

Do conhecimento à narrativa e à... ação!

Construindo narrativas nos museus de hoje

Lisa Roberts

Ex-diretora da Garfield and Lincoln Park Conservatories, professora adjunta da University Johns Hopkins.

“Do conhecimento à narrativa”: esta frase curta descreve uma mudança profunda que ocorreu no pensamento ao longo dos últimos 50 anos, abalando universidades, museus e outras instituições na indústria do conhecimento. Refere-se a uma mudança radical na forma como definimos “conhecimento”: antes, designava fatos objetivos e verificáveis, e agora indica significados construídos socialmente. Basicamente, a ideia de que o conhecimento era uma construção social colocou em xeque a antiga autoridade dos modos positivistas e científicos de conhecimento, já que ambos vieram a ser entendidos como uma espécie de “narrativa”.

Embora essas mudanças tenham ocorrido principalmente em ambientes acadêmicos, os museus também foram afetados – certamente em seu papel mais erudito, como produtores de conhecimento. No entanto, foi no seu papel de comunicadores de conhecimento – no trabalho de mostras e interpretações públicas – que o impacto foi mais fortemente sentido. Se o “conhecimento” é uma narrativa construída, poderíamos, então, entender que os objetos nos museus possuem múltiplos significados, dependendo do contexto em que eles são vistos e definidos – bem como interpretados e exibidos.

Para os educadores que atuam em museus, esse foi um momento decisivo por atribuir ao seu trabalho um novo fundamento e uma autoridade profissional diferente. Como especialistas em pedagogia, comunicação e em visitantes, os educadores representaram os interesses e as necessidades de uma grande variedade de públicos, todos com formações, motivações e estruturas culturais distintas. Os educadores foram os que defenderam perspectivas e histórias alternativas e formas de contar histórias que refletiam os mundos dos visitantes. Foram revolucionários museológicos que desafiaram o *status quo* e demandaram que a autoridade para determinar de quem seria o conhecimento e as narrativas a serem contadas fosse compartilhada.

Ao longo do tempo, essas mudanças foram justificadas inúmeras vezes, pois estudos de visitantes, práticas educativas, e até mesmo o *marketing*, demonstravam a importância de tornar os museus significativos do ponto de vista dos visitantes. Ao mesmo tempo em que a educação continua a ser uma missão central na maioria dos museus, tornou-se normal falar de “interpretação” e “experiência do visitante”, linguagem que acomoda uma multiplicidade de significados e narrativas. Essas mudanças marcam um equilíbrio bem-vindo nesta era dominada por formas acadêmicas, fundamentadas em curadoria, para compreender as coleções de museus.

A palavra-chave, neste caso, é “equilíbrio”. É importante lembrar que os termos dos visitantes não são os únicos válidos, e que a construção narrativa se aplica aos profissionais de museus e aos visitantes, com a mesma legitimidade. Embora possa implicar certo enfraquecimento da autoridade institucional, a ideia de que os próprios museus se empenhem na construção de significados é algo realmente muito libertador. Isso os liberta de uma espécie de neutralidade absoluta para que possam adotar uma posição e apresentar interpretações e mostras que sirvam de suporte aos seus próprios interesses e valores institucionais. Os museus não poderiam estar mais bem posicionados para desempenhar um papel com impacto tão profundo.

Os museus são, por definição, instituições sociais. No entanto, cada época deve considerar o papel adequado que o museu deverá desempenhar de acordo com as condições da sociedade em que vivem. Embora algumas missões possam se estender por décadas e gerações, os museus atendem, de maneira mais imediata, a um público contemporâneo – presente dentro de um conjunto de condições e questões sociais que moldam a forma como as missões se realizam.

É difícil dizer se as condições atuais são mais urgentes se comparadas às do passado, mas há, pelo menos, um desafio fundamental, exclusivo para a atualidade. Somos confrontados com a possibilidade extremamente real de uma mudança significativa em nosso planeta – chegando até mesmo à aniquilação, em razão de duas ameaças sem precedentes: mudanças climáticas irreversíveis na Terra e a proliferação descontrolada de armas nucleares. Se quisermos encontrar soluções para esses ou quaisquer dos muitos outros problemas sociais que enfrentamos, uma coisa é certa: isso só acontecerá se pudermos descobrir uma maneira de nos comunicarmos e resolvermos problemas em escala global. Precisamos aprender a enxergar além das fronteiras e limites individuais de nosso mundo, país, religião e classe, para chegarmos a um denominador comum como seres humanos.

Então, o que isso significa? Como se materializa? Isso significa abraçar a nossa função narrativa com coragem e determinação. Significa reconhecer a urgência por trás do nosso papel como instituições sociais e avançar com ousadia. E significa pensar criativamente sobre como fazemos o nosso trabalho. Às vezes, este é o maior desafio de todos – criar novos modelos de prática, quando ainda estamos amarrados a velhos hábitos mentais. O que veremos a seguir são algumas considerações para pensar criativamente sobre a construção narrativa.

Mensagens e experiências alternativas

Interação social, introspecção pessoal, divertimento, restauração e, claro, curiosidade e aprendizagem, todos esses elementos compõem uma taxonomia em evolução de razões que atraem visitantes às nossas instituições. Um número cada vez maior de museus está ampliando seus próprios propósitos e atividades para além das atividades tradicionais de “coletar, educar e investigar”. Exemplos de práticas públicas inovadoras estão espalhados por toda a história da instituição, mas é chegada a hora de trazê-las para uma posição central e de destaque. Consideremos isto:

- **Discurso cívico:** atualmente, a nossa sociedade se encontra infectada por falta de compreensão, respeito e tolerância diante das diferenças. O racismo está em ascensão, as relações americanos/muçulmanos nunca estiveram piores, e populações marginalizadas – como, por exemplo, imigrantes, trabalhadores domésticos, membros de gangues, ex-infratores e outros – vêm sendo culpadas por (e se tornando vítimas de) uma série de males sociais. Na medida em que os museus mantêm e representam os artefatos da cultura humana, encontram-se em uma posição que ajuda a dar voz e compreensão aos Outros, e a iniciar um discurso compassivo sobre os problemas que todos enfrentamos juntos.
- **Trabalho social:** como instituições sociais, os museus têm, por vezes, se engajado em vários tipos de “trabalhos sociais”, mesmo quando não atribuem tal denominação a essas atividades, empregando o que muitos chamam de “poder transformador da arte e da cultura” para tentar melhorar as vidas da classe operária, dos imigrantes, de deficientes e de outras populações menos favorecidas. Como as grandes instituições sociais que têm uma missão pública, os museus devem abraçar esse papel e encontrar novas maneiras de usar seus recursos e promover parcerias criativas para que possam servir mais adequadamente às comunidades mais vulneráveis da sociedade.
- **Experiência afetiva:** quando as pessoas chegam às nossas instituições, esperamos nos conectar com elas em um nível sincero, de modo que sejam (literalmente) as mais afetadas. Tão importante é a experiência afetiva para o nosso impacto geral que faz todo o sentido articulá-la como um objetivo em si mesmo. Constitui, também, um

passo fundamental no processo de aprendizagem. A experiência positiva e afetiva é um importante precursor para uma comunicação eficaz, pois induz a um estado mental aberto, relaxado e receptivo, ideal para que ocorra o aprendizado. Portanto, se os visitantes puderem sentir e serem tocados pela experiência que tiverem com as nossas coleções, poderão ficar mais receptivos às nossas mensagens mais didáticas sobre o assunto.

- **Transformação pessoal:** os museus são os colecionadores e zeladores de um patrimônio cultural e natural incrível. O que eles fazem com esse patrimônio – como interpretam, exibem e compartilham esse material – também os torna agentes da emoção humana: inspiração, nostalgia, admiração etc., bem como tristeza, arrependimento e, até mesmo, raiva. Os museus podem ser instituições sociais; no entanto, são os indivíduos que têm seus valores e crenças reforçados ou transformados por sua experiência; e são essas experiências que nos inspiram a promovermos mudanças, resgatarmos um relacionamento, estendermos as mãos para atingir o outro lado – atos que definem o entendimento que as pessoas têm do mundo e do lugar que ocupam nele. Esta é a experiência afetiva, na sua forma mais eficaz.

Mídia alternativa e voz

Esta é uma frase um tanto desgastada, mas não deixa de ser verdadeira: “o meio é a mensagem”. Os meios que utilizamos para a nossa comunicação moldam a forma como nossas mensagens são recebidas. Os museus tradicionalmente empregam formas verbais, didáticas e, muitas vezes, escritas para divulgar seus objetos museológicos – uma abordagem preferida pelos curadores e outros estudiosos cujos modos de adquirir conhecimento há muito dominam os corredores dos museus. Educadores e defensores de visitantes mudaram essa perspectiva, trazendo novos tipos de linguagens e estratégias de comunicação para o que se acreditava serem públicos distintos e especializados. No entanto, as formas físicas de textos – etiquetas, placas e folhetos – continuam sendo o porta estandarte das mensagens dos museus, embora muitas alternativas já existam:

- **Mídia digital:** provavelmente, esta é a principal alternativa, considerando o grande número de pessoas que a utiliza para a comunicação por meio de inúmeros dispositivos pessoais. A interação dos visitantes com os museus acontece antes, durante, após e, até mesmo, em lugar de sua visita a um museu, mediante aplicativos (*apps*) personalizados, mídia social, *massive open online courses* (MOOCs) gratuitos, bancos de dados de coleções, *websites* interativos, projetos *online* do tipo “faça você mesmo”, financiamentos colaborativos (*crowdfunding*) e similares. As ferramentas digitais como essas estão tornando os museus e suas coleções acessíveis a todo o mundo, literalmente. Facilitam a atribuição de múltiplos significados em nível jamais visto anteriormente com a mídia física.
- **Arte “interpretativa”:** é da natureza da arte transmitir algo: uma representação, uma ideia, uma experiência. Como tal, a arte pode ser empregada como o seu próprio meio de comunicação, ou seja, a arte intencional, “interpretativa”, desenvolvida para transmitir uma mensagem ou experiência em particular. Trata-se da arte, não como algo a ser interpretado, mas, antes, um mecanismo ou veículo para a própria interpretação, empregando um vocabulário alternativo e competente para atingir o lado direito – afetivo e emocional – do cérebro.
- **Voz alternativa:** embora a arte possa oferecer um tipo de voz alternativa baseada em vocábulos relacionados à forma, nossos modos de comunicação dominantes ainda empregam palavras. Os museus se especializaram em utilizar uma linguagem não só acessível, mas também atraente para interpretar suas coleções. No entanto, muito ainda podemos fazer no sentido de realizar experimentações com diversas formas linguísticas – poesia, dialetos e histórias, por exemplo. Dessa forma, diferentes narrativas são representadas nos museus, assim como formas diversificadas e, até mesmo originais, de sua expressão.
- **Espaços alternativos:** os museus estão se transpondo cada vez mais para além dos seus limites físicos, com base nos domínios digitais para configurações que envolvem parcerias (hospitais, centros comunitários, aeroportos etc.). Além disso, os visitantes estão se interessando por espaços que se assemelham a mostras na forma de galerias itinerantes, exposições em parques e em outros espaços públicos, arte de rua, memoriais improvisados e exposições comerciais. Vale a pena voltar nossa atenção aos espaços dessa natureza porque são geralmente gratuitos, acessíveis e de fácil compreensão, além de poderem oferecer formas alternativas de conexão com os visitantes.

A esperança, obviamente, é que um dia essas práticas não serão mais “alternativas”, e sim, “normativas”. Na qualidade de educadores e defensores, compete a nós continuarmos nossa busca por outras formas de interpretar os muitos mundos que abrigam os museus e que são vivenciados pelos nossos visitantes.

Uma das características que definem o nosso tempo é a globalização quase completa do nosso mundo – nossas telecomunicações, nossas economias, bem como nós mesmos. Nunca tivemos tamanha consciência da multiplicidade dos mundos – culturas, sistemas de crenças, valores, modos de vida – que coexistem em nosso planeta. São mundos que também existem nas instituições dedicadas à sua preservação. Isso levou tanto a um *insight* significativo, quanto a um grande mal-entendido. Mais do que nunca o nosso mundo precisa de pessoas e instituições dotadas de habilidades interpretativas – capazes de reduzir as diferenças e facilitar o entendimento. Os museus possuem o perfil perfeito para desempenhar esse papel. Ao oferecer uma plataforma para a interpretação, conectando-nos e servindo de auxílio para o entendimento mútuo, os museus tornaram-se um grande fórum de negociação de significados. Na época atual, trata-se de uma ação social com grande significado e da mais alta relevância.