectivas missões e valores institucionais e, também, fidelizando o público para o museu de portas abertas e participativo que virá.

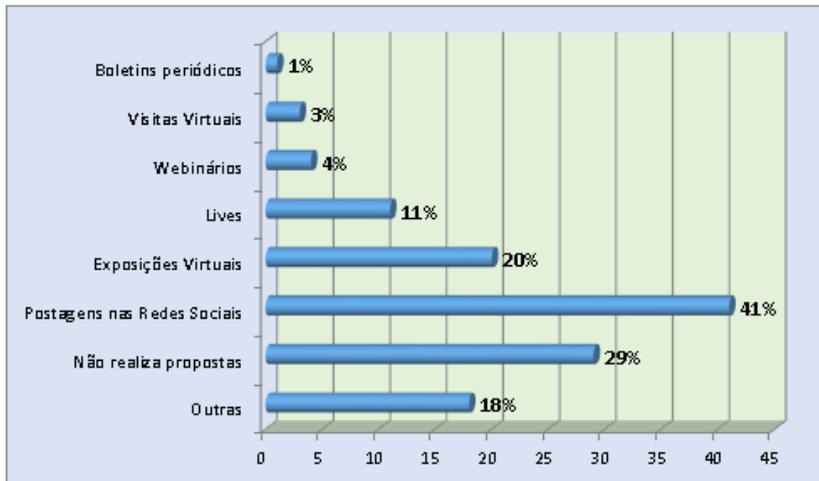
Logramos observar que os termos indicados nas pesquisas do ICOM BR estão presentes nas temáticas que aparecem nas publicações da rede social e nas práticas desenvolvidas nos museus elencados, quais sejam: antirracista, decolonial, inclusivo, instigar, sustentável.

Quanto às tendências de consumo, observamos que os museus podem fazer o dever de casa ao oferecer espaço ao ar livre quando possível, ou ao oferecer ambiente que possa ser possível para realizar atividades lúdicas e a realidade figital (híbrida), por exemplo.

O CHC e o MJC responderam à pesquisa O Impacto da Covid-19 nos Museus do Rio Grande do Sul, realizada a partir do estímulo do ICOM BR e do apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), do Sistema Estadual de Museus e do Colegiado Setorial de Museus. Os resultados foram da aplicação de questionário, enviado a instituições museológicas vinculadas ao Sistema Estadual de Museus do Rio Grande do Sul (SEMRS) e foi formado por perguntas sobre à gestão e rotinas de trabalho no momento de distanciamento. A base foi de 80 questionários respondidos por museus do Estado. Extraído da referida pesquisa, o quadro abaixo destaca as formas de comunicação virtual que as instituições museais travaram com seus públicos durante os meses de maio e junho/2020.

A realização da 19ª Semana Nacional de Museus, cuja temática foi “O Futuro dos Museus – Recuperar e Reimaginar” ocorreu em todo o Brasil entre os dias 17 a 23 de maio de 2021. O CHC apresentou uma programação de oficinas de conservação e *lives* sobre questões educativas e sobre os museus na pandemia completamente feitas de modo virtual.

**Figura 3 - Propostas de Ações desenvolvidas de forma virtual pelas instituições museológicas durante a pandemia**



Fonte: Sistema Estadual de Museus/RS (2020)

(<https://cultura.rs.gov.br/o-impacto-da-covid-19-nos-museus-do-rio-grande-do-sul>)

A Lei de Emergência Cultural Aldir Blanc (Lei nº 14.017/2020) prevê auxílio financeiro emergencial para o setor cultural no sentido de apoiar os profissionais que sofreram impactos em suas atuações e ganhos em razão do distanciamento social por conta da pandemia. A partir da regulamentação do instrumento legal, recursos foram disponibilizados para os estados e municípios para possibilitar a manutenção de espaços culturais, destinação de renda emergencial para trabalhadores do setor e bem como editais e chamadas públicas. No Rio Grande do Sul ocorreu uma mobilização do setor, para a coleta de informações visando um mapeamento que fará parte do Sistema Estadual Unificado de Informações e Indicadores Culturais do RS. Esta legislação também importa aos novos tempos, pois traz auxílio às instituições em momento de dificuldade.

## 5 Considerações

Assim como o âmbito/setor da cultura em geral, o comércio, os serviços e o cotidiano observamos que o advento da pandemia conduziu o funcionamento e acesso aos museus a partir de outras possibilidades que não somente a presencial.

Os lugares mudaram e as pessoas compreenderam que não existe exclusivamente uma visitação presencial. Se antes da pandemia já se exigia a presença dos museus online, o hoje traz a urgência de um museu ainda mais conectado com a comunidade. Inovador? Talvez, mas acima de tudo, que se importa com seus públicos, seus consumidores cada vez mais exigentes.

Os ambientes e as populações tiveram que conviver com situações não vivenciadas anteriormente. O sociólogo Zygmunt Bauman usou o termo “modernidade líquida”, para falar da sociedade dos nossos dias, caracterizada pela aceleração, pelas rápidas mudanças e por incertezas. Isto tem acontecido em escala mundial desde o início de 2020. Na Europa e na América do Norte a população tem voltado a viver de forma mais próxima ao que vivia antes da pandemia. No Brasil, ainda aguarda-se a vacinação mais ampla da população e a redução do número diário de mortes para que assim possamos retomar todas as atividades sem temores.

As novas práticas, os protocolos, tem feito parte do fazer dos museus, e se verifica a necessidade de avançar, de buscar novas experiências, de ampliar o olhar sobre os museus. Hoje o nosso compromisso nos museus vai além da função social para abranger a sustentabilidade econômica e ambiental. Os museus grandes e pequenos podem inovar em atividades para avançar em contato com o público.

Novos caracteres de museus são desenvolvidos para aproximar os públicos. Assim, a possibilidade de um museu *online* permite que ele seja visitado a qualquer horário e permite que as atividades sejam acessadas a qualquer tempo, ou seja, podemos usufruir de algumas programações de museus em momentos diversos, depois e quando quiser, ou seja, cada um no seu tempo.

Tecnologias inovadoras como a blockchein, a impressão em 3D, as possibilidades de uso da realidade aumentada, chegam pouco a

pouco aos museus no mundo, e geram impactos interessantes. Atividades como a *Museum Week* podem nos aproximar de públicos conectados às novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), mas as pessoas que, por motivos diversos (economia, faixa etária, proibições) não têm estes acessos devem ser lembradas pelos gestores culturais. Aos museus cabe pensar em como atingi-las, por este motivo as exposições devem perdurar sendo presenciais e os acessos também virtuais, onde for possível. O pensamento é de fazer interações entre os vários atores, entre os museus e seus públicos.

A pandemia empurrou os museus a uma nova situação de se aproximarem de seus públicos de outras formas, mas todos se aproximam? Onde estão os idosos? Ou os que não tem acesso aos recursos tecnológicos? A presença na internet é, também, a busca por novos públicos ou por públicos que estão distantes dos museus. Vimos proliferarem as visitas virtuais aos museus, os acessos às exposições, às pesquisas, ao trabalho interno nos museus, ao mesmo tempo em que os museus puderam parar para executar obrigações cotidianas que eram impossíveis dentre todas as demais já habituais.

As práticas dos museus que se acercam destes conceitos de ecomuseu são atuais. Nos aproximamos das redes de colaboração e solidariedade de sua caracterização. Mas a comunidade se aproxima do museu como a Nova Museologia pensou ao encerrar o século XX?

Na inovação não tratamos somente de novas tecnologias, mas de agregar as novas tecnologias nos parece ser a atualidade dos museus e não mais o futuro.

No exercício que realizamos, observamos a gestão em museus oportunizar a inclusão de propostas inovadoras, apropriar-se de termos atualizados que são importantes para a nova conceituação do museu e pensar que as pessoas saem da pandemia com novos desejos.

Na proposta de ilustrar como dois museus têm feito seus contatos com os públicos, observou-se que as temáticas são construtivas, diversificadas e abrangentes para a aproximação com os públicos. Apesar de um deles ser público e o outro privado, exatamente a intenção para dar uma amostra das possibilidades, podemos apontar diferenciações entre eles, contudo a questão de consumo e inovação está presente aqui. A interatividade está representada no volume de acessos, ambos os museus participaram da pesquisa do SEM/RS sobre a Covid. O Museu Julio de Castilhos percebeu recursos advindos da Lei

Aldir Blanc que teve dentre suas possibilidades o atendimento a novas tecnologias. Eles têm experiência com público, são museus grandes e com variadas programações, que sustentam suas aproximações com a sociedade e reforçam suas possibilidades de sustentabilidade e de presença e reconhecimento pela sociedade, demonstrando que é possível sim, aos museus, inovar e trabalhar junto da comunidade, ainda que os exemplos sejam do museu mais antigo e o outro um dos mais novos do estado do Rio Grande do Sul.

Somos sabedores de que os pequenos museus têm dificuldades com equipamentos, recursos humanos e materiais, no entanto estão tendo que se adaptar aos seus fechamentos forçados e a se reinventarem para atender aos protocolos de reabertura que tem se dado em todas as localidades.

Lembramos que há dentre os públicos, as pessoas com deficiência e as pessoas com altas habilidades que visitam os museus e que também precisam estar incluídos e atendidos pelas programações *online*.

A pandemia impulsionou um caminhar de trazer questões inovadoras para os museus e as tecnologias começaram a ser absorvidas pelos museus. Inovação não é só tecnologia, mas também é. Com uma determinada demora, a inovação pode aparecer nas instituições durante, e após a pandemia, pois eles começam a pensar que podem ir até o público e não só o público chegar fisicamente até os museus. As tecnologias levam a sensação de que o museu está sempre aberto e é este o impacto positivo que podemos assimilar para os museus.

## **Bibliografia**

Almeida, C. (2013) *Plano Museológico – Marco de Regulação da gestão museal no Brasil*. In: Seminário Internacional sobre Gestão Museológica: Questões Teóricas e Práticas. Brasília: Câmara dos Deputados.

Bauman, Z. (2001) *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.

Duarte Cândido, M. (2018) *Gestão de Museus: O Museu do Século XXI* In: Duarte Cândido, M. [et al]. *O Museu e seus saberes*. Organização de Sheila Elias Vilela; Direção de Márcia Pires – Goiânia: SEDUCE.

*Decreto n. 8.124, de 17 de outubro de 2013* (2013) Regulamenta dispositivos da Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, e da Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM. Brasília. 2013. Recuperado em 12 junho, 2021, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2011-2014/2013/decreto/d8124.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2013/decreto/d8124.htm).

Desvalées, A. & Mairesse, F. (2013) *Conceitos-chave de Museologia*. São Paulo: ICOM BR e Secretaria de Estado da Cultura.

*Lei n. 11.904, de 14 de janeiro de 2009* (2009). Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Brasília. 2009. Recuperado em 12 junho, 2021, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm).

*Lei n. 14.017, de 29 de junho de 2020* (2020). Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. Brasília. 2020. Recuperado em 20 junho, 2021, de <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.017-de-29-de-junho-de-2020-264166628>

Moutinho, M. (2014) *Definição Evolutiva de Sociomuseologia: proposta de reflexão*. In: Cadernos do CEOM, Museologia Social, Chapecó, ano 27, n. 41, p. 423-427, dez. 2014.

Primo, J. (1999) *Museologia e Patrimônio: Documentos Fundamentais – Organização e Apresentação*. Cadernos de Sociomuseologia/ nº 15, Págs.95-104; ULHT, 1999; Lisboa, Portugal. Tradução: Marcelo M. Araújo e Maria Cristina Bruno.

Tidd, J. & Bessant, J. (2015) *Gestão da Inovação*. Porto Alegre: Bookman.

Varine, Hugues & Filipe, Graça (2015). *Qual o Futuro para os Ecomuseus?* En Cândido, Manuelina Maria Duarte & Ruoso, Carolina. *Museus e Patrimônio: experiências e devires*. Recife: Editora Massangana

Westbrook, G. & Angus, Alison. (2021). 10 principais tendências globais de consumo. *Euromonitor Internacional*, 49 páginas.