

Museus

Os museus decididamente são caros; não o suficiente para lutarem contra a amnésia colectiva ou particular

O importante colóquio realizado há dias no New Museum, em Nova Iorque, sobre Modelos Alternativos à Curadoria de Histórias na Arte Contemporânea; o debate público que decorre em França sobre os seus Museus que, apesar de uma década de crescimento de públicos - aumento dos preços de bilhetes, aumento de apoio mecenato e "franchising" das marcas dos museus -, foram avaliados e criticados por uma gestão deficitária; e em Portugal a transferência de museus para as autarquias, a par de associações sob a mesma direcção de outros, medidas estas a que faltaram explicações claras e intelectualmente convincentes - merecem uma reflexão sobre o que se passa nos museus.

Será simples, mas a função dos museus desde a sua criação no século XVIII é a de guardar, conservar e contar histórias sobre os objectos que guardam e sobre o que os rodeava. Depois, a forma como cada um o faz, o modo operativo, o contexto e época em que são criados e os modos de gestão e de administração é que divergem, e dessas divergências é que resultam as diversas, por vezes antagónicas, missões. Podem os museus ter sido comparados a sarcófagos na leitura de Adorno ou pretenderem iludir a fronteira entre reserva e rua, como os museus "squatter", mas o facto de terem à sua guarda objectos e ferramentas da memória colectiva é que os faz ser museus. Aliás, é o requisito de ter um acervo, uma colecção, que diferencia radicalmente um museu de um centro cultural, por exemplo (embora alguns destes últimos possam reivindicar uma vocação museológica). É um facto que no século XX mudaram os paradigmas da arquitectura museológica de que são exemplos o MoMA, o Beaubourg, o Guggenheim, o Psl, o Chinati Foundation, o Louisiana, cada um traduzindo relações diferentes com a cidade e, simultaneamente, as expectativas diferentes que estes museus criavam na cidade e nas histórias de arte ou dos objectos de culto.

Num importante ensaio de 1990, "Revisiting The Late Capitalist Museum", Rosalind Kraus afirmou que o aumento desproporcionada da escala dos museus de arte contemporânea desviaria a atenção das obras de arte expostas no interior para a experiência do espaço do museu. A historiadora previa o que está a acontecer quer com a espectacularidade da arquitectura museológica - Guy Debord explicaria este fenómeno como mais um modo de espectacularidade do capital - quer com o fenómeno comercial que é o "franchising" das marcas Guggenheim e agora do Louvre, cujos benefícios para a História das Artes, dos públicos e do financiamento dos museus, em qualquer dos casos, não são evidentes. Afinal casinos e museus não são a mesma coisa. Do Guggenheim de Bilbao aos museus do Abu Dabi a museomania, na feliz expressão de Andreas Huyssen, é na espectacularidade do fetiche e da arquitectura escultórica que têm sido protagonistas. O que seria de questionar era se estas peças de arquitectura escultórica - concebidas por falta de programa ou por despotismo do atelier de arquitectura, que desconsidera a relação da forma à função, em prol da criação de ícones de diferenciação das cidades com vista à angariação de turismo cultural - não resultam apenas na exposição de volumes ou de fachadas de arquitectura, fascinantes, por vezes, mas em que nada contribuem para a museografia e para a revisão das narrativas sobre as artes ou os objectos de culto?!

Outros aspectos problemáticos são a proliferação de museus dedicados a artistas maioritariamente da iniciativa de câmaras municipais ou, noutros países, de empresários cujo objectivo primeiro é virem a ser contagiados pela aura dos artistas a quem é dedicado o museu. Tais iniciativas de um modo geral vão ao encontro da parte narcisista do artista vivo ou da rentabilidade dos herdeiros. Há que dizer que a maioria destes museus tem a curto prazo problemas de sobrevivência. Nos casos do artista já notabilizado é sabido que a maioria das suas obras não lhe pertencem, foram vendidas, são propriedade de colecionadores ou de outros museus e o que resta para o museu são os restos os esboços, os desenhos, a

António Pinto Ribeiro

O New Museum na Bowery de Nova Iorque



correspondência, os arquivos e a colecção das obras dos amigos (eventualmente muito interessantes em termos documentais, tão só). É bem mais justo que caso o artista ou herdeiros se disponham a doar as suas obras à comunidade estas possam ser integradas em museus já existentes e em acervos cuidados e expostos com a dignidade e reconhecimento óbvios.

Uma das expressões hoje mais recorrentes para definir a excepcionalidade de um museu é a sua identidade: identidade comunitária, identidade de género, identidade de disciplina. Talvez fosse importante pensar que uma das funções de um museu é a da integração e nesse aspecto o excesso de identidade é paradoxal, porque acaba por ser um instrumento de exclusão. Um dos grandes desafios que se colocam hoje na criação de novos museus prende-se com o programa a conceber e o caderno de encargos definido pelo cliente.

Como deve ser fascinante para um arquitecto e uma equipa de museólogos poder conceber museus que têm por objectivo guardar, conservando não já só pintura ou escultura ou mesmo instalações, mas também todas as obras hoje produzidas em vídeo, cinema e também produzidas on line. Como guardar, como constituir acervos, como mostrar este tipo de objectos e de

documentos que não se condicionam a nenhum dos paradigmas museográficos comuns?

O universo da comunicação on line veio também introduzir novos problemas, não só na forma como habitualmente se guardava e conservava e se construíam narrativas, mas muito em particular no modo de comunicar com os públicos. É conhecido o esforço de

muitos museus em adaptarem a sua comunicação tradicional - leia-se, em papel, publicidade material, montagem e disposição das exposições no espaço físico - a esta nova era de comunicação. O on line, com toda a sofisticação possível conforme os recursos de cada museu, não impede, contudo, que os visitantes físicos estejam a diminuir proporcionalmente, e os visitantes on line cresçam a um ritmo vertiginoso nos museus com as plataformas virtuais mais sedutoras. Até agora este modo de comunicação tem servido para que o espectador se decida a ir ver a

exposição no museu. Há já quem afirme que muito em breve será o museu a organizar exposições cujo objectivo é preparar o acesso ao espectador on line. E, contudo, tal opção nada tem a ver com o embaratecimento dos museus. Os museus decididamente são caros; não o suficiente para lutarem contra a amnésia colectiva ou particular.

Há já quem afirme que muito em breve será o museu a organizar exposições cujo objectivo é preparar o acesso ao espectador on line