

V. MUSEUS DE EMPRESA: PRINCÍPIOS, PROBLEMAS E PERSPECTIVAS⁵

A bibliografia especializada aponta três funções fundamentais para as instituições museológicas, a saber: **função científica** (produção de conhecimento novo, a partir da análise de suas coleções, organização sistemática de seus acervos, tratamento curatorial dos objetos no que diz respeito à conservação, aplicação de modelos de comunicação para a implantação de projetos expositivos e pedagógicos, e a necessária avaliação desses processos); **função educativa** (canalização de suas atividades para fins de educação e ação sócio-cultural de uma comunidade específica ou do público em geral); e **função social** (a junção das funções anteriormente mencionadas).

O desempenho e aprimoramento dessas três funções resguardam para os museus um papel particular nos dias de hoje, mas, na verdade, espera-se um pouco mais dessas instituições.

Ao lado de seu evidente compromisso com a preservação, o museu deve ser pensado e realizado como um canal de comunicação, capaz de transformar o objeto testemunho em objeto diálogo, permitindo a comunicação do que é preservado. Às antigas responsabilidades de coletar, estudar, guardar o patrimônio, outras exigências foram impostas. A preservação da herança cultural passou a exigir outros mecanismos de transmissão, na tentativa de interagir com uma sociedade que convive com o objeto descartável, com o desequilíbrio ecológico e com inúmeros estímulos visuais muito potentes.

O Brasil recebeu todas essas influências e nossos museus, com bastante dificuldade, enfrentam esses desafios. Temos, com certeza, museus em tempos diferentes, conhecemos as múltiplas faces

⁵ Este ensaio corresponde à palestra proferida no Museu do BANESPA (Banco do Estado de São Paulo), por ocasião do Dia Internacional de Museus, São Paulo (Brasil), 1995.

que essas instituições podem apresentar e identificamos os problemas que atrelam muitos de nossos museus à visão elitista e retrógrada.

Reconhecemos, também, que este modelo de trabalho preservacionista chegou até nós através do processo de colonização.

Penso, entretanto, que após algumas décadas de trabalho museológico e o próprio amadurecimento político enfrentado pela população, é possível vislumbrar uma luz no fundo do túnel.

Considero que, pelo menos entre os profissionais desta área, existe uma certa consciência comum em relação à potencialidade sócio-educativa dos museus, como também a noção de que a grande força cultural da realidade brasileira está na compreensão de que a nossa identidade é justamente o reconhecimento da diversidade.

Neste sentido, os museus de empresa são desafiadores, pois representam um caminho alternativo para a preservação patrimonial em um país que, historicamente, delegou ao Estado e, sobretudo, aos setores culturais esta tarefa. Estes museus têm crescido de maneira surpreendente nos últimos anos. Os poucos catálogos que temos no Brasil apontam esta evidência.

Embora não exista, ainda, um estudo sistemático sobre essa questão museológica, não é difícil constatar que os museus de empresa são muitos e vêm se desenvolvendo a partir dos mais diferentes modelos de musealização. Desde pequenas salas comemorativas dentro de empresas, até centros culturais, sabemos que as experiências são muitas. Alguns privilegiam a preservação dos indicadores de sua própria memória, outros marcam sua atuação incentivando a produção cultural contemporânea. Muitos cultuam personagens de destaque no mundo empresarial, outros cultuam máquinas e equipamentos responsáveis pelo progresso.

Com este perfil multifacetado, o que une estas instituições é a idéia de museu e, portanto, as questões básicas que são reafirmadas e sistematizadas pela museologia, também são as questões fundamentais para estes Museus ou seja: os compromissos com a implementação de processos de salvaguarda e comunicação, isto é: desenvolver atividades de coleta, estudo, documentação, conservação, exposição e educação.

Em geral, estes museus estão inseridos em grandes estruturas administrativas, localizados em edifícios nobres e com certa disponibilidade de funcionários e equipamentos. Via de regra, suas condições de trabalho apresentam um melhor perfil, se compararmos com as instituições museológicas vinculadas às secretarias de cultura, universidades e mesmo com as particulares.

Fica evidente, também, que o ritmo empresarial de trabalho traz benefícios para a eficiência destes processos museológicos.

Podemos afirmar que dentro desses museus, impregnados pelo universo empresarial, cria-se um mundo particular que a Museologia deveria estar mais atenta?

Esta pergunta assume uma importância maior se prestarmos a atenção para o fato de que esses museus têm uma vocação, muito própria, para a preservação da memória sobre o trabalho. Com raras exceções, eles concentram suas atividades sobre a idéia do trabalho, privilegiando e cultuando o trabalho individual de uma pessoa específica, ou valorizando, às vezes, até de forma corporativa, certos segmentos profissionais ou alguns domínios tecnológicos.

São instituições fundamentais na construção da memória sobre o trabalho. Seria arriscado afirmar que estas referências patrimoniais não estão nas coleções de outros museus?

Constata-se, também, que os museus de empresa têm uma empatia muito forte com seu universo imediato de público, constituído pelos próprios funcionários, pelos aposentados e pelas respectivas famílias. Será que este é o seu universo de público, para quem ele deve se comunicar, ou, ao contrário, é sobre estas pessoas que ele deve falar. Qual é seu real objeto ou foco de musealização?

Pois, não é raro encontrar museus de empresa que não têm interesse em preservar a sua própria memória, mas sim trabalhar com a musealização de coleções de artes plásticas que só estão sob sua guarda em função do característico poder financeiro das mesmas empresas.

Poderíamos destacar muitos outros aspectos, como a ênfase para os museus de Banco; o destaque em muitas exposições desses museus para os equipamentos de trabalho; os novos caminhos

trilhados por algumas destas empresas, que ao diversificarem sua atuação estão, na verdade, abandonando a idéia de museu; o número revelador de coleções de artes plásticas; a mistura de atividades de biblioteca, arquivo e museu, entre tantos outros aspectos que aproximam os museus de empresa entre si, os distinguem das outras e evidenciam seus problemas.

É evidente que esses museus têm problemas, pois todas essas instituições carregam questões vinculadas a preconceitos, às dificuldades de trabalhar com a preservação em um país que valoriza o novo, mas, em nenhum destes aspectos, eles deixam a dever aos museus mantidos por universidades ou secretarias de cultura.

Ao contrário, os museus de empresa chamam a atenção para três perguntas fundamentais, de todos aqueles que se interessam pelo universo museal:

1. O que significa o crescente número de museus de empresa? Por que as empresas estão preservando a sua própria memória? Que tipo de relação existe entre esses museus e outros processos de preservação patrimonial?
2. Por que nas estruturas empresariais alguns desses Museus estão nas divisões ou departamentos de patrimônio e/ou documentação, quando em outras eles estão abrigados nas áreas de divulgação e marketing? O que realmente essas empresas pretendem com esses museus?
3. Fala-se muito, nos dias de hoje, que o futuro para qualquer tipo de museu está na conquista do equilíbrio entre os processos de preservação patrimonial e desenvolvimento social. Não seriam os museus de empresa privilegiados neste sentido, uma vez que, pragmaticamente, trabalham com esta problemática?

Com isso, quero afirmar que as empresas, há muito tempo, vêm partilhando a responsabilidade pela defesa, preservação e ampliação do nosso acervo cultural, resta perguntar por que e para quem?