

Conferência I – Museus criativos: experiências e práticas inovadoras nos museus



IV – Teia da Memória – Mesa de Abertura



Marcos André Rodrigues de Carvalho

Boa tarde. Queria primeiramente agradecer ao professor Ângelo, nosso mestre, que é uma referência para mim, na área da cultura e da gestão da cultura. Para mim é uma alegria, uma felicidade muito grande estar aqui ao seu lado e poder participar, hoje, como responsável pela Secretaria da Economia Criativa, de um evento como esse. Foi um convite do Ibram e, prontamente aceito pela Secretaria de Economia Criativa por entender, ao longo desse um ano e meio em que atuo como Secretário, a sinergia entre a pauta da Economia Criativa e a pauta do museu do futuro, museu do terceiro milênio. Eu vou falar um pouco sobre essa sinergia forte, tanto da nossa parceria, entre o Ibram e a Secretaria, quanto da relação entre essas duas pautas — as cidades criativas e os museus. E hoje tive também o prazer de conhecer o professor João Moreira. Pra mim, é uma grande alegria estar aqui do seu lado.

Quando eu fui convocado para ser Secretário da Economia Criativa, eu tinha assumido a área de economia criativa no Estado do Rio de Janeiro. É um desafio muito grande falar sobre o conceito de economia criativa. Até porque, hoje em dia, acho excessivo o uso da palavra criatividade. O próprio 6º Fórum de Museus foi intitulado “Museus criativos”. Se a criatividade sempre esteve presente, sempre foi da natureza humana e da natureza brasileira em sua diversidade, é porque, de cinco anos para cá, tudo é “criativo”? Economia criativa, museus criativos, cidades criativas. Por que essa palavra começou a ficar tão em voga? Na verdade, esse é um assunto que, no Brasil, está chegando com, mais ou menos, vinte anos de atraso. O Reino Unido, a Austrália, por exemplo, já vêm discutindo isso há mais ou menos vinte anos.

A primeira percepção da transformação dessa nova economia, que é a economia do terceiro milênio — a economia criativa —, ocorreu a partir de análises sobre os levantamentos do crescimento dos setores econômicos. De uma hora para a outra, os economistas perceberam que alguns setores cresciam muito mais do que outros. Eles começaram a estudar que setores eram esses. E eram setores muito diversos: os museus, o turismo cultural, o artesanato, o *design*, a arquitetura, a gastronomia, a moda, os jogos eletrônicos, o mercado do entretenimento. Esses eram os setores que mais cresciam e geravam empregos, em meio a um processo muito forte de desindustrialização. As indústrias de serviço também sofriam uma queda ao mesmo tempo em que aqueles setores seguiam crescendo e gerando muito emprego e renda em detrimento dos outros. E a partir daqueles estudos eles perceberam que o que unia esses setores em crescimento era justamente o valor agregado do ato cultural, da criação artística. A criação artística agregando valor a todos os tipos de produtos: celulares, roupas, comidas, prédios, turismo e serviços. Todo serviço e produto que passava a ter a incorporação do fazer cultural, do fazer criativo, passava a ter um valor de mercado muito maior do que os outros. A relação que liga os vinte setores que compõem os setores da economia criativa é justamente o ato criativo que agrega valor a produtos e serviços. Pois bem, isso pode parecer chover no molhado. Sempre soube que a cultura

agrega valor. Mas não nesse nível.

Na verdade, o crescimento econômico desses setores reflete muito mais do que uma transformação na economia. Ele reflete uma transformação da sociedade. É a transformação da sociedade do terceiro milênio que está gerando o impacto no surgimento de uma nova economia. O que quer dizer que nunca se consumiu e nunca se valorizou tanto a arte e a cultura quanto nessa geração do terceiro milênio.

Temos pesquisas que apontam que nunca se consumiu tanta música, nunca se teve tanta vontade de conhecer tanta música no mundo — esse mundo digital em que vivemos hoje. O que é isso? É, realmente, uma geração apaixonada pela arte e pela cultura. Por isso, a arte e a cultura passam a ser consumidos e a gerar emprego e renda como nunca geraram. E esse setor segue crescendo.

É importante dizer que poucas gerações viram ou viveram a virada de um século. Nós somos uma geração que está vivendo a virada do milênio. São pouquíssimas as gerações que viram ou viveram a virada de um milênio. E, obviamente, isso tem um impacto no inconsciente coletivo da sociedade, da humanidade, muito forte. E isso também provoca uma transformação e uma inovação. A humanidade tem necessidade, através dessa virada simbólica de um milênio, de se renovar. E, nesse mesmo momento, estamos assistindo a uma crise ambiental sem precedentes, uma crise de modelos econômicos sem precedentes. Então, a sociedade precisa, também, de novos modelos. Como somos uma geração com um pé num milênio e um pé no outro, é difícil perceber a mudança do tempo histórico. Mas, nesse momento, está acontecendo uma grande, talvez inédita, transformação comportamental da população mundial. As cidades nunca foram tão populosas. Nunca a humanidade se concentrou tanto nas áreas urbanas. As ferramentas de comunicação, a facilidade que temos hoje para nos comunicarmos, gera uma democratização e uma rapidez na troca de informação, e gera uma democratização e um acesso ao conhecimento impressionantes. É muito revolucionário, porque o conhecimento antigamente era, realmente, um patrimônio exclusivo das classes dominantes, dos ricos, dos únicos a ter acesso ao conhecimento. E hoje, nós temos o conhecimento disponível na internet, no mundo digital, de uma maneira inédita também.

É justamente essa nova economia — que é a economia criativa, agregada a essa nova era do conhecimento, à genialidade, à criação inovadora — que pode construir uma fortuna de um dia para o outro. Vocês podem ver o exemplo do Instagram, um aplicativo móvel, que foi criado por um jovem que não é necessariamente filho de uma família milionária. Antigamente, para você ser milionário, você tinha

que ser tataraneto de um milionário, herdar. Hoje em dia, é possível um jovem de uma camada popular estudar, criar um produto genial, ser difundido pelo mundo inteiro e passar a ter milhões de dólares, por exemplo. E se constrói uma fortuna a partir de uma ideia, de um ato criativo, um ato inovador.

Nesse contexto de reinvenção da sociedade, as próprias cidades estão sendo reinventadas, os equipamentos culturais estão sendo reinventados; e, com certeza, os museus também estão sendo reinventados. Existe um estudo, por exemplo, que diz que a cada dez das profissões do futuro que mais gerarão renda, sete ainda não foram sequer inventadas, não existem ainda. E isso porque talvez até o próprio conceito de profissão esteja sendo revisto, porque os profissionais, hoje, são múltiplos. Não existe mais o especialista. Pelo contrário, o profissional que é valorizado é o múltiplo, o que tem várias especialidades. Os próprios setores profissionais estão se misturando; as fronteiras desses setores estão se apagando. Por isso mesmo, o museu, hoje em dia — com todo o trabalho que o Ibram tem feito, e que a sociedade também tem feito, de reconceitualizar o museu —, deixa de ser aquele museu visto como uma casa de objetos empoeirados para ser entendido como um espaço de interação, um território de transformação social e cultural; de criação de novas narrativas; de fazer cultural e de fazer futuros a partir de um impulso da memória e do passado. Toda a sociedade está sendo reinventada.

Nesse contexto, o turismo cultural — os dados do turismo são impressionantes — mostra a oportunidade que o museu tem de criar estratégias de sustentabilidade através da explosão que está acontecendo, nesse momento, no crescimento do turismo, no número de turistas, nos números do turismo mundial. Segundo dados do Fórum Econômico Mundial do ano passado, em 1950, nós tínhamos trinta milhões de turistas, circulando pelo mundo. Em 1950, obviamente nós não tínhamos tantos aviões; os aviões eram mais antigos, existiam muitas dificuldades para cruzar as fronteiras. Em 2010, o número de turistas foi de 940 milhões. Quer dizer, 910 milhões a mais do que há sessenta anos. Sessenta anos, no tempo histórico, não é nada. Para vocês terem uma ideia, nos próximos dez anos, a previsão do Fórum Mundial de 2010 para o número de turistas — que já eram 940 milhões naquele — é de que pule para um bilhão e seiscentos milhões de turistas. É praticamente o dobro de turistas no mundo em dez anos. Além de se tratar, cada vez mais, de um turismo de experiência. Não é mais aquele turismo arcaico do milênio passado. É um novo turismo. O novo turista quer realmente, vivenciar a cidade, viver a experiência que o cidadão local vive. Não quer mais aquele turismo passivo, quer interagir com a cidade.

Um dos maiores interesses desse turismo é a visita aos museus. Hoje os museus passam a ser um dos equipamentos mais poderosos do mundo em termos de atração de turistas. A estratégia da Economia Criativa está nos viveiros da municipalidade das cidades. As prefeituras, hoje, utilizam a construção de museus e criação de museus como uma das principais estratégias de desenvolvimento do turismo cultural nas cidades. Um caso emblemático é o de Abu Dhabi, que fez um contrato com o Museu do Louvre, e vai construir uma franquia do museu parisiense, desde a cessão da marca até o

empréstimo do acervo. Esse contrato do Museu do Louvre — que estava precisando de recursos devido a toda crise econômica por que a França tem passado, com cortes no orçamento do Ministério da Cultura da França —, é da ordem de um bilhão e trezentos milhões de dólares. Foi o que Abu Dhabi pagou ao Governo Francês, para abrir uma franquia do Louvre. E a construção de um “Museu do Louvre”, simplesmente reposiciona para o planeta a marca de Abu Dhabi e do país como um local de desenvolvimento cultural, em detrimento dos preconceitos que o Ocidente tem em relação ao Oriente.

A Secretaria da Economia Criativa hoje tem projetos em parcerias com o Ibram que, em 2015, serão muito fortes. Um deles, eu gostaria de citar aqui e colocar à disposição de vocês, são as incubadoras Brasil Criativo. São espaços de treinamento em gestão cultural para o desenvolvimento de planos de sustentabilidade dos equipamentos culturais. A incubadora vai muito além disso: é um espaço também, de interação e criatividade, onde jovens, artistas e fazedores de cultura podem passar o dia trabalhando juntos, num encontro multisetorial. Encontram-se também nela diversas instituições, como um banco para crédito, uma junta comercial para formalização, uma universidade de Direito, onde funciona o balcão de propriedade intelectual, entre diversas outras situações de trabalho compartilhadas.

Hoje nós temos oito incubadoras inauguradas. Aqui no Pará, Medellín foi a primeira, fica dentro do IAP— Instituto de Artes do Pará. Nós temos também em Rio Branco, no Acre, no Rio de Janeiro, em Salvador, Mato Grosso, Goiás, em Natal, no Rio Grande do Norte e Recife, em Pernambuco. E na semana que vem vamos inaugurar uma nova incubadora no DF, no CONIC, em Brasília. E no início de 2015, em Manaus, no Paraná, em Minas Gerais e, no Ceará, e no Amazonas. Um total de quatorze incubadoras. Eu digo isso porque, para os Pontos de Memória e os museus que estão aqui presentes, seria muito interessante que já estivessem procurando essas incubadoras. Eu estou divulgando aqui para que vocês todos possam ter conhecimento e acesso a esse trabalho, ao suporte técnico de consultores especializados na construção de planos de negócios e planos de sustentabilidade para os museus.

Sabemos das dificuldades que o meio cultural sofre; que há um vício de financiamento via leis de incentivo e editais públicos. A incubadora responde a isso por pensar outros modelos e alternativas de sustentabilidade, com um grupo de consultores contratados, especialistas, trabalhando para a construção desses planos de sustentabilidade de projetos.

E por último, outro programa muito importante que a Secretaria da Economia Criativa tem realizado, com uma forte interface com a área de museus, é o Programa Conexão Cultura Brasil. É um programa similar ao [Programa] Ciência sem Fronteiras; é como se fosse o nosso “Cultura sem Fronteiras”. Trata-se de um programa de intercâmbio. Esse ano, inclusive, em parceria com o British Council, nós estabelecemos parcerias para estágios de gestores de museus brasileiros em museus internacionais. Esse ano nós

estamos enviando pessoas para o Homer Museum e para o Science Museum. Já estamos em diálogo com a Tate Gallery para o ano que vem, entre outros museus do mundo inteiro. Como é que funciona? O edital fica aberto o ano inteiro e os agentes culturais podem se inscrever para intercâmbios em qualquer museu do Brasil e do mundo. Assim, para realizar a troca de experiências, residências ou estágios, vocês podem escolher a instituição museal — dentro do país ou fora — em que vocês queiram realizar algum tipo de intercâmbio e estabelecer contato com essa instituição. Após o aceite dessa instituição, vocês submetem um projeto ao Ministério da Cultura – Secretaria da Economia Criativa. Os projetos são selecionados mensalmente. Há em média, ao longo deste ano, cerca de cinquenta brasileiros viajando por mês. De novembro a fevereiro, foram quatrocentos brasileiros que viajaram. E a previsão para 2015 é de quatro mil brasileiros. Em 2015, o programa realmente estará mais encorpado, incluindo os intercâmbios acadêmicos de graduação, pós-graduação e mestrado, em universidades, também. As informações do Programa Conexão Cultura Brasil estão disponíveis no perfil da Secretaria da Economia Criativa, no *Facebook*, que é Brasil Criativo. Na página do *Facebook* estão todos os editais, todas as informações relativas tanto às incubadoras Brasil Criativo quanto ao edital do Programa Conexão Cultura Brasil, o programa de intercâmbio. Muito obrigado pela oportunidade.

João de Jesus Paes Moreira – Eu agradeço a exposição do Marcos. Gostaria depois, ao final, de dar um pequeno toque, ir sintetizando a sua fala. Mas, antes, eu convidaria nosso Presidente, nosso querido Ângelo Oswaldo, para seu pronunciamento.

Ângelo Oswaldo de Araújo Santos

Boa noite. É com muita satisfação que eu participo desta mesa. Eu havia sugerido para a organização do nosso Fórum o convite a João de Jesus Paes Moreira, pois, estando em Belém, nós não podíamos deixar de ouvi-lo. Ele é um poeta, pessoa de grande sensibilidade, um estudioso da arte, professor de Filosofia da Arte. Ao mesmo tempo tem essa experiência de lidar com os desafios da realidade cultural porque foi Secretário de Estado da Cultura do Pará, Secretário de Cultura da cidade de Belém, e é Professor da Universidade Federal do Pará. Ele está em contato com todo o movimento universitário, com a efervescência da juventude e com os desafios do nosso tempo. Conhece a questão dos museus e a sua palavra é de grande importância; e tem grande significado para todos nós porque traz a dimensão poética na leitura de todos os temas com os quais estamos lidando.

Estar ao lado de Marcos André também é uma grande satisfação porque ele é um companheiro no Ministério da Cultura, na equipe constituída pela Ministra Marta Suplicy, e que está agora sob a direção da nossa Ministra paraense, Ana Cristina Wanzeler. O Marcos foi encarregado pelo Ministério da Cultura, de implementar efetivamente a Secretaria da Economia Criativa. Ele falou muito bem do questionamento que se põe diante dessa palavra. Por que a economia criativa no Ministério da Cultura? Porque museus criativos nº 6º Fórum Nacional? Essa palavra parece já um pouco surrada. No entanto, ela ainda não se materializou completamente em todas aquelas direções nas quais nós estamos transitando em busca dos resultados concretos da criatividade.

É claro que nós, como seres humanos, somos criativos. Isso nos particulariza enquanto seres humanos porque somos pensantes, e, quem pensa, cria. É importante que estejamos sempre propondo alguma coisa nova. Mas hoje isso se impõe de uma forma incontornável. Nós não podemos nos acomodar nem nos submeter às rotinas, nós temos um desafio muito grande que nos é imposto pela velocidade do nosso tempo. A arte do século XX foi transformada pelo impacto que a velocidade trouxe, na percepção sensível da inteligência e na criatividade. O mundo ficou veloz nas rodas do trem de ferro, nas viagens de barco a vapor, na correria que aparecia naquela Paris do século XIX, cujas galerias impactaram a reflexão de Walter Benjamin. Ao pensarmos na primeira Guerra Mundial, que completou cem anos agora, no que aqueles canhões e aviões também atuaram no imaginário das pessoas de cem anos atrás, nos damos conta do que é viver no mundo da velocidade. Velocidade implica em transformação. E essa aceleração do tempo criou também grandes consequências em todas as direções. Isso veio bater pesado nos nossos museus que demoraram muito a abrir as portas para essa velocidade. Parece que eles estavam com as portas fechadas para que o tempo não passasse tão rápido. Eu sinto que os museus eram os guardiões do tempo. O tempo estava fragmentado ali e esses trechos de tempo teriam que estar quase imobilizados dentro dos museus para que fossem salvaguardados e, assim, conservados.

De repente os museus tiveram que abrir as portas e não eram mais depósitos de coisas antigas, de testemunhos importantes, mas ainda estavam um pouco silenciosos. Os museus passaram a interagir e houve uma mudança tão grande que nós percebemos isso em todos os museus. Aqueles museus que tinham exposições permanentes, por exemplo. Ninguém fala mais em exposição permanente. Fala-se em exposição de longa duração, porque nada é permanente. Os museus descobriram que não podem ficar com exposições permanentes e sim ter exposições de longa duração — que já nem é tão longa. É claro que é mais extensa que a exposição temporária. Mas, um museu que se cuida tem que se transformar para atrair visitantes. Hoje nós temos o problema da gestão de público. O museu tem essa especificidade. Nós oferecemos cursos, temos publicações do Ibram e do IberoMuseus, por exemplo, relativas à gestão de público, à gestão de risco, à gestão administrativa, à governança dos museus. Relativas a esses pontos específicos e a como os museus podem ampliar o seu público. O museu tem que ser criativo. É fácil até, relativamente, criar um museu. Mas, manter um museu é um tremendo desafio que se oferece àquele organismo ou instituição: nós conseguimos acessar um imóvel, nós temos uma coleção, um acervo, temos algumas iniciativas, mas como isso vai adiante? E como construir um efetivo museu, com o dinamismo que o museu deve ter, com a eficácia e o resultado que o museu precisa produzir para realmente penetrar na vida social, para influir na comunidade na qual está inserido, para irradiar as suas ideias, a sua proposta para além das fronteiras, dos limites deste território e ter uma repercussão maior, nas dimensões regional, nacional, internacional?

Como um museu tem que ser criativo, nós queríamos explorar essa ideia exatamente para questionarmos como está a criatividade de cada um de nós que atuamos no campo museal, de cada diretor de museu, de cada funcionário ou servidor do museu, de cada voluntário, de cada pessoa que está no ponto de memória. Da mesma forma que funciona com o museu, nós temos, nos Pontos de Memória, a necessidade de uma postura criativa, de buscar a inovação, de buscar a solução, de não permanecer no populismo, de envolver a sociedade e de fazer com que as pessoas se interessem pelos museus, se engajem. Os americanos inventaram grandes placas de vaga onde eles escrevem os nomes dos patronos; e sempre tem mais pessoas dispostas a colaborar, a doar, a participar da vida dos museus. Nós só agora estamos abrindo os olhos para as possibilidades que uma associação de amigos oferece; de como a associação pode engajar patronos, colaboradores voluntários, pessoas que vêm aqui somar com o museu público, ao invés do museu privado. Nós precisamos saber seduzir, envolver as pessoas, para que elas tenham essa mesma paixão pela cultura, pelos museus. Para que todos saibam construir coletivamente essa ideia de que o museu é um espaço novo e sempre renovável, de desempenho cultural e de força de projeção daquilo que a memória nos oferece.

Assim, nós vimos com o Secretário Marcos André que seria muito importante a participação da Secretaria de Economia Criativa, neste 6º Fórum porque ele conduz um programa que nos interessa muito seguirmos de perto, com influência nas propostas que desenvolvemos no âmbito do Ibram, dos nossos museus e de todo o campo museológico brasileiro. A Secretaria da Economia Criativa passou a buscar de modo

concreto respostas através das incubadoras. E uma das primeiras foi inaugurada aqui, em Belém, pelo Secretário Marcos André e pela Ministra Marta Suplicy, para influenciar a Região Norte com o potencial enorme que nós encontramos aqui. Com a diversidade cultural do Pará e da Amazônia, muita coisa pode ser feita aqui em termos de Economia Criativa na cultura. Nós podemos alcançar resultados rápidos e até suggestionar o restante do país. E assim, imaginamos que, em Belém, com a incubadora, com a Secretaria de Economia Criativa e com os desafios que a região oferece, nós teríamos oportunidade de desenvolver muito bem esse tema. O desenvolvimento cultural e ambiental gerado a partir daí pode ser estendido à própria Amazônia, que pode ter as conhecidas dificuldades e obstáculos transformados para o desenvolvimento da civilização amazônica. É importante que estejamos aqui, com esse tema, para uma discussão que, eu tenho certeza, é enriquecida pela palavra poética de João de Jesus Paes Moreira.

Foi assim que nós construímos esse Fórum, com a participação muito dedicada de todos os servidores do Ibram, em especial daqueles que estão aqui, a todo momento a postos, e que contribuem para o êxito do nosso encontro. E com muita criatividade. Foi assim a organização do próprio Fórum, superando a série de obstáculos e dificuldades que tem um evento dessa natureza, um evento eminentemente privado. São empresas que organizam esse tipo de evento. Como pode realizá-lo um Instituto, autarquia pública, com todas as limitações que temos para comprar uma garrafa de água, por exemplo? Como nós podemos resolver isso? Com criatividade, com a presença efetiva de todos os nossos servidores, em especial, desse grupo fantástico que veio até Belém e está aqui conosco. São essas experiências que tecem também a nossa ideia de criatividade. E que nós levaremos de volta para cada um dos nossos museus, tanto os museus do Ibram quanto os museus e espaços museais dos Pontos de Memória, participantes da Teia e do Fórum. Porque será este o compromisso — o da inovação.

Nós estamos vivendo uma era em que inovação é um conceito tecnológico que deve ser aplicado a praticamente tudo, assim como a aceleração dos movimentos criativos. Eu espero que nós possamos sair daqui enriquecidos com esse compromisso, com essa reflexão, com o desenho dessa meta que se traça para todos os museus. Nós vimos que os museus começaram, já nos anos oitenta, com alguns programas educativos, se abrindo para as comunidades. O museu viu que não podia esperar que o público viesse, que era preciso formar público. O museu começava formando esse público, recebendo estudantes desde os primeiros graus do ensino, cumprindo também a sua função educativa. Sendo o museu fundamentalmente um centro de educação e conhecimento, deve ser compartilhado e deve envolver aqueles que estudam, os alunos. Depois, os museus começaram a compreender que estavam inseridos também numa comunidade, num bairro, numa cidade, numa região. E começaram a se referenciar ao seu território.

Os museus compreenderam todas as linhas da moderna cosmologia social. Desde o Encontro do ICOM em Santiago do Chile, em 1972, essa discussão veio se expandindo e a Museologia Social também se estendeu pelo nosso país com exemplos importantes, que resultam hoje nessa Teia de Pontos de Memória, junto com o nosso 6º Fórum de Museus. E hoje os museus estão entendendo, também, que eles têm que funcionar inovando a lógica, a proporção, a tática, e a grife do museu. Isso não atrapalha em nada a dimensão social do museu e nem a Museologia Social. Isso não afeta a qualidade do programa educativo do museu; pelo contrário, contribui para que ela se estenda ainda mais. Isso não tira a alma cultural, a força cultural, tanto no sentido mítico da obra cultural, quanto no sentido objetivo da cultura. Porque cultura é tudo. O ministro Celso Furtado dizia isso: para quem está atuando na área pública a serviço da cultura, a cultura, que tem quatrocentas ou mais definições institucionalizadas, passa a ser tudo aquilo que aprimora a qualidade de vida do cidadão. Esse é o conceito de cultura que nós vamos praticar. E o museu é tudo aquilo que enriquece a vida do cidadão, o conhecimento do cidadão, que traz luz, que estimula, que incentiva. Então o museu tem que ser criativo, porque ele tem exatamente esse papel, de levar à busca do conhecimento, de fazer com que a pessoa queira saber mais, que ela descubra, que ela tenha encantamento pelo conhecimento que vai adquirir ou que adquira naquele museu; e que ela, ao sair do museu, queira voltar.

Os nossos museus têm de ser criativos para que eles não sejam visitados apenas no momento em que a escola leva o jovem ali e, ele depois, diga: “Eu fui ao museu há trinta anos e não voltei nunca mais. Fui quando a professora me levou; fui obrigado a ir, a escola pôs um ônibus e nunca mais entrei ali”. É preciso que nós saibamos receber as escolas, mas também trazer os pais de volta aos museus, fazer com que a família queira se apropriar do museu. Que o museu seja um local de convívio, que haja uma frequência maior devolvida aos museus. E, para isso, temos que ser criativos, não podemos deixar que as pessoas sejam absorvidas pelas suas rotinas e sejam então afastadas dos nossos museus, que são locais criativos, de convergência, de atração de pessoas, do público em geral. Eu acho que essa é a ideia do museu criativo, é o que nós procuramos, um museu sintonizado com o novo tempo, o novo milênio, que vem para transformar a vida, para proporcionar felicidade, alegria de conhecer e, descobrir o prazer de compreender essas dimensões maiores da vida. Como eu estou numa linha já bastante poética nessas palavras, nós passaremos a palavra para o professor João de Jesus Paes Moreira, porque é dele que queremos escutar o melhor desta noite.

João de Jesus Paes Moreira – Eu agradeço as palavras carinhosas do Ângelo ao meu respeito.

Eu percebi, no caso do Marcos, que a sua exposição tem um núcleo básico que é: a criatividade hoje é um fato social. É um fato social e é um fato econômico. Não que a criatividade seja algo que tenha surgido apenas no nosso tempo. Mas ela assume, no nosso tempo, essa função. A criatividade passa a ser um fato social porque se torna uma exigência coletiva, uma necessidade, e se transforma num elemento modificador das relações sociais e das relações culturais. Não é por acaso que o Ministério da Cultura apresenta essa nova dimensão, representada aqui pela presença da Secretaria de Economia da Cultura, e incorporando essa necessidade e essa nova imagem na dinâmica que a criatividade revela no nosso tempo. De modo que é uma premente necessidade nós incorporarmos essa diversidade ao fato social, no âmbito da cultura e, particularmente, no âmbito do museu.

Na fala do Ângelo há, basicamente, uma relação do Museu com o tempo. Uma relação em que, durante décadas, o museu foi uma espécie de imposição ao tempo. Ele impunha o seu tempo ao tempo da realidade. Hoje, o tempo se impõe ao museu. Hoje, ou o museu absorve essa nova dinâmica ou se transformará numa peça dele mesmo, numa peça de museu. Então, esse é o fulcro, eu creio, da palavra do Ângelo que com a sua experiência, sua sabedoria, aponta vários caminhos no sentido de termos essa dimensão que é condizente com a época em que nós vivemos, que é a única maneira de qualquer instituição, não apenas do museu, sobreviver.

O museu é, também, a expressão simbólica de uma cultura, de uma época. Não há como evitar isso. E não há também como resistir a isso. Como expressão simbólica de uma época, o museu incorpora as necessidades, as novidades, as grandezas da época em que ele está instalado. E não podemos entender o museu como algo que está lá, numa época do passado, sobrevivendo até a época presente. O museu se instala e se inaugura a cada época e a cada momento. Porque ele é um fato do presente da cultura, ele é um fato do presente da história e não um retrovisor da atividade artística e cultural. Ângelo trouxe a lembrança de Walter Benjamin, no que diz respeito ao impacto que ele analisa em relação ao passado, na inauguração das galerias de Paris, e em que isso mudou a vida e uma concepção cultural. Porque, uma mudança material traz consigo uma mudança também espiritual, traz também uma mudança emocional. Ela traz consigo várias formas de mudança do imaginário, em todas as condições que fazem do homem, um ser humano. Então, as galerias de Paris são tomadas pelo Benjamin exatamente como o símbolo dessa dinâmica do impacto do novo sobre o antigo, e o que representa isso como mudança de uma civilização. O Walter Benjamin, para a mudança no campo das artes, tem um conceito que eu gostaria de puxar também para o campo da nossa conversa, que é o conceito de aura. A aura é um conceito que o Walter Benjamin buscou na teologia da Idade Média, mas que foi renovado, no fim do século XIX, por *James Joyce* no romance *Ulisses* e na obra dele. Aqui no Brasil, Clarice Lispector é uma grande seguidora dessa linha de incorporação da aura na sua obra.

A aura é o aparecimento de algo extraordinário, único, próximo — ainda que pareça distante —, e exigente de um ritual para se chegar a ela. A aura, portanto, é uma situação ritualística que é ampla e que requer que você se aproxime dela. Ele vai buscar esse conceito para caracterizar a arte tradicional, antes da época da reprodução, da multiplicação da reprodução mecânica da obra de arte. Isto é, antes da fotografia e, principalmente, antes do cinema. A fotografia e o cinema são os dois signos dessa nova imagem da arte a partir do início do século XX. E essa nova imagem da arte, segundo ele, é a da quebra da aura. Porque na era da multiplicação mecânica da obra de arte, valores que eram considerados próprios da arte até então ficaram confrontados. Porque, a partir do momento em que a obra é multiplicada, aquela noção de obra única, indestrutível desaparece e a noção de ritual também. Porque a obra de arte que é multiplicada mecanicamente é adquirida em qualquer parte do mundo, onde quer que seja distribuída. E desaparece a noção de cópia porque você não pode dizer que uma fotografia é cópia. Que diante de várias reproduções de uma fotografia, uma seja original e as outras sejam cópias. Todas são originais. Você não pode dizer que um filme que passa em Nova York é o verdadeiro e o filme que passa em Belém do Pará é apenas uma cópia. Não, todas as cópias são originais. Então, há uma multiplicação desse valor, uma distribuição dele na direção do espectador. Não precisa mais o espectador ir até o Louvre para ver a “Monalisa”. No caso da fotografia e do cinema, o cinema é que vai até ele, a fotografia é que vai até ele. Então, com a quebra do ritual, há uma mudança radical na relação da obra de arte com o público, com a quebra do sentido único, da autoridade do homem sobre a diversidade. Esse é o símbolo da arte moderna: uma arte que quebrou suas fronteiras, que quebrou a fronteira entre o público e a obra de arte; a performance e a instalação estão aí para dizer. Não é por acaso que o Hélio Oiticica diz que o museu é o mundo. Essa é uma das expressões dele — que praticou essa relação direta com a obra de arte, da ficção com a realidade. O museu fatalmente há de refletir esse sintoma, esse ciclo, essa simbologia; no comportamento prático que gera uma cultura do nosso tempo. Com a nova cultura que se estabeleceu, ou o museu se enquadra nessa nova dimensão ou ele corre o risco de perder o sentido. Porque não é mais a cultura do único, é a cultura da diversidade, da multiplicidade, da esgotabilidade das coisas. E é essa exigência que leva o MinC a dar uma ênfase especial para isso; é clara e nítida a compreensão de que esta é uma necessidade vital para a dinamização dos museus do nosso tempo.

As coisas não são elas apenas. As coisas são elas mesmas e são muitas outras coisas que estão contidas dentro delas. São as funções que estão submersas em cada coisa. É aquilo que Aristóteles chamava de potência e ato. Cada coisa tem em potência inúmeras possibilidades. Mas, tem uma que é dominante, que é a principal num determinado momento. O museu tem inúmeras dimensões e uma delas é a do divertimento, do prazer, da diversão. Brecht diz: “O teatro tem que ser sério, mas tem que divertir também”. Então, o museu tem que incorporar essa defesa, que é a defesa da cultura também. A cultura não é apenas a coisa pesada, dura, difícil, complicada. A cultura e a arte são a leveza também, são o prazer da participação. De modo que essas dimensões do museu é que precisam ser acionadas e tomadas também dominantes — conforme a época.

E, no caso da Amazônia, nós vivemos uma situação singular. Porque, veja bem, todos os filhos da Amazônia são filhos da natureza, e não o são por acaso. Porque é uma natureza rara, é uma grande diversidade. Eu digo que é uma diversidade diversa porque ela é uma diversidade diferente das outras. Ela tem peculiaridades, ciclos e mitologias que são muito fortes e estão, dessa maneira, situadas no imaginário do mundo. Mas, o século XXI é dito o século das cidades. Essa é a característica do século XXI, o engrandecimento, o alargamento cada vez maior das cidades e a incorporação do campo nelas. Como há de funcionar, como há de se mover, um sistema de museus na Amazônia, sem atentar para isso? Sem compreender a responsabilidade que tem o museu diante dessa mudança civilizacional que passará a ocorrer dentro da região? Entender o museu com o modelo egocêntrico que foi implantado ou entendê-lo de uma forma imanente, a partir da realidade que constitui e a instituição de valores que a incorporação do museu representa? De modo que a responsabilidade de um sistema de museus na Amazônia é muito maior do que a de estados e de lugares onde essa atenção para a realidade local e para a realidade cultural já foi compensada por uma atribuição dos museus a esse atendimento de necessidades. A dispersão do nosso estado, a grandeza da floresta e dos rios, as cidades afastadas e sem uma comunicação de maior brevidade ou o aparente isolamento acabam fazendo com que uma ligação, muitas vezes via internet, com o extralocal acabe se tomando, digamos, mais local que o local. Na medida em que a informação que chega e se discute é mais conhecida por essa via do que através de instituições que procurem fazer do local, da produção cultural, da produção artística, da tradição, da renovação, sobretudo, um motivo do seu dinamismo interior.

É com muita alegria, com muita emoção, que eu participo desse momento. Eu fiz absoluta questão de vir participar. Porque eu acho vital que se dê um choque de criatividade a esse sistema de museus da Região Amazônica, para que não seja um sistema de museus aurático no sentido de tradicional, empedido, parado, museológico, no sentido mais isolador. E que compreenda que o primeiro papel do museu pode ser a dinâmica, a valorização e o reconhecimento daquilo que é a produção do local, integrada com o universal. Essa é uma dimensão que eu acho que se impõe e que nós desejamos cada vez mais, a partir desses impulsos dados, e que possa ser implantada na nossa região.

Ângelo Oswaldo de Araújo Santos – Agradeço as palavras do professor João de Jesus Paes Moreira. Você trouxe uma reflexão muito importante sobre o museu da atualidade, o museu na Amazônia, o museu que nós queremos. Todos os museus tem que estar abertos à criatividade, à transformação e à comunicação. Eu sabia que ia ser assim: uma palavra poética, filosófica e importante, na linha dos grandes intelectuais do Pará. Não posso deixar de fazer uma homenagem; eu tive o privilégio de ter conhecido um dos grandes intelectuais paraenses, ter estado com ele aqui e em outras cidades — o nosso saudoso Benedito Nunes. Uma das figuras mais importantes do pensamento brasileiro, da crítica literária, um profundo estudioso do barroco. Tenho saudades dele. Sílvia, sua mulher, uma pessoa ligada ao teatro, contribuiu muito para o desenvolvimento das Artes Cênicas de Belém e do Pará. Fica a nossa homenagem a eles, porque são essas vozes que nós gostamos de ouvir, essas vozes do Pará. Como pudemos ouvir a de João de Jesus. E nosso Fórum fica engrandecido pela sua presença e pela sua participação, nós agradecemos muito