

MARGARIDA LIMA DE FARIA

Centro de Etnologia Ultramarina

Departamento de Ciências Etnológicas e Etnomuseológicas

Instituto de Investigação Científica Tropical – IICT

Museus: Educação ou Divertimento?

Uma análise da experiência museológica segundo o modelo figuracional de Norbert Elias e Eric Dunning *

171

Os museus são um caso particularmente interessante das transformações sócio-culturais que têm afectado as sociedades ocidentais nos últimos tempos. Surgiram como espaço cultural privilegiado ligado às práticas de lazer das classes superiores e têm desde então vindo gradualmente a adaptar-se às necessidades de um público mais vasto e mais diversifi-

cado. Uma análise figuracional do espaço museu segundo o modelo de Elias/Dunning pressupõe que se tomem em consideração não só os produtores e o lugar que ocupam no sistema de estratificação social, mas igualmente os públicos consumidores e ainda as condições e modos de produção da experiência museológica.

Os museus são instituições culturais que surgiram e evoluíram em consonância com o processo de modernização das sociedades ocidentais.

Os museus devem a sua criação à existência das primeiras colecções e seus coleccionadores. O acto de coleccionar reflecte a necessidade de guardar objectos de acordo com uma certa ordem racional classificatória característica do mundo industrializado, uma ordem que valoriza, distingue e exclui, em consonância com o tipo de ordenação racional em que se forjou todo o processo de modernização destas socie-

Introdução

* O estudo que aqui se apresenta é um resumo de uma tese de doutoramento intitulada «Amusement without excess and knowledge without fatigue — modern transformations of the museum experience», realizada na Universidade de Leicester, *Department of Museum Studies*, no Reino Unido. Para a concretização deste doutoramento contribuiu de forma decisiva a bolsa de estudo atribuída pela Fundação Calouste Gulbenkian por um período de três anos. Quero igualmente agradecer à Dra. Hooper-Greenhill pela sua orientação científica e pedagógica e ao Instituto de Investigação Científica Tropical por ter apoiado a minha equiparação a bolsista e possibilitado a minha ausência do Centro de Etnologia Ultramarina, Departamento de Ciências Etnológicas e Etnomuseológicas, durante o mesmo período.

dades. O acto de coleccionar reflecte igualmente uma concepção linear do tempo e do espaço e um olhar de estranheza, de curiosidade e de superioridade em relação ao «Outro», concomitante com uma visão nostálgica do passado. Finalmente, reflecte uma necessidade de assinalar objectos com marcas sociais, que funcionam fundamentalmente como marcas dum colectivo social restrito e restritivo, e que antes de mais têm servido para conferir prestígio a quem os possui e a quem os admira. Daí que, para além de objectos, os museus «guardem» também visões do mundo e sobretudo visões da posição relativa que cada grupo ocupa na estrutura de relações sociais, pela forma como estão catalogadas e organizadas as suas colecções e até pela forma como se encontram expostas nos espaços de exposição. Os museus reiteram, deste modo, relações de poder — o poder de um grupo influenciar e impor uma certa racionalidade, ao mesmo tempo que reforça a sua posição no topo da escala de estratificação social. Têm sido, deste modo, recorrentemente usados pelas elites nacionais e locais para exprimir as suas ideias de nação, comunidade, classe e cultura material, assim como a concepção do seu próprio papel enquanto detentoras do monopólio de classificação e difusão da cultura institucional.

Uma *análise processual*¹ da realidade museológica (ou seja, uma análise que tome em consideração desenvolvimentos de longa duração) permite a compreensão das condições de acesso aos museus por diferentes grupos sociais, assim como o estudo da experiência da visita aos museus em diferentes tempos e por diferentes públicos. Torna ainda possível a análise das interacções que se têm desenvolvido ao longo dos tempos entre produtores e consumidores de museus pela forma como cada grupo, em cada momento, tem tentado influenciar o outro. Possibilita, finalmente, a compreensão dos modos de comunicação/significação que cada grupo tem privilegiado, quer enquanto produtor quer enquanto público, em cada fase deste processo, ou seja, uma análise de como

¹ A noção de «análise processual» (e não histórica) está na base de toda a teoria de Norbert Elias. Este tipo de análise, segundo Elias, envolve simultaneamente dimensões espaciais e temporais. Trata-se de um modelo de análise de processos de mudança estrutural a longo prazo. Elias opõe estes modelos às narrativas que representam a história como uma profusão de acontecimentos únicos e como uma sequência caótica de acções de indivíduos particulares. Para Elias, as sociedades transformam-se enquanto conjunto de *processos* não planeados mas coerentes, que, quando entendidos em termos de longa duração, formam a infra-estrutura de qualquer justaposição de pessoas e acontecimentos aparentemente caótica.

os objectos têm ao longo da história sido usados e interpretados, ou de como os seus significados têm sido construídos (e desconstruídos) nas salas de exposição.

Os museus locais reflectem a história das comunidades locais. Os museus nacionais reflectem a história das grandes cidades e dos seus cidadãos, assim como de nações inteiras. Muitos investigadores da área da museologia tendem a esquecer-se de que, do mesmo modo que eles próprios, o público faz parte dum tecido social complexo que tem vindo a sofrer contínuas transformações. Tendem também a esquecer-se de que os museus se desenvolveram em meios urbanos e estão inseridos numa certa ordem de preservação/inoção, localização/globalização característica das cidades onde estão situados.

173

Na presente investigação assumiu-se como ponto de partida fundamental: (i) que o museu é um produto cultural e do mesmo modo que outros produtos culturais insere-se numa economia cultural — ou seja, num processo de produção e de consumo cultural; (ii) o museu é um sistema de significação característico de um determinado tempo histórico e é, portanto, socialmente contingente, envolvendo simultaneamente formas dinâmicas de interacção social e modos de percepção; (iii) a experiência museológica (para o seu público) insere-se numa determinada experiência global de lazer e tem de ser posta em confronto com outros espaços e outras esferas que envolvem diferentes estratégias de ocupação dos tempos de lazer por diferentes grupos de indivíduos.

A *análise figuracional* de Norbert Elias (1980, 1989, 1990)² constituiu o modelo estruturante de toda a reflexão teórica e empírica desta investigação. Norbert Elias parte do princípio fundamental de que os indivíduos se encontram ligados por cadeias específicas de interdependência — formando «figurações» — que reproduzem relações de poder e constituem a base dinâmica do desenvolvimento social, contradizendo, deste modo, as teorias deterministas tradicionais segundo as quais a *um* único factor — normalmente o económico — é atribuída a capacidade de influenciar de forma decisiva o processo de desenvolvimento global. No contexto da *sociologia figuracional*, os processos sociais são, deste modo, processos abertos que assumem um certo grau de

1. O modelo teórico adoptado

² Ver ainda Mennell (1992).

imprevisibilidade, ou seja, nenhum conjunto de acontecimentos pode ser totalmente explicado pela rede de interdependências que o precede, embora cada nova figuração contenha em grande parte uma recombinação dos elementos da figuração que a antecedeu. Ainda segundo Elias, através destas formas de interacção social estabelecem-se *formas de comportamento* que têm como finalidade manter e reforçar essas mesmas cadeias de interdependência social. A análise figuracional constitui, deste modo, um instrumento fundamental para a compreensão dos processos sociais nos quais os indivíduos estão envolvidos em termos das suas acções quotidianas, observáveis desde as manifestações mais particulares e individuais até às mais globais e colectivas.

Na sua aplicação ao estudo dos museus, o público e os produtores dos museus são entendidos como grupos mutuamente dependentes, cuja interdependência limita a capacidade de intervenção de cada uma das partes. É deste confronto dinâmico que resulta a permanente construção e reconstrução do ambiente museal no seu todo. Por outro lado, a «figuração» constituída por museólogos³ e públicos existe como parte da «figuração» Estado-nação onde o próprio museu se insere. Trata-se aqui de aceitar que o que acontece nos museus é, a longo prazo, o resultado da interligação de diferentes acções, cujas consequências são, na maioria dos casos, imprevisíveis, mas que, numa análise retrospectiva, demonstram ter seguido uma certa direcção concomitante com o processo de formação dos Estados ocidentais. É aquilo a que Elias chamou o «processo cego» («the blind process») de cada figuração ou o processo que resulta da dinâmica imanente de cada figuração.

2. Museus e transformações paradigmáticas da modernidade à pós-modernidade

Os museus dos tempos modernos: a economia cultural burguesa

A burguesia, no seu processo de ascensão social, recorreu a *símbolos de poder* político, económico, mas também cultural, de forma a consolidar a sua construção identitária e a garantir o seu posicionamento hegemónico. Esta classe tentou emular os gostos da aristocracia, que nutria a sua posição no topo da escala social de uma forte tradição de consumo das letras e das artes ditas «civilizadas». Com a

³ O termo «museólogo» é aqui utilizado para referir todos quantos se encontram de algum modo envolvidos no processo de produção dos museus.

sua chegada ao poder, entre os objectos simbólicos que estas novas classes passam a favorecer encontram-se os objectos antigos, raros e exóticos. Para um grupo social recentemente constituído e desprovido de raízes históricas, os objectos antigos (pré-industriais) eram uma forma de procurar legitimar o seu triunfo ainda frágil e de ganhar uma certa estabilidade num mundo fortemente fustigado por mudanças. Se o objecto raro representava o poder de aquisição e posse de elementos simbólicos fora do alcance da generalidade da população, o objecto exótico representava o poder de viajar, exibido ao mesmo nível de outras formas de ostentação, a par da moda e das novas tecnologias.

Esta época de ascensão da classe burguesa e da sua definição e reconhecimento enquanto grupo foi considerada como um tempo de «interiores» (Benjamin, 1983). O museu apresentava-se, à data da sua concepção (séculos XVII e XVIII), como um local onde objectos raros, preciosos ou invulgares eram guardados para serem narcisisticamente admirados por um grupo restrito e onde ocorriam encontros sociais igualmente reservados. As colecções dos museus começaram, deste modo, por ser colecções privadas, reunidas por indivíduos muitas vezes mais pelo desejo de as possuir do que propriamente de as divulgar. A posse destes objectos parecia assim satisfazer necessidades individuais muito particulares. A procura de sensações de surpresa e admiração explicava o poder de atracção dos museus sobre os seus visitantes, que não passavam de um grupo de familiares e amigos ou indivíduos do mesmo meio, em quem se podia confiar. Embora estes ambientes estivessem investidos de relações de sociabilidade muito próprias, dado que funcionavam sobretudo como espaços de convivialidade e eram poucos os espaços que, na cidade, cumpriam essa mesma função para este tipo de público, a procura de sensações intensas perante os objectos expostos tinha um carácter marcadamente individualista. Os museus continham parte dos próprios indivíduos que projectavam neles os seus valores e sentimentos mais profundos. Esta atitude introspectiva, vivida de forma individualista, é bem evidente na descrição da visita de um alemão a um museu inglês em 1830:

Passei aqui seis horas felizes numa solidão silenciosa. (...) é apenas quando nos encontramos entregues a nós próprios que, a pouco e pouco, deixando-nos penetrar pelo espírito das obras de arte, conseguimos perceber em detalhe toda a sua beleza. Mas quando, como acontece com frequência em Inglaterra, (...)

um empregado impaciente faz tilintar as chaves, não se consegue manter esse estado de espírito ideal, acabando por se ver tudo superficialmente, com uma sensação de intensa humilhação interior. (Hudson, 1975: 29).

O visitante procurava satisfazer-se através da procura de uma atitude *romântica*, «uma experiência privada do belo e do sublime» (Urry, 1990). O prazer restringe-se assim a um grupo habituado à contemplação de obras de arte, do mesmo modo que se comprazia com outros espaços de lazer, como salas de concerto e passeios nas zonas reservadas dos parques ou nas arcadas das cidades, onde «se observava e era-se observado», não apenas pelo facto de se *estar lá*, mas mais pela forma *como se estava* nesses espaços.

O museu não era apenas um local no qual objectos se encontravam «protegidos» em vitrinas, mas também onde se «protegiam» posições sociais e se reforçavam tipos de comportamentos e formas de estar. Por detrás desta tentativa de manutenção de uma certa privacidade, existia a necessidade de criar audiências específicas coincidentes com um certo *ideal de público*. Habermas (1992) explica como esta necessidade de criar um público era o resultado da emancipação da classe burguesa face à esfera da aristocracia e, simultaneamente, representava a necessidade de criar a sua própria atmosfera de elite. Segundo este autor, a necessidade burguesa de *interiores* era também uma reacção ao espectro da crítica. A ideia burguesa de um *público* correspondia a uma classe homogénea inteligente e cultivada, que tinha de ser protegida de um outro 'público', tão heterogéneo quanto as multidões que começavam perigosamente a assolar as cidades.

Se a primeira atitude perante a obra de arte ou o objecto exposto nos museus foi uma atitude de admiração e respeito, a pouco e pouco começou a professar-se a necessidade de se ser cultivado através do estudo das colecções, movimento condizente com o espírito científico e os ideais modernistas que professavam a globalização da cultura e do saber. De forma a corresponder a este novo apelo de servirem para a divulgação de conhecimentos a públicos mais vastos (embora não tão vastos como seria de prever), as colecções dos museus tornaram-se progressivamente mais organizadas e sistemáticas. Esta sistematização iria igualmente influenciar os modos de expor — os objectos passaram a ser catalogados por espécies e arrumados em séries taxonómicas exaus-

tivas ou por funcionalidade do tipo: colheres, vasos, pentes etc.. «As novas elites (...) necessitavam de um fórum para expor e trocar ideias e práticas: teoria científica, cultura material, beleza cénica, moralidade social, tudo isto fazia parte da mesma cultura dita 'educada'» (Daniels, 1993: 154).

Prazer ou instrução?

O factor *instrução* começa deste modo a ganhar um tal peso que se vai sobrepondo à procura de uma vivência do belo, e à possibilidade da experiência individual frente ao objecto exposto. Na origem do grande *boom* dos museus que ocorreu em meados do século XIX, estava uma missão filantrópica de instruir as novas classes médias urbanas que começavam a tornar-se influentes. Esta nova abordagem suscitou acesas polémicas envolvendo os mentores da *instrução* nos museus e aqueles para quem essa nova vertente iria pôr em causa o *prazer* da visita ao museu.

Cultivar o público de forma agradável era a ideia base da criação destes novos museus. No entanto, na perspectiva das novas classes médias, ávidas de sujeitar os prazeres individuais a uma racionalidade colectiva, se haveria de sacrificar uma das duas vertentes, *prazer* ou *instrução*, seria sempre o *prazer* a ser sacrificado, nunca a *instrução*.

Os novos industriais do final do século XIX tinham em relação à cultura de elite uma atitude de desconfiança ignorante, coerente com a sua origem social (grupos que tinham ascendido rapidamente e multiplicado o seu capital económico, ascensão que contudo não se traduziu — ao contrário das antigas elites — em aquisição de capital cultural). «Estes homens de negócios duvidavam da importância da arte num quotidiano tão absorvente como o seu» (Altick, 1973: 174). Por outro lado, o interesse pelos museus permanecia reservado a um grupo deslocado, económica e socialmente, do centro do poder, e que, cada vez mais, se assumia como conhecedor e legitimador do gosto e do valor artístico das obras de arte, como forma de reaver o seu antigo prestígio. Para tal, utilizava cada vez mais uma linguagem académica e de difícil descodificação para o visitante vulgar.

À medida que os espaços-museu tendem, deste modo, a intelectualizar-se e a fechar-se novamente, desta vez pelo próprio discurso adoptado, surgem outras formas de produção cultural. Estas assumem aspectos mais populares, lúdicos e apelativos e com elas nasce o conceito de *culturas de massas*, por oposição ao de *culturas de elite*.

Paul DiMaggio (1982) reflecte sobre o surgimento, nos Estados Unidos da América, destes dois conceitos por volta da segunda metade do século XIX. Segundo este autor, é então que as instituições culturais privadas e semi-privadas (museus, galerias de arte, teatros e óperas) se constituem como reacção à emergente indústria cultural, de carácter populista, ambas pretendendo ser representativas das necessidades de um certo público e globalizantes quanto ao alcance das suas acções; ambas se excluindo mutuamente e abrindo, com essa mútua exclusão, um maior fosso entre grupos socialmente antagónicos.

Diz-nos também DiMaggio que até cerca de 1850 ainda se podia assistir nalguns museus (como o Museu de Boston) a encenações teatrais e números de circo ou à exibição de seres excéntricos e de espécies vivas raras. Depois de 1910, a combinação de formas elitistas e populares dentro dos museus deixou definitivamente de ter lugar, tendo essa acção sido «obra de um novo corpo de funcionários e críticos que tinham vindo a desenvolver uma ideologia estética que distinguia entre as artes ditas nobres e os entretenimentos considerados vulgares» (DiMaggio, 1982: 34).

Os públicos resultantes desta nova lógica, que apesar das restrições incluíam novos sectores das novas classes médias ávidas de reconhecimento social, eram agora forçados a «aproximar-se dos mestres e das obras de arte com o respeito e seriedade que lhes era devido, para elevação estética e espiritual e não para mero entretenimento» (Levine, 1988: 146). Pelo contrário, nesta relação entre o visitante e o objecto exposto, qualquer tipo de divertimento deveria ser reprimido a bem da educação, não apenas científica ou estética, mas também *cívica* dos novos visitantes.

A existência de directores de museus, altamente dedicados e carismáticos, foi fundamental neste processo de moralização e diferenciação dos públicos. Alguns destes directores acreditavam, e defendiam na imprensa local, que os museus poderiam ajudar a «elevar» o nível de instrução das classes mais baixas e prevenir maus hábitos mantendo as pessoas ocupadas e longe dos locais do vício. Não obstante estas intenções moralizadoras, a entrada nos museus continuava sujeita a certos pré-requisitos sociais que tendiam a reforçar-se à medida que aumentava a pressão dos estratos mais baixos para a entrada nestes edifícios.

Louis di Cesnola, director do Metropolitan Museum de Nova Iorque, afirmava, alarmado, em 1891, que os novos visitantes

(...) traziam consigo hábitos peculiares que eram repulsivos e sujos. (...) muitos visitantes tomavam a liberdade de mexer nos objectos; outros chegavam ao ponto de partir, riscar, estragar peças que não se encontravam protegidas pelas vitrinas, e alguns davam-se mesmo a práticas carteiristas (...). [Para além disso] ouviam-se gritos pelos corredores (...) [e] miúdos agarrados às saias das mães rindo das cerâmicas egípcias. (*cit. in* Levine, 1988: 185).

Depois das «suas» campanhas para melhorar o comportamento dos «seus» visitantes, di Cesnola escreve com orgulho:

Não voltámos a ver nas galerias pessoas a assoar o nariz com os dedos, nem cães à solta ou em cestos. Não voltámos a ver cuspir tabaco no chão das galerias, enojando os outros visitantes. Já não se vêem criadas a levar as crianças a um canto para fazer as suas necessidades sujando o chão do Museu. Já não se vêem pessoas com kodaks a fotografar as peças do Museu e os outros visitantes. Já não se ouvem assobios, cantigas, ou pessoas a chamar outras aos gritos de umas salas para as outras. (*ibidem*).

Este exemplo mostra-nos até que ponto os museus estiveram, desde a sua fundação, sujeitos a um *processo civilizacional*. A compreensão da forma que esse processo civilizacional assumiu, e as transformações que sofreu até hoje, afigura-se crucial para a compreensão do significado que os museus têm vindo a adquirir para a população, nomeadamente para os estratos mais baixos das grandes cidades.

O processo que hoje poderemos considerar de *descivilização* dos museus iniciou-se quando os produtores culturais começaram a verificar que as novas classes médias tinham agora mais tempo livre, maior mobilidade e mais dinheiro para gastar em actividades que lhes fornecessem sobretudo momentos de diversão e participação. Coincidiu ainda com o enfraquecimento do Estado-nação enquanto projecto político e ideológico global, desinteressando-se pelo controlo (e financiamento) dos museus que deixaram de ser considerados monumentos à cultura nacional, vendo-se progressivamente a braços com a sua crescente autonomia e, em muitos casos, com a sua sobrevivência enquanto instituições públicas.

Os museus e o paradigma cultural pós-moderno

A definição de pós-modernismo parece ter sobretudo sentido heurístico em termos de produção e consumo cultural e

seus modos e formas de percepção (Lash, 1990). De acordo com F. Jameson, as características mais frequentemente citadas para o definir são: (i) a crítica das construções teóricas do passado e dos fundamentos em que se baseou a modernidade ocidental e a afirmação de formas de conhecimento não-etnocêntrico, menos pretensiosas e mais sensíveis à diferença de grupos locais; (ii) o privilegiar dos pequenos (grupos humanos ou espaços territoriais), que se traduz num discurso tendencialmente mais democrático e resulta do colapso da antiga distinção entre culturas de elite e culturas de massas; (iii) o abandono de formas culturais de tipo narrativo (assentes na linguagem escrita) em favor de formas culturais figurativas (assentes em imagens que tendem a substituir-se aos textos e objectos); (iv) um conglomerado de significados e imagens substituindo-se aos desenvolvimentos cronológicos e organizados do passado, imagens essas que adquirem a forma de fragmentos infinitamente reproduzíveis sem reflectir qualquer tipo de ordem ou julgamento de valor (Jameson, 1984). Esta síntese de Jameson, embora discutível pela simplificação que opera em relação a uma literatura reconhecidamente complexa, parece ser contudo uma interessante base de reflexão se a relacionarmos com recentes fenómenos ocorridos na esfera da produção/consumo cultural.

Os museus que se apresentam como exemplo de uma forma cultural pós-moderna constituem uma tendência muito pouco representativa da globalidade destes espaços culturais. No entanto, desde os anos cinquenta e sessenta que se registam tentativas de actualização dos museus através da introdução de zonas de convívio e de consumo, tais como cafés, lojas, restaurantes, onde as famílias podem descansar e sentir-se confortáveis. Embora muitos dos actuais museus não se possam enquadrar numa vertente pós-moderna (tal como Jameson a define), a maioria tem vindo a melhorar as suas técnicas de comunicação de forma a responder às necessidades dos novos visitantes e, ao fazê-lo, estão, de certa forma, a criar a sua própria renovação à medida que vão gerando novos hábitos e novas expectativas.

No entanto, para quem esteja a par dos desenvolvimentos mais recentes no mundo dos museus, não é com certeza difícil encontrar na caracterização de pós-modernismo oferecida por Jameson elementos que permitam identificar algumas das transformações que têm ultimamente ocorrido nas formas de expor e de comunicar com o público: museus centrados nas comunidades mais do que em colecções de objec-

tos; explosão de pequenos museus locais; crescente preocupação quanto às necessidades e representação das minorias; maior abertura em termos científicos, propondo-se diferentes leituras e criando espaços de debate; crescente utilização de tecnologias multi-media com a finalidade de captar a atenção do visitante e melhorar a comunicação.

É, no entanto, no tocante ao comportamento permitido aos visitantes que as transformações se afiguram mais pronunciadas. Em museus tecnologicamente mais sofisticados, procura-se a participação activa do visitante dando-lhe a possibilidade de manipular os objectos ou accionar mecanismos que estão instalados em expositores interactivos. Estas experiências criam situações de intenso entusiasmo ou transportam momentaneamente o visitante para um mundo imaginário através de simulações tecnicamente perfeitas. Walsh (1992) ilustra esta situação através da exposição intitulada «Experiência do Bombardeamento de Londres»⁴, instalada no Imperial War Museum de Londres, que, para o autor, constitui uma de duas experiências fortemente sensoriais instaladas naquele museu:

As duas experiências incluem sensações visuais de cheiro e som e, no caso do «Bombardeamento de Londres», a sensação da terra a tremer. O visitante senta-se num abrigo anti-aéreo e ouve a voz da *ex-pop star*, Anita Dodson. (...) Uma voz de soldado em dialecto *cockney* diz-nos que não estão preocupados com as bombas; a força e a coragem dos soldados ingleses é assim posta em evidência. Depois do bombardeamento, o visitante é transportado através de uma sala cheia de fumo que representa uma zona de Londres devastada pelas bombas. À distância vêem-se clarões sobre a catedral de S. Paulo, pretendendo representar as chamas que ameaçaram este monumento nacional. (Walsh, 1992: 111).

Há qualquer coisa de Disneylândia nesta descrição. Como se trata da utilização de tecnologias altamente dispendiosas, estes museus procuram cada vez mais comercializar-se, «vendendo» estas experiências a preços elevados a visitantes que os consomem do mesmo modo que consomem outros objectos de consumo e se tornam por isso cada vez mais críticos e exigentes. Tenta-se assim atingir uma maior diversidade de públicos ao proporcionar uma crescente diversidade de experiências. Ao contrário das acções moralizado-

⁴ «The Blitz Experience», no original.

ras do passado, que partiam de uma concepção do público como uma massa homogênea, o público é visto pelos museólogos desta nova vaga como um conjunto heterogêneo de indivíduos, relativamente distraídos face ao verdadeiro conteúdo dos expositores, mas disponível para se deixar conduzir por experiências que encerram alguma emoção (sem perderem contudo o seu carácter educativo).

Esta vivência de emoções no lazer, acompanhando processos de transformação social de consequências mais globais, foi desenvolvida por Norbert Elias e Eric Dunning (1992). Segundo estes autores, um dos resultados do aumento das formas de auto-constrangimento que caracterizam as relações sociais nas sociedades ocidentais contemporâneas tem sido o valor atribuído ao lazer como forma de subverter/aliviar o fardo que estas restrições têm criado quotidianamente. No entanto, Elias e Dunning demonstram que as novas formas de lazer não têm dado lugar a formas de comportamento menos controlado mas, pelo contrário — e contradizendo as teorias tradicionais que costumam definir o lazer como um tempo de descontração —, parece haver uma tendência para investir o lazer de experiências emocionalmente tão intensas como as que se vivem noutros momentos do dia-a-dia. Esta tensão é, no entanto, uma tensão simulada e constitui a base de um conjunto de experiências de lazer a que os autores chamaram «experiências miméticas».

O lazer «mimético» é um tipo de actividade que possibilita momentaneamente uma forma de «escapismo» em relação às verdadeiras tensões que surgem noutras esferas do quotidiano dos indivíduos, associadas a modos de relacionamento social, como o trabalho, os conflitos que surgem no seio da família, as relações de competição, a insegurança, os problemas de saúde, etc. O «escapismo» é possibilitado pela vivência de experiências de forma intensa, ainda que artificial (mimética), nas quais essas mesmas tensões estão presentes, embora mantendo uma existência exterior à realidade dos indivíduos que nelas participam.

Segundo esta teoria, não é apenas o local onde a experiência ocorre que define o tipo de lazer, mas sobretudo o *modo* como a experiência ocorre, pelo envolvimento e emoções que suscita. Elias e Dunning defendem que os espaços de lazer tendem a favorecer cada vez mais este tipo de emoções, dado que o quotidiano dos indivíduos tende a criar interações sociais cada vez mais complexas, implicando uma crescente interiorização de formas de auto-controlo.

Os autores descrevem estas experiências de lazer, a que chamaram «miméticas», como tratando-se da vivência de

Perigo imaginário, medo ou prazer mimético, tristeza e alegria [que] são produzidos e possivelmente resolvidos no quadro dos divertimentos. Diferentes estados de espírito são evocados e (...) colocados em contraste, como a angústia e a exaltação, a agitação e a paz de espírito. Deste modo, os sentimentos dinamizados numa situação imaginária de uma actividade humana de lazer têm afinidades com os que são desencadeados em situações reais da vida — é isso que a expressão «mimético» indica —, mas (...) [estes últimos] estão associados aos riscos e perigos sem fim da frágil vida humana, enquanto que (...) [os primeiros aliviam], momentaneamente, o fardo de riscos e ameaças, grandes e pequenas, que rodeia a experiência humana. (Elias e Dunning, 1992: 71).

Parece no entanto que, e de acordo com Chris Rojek (1993), até agora ainda não se provou que estas novas formas de lazer tenham aumentado as possibilidades de «escapismo» dos indivíduos face à rotinização dos seus quotidianos. Pelo contrário, as formas de lazer «mimético» parecem introduzir novas rotinas que criam novos estados de insatisfação e tornam os indivíduos permanentemente insaciáveis, pois nunca chegam a ver as suas aspirações realizadas.

O Museu de História Natural é um dos museus mais visitados de Londres, embora tenha começado a cobrar entradas a preços relativamente elevados desde 1987. Segundo um estudo de 1988, os seus visitantes tendem a ser mais jovens e encontram-se mais bem situados socialmente do que a média da população nacional. Estas características foram confirmadas por um inquérito realizado em 1991, cujos resultados demonstram que o perfil demográfico e educacional dos visitantes do Museu pouco se tem alterado neste últimos anos: a maioria dos visitantes tem idades compreendidas entre 25 e 44 anos ou é menor de 11 anos; mais de metade são do sexo masculino; o perfil sócio-económico mantém-se acima da média (41% situam-se nos grupos sócio-profissionais A e B⁵); mais de metade destes visitantes completaram estudos universitários (licenciatura); verificou-se ainda que a grande maioria dos visitantes fazem a sua visita em grupos familiares.

3. Um estudo de caso: cinquenta famílias no Museu de História Natural em Londres

⁵ Utiliza-se aqui a classificação do JICNARS (*The Joint Committee for National Research Surveys in UK*): (A): classe média alta; (B): classe média; (C): classe média baixa (operários especializados).

O Museu de História Natural pode considerar-se um museu de ponta, no tocante à utilização de novas tecnologias nas formas de expor. Em muitos aspectos, trata-se de um ambiente expositivo de características pós-modernas (poder-se-á dizer igualmente «miméticas»), pela simultaneidade de meios audio-visuais utilizados, pela diversidade de experiências que possibilita e pela preponderância de expositores interactivos que criam um ambiente semi-fantástico e multi-sensorial.

Tentou-se com este estudo de caso apresentar uma forma de análise da experiência da visita ao museu que desse conta da *figuração* público-exposição e da dupla vertente *educação-divertimento*.

Escolheu-se a exposição «Discovering Mammals» por ser a segunda exposição mais visitada (inquérito de 1991) e ser de fácil controlo no que se refere à entrada e saída dos visitantes. Em termos expositivos, embora não seja das exposições mais recentes do museu, combina expositores interactivos com expositores de tipo mais tradicional e informativo, permitindo assim a observação das diferentes reacções dos visitantes face aos diferentes tipos de discurso.

Decidiu-se utilizar a «família» como unidade base de análise, por ser fortemente representativa do visitante modal do museu e por possibilitar a análise da vivência do museu, enquanto espaço educacional e/ou recreativo, como algo que acontece no seio deste grupo, tornando observável a forma de interacção entre os seus membros. Por outro lado, o grupo familiar é um grupo intergeracional que dá conta de movimentos antagónicos protagonizados por diferentes grupos de idade (diferentes tempos históricos, se atendermos aos processos de formação de identidades). Finalmente, é um grupo para quem (ao contrário do grupo escolar, também muito frequente no público-tipo dos museus) a ida ao museu é um acto voluntário de consumo cultural e lúdico, vivido de forma relativamente autónoma e criativa. Esta situação torna-o um consumidor exigente, co-actor (se atendermos à óptica da *figuração* previamente apresentada) de importantes movimentos de mudança.

Foram observadas cinquenta famílias, desde o momento em que entraram na sala da exposição, até ao momento da saída. O observador actuou sem ser visto como tal pelo grupo observado, tomando notas dos seus comportamentos à medida que avançavam no espaço da exposição. Foi seguido um *guião de observação* previamente definido e testado, onde se realçaram momentos e formas de interac-

ção⁶. À saída, outro investigador aplicou aos grupos familiares observados um inquérito, de forma a adquirir alguma informação sociográfica, assim como o registo de atitudes expressas pelos próprios visitantes em relação à sua experiência de visita. O inquérito compreendeu três questionários diferentes: (i) um para o grupo; (ii) um para cada um dos indivíduos adultos; e (iii) um para as crianças. Este estudo decorreu entre Outubro e Dezembro de 1991.

Resultados do estudo

Verificou-se que trinta das famílias observadas eram casais com filhos. Mais de metade dos casais tinham filhos menores de oito anos. As demais famílias combinavam adultos sozinhos com crianças e amigos, avós com crianças, tios com crianças. Os adultos situavam-se, na maioria, no grupo etário dos 31 aos 40 anos. Cerca de 80% das famílias pertenciam aos grupos profissionais (profissão dos adultos do sexo masculino) A, B e C e 50% aos grupos A e B. Em termos da posição social dos indivíduos, a amostra situou-se, pois, acima da população abrangida pelo censo de 1991. Quanto ao nível de escolaridade, 57% dos indivíduos do grupo masculino disseram ter completado o curso complementar; no caso das mulheres, esse valor atinge 43%. Com licenciatura, apresentaram-se 26% dos homens e 21% das mulheres.

Estes dados mostram que este museu, embora tenha vindo a tornar-se um espaço mais informal e, em muitos aspectos, mais recreativo, nem por isso tem tido a capacidade de alargar substancialmente o leque social dos seus visitantes e de abranger classes mais populares e menos escolarizadas. Pôde ainda verificar-se que a maioria destas famílias se deslocou ao Museu de comboio (meio de transporte muito caro em Inglaterra) e veio de fora de Londres. Mais de metade demorou mais de uma hora na sua viagem até ao Museu, o que revela um forte investimento na visita, dado que grande parte das famílias viajou com crianças menores de oito anos. Destas famílias, 80% vieram directamente ao Museu sem previamente visitar outros locais e 20% (uma vez dentro do edifício do Museu) deslocaram-se directamente a esta exposição. A grande maioria demorou contudo menos de 30 minutos a ver toda a exposição, o que

⁶ Conversas de quem e para quem, onde e quando, trocas de afecto de quem e para quem onde e quando, trocas de informação e interpretação dos expositores de quem e para quem, onde e quando.

mostra uma atitude de uma certa distanciação em relação ao conteúdo dos expositores.

As descrições recolhidas durante a observação directa foram condensadas numa narrativa de tipo etnográfico, que dá conta da forma de estar destes visitantes dos anos noventa. Estas descrições, que não iremos reproduzir na totalidade, são do tipo:

A exposição *Discovering Mammals* tem um forte impacte sensorial sobre estas famílias. (...) Experimentam uma forma de «excitação mimética» quando entram. Diferentes tipos de baleias dependurados do tecto e a enormíssima baleia azul que atravessa toda a sala da exposição foram as principais causas desta emoção inicial. «Olhem a baleia!», diz o pai para as crianças. As crianças soltam exclamações de surpresa. Uma mãe pergunta: «O que é isto?». As crianças respondem: «É uma baleia!». «Quem a matou?», pergunta um miúdo. «Eu acho que ninguém a matou», responde o adulto (...).

Concluiu-se, através destas observações, que o relacionamento entre os elementos das famílias pode adquirir diferentes formas (ou diferentes *figurações*) durante a progressão da visita. Atitudes autoritárias podem alternar com atitudes mais permissivas por parte dos adultos, e o grupo nem sempre funciona como um bloco, dispersando-se e reunindo-se de tempos a tempos. Verificou-se ainda que a interacção com a exposição é interrompida, para se resolverem necessidades das crianças e que as explicações que os pais fornecem aos filhos são muitas vezes combinadas com manifestações de afecto. Observou-se também que, enquanto alguns elementos do grupo estão entusiasmados com a visita, outros mostram-se cansados ou aborrecidos. As crianças aborrecidas tendem a activar energeticamente os expositores interactivos sem saberem bem o que estão a fazer. Ouviram-se gritos, choros, repreensões; assistiu-se a visitantes a correrem dentro das salas de exposição; a mexerem em peças que não eram para ser tocadas; a parodiar com expositores que expunham ideias sérias.

Não há dúvida que um processo *descivilizacional* tem acompanhado o desenvolvimento tecnológico e comunicacional destes museus, embora o seu processo *civilizacional* tenha, ao longo da sua existência passada, imposto limites ao comportamento que ninguém hoje infringe. Trata-se, como dizia Elias, de um *descontrolo-controlado* das emoções.

Da observação das cinquenta famílias, definiram-se qua-

tro tipos de figuração: (i) Famílias de funcionamento neutro; (ii) Famílias de funcionamento convivial; (iii) Famílias de funcionamento empenhado em termos educativos; (iv) Famílias de funcionamento autoritário. No sentido de complementar esta tipologia com noções relativas às funções recreativas ou educativas da visita, deu-se particular importância aos tipos «funcionamento empenhado em termos educativos» e «funcionamento convivial». Para tal, adoptou-se o modelo do sociólogo do lazer John Kelly.

John Kelly (1983) distinguiu entre as interacções familiares em que predominam «satisfações relacionais positivas», tais como «gostei da companhia», «senti-me integrado» e «estreitou a relação entre os elementos do grupo», e aquelas em que predominam as «expectativas em relação à função paternal», do tipo «é o que a família espera», «é um dever». As interacções familiares que são valorizadas «pela qualidade da experiência» são deste modo distinguidas daquelas que correspondem «a expectativas quanto ao desempenho de certos papéis». Segundo Kelly, neste modelo a liberdade individual assume um papel fundamental em conjugação com a função social do lazer, «de forma a reconhecer a realidade da recuperação dos contrangimentos criados por outros papéis e a importância das interacções primárias entre os elementos do grupo como forma de lazer» (Kelly, 1983: 13).

O significado que este Museu pode ter, para certas famílias, enquanto «local de divertimento» relaciona-se com aquilo a que Kelly chamou «satisfações relacionais positivas». A sua «função educacional» prende-se com a forma como é usado pelos pais ao assumirem um sentido de dever em relação aos filhos; neste caso predominam as «expectativas em relação à função paternal». Há ainda a acrescentar que o primeiro tipo de interacção é favorecido por ambientes de características pós-modernas (o tipo de discurso «mimético», figurativo — audio-visual — envolvendo ambas as gerações e tornando os papéis mais igualitários). O segundo tipo corresponde melhor a um ambiente assente num discurso de tipo narrativo, baseado na linguagem escrita e favorecendo formas de interacção desiguais e de dependência dos filhos em relação aos pais.

As cinquenta famílias observadas foram, pois, organizadas em termos dos seguintes tipos de figuração:

1 — *Famílias de funcionamento neutro*: aquelas em que os pais não demonstram grande prazer na interacção com os

filhos. Parecem não se preocupar minimamente com o que as crianças podem ganhar com a visita. A atitude dominante é de não intervencionismo. A família como um todo demonstra passividade e total ausência de entusiasmo. As crianças mostram-se frustradas e desconcentradas: interagem mecanicamente com os expositores, pressionando os botões ao acaso. O grupo tende a dispersar-se e a visita é normalmente muito curta. Os pais actuam como se tivessem «trazido as crianças».

2 — *Famílias de funcionamento convivial*: valorizam o lazer relacional. O museu é usado mais como local de entretenimento e de demonstração de solidariedade entre os elementos da família do que para fins educativos. Consegue-se um equilíbrio ideal entre controlo e autonomia na relação com as crianças, que são livres de andar à vontade pelo espaço da exposição. De tempos a tempos, os pais chamam-nas e convidam-nas a ver um determinado expositor. Observam-se trocas de afecto frequentes, tais como beijos, abraços; caminham de mãos dadas, as crianças andam por vezes ao colo. Ninguém funciona como líder e tendem a ver a exposição ora dispersos, ora em bloco. Os pais actuam como se tivessem vindo «com as crianças».

3 — *Famílias de funcionamento empenhado em termos educativos*: ambos os pais, ou apenas um deles, lideram o grupo e mantêm-no coeso através da exposição, assumindo o papel de mediadores/educadores ao longo de toda a visita. O líder é onnipresente e tem o total controlo do tempo, do espaço e dos momentos de interacção dentro do grupo. O líder esforça-se para que a função educativa do museu resulte plenamente. A interacção dos pais com os filhos é basicamente orientada por conceitos educacionais, deixando pouco espaço para a expressão das suas emoções e afectos. Os pais utilizam os expositores interactivos com finalidades educativas e usam textos e legendas como suporte de informação. O tempo de duração da visita é longo, mesmo quando as crianças se mostram cansadas. Os pais actuam como se tivessem vindo «por causa das crianças».

4 — *Famílias de funcionamento autoritário*: a educação é menos importante do que a disciplina. O investimento dos pais é no sentido de corrigir o comportamento das crianças no local. Trata-se de uma experiência muito rotineira. Torna-se obsessivo manter as crianças perto de si, o que impede a interacção com a maioria dos expositores. O adulto-líder utiliza castigos e ameaças na sua actuação. O grupo actua

como um bloco e sob permanente tensão. A visita é normalmente curta. Os pais actuam como «se preferissem não ter trazido as crianças».

As cinquenta famílias distribuem-se pelos quatro tipos da seguinte forma:

- Famílias de funcionamento neutro: 5
- Famílias de funcionamento convivial: 23
- Famílias de funcionamento empenhado em termos educativos: 20
- Famílias de funcionamento autoritário: 2

189

Dada a subjectividade destes resultados, não se podem tirar grandes ilações quanto ao seu significado quantitativo. Deve referir-se, no entanto, que nesta amostra as famílias de *funcionamento convivial* foram quase tão numerosas como as de *funcionamento empenhado em termos educativos*, e que ambas constituíram os dois tipos de figuração mais representativos. Estes resultados não deverão ser apenas interpretados no contexto das famílias, mas também no do ambiente global do Museu, dado que se partiu do princípio de que o local cria modos de percepção de acordo com uma certa lógica comunicacional que favorece certas atitudes e exclui outras, da mesma forma que favorece e exclui certos grupos sociais. O elevado número de famílias que correspondem a uma figuração *convivial* é significativo do processo de transição (numa direcção «mimética») que este Museu atravessa. Contudo, verifica-se que, embora o ambiente da exposição seja fortemente apelativo no plano recreativo e lúdico, há ainda uma percentagem considerável de famílias que procuram os seus aspectos educativos e tentam tirar deles o melhor partido.

O questionário continha uma escala semântica, a partir da qual foi possível perceber a forma como as próprias famílias avaliaram a sua experiência. Pediu-se aos indivíduos que escolhessem apenas um termo de cada um dos seguintes pares de adjectivos:

- | | | |
|------------------|----------|-------------|
| Relaxante..... | ou | Estimulante |
| Activa | ou | Passiva |
| Brincadeira..... | ou | Trabalho |
| Criativa..... | ou | Monótona |
| Educativa..... | ou | Recreativa |

Os resultados obtidos mostram que as mulheres consideraram a experiência mais estimulante do que relaxante (64% contra 10%). Também consideraram a experiência mais activa (57%) do que passiva (11%). Para estas mulheres, tratou-se mais de uma forma de brincadeira do que trabalho (51% contra 11%), o que é coerente com o facto de ter sido considerada uma experiência mais criativa do que monótona (51% contra 17%). No entanto, embora a tenham vivido como brincadeira, a exposição foi, para este grupo feminino, mais educativa do que recreativa (73% contra 15%).

Os homens também consideraram a experiência mais estimulante do que relaxante (51% contra 28%), embora tenha sido para este grupo mais relaxante do que para o grupo feminino. Este resultado mostra-se coerente com a diferença entre o carácter activo ou passivo da experiência, que também se revelou menos acentuada: 41% relacionaram a experiência com brincadeira e só 10% com trabalho. Quanto a ser criativa ou monótona, os resultados da avaliação dos homens foram semelhantes aos das mulheres, o mesmo sucedendo quanto ao facto de ser uma experiência educativa ou recreativa (79% consideraram educativa e 19% recreativa).

As mulheres parecem mostrar-se mais disponíveis para assumir um papel activo como mediadoras entre o Museu e as crianças. No entanto, parecem levar esse seu papel menos a sério do que os homens. Este facto talvez se explique por estas mulheres serem, na sua maioria, donas de casa e estarem habituadas a combinar o ensino com a brincadeira na relação com os filhos. Os homens, que trabalham a tempo inteiro, procuram no seu tempo de lazer em família uma satisfação mais de tipo relacional e estão menos empenhados em descodificar o conteúdo científico do Museu.

Ambos os grupos (masculino e feminino) definiram esta exposição como tendo sido uma experiência estimulante mais do que relaxante, e mais como «brincar» do que como «trabalho». Do mesmo modo, definiram-na mais como uma experiência criativa do que como tendo sido monótona. Destes resultados poderá concluir-se que os aspectos miméticos (pós-modernistas-figurativos) parecem ter tido um efeito mais forte que o discurso textual (tradicional-narrativo). No entanto, quando definem a sua experiência em termos educativos ou recreativos, parece haver uma preferência pela função educativa, embora, na prática, um número significativo destas famílias tenha preferido assumir uma atitude distanciada e descontraída, pouco eficaz em termos educativos.

Em síntese, o estudo de caso revelou até que ponto este Museu cria uma atmosfera informal, em muitos aspectos semelhante à de outros espaços de lazer tradicionalmente mais divertidos e lúdicos. As famílias parecem ter recuperado a forma de estar de outros tempos, assumindo uma atitude descontraída e participativa, comparável à que assumiam quando traziam cães em cestos, gritavam pelos corredores ou riam das esculturas egípcias. Há, como diria Elias, um maior *descontrolo-controlado* de emoções, tornado possível por um ambiente de tipo «mimético» que se sente mal se entra na sala de exposição.

O que parece destacar-se deste estudo é, antes de mais, uma atmosfera que em certa medida parece caracterizar o lazer dos anos 90. Uma atmosfera que se pode considerar simultaneamente directiva e descontraída, educativa e recreativa. Aquilo que as famílias trazem do exterior como que se interliga, de forma dinâmica, com aquilo que o Museu lhes vai oferecendo ao longo da visita. Antigas barreiras que se erguiam entre o exterior e o interior dos edifícios, assim como entre pais e filhos, parecem tender agora a desaparecer. Entre estes observa-se uma maior troca de papéis, coincidente com uma maior indiferenciação entre as funções mimética e educativa deste espaço de lazer.

A exposição enche-se de pessoas que procuram passar bons momentos em conjunto, para aprender ou para combinarem estas duas formas de estar. No entanto, o que estas observações revelam de inovador é que os visitantes são hoje, mais do que nunca, livres para escolher o tipo de atitude a adoptar e parecem conduzir livremente a sua própria forma de estar, sem se sentirem minimamente pressionados pelo corpo director do museu, ou chocados com a diversidade de atitudes e modos de estar daqueles com quem compartilham o mesmo espaço.

Os museus procuram hoje alargar os seus públicos e rejeitam a sua conotação com as culturas de elite, tentando, pelo contrário, tornar-se mais acessíveis enquanto espaços de lazer, alterando os seus conceitos de comunicação e de transmissão de conhecimentos e ideias. Este estudo pretendeu demonstrar até que ponto é importante conhecer a forma como se deu este processo de transformação enquanto processo de articulação, transferência e disseminação da experiência museal dos produtores culturais para os públicos que

Conclusão

frequentam estes espaços. Tentou-se ainda examinar a forma pela qual estas novas percepções são incorporadas e fazem parte do contexto de mudança que tem afectado a generalidade das práticas quotidianas. Ao fazê-lo, pretendeu-se discutir a função social dos museus no interior do processo de transformação das sociedades ocidentais.

De forma a tornar esta abordagem mais clara, dois aspectos importantes da experiência museológica foram integrados na análise: a caracterização social dos actores (quer enquanto produtores, quer enquanto consumidores) e a caracterização dos modos de significação que constituíram o contexto comunicacional em cada fase do seu processo de transformação. Tentou-se, deste modo, libertar a instituição-museu das abordagens tradicionais tendentes a isolá-la do mundo exterior e a vê-la como o resultado do esforço de dedicados museólogos e da maior ou menor abertura e criatividade destes enquanto indivíduos.

Com a adopção do modelo de análise figuracional toda a globalidade do museu tomou forma. Tornou-se evidente como, durante o seu processo de transformação, os museus deixaram de se basear em discursos estáticos ligados à presença física de objectos carismáticos, para adquirirem progressivamente uma função educativa apoiada em discursos de carácter universalista e, finalmente, uma função marcadamente lúdica assente em meios audio-visuais concebidos para impressionar públicos mais amplos. Este processo deu-se porque os grupos que outrora detinham as colecções e as investiam do seu próprio sentido de distinção social e exclusividade foram progressivamente desaparecendo dos centros de decisão, dando lugar a outros grupos investidos de outro tipo de aspirações. Os produtores que se lhes seguiram, dada a sua frágil situação profissional, tiveram de lutar para se tornar hegemónicos, tentando alargar as suas ideias e visões do mundo aos estratos sociais inferiores.

Foi ainda descrito como este processo envolveu, do ponto vista da experiência dos públicos, diferentes modos de estar, diferentes formas de auto-regulação ou extroversão de emoções e diferentes formas de interacção no seio dos grupos de visitantes.

A teoria de Norbert Elias, que descreve o processo civilizacional a partir das transformações que ocorrem na forma como os indivíduos aprendem a controlar as suas emoções, relacionando-as com os estratos sociais que as difundem e interiorizam, contribuiu de forma crucial para a compreensão

da razão pela qual, historicamente, certos estratos da população se foram tornando visitantes de museus, enquanto outros, atraídos por outros espaços de lazer, se mantiveram definitivamente de fora.

Analisando em detalhe as acções e comportamentos, quer dos museólogos, quer dos públicos, pela forma como os primeiros tentaram influenciar os últimos, demonstrou-se que o regime de significação do museu se relacionou, ao longo da sua história, com a estrutura da sociedade onde se insere. Ao limitar as formas de comportamento e a experiência emocional dos visitantes, os museus estavam implicitamente a mostrar por quem e para quem tinham sido concebidos. Estas restrições eram uma forma de proteger estas instituições da vulgarização e da homogeneização dos meios urbanos. No entanto, esta atitude de defesa é enfraquecida com a sua transferência para as mãos de especialistas que, mais do que protegerem a instituição, se esforçam por proteger o seu lugar numa estrutura profissional cada vez mais instável e competitiva.

O futuro dos museus será o resultado do confronto entre aqueles que defendem os paradigmas culturais tradicionais e aqueles a que chamámos pós-modernos, enquanto *figurações* de museólogos e visitantes. Estas duas posições, que tendem a excluir-se mutuamente, podem, no entanto, coexistir e tender a subalternizar-se. No presente contexto, há quem defenda com nostalgia os museus silenciosos de outrora, onde o indivíduo podia usufruir momentos de prazer romântico e concentrar-se na contemplação da beleza estética dos objectos. Há ainda quem queira recuperar os objectos naqueles museus que os substituíram por écrans de vídeo ou jogos de computador.

Este estudo pretendeu fornecer novos instrumentos que, em qualquer momento, poderão servir para analisar as forças que actuam nesta ou naquela direcção. Este tipo de análise, a ser aplicada noutras situações, permitirá que nos situemos melhor em relação às possibilidades e aos limites à renovação dos museus, enquanto espectadores informados e críticos dessa mudança. Ao privilegiarmos uma análise processual da experiência museológica, foi-nos dado definir os contornos da vida social e cultural e da forma como evoluíram em conjunto. Se o público parece, hoje, entusiasmar-se com os novos expositores interactivos, está, no entanto, a tornar-se cada vez mais exigente ao distanciar-se da experiência aurática de outros tempos. Se as crianças, hoje, correm livre-

mente de um expositor para outro, gritam e chamam pelos pais nas salas de exposição, é porque o sistema de auto-regulação imposto no passado cumpriu a sua função durante décadas.

O contributo deste estudo para análises futuras é a constatação de que o principal debate quanto ao futuro dos museu continuará a situar-se entre *educação* e *divertimento*. É ainda a constatação de que devem ser criadas formas de envolver os públicos neste debate, de modo a compreender porque é que preferem que os museus sigam numa ou noutra direcção. Outra conclusão que se poderá tirar é a de que o discurso do «dever ser» perdeu total significado. Os museólogos *não têm que* atrair novos públicos, do mesmo modo que *não têm que* instruí-los ou educá-los. Deverão, pelo contrário, tornar-se espectadores críticos do seu próprio papel na construção da presente realidade museológica e na construção de realidades futuras. ■

Referências Bibliográficas

- | | | |
|-------------------------|------|---|
| Altick, R. | 1973 | <i>Victorian People and Ideas, a Companion for the Modern Reader of Victorian Literature.</i> Londres e Nova Iorque, W.W. Norton & Company. |
| Benjamin, W. | 1983 | <i>Charles Baudelaire — A Lyric Poet in the Era of High Capitalism.</i> Londres, Verso. |
| Daniels, S. | 1993 | <i>Fields of Vision — Landscape Imagery and National Identity in England and the United States.</i> Cambridge, Polity Press. |
| DiMaggio, P. | 1982 | «Cultural Entrepreneurship in the Nineteenth Century Boston: the Creation of an Organisational Base for High Culture in America». <i>Media, Culture and Society</i> , 4: 33-50. |
| Elias, N. | 1980 | <i>Introdução à sociologia.</i> Lisboa, Edições 70. |
| Elias, N. | 1989 | <i>O processo civilizacional. Transformações do comportamento das camadas superiores seculares do ocidente.</i> Lisboa, D. Quixote. |
| Elias, N. | 1990 | <i>O processo civilizacional. Transformações da sociedade, esboço de uma teoria da civilização.</i> Lisboa, D. Quixote. |
| Elias, N. e Dunning, E. | 1992 | <i>A busca da excitação.</i> Lisboa, Difel. |
| Habermas, J. | 1992 | <i>The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society.</i> Cambridge, Polity Press. |
| Hudson, K. | 1975 | <i>Museums of Influence.</i> Cambridge, Cambridge Univ. Press. |
| Jameson, F. | 1984 | «Postmodernism and Consumer Society». In Kaplan, A. (ed.), <i>Postmodernism and its Discontents, Theories and Practices.</i> Londres, Verso. |
| Kelly, J. | 1983 | <i>Leisure Identities and Interactions.</i> Londres, Allen and Unwin. |
| Lash, S. | 1990 | <i>Sociology of Postmodernism.</i> Londres, Routledge. |
| Levine, L. | 1988 | <i>Highbrow/Lowbrow, the Emergence of Cultural Hierarchy in America.</i> Cambridge Mass., Harvard Univ. Press. |
| Mennell, S. | 1992 | <i>Norbert Elias — An Introduction.</i> Oxford, Blackwell. |
| Rojek, C. | 1993 | <i>Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel.</i> Londres, The Macmillan Press. |
| Urry, J. | 1990 | <i>The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies.</i> Londres, Sage. |
| Walsh, K. | 1992 | <i>The Representation of the Past: Museums and Heritage in the Post-modern World.</i> Londres, Routledge. |