



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**MERGULHO NO MAR: UM ESTUDO-REPORTAGEM  
SOBRE O MUSEU DE ARTE DO RIO**

A relevância sociocultural de um museu temático da cidade do Rio de Janeiro

**LUIZA GOMES RAMOS**

**DRE: 109027131**

Rio de Janeiro

2014



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**MERGULHO NO MAR: UM ESTUDO-REPORTAGEM  
SOBRE O MUSEU DE ARTE DO RIO**

A relevância sociocultural de um museu temático da cidade do Rio de Janeiro

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social - Jornalismo.

**LUIZA GOMES RAMOS**

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marialva Barbosa**

Rio de Janeiro

2014

## FICHA CATALOGRÁFICA

RAMOS, Luiza Gomes.

Mergulho no MAR: um estudo-reportagem sobre o Museu de Arte do Rio.

A relevância sociocultural de um museu temático da cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014.

Monografia (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) –

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marialva Barbosa

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **MERGULHO NO MAR: UM ESTUDO-REPORTAGEM SOBRE O MUSEU DE ARTE DO RIO**, a **relevância sociocultural de um museu temático da cidade do Rio de Janeiro** elaborada por Luiza Gomes Ramos.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 30/05/2014.

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Marialva Carlos Barbosa

Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. Paulo Cesar Castro

Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Cristina Rêgo Monteiro da Luz

Departamento de Comunicação - UFRJ

Rio de Janeiro

2014

RAMOS, Luiza Gomes. **MERGULHO NO MAR: UM ESTUDO-REPORTAGEM SOBRE O MUSEU DE ARTE DO RIO. A relevância sociocultural de um museu temático no Rio de Janeiro.**

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marialva Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## **RESUMO**

O presente projeto, realizado em formato de estudo-reportagem, sem pretensões teóricas, tem como objetivo documentar, por meio de pesquisas, observação presencial, comparações e entrevistas, um novo espaço museal no âmbito cultural carioca: o Museu de Arte do Rio, MAR. Com o aporte de imagens e descrição do objeto, a finalidade é evidenciar as modificações, tanto positivas quanto negativas, que o espaço museológico oferece em seu ambiente local. Para fins de contextualização, é apresentada uma breve concepção de museus na sociedade moderna e contemporânea, culminando na criação do Museu de Arte do Rio. Sendo assim, este trabalho busca analisar o MAR a partir de variados pontos de vista, desde sua gestão interna até a imagem em processo de consolidação na mídia brasileira. Visa, por fim, pensar uma análise crítica e construtiva que possa guiar novos projetos culturais e museológicos com a intenção de contribuir para a sociedade carioca de maneira homogênea e plural em todas as classes sociais.

# SUMÁRIO

## **1. INTRODUÇÃO**

## **2. MAR: UMA REPORTAGEM**

2.1 Uma breve história do MAR

2.2 O MAR na educação

2.3 Peculiaridades do MAR

## **3. MAR: UM MUSEU NO RIO**

3.1 O museu do passado no presente com o olhar no futuro

3.2 O museu como território de memória

## **4. MAR: UMA VISÃO MUDIÁTICA**

4.1 O MAR na internet e a interatividade

4.2 Dados de clipping midiático

4.3 Imagem em construção

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

## **6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## **7. ANEXOS**

7.1 Imagens ilustrativas

7.2 Tabelas

7.3 Entrevistas

7.3.1 Julia Baker

7.3.2 Mário Chagas

*Agradeço ao Museu de Arte do Rio, que disponibilizou material de análise e ajudou a marcar a entrevista com a representante da curadoria do MAR, Julia Baker. Além disso, a assessoria foi muito gentil oferecendo passe livre para visitação durante a análise do projeto, no período de fevereiro a maio.*

*Agradecimentos ao fotógrafo Thales Leite e também ao professor da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Mário Chagas.*

*Aos meus pais e familiares que não compreendiam minhas horas de isolamento.*

*Um obrigado especial   orientadora Marialva Barbosa.*

## 1. INTRODUÇÃO:

A finalidade deste trabalho é analisar o Museu de Arte do Rio, MAR, em suas esferas de representatividade, com o objetivo, portanto, de refletir sobre e pesquisar os principais fenômenos que se referem ao Museu de Arte do Rio e seu entorno. Será destacado o MAR como novo ambiente de arquivamento da cultura e história da cidade. Para isso, o presente trabalho conta como ele surgiu, com quais objetivos foi criado, como representa a cidade do Rio de Janeiro e quais podem ser os próximos passos deste ambiente cultural e social. Este trabalho não tem pretensões teóricas e se apresenta em um formato livre, na intenção de ser muito mais uma longa reportagem com entrevistas, comparações com outros espaços museológicos, demonstrações fotográficas, descrições e análise de divulgação midiática.

Por se tratar de um objeto de estudo recente, o conteúdo aqui relacionado pode ser considerado uma projeção feita a partir de análises iniciais. Podendo ou não ocorrer, tendo em vista variáveis incalculáveis como mudanças de governo, que não privilegiem a manutenção do projeto, alteração da forma de gestão e outros fatores imprevisíveis. No entanto, baseando-se na atual conjuntura, o trabalho tem por objetivo apresentar um estudo do Museu de Arte do Rio, espaço que completou um ano de funcionamento recentemente (até a data desta defesa aproximadamente um ano e três meses). Portanto, um objeto de estudo de curto tempo de existência, porém de excepcional profundidade e importância no âmbito cultural e museal carioca. Sem deixar de lado a visão crítica e apontando pontos negativos existentes na própria proposta política do Museu.

A justificativa pela escolha do tema é a própria cidade do Rio de Janeiro, que vive um eufórico resplandecer, pelo menos nas construções políticas referendadas permanentemente. Como se sabe, a cidade foi selecionada para sediar eventos internacionais importantes e já vem recebendo nos últimos anos congressos, conferências, eventos religiosos e esportivos mundiais. O Rio de Janeiro, assim como sua população, está no topo dos comentários nacionais e internacionais. O país é manchete de jornal frequentemente, seja de forma positiva ou negativa. O fato é que o Brasil está em voga e o Rio de Janeiro, mesmo já não sendo a capital do país há mais de cinco décadas e recentemente ter perdido a primeira colocação como destino brasileiro preferido dos turistas – no prêmio *Travelers' Choice Destinos* 2014, promovido pelo site de viagens TripAdvisor, o Rio ficou em segundo lugar nacional pela primeira vez e



na quarta colocação na América Latina.<sup>1</sup> –, permanece como a cidade brasileira de maior índice de popularidade, um modelo de brasilidade por seus cartões postais e estilo de vida, referência de tendências, moda, cultura e representação política.

No entanto, o Rio urge por melhorias e isso se reflete nas contradições em que vivemos diariamente. Os contrastes são nítidos e a inclusão é um desafio. No setor cultural não seria diferente. A cultura carioca é irreverente, é multiforme e plural, assim como sua população, cheia de misturas regionais de norte a sul do país, estrangeiros e genuínos “cariocas da gema”. Uma verdadeira metrópole cosmopolita. São mais de seis milhões de pessoas<sup>2</sup> que tem em comum apenas a cidade em que vivem, mas ainda assim conseguem manter suas características e sonoridades que os assemelham.

Além disso, outra justificativa para a escolha da análise deste espaço cultural carioca é o fato de o Museu de Arte do Rio estar inserido na mesma cidade onde está nosso espaço acadêmico, a Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ. Estudar algo que se relacionasse ao Rio de Janeiro foi um dos principais fatores para a escolha deste objeto. Em recorte, o interesse inicial do projeto de monografia era falar sobre o âmbito cultural gratuito da cidade, que em seguida, foi decidido pela especificação de um objeto cultural. Uma visita despretensiosa ao Museu de Arte do Rio foi fator decisivo para a escolha do objeto analisado. O Museu de Arte do Rio não é gratuito (exceção das terças-feiras e dias comemorativos), mas se inseriu perfeitamente na intenção inicial, além do fato de ainda ser uma novidade e não ter estudos que o escolham especificamente como foco principal.

O primeiro capítulo trata especificamente do Museu de Arte do Rio como objeto. Em uma espécie de reportagem, será exposta a história, a ideologia, os objetivos em curto e longo prazo e a forma como o espaço museal se apresenta. Neste momento, a tentativa é oferecer ao leitor um panorama geral do Museu de maneira descritiva e com fotografias localizadas no anexo do trabalho. Foram realizadas quatro visitas individuais e ocasionais com a pretensão única e exclusiva de observar o ambiente e os visitantes para melhor compreensão do espaço analisado e também observação de oficinas e eventos. Na tentativa de obter maior clareza e pontos de vista diferentes sobre o Museu foram realizadas também duas entrevistas. A primeira com a assistente

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://estadao.com.br/noticias/cidades,sao-paulo-passa-rio-em-lista-de-destinos-preferidos,1150618,0.htm> última consulta dia 9 de abril de 2014.

<sup>2</sup> De acordo com o último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística no ano de 2010, o Rio de Janeiro contabiliza 6.320.446 habitantes. Dado disponível em IBGE: <http://www.cidades.ibge.gov.br/>

curatorial do Museu de Arte do Rio, Julia Baker, com intuito de saber além da leitura em pesquisas e obter outra visão para compreender o objeto estudado por quem o vivencia diariamente e participa do projeto desde o início. A segunda entrevista com o renomado museólogo, mestre em Memória Social e Documento pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, UniRio, doutor em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ, o professor Mário Chagas. O museólogo, que participa ativamente de novos projetos como o Museu de Favela, concedeu uma entrevista em que a questão museológica e a visão conceitual e crítica do objeto estudado foram centrais. Ambas as entrevistas constam transcritas em anexo, no entanto, algumas breves consultas foram feitas por telefone e não foram gravadas.

Na segunda parte, este trabalho pretende relatar a importância dos museus como espaços de resgate e conservação de memória. Nesta parte, foram utilizadas como referência leituras orientadas de livros e artigos, além de análises observacionais do próprio museu. Quando fotografamos, fazemos vídeos, guardamos a primeira roupinha do bebê, e muitos objetos como forma de lembrar histórias, estamos produzindo memórias, uma forma de repassar trajetórias, peculiaridades pessoais para as gerações futuras de nossas famílias e círculos sociais. Produzimos assim, lembranças em forma de testemunhos materiais que guardam épocas e momentos, assim cada geração ou indivíduo se identifica e sente essas recordações de maneira diferente. E é esta peculiaridade que será observada neste capítulo, tomando como ponto de partida ambiente museal criado pelo Museu de Arte do Rio. Trata-se de uma análise a partir da observação do novo Museu de Arte do Rio, deste novo ambiente de arquivamento e exposição de sensações e objetos.

Toda grande cidade precisa de um espaço de recriação e apresentação de seu modo de vida e comportamento. A análise aqui consiste em como este âmbito museal é representado e como é observado. Em um primeiro momento, este trabalho pretende discutir como um espaço pode ser capaz de trazer a sensação de vivência da cidade, das semelhanças que contêm na sociedade local e transmitir isso aos seus visitantes. Citaremos a importância do turismo e como a ação reflete em sua territorialidade. São apontadas neste capítulo também críticas sobre o projeto, que serão retomadas na conclusão.

Na terceira parte, o objetivo é mostrar como o Museu de Arte do Rio é definido para ser incluído como provável tema dos meios de comunicação. Para isso, utilizamos para a análise empírica o material de divulgação publicado em alguns meios de

comunicação de novembro de 2013 a fevereiro de 2014, além da página da instituição na internet e nas redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram). O objetivo é fazer uma panorâmica de como o MAR é visto pelos meios de comunicação. Desta maneira, é possível ter uma ideia de como vem construindo sua imagem de museu. Neste último capítulo, vamos detalhar os principais veículos impressos que destacaram o Museu de Arte do Rio no período analisado e sugerir como o MAR poderia ser mais bem aproveitado. Destacaremos aqui os formatos utilizados e como podem vir a acrescentar à divulgação do Museu de Arte do Rio.

Com isso e também com auxílio de informações obtidas através das entrevistas feitas com o especialista no campo da museologia, Mário Chagas, com a assistente curatorial do Museu de Arte do Rio, Julia Baker, leituras de livros, capítulos e artigos orientados, pretende-se refletir sobre Museu de Arte do Rio e sua representatividade na cidade. O presente trabalho visa, portanto, contribuir com o desenvolvimento e melhoria do âmbito cultural e museal da cidade do Rio de Janeiro, fornecendo uma visão ampla, crítica e construtiva deste novo espaço da cidade.

## **2. MAR: UMA REPORTAGEM**

O primeiro capítulo tem por objetivo descrever o objeto deste trabalho: o Museu de Arte do Rio. Contaremos aqui o andamento do projeto desde a criação do museu até os dias atuais, descrevendo as atividades que movimentam o museu muito mais no formato de uma reportagem do que com pretensões teóricas. Nesta parte será explicada ainda a concepção do projeto, gestão e planejamento. Esse primeiro movimento, abre estudo de forma a contextualizar a existência do Museu de Arte do Rio.

Um museu que é da cidade, mas cujo conteúdo não necessariamente representa somente o Rio de Janeiro, já que o seu território é considerado múltiplo e cosmopolita. Iremos citar aqui as exposições que o museu já recebeu como a Pernambuco Experimental e falaremos também dos projetos educacionais e de entretenimento que acontecem no seu espaço. Nesta parte o objetivo é descrever o Museu de Arte do Rio, sobretudo através de imagens.

As entrevistas usadas para compor o trabalho também serão utilizadas neste capítulo como forma de corroborar as descrições ou fazer contrapontos e críticas. Usaremos ainda neste capítulo algumas informações do site do Museu de Arte do Rio, como a programação e informações retiradas do Facebook, rede social onde o MAR possui uma página com cerca de 30 mil seguidores (até a data de finalização deste projeto).

A parte visual será descrita, mas a maioria das imagens do Museu de Arte do Rio aqui referenciadas estará também disponível no anexo do trabalho. Na parte descritiva, este capítulo visa dar uma ideia ampla de como é e como funciona o Museu em sua concepção de gestão. Assim, sua arquitetura e localização, bem como sua estrutura interna e a programação são descritas, permitindo ao leitor uma imersão nesse espaço multifacetado da cidade.

## 2.1 Uma breve história do MAR

Não foi por coincidência que no dia 1º de março de 2013 foi inaugurado o Museu de Arte do Rio, o MAR. A data foi escolhida por ser o aniversário da cidade do Rio de Janeiro e a intenção de que a inauguração fosse um marco na história local. Até então, a Prefeitura do Rio não possuía um museu próprio e nenhum local específico de preservação da sua memória e de exposição da história da cidade. É claro que existem dezenas de espaços museológicos no município do Rio de Janeiro, mas com outros objetivos, alguns somente recebem exposições, outros são de história natural e ciência, como o Museu Nacional, outros têm funções como a de preservar acervo próprio de coleção e memória do local, como o Museu da Chácara do Céu, por exemplo, e assim por diante.

A partir do projeto de ter um museu do Rio de Janeiro, a Prefeitura em parceria com a Fundação Roberto Marinho, com auxílio do Programa Nacional de Apoio à Cultura, Pronac, viabilizaram o novo museu. O Museu de Arte do Rio tem alguns patrocínios oficiais como a companhia mineradora Vale, o Banco Itaú e as Organizações Globo, além de ser apoiado pelo Governo do estado do Rio de Janeiro e também pelo projeto Porto Maravilha Cultural e o Ministério da Cultura através da Lei Federal de Incentivo à Cultura.<sup>3</sup>

Meses antes da inauguração, os patrocinadores, os doadores e os colaboradores se reuniram para debater como funcionaria o Museu. Em princípio, seria um espaço apenas de exposições, porém os idealizadores se deram conta do seu potencial agregador, o que fez com que decidissem também pela criação de um acervo próprio do Museu.<sup>4</sup> Com isso, o MAR já nasceu com uma tripla proposta: museu de acervo, espaço de exposições e área educacional. Dentre as preocupações que envolveram sua criação, entraram fatores educacionais e logísticos. A partir do projeto da Prefeitura do Rio de revitalizar a região do porto, percebeu-se, não por acaso, que um museu na área valorizaria ainda mais o espaço e daria maior visibilidade à proposta. Outras cidades do mundo também apresentam espaços de reflexão da própria cidade em zonas centrais.

---

<sup>3</sup> A Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991) restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm)

<sup>4</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.1.

Na dianteira da gestão do Museu de Arte do Rio está o Instituto Odeon, uma associação cultural privada, sem fins lucrativos, que, após vencer uma licitação pública, se tornou responsável pelo gerenciamento dos eventos do Museu de Arte do Rio. O Instituto Odeon deve, portanto, em teoria, promover o desenvolvimento social, educacional e de cidadania através da realização de projetos culturais que contemplem a população da cidade do Rio.

Ao visitar a sede administrativa do Museu é possível observar muitas pessoas reunidas em uma sala ampla e clara, muito semelhante a uma redação de jornal. A maioria é de jovem. Um dos objetivos do museu é atingir os padrões internacionais da área, seja em função de ações para a valorização estética, seja explorando a interatividade. Mas há também na idealização do projeto, a sua transformação em um museu voltado para o público do subúrbio, conforme destaca o diretor da instituição, Paulo Herkenhoff.

O diretor do MAR, Paulo Herkenhoff, possui no currículo a direção do Museu de Belas Artes do Rio de Janeiro e a chefia da curadoria do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, MAM, além de já ter exercido vários cargos de coordenação e direção de coleções e instituições de arte, também a curadoria da Fundação Eva Klabin Rapaport. Foi até mesmo curador de um dos mais importantes museus do mundo, o MoMA, Museu de Arte Moderna de Nova Iorque. Sua experiência internacional inclui ainda a consultoria da Coleção Cisneros, em Caracas, e da IX Documenta de Kassel, na Alemanha em 1992.<sup>5</sup>

De acordo com Julia Baker, toda a parte cultural do Museu de Arte do Rio foi pensada por Paulo Herkenhoff, desde a disposição do acervo na área expositiva do museu até os projetos de divulgação e práticas de atividades. A ideia de Herkenhoff é de que o museu seja um espaço do público suburbano. Tal questão torna-se problemática segundo o museólogo Mário Chagas. Para Chagas, a dificuldade se dá, principalmente, em função da localização do museu, que fica no centro da cidade, distante das zonas suburbanas. O desafio, segundo os diretores do museu, é fazer com que o espaço tenha um amplo alcance social, enfatizando o subúrbio, e acima de tudo que não seja visto como um espaço elitizado. Contudo, não são observadas políticas que desfaçam esta visão, como destacaremos mais adiante utilizando um estudo do Instituto Datafolha.

---

<sup>5</sup> Informação disponível em [http://www.forumpermanente.org/convidados/p\\_herkenhoff](http://www.forumpermanente.org/convidados/p_herkenhoff)

O Museu de Arte do Rio parece ter sido criado para impressionar nos quesitos beleza arquitetônica e organização. Quando o visitante se aproxima pode ver dois prédios completamente diferentes formando o Museu. O primeiro, tombado pelo Patrimônio Histórico, em estilo eclético, era um dos antigos palacetes da época de Dom João VI, e que no século XX abrigava a administração da Polícia Federal no Rio de Janeiro. O segundo, mais moderno, da década de 1940, já foi usado como terminal rodoviário antes da nova função.<sup>6</sup> Eles se interligam por uma rampa e uma cobertura fluida em forma de onda. (Anexo 7.1: imagem nº 1). A partir desta peculiaridade do MAR, podemos criar uma analogia, portanto, com a rampa fluida. Mais do que uma ligação entre o prédio antigo e o moderno, em uma análise interpretativa, pode-se considerar que o fato de serem prédios de épocas distintas, com histórias distintas, também é uma forma de reafirmar o papel museológico do MAR de ligação da memória passada, com acontecimentos presentes e projetos que visam objetivos educacionais futuros. Portanto, ao mesmo tempo em que é um local para se guardar o passado, ele se renova e se conecta ao presente e à modernidade.

O MAR não chama a atenção apenas pela imponência arquitetônica ou pelo tamanho: o museu possui aproximadamente 15 mil metros quadrados. As propostas culturais e as exposições permanentes ou temporárias também chamam a atenção dos visitantes. A sigla do museu, que forma a palavra ‘mar’ não é por acaso. O interessante é que além de ter vista para a Baía de Guanabara, o projeto segue a linha temática também na parte arquitetônica, com a cobertura que faz referência às ondas do mar. Este projeto, inclusive, foi vencedor de um prêmio internacional de arquitetura, e apesar do pouco tempo de existência o Museu de Arte do Rio venceu a votação popular do prêmio *The Architizer A+ Awards 2014* na categoria museus.<sup>7</sup>

Ainda sobre a estrutura do museu, o prédio de estilo eclético tem oito salas de exposições de cerca de 300 metros quadrados cada. A área educativa é chamada de Escola do Olhar e está localizada no prédio mais moderno. Há uma área externa no térreo que os organizadores chamam de pilotis. (Anexo 7.1: imagem nº 2). O espaço é local de eventos como *pocket shows* e competições como a Batalha do Conhecimento, uma brincadeira que consiste em duelo de rimas improvisadas entre *rappers*, como forma de divulgar as exposições do museu (a 4ª edição que ocorreu em abril de 2014). Para a Batalha do Conhecimento, organização convoca os músicos para competir a

---

<sup>6</sup> Informação consultada em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_de\\_Arte\\_do\\_Rio](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_de_Arte_do_Rio)

<sup>7</sup> Website da premiação <http://awards.architizer.com./winners/list/?id=1>

partir de temas escolhidos pelo público, no caso desta edição acompanhada, o assunto a exposição ‘Josephine Baker e Le Corbusier – um caso transatlântico’. (Anexo 7.1: imagem nº 3). O evento costuma juntar estudantes e amigos dos cantores na torcida e o pilotis fica lotado. Ainda na abertura desta exposição, a programação do Museu incluiu palestras e eventos externos ao espaço da Praça Mauá, aconteceram shows de música e dança em uma boate próxima ao endereço do MAR, eventos gratuitos que complementaram a divulgação da estreia da exposição. Já a Pernambuco Experimental foi muito celebrada pelas boas críticas que recebeu. Por isso, com o fim da exposição no primeiro trimestre de 2014, um fim de semana com programação especial, shows e palestras com divulgação no site e nas redes sociais foi dedicado a celebrar o sucesso que fez.

Além de ser diferente na parte estrutural, comparado a outras casas de cultura ou espaços socioeducacionais na cidade do Rio de Janeiro e adjacências, o Museu de Arte correto possui um inédito projeto de sustentabilidade. Tanto que foi o museu pioneiro brasileiro a receber uma certificação internacional de construção sustentável criado pelo *World Green Building Council*. O selo *Leed - Leadership in Energy and Environmental Design* (Liderança em Energia e Projeto Ambiental, em tradução livre).<sup>8</sup> Este é um sistema internacional de certificação e também de orientação ambiental para construções. São considerados sete itens que podem ser consultados tanto no site oficial em inglês quanto no site brasileiro da organização. No caso, o Museu de Arte do Rio recebeu o Prêmio LEED na categoria *New Construction & Major Renovation* (Novas construções e Grandes Reformas, em tradução livre). As inovações e requisitos para receber o prêmio consistem em: reutilização de águas pluviais nas descargas sanitárias e irrigação das áreas de paisagismo; coleta de lixo seletiva; uso de madeira certificada; lâmpadas econômicas e sensores de luminosidade para evitar desperdício; utilização de vidros com tecnologia que visam potencializar a eficiência energética, com o uso de iluminação natural e proporcionando maior conforto térmico no interior do edifício. Além de preferência por materiais oriundos de reciclagem, atingindo as metas da premiação. Toda a obra referente ao prédio moderno e as melhorias feitas na parte tombada foram orientadas conforme a lista de exigências da *Green Building Council*.

Apesar de premiado, os gestores do MAR continuam na expectativa de alcançar ainda mais objetivos sustentáveis e informaram através do relatório de gestão 2013<sup>9</sup>,

---

<sup>8</sup> Website do World Green Building Council no Brasil <http://www.gbcbrazil.org.br/?p=certificacao>

<sup>9</sup> Relatório disponível em [http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio\\_mar.pdf](http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio_mar.pdf)



que para o ano de 2014, novas maneiras de reaproveitamento e reciclagem deverão ser colocadas em prática no espaço do Museu.

A estrutura de acessibilidade também se destaca, já que na cidade a estrutura neste quesito ainda é precária, tanto em prédios comerciais e residenciais e, principalmente, no que diz respeito à mobilidade urbana, como em calçadas sem rampas, travessias de ruas e avenidas sem sinalização sonora para pessoas com deficiência visual, entre outros problemas. Além disso, o Rio de Janeiro deixa muito a desejar nesse quesito nos transportes urbanos: o acesso de pessoas com necessidades especiais ainda é muito precário na maioria das estações de trem, metrô e pontos de ônibus que muitas vezes não apresentam condições ideais nem para quem não apresenta nenhuma deficiência. Por isso, o MAR ganha certo destaque no quesito acessibilidade, por ter elevadores, rampas de acesso, referências bilíngue e também em braile, além de equipe de orientação em cada seção expositiva. Já no quinto andar da Escola do Olhar, fica disponível uma maquete tátil do Museu de Arte do Rio para pessoas com deficiência visual ou baixa visão. Também há sanitários preparados para receber cadeirantes e cadeiras de rodas ficam a disposição de usuários com baixa mobilidade e que possam necessitar de auxílio para locomoção. Os audioguias também são uma forma de integrar pessoas com deficiência visual através da narração e também podem ser usados por pessoas sem deficiência que queiram acompanhar a descrição, na falta de um guia estagiário.

A história do MAR ainda é curta para que possamos realizar comparações profundas ou análises comportamentais de público e programação definitivas. No entanto, a pretensão aqui é oferecer uma previsão de como podem ser os próximos passos no Museu de Arte do Rio no âmbito museal carioca e talvez nacional e internacional.

## **2.2 O MAR na educação**

A tentativa de desmitificar os museus apenas como locais de guarda da chamada “alta cultura”, espécie de espaços inatingíveis e de alta complexidade, tornando-os mais próximos da realidade das pessoas não vem dos tempos contemporâneos. Na década de 1850, na Inglaterra, o estudioso de assuntos de arte John Ruskin levou ao Parlamento

Inglês um projeto “para que se desse uma função mais educativa ao museu: apresentar os objetos com uma visão crítica e não puramente expositiva” (SUANO, 1986, p.39).

A ideia era que os museus parassem de servir apenas para causar espanto diante de tantos objetos impressionantes da cultura greco-romana, esculturas esplendorosas e tamanha riqueza em exposição. A inserção da característica enciclopédica, de transmissão de informações, aos museus surgiu então como um caminho para alcançar um objetivo educacional à época. Na década de 1930, a primeira onda de ideias do conceito de educação dentro de museus chegou ao Brasil, “através de estudiosos da geração do educador Anísio Teixeira e que, como ele, trabalhavam dentro no conceito da Escola Nova” (SUANO, 1986, p.61).

No trabalho de Sussekind de Mendonça vemos sugestões de grande alcance e profundidade que até hoje nossos museus não souberam absorver. Ele apontava, por exemplo, para a necessidade de um museu se incorporar à educação regular, sobretudo infantil, de forma precisa e coordenada e não como local de simples visitas anuais, por mais animadas que fossem. No campo da ação educativa supletiva do museu, seu trabalho sugeria termas, contato com associações, horário noturno de abertura, mudanças de instalações, recursos audiovisuais, metodização de visitas, salas especiais para crianças, etc. (SUANO, 1986, p.61)

Na parte educativa, o Museu de Arte do Rio parece realizar a tentativa de alcançar esses objetivos previstos no passado. Os programas incluem diversas atividades, desde *workshops* exclusivos para o público infantil, por exemplo, para confecção de objetos sob a orientação de artistas e educadores, até aulas e palestras que acontecem no primeiro andar do pavilhão de exposições ou no prédio da Escola do Olhar. Já para o público adulto, a programação é mais vasta: são espetáculos artísticos, mostras temáticas, oficinas de fotografia, oficinas de artesanato e outras artes, e também *workshops* e cursos mais duradouros, em que as inscrições podem ser feitas através do site do museu ou por telefone. Tudo fica conectado através das redes sociais, Facebook, Twitter e Instagram, e também site do MAR. Além disso, todas as atividades que ocorrem no museu são comunicadas na programação mensal, que inclui um livreto colorido impresso que pode ser adquirido no próprio museu ou através de assinatura virtual.

Com foco no binômio arte e educação, os projetos de contato com professores e alunos acontecem principalmente com as visitas guiadas e com as oficinas ministradas. São cursos voltados exclusivamente para o ensino, trata-se de um programa educativo, um espaço proativo de transmissão de cultura. Em parceria com a Secretaria Municipal de Educação, o Museu de Arte do Rio faz contato com professores de escolas municipais e também com os alunos. Com este projeto, o MAR já recebeu cerca de 40 mil estudantes e mais de dois mil professores até o mês de março de 2014. Estatisticamente, dentre as metas para 2013, algumas aparecem como ‘não cumpridas’ no relatório de gestão do MAR. O número de alunos da rede pública atendidos, por exemplo, não atingiu os 70 mil atendimentos da estimativa inicial, ficando aquém das expectativas.

Já que o interesse pelas áreas educacionais dos espaços museológicos se torna mais valorizado por ser distinto da obrigação escolar, pois os alunos, quando não acompanhados da escola, fazem da presença no museu uma escolha própria. No caso do MAR, a presença se dá nos cursos e oficinas abertos ao público, com inscrições livres e gratuitas e sem quaisquer pré-requisitos de conhecimento prévio. Até o fechamento do balanço do relatório de gestão 2013 foram contabilizados exatamente 8.349 participantes.<sup>10</sup>

Ainda sobre a idealização do projeto educacional do Museu de Arte do Rio, a assistente curatorial, Julia Baker, explicou que os educadores são todos estudantes e que em parceria com os outros profissionais, estão sempre em processo de aprendizagem.<sup>11</sup> Tanto os visitantes espontâneos quanto aqueles que agendam previamente a visita, geralmente grupos que solicitam guias, como escolas particulares e outros, são recebidos por monitores ou educadores estagiários que fazem a visita guiada.

Até uma questão bastante levantada no Instituto do Museu é: isso é uma escola com um museu ou um museu com uma escola? A gente tem um time de educativo, tem toda uma gerência de educativo, que cuida e que tem diferentes atributos, um deles é fazer a ligação do visitante com o museu. (Julia Baker, entrevista à autora em fevereiro de 2014.).

---

<sup>10</sup> Relatório disponível em [http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio\\_mar.pdf](http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio_mar.pdf)

<sup>11</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.1.

A assistente curatorial, Julia Baker, é enfática ao destacar os projetos de ensino no Museu de Arte do Rio.<sup>12</sup> E como foi possível observar, acompanhando a programação e até durante as visitas observacionais, a presença da escola realmente tem um forte viés. Não raro, grupo de alunos uniformizados, grupo de professores discutindo história, sociologia, antropologia e afins tomavam conta do espaço em dias úteis ou fins de semana.

A historiadora da Universidade Federal de São João Del Rei, Isabel Cristina Felipe Beirigo, em seu artigo ‘Ensino de História, museus e memória’ destaca a importância de se deslocar o ensino a outros ambientes além do escolar, como os museus, por exemplo. O ponto de vista da autora é sobre o ensino de História, no entanto, é possível considerar que outras disciplinas possam ser incluídas nesse tipo de percepção. A coordenadora do núcleo de estudos de público e avaliação do Museu da Vida, da Fundação Oswaldo Cruz (RJ), Denise C. Stuart,<sup>13</sup> escreveu:

(...) o século XXI acena com dois grandes desafios para os futuros diretores de museus: potencializar o papel educativo dessas instituições no desenvolvimento da sociedade e enfatizar seu valor social num mundo cada vez mais globalizado e desigual. Alguns passos já vêm sendo dados nessa direção. Um deles é a adaptação das ideias de um educador ilustre, Paulo Freire – inspirada no seu conceito de “palavra geradora” –, para o ensino de História a partir dos objetos. (Denise C. Stuart, “Museus:emoção e aprendizagem”, 9 de setembro de 2007)

No caso do Museu de Arte do Rio, há a restrição de arte, história e ciências humanas em geral, mas vale destacar que a referência é ampla para todas as formas de espaços culturais, como espaços científicos como a Casa da Ciência, da UFRJ e até o Museu Nacional, também da UFRJ, conseguem alcançar outras disciplinas. A historiadora, Isabel Cristina Felipe Beirigo, fala também da importância da memória na sociedade contemporânea, enfatizada pelos meios de comunicação, em que o cidadão se torna responsável pela garantia da manutenção da memória social. Para ela, é neste ponto que estão articuladas as necessidades de se compreender a memória e a história juntas, como conjunto amplo e unificado de relevância social.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.1.

<sup>13</sup> Artigo disponível em <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/educacao/museus-emocao-e-aprendizagem>

<sup>14</sup> Artigo disponível em [http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art\\_.asp?id=23532](http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=23532)

Como exemplo mais específicos dos cursos oferecidos na programação do Museu de Arte do Rio, há alguns que são voltados aos professores da rede pública de ensino, como o que ocorreu em maio de 2014, chamado "Quais as Possibilidades de Dinamização de Espaços de Leitura?". O curso foi ministrado, em três dias, pela artista e educadora Madalena Marques e teve como objetivo refletir sobre diferentes possibilidades de ativação de espaços de leitura. Neste mesmo mês ocorreram *workshops* com artistas plásticos como Cezar Bartholomeu, sobre o tema "Fotografia, Escultura, Espaço". Estes são exemplos mais recentes, mas é possível considerar que o MAR já consolidou esta marca, já que desde sua inauguração atividades deste tipo são oferecidas, permitindo uma aproximação do público que deixa de ser mero expectador de obras e exposições. Quase todos os dias, atividades diferentes são propostas no espaço do Museu. Conversa de Galeria é uma delas e se constitui em uma forma de convocar os usuários para uma visita mais instrutiva, com debates e explicações feitas pelos colaboradores do MAR em horários determinados. Este tipo de encontro é bastante frequente e é divulgado através das redes sociais e no site. O usuário ou visitante tem, portanto, diversos meios de se comunicar com o Museu de maneira participativa e ativa.

O projeto educacional do Museu de Arte do Rio se estende também às universidades, com o programa 'MAR na Academia', que foi iniciado antes mesmo da inauguração, em outubro de 2012. O objetivo do projeto, de acordo com o próprio Museu, é aproximar atividades acadêmicas do público em geral e conectar pesquisadores nacionais e estrangeiros com a intenção de incentivar o campo de pesquisas na área e a construção de acervo bibliográfico. O MAR tem no projeto inicial ainda uma biblioteca, que está em processo de implantação. Com o início de seu funcionamento, a expectativa dos organizadores é aumentar as visitas de estudantes universitários, além de estudantes de nível médio e fundamental. As universidades cariocas que já tem relações com o Museu de Arte do Rio são: a Universidade Federal Fluminense, UFF; Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; e a Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ. Alguns exemplos de cursos já beneficiados por parcerias com o Museu envolvem Ciência da Arte e Belas Artes e áreas semelhantes na UFRJ e UERJ. Há ainda ideias para que áreas como Filosofia, Comunicação, Administração também sejam incluídas no projeto do MAR na Academia.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.1.

O Museu de Arte do Rio também passou a ser local do projeto Universidade das Quebradas, uma proposta de extensão vinculada ao Programa Avançado de Cultura Contemporânea da UFRJ, voltado para produtores culturais e artistas da cidade do Rio que desenvolvem trabalhos na área cultural. Palestrantes internacionais e profissionais da área cultural são geralmente os orientadores dos projetos que beneficiam os universitários na troca de ideias e experiências. Esta é a divulgação que consta nas convocações de cursos no site e na rede social do MAR: as atividades são oferecidas para os professores e alunos ou interessados em compreender melhor e aprender sobre este universo dinâmico.

O programa de Arte e Educação que o Museu de Arte do Rio quer manter como marca a intenção de transformar cada visitante em um “Sujeito do Olhar”. De acordo com a proposta do Museu, a intenção é que o MAR apresente pensamentos críticos sobre a cidade e a partir disto alcance questões brasileiras e mundiais. A educação do Museu de Arte do Rio visa atingir desde o visitante comum e esporádico, passando pelo estudante da rede pública municipal, seus professores até o ambiente acadêmico. E pretende ir além, com projetos que instituem visitas contínuas, cursos e retorno de alunos. A ideia se consolida na intenção de que Museu de Arte do Rio se mantenha desta forma no patamar de modificador de ambiente, de fornecedor de experiências, contribuição educacional e acima de tudo fazer valer seu papel social.<sup>16</sup>

Por extensão cultural entende-se toda a forma de educação generalizada que, operada sem estar necessariamente ligada às escolas, visa completar o trabalho das instituições escolares, ou, às vezes, oferecer a única alternativa para quem não possui escolaridade alguma. (SUANO, 1986, p.60)

### **2.3 Peculiaridades do MAR**

Mas o que tornaria o Museu de Arte do Rio um museu do cidadão carioca? Talvez seja o toque de proximidade com a história da cidade como também através importância que pretende dar aos visitantes. De acordo com Julia Baker<sup>17</sup>, existem

---

<sup>16</sup> Parágrafo embasado no release de lançamento do Museu de Arte do Rio em 2013, o material foi fornecido pela assessoria de imprensa.

<sup>17</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.1.

planos de aproximação com o público que mora e trabalha ao redor do Museu. O principal é o projeto Vizinho do MAR, que consiste em visitas gratuitas para pessoas cadastradas e encontros semanais nos quais se valorizam as opiniões desses visitantes. No fechamento do balanço de gestão 2013 do Museu de Arte do Rio, o programa contava com 1.518 inscritos. Os Vizinhos do MAR têm seus pontos de vista considerados, opinam sobre as exposições e sinalizam melhorias para os membros da diretoria sem intermediários. Para haver este contato são realizados cafés da manhã com os participantes na tentativa de estimular a cooperação de todos. A modificação do território já começa aí, com esta integração do público diretamente na composição e organização do Museu.

Outra questão muito importante que também faz parte das peculiaridades do Museu de Arte do Rio são as doações. De acordo com a assistente curatorial Julia Baker, a maior parte do acervo é oriunda de doações. Segundo ela, há também uma política de estudo de objetos necessários à coleção, o que viabiliza a aquisição de obras. O diretor Paulo Herkenhoff orienta a divisão de seis núcleos do museu – a fim de facilitar a reunião de peças e documentos de maneira temática. São elas: Rio de Janeiro, Cultura Afro-brasileira, Memória e Escravidão, Abstração Geométrica, Artes Decorativas e Livro-de-Artista. Herkenhoff acredita que doar para o Museu de Arte do Rio é um ato que comove a sociedade civil e aguça a generosidade, já que é vendida uma imagem de que se trata de uma doação para a educação da cidade. São três mil obras próprias e o acervo continua em formação. O que de certa forma valoriza a conceituação do MAR como espaço museológico da população.

Dentre as atividades mais curiosas, no ano passado, ocorreu uma caminhada que levava um grupo do Museu de Arte do Rio ao Centro Cultural Banco do Brasil e do CCBB ao MAR, através de visita guiada com informações históricas; no mês em que o Museu de Arte do Rio completou um ano, março de 2014, houve outro tipo de caminhada, porém, desta vez mais radical: a caminhada e escalada sobre a cobertura fluida que liga os dois prédios do Museu. Como em uma aula de esportes radicais os participantes subiram até a parte fluida e andaram usando material de segurança, capacetes e cordas de rapel. (Anexo 7.1: Imagem nº 4). Essas e outras atividades diferenciadas fazem parte das programações especiais criadas pelo Museu e que visam construir uma característica peculiar para a imagem do Museu de Arte do Rio. Outro exemplo de maio de 2014 foi a iniciativa de comemoração da Semana Nacional de Museus (que acontece de 12 a 18 de maio) e do Dia Internacional de Museus (18 de

maio), quando o MAR ofereceu entrada gratuita aos visitantes em todos os domingos do mês. Outras atividades que constam na programação do Museu são lançamentos de livros. Esta variedade de eventos que tomam forma no espaço é visivelmente uma estratégia de atingir maior interesse, principalmente, de professores e alunos das universidades. Vale ressaltar, que no MAR há ainda um auditório com capacidade para mais de cem pessoas onde acontecem palestras acadêmicas ou não.

O alcance positivo do Museu é confirmado pela quantidade de pessoas que já o visitaram. Mesmo sendo um espaço novo no âmbito museal carioca – completou seu primeiro ano de funcionamento em março 2014 – quebrou a expectativa de público já nos primeiros meses de abertura, quando chegou ao número esperado para 12 meses: 200 mil visitantes. No fechamento do mês de março de 2014, a quantidade já ultrapassava a marca de 370 mil visitantes, quase o dobro do esperado para o primeiro ano. Em pesquisa feita em outubro de 2013 pelo Instituto Datafolha sobre hábitos culturais dos cariocas foi revelado que 68% já conheciam o MAR, com apenas sete meses de sua inauguração. Ficando atrás apenas da Biblioteca Nacional, do CCBB, do Planetário da Gávea, do Museu Nacional de Belas Artes e do Museu de Arte Moderna, MAM. Nesta tabela é possível verificar as percentagens de cada casa de cultura mais visitadas pelos moradores do Rio no período pesquisado. (Anexo 7.2: tabela nº 1.)

O que impressiona na pesquisa é o Museu de Arte do Rio ter ficado na dianteira de espaços mais tradicionais e antigos na cidade do Rio de Janeiro como a Casa França Brasil, o Oi Futuro e o Instituto Moreira Salles.<sup>18</sup> O mesmo estudo sobre os hábitos culturais dos cariocas revelou ainda que apenas 34% dos habitantes da cidade têm costume de frequentar museus. A análise dos próprios gestores do MAR, divulgada no relatório de gestão 2013<sup>19</sup>, concluiu que o primeiro trimestre de abertura do museu foi o que concentrou maior número de visitantes, considera-se que uma das razões pode ser o fato de que o MAR ainda é uma novidade. Nos meses seguintes a quantidade reduziu aos poucos e têm permanecido estável na casa dos 20 mil visitantes por mês. Ainda de acordo com a pesquisa do Datafolha, foi apurado que a maioria dos frequentadores de museus e exposições é de crianças na faixa dos 12 aos 15 anos. Este dado fortifica o incentivo à educação e programas de parceria com escolas. Jovens em idade escolar e universitária (dos 16 aos 24 anos) ocupa a segunda posição na quantidade de visitantes

---

<sup>18</sup> Relatório disponível em <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4478506/4113215/HabitosCulturaisCarioca.pdf>

<sup>19</sup> Relatório de gestão 2013 do MAR [http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio\\_mar.pdf](http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio_mar.pdf)



de espaços culturais no Rio (Anexo 7.2: tabela nº 2). A pesquisa confirma o sucesso do binômio arte mais educação. E remete o espaço educacional do Museu de Arte do Rio como forte ponto de apoio a pesquisas neste sentido.

Outro dado que cabe destacar é o custo de entrada do Museu de Arte do Rio. Assim como a maioria dos museus e casas de cultura do Rio, é preciso comprar ingressos. No caso do MAR, a entrada é sempre gratuita às terças-feiras, mas é paga de quarta a domingo. O valor da entrada inteira é de R\$ 8 e a meia custa R\$ 4. No entanto, de acordo com o relatório de gestão, 55% dos visitantes entraram de forma gratuita em 2013, sendo idosos, estudantes, menores de cinco anos e outras gratuidades previstas, como professores da rede pública, guias de turismo e funcionários de outros museus. Uma curiosidade é que a arrecadação das entradas representam apenas 4% do total do Museu, sendo que a maior arrecadação financeira é direta do contrato de gestão, o que representa 62% do total, ainda de acordo com o relatório de gestão de 2013. Para 2014, o Instituto Odeon, que administra o MAR, já cogita novas possibilidades para arrecadação financeira, com o aluguel dos espaços para eventos externos e a elaboração de um programa de patrocínio individual de pessoa física, para estimular ainda mais as doações, que já são realizadas em obras e peças do acervo. Além disso, a venda de publicações e produtos institucionais está sendo estudada pelo Instituto.

Visando firmar a identidade do Museu de Arte do Rio como um espaço da cidade, há uma área de exposição com documentos antigos do tempo da colonização, peças e objetos usados durante o Segundo Reinado, cartazes de época promovendo o turismo no exterior no início do século XX, maquetes da cidade, obras contemporâneas com painéis explicativos. Há também projetos audiovisuais como o de Mauricio Dias e Walter Riedweg – dupla conceituada no âmbito audiovisual que idealizou o projeto “Das Malas para Marcel” que repagina cenários tipicamente cariocas com a história de trajetória de malas, criado em 2006, e em exposição no Museu de Arte do Rio desde a sua inauguração. São variadas as peças, a maioria oriunda de doações. De acordo com a assistente curatorial, Julia Baker, as obras doadas formam a parte fixa do museu, no último pavilhão onde se pretende criar uma galeria de identificação da cidade do Rio de Janeiro. O desenvolvimento desta cultura comum através da solidariedade das doações remete a uma ideia potencialmente do autointeresse e da descoberta individual dentro da sociedade. (WILLIAMS, 2011, p.356) Os doadores, portanto, realizam o ato como forma de dar assistência ao coletivo com o qual se identificam. Este é mais um dos diferenciais do MAR, a capacidade de causar esta identificação social.

As exposições temporárias também têm grande representatividade na programação do Museu de Arte do Rio. O ano de 2013 contabilizou o total de 12 exposições, sendo que duas foram classificadas pelo jornal *O Globo* entre as dez melhores exposições na categoria de artes visuais, foram elas: Vontade Construtiva na Coleção Fadel e Pernambuco Experimental, encerrada em 2014. As divulgações das novas exposições são feitas basicamente através de veículos como jornais e *websites*, além das redes sociais do MAR, que se mostram grandes aliadas, conectadas ao público jovem (um dos grupos de maior visitação ainda de acordo com a pesquisa Datafolha).

Além de tentar atrair pelo conteúdo apresentado em suas salas de exposição, há ainda no espaço do Museu há uma área de sociabilização com um restaurante-mirante Mauá, localizado na cobertura da Escola do Olhar – de onde se pode vislumbrar uma agradável vista da Baía de Guanabara. Além do restaurante, a cafeteria Cristóvão Café e Bistrô fica junto a Loja Novo Desenho, no espaço chamado de Pracinha Mauá, na parte externa do Museu, compõem uma área acolhedora como um espaço de conveniência e de funcionalidade extra. Essas funcionalidades ressaltam o poder de consumo que os museus apresentam na contemporaneidade. Em entrevista com o especialista museólogo, Mário Chagas<sup>20</sup>, foi questionada a tendência implícita de tornar os espaços museais *shoppings centers*, dando a opção de o visitante permanecer por mais tempo no museu e por consequência incentivando o consumo de produtos. Tal ideia, de acordo com ele, pode ser vista de forma positiva visto que atrai a população àquele ambiente multifuncional mais fortemente do que caso fosse somente um ambiente exclusivamente expositivo. Chagas afirma que esta tendência é global e de longa data. De acordo com Marlene Suano, a primeira aparição de um espaço de conexão e desmistificação da grandeza do que havia exposto nos museus, foi na Inglaterra, no ano de 1857, quando grandes salões para descanso, chás e refrescos foram abertos no então novo edifício do Museu de História Natural, em Londres. (SUANO, 1986, p.39).

Em um museu novo, surgido no século XXI como no caso do Museu de Arte do Rio, não poderia ser diferente. O MAR já surgiu oferecendo uma variedade de serviços (as lojas entraram em processo de licitação antes da inauguração do projeto). Tal tendência, para o professor Mário Chagas, é positiva, mas passa a ser negativa a partir do momento em que o usuário muda o foco e dá maior importância ao consumo desses produtos em detrimento ao consumo simbólico oferecido pelo museu, que é a finalidade

---

<sup>20</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.2.

inicial a qual o espaço deve ser dedicado. Para ele, há inclusive semelhanças que relacionam o universo comercial ao universo cultural. No entanto, Mário Chagas é enfático ao afirmar que se deve priorizar a valorização dos museus como atrativo e nunca o contrário.

Eles (os museus) guardam com os mercados e os shopping determinadas semelhanças evidentes: o espaço de troca. Ainda que os museus sejam um espaço de troca simbólica. E nos mercados e shopping centers são efetivamente de trocas financeiras, mas têm lojas e cafés, acaba que também se operam as trocas financeiras nos museus. (Mário Chagas, entrevista em abril de 2014)

Esta nova modalidade espacial, é observada também a partir da preocupação de manter o visitante ativo. As exposições e com elas a disposição de cada obra, objeto ou conteúdo, seja um texto ou um vídeo, é pensada com um formato que possa favorecer o espectador a permanecer no museu. A arquitetura, a ambientação, serviços oferecidos passaram a ser discutidos por especialistas como forma de agregar maior interesse. (SUANO, 1986, p.45)

O Museu de Arte do Rio é indiscutivelmente um espaço que utiliza um novo conceito de museu. Isso se reflete no ambiente de estímulo à observação, educação e também, como vimos, espaço de permanência. Mas para Mário Chagas, a importância do MAR não vai além disso. Ele é um grande defensor dos investimentos públicos em iniciativas populares. Chagas garante que não havia carência de espaços culturais na cidade antes do MAR e que por isso não se pode contribuir um caráter de “salvador” ao Museu. O museólogo defende o ponto de vista de que para alcançar a comunidade, os museus devem ser feitos por essas comunidades e não feitas por um grupo para a comunidade (CHAGAS, 2013).

No entanto, para o museólogo, o Museu de Arte do Rio tem sua importância local, apesar de não ser “nada extraordinário” em suas palavras.<sup>21</sup> Uma das críticas é exatamente no que diz respeito ao público preferencial, que teoricamente segundo o diretor Paulo Herkehoff seria o de baixa renda e do subúrbio da cidade. Se o museu é primordialmente voltado para o público suburbano, no entanto, tal condição na prática não se mostra eficiente. O Museu do Arte do Rio localiza-se num espaço que favorece o

---

<sup>21</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.2.

público da Zona Sul e Central carioca. Além de o acesso ser dificultado pelo reduzido número de linhas de ônibus que saem da Zona Norte e Oeste da cidade e passam próximo ao Museu. Também o trem, que é um dos principais meios ligações com o subúrbio do Rio, não possui qualquer conexão com este trecho da cidade. O metrô do Rio também não é facilmente conectado com a Praça Mauá, no entanto, é o meio de transporte que mais facilmente pode ser utilizado para chegar ao MAR, mesmo que a estação mais próxima fique a cerca de dez minutos a pé, assim como o acesso através das barcas. Logo, do ponto de vista territorial e geográfico, a proximidade com a Zona Sul do Rio, corre na direção oposta da intenção proposta pelo Museu e neste ponto é possível constatar certo distanciamento do público “alvo” suburbano.

E não apenas pela proximidade: de acordo com o levantamento feito pelo Datafolha, a população da Zona Sul do Rio, onde existe a maior concentração de pessoas das classes A e B e com ensino superior, são os maiores consumidores de arte e cultura considerada erudita, como museus, feiras de arte, bibliotecas, concertos de música clássica ou teatro. (Anexo 7.2: tabela nº 3). O relatório apresentou ainda que 66% da amostra não tem o hábito de frequentar museus. O desinteresse por museus é de 65% nos adultos e 76% entre os adolescentes. Com a justificativa de distância e dificuldade de acesso totalizaram 14% do total.

Logo, percebe-se uma tendência no Rio de Janeiro. A classe mais alta apresenta maior interesse por este tipo de atividade, ainda que haja grande falta de interesse por museus na população carioca de maneira geral. Caberia ao Museu de Arte do Rio a criação de estratégias para atrair o público do subúrbio, agora não mais na tentativa de driblar a distância geográfica como também despertando o seu interesse.

### 3. MAR: O MUSEU DO RIO

Este capítulo tem como objetivo apresentar o Museu de Arte do Rio contextualizado como novo espaço de arquivamento, território e memória do Rio de Janeiro. Alguns conceitos serão discutidos com a intenção de expandir o debate sobre a representatividade do MAR na cidade. Partindo de um contexto geral, citaremos aqui um pouco da história dos museus na cidade, embasada nos autores consultados, até chegar a criação do Museu de Arte do Rio. Para isso, o apresentaremos como ambiente museológico, de entretenimento e de turismo, e o mostraremos descritivamente em seu contexto de criação.

Como no primeiro capítulo falamos mais detalhadamente sobre aspectos da organização e parte estrutural do Museu de Arte do Rio, aqui enfocamos um pouco mais o processo de concepção do projeto até a decisão de sua instalação na área da Zona Portuária, em um panorama menos focado no MAR em si – daremos destaque também para a questão territorial dos museus e como eles modificam o entorno.

Ainda neste capítulo, serão apresentadas reflexões sobre o posicionamento dos museus como territórios de memória e de experimentação. Falaremos de que maneira Museu de Arte do Rio guarda estes testemunhos da cidade de forma a representar e até criar e transformar a cultura dentro do ambiente ao qual está inserido.

Por fim, a ideia é explicar como que os museus se tornam importantes no contexto da significação e representação da história das cidades e motivo de ser é considerada relevante a inauguração de mais um museu no Rio de Janeiro. Veremos aqui que apesar da inexistência de uma carência de espaços de arquivamento no Rio de Janeiro, o Museu de Arte do Rio é visto como um dispositivo de novas possibilidades e coesão social.

### 3.1 O museu do presente com o olhar no futuro

Em muitas cidades do mundo, os museus ocupam lugar preponderante entre as principais atrações turísticas. Seja em websites e blogs especializados que fornecem sugestões e dicas de viagens ou a lista de afazeres de quem for visitar qualquer que seja a cidade em sua próxima parada na Europa ou na América do Sul, lá estão os museus como atrações imperdíveis no topo das prioridades. Os “museus de cidades” têm a característica de sintonizar e contextualizar o turista, contando as histórias e peculiaridades que envolvem aquele ambiente, são valorizados, antes de qualquer coisa, como uma forma de conhecer o local visitado. Mas o que ocorre quando um museu já é idealizado para ser a principal referência da própria cidade onde está localizado? Parece ter sido isso o que aconteceu com o MAR. O Museu de Arte do Rio nasceu em seu projeto não para ser mais um, mas para estrelar no espaço de representatividade da cidade do Rio de Janeiro como uma das mais importantes referências. O Rio, que devido às atuais circunstâncias e destaque no contexto sociopolítico mundial, já faz com que o Museu de Arte do Rio surja com considerável importância e valorização, que ainda ganha em seu projeto força para que esta imagem seja consolidada.

Foi no Rio de Janeiro que surgiram os primeiros museus da América do Sul: o da Escola Nacional de Belas-Artes do Rio de Janeiro (1815) e o Museu Nacional (criado em 1818 como Museu Real). Outros apareceram somente no fim do século XIX. (SUANO, 1986, p.33). Atualmente, o número supera a marca de três mil instituições. De acordo com dados de abril de 2014 do Instituto Brasileiro de Museus, Ibram, no Brasil existem 3.025 instituições do gênero.<sup>22</sup> Um grande avanço para um país que no começo do século XX contabilizava apenas 12 museus.

Na questão do turismo, o que podemos ressaltar é a tensão que se cria no entorno. As modificações que este espaço novo gera social e economicamente. O historiador José Neves Bittencourt, afirma em seu artigo que as instituições trazem junto aos pontos positivos também uma cadeia de problemas que antes não eram motivo de preocupação.

---

<sup>22</sup> Disponível em <http://www.museus.gov.br/estudo-do-ibram-revela-que-brasil-ja-tem-mais-de-3-mil-museus/> (último acesso 27/04)

Na atualidade, a questão dos museus assume novas formas - a noção expande-se e é colocada diante de novas tensões. Ao mesmo tempo em que se exige cuidados crescentes com a preservação, exige-se também que o cabedal de objetos preservados seja "auto-sustentável". Museus passam a ser considerados como fatores de revitalização de centros urbanos decadentes, registrando-se já várias experiências dadas como bem-sucedidas; a integração de tais instituições ao fluxo do turismo interno e internacional, realidade inegável na atualidade, coloca uma série de novos problemas. (BITTENCOURT, 2002)

Como em uma via de mão dupla, a instalação de um espaço museal em uma área urbana já consolidada, como no caso da inserção do MAR, a princípio traz junto consigo benefícios ao local, como policiamento, infraestrutura, aumento de vendas do comércio, mas os benefícios podem se tornam perigosos e acarretar modificações estruturais nas relações comerciais e principalmente sociais. Aprofundaremos o assunto no próximo tópico com a questão territorial. Mas a priori, o turismo é um ponto positivo que traz novas possibilidades, valoriza e revitaliza a área ao redor.

A importância normalmente dada aos museus é devido ao fato de serem meios de enriquecimento cultural, aprendizado e compreensão de um passado. Os museus são vistos pelo público geral como locais onde ficam guardadas peças, pinturas, ferramentas, etc. Assim, os museus comumente são associados como guardadores de objetos de antigas civilizações e sociedades (SWAIN, 2007, p.3). E mais, já que o processo de preservação presentes no ato de musealização e memorização de objetos consistem em exercício de poder (CHAGAS, 2013), pois preservar significa escolher entre o que deverá ser lembrado e o que tem que ser esquecido.

Do ponto de vista museológico, preservar testemunhos materiais não é sinônimo de preservar memória. A memória não está aprisionada nas coisas aguardando um herói libertador, ela situa-se na relação entre o sujeito e o objeto de memorização. (...) O que está em pauta em muitos museus não é o caráter fidedigno e autêntico dos objetos em exposição, não é uma possível verdade incorporada à coisa, mas a possibilidade de comunicação de ideias, sentimentos, sensações e intuições. (CHAGAS, 'Cultura, patrimônio e memória', 2013)

Em trecho de outro artigo Mário Chagas diz:

As relações estreitas entre a institucionalização da memória e as classes privilegiadas têm favorecido esta concepção museal. Não é fruto do acaso o fato de muitos museus estarem fisicamente localizados em edifícios que um dia tiveram uma serventia diretamente ligada a estâncias que se identificam e se nomeiam como sedes de poder ou residência de indivíduos “poderosos”. Importa esclarecer, no entanto, que os museus surgidos com caráter celebrativo não estão maculados por pecado original e fadados à reprodução de modelos que eliminam a participação social e a possibilidade de conexão com o presente. (CHAGAS, ‘Memória e poder’, sem data

Na prática, não há dissociação entre preservação da memória e preservação do exercício de poder. Mas é possível, no entanto, associar a concepção museal de poder à força transformadora de inserção e coesão social que os museus podem oferecer. E assim, criar um ambiente que sintetize uma atmosfera de aprendizagem e coerência com a comunidade. Comunidade em um sentido amplo, já que estes espaços culturais tem a capacidade de atrair públicos diferenciados. Desde turistas, nativos da região, estrangeiros, até alunos e professores, pobres e ricos. Quando não são gratuitos, possuem preços acessíveis e quando têm viés educacional conseguem aproximar discentes e docentes, o que tem a capacidade de incluir as mais variadas classes socioeconômicas.

Os museus têm como função primordial conservar e apresentar ao observador aquilo que é guardado neste território específico, mas esta função é constantemente desafiada pelos novos meios e possibilidades. Em função disso, os museus são considerados por alguns autores como um território de memória. Porém, o que vemos é que os museus vão além. O museólogo Mário Chagas, acredita que os museus possuem grande poder de transformação, reinvenção e criação de cultura. E que o material arquivado só tem valor a partir do momento em que existe atribuição de valor a ele.<sup>23</sup>

Para Chagas, em seu artigo de 2013, que fala justamente de cultura, patrimônio de memória, patrimônio cultural só se consolida a partir da conceituação de significado atribuída e do sentido que é dado a o patrimônio. Considera-se patrimônio cultural, portanto, ir além do simples arquivamento de memória, já que para Chagas existe uma tríade que compõe a definição de patrimônio cultural, aquilo que pode ser criado, preservado e destruído. Para o museólogo, antes de meros objetos se tornarem

---

<sup>23</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.2.



documentos, de se tornarem patrimônio, são apenas objetos. E só passam a ter poder documental a partir dos questionamentos feitos acerca da relevância dos mesmos. Tira-se como exemplo um trecho do artigo de Mário Chagas.

(...) o vestido que pertenceu a Maria Bonita, companheira de Lampião, hoje incorporado ao Museu Histórico Nacional, nasceu como uma roupa feminina, capaz de proteger e embelezar. Ele não surgiu com a função documental. Ele não surgiu como um objeto destinado a representar as ações dos cangaceiros e de problematizar as ações do Estado Republicano direcionadas no sentido de manter a ordem interna, por exemplo. Mas hoje, ele é um documento e tem função representacional. (Mário Chagas, 'Cultura, patrimônio e memória', 18 de maio de 2013)

Outra autora que enfatiza o poder da interação entre observador e observado é Cátia Rodrigues Barbosa, que confirma, em outras palavras, a reinvenção dos objetos pelo sujeito. Para ela, aquilo que é exposto não importa em qual contexto esteja se trata de um passado e “se nós conhecemos o tema do cenário da exposição, ele é para nós a memória, mas ele não é memória em si, quer dizer, que o cenário não pretende totalizar o que o torna possível” (BARBOSA, 2007), confirmando a ideia de que a via de mão dupla é imprescindível no contexto museológico das exposições e apresentações de conteúdo.

Existem museus dos mais variados e imagináveis assuntos. Na Inglaterra, por exemplo, existem milhares de espaços com este intuito; somente a capital Londres contém espalhados em seu território quase de trezentos museus que abordam assuntos variados como guerra, decoração, vida de colecionadores, vida de personalidades, inventores, história de profissões, história de objetos, esportes e outros. Logo, percebe-se que são infinitas as possibilidades de assuntos, já que museus podem representar coleções, artes diversas ou assuntos a serem aprofundados. Contudo, todos têm em comum a intenção de manter recordações, guardar a memória daquilo que por seus idealizadores é considerado importante. Por exemplo, um museu sobre leques pode não ter significado para alguém que não os utiliza, mas ganha valor aos olhos de quem tem alguma história significativa com o objeto. Ao analisar o tema de um novo museu, como no caso do Museu de Arte do Rio, nos deparamos com questões de identidade, memória, arquivos de uma sociedade que se modificou no decorrer do tempo e se refaz a todo o momento. O Rio de Janeiro é representado no MAR desde a conceituação do

Museu, passando por sua localização de importância histórica, exposições, eventos e público. Mas nem tudo pode ser considerado arquivo de importância social ampla, já que é necessário que haja a aproximação do público. Em um exemplo banal, uma pedra exposta não tem valor em si mesma por ser uma pedra, mas faz sentido e se torna uma representante da memória, a partir do fato em que é “a pedra tocada e abençoada pelo Papa João Paulo II em sua visita ao Brasil – aqui exposta”. Religiosos ou brasileiros passam a dar valor ao fato e à significância da pedra e esta toma importância após a relação que realiza com seu observador.

No meu entendimento os museus produzem arquivamento, mas eles não são fundamentalmente arquivos. E porque não são fundamentalmente arquivos? Por que também no meu entendimento, o museu tem uma potência e um desejo de comunicação. Antes de mais nada, os museus têm uma potência poética, um desejo de *poiesis*, de se comunicar com o outro, isso está para além do desejo de arquivo. (Mário Chagas. Entrevista em 17 de abril de 2014).

Estar além do desejo de arquivo significa a disponibilização de espaço para exposição de objetos ou atividades, que acaba por criar outras situações, inspirando novas ideias e gerando modificações. Projetamos efeitos diferentes que vão além da simples recordação. Isso acontece quando guardamos objetos pessoais, por exemplo, e não poderia ser diferente com objetos que remetem à trajetória de países, cidades, regiões ou um povo. A importância do território do museu, além da preservação de testemunhos do passado e do presente e a modificação do outro, está na sua contribuição social.

Assim, a apresentação dos objetos de suas coleções não é somente visual – o que se pretende em todos ou pelo menos na maioria dos espaços de museus é produzir uma experiência estética na qual o indivíduo observador seja de alguma maneira também modificado. São ambientes criadores de sensações memoráveis através de objetos, pinturas, processos interativos e arquitetura. Os museus são, portanto, locais projetados para o prazer e realizações de experiências. Marlene Suano, em seu livro ‘O que é museu?’<sup>24</sup>, enfatiza que há diferença entre museu aberto ao público e museu a serviço do público, na mesma linha de pensamento de Mário Chagas.

---

<sup>24</sup> Livro na íntegra no link: <http://pt.scribd.com/doc/33202840/O-que-e-museu-Marlene-Suano-Colecao-Primeiros-Passos>

Para Marlene Suano, nem sempre as duas ideias são sinônimas, podendo uma excluir a outra de acordo com a gestão e ou objetivos propostos. No caso do Museu de Arte do Rio, a ideia educacional sempre esteve atrelada ao projeto. Mas vale lembrar que nem sempre foi assim na existência das instituições museológicas. Nos séculos XVIII e XIX na Inglaterra, os museus eram reservados ao culto da nobreza, artistas e estudantes. Como a maioria da população era analfabeta e considerada pelos nobres como pouco culta, os colecionadores, que muitas das vezes apresentavam as peças em suas próprias casas, sentiam-se incomodados com o público de outras classes sociais e as visitas, por exemplo. Desta forma, as visitas se tornaram restritas àqueles que apresentassem cartas de outros nobres ou intelectuais autorizando a visita. (SUANO, 1986, p.28). No século XX, este pensamento mudou e a educação passou a ter valor maior na concepção de museus.

O museólogo Mário Chagas defende a prática de museus feitos “pela comunidade” e não feito “para a comunidade”, como forma de trazê-lo para perto da realidade social local (CHAGAS, 2013). O especialista é defensor de investimentos em pequenas iniciativas comunitárias, museus criados pelas comunidades locais, como ambiente de troca de experiências e aprendizagem. Com a intenção de se aproximar deste objetivo, o Museu de Arte do Rio elabora encontros e eventos, como os que foram citados no primeiro capítulo. No entanto, o MAR mesmo com a contribuição dos Vizinhos do MAR e eventos que incluem participação popular em sua agenda, não é, definitivamente, feito pela comunidade. O que causa certa discrepância em relação aos objetivos propostos pela instituição.

### **3.2 Museu como território de memória**

A primeira vez em que se fala de preservação patrimonial na história jurídica brasileira foi na constituição de 1934, em que o artigo décimo dá a noção de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. O objetivo era responsabilizar o poder público pela preservação dos monumentos de valor histórico ou artístico de importância nacional.<sup>25</sup> A concepção tomou forma e força com a Constituição de 1988. E hoje, o Rio de Janeiro

---

<sup>25</sup> Consulta em [http://www.revistafenix.pro.br/PDF23/ARTIGO\\_8\\_PAULO\\_CESAR\\_TOMAZ\\_FENIX\\_MAIO\\_AGOSTO\\_2010.pdf](http://www.revistafenix.pro.br/PDF23/ARTIGO_8_PAULO_CESAR_TOMAZ_FENIX_MAIO_AGOSTO_2010.pdf) p.8

contém distribuído em seu território mais de 200 museus<sup>26</sup>, estabelecidos pela Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que instituiu o Estatuto de Museus:

Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. (Constituição Federal, 1988).

Com o passar das décadas, os museus deixaram de ser elitistas, apesar de ainda serem vistos como ambientes de reflexo do “bom gosto” e da “sofisticação”, de acordo com Mário Chagas, e passaram a apresentar também uma visão contemporânea de local de aprendizagem, de absorção de conhecimentos e contemplação artística.<sup>27</sup> Como são considerados territórios de memória e de conservação de cultura, os museus não se tornam apenas lugares onde fatias do passado são depositadas. Alguns autores se referem ao termo ‘consciência coletiva’ quando citam o arquivamento de memória e testemunhos relacionados aos museus. Estes ambientes inserem-se no contexto atual e desenvolvem processos culturais, objetivando, muitas vezes, processos comportamentais futuros.

Ao se referir aos diversos restos do passado que, habitualmente, associamos à ideia existente no senso comum sobre os museus, alguns teóricos referem-se a esses resíduos como um teatro de restos, que colocam em evidência a memória coletiva (JEUDY, 1986, p.96). Assim, o resto cultural pode ser um representante do passado e reconstrói também identidades culturais, reafirmando uma projeção para o futuro.

O processo lento e universal da aculturação conduz necessariamente à transformação dos elementos culturais mais heterogêneos em um sistema global de gestão de resíduos, que se tornam figuras dominantes da salvaguarda das civilizações. Mas o teatro dos restos não é aquele das ruínas, ele coloca em cena, nas grandes exposições culturais, a ordem e a genealogia das memórias coletivas. Não é apenas um sinal do passado, o “resto” cultural projeta no futuro e na ficção a sobrevivência teatralizável ao infinito das identidades culturais reconstituídas à sua volta. (Henri-Pierre Jeudy, 1986, p.96)

---

<sup>26</sup> Consulta em [http://www.museusdorio.com.br/joomla/index.php?option=com\\_content&view=article&id=24&Itemid=243](http://www.museusdorio.com.br/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=243)

<sup>27</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.2.

Ao remeter à ideia de entorno, outro conceito é fundamental: o de território. Em um primeiro pensamento, o Museu de Arte do Rio já nasceu como um espaço multifuncional, envolvendo participação social da comunidade ao redor, educacional envolvendo ensino nas escolas e o papel de expor memórias coletivas. E justamente pensando em servir ao coletivo, os criadores defendem que não haveria melhor lugar para este museu do que a região do Porto, que tem sido agraciada com obras – mesmo que controversas – de melhorias e expansões. A Zona Portuária é muito rica, mas ao longo dos anos foi esquecida, principalmente pela falta de investimentos, mas nos últimos anos vem recebendo maior atenção a partir de interesses políticos. Para efeito de localização, a área do porto compreende as orlas marítimas do Centro e dos bairros da Gamboa, Saúde, Santo Cristo e Caju.<sup>28</sup>

O MAR foi com isso conectado a ideia do projeto Porto Maravilha Cultural, sendo considerada a primeira obra pronta. Galpões do porto já foram revitalizados e hoje são palco de eventos como a *Fashion Week* e peças teatrais diversas, além de eventos de grande porte como shows e conferências. Apesar de muitas controvérsias em função das modificações do trânsito da região, é possível observar um choque de ordem na questão da iluminação pública, utilização de áreas culturais e de lazer e outros. Com isso, a instalação de um museu estaria em consonância com a nova proposta da Prefeitura para a região. Ao redor do Museu de Arte do Rio há bairros comuns, existe comércio, prédios comerciais, residenciais e é também a entrada e a saída portuária da cidade. O Museu surgiu, como já foi dito, como forma de agregar valor à região central da cidade, fortalecendo o renascimento do Porto e se tornando mais um símbolo carioca.<sup>29</sup>

No entanto, a crítica desta mudança territorial gera o receio de um processo conhecido como gentrificação. A gentrificação é um fenômeno mundial que ocorre em cidades da Europa desde o início do século XX: trata-se de um processo de valorização de bairros ou cidades com a alteração da dinâmica local a partir de construções, e costuma afetar, principalmente, a população de baixa renda.<sup>30</sup> No caso da Praça Mauá, o Museu de Arte do Rio pode em longo prazo vir a afetar de forma negativa o seu

---

<sup>28</sup> Disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Porto\\_do\\_Rio\\_de\\_Janeiro\\_2704](http://pt.wikipedia.org/wiki/Porto_do_Rio_de_Janeiro_2704)

<sup>29</sup> Disponível em <http://www.museudeartedorio.org.br/>

<sup>30</sup> Informações consultadas em <http://cbn.globoradio.globo.com/programas/cbn-rio/2014/05/12/GENTRIFICACAO-EM-NY-E-DIFERENTE-DO-QUE-ACONTECE-NO-MINHA-CASA-MINHA-VIDA.htm>

entorno. Já que a região portuária tem sido bastante modificada nos últimos anos e outras obras são anunciadas e podem acarretar em modificações ainda mais drásticas na região. Historicamente, urbanistas alertam para casos em que as transformações, principalmente as que envolvem processo de gentrificação, geram o aumento do custo de vida de uma região determinada e este fenômeno pode culminar com a expulsão dos moradores antigos. Daí a importância de políticas públicas que visem a manutenção da ordem ou quaisquer mudanças que possam prejudicar a dinâmica urbana da localidade.

Por outro lado, a valorização e/ou inserção de centros culturais nas regiões centrais da cidade pode significar um apoio construtivo aos movimentos de revitalização dos centros históricos, como no caso da escolha da região portuária como berço do MAR. A introdução que um novo ambiente cultural ou de entretenimento fornece ao local pode influenciar na visão econômica, atingindo potenciais investidores, e na visão política, estimulando a criação de leis de incentivo a projetos de cultura, como é considerado pela professora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UFRJ, Cêça Guimaraens.<sup>31</sup>

(...) o movimento de revitalização dos centros denominados históricos ou tradicionais, apesar de impressa em ideias protecionistas e preservacionistas, visa principalmente o crescimento da economia das cidades por meio da ampliação das —ofertas ou possibilidades de investimento. Desse modo, a —sustentabilidade urbana, decorrente da criação e da manutenção de ótimas condições de uso de museus, teatros, salas de concerto e outros tipos de edifícios e lugares cuja finalidade enquadra o —espaço cultural, deve ser assegurada pelos gestores públicos e privados. (Cêça Guimaraens, “A importância dos museus e centros culturais na recuperação de centros urbanos”)

Em um trecho do livro *Memórias do Social*, de Henri-Pierre Jeudy, descreve o caso de um ecomuseu em Montreal, no Canadá, o *Écomusée de la Maison du Fier-Monde*. O museu foi construído em um dos bairros mais pobres da cidade com o objetivo de “fazer da preservação do patrimônio um instrumento de educação e de ação coletiva, criando assim um espaço que serviria de lugar de encontro para reuniões de todo o tipo.”. O autor afirma também que tudo o que o museu realiza tem por objetivo “tornar atual e viva a história do bairro” (JEUDY, 1986, p.33) e diz ainda que estas iniciativas têm o poder de se opor à “museologia burguesa”.

---

<sup>31</sup> Disponível em <http://www.ilam.org/ILAMDOC/Aimportancia.pdf>. Não foi possível determinar a data de publicação do artigo no site.

É interessante compreender que tais ações fortalecem a local e estimulam mudanças. No caso do Museu de Arte do Rio, não se trata apenas do entorno do bairro, mas de toda a cidade ao qual pretende retratar em suas exposições, pesquisas e atividades. As modificações territoriais se dão a partir desta interação com o ambiente e são importantes para compreender a questão do arquivamento de memória que o museu pretende realizar. Já que, como foi observado, tudo sofre modificação a partir da participação dos agentes que o fazem, como afirmou o museólogo Mário Chagas: “Os museus dependem fundamentalmente de quem opera neles e quem opera com eles”.<sup>32</sup> Para Chagas, os museus não têm valor sozinho e podem agir em favor da dignidade social, da qualidade de vida. Não sendo apenas locais de arquivamento de memória, mas pode produzir cultura e modificar o ambiente cultural.

O autor Fausto Colombo argumenta que a exteriorização de lembranças existentes na exposição de objetos em um museu, por exemplo, pode ter tanto o papel de arquivamento social quanto funcionar como uma espécie de arquivo privado. (COLOMBO, 1986, p.119). Em outras palavras, isso significa que o indivíduo sente uma identificação com os itens em exposição e com o território que é apresentado como a manifestação cultural de uma sociedade, de um grupo ou de um povo e, conseqüentemente, isso impulsiona transformações. Assim, o museu de fato produz interferências muito mais locais e pessoais e por isso o entorno territorial deve ser observado para que possa de fato realizar uma contribuição social duradoura.

No que diz respeito ao arquivamento de memória, pode-se dizer que o cidadão passa a ser um dos atores da ação da razão museal e não mais o ator principal e mais importante. Não se trata aqui de um monólogo, mas sim de uma peça em que todos os atores são importantes na criação de uma função significativa para o contexto dos museus que visam representar cidades e suas culturas. O Museu de Arte do Rio encontra-se neste palco, onde será encenada uma série de participações especiais pelo próprio público.

Fazemos aqui um destaque para o projeto Museus do Rio, idealizado pelo departamento de museologia da UniRio, que realiza pesquisas sobre os museus da cidade e do estado do Rio. Os museus regionais são para eles fortes mantenedores da memória coletiva, favorecendo a cidadania, a inclusão e transformação cultural. A importância deste projeto está na conexão com os ambientes museológicos de diferentes

---

<sup>32</sup> Em entrevista concedida à autora. Disponível em anexo 7.3.2.

lugares e conceitos, porém com objetivos semelhantes, sobretudo, o de manter viva a memória daquilo que pretendem guardar.



#### 4. MAR: UMA VISÃO MIDIÁTICA

Neste capítulo será analisada a visão geral que os meios de comunicação produzem sobre o Museu de Arte do Rio. Além de ser observado a sua divulgação na internet e nas redes sociais, será feita uma análise de *clipping* do Museu de Arte do Rio. A assessoria do museu disponibilizou para a realização deste trabalho todas as matérias veiculadas em impressos, incluindo revistas e jornais de todo o país, e também na internet, no período compreendido entre outubro 2013 a meados de fevereiro de 2014. No entanto, o mês de outubro será descartado da análise visto que só foi disponibilizada uma matéria de revista, o que não nos permite uma análise mensal. Este *clipping*, de acordo com a assessoria de imprensa do Museu de Arte do Rio, ainda está em produção, por isso só há registro desse período, mas que é suficiente para que seja traçado um perfil do conteúdo midiático divulgado sobre o museu.

Neste capítulo, portanto, será possível estabelecer quais são os veículos de comunicação que mais divulgam informações sobre o MAR e que tipo de divulgação é feita. Com isso, podemos caracterizar a imagem que o Museu de Arte do Rio está construindo sobre si mesmo.

A análise de *clipping* foi feita da seguinte forma: foram consideradas divulgação todas as notas e reportagens veiculadas que citassem o Museu de Arte do Rio. A maioria das matérias foi produzida a partir da divulgação dos artistas e suas exposições no Museu. Mas não foram descartadas pequenas notas de divulgação das exposições como, por exemplo, as quase diárias publicações da programação do Museu de Arte do Rio no jornal *O Globo*, nem as resenhas de jornais *on line* de pequeno porte de cidades do interior. Tudo o que se refere ao MAR foi contabilizado e considerado como divulgação. Já no quesito negativo, positivo ou neutro sobre o tom das notícias divulgadas, foi utilizada a análise divulgada no relatório de gestão do MAR de 2013. A divisão principal foi feita entre “internet” e “impresso” e será sinalizada de forma mensal. Porém, como a análise ficou muito extensa, visto que dezenas de jornais impressos pequenos e site pequenos de várias cidades brasileiras só publicavam uma menção por mês, foi decidido somar essas participações menores para chegar a um número geral.

#### **4.1 O MAR na internet e a interatividade**

O MAR teve sua página oficial do Facebook criada em agosto de 2012 e umas das primeiras publicações se referiam às reuniões de planejamento estratégico das diretrizes que o MAR seguiria, como andamento de obras e abertura de licitação para as lojas, por exemplo. Podemos perceber então, uma preocupação em divulgar publicamente o andamento do projeto mesmo antes da inauguração efetiva do espaço.

O Museu de Arte do Rio tem maior relevância nas redes sociais se comparado a outros museus da cidade. Em análise feita até o fim de março de 2014, contava com 27,300 curtidas em sua página no Facebook, e no início de maio a página já ultrapassava 32,500 seguidores. Em comparação com outros museus do Rio, como o Museu de Arte Moderna, MAM (inaugurado em 1948) a quantidade de seguidores no mesmo dia da última análise era de dois mil a menos; os outros museus do Rio de Janeiro não possuem páginas no Facebook ou atingem números irrisórios como o Museu Histórico Nacional (duas mil curtidas) ou menos de dez mil seguidores no caso no Museu de Arte Contemporânea, MAC em Niterói. Tais números podem indicar falta de comunicação digital com o público, número abaixo da expectativa em postagens ou até poucos eventos programados.

O MAR só perde na rede social para o espaço cultural mais popular do Rio de Janeiro: o Centro Cultural Banco do Brasil, CCBB. Até o fim de março de 2014, o CCBB apresentava 198.705 pessoas interessadas em saber as novidades postadas na rede, envolvendo novas exposições e eventos. Na data final de análise, maio de 2014, já ultrapassava 207 mil seguidores. O CCBB segue uma linha semelhante a do MAR na rede social, com muita divulgação de exposições, eventos, projetos diferenciados e até oferta de vagas de trabalho, fotos e outros. Em suma, há uma constante comunicação virtual que faz com que as pessoas se interessem.

Para efeito de comparação, os números são ainda mais díspares quando se fala de museus reconhecidos internacionalmente como o Museu Britânico com mais de meio milhão de pessoas seguidoras no Facebook; o MoMa, de Nova Iorque, com mais de um milhão e meio de curtidas; e o Museu do Louvre em Paris que tem mais de um milhão e duzentos mil seguidores na rede social. Por um lado, esta constatação pode ser positiva,

mas por outro pode sinalizar que o interesse do público encontra-se em sentido oposto à proposta da diretoria, ou seja, tornar o MAR um museu do público suburbano.

No Twitter, a popularidade do Museu de Arte do Rio é bem menor: são pouco mais de mil seguidores. Para efeito de comparação o MoMa apresenta cerca de 1,7 milhões de seguidores e o CCBB apresenta 112 mil seguidores. A questão aqui talvez seja vinculada à popularidade da rede social no Brasil e não exatamente do conteúdo do Museu.

Por último, o site oficial do Museu de Arte do Rio também contém muitas informações. Não foi possível analisar o número de acessos, mas é provável que o MAR tenha maior popularidade no Facebook, que é mais atualizado e contém publicações frequentes e com fotos, links e informativos imediatos, o que torna a página mais atrativa. E também pela maior facilidade de se acompanhar páginas em rede social e aplicativos do que um site específico, já que hoje é muito comum ter aplicativos de redes sociais direto no celular *smartphone*. O *website* do Museu de Arte do Rio apesar de bem estruturado é menos atrativo, não apresenta tantas imagens dos eventos e não há espaço para comentários como no caso das redes sociais. O MAR tem ainda um perfil no Instagram, aplicativo de publicação de fotos e vídeos, onde posta quase diariamente detalhes dos bastidores do Museu de Arte do Rio. No Instagram, são 2125 seguidores.<sup>33</sup> Já fãs do CCBB Rio, contabilizam no Instagram cerca de seis mil, os do Museu do Louvre quase 50 mil seguidores e os do Museu Britânico quase 18 mil.

Mário Chagas alerta para a banalização da interatividade tecnológica. Para ele, o uso em excesso pode não apenas afastar o observador ou visitante como também pode nada acrescentar ao sentido proposto pela obra ou exposição. O Museu de Arte do Rio, pelo que foi observado no período de análise, não faz um uso expressivo da tecnologia em suas exposições. Mas a interatividade com o público se dá na forma do contato, através das atividades oferecidas.

---

<sup>33</sup> Análise comparativa feita em maio de 2014.

## 4.2 Dados do clipping midiático

No relatório do mês de novembro de 2013, foram observadas 23 menções ao Museu de Arte do Rio no jornal *O Globo* impresso. A revista *Veja Rio* aparece com nove notas e reportagens sobre exposições no Museu, mas deve-se considerar que se trata de uma publicação semanal. Por isso *O Globo* e a revista *Veja Rio* são os veículos que mais produziram matérias sobre o MAR. Outros 32 veículos mencionaram o Museu uma, duas ou três vezes. Foram contabilizadas 64 inserções em veículos impressos e 53 menções na internet (total de 117), das quais quatro apareceram no *website GI* e outras quatro no site da Prefeitura do Rio.

Apareceram inserções em veículos de cidades de quase todas as regiões do país e também sites de cultura mencionavam as exposições em notas e outras vezes em reportagens com destaque, como o *Diário Catarinense*, o *Correio da Paraíba*, o *Correio Braziliense*, o *Paraná On line*, a *Folha Vitória*, entre outros. Foi interessante observar que mesmo lugares distantes mencionavam o espaço do Museu de Arte do Rio de maneira positiva.

No mês de dezembro, o panorama parece se modificar, mantendo o maior número de anúncios pelo *O Globo* impresso, que mencionou 36 vezes o MAR, o jornal *O Dia* aparece em segundo com 18 referências, jornal *Extra* com 11 e a revista *Veja Rio* parece manter um padrão com 13 notas de divulgação de programação e reportagens sobre o Museu de Arte do Rio. Já no meio *on line* aparece o *Jornal do Brasil* com seis menções, *O Globo* com cinco, *Veja Rio* com quatro e a *Revista Museu* faz referência também quatro vezes sobre o Museu de Arte do Rio. Totalizando no mês de dezembro 207 aparições em veículos de internet e impressos.

O jornal *O Globo* volta a liderar as referências no impresso, com 39 notas reportagens. Seguido de *O Dia* com 21 citações sobre o MAR, a *Veja Rio* com 17 e outras por todo o país. Nos veículos *on line*, a variação tem um comportamento mais inconstante, com seis menções no *O Globo*, três na *Folha.com* e 39 por outros veículos espalhados pelo Brasil. Um total, no somatório de impressos e websites, de 150 menções.

Por fim, o último mês de análise, que neste caso os dados foram disponibilizados até meados de fevereiro, contabilizam nove menções no jornal impresso *O Globo*, três no *Extra*, *Veja Rio* e *O Dia* com duas notas/reportagens cada um. Já na internet, cada

site observado no *clipping* divulgou o Museu de Arte do Rio uma ou duas vezes, somando um total de 27 menções. O total de aparições, na mídia impressa e internet, foi de 54.

Com a contagem é possível estabelecer que os meios de comunicação que mais destaque deram ao Museu de Arte do Rio foram: os jornais e revistas impressos de grande circulação como *O Globo*, da Editora Globo. O veículo foi o que mais falou sobre o MAR, contabilizando 107 menções no período analisado. No entanto, a revista semanal *Veja Rio*, da Editora Abril, divulgou o MAR durante o período de análise 42. O jornal *O Dia*, da Editora O Dia, também indicou destaque de aparições do Museu de Arte do Rio em suas páginas, foram cerca de 40 citações com conteúdo referente ao espaço.

Os números que foram analisados no *clipping* de publicações impressas e de internet, constam que um dos patrocinadores do Museu de Arte do Rio é o campeão de divulgação da instituição. Há, portanto, um caráter institucional na divulgação do MAR. Como o jornal *O Globo* é o terceiro jornal de maior circulação no país, de acordo com a Associação Nacional de Jornais<sup>34</sup>, funciona como o mais importante veículo na consolidação da imagem do Museu de Arte do Rio como uma referência no âmbito cultural. Grande parte da divulgação do MAR em *O Globo* continha a programação ou notas chamando para exposições ou eventos. Vale sinalizar que os jornais interioranos que citavam o Museu geralmente faziam referência às exposições e em reportagens um pouco mais longas e muitas vezes com foto.

O relatório de gestão 2013 do MAR, publicado em maio de 2014, contém os números finais referentes à divulgação. Porém, de acordo com o relatório, houve um total de 473 citações sobre o Museu de Arte do Rio em 2013, sendo que 171 apresentaram teor positivo, 301 foram de conteúdo neutro, não opinativo e uma apresentou conteúdo negativo. Garantindo um aproveitamento de 64% de informações neutras e 36% positivas nos veículos de comunicação. Do total, 248 falavam especificamente sobre as exposições, sendo 161 neutras, provavelmente só mencionavam as exposições, 86 continham valor opinativo positivo sobre as mesmas e uma apresentou teor negativo. De acordo com o cálculo do relatório, as publicações sobre o Museu de Arte do Rio contabilizam 30.071,70 centímetros, que se fossem

---

<sup>34</sup> Dados disponíveis em <http://www.anj.org.br/>

compradas com publicidade nos mesmos veículos de comunicação custariam aos cofres do Museu o valor médio de 8,3 milhões.<sup>35</sup>

Por causa disso, as publicações voluntárias dos veículos de comunicação são tão importantes, além de não serem produtos comprados, que onerem os cofres da instituição que gera o museu, por exemplo, são muito acessadas e mais valorizadas pela população, visto que não ocupam o lugar “comprado” das propagandas, ganhando maior teor de credibilidade.

### **4.3 Imagem em construção**

A imagem que o Museu de Arte do Rio vem consolidando é em geral positiva. Pelo menos é o que se pode constatar a partir dos dados analisados, também a partir da quantidade de visitas acima das expectativas iniciais, quantidade de seguidores nas redes sociais e maioria de publicações positivas na mídia. Também contabilizando as análises de janeiro e fevereiro através do clipping de matérias pode-se considerar o teor positivo predominante na quantidade de menções. O MAR, em si, vem auto construindo a imagem de museu da educação e entretenimento. A imagem de parceira dos estudantes e da escola também se fortalece pelos projetos futuros, como a abertura da Biblioteca do MAR.

A importância de se manter a construção da imagem de maneira positiva está na valorização do ambiente cultural como referência social. Além disso, a valorização midiática atrai investimentos, doadores, novos patrocinadores, interesse em produção e programações ainda mais variadas, e conseqüentemente, ainda mais anúncios e reportagens em veículos de comunicação, incluindo tanto jornal e internet, como também TV e rádio.

---

<sup>35</sup> Disponível em [http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio\\_mar.pdf](http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio_mar.pdf)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando o que foi enfatizado na introdução, o Rio de Janeiro é a cidade brasileira que mais vem passando por mudanças relevantes, tanto estruturalmente quanto socialmente. Não são apenas as obras em toda a cidade visando à recepção de eventos internacionais, novos empreendimentos, troca de gestores e outros acontecimentos. A mudança está também na sociedade carioca, que vem se moldando na tentativa de buscar ou reafirmar sua identidade. Os jornais estão sempre carregados de imagens de protestos, manifestações, mudança de hábitos, moda, tendências. As pessoas querem ganhar voz, querem ser vistas, querem ter melhores condições de vida, querem usufruir de sua cidade da melhor maneira possível. O Rio, e aqui fazemos referência ao povo, quer mais segurança, educação, trânsito menos caótico, qualidade de vida. No setor sociocultural contemporâneo, os museus ganham maior relevância e se tornam espaços mais dinâmicos e incentivadores de transformações e experimentação.

Apesar dos problemas vivenciados dia a dia, o poder de desenvolvimento e transformação cultural do Rio de Janeiro é inegável. A cidade oferece múltiplas opções e a diversidade é sua marca mais contundente. Toda esta cultura difusa dá ao Rio sua complexidade cênica, um poder de narrar histórias e ser palco de transformações sociais. E o Museu de Arte do Rio surge neste contexto como mais um interlocutor, mais uma voz que se integra ao conjunto dos geradores de tendências.

Na questão da memória, a relevância deste espaço mantedor e criador de cultura da cidade do Rio de Janeiro são justamente as funções de arquivamento da nova concepção de museus participativos e no estímulo ao arquivamento de memória social, fortalecida pelo envolvimento do público. São muitas vezes espaços simbólicos, que tem o poder de oferecer uma experiência de recordação e de sentimentos particulares. Cabe à gestão do museu, portanto, desenvolver suas características emocionais, educacionais e de relacionamento com seus visitantes, em uma política de formação de público presente, além de relação com seus doadores, colaboradores e envolvidos.

É relevante destacarmos o processo educacional como uma vertente que precise de atenção especial. Algumas soluções podem ser pensadas na questão problemática do público alvo. De modo a destacar ainda mais a linha atual ou diversificar e abranger outros públicos. Como foi mostrando, a pesquisa do Instituto Datafolha no Rio de Janeiro, demonstra dados que comprovam que os museus em geral são frequentados,

sobretudo, por pessoas das classes A e B, moradores da Zona Sul e com nível superior. Com isso, para manter sua idealização inicial, caberia ao MAR se aproximar do público da Zona Norte e Oeste e classes C e D, através de políticas diferenciadas e situadas de maneira mais próxima de suas práticas culturais. É verdade, porém que o MAR está em consonância com a corrente atual da museologia que busca integrar o homem ao patrimônio material ou imaterial na difusão de conhecimento. O cidadão vai ao museu por vontade própria, se inscreve nos cursos e *workshops* pelos quais sente interesse, que contrário das escolas, não se trata aqui de uma educação obrigatória, mas uma escolha pessoal a partir do interesse envolvido.<sup>36</sup> Por isso, para atingir o público suburbano, as atividades propostas deveriam ser pensadas de modo a ser um chamariz para este público. A partir da visão do museólogo Mário Chagas, uma provável solução seria o conteúdo ser produzido pelo próprio público alvo, com a intenção de atrair a si mesmo. Porém, esta atitude de segmentação poderia afastar seu público atual, constatado na pesquisa do Datafolha.

Por outro viés mais amplo, visto que o MAR tem no projeto educacional o seu ponto mais forte, pode-se considerar a possibilidade de as propostas serem ainda mais eficientes e diversificadas se o Museu, de fato, se assumisse como múltiplo. E tratar de pensar seu ambiente de forma diversa e ilimitada, sem institucionalizar como seu público privilegiado apenas os habitantes dos subúrbios. Assim o Museu de Arte do Rio seria o espaço do público que faz a rima de rua no pilotis, do visitante da Zona Sul, do turista, do artista, do professor e do aluno, sem distinções por poder aquisitivo ou função social. A questão, que poderia ser bem aceita e desenvolvida seria a de transformar então o MAR em um espaço com diversos públicos alvo, em outras palavras, o público alvo seria a cidade do Rio de Janeiro imerso em sua multiplicidade, com o direcionamento de suas ações sem distinção, sem preconceitos, sem nichos específicos.

Outro ponto que vale considerar é força modificadora do Museu de Arte do Rio no ambiente em que se insere. Como foi citado, o problema do acesso à região portuária por meios terrestres provavelmente se reinventará de maneira gradual e natural, com o tempo o e com as políticas de transporte público. Por causa desta inevitabilidade, políticas públicas devem ser orientadas de forma que o processo não aconteça com caráter excludente. É preciso acompanhar também o crescimento da área, não só no

---

<sup>36</sup> Conceito desenvolvido no artigo de Denise C. Stuart, disponível em <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/educacao/museus-emocao-e-aprendizagem>



entorno do MAR como nas proximidades onde as obras do projeto Porto Maravilha estão em processo. Como forma de evitar que o movimento modificador e de valorização da área, afete moradores e comerciantes locais de maneira a expulsá-los de seus espaços originais.

Já a questão da importância dos museus serem valorizados como território de memória na sociedade contemporânea, se torna um ponto importante de resgate social e histórico. Visto que a rapidez da transmissão de informações e o contexto efusivo de uma sociedade cada vez mais exigente por velocidade, enfatizada pelos meios de comunicação. Faz com que o cidadão seja um dos principais responsáveis pela garantia de manutenção da memória social. Neste ponto, pegando o gancho da autora Isabel Beirigo, que diz que “as necessidades de se compreender a memória e a história juntas, como um conjunto amplo e unificado de relevância social”<sup>37</sup> estão articuladas.

Como vimos, o Museu de Arte do Rio traz em suas propostas pontos fortes objetivando uma relação em consonância com a comunidade. Foi possível destacar que não só o MAR, mas os museus de hoje, trazem consigo a ideia de não apenas coletar e preservar objetos que remetam à memória da comunidade, mas a tentativa de transformar o meio e acrescentar conhecimento através da conexão com o público visitante e participante das atividades. Tais projetos são diferenciais e também deveriam ter destaque nesta ideia de manutenção de público. Um ponto a se pensar seria a ampliação do público com a capacidade de articular com o Museu de forma direta, como os Vizinhos do MAR. A ampliação deste programa poderia avaliar novas visões e contracenar com moradores de toda a cidade, sendo assim, mais uma forma de incluir e conectar participantes do subúrbio do Rio.

Mais um ponto, que aparece no próprio relatório de gestão de 2013, é que os responsáveis pelo MAR ressaltam a importância de se acompanhar de perto detalhes de visitação, como o percentual de alunos atendidos nos programas educativos que retornam de maneira espontânea ao espaço. Isso é importante para averiguar a questão do interesse, já que o retorno indica ponto positivo na configuração do espaço cultural apresentado. Outro indicador que não foi analisado pelo Museu de Arte do Rio no relatório de gestão 2013, foi a satisfação dos patrocinadores, que é importante para a criação de estratégias que atraiam mais investimentos. Ainda prevista para 2014, a

---

<sup>37</sup> Artigo disponível em [http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art\\_.asp?id=23532](http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=23532)

inauguração do espaço de biblioteca é uma destas estratégias, que espera alcançar ainda mais estudantes e o retorno daqueles que visitam o MAR.

A interdisciplinaridade é outro ponto que deveria ser incluído nos projetos museológicos futuros do Museu. Com o viés de acrescentar possibilidades à programação educacional e expandir o leque de conhecimento em torno da cidade do Rio de Janeiro. O espaço do MAR é rico e pode vir a se tornar um dos mais importantes e bem conceituados do Rio de Janeiro. Apesar das críticas, não se pode negar o seu potencial. A contar pela divulgação, que feita de forma espontânea nos veículos de comunicação de todo o Brasil, revela o prestígio do Museu de Arte do Rio no meio midiático.

Por fim, o incentivo a artistas iniciantes, estudantes e grupos artísticos deveria ser considerado como um novo tópico. O estímulo poderia ser no intuito de dar chances para exposições, curadorias, projetos e até mesmo oficinas especiais com artistas em início de carreira. Valorizando a própria criação local e colocando em prática os projetos de ensino nas áreas de arte e cultura desenvolvidos no Rio e no Brasil. A importância de se aproximar das pessoas se mostra aqui como uma das mais relevantes ações desejáveis para o Museu de Arte do Rio, bem como seu potencial de inclusão, manutenção de memória social, desenvolvimento sustentável, renovável e de apoio à comunidade local.

## 6. BIBLIOGRAFIA:

SUANO, Marlene. O que é museu. São Paulo: Brasiliense, 1986.

JEUDY, Henri-Pierre. Memórias do social. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

COLOMBO, Fausto. Os Arquivos imperfeitos. Memória social e cultura eletrônica. São Paulo, Editora Perspectiva S. A., 1991.

WEINRICH, Harald. “Esquecimento mortal e imortal” e “Armazenado, quer dizer, esquecido” *in* Lete: arte e crítica do esquecimento. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

WILLIAMS, Raymond. Cultura e Sociedade: de Coloridge a Orwell. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

FONSECA, Maria Cecília Londres. “O patrimônio em processo: trajetória política federal de preservação no Brasil”. Rio de Janeiro: UFRJ/IPHAN, 1997, 316 p.

CAYGILL, Marjorie L. “From private collection to public museum: the Sloane collection at Chelsea and the British Museum” (p 18-28) *in* Enlightening the British: knowledge discovery and the museum in the eighteenth century. Londres: British Museum Press, 2003.

SWAIN, Hedley. “What from whom?” (p 3-17) *in* An introduction to museum archaeology. Cambridge: Cambridge University Press. 2007.

TOMAZ, Paulo Cesar. A preservação do patrimônio cultural e sua trajetória no Brasil. Revista Fênix, Volume 7, Ano VII, nº 2, 2º trimestre de 2010 [http://www.revistafenix.pro.br/PDF23/ARTIGO\\_8\\_PAULO\\_CESAR\\_TOMAZ\\_FENIX\\_MAIO\\_AGOSTO\\_2010.pdf](http://www.revistafenix.pro.br/PDF23/ARTIGO_8_PAULO_CESAR_TOMAZ_FENIX_MAIO_AGOSTO_2010.pdf)

MIRANDA, Rose. “Patrimônio imaterial e museus – uma breve abordagem”. Revista Museu, publicado em 18 de maio de 2004. <http://www.revistamuseu.com.br/18demaio/artigos.asp?id=3953>

BEIRIGO, Isabel Cristina Felipe. “Ensino de História, museus e memória.”. Revista Museu, publicado em 27 de abril de 2010. [http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art\\_.asp?id=23532](http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=23532)

CHAGAS, Mário. “Memória e poder: contribuição para teoria e prática nos ecomuseus.” Site Quarteirão, publicado em 2002. <http://www.quarteirao.com.br/pdf/mchagas.pdf>

CHAGAS, Mário. “Cultura, patrimônio e memória”. Revista Museu, publicado em 18 de maio de 2013. <http://www.revistamuseu.com.br/18demaio/artigos.asp?id=5986>

JUNIOR, Nelson Moreira. “O MAR, o morro e o Rio”. Revista Museu, publicado em 13 de março de 2013. [http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art\\_.asp?id=35785](http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=35785)

BITTENCOURT, José Neves. “A face integrada de uma moeda multidimensional”. Revista Museu, publicado em 13 de junho de 2002. [http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art\\_.asp?id=1119](http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=1119)

BARBOSA, Cátia Rodrigues. “Fenomenologia – Museologia: interface de culturas”. Revista Museu, publicado em 22 de novembro de 2007. [http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art\\_.asp?id=14350](http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=14350)

STUART, Denise C. “Museus, emoção e aprendizagem”. Revista de História, publicado em 9 de setembro de 2007. <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/educacao/museus-emocao-e-aprendizagem>

GUIMARAENS, Cêça. “A importância dos museus e centros culturais na recuperação de centros urbanos”. Fundacion Ilam, não foi possível definir data. <http://www.ilam.org/ILAMDOC/Aimportancia.pdf>

*Websites:*

CONSTITUIÇÃO FEDERAL: [www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br)

IBGE: [www.ibge.gov.br/](http://www.ibge.gov.br/)

REVISTA MUSEU: [www.revistamuseu.com.br/](http://www.revistamuseu.com.br/)

ANJ - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS: [www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)

WIKIPÉDIA: [pt.wikipedia.org](http://pt.wikipedia.org)

MUSEU DE ARTE DO RIO: [www.museudeartedorio.org.br](http://www.museudeartedorio.org.br)

GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: [www.rio.rj.gov.br](http://www.rio.rj.gov.br)

IBRAM: [www.museus.gov.br](http://www.museus.gov.br)

FORUM PERMANENTE: [www.forumpermanente.org](http://www.forumpermanente.org)

ESTADÃO: [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br)

GBC BRASIL: [www.gbcbrasil.org.br](http://www.gbcbrasil.org.br)

ARCHITIZER A+ AWARDS: [www.awards.architizer.com](http://www.awards.architizer.com)

RÁDIO CBN: <http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>

MUSEUS DO RIO: <http://www.museusdorio.com.br/joomla/>

REVISTA DE HISTÓRIA: <http://www.revistadehistoria.com.br/>

FUNDACION ILAM: <http://www.ilam.org/>

## 7. ANEXOS

Neste anexo estão dispostas imagens que ilustram descrições textuais.

### 7.1 Imagens Ilustrativas

#### IMAGEM N° 1



Camada Fluida do MAR (Divulgação)

#### IMAGEM EXTRA



Outro ângulo da camada fluida do MAR (Thales Leite)

## IMAGEM Nº 2



Pilotis lotado durante a Batalha do Conhecimento (Thales Leite)

## IMAGEM EXTRA



Área do Pilotis do MAR (Thales Leite)

## IMAGEM Nº 3



Palestra de abertura da exposição Josephine Baker Le Cobrusier (Thales Leite)

## IMAGEM Nº 4



Caminhada na cobertura fluida do museu em março de 2014 (Thales Leite)



## IMAGEM EXTRA



Entrada do MAR à noite 2014 (Thales Leite)

## IMAGEM EXTRA



Uma das salas expositivas com atividade em andamento (Thales Leite)

## 7.2 Tabelas

Os números consultados em tabelas mencionadas neste projeto foram copiadas do relatório de gestão 2013 no Museu de Arte do Rio (no link: [http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio\\_mar.pdf](http://museudeartedorio.org.br/sites/default/files/relatorio_mar.pdf)) e da pesquisa do Instituto Datafolha disponível no link da Prefeitura do Rio (<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4478506/4113215/HabitosCulturaisCarioca.pdf>)

TABELA Nº1

### CONHECIMENTO DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS

Biblioteca Nacional	89%
Centro Cultural Banco do Brasil	85%
Planetário da Gávea	80%
Museu Nacional de Belas Artes	80%
MAM - Museu de Arte Moderna	80%
<b>MAR - Museu de Arte do Rio</b>	<b>68%</b>
Lonas Culturais	63%
Paço Imperial	61%
Casa França-Brasil	50%
Arenas Culturais	48%
Instituto Moreira Salles	33%
Oi Futuro	29%
Biblioteca Parque Manguinhos	29%
Casa Daros	13%

FONTE: PESQUISA HÁBITOS CULTURAIS DOS CARIÓCAS - INSTITUTO DATAFOLHA, SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E J. LEIVA CULTURA & ESPORTE. OUTUBRO DE 2013.

TABELA Nº 2

### Hábito de realizar a atividade – Frequência: Ir a museus, exposições de arte (Estimulada e única, em %)

	Total	Idade (em anos)						Escolaridade			Classe econômica		
		12 a 15	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	Fundamental	Mé-dio	Superior	A/B	C	D/E
Uma vez por mês	38	53	39	41	34	34	37	38	38	38	39	36	38
Uma vez a cada 3 meses	23	9	29	25	25	18	22	17	20	29	26	18	20
Uma vez a cada 6 meses	18	25	10	17	17	27	17	18	17	19	20	16	18
Uma vez por ano	21	13	22	18	24	22	24	27	25	14	15	30	24
Base	517	34	110	103	94	113	63	100	207	210	313	187	17*

\* Base insuficiente para análise estatística

Base: Entrevistados que frequentam museus-517 entrevistas

P5d. De acordo com este cartão, com que frequência você costuma ir a museus, exposições de arte?

TABELA Nº 3

**Tabela 3: Hábito de realizar atividades, no mínimo uma vez por mês (Em %)**

Ranking pela frequência mensal

	Costuma realizar a atividade	Realiza no mínimo uma vez por mês
Ouvir música	95	95
Ir a shoppings para lazer ou diversão	77	68
➔ IR AO CINEMA	68	59
Ler livros não didáticos	64	53
Ir à praia	74	51
Sair para beber em bares ou restaurantes	51	48
Jogar videogames, jogos de computador, celular, tablets	40	39
➔ IR A SHOWS DE MÚSICA, APRESENTAÇÕES MUSICAIS	56	39
Sair para dançar em boates, na noite, em bailes	34	27
Ir a festas populares, típicas ou religiosas	54	23
➔ IR AO TEATRO	37	21
➔ IR A BIBLIOTECAS	32	20
Ir a feiras de artes, artesanato, antiguidades	40	17
➔ IR A MUSEUS, EXPOSIÇÕES DE ARTE	34	13
Ir ao circo	25	8
Ir a quadras de escolas de samba	22	7
➔ IR A ESPETÁCULOS DE DANÇA, BALLET	20	7
➔ IR A CONCERTOS DE MÚSICA CLÁSSICA	14	4

Base: Total da amostra

Fonte: P.4 P4. Gostaria de falar sobre o que você faz no seu tempo livre. Você costuma \_\_\_\_, mesmo que de vez em quando? P.5 Com que frequência? (ESTIMULADA COM CARTÃO)

### 7.3 Entrevistas

As entrevistas aqui transcritas foram concedidas com exclusividade para a realização deste projeto. Os arquivos de áudio estão disponíveis em mídia.

#### 7.3.1 Julia Baker

Disponível em arquivo sonoro (17 minutos e 44 segundos). Entrevista concedida com exclusividade para fins desta monografia no dia 19 de fevereiro de 2014 no Museu de Arte do Rio com Julia Baker, assessora curatorial do Museu de Arte do Rio. Entrevistadora: Luiza Ramos.

P: Qual é o papel do MAR? É um projeto recente, mas qual a sua visão do papel do MAR no Rio?

R: Então, como você mesma falou é um projeto recente vai fazer um ano agora dia primeiro de março. Ele abriu dia primeiro de março do ano passado. Porque abriu dia primeiro de março? Escolheram essa data por que é aniversário da cidade. Como é o museu de Arte do Rio, tentaram fazer uma coisa bem marcante mesmo, no aniversário da cidade. A prefeitura do Rio não tem museu, então esse é o primeiro museu da prefeitura. Como é que funciona o MAR, o MAR é da prefeitura, mas não é a prefeitura que gere o museu. Ninguém aqui é funcionário público. Ela criou esse aparato cultural e abriu um edital para diferentes organizações sociais, que são organizações sem fins lucrativos se candidatarem, algumas se candidataram e a prefeitura selecionava uma para gerir o museu. Quem ganhou agora no caso foi o Instituto Odeon, que é de Belo Horizonte, cujo diretor é Carlos Gradin, ele tem história com teatro, já trabalhou com órgãos de cultura lá em Belo Horizonte. Ele ganhou essa licitação então o Instituto Odeon gere o MAR durante dois anos. Ele formou a equipe aqui no Rio. Depois de dois anos pode ser que renove o contrato ou não renove o contrato. Esse é um modelo que não tinha aqui no Rio, tem até em São Paulo, em Belo Horizonte, aqui a prefeitura está começando a implementar. Vão tentar fazer isso até com o Parque Lage e a Casa Santos (desconhecida), vão fundir os dois e chamar uma OS (Organização Social) para gerir ambos. Então, a ideia do MAR foi uma coisa que, foi meio que se transformando enquanto o museu ainda estava em processo de construção. A primeira ideia era que

fosse um museu para receber exposições, não ia ter coleção do museu, a gente ia chamar os curadores, fazer curadorias, etc. E então montaria a exposição do museu. Entretanto foram conversando, pensando melhor e perceberam que o museu tinha potencial e acharam interessante ter um acervo.

P: Mas isso foi durante?

R: Durante o processo de construção do prédio ainda. Já nasceu assim. Foi conversado, decidiram isso, que seria um museu de acervo e convidaram o Paulo Herkenhoff, que é um curador muito importante para fazer o cultural, então ele que pensou toda a política da cultura do museu em relação tanto à educação, quanto acervo, quanto à disposição... O que faz desse museu também ser diferente, aqui no Rio, é que ele é muito voltado para educação. O museu é composto por dois prédios, o museu são os dois juntos. O prédio de exposições e a Escola do Olhar, e esse prédio da Escola do Olhar é onde acontecem todos os cursos do MAR. Até uma questão bastante levantada no Instituto do museu é: isso é uma escola com um museu ou um museu com uma escola? A gente tem um time de educativo, tem toda uma gerência de educativo, que cuida e que tem diferentes atributos, um deles é fazer a ligação do visitante com o museu. Tanto do visitante espontâneo quanto dos visitantes marcados. Eles tem monitores e educadores estagiários que fazem visita guiada, de escola, grupo de pessoas agendados. É interessante porque esses educadores são todos estudantes. Aqui, junto com os outros profissionais eles estão sempre em processo de aprender e conseguem passar isso para os colégios, etc. Uma coisa legal é que eles fazem com o pessoal do educativo, cursos mensais e todos os educadores se reúnem no pavilhão para entender quais questões são levantadas, quais questões eles querem trabalhar mais. Tudo muito importante para aprender.

P: Mas quem procura o museu? Os educadores ou vocês fazem algum tipo de divulgação?

R: O museu, por ser da prefeitura, tem uma ligação muito forte com as escolas municipais. Então tem um programa já com as escolas municipais de visitação, visita guiada e tudo o mais. Mas como você mesma falou, é um museu novo, é novidade, tem muita escola particular ou pública que liga pedindo pra agendar visita, que acontece no período letivo então nas férias não tem visita guiada. Além disso, ele tem um programa de formação de professores de arte, os professores de arte do município vão lá para

terem uma formação melhor. Aqui a gente trabalha junto nessa formação. A gente tenta entender qual a necessidade do professor o que ele sente falta na sala de aula, e a gente tenta suprir de alguma forma. Além desse programa direto com as escolas municipais a gente ainda oferece vários workshops para todas as idades. A ideia do MAR também é abarcar o arco da educação. Então desde criancinha, dois, três anos até a pós-graduação. A gente oferece curso para todo esse arco. Geralmente os cursos são bem relacionados com a exposição que estão acontecendo no pavilhão naquele momento, por exemplo, agora a gente está com uma exposição que é Pernambuco Experimental, tem alguns cursos de história da arte que estão ligados ao modernismo em Pernambuco, que é diferente do Rio de Janeiro, etcetera e tal, e são todos gratuitos. Está tendo uma exposição sobre surfe e skate (...) aí um artista veio dar uma oficina para criancinha de quatro e cinco anos, então você vê que consegue atrair diferentes públicos de diferentes idades. Outra coisa que também é muito importante aqui é o MAR na Academia, que é um programa do museu se ligar com as universidades do Rio de Janeiro. A gente tem trabalhado muito com a UFRJ e com a UFF e com a UERJ.

E: Mais essa parte artística com a Escola de Belas Artes?

R: É. Trabalhamos na UFF com a formação em Ciência da Arte, Belas Artes na UFRJ e na UERJ também é de arte e já tivemos com a parte de administração, Copead, da UFRJ. Então são vários setores de destaque, por que o importante é a formação. E arte é um campo tão amplo né, pode ter ligação com vários tipos, como Letras, Filosofia, Comunicação.

E: (Cito um exemplo de oficina de degustação de azeite que fiz no Museu Britânico em 2012 e pergunto a entrevistada) Vocês também têm esses projetos que aparentemente não tem nada a ver com arte, mais na parte de entretenimento?

R: Sim, além das nossas exposições a gente tem também nossa programação cultural, aí tem lançamento de livro, tem peça de teatro (...) a gente tenta puxar para as coisas que estão expostas aqui, para ter alguma relação, por exemplo, essa exposição sobre surfe e skate, ao mesmo tempo em que tem a exposição tem uma mostra de filmes aqui. Então toda terça-feira passa um filme que tem alguma relação com surfe e skate.

E: E como é o público?

R: O público é bem variado, desde criancinha (áudio ficou confuso). Quando o museu era novidade, acabavam vindas muito turistas, muitas pessoas da cidade do Rio de Janeiro que não tem conhecimento. O que o Paulo sempre fala, é que é um museu pro subúrbio. Então ele quer buscar esse público do subúrbio e atrair mais pro museu. E realmente, a gente já reparou que vem um público assim, que não é aquela pessoa que acha que é entendida de arte. Muitas pessoas que vem aqui que não tem conhecimento de arte.

E: Às vezes nunca entrou numa exposição.

R: Exato. Aí veio pra conhecer, por que saiu na mídia e acaba se envolvendo assim. Por que o que é interessante nesse museu também, por ser um museu de arte do Rio, o último andar do pavilhão, sempre vai ser sobre a cidade do Rio de Janeiro. Então é interessante para essas pessoas. (...) aqui nunca tem exposição permanente. (interseção irrelevante). São todas as questões ligadas a cidade do Rio, então continua sendo o tema o Rio de Janeiro. Isso é interessante para as pessoas da cidade por que às vezes a gente acaba descobrindo coisas que nem fazia ideia. Isso eu acho bacana, bem pra turista. Mas o que a gente percebe é que realmente os visitantes não tem essa coisa de “tenho que ser entendido de arte, logo vou ao museu”, tem um público bem misturado assim. Vem muita criança por causa das visitas de escola. E eu acho que por ser aqui na região portuária com muito navio chegando tem turista, mas o foco não é esse.

E: Como que vocês fazem, vocês tem algum projeto para manter essas pessoas frequentando aqui, vindo aqui? Eu vi que vocês tem bastante divulgação no site...

R: Então, uma coisa que a gente tem aqui é um programa o ‘Vizinhos do MAR’. O pessoal aqui do entorno tem direito a um cartão para visitar, trazer família quando quiser. Esse programa ‘Vizinhos do MAR’ sempre tem um encontro com esses vizinhos, para conversar. A gente tá aberto pra receber crítica, receber sugestão deles. Todo sábado alguns gerentes aqui do MAR se unem aos vizinhos, eles fazem um café da manhã para ouvir, é uma troca sabe? Eles falam “acho que isso, acho que aquilo” tanto que em um desses encontros uma das pessoas falou assim, na outra exposição que tava antes do ImaginárioRio, “não tem muita referência aos escravos da cidade, tá falando de Rio de Janeiro, do porto, porto era onde chegavam os escravos e não tem nada de escravidão.” Aí, quando mudaram pro ImaginárioRio o Paulo (Herkenhoff) levou essa física em consideração e incorporou mais coisas. Então é um espaço de troca e pra

ter esse diálogo forte. Então, é para a gente criar essa relação para eles (vizinhos do mar) estarem sempre frequentando e sentirem que o espaço é deles. Além disso, os educadores tentam também encorajar as crianças, quando elas vêm aqui com o colégio, a voltarem trazendo o pai, a mãe e tudo o mais assim, pra participar.

E: E questão de divulgação?

R: Então, de divulgação assim, o site é onde tem mais informação, temos também as mídias sociais, no Facebook tem muita coisa, atividades e tudo o mais, o que é legal que tem também bastidores do museu. E sai bastante no jornal assim.

E: Com relação ao público ainda, principalmente o infantil. Você falou que tem programação para criança pra adulto, como que é tratada a relação principalmente com as crianças. Como vocês fazem, é uma coisa mais lúdica?

R: Assim, os educadores, eles tentam de tudo. Às vezes se fantasiam, fazem várias atividades. Por que eles não chegam e “ah esse quadro é do ano tal é de não sei o que não sei o que lá”, eles tentam atrair, sei lá, talvez pela cor, pela forma, brincando com elas. Tinha até uma que eu lembro que era fantasiada de princesa pra brincar com as crianças.

E: Eu não vejo isso tanto aqui no Rio, crianças nos museus. Fora é mais comum (...) Você acha que o MAR veio para mudar essa figura, essa questão do público infantil frequentar o museu?

R: Eu acho, que sim. A gente tem uma imagem de museu muito essa coisa do “não toque, não mexa”, você vai e é tudo estático, parado, e aqui a gente tem uma política muito da arte contemporânea de experimentar né? Obra de arte contemporânea não tem esse negócio de não mexa, não toque. É mexa e toque. (interrupção). E a gente tá aberto pra isso, a partir do programa educativo é mais fácil talvez fazer por que o educador instiga as pessoas a perguntarem a questionarem o por quê isso está dentro daquele espaço, o por quê não. Além das aulas, as outras atividades para as crianças desenvolverem. O MAR é um museu claro, tem obra que não pode tocar (risos). Mas ele quer quebrar um pouco essa barreira de que só os entendidos podem ter espaço, frequentar, todo o mundo. O museu é do povo, o museu é do Rio. É isso que a gente enfatiza bastante.



E: Esse que é o foco do MAR?

R: Exato.

E: (Agradecimento) Alguma coisa que você queira incluir?

R: Acho que essa questão da educação e do museu que é muito importante. Nosso acervo, o nosso acervo do museu ele trabalha de uma forma que são vários núcleos. Por exemplo, tem o núcleo de escravidão, o núcleo do corpo, aí tem as obras desses diferentes acervos, desses núcleos que também conversam entre si. Os acervos já tá muito grande assim, tem muita gente doando pro museu, o que é bacana. (interrupção). Tem muito colecionador que doa muitas obras, mais de cinquenta, artistas, galerias. Então as pessoas também tem interesse em ajudar o museu a crescer, então isso é bacana.

E: E o MAR tem algum projeto de compra de acervo, ou é realmente a questão da doação?

R: Não, além de doação tem também as aquisições. Em que a curadoria faz uma seleção de obras que ela acha imprescindível pro museu e adquire.

### **7.3.2 Mário Chagas**

Disponível em arquivo sonoro. Entrevista concedida com exclusividade para fins desta monografia no dia 17 de abril de 2014 por telefone. Mário Chagas é mestre em memória social e documento pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, UniRio, doutor em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ. Entrevistadora: Luiza Ramos.

P: O arquivamento feito em museus é uma forma de guardar memórias e cultura, o senhor acha que o Rio de Janeiro carecia de um espaço exclusivo para este arquivamento? No caso o MAR?

R: No meu entendimento os museus produzem arquivamento, mas eles não são fundamentalmente arquivos. E porque não são fundamentalmente arquivos? Por que

também no meu entendimento, os museus têm uma potência e um desejo de comunicação. Antes de mais nada, os museus tem uma potência poética, um desejo de poiesis, de se comunicar com o outro, isso está para além do desejo de arquivo. Agora de outro lado, me parece que é importante a iniciativa de existência do MAR, isso me parece que é importante, mas eu não posso com isso dizer que havia uma carência de arquivamento de memória, de cultura. Porque outros tantos museus no Brasil e na cidade do Rio de Janeiro vem dando conta disso. E tem feito um trabalho extraordinário.

P: Aqui no Rio são quantos museus? O senhor tem aí esse número?

R: Olha, eu não tenho agora esse número exato pra você, mas acredito que sejam mais de 300 museus. É um número bom de museus. Quer dizer, isso não significa que não tenha espaço no estado para mais museus, existem municípios no estado que não tem museus. Então há aí ainda uma possibilidade de crescimento.

P: O espaço do museu surgiu como forma de transmitir conhecimento sem aproximação e ao longo das décadas passou a ser um ambiente dos cultos e assim valorizados por elites.

É verdade que os museus ao longo do tempo os museus se constituíram como aparelhos do bom gosto, voltados para uma elite econômica, uma elite cultural, mas os museus tem uma capacidade de transformação muito grande para além de serem aparelhos meramente ideológicos do Estado. Para além de serem instâncias de consagração das elites dominantes, os museus tem uma outra possibilidade. Eles também podem se afirmar como dispositivos capazes de promover cidadania, como dispositivos estratégicos para operar com memórias libertadoras. Os museus têm também a capacidade de trabalhar em favor da coesão social. Então eles têm outras possibilidades que não são apenas a reprodução do gosto de elite ou a reprodução do “bom gosto”, bom gosto entre aspas evidentemente. Eles têm outras possibilidades. Os museus para além de serem meramente instituição de reprodução e consagração do “bom gosto” são instituições que tem uma potência transformadora muito grande né.

P: E o que o senhor acha desta questão dos museus com essa questão da oferta de serviços com restaurantes. Acabaram se tornando quase shoppings, isso acontece com

quase todos os museus, é bem comum, e lá no MAR inclusive, tem café, tem restaurante, tem lojinha, o que o senhor pensa disso, desse ambiente transformado?

R: Veja só, isso é uma tendência que vem de longa data, não é uma novidade agora dos últimos cinco, nem dos últimos ou dez anos, isso é uma tendência que vem se afirmando ao longo do tempo, os museus abrindo espaços de loja, abrindo espaços de cinema, abrindo, enfim, restaurantes, cafés, etcetera. Eu penso que na verdade isso também não é um mal em si, eu acho que isso pode ser bom, os museus se apresentando também como múltiplos serviços (Interrupção: Atrai também as pessoas né?). Atrai, exatamente, com isso diversificam os seus serviços né? E também fazem com que as pessoas permaneçam mais tempo naquele espaço, nos espaços culturais que são espaços públicos, né? Espaços bem preparados, bem agenciados, bem qualificados, isso tudo me parece que é altamente positivo. Mas não é de forma alguma uma tendência contemporânea, ela já vem da modernidade, já vem de longa data e vem se afirmando, se confirmando né? E hoje, tem sido quase que uma regra, os novos museus quando são abertos apresentam bares, restaurantes, cafés, lojas. O problema que eu sempre penso é assim, a questão é que enquanto a opção for pelo museu mesmo que ele se pareça em certa medida com um shopping center, isso não é um problema. O problema é quando os museus forem inteiramente abandonados tendo como preferência o shopping. Por que assim será abrir mão da finalidade inicial. Eles guardam com os mercados e os shopping determinadas semelhanças evidentes: o espaço de troca. Ainda que os museus sejam um espaço de troca simbólica. E nos mercados e shopping centers são efetivamente de trocas financeiras, mas também como tem lojas e cafés acaba que também se operam as trocas financeiras nos museus. Mas os museus são espaços de troca, mas a forma de lidar com os museus e com os mercados do ponto de vista do tempo é diferente. O museu exige um tempo mais lento, um tempo de fruição, um tempo de contemplação, que não é o frenesi do shopping center. Mas enfim, isso é uma conversa mais longa.

P: Com relação à interatividade, se o senhor acha que essa questão da super interatividade, tem museus que tudo você pode tocar, você participa, você faz mover. O senhor acha isso legal, isso é bom, isso é ruim?

R: Veja só, tudo isso é sempre assim, são sempre respostas delicadas, por que dependem sempre de um exame de caso a caso. Eu diria assim né? Numa regra geral, quando se

faz um investimento que está concentrado apenas numa tecnologia, como se a tecnologia fosse a única forma de produção de interatividade, quando isso ocorre, eu acho que isso é um problema por que ao invés de se ter uma relação direta com os bens culturais, com as obras de arte, com a produção cultural, se passa a ter uma relação mediada, mediada pelos aparelhos, pelas ferramentas e pelas máquinas tecnológicas. Isso pode resultar justo no contrário, em nome da interatividade, você afasta o público, afasta o participante, dos bens culturais e das obras, tudo em nome da interatividade. Então, quer dizer, o que eu vejo frequentemente é que nos museus que apostam todas as suas fichas numa nova tecnologia, eles são museus que na verdade produzem afastamento das obras e aproximação da tecnologia, isso eu olho com uma certa desconfiança, mas também sei que tem obras de arte que hoje são produzidas já com base na tecnologia contemporânea (interrupção). Já leva em conta a interatividade. Agora, também acho que a interatividade não está só em apertar botão. Assim, eu estou tendo uma interatividade com você agora. A interatividade é quando existe relação. Quando estabelecemos algum tipo de relação entre nós e um bem cultural e ou entre as pessoas. Há interatividade numa visita orientada, existem diferentes formas de interatividade. A questão é onde nós queremos chegar. Usando a tecnologia como atrativo inicial eu acho bem, agora em determinados momentos é preciso um mergulho mais profundo. (interrupção para citar exposição da Yayoi Kusama no CCBB que sem tecnologias fez um mosaico de cores a partir de adesivos coloridos que os visitantes colavam em um ambiente branco). Aquilo foi bacana, mas ali foi uma interatividade completamente especial que não estava baseada em tecnologia e sim nesses adesivos que cada um ia colando e interagindo com a obra. (interrupção). Mas você vê, no Brasil nós temos uma tradição, na arte contemporânea brasileira com Hélio Oiticica, com a Lygia Clark, com a Lygia Pape, que já eram obras interativas, eram obras que envolviam muita gente, desde a antropofagia da Lygia Clark, Os Bichos. O Parangolé de Hélio Oiticica, tudo aquilo já estimulava uma interatividade né?

P: Como o senhor analisa o museu (MAR) e como o senhor vê o museu daqui pra frente?

R: Eu não vejo o museu negativamente, eu tenho uma visão crítica sobre determinados aspectos. Primeiro ponto é atribuir ao MAR uma espécie de caráter salvador, como se o Museu de Arte do Rio viesse salvar os museus da cidade e do estado do Rio de Janeiro como se ele passasse a representar a grande novidade no mundo dos museus ou como se

ele passasse a representar a grande novidade na política das artes do estado e do país. As minhas críticas vão nessa direção, quer dizer, eu acho o MAR importante e ponto. Nada de extraordinário eu vejo ali. E vejo riscos por que se não houver um investimento claro da Prefeitura do Rio de Janeiro do Estado do Rio de Janeiro na valorização das pequenas iniciativas de museus comunitários, museus que tem grande impacto social a baixos custos. Eu tô (sic) falando de museus em favelas do Rio de Janeiro. (interrupção) Eu sou um dos colaboradores nos museus de favela no Rio de Janeiro. Eu sou consultor no museu da Maré, na favela da Maré, ajudei na criação do MUF que é o museu de favela do Pavão-Pavãozinho Cantagalo. Sou um dos colaboradores de lá, mas também tenho apoiado o museu vivo de São Bento, lá em Duque de Caxias. Tenho apoiado iniciativas de pontos de memória no Brasil inteiro, né? E aí é que eu vejo o seguinte, estou sempre falando do meu ponto de vista evidentemente né? Se há uma novidade na museologia brasileira, no campo museal brasileiro eu identifico essas novidades nessas pequenas iniciativas.