



Marilúcia Bottallo

Poder, cultura e tecnologia:

O museu de arte e a sociedade de comunicação

(1) *Tal definição foi discutida, entre outros por Laymert Garcia dos Santos que defende a necessidade de uma **politização da tecnologia**, pois o pós-humano implicaria em uma redefinição do futuro do humano, seja por meio de sua superação valendo-se da inteligência artificial e da robótica, seja pela biogenética ou pela biotecnologia. Conferir: Demasiadamente Pós-Humano. Entrevista conduzida pelo grupo de pesquisa “Conhecimento, Tecnologia e Mercado”. Revista Novos Estudos, CEBRAP, n.72[161-175] Julho de 2005.*

(2) *Por uma determinação metodológica, escolhemos abordar apenas uma determinada tipologia de museus: os museus de arte moderna e contemporânea. No entanto, muitas das considerações teóricas apresentadas poderiam ser aplicadas a outras tipologias de museus tradicionais.*

Marilúcia Bottallo é Museóloga, Mestre em Artes e doutoranda em Ciências da Informação pela ECA/USP. Atua no MAM/SP, Pinacoteca do Estado/SP, NMAA – Smithsonian Institution e MAE/USP. Leciona sobre Documentação Museológica e Ética Aplicada à Gestão Patrimonial. Coordenadora de Implantação do Núcleo de Documentação e Pesquisa do Instituto de Arte Contemporânea e Coordenadora do Centro de Memória / Fundação Bunge.

Resumo

Este texto analisa as relações entre poder, cultura e tecnologia e os processos de Comunicação Museológica, em especial, a recepção midiática proposta pelos museus de arte. Pensamos o papel dos museus instalado na passagem entre a ruína das propostas utópicas modernas e uma possível heterotopia pós-moderna. Refletimos sobre a Cultura como forma de resistência do princípio de realidade tendo a Arte - musealizada - como vetor.

Introdução

As intrincadas questões conceituais que vinculam e identificam as relações *Poder, Cultura e Tecnologia* têm sido debatidos nos seus mais variados aspectos teóricos e aplicados. Dentro desse universo vasto refletimos de maneira pontual e aplicada um elemento pontual: a Museologia. Propomos uma análise baseada na relação Poder, Cultura e Tecnologia e o fenômeno da *Comunicação Museológica* e, mais especificamente, de uma espécie particular de *Recepção Midiática*: aquela proposta pelo **Museu de Arte**. Esta decomposição se justifica na medida em que tais fenômenos – em si e vinculados – permitem a percepção de um mundo que se transformou e propõe novas sensibilidades. O foco de abordagem se dará, em especial, no que tange às diferenças que avaliam tais fenômenos como modernos ou pós-modernos – e suas variações semânticas e conceituais. Os agentes do processo de comunicação – produtor, receptor e, mesmo a questão tecnológica – foram abordados de maneira a trazer à tona a compreensão de que tal processo é essencialmente relacional.

O processo de desenvolvimento dos *media* passou do código escrito para a comunicação de massa, em particular nos últimos 200 anos da história da humanidade. Nos últimos 50 anos, entramos para o universo das chamadas novas tecnologias que implicam – para além do uso da codificação de imagens – a criação de imagens virtuais e da simulação perdendo o referencial no corpo físico, por conseguinte, no humano. Muitos autores qualificam essas novas tecnologias e a maneira como afetam as relações mediadas como base da era do pós-humano¹.

Naquilo que nos interessa, foi possível orientar tais discussões com base na avaliação do comportamento das instituições e, mais particularmente, do fenômeno artístico frente a um mundo em constante transformação. Considerando tais pressupostos, apresentamos uma reflexão sobre a instituição museológica² e o seu relacionamento com as artes moderna e contemporânea.

Este exame conceitual dialoga, em especial, com o texto *A Sociedade Transparente* de Gianni Vattimo. A questão que se coloca é como a Museologia, e



em especial, os museus que expõem *Arte Contemporânea* vêm lidando com a questão da *Cultura* e sua relação com a sociedade de comunicação e o que isso pode significar na constituição – e/ou na revisão – de um *sistema de ações museológicas aplicadas*. Em outras palavras, a relação dos museus de arte contemporânea com os *mass media* pode implicar numa eventual verificação de linhas teóricas e pragmáticas nas áreas aplicadas da museologia: documentação museológica, conservação preventiva, restauração, ação educativa, expografia, curadoria de exposições, avaliação, pesquisa de público, publicações feitas pela instituição, entre outros. Da mesma forma, o pensamento teórico necessita de verificação, já que o conceito *Museu* se ampliou e as reflexões sobre seu papel têm se intensificado, seja pela necessidade de acompanhar algumas propostas advindas dos *mass media*, seja para se posicionar frente a esse fenômeno. Tal proposta pretende dialogar com o texto de Gianni Vattimo, já que ele propõe justamente encontrar na arte, seja no Stoss Heideggeriano, seja no Shock Benjaminiano, a via de resistência e de passagem de uma Utopia Moderna para uma possível Heterotopia Pós-Moderna³.

Museu, Cultura e Comunicação de Massa

O raciocínio conceitual que aborda os museus como meios de comunicação já não é tão novo. Há, dentre as definições de *Museu* dadas pela UNESCO, uma que o qualifica como “um *meio de comunicação*, o único dependente da linguagem não verbal, de objetos e de fenômenos demonstráveis.”⁴ Mesmo considerada uma instituição ligada à preservação da Cultura – e, mais especificamente, da chamada Alta Cultura⁵ ou cultura de elite – o museu se reinscreveu na sociedade da *Comunicação* como instituição inquestionável. A despeito dos eventuais embates com o mercado, em particular, propostos pelas artes moderna e contemporânea, o museu não é mais uma instituição a ser questionada como permanência orgânica. Pelo contrário, sua forma/estrutura propõe uma nova conjunção de interesses com outras mídias, e também com outros setores da indústria cultural, permitindo que várias poéticas utilizem o museu como espaço de ratificação. O que não significa que a arte contemporânea não suscite novas questões, principalmente em relação a valores estabelecidos, tais como: patrimônio, o que pode ser musealizado/colecionado, como expor e conservar entre outras questões.

Se formos considerar todos os agentes implicados no processo que reconhecemos como *museologia* aplicada será preciso, antes, definir o conceito de museologia que orienta o raciocínio com o qual lidamos. De acordo com Waldisa Rússio, Museologia é a ciência que busca estudar e compreender os fenômenos *vinculados* ao fato museal. E, fato museal caracteriza-se como “a relação profunda entre o Homem, sujeito que conhece, e o objeto, parte da realidade à qual o ser humano também pertence e sobre a qual tem poder de agir, relação esta que se processa em um cenário institucionalizado e ideal: o museu.” (Rússio, 1990, pg.7).

Ainda, segundo a teoria museológica baseada no fato museal, é necessário extrair dentre os vestígios, marcas e testemunhos da presença do ser humano sobre a realidade, aqueles que se destacam no meio da massa de objetos criada constantemente. Tais objetos musealizados se caracterizam por possuírem algum grau de significação percebida nos seus aspectos de Documentalidade, Testemunhalidade e Fidelidade. Dessa maneira, o processo de musealização, através da manutenção da integridade física e da informação (registro), permite a apreensão transformada

(3) Ver Anexo I ao final do artigo.

(4) Ver Anexo II ao final do artigo.

(5) Ver Anexo III ao final do artigo.



dos sentidos dos objetos em outros tempos e espaços. Portanto, entendemos a Museologia como um processo comunicacional dinâmico que, ao retirar determinados objetos da vida cotidiana, permite que seu potencial informativo seja otimizado. Além disso, a Museologia vale-se do museu não como ambiente neutro – receptáculo da possibilidade de relação – mas, ao contrário, como condição para sistematizar as formas de apreensão do conhecimento e de recriação das diversas memórias, apresentando sua interpretação sobre os fenômenos da realidade.⁶ Nesse sentido, o museu é uma *mídia* cujos contornos definem um tipo específico de relação: a museológica.

As relações entre poder, cultura e tecnologia se acentuam no universo museológico, sobretudo, quando se trata de museus de arte, justamente pelo vínculo que estabelecem com o conhecimento, o acesso a ele e, mais vinculado ao mundo capitalista (de maneira indireta, mas efetiva), ao mercado de arte. Os museus de arte contemporânea parecem ainda mais expostos a essa condição de vulnerabilidade.

No ambiente museológico, os objetos, obras e referências artísticas e patrimoniais, acentuam a diferença que Abraham Moles estabelece entre objeto-função e objeto-comunicação semelhante ao que ocorre com o processo de musealização. O autor trabalha com a distinção entre os papéis sociais que o objeto cumpre e afirma que este se tornou um mediador essencial do corpo social, mas determina certas distinções baseadas em categorias sociológicas que percebem: o objeto em si; isolado; em grupos; em massa. Tais categorias estabelecem: “O *objeto em si*: indivíduo ao qual se refere o sistema de coordenadas, observador que acompanha o objeto em suas transformações e se identifica com ele; objeto isolado: *objeto situado* em um contexto, em um marco; *objeto em grupos*: constituem um *set* ou conjunto inter-relacionado; *objetos em massa*: formam um conjunto desprovido da propriedade da relação mútua.” (Moles, 1975, pg.24-25).

Assim, podemos considerar, a partir da teoria de Moles, que a materialidade do objeto é apenas uma de suas fisionomias possíveis, logo, em se tratando de obras de arte, temos um universo de possibilidades interpretativas. De acordo com o autor, o objeto também se refere a um aspecto de resistência ao indivíduo – aquilo que é pensado em oposição ao ser pensante ou sujeito – e, finalmente, refere-se à idéia de permanência, ligada à de inércia.

Entendemos, nesse caso, objetos artísticos tanto aqueles que possuem forma material bem como o registro (como forma de retenção ou interpretação do gesto artístico) de formas expressivas imateriais.

Como meio de comunicação, o princípio diferenciador do museu e da exposição museológica em relação a outros veículos, verifica-se na própria constituição da arte enquanto tal e que se distingue, acima de tudo, dos produtos publicitários criados com a finalidade de intermediação – diferente da criação publicitária – entre o produto e o consumidor.

De acordo com Deleuze e Guattari, a obra de arte tem por característica uma autonomia muito grande: “a coisa tornou-se, desde o início, independente de seu ‘modelo’, mas ela é independente também de outros personagens eventuais, que são eles próprios coisas-artistas, personagens de pintura respirando este ar de pintura. E ela não é dependente do espectador ou do auditor atuais, que se limitam a experimentá-la, num segundo momento, se têm força suficiente. E o criador, então?

(6) Realidade aqui é entendida como uma forma de percepção exterior experimentada de maneira imediata ou não, mas, também, como uma forma de conhecimento de algo existente no tempo e/ou no espaço, portanto, considerando o real das sensações, o que difere de uma possível definição do conceito de verdade.

Ela é independente do criador, pela auto-posição do criado, que se conserva em si.” (Deleuze & Guattari, 1993, pg.213).

A definição acima permite compreender o diapasão no qual atua a museologia: por um lado o museu como meio de comunicação, por outro a arte que, mesmo que estruturada como linguagem, prescinde da tarefa da comunicação. A arte, mesmo quando recebe reverberações do mercado ou ainda, quando estende seus efeitos sobre ele e vice-versa, mantém-se – quando autêntica – independente da lógica do consumo. O objeto museológico e mais especificamente, a *obra de arte no museu*, ajudam a constituir um discurso em oposição à lógica do consumo baseada nos moldes da ‘aquisição-consumo-descarte’.

Cabe ressaltar que, no museu, não se trata do consumo da obra em si – o processo de aquisição por compradores/colecionadores de uma determinada produção – mas da possibilidade de apropriação dos valores expressos pela obra de arte e que não se restringem a um objetivo imediato – mensagem – esperado pela publicidade que gera o consumo. Poderíamos defender que a relação museológica, mesmo inserida no universo da comunicação de massa, pode ser considerada como uma forma autêntica de apropriação de conteúdos simbólicos da arte. Dessa maneira, não consideramos o museu – nem mesmo as exposições museológicas – como um meio de comunicação de massa, em especial porque a experiência museológica não pode ser medida com os mesmos instrumentos utilizados para verificar a efetividade de qualquer *media* comercial: seja pelo aumento das vendas ou o resultado da veiculação de idéias através de pesquisas de opinião calculadas sobre o princípio da amostragem. O conhecimento do potencial de transformação e de reinvenção dos meios sensíveis nos museus será dificilmente avaliado porque se caracteriza, em primeiro lugar, como uma experiência individual.

Recepção e inclusão nos Museus de Arte

Os estudos de comunicação vêm apontando para a possibilidade de compreensão de uma relação mais fluida entre emissor e receptor permitindo-se pensar uma eventual resistência a um conteúdo de contornos fechados, restabelecendo um espaço de conflito. Por isso, o processo de comunicação não se daria de forma tão passiva. De acordo com Mauro Wilton de Sousa “recepção e passividade, caixa vazia, elo final de um processo de captura, são, entre outros, termos indicativos do desequilíbrio da relação emissor-receptor e da limitação de seu uso.” O autor propõe que há um viver social contemporâneo cujas lógicas propositivas são distintas. Dessa forma, são pensadas novas práticas sociais que implicam em relações sociais em permanente mudança, mas que não descartam a necessidade de inclusão a um todo social, mesmo que construído por agentes plurais e diversos. (Sousa, 2001, pg.48-49).

Tal pensamento encontra eco em Gianni Vattimo que afirma que “a intensificação das possibilidades de informação sobre a realidade nos seus mais variados aspectos torna cada vez menos concebível a própria idéia de realidade. (...) Realidade, para nós, é o resultado do cruzamento, da ‘contaminação’ (no sentido latino) das múltiplas imagens, interpretações, reconstruções que, em concorrência entre si ou, seja como for, sem qualquer coordenação central, os *media* distribuem. (...) na sociedade dos *media*, em vez de um ideal de emancipação modelado pela auto-consciência completamente definida, (...) abre caminho a um ideal de emancipação



que tem antes na sua base a oscilação, a pluralidade, e por fim o desgaste do próprio ‘princípio de realidade’.” (Vattimo, 1992, pg.13).

Creio que a problemática que se apresenta para o museu, na atualidade, seja semelhante àquelas indicadas por Sousa – na associação entre recepção e necessidade de inclusão – e por Vattimo – crença no princípio metafísico de realidade. Se por um lado, vivemos a oportunidade de contato com o objeto como sinônimo de ‘dado objetivo’, por outro o museu também se vê envolto e contaminado por uma enxurrada de múltiplas imagens.

Na passagem de um mundo Moderno para um eventual Pós-Moderno vimos nos defrontando com a imposição de grupos que reclamam por representatividade seja nos *mass media*, seja, neste caso, nos museus. A partir dessa constatação, muitos museus – destacadamente museus norte-americanos e canadenses – trabalharam intensamente ao longo de toda a década de 1990, entendendo que seria necessário resolver o problema da inclusão – de minorias – através da demonstração via exposições de um elenco de formas culturais mostradas como contraponto umas das outras. Uma parte expressiva dessa discussão está centrada em uma abordagem na qual podemos identificar um enfrentamento das manifestações de caráter universal e impessoal e a presença das minorias e suas culturas como o ‘local emancipador’ em enfrentamento com o global e, portanto, o dialeto em nova forma, tal qual sugere Vattimo.

Obviamente, a museologia já reconheceu que tal amostragem não foi efetiva seja do ponto de vista da educação (patrimonial), nem resolveu o problema da inclusão. Desse modo, mais uma vez o museu partilhou de uma preocupação de caráter antropológico que atingiu a comunicação. Se considerarmos que a museologia, como ciência aplicada, se constitui em um ramo da antropologia (o estudo da relação entre Homem e objeto em um cenário institucionalizado e ideal), nos dispomos a entender como propõe Vattimo, que as ciências experimentais e ‘técnicas’ (manipuladoras dos dados naturais), “constituem mais o seu objeto do que exploram um ‘real’, já constituído e ordenado (...). Estas não são apenas uma nova forma de enfrentar um fenômeno ‘externo’, o homem e suas instituições, dado desde sempre; mas tornaram-se possíveis, nos seus métodos e no seu ideal cognitivo, pela transformação da vida individual e associada, pela constituição de um modo de existir social que, por sua vez, é plasmado diretamente pelas formas de comunicação modernas.” (Vattimo, 1992, pg.19).

Avançando nas idéias propostas por Vattimo, podemos supor novamente, uma coincidência de reflexões sobre a questão da inclusão na museologia com base no mesmo raciocínio elaborado para exame e crítica dos meios de comunicação. Diz o autor que, “o desenvolvimento intenso das ciências humanas e a intensificação da comunicação social não parecem produzir um aumento da autotransparência da sociedade, mas, pelo contrário, parecem funcionar em sentido oposto. (...) E, no entanto, a impossibilidade de fazer verdadeiramente uma história universal, por exemplo, perante a qual se encontram os historiadores da contemporaneidade, não parece ligada principalmente a limites deste tipo, mas a razões opostas; há uma espécie de entropia ligada à própria multiplicação dos centros de história, isto é, dos lugares de recolha, unificação e transmissão de informações.” (Vattimo, 1992, pg.29).

Creio que podemos supor analogias diretas com o museu como uma das

instituições de ‘recolha, unificação e transmissão de informações’, o que estaria de acordo com a própria definição de museu dada pelo ICOM e apresentada anteriormente. Nesse sentido, a obra de arte contemporânea revela de maneira inequívoca os limites institucionais dos museus criando constrangimentos à lógica e aos ideais acima descritos. Ela foge a quaisquer limitações de caráter entrópico revelando, ainda, o próprio museu como estrutura. Ainda que muitas manifestações artísticas se valham do museu para que haja uma ratificação das próprias propostas poéticas, faz sua crítica ao mesmo tempo em que o recoloca em uma estrutura social fluida, irregular – pós-moderna.

Vattimo, ao avaliar o problema da ‘verdade’ em ciências humanas, permite que pensemos como essa questão é primordial para o universo museológico. Diz o autor que “a lógica com base na qual se pode descrever e avaliar criticamente o saber das ciências humanas, e a possível ‘verdade’ do mundo da comunicação mediatizada, é uma lógica ‘hermenêutica’, que procura a verdade como continuidade, ‘correspondência’, diálogo entre os textos, e não como conformidade do enunciado a um mítico estado de coisas. E esta lógica é tanto mais rigorosa quanto menos se deixa impor como definitivo, um certo sistema de símbolos, uma certa ‘narração’. (...) se (já?) não pudermos iludir-nos sobre a possibilidade de revelar as mentiras das ideologias e atingir um fundamento último e estável, podemos, porém, explicitar o caráter plural das ‘narrações’, fazê-lo agir como elemento de libertação da rigidez das narrações monológicas, dos sistemas dogmáticos do mito.” (Vattimo, 1992, pg.33).

Com base nesse raciocínio podemos avaliar a implosão do Museu Moderno – constituído com a Revolução Burguesa e a criação do Louvre. Mesmo o museu de arte – arte moderna inclusa – manteve a tendência para as grandes narrativas, desde o século XIX até o início dos anos 2000, quando, então, passou-se a fazer a crítica da inserção de objetos nos seus chamados ‘contextos’ e/ou ‘cenários’ reprodutores tanto da narrativa monológica como dos sistemas dogmáticos.

O museu, até hoje, tem a capacidade de funcionar como ratificador de verdades por trabalhar com objetos, ou seja, com testemunhos materiais da passagem do ser humano sobre a vida. Em função disso, autores que trabalharam a questão do museu, o trataram desde um dos aparelhos ideológicos do estado⁷ – e nisso coincide com muitas avaliações dos procedimentos dos *mass media* – como mausolés (numa clara associação fonética), mas que o indicava como sepulcro de obras de arte justamente por testemunharem a neutralização da cultura. (Adorno, 1953).⁸

No entanto, de acordo com Theodor Adorno, na avaliação de Paul Valéry, a tentativa de repor as obras de arte em seu ambiente natural pode ser ainda mais perigosa e foi classificada pelo autor como sofisticação que causa mais danos à arte do que o próprio colecionismo. Com esse tipo de argumento reitera a importância do ambiente sem o qual, qualquer arte não tem valor, mas preocupa-se em distinguir ambiente de “atmosfera”. Esta seria a falsificação provocada pelas ambientações que considera um romantismo sem esperança e uma modernização do passado que apenas o violenta e danifica. Portanto, qualquer tentativa de recuperar o original é sempre falsa.

O museu, para Paul Valéry, expressa um tom conservador no que diz respeito à cultura e classifica-o como local onde a arte torna-se assunto de educação e informação. Diz o autor que “Vênus se transforma em documento. E a erudição

(7) Louis Althusser trabalha a questão das instituições como a igreja e a escola, mas não aborda explicitamente o Museu. A inclusão desta instituição com base na análise de Althusser foi feita por esta autora no texto “Os museus tradicionais na sociedade contemporânea: Uma revisão”. *Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia*, São Paulo, 1995, pp.283-287.

(8) Nesse texto, Adorno contrapõe os pontos de vista de Paul Valéry – crítico vigoroso do museu – e de Marcel Proust, que vê nos mesmos fenômenos apontados por Valéry a grande riqueza dos museus, ou seja, a possibilidade de reflexão baseada na relação com objetos testemunhos que não fazem mais parte da vida cotidiana e, por isso, despidas da urgência de suas funções primárias.



seria, em matéria de arte, uma espécie de derrota.”⁹

Na seqüência do texto contrapõe Paul Valéry a Marcel Proust, para quem também no museu há uma referência à mortalidade dos artefatos comparando-o a uma estação de trem: faz parte da vida da cidade, mas está afastado do cotidiano. De modo que, é por essa característica que ele dá valor ao *ato do espírito* que isolou as obras de seu ambiente natural. Para ele “a obra de arte vista durante o jantar não nos presenteia com a mesma alegria inebriante que somente se pode esperar no salão do museu, que simboliza muito melhor, em sua nudez e abstinência sóbria de todos os detalhes, os espaços interiores onde o artista se recolhe para criar”. Poderíamos considerar também, como crítica, que a experiência da ambientação nos museus é afetada e pretensiosa em relação ao passado.

Não obstante, ambos os autores citados por Adorno, incluindo-o, tratam a questão do museu como um local fatalmente atrelado aos valores de uma verdade universal já que têm como referência os objetos, testemunhos de uma experiência e resultado concreto da interferência humana na construção do seu próprio destino. Da mesma forma, há uma crítica moderna que culmina no raciocínio da imprescindível morte da arte, pois ela deveria estar inserida no cotidiano. Por isso, a experiência do museu, oposta àquela do cotidiano é relacionada ao sepulcro, mausoléu porque diferente da vida.

Dentro de uma pauta moderna que rejeitou a ambientação e o historicismo adequando-se às exigências de uma concepção moderna de vida, vimos, ao longo do século XX, sobretudo depois de 1919 como a intervenção decisiva da síntese ideológica proposta pela Bauhaus na arquitetura e no design de interiores, a criação e adequação de museus que procuraram alternativas à narrativa cronológica. Uma de suas vertentes desse raciocínio aplicado a prática museológica foi aquela do museu de museografia – ou expografia – neutra reiterando mais fortemente o caráter artificial do museu.

No entanto, a museografia neutra, longe de sê-la, de alguma forma, também pretendia devolver a obra à sua originalidade e ao apreciador a possibilidade de acesso a conteúdos especificamente relacionados àquele objeto de arte. Adorno aponta a percepção dessa impossibilidade na leitura de Paul Valéry e de Marcel Proust que percebem a rejeição mútua entre obras já que, quanto mais proporcionam prazer (estético) mais criam inimizade entre si. Em Valéry o museu é a barbárie, pois perturba a expressão da obra e em Proust é na morte das obras que elas são despertadas para a vida ressaltando, nessa condição, seu aspecto trágico.

Para Adorno, a experiência do visitante do museu fica reduzida a uma forma de catalogação das criações sem a verdadeira experiência da arte. O Museu é visto como inventário e como local de educação, logo, a questão da cultura fica reduzida.

Desse modo, passamos a entender a reação de muitos movimentos artísticos que propunham o fim das instituições ou das estruturas. Movimentos de vanguarda como o Futurismo Italiano, por exemplo, que propõe a destruição dos museus. Diz Marinetti (1876-1944) no item 10 do Manifesto Futurista: “Nós destruiremos os museus, as bibliotecas, academias de todo tipo, lutaremos contra o moralismo, o feminismo e toda covardice oportunista ou utilitária.”¹⁰

Adorno se preocupa, no texto em questão, em apontar as contradições do museu como estrutura estabelecida no âmbito da alta cultura e seu espraio

(9) Adorno baseia-se no texto ‘Le problème des musées’ de Paul Valéry, parte da coletânea *Pièces sur l’Art*.

(10) O Manifesto Futurista foi escrito por Filippo Tommaso Marinetti e publicado originalmente no jornal francês *Le Figaro* em 1909 marcando a fundação do Movimento Futurista nos primórdios da Arte Moderna.

para as próprias obras. Sua questão se concentra em uma suposta inabilidade em permitir a fruição plena da arte e remete a conceitos que vêm desde a cultura medieval associado ao prazer no contato com as obras de arte.

Partindo para uma visão pós-moderna na avaliação da arte, consideramos que, nas suas diversas formas de expressão, a arte passa a se expressar em um mundo que se modificou e no qual o projeto moderno tomou uma nova forma e se converteu em um mundo pós-moderno.

De acordo com Frederic Jameson o pós-modernismo é difícil de definir, pois suas expressões artísticas são, em geral, tão distintas quanto foram as diferentes interpretações que os artistas pós-modernos propuseram como forma de reação ao chamado Alto Modernismo (Jameson, 1983).

Outra característica pós-moderna – seja da arte como de outras instituições – é a perda de força de algumas distinções e erosões tanto entre as expressões, categorias e gêneros artísticos bem como entre as chamadas alta-cultura, cultura popular e cultura de massa. Para Jameson essa é grande conquista pós-moderna, pois se rompeu com a preservação de uma cultura de elite e esta foi (ou tem sido) contaminada com o filistismo e o kitsch, as séries televisivas ou o que chamou de cultura reader's digest.

Logo, para o autor, o Pós-Moderno não é a descrição de um estilo particular, mas sim um conceito periodizante cuja função está correlacionada à emergência de um novo tipo de vida social e de uma nova ordem econômica.

Uma das práticas mais significativas do pós-modernismo, segundo Jameson é o pastiche, que esclarece, é diferente da paródia. Segundo o autor, a paródia aproveita e capitaliza aquilo que é único, por exemplo, em um estilo, e aumenta suas idiossincrasias e maneirismos. Mas, ainda, reconhece a existência de uma norma lingüística. O pastiche surge, porém, quando a própria norma não faz mais sentido. Dessa forma, o pastiche seria uma “paródia neutra que perdeu o senso de humor”. O pastiche corresponde a um mundo no qual a inovação estilística não é mais possível. Em vista disto, o que resta é imitar estilos mortos, através de máscaras e com as vozes dos estilos recolhidos do museu imaginário.

Conseqüentemente, o pós-modernismo em arte trata da própria arte, porém, de uma forma diferente. Ou seja, suas mensagens essenciais envolverão a inevitável falha da arte enquanto tal e da estética, a falha do novo e o aprisionamento do passado. Como exemplo do pastiche como algo que não pertence à alta cultura, mas está inserido, principalmente, na cultura de massa, cita os ‘filmes nostálgicos’: American Graffiti, Chinatown, mas também Star Wars, nos quais há uma atmosfera e peculiaridades estilísticas do passado, mas também recapitulam experiências culturais de gerações anteriores, como aquelas dos anos 1930 e 1950 que assistiam filmes sobre alienígenas e séries como Buck Rogers.

Para Jameson teóricos sociais, psicanalistas e lingüistas, bem como os teóricos na área da cultura que analisam mudanças tanto culturais como formais, que exploram a noção de que o indivíduo ou o sujeito individual está morto, derivam em duas posições: 1ª) o velho sujeito burguês típico da era clássica do capitalismo competitivo, ligado a família nuclear e a emergência da burguesia como classe social hegemônica não existe mais; 2ª) esse sujeito pode nunca ter existido. Disso decorre um dilema estético: se a experiência e a ideologia do self individual, que informou a prática estilística do modernismo clássico nunca existiu ou mesmo aca-



bou, então, não está mais claro o que artistas do período presente estariam fazendo.

Em uma segunda feição do pós-modernismo que alguns chamam textualidade, Jameson chama de esquizofrenia, considerada (resumidamente) como uma desordem de linguagem, conceito primeiro baseado em Jacques Lacan. Ou seja, porque a linguagem tem um passado e um presente, porque a sentença se move no tempo é que podemos ter o que parece ser uma experiência concreta ou uma experiência vivida no tempo. Mas, como a esquizofrenia não permite articulação de linguagem, não é mais possível uma experiência que tenha continuidade temporal. Por isso, ela é uma experiência isolada, desconectada, de material de significado descontínuo que não se relaciona numa seqüência coerente. No entanto, pode proporcionar uma experiência muito mais intensa não importando qual o passado que se apresente, desde que nosso presente seja sempre parte de uma gama maior de projetos que nos force a, seletivamente, focar nossa percepção. Como não existe continuidade temporal, a experiência do presente se torna poderosa, vívida e “material”. O isolamento torna o significado ainda mais material: literal. Desse modo, por exemplo, o foto-realismo (hiper realismo) parecia representar um retorno à representação depois do expressionismo abstrato até que se prestou atenção que aquelas pinturas não eram tampouco realistas desde que aquilo que elas representam não é o mundo exterior, mas uma ‘fotografia’ do mundo exterior, ou seja, sua imagem.

Para comparar tais noções com a realidade dos museus de arte, destacadamente, aqueles que lidam com as linguagens moderna e contemporânea pode-se aferir que o museu começa a ser visto como uma estrutura a ser revelada. Surgem meta-exposições que analisam o papel dos museus na sociedade, na sua relação com a arte. De acordo com Débora J. Meijers se há algum lugar onde o significado de um trabalho individual é determinado, então ele é o local que lhe é conferido entre outros trabalhos (Meijers, 1996, p.8).

Ainda, de acordo com a autora, com base na afirmação acima, amplamente aceita por vários protagonistas do mundo museológico tais como curadores, diretores e conservadores de museus, a especulação sobre a arte na sua montagem e colocação no cenário museológico tendeu para o desenvolvimento das exposições que classificou como ‘a-históricas’¹¹. Para Meijers a característica das exposições a-históricas está em que “apesar de todas suas diferenças, [elas] têm em comum o fato de abandonarem o tradicional arranjo cronológico. O objetivo é revelar correspondências entre trabalhos que podem pertencer a períodos e culturas distintas. Essas afinidades superam os limites cronológicos bem como as tradicionais categorias de estilo implementadas pela história da arte. (Meijers, 1996).

No entanto, ao pretender criar ‘vínculos’ entre as ‘verdades’ permanentes ou imanentes das obras de arte de todos os tempos, as curadorias de exposições a-históricas revelam uma linha de raciocínio tão particular que poderiam inscrever-se como instalações, ou criações artísticas e não como curadoria de exposições. Apesar do caráter auto-elogioso, a exposição a-histórica permite uma auto-reflexão e uma auto-referência sobre as possibilidades da exposição museológica, alinhando-se com um raciocínio pós-moderno. Ampliaram-se o número de exposições que usam o próprio museu como objeto de representação e, com isso, cresceu uma tendência antropológica na abordagem da arte contemporânea em oposição a uma

(11) Tais exposições tiveram grande espraiamento e força conceitual ao longo dos anos 1990.

tendência historicista que verificamos nas exposições dos museus de Belas Artes, mais preocupados com a questão educativa, buscando uma narrativa a partir de cronologia pré-estabelecida.

Conclusão

No universo contemporâneo, ou pós-moderno, as exposições não se resumem apenas a expor objetos artísticos, mas incluem manifestações artísticas ou de caráter estético. Porém, a transformação de raciocínio mais radical, em relação ao modelo moderno de cultura e sociedade é que o museu não é mais questionado como permanência orgânica, mas, acima de tudo, na sua forma/estrutura passou a ser o canal catalisador de uma nova conjunção de interesses com outras mídias, e também com outros setores da indústria cultural. Em oposição a um raciocínio moderno, para muitos artistas, tornou-se o local por excelência de ratificação do estatuto artístico de certo tipo de produção.

A partir da segunda metade dos anos 1990 e anos 2000, foram, e têm sido criados – e restaurados – museus que assimilaram o novo como ideologia (presentificação) criando uma terminologia não apenas para as coleções, mas também para os edifícios: *new museums*. Tais museus são objeto de uma arquitetura nova, também chamada pós-moderna, abrigando novos espaços e referências que, inclusive, se sobrepõem a outros espaços urbanos.

No entanto, o mais sintomático em relação a uma nova sensibilidade refere-se ao desejo de ultrapassar as fronteiras disciplinares, principalmente as distinções entre alta-cultura e cultura de massa, buscando uma nova proposta inserida no contexto de uma cultura envolvida com as mídias de massa. São museus que se auto-sustentam e competem igualmente com a indústria cultural e de lazer.

Em função dessas novas características, tem se verificado a transferência acentuada de uma relação museológica potencial para outros ambientes externos ao museu: centros culturais, parques de diversão, *www*, áreas públicas e outros, ampliando a proposta de uma *nova museologia* com base na expansão de seu escopo de ação, incluindo a possibilidade de diferentes apropriações e múltiplas sensibilidades. A cultura de massa deixa, dessa forma, de ser vista como inimiga do museu.

Por outro lado, há um intenso desgaste que pretende enxergar aspectos de mídia de massa e impô-los ao museu, fato esse que, por não corresponder do ponto de vista de sua própria constituição e estrutura, gera equívocos que podem ser vistos no excesso de lojas de museus com produtos que fazem referências as chamadas exposições *blockbusters*, a cobrança de altos preços de ingresso, a apreciação positiva com base nos grandes números de visitantes e nas grandes filas de espera. Consideramos e reiteramos que há uma distorção na forma de interpretação desse fenômeno e que, ainda assim não gera argumentos suficientes para redefinir os contornos da *mídia museológica*. Acima de tudo porque a missão museológica – que permite o relacionamento profundo entre o ser humano e o objeto em um cenário institucionalizado e ideal – ainda resiste e se configura como uma experiência individual e altamente qualificada.



Anexos

Anexo I - Martin Heidegger e Walter Benjamin desenvolveram conceitos paralelos e com coincidência cronológica – 1936 – sobre a questão do choque. Gianni Vattimo investiga a analogia entre os dois conceitos, já que ambos, ao trabalhá-los, o fazem usando a obra de arte como vetor. Em Martin Heidegger se depreende um embate entre a presença da obra em si no mundo como possibilidade de significado e seu intangível, ou seja, aquilo que não tem, por impossibilidade estrutural, canal de enunciação. Para Heidegger, o Stoss que provoca a arte relaciona-se com a experiência da morte, no entanto, vista como potência de constituição da existência. Isso ocorre, pois é na experiência estética que é produzido o desenraizamento como canal de reconstrução do ser. Ao mesmo tempo revela a capacidade ‘auto-reconstitutiva’ obra em si. Em Walter Benjamin, o Shock é avaliado através de um raciocínio com base na psicanálise de Freud, tendo como referências contextuais o processo criativo e a cidade moderna (ou a própria modernidade). A partir de suas leituras de Baudelaire e do Cinema, o Shock se localiza no cerne da produção criativa. Benjamin avalia a intensa sucessão de imagens (do cinema) que geram os processos de associação de forma ininterrupta e constante. Esse movimento acabaria por gerar um estado de super exposição da ‘audiência’ que viria a diminuir sua capacidade de consciência e, portanto, de reação ao choque produzido por um estímulo externo. Em extremo, esse processo levaria ao fim da cultura. Gianni Vattimo, por sua vez, ao aproximar ambas as reflexões, permite compreender a obra de arte como algo em constante processo de auto-reconstrução e que se dá como forma de continuidade ainda que apresentada de maneira fragmentada do ponto de vista temporal.

Anexo II - Conferir: Cultures, Revista da Unesco, vol. XVI, n.1, Édition de La Baconière. Apud: POLI, Francesco Producción artística y mercado. Colección Punto y Línea, Editorial Gustavo Gili, España, 1976, pg.131. Grifo meu. Na definição atual e oficial de Museu dada pelo International Council of Museums a afirmação de que se trata de um meio de comunicação foi retirada. Diz-se, agora, que é uma “instituição sem fins lucrativos, permanente, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento e aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, divulga e expõe, para fins de estudo, educação e divertimento, testemunhos materiais de seu povo e seu meio ambiente.” Código de Ética Profissional do ICOM. Tradução Gabriela Wilder. Impresso por ocasião da Conferência Latino-Americana de Museus, DEMA/SEC, 1996, pg.2.

Anexo III - Consideramos o termo Alta Cultura a partir das definições cunhadas por Theodor L.W. Adorno e Max Horkheimer, além dos pensadores da Escola de Frankfurt, que distinguem níveis distintos de cultura a partir de sua forma de produção e de apropriação segmentada socialmente. Tanto a chamada Alta Cultura identificada com a Cultura de uma elite intelectual, como a Cultura Popular, eram consideradas originais. Além disso, ambos cunham o conceito de Indústria Cultural identificado com a chamada cultura de massa, pois, analisada a partir dos produtos gerados por aquela indústria. A consciência de que bens culturais passaram a ser tratados como mercadoria não era novidade. Entretanto, os pensadores da Escola de Frankfurt reconheceram que tal processo passou a constituir um sistema e, a partir de então, permitiram novas análises em relação ao fenômeno.

Bibliografia

ADORNO, Teodor W. **Museo Valery-Proust. Prismas: La crítica de la cultura y sociedad.** Barcelona: Editora Ariel, 1962.

ALPERS, Svetlana. **O Museu como uma forma de ver. Ética e Estética.** Filosofia Política, Série III n.2. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos.** São Paulo: Editora Perspectiva, Coleção Debates, 1973.

BENJAMIN, Walter. **O autor como produtor.** Sociologia. São Paulo: Editora Ática, 1985.

_____. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica.** Teoria da Cultura de Massa. Luiz Costa Lima (trad., coment. e seleção). Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1990.

BOTTALLO, Marilúcia. **Arte Moderna e Contemporânea em São Paulo. O Museu como intermediário.** Dissertação de Mestrado. n.p. 2001.

_____. **Os museus tradicionais na sociedade contemporânea: Uma revisão.** Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia. São Paulo, 1995, pp.283-287.

BOURDIEU, Pierre. **A gênese social do olho. As regras da arte. Gênese e estrutura do campo literário.** Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CLARK, Timothy J. **Em defesa do expressionismo abstrato. Modernismos. Ensaio sobre política, história e teoria da arte.** Organização Sonia Salzstein. Tradução Vera Pereira. São Paulo: Cosac&Naif, 2007.

Código de Ética Profissional do ICOM. Tradução Gabriela Wilder. Impresso por ocasião da Conferência Latino-Americana de Museus, DEMA/SEC, 1996.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural.** São Paulo: Editora Iluminuras, 1997.

DEBORD, Guy. **The society of the spectacle.** Translated by Donald Nicholson Smith. New York: Zone Books, 1995.

DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?** Tradução Bento Prado Júnior e Alberto Alonso Muñoz. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

Demasiadamente Pós-Humano. Entrevista conduzida pelo grupo de pesquisa “Conhecimento, Tecnologia e Mercado”. Revista Novos Estudos, CEBRAP, n.72[161-175] Julho de 2005.

FERNANDEZ, Roberto César. **Lúxive. Sigradi Arte y Cultura Digital.** http://cumincades.scix.net/data/works/att/sigradi2005_063.content.pdf. Acessado em 2005.

GOMEZ, Maria Nélide G. de. **A Informação no cruzamento de fronteiras: questões epistemológicas, questões éticas.** Texto elaborado para ANCIB-SBPC. n.p. 2006.

HEIDEGGER, Martin. **Memorial Address. Discourses on Thinking.** New York: Harper Torchbooks, 1996.

HUYSSSEN, Andreas. **Escapando da amnésia: o museu como cultura de massa.** Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. N.23. Tradução Valéria Lamego. Rio de Janeiro: IPHAN/MinC, 1994.

HUTCHEON, Linda. **Poética do Pós-Modernismo: História, Teoria, Ficção.** Tradução Ricardo Cruz. Rio de Janeiro: Imago Editores, 1991.

JAMESON, Frederic. **Postmodernism and Consumer Society. The anti-Aesthetic.** Essays on Post Modernism Culture. (org. Hal Foster) Bay Press. 1983.

LIER, Henri van. **Objeto e estética. Os objetos.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1972.

MEIJERS, Débora J. **The museum and the ‘ahistorical’ exhibition. The latest gimmick by the arbiters of taste, or an important cultural phenomenon?** Thinking about exhibitions. Editors: Greenberg, R. Ferguson, B.W., Nairne, S., Routledge, England. 1996.



- MOLES, Abraham. **Teoría de los objetos**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 1975.
- NAVES, Rodrigo. **Um Azar Histórico. Desencontros entre Moderno e Contemporâneo na Arte Brasileira**. Revista Novos Estudos. Nov., n.64 (5-21).. São Paulo: CEBRAP, 2002.
- O'DOHERTY, Brian. **No interior do Cubo Branco. A ideologia do Espaço da Arte**. Tradução Carlos S. Mendes Rosa. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- POLI, Francesco. **Producción artística y mercado. Colección Punto y Línea**. España: Editorial Gustavo Gili, 1976.
- RÚSSIO, Waldisa. **Conceito de Cultura e sua inter-relação com o patrimônio cultural e a preservação**. Cadernos Museológicos. Rio de Janeiro: IBPC, 1990.
- SALZSTEIN, Sonia. **A questão Moderna / Impasses e Perspectivas na Arte Brasileira, 1910 a 1950**. Tese de Doutorado. São Paulo: FFLCH/USP, n.p. 2000.
- SHOHAT, Ella & STAM, Robert. **A estética da resistência. Crítica da Imagem Eurocêntrica. Multiculturalismo e Representação**. Tradução Marcos Soares. São Paulo: Cosac&Naif, 2006.
- SLOCOMBE, Will. Shock. **The University of Chicago**. Theories of Media. Keywords Glossary. <http://csmt.uchicago.edu/glossary2004/shock.htm>. Acessado em 2004.
- SOUSA, Mauro Wilton de. **Bibliografia comentada: Práticas de recepção mediática: o pertencer ao comum social**. Novos Olhares. Revista de Estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos. Ano III, n.7, 1º semestre. 2001.
- VATTIMO, Gianni. **A sociedade transparente**. Coleção Antropos, Lisboa, Portugal: Relógio D'Água Editores, 1992.