

Fronteras reales y imaginarias en los Museos

Publicado *Museus: del templo al Laboratorio* Sílex Ediciones coord. Juan Carlos Rico, Madrid 2011

Mário Moutinho y Judite Primo¹

Hay dominios en que el Museo se mantiene obstinadamente insensible a los cambios de la sociedad y por eso mismo se aprofunda el foso que separa una parte considerable de la museología de la sociedad envolvente. Son museos llenos de fronteras, algunas reales pero otras también imaginarias, fruto de recelos y de la incompreensión que el lugar de los museos en la sociedad se altera, al mismo ritmo que la propia sociedad.

Aunque los museos sean efectivamente instituciones prestadoras de servicios, no existe en los museos una cultura de servicios y mucho menos los recursos humanos actúan plenamente como instituciones de servicios. Nó que los conceptos y prácticas de nuevas formas de gestión de planeamiento, del marketing, de la utilización de las NTIC (Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación) no estén actualmente en el centro de las atenciones en un número creciente de museos. La cuestión es que estos recursos son colocados esencialmente al servicio de la concepción que los museos sirven sobretodo para exhibir sus colecciones.

La cuestión esencial que se coloca a los museos es la de saber si los museos son apenas eso, o si no tienen un espacio más amplio de actuación, produciendo nuevos servicios y utilizando los recursos actuales, nó para los servicios tradicionales, pero sí para aquellos que todavía faltan descubrir. Se trata de poner la Innovación, no apenas al servicio de las actividades tradicionales, pero también al servicio de nuevos conceptos que de forma creciente se vienen delineando en las últimas décadas.

¹ Mário Moutinho

Graduado en Arquitectura/Urbanismo - École Nationale Supérieure des Beaux Arts de Paris (1972) y Doctorado en Antropología Cultural – Université de Paris VII Jussieu (1978). Actualmente es Decano de la Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Actúa en los temas de la Museología Social y del Urbanismo y Ordenamiento del Território. Membro fundador y dirigente del Movimiento Internacional para una Nueva Museología MINOM-ICOM.

Judite Primo

Graduada em Museologia –Universidade Federal da Bahia, Doctorada en Educación y patrimonio – Universidade Portucalense de Porto (2004) Actualmente es coordinadora científica del Máster y del Doctorado en Museologia de la Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Actúa en los temas de la Sociomuseologia y políticas culturales. Dirigente del Movimiento Internacional para una Nueva Museologia MINOM-ICOM. Directora de la Revista *Cadernos de Sociomuseologia*. Universidade Lusófona

Del museo integral, imaginado en la Declaración de Santiago de Chile de 1972, al museo que renueva sus exposiciones todos los días, existe cada vez más espacio de intervención en el cual debemos entrar, en la condición de poderemos pasar nuestras barreras mentales y las de los que nos rodean.

Podemos identificar fácilmente algunos dominios donde esas fronteras persisten con más o menos consistencia.

- 1 - El discurso museológico se mantiene dependiente de las colecciones
- 2 - El discurso museológico no reconoce un nuevo nivel de autonomía del público
- 3 - El tiempo dentro del museo es casi siempre entendido como tiempo pasado y se mantiene desfasado del cotidiano
- 4 - No hace parte de su propia imagen de Museo la idea de renovación permanente

1- El discurso museológico se mantiene dependiente de las colecciones

Sobre este primero punto *El discurso museológico se mantiene dependiente de las colecciones*, pensamos que eso tiene que ver, en particular con la misma origen de cada museo, que tiene siempre por base una colección.

Apenas los museos de divulgación científica se colocan en otra situación, en la medida en que procuran exponer y explicar, procesos y leyes, del dominio de distintas ciencias (por lo general las llamadas ciencias exactas). Por eso sus recursos expositivos son sobretodo fabricados, hecho que, paradójicamente, no parece molestar los sectores del pensamiento museológico que se reconoce en las funciones tradicionales de los museos y en la idea de rareza y de obra maestra.

Michel Thevoz expresó de manera muy particular y fuerte, una idea de exposición que subscribimos totalmente y que por así decir, nos sirve de base a nuestra reflexión.

“Exponer es, o debería ser trabajar contra la ignorancia, especialmente contra la forma más refractaria de la ignorancia: la idea preconcebida, el estereotipo cultural. Exponer es tomar y calcular el riesgo de desorientar – en el sentido etimológico: (perder la orientación), perturbar la armonía, lo evidente, y el consenso, constitutivo del lugar común (del banal). Pero también es cierto que una exposición que procurara deliberadamente escandalizar traría, por una perversión inversa el mismo resultado obscurantista que la lujuria pseudo –

cultural....entre la demagogia y la provocación se trata de encontrar el itinerario sutil de la comunicación visual” (1).²

Entonces podemos admitir que la función de un museo se renueva, si este se reconoce como un lugar de comunicación, no encadenado a colecciones que en última instancia determinan en general, su propia programación. Sin embargo, si la museología como medio de Comunicación es cada vez más reconocida como una realidad de la que no se puede escapar, tenemos que admitir que la museología no es apenas lo que ocurre en los Museos.

Por lo contrario, la museología como medio de comunicación deberá ser cada vez más entendida como un recurso exterior al Museo. Y si así es, tendremos que considerar la distinción entre la museografía, como todo lo que se relaciona con el Museo, de la expografía entendida como una escritura, y como siendo un medio de comunicación.

Por su parte, la expografía intentará cada vez más romper el cordón umbilical con la institución museo, para pasar a ser un recurso de comunicación de uso corriente, completamente democratizado y incluida en los programas académicos al mismo nivel que la alfabetización, la informática o la educación sexual.

Podemos hacer un paralelo: si la escritura no es apenas un recurso al servicio de los editores de texto, pero sí una forma de expresión cada vez más accesible y democratizada, la expografía tampoco es apenas un recurso que solo tiene sentido al servicio de los Museos.

2 – El discurso museológico no reconoce un nuevo nivel de autonomía del público

Hablemos por ejemplo del nivel de autonomía de cada visitante, que hoy caracteriza nuestra sociedad y que lleva a que los individuos cada vez más no se sometan tan fácilmente a discursos autoritarios y estandarizados. Se trata de un segundo elemento que no cambió en los museos y que resumimos como el rechazo de los museos en reconocer un nuevo nivel de autonomía en la adquisición de informaciones por parte de los visitantes.

Hoy día cualquier adolescente en los países desarrollados y en cierta medida en otros países también, domina totalmente procesos de adquisición

² (1) Michel Thévoz, *Esthétique et/ou anesthésie museographique*, Objects Prétextes, Objects Manipulées, Neufchatel, 1984, p.167

de información mil veces más amplios y complejos que la generación de sus padres. Estamos hablando de la Web y de todos los recursos que ahí existen. Porque razón alguien se contentará con la en general pobre información disponible en el Museo, cuando tiene a su alcance un mundo de conocimiento? Y sin embargo, los museos se obstinan a transportar para los displays sencillos o cubriendo paredes enteras, exactamente los mismos contenidos que anteriormente eran presentados en paneles penosamente contruídos trozo a trozo o, más modernamente, directamente impresos en lienzos que después se fijaban en los mismos paneles. Reducir o nó utilizar los recursos tecnológicos actuales para servir nuevos desafíos de la museología parece cada vez más una falta de atención para con un mundo en cambio.

Totalmente conectada con esta cuestión está la comprensión del museo prestador de servicios del cual destacaremos como ejemplo dos características.

En primer lugar la idea de inseparabilidad que és por cierto una de las características más evidentes de los Servicios y que reconoce que el momento de la producción y del consumo de cada servicio son simultáneos. En el caso de los museos hablamos, naturalmente, de la Exposición sea temporal o permanente.

En verdad, cada museo tiene un tiempo limitado para confirmar junto de cada visitante que la opción de la visita ha sido correcta y que corresponde a las expectativas, que en realidad son tan altas cuanto los recursos aplicados en su publicidad. Además de que, por medio de distintos mecanismos (subvenciones, programas especiales, precios diferenciados, billetes a coste cero) esta relación puede ser de alguna manera burlada). El coste cero para el utilizador del servicio puede efectivamente reducir su grado de exigencia, pero en última análisis el desencanto és una penalización que ninguno visitante desea y en el que se supone un rechazo nó solo de la institución, pero también de todas las instituciones semejantes. Sin embargo, esta cuestión del tiempo disponible para corresponder a las expectativas del visitante nó parece ser una preocupación de la mayoría de las administraciones, quizás por el hecho de cada museo abrir regularmente cada dia à la misma hora, a lo largo de los años. Será posible repetir la visita pero eso nó anulará una experiencia fallada, como también és razonable pensar que la repetición nada trará de nuevo que pueda alterar la primera sensación.

En los museos tradicionales, que se basan en la presentación y fruición de las colecciones apoyadas en la existencia de recursos materiales como

escaparates o nuevos soportes de comunicación (video, sonido, ambientes de inmersión, etc..) para las cuales se concebieron espacios seguros y climatizados por medio de recursos materiales y de equipamientos propios, el visitante no puede llevar consigo la exposición, por lo que la debe consumir durante la visita.

Todo lo que el visitante puede hacer es vivir la experiencia, registrar algunos de sus detalles en distintos soportes o recoger elementos tangibles como sean folletos, catálogos o semejantes disponibles en las tiendas de los museos, elementos esos que son fundamentales para percibir y credibilizar el Museo o la exposición.

La colocación de la exposición o del museo en la Web tiene por ahora, el mismo valor que la consulta del catálogo. Visita virtual o lectura no sustituyen la experiencia de la descubierta y fruición de la exposición por cada visitante. De hecho ningún museo tiene en consideración el factor tiempo como una limitación a la comprensión del proyecto expográfico y nada en la exposición será determinado por esa condicionante.

Un otro concepto que caracteriza los Servicios es el de la variabilidad: significa que un servicio debe adaptarse al consumidor por forma a poder responder a las necesidades de cada individuo. Se trata de hablar de atención personalizada por oposición a la idea corriente de exposición tamaño único que debe ignorar las diferencias.

Se puede asumir que las exposiciones presentadas por los museos viven esencialmente en la busca continua del mayor denominador común. A pesar de reconocer progresivamente la necesidad de crear exposiciones para determinado público con algún nivel de personalización (subtítulos en diferentes idiomas, accesibilidades o la utilización de audio guías que permiten un abanico alargado de opciones) la prestación museal no busca una personalización determinada por las necesidades del visitante único. Tal idea es en verdad escandalosa para la comunidad museal tanto más que el paradigma del éxito de una exposición es exactamente su capacidad de movilizar en el menor espacio de tiempo el mayor número de visitantes. Pensar que es importante atender a las necesidades del visitante único, por si solo obligaría a alterar no solo los fundamentos de cada exposición así como repensar los espacios arquitectónicos (incluyendo los nuevos conceptos de ambiente inteligentes, de paredes interactivas y todos aquellos que resultan destos), los tipos de narrativas y los recursos tecnológicos de cada exposición teniendo en vista de forma sobrepuesta el tiempo útil de consumo o fruición.

3 – El tiempo dentro del museo és casi siempre entendido como tiempo pasado y se mantiene desfasado del cotidiano

La expografía dejando de estar encadenada al servicio de las colecciones podrá ser un recurso para desarrollar y presentar ideas dentro y fuera del Museo.

Pero para los Museos esto tiene consecuencias importantes y de difícil aceptación. Reconocemos en el pasado que las colecciones de los museos tradicionales se componen por objetos y que a las colecciones de los Museos que buscan nuevos rumbos, son los problemas de las comunidades que les dan vida.

Y si así és, la expografía hasta ahora orientada para los objetos museológicos, deberá por lo menos teóricamente, asumir formas distintas, porque pasa a trabajar con los problemas de las comunidades.

Esta constatación conlleva por su vez el reconocimiento de que las reglas de la expografía de objetos seguramente no coinciden con la expografía de ideas.

Porque exactamente esas ideas son la base del proceso comunicacional deberemos reconocer un lugar próprio a la memoria de quien habla, de quien escucha y de quien dialoga.

Nó se expone la memoria de las cosas pero se construye un proceso de comunicación del cual hace parte integrante la memoria de los actores.

Del objeto de colección podemos entonces pasar progresivamente para la potencialidad comunicativa de la forma. Y esto és todavia más cierto si pensarnos con Pierre Francastel en una epistemología de creación imaginária. *“Lejos de ser un registro mecánico de elementos sensorios, la visión prueba ser una aprehensión verdaderamente creadora de la realidad – imaginativa, inventiva, perspicaz y bella... Toda la percepción és también intuición, toda la observación és también invención. La forma de un objeto que vemos, no depende solamente de su proyección retiniana en un dado momento. Estrictamente hablando, la imagen és determinada por la totalidad de las experiencias visuales que tuvimos con aquel objeto o con aquel tipo de objeto durante toda nuestra vida”*.³

³ citado en Rudolph Arnheim, *Arte e Percepção Visual*, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1994, int,e p.40.

Al liberar el Museo de las colecciones y enunciar los datos de una expografía no basada en objetos heredados pero contruídos, estamos a pervertir la función más tradicional del Museo y por así decir, quebrando las expectativas que el público también más tradicional puede tener del Museo.

Pero será que ese público más tradicional del museo todavía existe o será apenas una categoría, una especie de frontera que solo existe en la mente de los directores de museos? És cada vez más difícil aceptar que el nivel de exigencia de cada persona (mismo que sea alienado) és progresivamente mayor en los distintos aspectos de su cotidiano, pero que ese nivel quedaria estagnado en lo que concerne a las expectativas que tiene o puede tener sobre el lugar de los museos en la sociedad contemporánea.

4 – No hace parte de su propia imagen de Museo la idea de renovación permanente

És un hecho que los museos tal como los conocemos nó tienen capacidad para renovarse todos los días, ya que son condicionados por vários factores. Sobretudo si esa renovación és en lo esencial concebida con base en las condiciones de producción actuales orientadas para la exhibición de objetos heredados.

Faltará entonces tener en consideración que más tarde o temprano los museos tendran que dejar esa obsesión por el pasado, para pasar a comunicar por medio de objetos que expresan ideas, utilizan plenamente los nuevos recursos de Tecnología y reconocen la existencia de un público que no necesita de guías ni de subtítulos.

Rechazamos facilmente un periódico que repita cada día las noticias del día anterior. Pero aceptamos sin cuestionar que un museo mantenga la misma exposición durante meses o años.

Museo en que cada día sus exposiciones puedan cambiar de acuerdo con la vida de cada día y dónde cada uno, lea otro periódico o vea otra televisión, que por cierto tomó en consideración la memoria, pero también la mirada de curiosidad y del deseo de aprender, hacia el pasado pero también hacia el presente.

Museo en que cada día sus exposiciones puedan cambiar de acuerdo con la vida de cada día y dónde cada uno, lea otro periódico o vea otra

televisión, que tomó en consideración la memoria con la cual condiciona su percepción del mundo.

Para rebasar las fronteras reales y imaginarias en los Museos se tiene que tener en consideración: El reconocimiento que las cuestiones de desarrollo social y de Cultura son cada vez más elementos de una responsabilidad Social donde se basa la intervención museal.

El reconocimiento que todas las sociedades están en permanente cambio por lo que la actuación de los museos deberá asentar en ese propio cambio.

El reconocimiento que los recursos humanos implicados en las variadas y ampliadas funciones de los museos carecen cada vez más de formación aprofundada que rebasa las tradicionales formaciones técnicas que se agotan en las actuaciones de los museos centrados exclusivamente en sus colecciones.

El reconocimiento que los museos son cada vez más instituciones entendidas como entidades prestadoras de servicios, por lo que necesitan en creciente de envolver los conocimientos de las áreas de gestión, de la innovación, del marketing, del design y de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en general.

En cierta medida, hablamos de la necesidad de los museos pasaren fronteras que han sido construidas (y en las cuales se acostumbraron a vivir) en contextos sociales bien distintos de aquellos en que vivimos.

Los contornos, los conceptos y las prácticas de los Museos han pasado por transformaciones profundas que tienen colocado los Museos en Europa y el Mundo en el centro de la vida económica cultural y social.

El trabajo teórico y metodológico que permite comprender estas transformaciones es pues la tarea principal de todos aquellos que ven en la Museología un recurso esencial de intervención en el mundo en que vivimos.

Si el Museo reconoce y es fruto de la Comunidad, que le da vida, tendrá forzosamente que admitir la alteración del lugar de cada uno en este proceso y encontrar nuevos rumbos de comunicación que tengan en consideración los que producen y consumen el discurso museológico

Os museus Portugueses perante a Sociomuseologia

Mário Moutinho ⁴

Os Museus constituem atualmente, na maioria dos países, uma parte da atividade cultural onde se desenvolvem os desafios cada vez mais centrais das problemáticas da identidade, do lazer, da educação e da inclusão socioeconómica.

Em Portugal o fim do século XX foi certamente o período em que o pensamento museológico, a par do forte aumento do número dos museus, mais cresceu. Trata-se de iniciativas essencialmente de âmbito local com origem no associativismo e nas políticas culturais e turísticas dos municípios. Estas iniciativas correspondem a um complexo conjunto de motivações, de abordagens e de diversas formas de entender as questões patrimoniais tanto ao nível da patrimonialização como da musealização. É pois legítimo encontrar um panorama multifacetado desta museologia, a qual se apoia atualmente, por um lado no enquadramento das políticas públicas para a cultura, tanto de âmbito nacional como europeu, (POC, Programas LEADER, INTERREG etc.) e por outro lado numa crescente atenção que as universidades portuguesas têm dado à questão da qualificação dos recursos humanos. São várias as Universidade, subsidiadas e autofinanciadas, que oferecem cursos de pós graduação, de Mestrado e mais recentemente de Doutoramento em Museologia. Seguindo conceitos métodos e objetivos diversos, mas que no seu todo oferecem um vasto leque de escolha entre a museologia tradicional voltada para as coleções e a museologia mais envolvida com as questões da inclusão social e do desenvolvimento. Isoladas estão as pessoas que ainda não assumiram que a qualidade de desempenho de uma instituição, depende da qualificação do seu Capital Humano e, conseqüentemente, da qualidade da sua formação teórica e prática.

No último quartel do século XX as práticas museológicas e os conceitos que lhes estão ligados sofreram alterações profundas. Este processo procurou adaptar as instituições museológicas às mutações da própria sociedade sempre no sentido de levar os museus a participarem ativamente em favor das sociedades que lhes davam e dão vida. As práticas

⁴ Este texto utiliza largamente os seguintes documentos da nossa autoria:

-Museologia: Novos Enfoques / Novos Desafios, **Revista Ciências em Museus**, nº 4, **Actas do Simpósio Internacional "O Processo de Comunicação nos Museus de Arqueologia e Etnologia"**, Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo, 1995, São Paulo.

-A Museologia Informal, **Boletim da Associação Portuguesa de Museologia**, nº 3, APOM, 1996, Lisboa.

-Theory and Practice of Social Museology, **Stoneterior**, nº46, 1997, Toquio.

-Notas para apresentação do tema Museologia e Desenvolvimento, **"Understanding Culture in Sustainable Development: Investing in Cultural and Natural Endowments"**. World Bank, Washington, 1998.

-Fronteiras reais e imaginárias nos Museus, in **Museos: del templo al laboratorio**, Coord. Juan Carlos Rico Ediciones SILEX, Madrid, 2010, (no prlo)

correntemente inscritas na ideia de Nova Museologia ao longo dos anos foram incorporando novas abordagens e novos conceitos que atualmente dão corpo à Sociomuseologia, na qual se busca uma visão mais abrangente destes processos.

Isto não significa que todos os museus tenham sido sempre sensíveis aos contextos de mudança, pelo que hoje encontramos museus que se autoexcluíram dos processos de participação e na verdade vegetam lamentavelmente sem que neles se vislumbre o exercício de qualquer utilidade para com o resto da sociedade.

São museus alheios ao desenvolvimento, sorvedouros de recursos financeiros, fechados sobre as suas coleções que na maior parte dos casos se deterioram ao ritmo dos anos.

Por isso, esses museus, reduzem geralmente a sua atividade à manutenção de uma exposição permanente sem ideias, sem rumo, de puro “exibicionismo” como diria Hugues de Varine e que por isso mesmo, envelhecem ainda mais rapidamente.

Já descrevemos⁵ uma possível categorização dos museus tendo em conta os seus compromissos, ou seja de fato aquilo a que estão efetivamente vinculados no seu dia a dia.

Assim temos os museus compromissados consigo próprios que a penas buscam a sobrevivência institucional, assegurando a abertura regular das portas nos horários fixados pelas tutelas. São museus que não dão problemas nem para essas mesmas tutelas nem para os seus diretores ou diretoras para quem as iniciativas devem ser permanentemente adiadas. Eventualmente um chamado serviço educativo que mostra a exposição, assegura a quase totalidade dos visitantes. Outro tipo de museus agrupa as instituições que têm por finalidade servir o poder, no ato da inauguração, nas visitas presidenciais e na justificação da existência de preocupações culturais a nível autárquico ou da administração local. “São Museus que transmitem condicionamentos culturais e políticos muitas vezes na perfeita harmonia com serviços pedagógicos bem montados, onde as teorias da aprendizagem formal e informal são sempre atualizadas. Mas também são museus onde mais que a memória se guiam pelo esquecimento. *Nunca se saberia visitando a maioria dos museus Americanos que o homem negro existe na América* (John Kinard, Director do Museu de Anacostia.)”⁶.

Uma terceira categoria refere-se aos museus compromissados com a indústria cultural, onde para desespero dos conservadores que fazem parte dos quadros e gerem minguados orçamentos, tomam o poder de um dia

⁵ Cf. Mário Moutinho., Os compromissos dos museus com a sociedade, MUSA, Museus, Arqueologia & outros Patrimónios; Fórum Intermuseus do Distrito de Setúbal nº 1, 2005

⁶ Iden

para o outro, por períodos mais ou menos longos, os chamados “comissários” que vêm gerir a aplicação de elevadas verbas, provenientes de grandes empresas carentes de valorização pública cultural, ou diretamente de Comissões criadas pela administração central para comemorar aniversários, centenários, ilustrar reuniões internacionais. É a museologia ao sabor da criatividade de “Empresas Culturais” atualmente assentes na utilização de novas tecnologias de informação e comunicação onde se fica na dúvida se são os recursos tecnológicos a alma da exposição ou mesmo se para lá disso a exposição tem alguma alma.

Existem também os museus clandestinos, compromissados com os seus públicos onde tudo o que se faz de inovador se faz para lá das horas de serviço, onde cada exposição é uma vitória sobre a ignorância na tentativa de passar uma mensagem, ou uma ideia. São museus que vingam à revelia das administrações ou das tutelas. Ou são mesmo museus onde as administrações têm de atuar à revelia das tutelas, pondo cada dia em risco o seu emprego.

Enfim uma outra categoria de Museu bem mais complexa de definir onde se junta um envolvimento mais profundo com o mundo contemporâneo, com mais ou menos recursos, mas que procura aliar o seu quotidiano aos seus recursos humanos, protegido por administrações ou tutelas que fazem da partilha a sua regra de conduta, que estão atentos aos novos recursos tecnológicos procurando usar estes ao serviço das ideias. Estes museus (públicos e privados) que na verdade buscam o seu caminho todos os dias existem um pouco por todo o país mas são certamente uma minoria. Ou de outra forma, são museus que vivem procurando os compromissos necessários à sua existência centrando-se sobre o essencial ao mesmo tempo que relativizam o que é marginal.

Pensando mais propriamente nos Museus Locais (bem mais de um milhar), Fernando João Moreira destacou quatro situações relacionadas com os objetivos que os fundamentam e, claro está, com as práticas que daí derivam:

“O museu politicamente correto

O museu local que, dotado de alguns meios técnicos e financeiros procura salvaguardar o património local e assumir um papel de interventor ativo na promoção das bases culturais e identitárias existentes na sua área de influência, ou seja, um museu cuja atuação se cinge ao domínio cultural (...) e em cujas atividades a linguagem expositiva ocupa um papel central – o museu politicamente correto e de sucesso, o orgulho do Presidente da Câmara Municipal e o paraíso do conservador museólogo pós-moderno (o museu tradicional de nova geração em meio rural ou de sede de concelho);

O museu incompreendido ou o museu primeiros socorros

O museu local que se assume como prestador de serviços, um museu concebido para ser utilizado pelas populações consoante as suas necessidades pessoais ou coletivas, ou seja, um museu com objetivos nobres mas que, pelo seu caráter de “faz tudo”, dificilmente é tomado a sério pela comunidade e pelas instituições regulatórias – o museu incompreendido ou o museu primeiros socorros;

O museu promotor

O museu local que tem como objetivo fundamental da sua atuação a promoção do desenvolvimento local, um museu aberto a toda a participação popular e com campos de atuação variados centrados em duas dimensões principais, a interna (promoção do desenvolvimento imaterial das populações – reforço das identidades, inclusão de setores específicos da população, preservação da memória, numa palavra, a dimensão de guarda das especificidades e da manutenção das diferenças locais) e a externa (promoção do desenvolvimento material - reforço da visibilidade local no exterior, reforço da atratividade turística, agente de animação, agente da valorização dos produtos artesanais locais através da promoção da inovação na tradição, ..., numa palavra, a dimensão de agente despoletador de fatores de equidade territorial relativamente a outros espaços). Trata-se de um museu cuja diferença para o tipo anterior reside, sobretudo, na existência de parâmetros que balizam a sua ação (existência de grandes objetivos e de objetivos específicos materializados na existência de estratégias de atuação que culminam num programa de atuação – plano estratégico e operacional do museu, elaborado através da adoção de metodologias efetivamente participativas) e no facto de privilegiar as ações coletivas de base local em detrimento das ações com contornos ou objetivos mais individuais – o museu promotor”⁷.

Em ambas caracterizações (redutoras por natureza) podemos no entanto encontrar algumas das linhas de força que caracterizam a museologia e museus nos tempos que correm. Trata-se de assumir o direito à diferença, a crescente autonomia dos públicos e a existência de utilizadores diretos e indiretos, a crescente transformação dos ritmos da atividade museológica e a mais longínqua não menos incontornável compreensão dos museus como entidades prestadoras de serviços.

O direito à diferença

Deixou de existir um modelo único de Museu igual à ideia de coleção, de edifício e de público, para se assumir o museu com um lugar central dos conceitos de património (s) território e população.

⁷ Cf. Mário Moutinho., A qualidade em museus, nos museus em mudança. Cadernos de Sociomuseologia Nº 25 – 2006, ULHT, Lisboa, p. 66

Desenvolveram-se novos modelos de gestão não hierarquizados e assumiu-se o alargamento da noção de património, e a consequente redefinição de "objeto museológico",

Este processo de abandono de uma ideia única de Museu é determinado pela ambiguidade desta situação, que arrasta conflitos, difíceis em muitos casos de resolver.

Os conceitos de Sociomuseologia de forma mais abrangente e alguns dos conceitos ligados à nova museologia tais como Ecomuseologia e Economuseologia, expressam diferentes formas dos museus se posicionarem no mundo contemporâneo. Partiu-se da ideia de que o museu é "uma instituição permanente, sem finalidade lucrativa, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que realiza investigações que dizem respeito aos testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, adquire os mesmos, conserva-os, transmite-os e expõe-nos especialmente com intenções de estudo, da educação e de deleite". Os museus bem comportados do ICOM!

Mas para além desses Museus designados como tal passaram também a ser reconhecidas como museus as instituições ou organizações com fins não lucrativos que exercem atividades de investigação, educativas, de formação, de documentação e outras relacionadas com os Museu ou com a museologia (Estatutos do Conselho Internacional dos Museu 1995)

É cada vez mais frequente constatar que uma nova geração de Museus (mesmo aqueles que nada mudaram em relação aos pontos que referimos) se organizam e definem os seus programas de atividades e são perspectivados, como recurso para o desenvolvimento. Preocupam-se com os problemas do mundo em que vivem promovendo o emprego, fomentando novas formas de turismo, revitalizando e criando indústrias e reforçando identidades.

É certo que já nos estatutos do ICOM se fala que o museu é uma instituição ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, mas também é certo que os museus têm estado mais ao serviço de si próprios, das suas coleções e dos objetos que os seus donos lhes atribuíram, porque os museus têm donos sejam eles públicos ou privados.

Mas também é certo, que é cada vez mais frequente constatar que uma nova geração de Museus se organizam e definem os seus programas de atividades perspectivados, como recurso para o desenvolvimento. Preocupam-se com os problemas do mundo em que vivem promovendo o emprego, fomentando novas formas de turismo, revitalizando e criando indústrias e reforçando identidades. Cada dia mais os museus procuram diferentes formas de sustentabilidade e estão atentos à promoção do desenvolvimento humano e da coesão social e económica

A autonomia dos públicos

A museologia como meio de comunicação é cada vez mais entendida como um recurso exterior ao Museu. E se assim for, teremos de considerar a distinção entre a museografia, como tudo o que diz respeito ao Museu, da expografia entendida como uma escrita, de algum modo inovadora, como sendo esse meio de comunicação.

Podemos fazer um paralelo: se a escrita não é apenas um recurso ao serviço dos editores de texto, mas sim uma forma de expressão cada vez mais acessível e democratizada a expografia também não é apenas um recurso que só tem sentido ao serviço dos Museus

Se o Museu reconhece e é fruto das multifacetadas Redes, que lhe dá vida, terá forçosamente que admitir a alteração do lugar de cada um ocupa neste processo e encontrar novos rumos de comunicação que tenham em consideração os que produzem e consomem o discurso museológico são parte do mesmo processo.

Mas para os Museus isto trás consequências importantes e de difícil aceitação. A expografia deixando de estar acorrentada ao serviço das coleções passa a poder ser um recurso para desenvolver e apresentar ideias dentro e fora do Museu.

O grau de autonomia de cada pessoa, que hoje caracteriza a nossa sociedade leva os indivíduos cada vez mais, a não se submeterem tão facilmente a discursos autoritários e padronizados.

Primeiro, cada vez mais se exige uma informação (ou questionamento) sobre o quotidiano. O Museu é cada vez mais entendido pelo seu conteúdo, como através das preocupações do visitante. Reconhecer a existência de um público que não precisa de guias, nem legendas é apenas bom senso e obriga o Museu a elaborar discursos simultaneamente mais complexos e menos padronizados.

Hoje em dia qualquer adolescente domina plenamente processos de aquisição de informação mil vezes mais amplos e complexos que a geração dos seus pais. Estamos a falar da Web e de todos os recursos aí existentes. Por que razão alguém se contentará da geralmente pobre informação que o Museu disponibiliza quando tem ao seu alcance um mundo de conhecimento? Hoje em dia qualquer adolescente nos países desenvolvidos e em certa medida nos outros países, domina plenamente processos de aquisição de informação mil vezes mais amplos e complexos que a geração dos seus pais. Estamos a falar da Web e de todos os recursos aí existentes. Porque razão alguém se contentará da geralmente pobre informação que o Museu disponibiliza quando tem ao seu alcance um mundo de conhecimento? E no entanto os museus obstinam-se a transportar para os *displays* singulares ou cobrindo paredes inteiras, exatamente os mesmos conteúdos que anteriormente apresentação em painéis penosamente construídos pedaço a pedaço ou, mais modernamente, diretamente

impressos em telas que depois se afixavam aos mesmos painéis. Reduzir ou não procurar utilizar os recursos tecnológicos atuais para servir novos desafios da museologia, mas somente para modernizar narrativas esgotadas, parece cada vez mais uma falta de atenção para com o mundo em mudança.

Os ritmos museológicos

A ideia de exposição temporária é hoje um dado adquirido e nenhum museu que se pretenda moderno ousaria ignorar este facto. Por outro lado a montagem de exposições sobre problemas da atualidade, *museus da sociologia, da psicologia ou da globalização*, também são uma realidade e estruturam por si sós a programação museológica de pequenas e grandes instituições, ou de pequenos museus de comunidade e de redes onde as exposições são essencialmente o partilhado processo de apreensão da realidade e catalisadoras de vontades, aspirações e desejos de intervenção.

Faltará pois ter em consideração que mais tarde ou mais cedo os museus terão de deixar pelo menos em parte esta obsessão pelo passado, para passar a comunicar por meio de objetos que expressam ideias e reconhecer a existência de um público que não precisa de guias, nem legendas.

Museu em que cada dia as suas exposições possam mudar de acordo com a vida de cada dia e onde cada um, leia outro jornal ou veja outra televisão, que tomou em consideração a sua memória a qual condiciona a sua perceção do mundo.

Se o Museu reconhece e é fruto da Comunidade, que lhe dá vida, terá forçosamente que admitir a alteração do lugar de cada um neste processo e encontrar novos rumos de comunicação que tenham em consideração os que produzem e consomem o discurso museológico.

Em forma de conclusão

Quer se trate de museus tradicionais que preservam e exibem as suas coleções para múltiplos fins incluindo a educação o lazer, ou quer se trate de museus sustentados conceptualmente na Sociomuseologia e por isso envolvidos com os conceitos de desenvolvimento, território, participação e inclusão social, em ambos os casos podem ser entendidos como organizações prestadoras de serviços, também configuradas com as expectativas dos seus públicos, utilizadores e beneficiários indiretos.

Os contornos, os conceitos e as práticas dos Museus têm passado por transformações profundas que têm colocado os Museus na Europa e no Mundo no centro da vida económica cultural e social.

O trabalho teórico e metodológico que permite compreender estas transformações é pois a tarefa principal de todos aqueles que vêm na

Sociomuseologia um recurso essencial de intervenção no mundo em que vivemos.

Documento

Definição evolutiva de Sociomuseologia: Proposta para reflexão⁸

Mário Moutinho, Definição evolutiva de Sociomuseologia: Proposta para reflexão, in atas do XIII Atelier Internacional do MINOM, Lisboa-Setúbal, Lisboa, Setembro 2007.
<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/viewFile/510/413>

A Sociomuseologia traduz uma parte considerável do esforço de adequação das estruturas museológicas aos condicionalismos da sociedade contemporânea.

A abertura do museu ao meio e a sua relação orgânica com o contexto social que lhe dá vida, têm provocado a necessidade de elaborar e esclarecer relações, noções e conceitos que podem dar conta deste processo.

A Sociomuseologia constitui-se assim como uma área disciplinar de ensino, investigação e atuação que privilegia a articulação da museologia em particular com as áreas do conhecimento das Ciências Humanas, dos Estudos do Desenvolvimento, da Ciência de Serviços e do Planeamento do Território.

A abordagem multidisciplinar da Sociomuseologia visa consolidar o reconhecimento da museologia como recurso para o desenvolvimento sustentável da humanidade, assente na igualdade de oportunidades e na inclusão social e económica.

A Sociomuseologia assenta a sua intervenção social no património cultural e natural, tangível e intangível da humanidade.

O que caracteriza a Sociomuseologia não é propriamente a natureza dos seus pressupostos e dos seus objetivos, como acontece em outras áreas do conhecimento, mas a interdisciplinaridade com que apela a áreas do conhecimento perfeitamente consolidadas e as relaciona com a Museologia propriamente dita.

As preocupações fundamentais da Sociomuseologia há muito que se encontram descritas em numerosos documentos elaborados dentro e fora da Museologia.

A título de exemplo pode-se referir a Declaração de Santiago do Chile de 1972, a Declaração de Quebec (MINOM) 1984, a Convenção sobre a

⁸ Mário Moutinho, Definição evolutiva de Sociomuseologia: Proposta para reflexão, in atas do XIII Atelier Internacional do MINOM, Lisboa-Setúbal, Lisboa, Setembro 2007.
<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/viewFile/510/413>

proteção e promoção da diversidade das expressões culturais (UNESCO), 2005, a Convenção para a salvaguarda do património imaterial (UNESCO) 2003, Convenção do Património Mundial, A Proteção do Património Mundial Cultural e Natural, UNESCO – Paris, 1972, Em todos estes documentos aparece um traço de continuidade que indica claramente o alargamento das funções tradicionais da museologia e o papel que deverão assumir na sociedade contemporânea.

1- Entre essas preocupações deve ser referido o carácter global (planetário) dos problemas relacionados com a **valorização e proteção** do Património Cultural e Natural no quadro de uma visão nacional e internacional não só pela natureza dos problemas mas também pela necessidade de assentar políticas que ultrapassam os limites nacionais e afetam regiões ou em muitos casos dizem respeito ao próprio planeta no seu todo.

Este entendimento resulta em parte da necessidade de envolver recursos humanos, financeiros e legais científicos e técnicos que ultrapassam claramente a responsabilidade local ou nacional. (Convenção do Património Mundial, A Proteção do Património Mundial Cultural e Natural, UNESCO – Paris, 1972)

2- O reconhecimento que as **questões do desenvolvimento** também têm vindo a ser consideradas aos níveis local, nacional e internacional não só pela natureza das questões mas também pelo carácter alargado do princípio da sustentabilidade que obviamente não só ultrapassa as fronteiras como também exige soluções globalmente sustentáveis.

Neste contexto as soluções implicam abordagens multifacetadas e assentes no princípio da participação que não são específicas de um só grupo social mas que ao contrário assentam na participação e no compromisso individual e coletivo. Cultura e desenvolvimento são cada vez mais elementos de uma responsabilidade Social onde assenta a intervenção museal

3- Também é largamente reconhecido que todas as sociedades estão em permanente mudança pelo que a atuação dos museus deverá assentar nessa própria mudança sempre que procura deter um papel socialmente interveniente.

Que o museu é uma instituição a serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possui nele mesmo os elementos que lhe permitem participar na formação da consciência das comunidades que ele serve; que ele pode contribuir para o engajamento destas comunidades na ação, situando suas atividades em um quadro histórico que permita esclarecer os problemas atuais, isto é, ligando o passado ao presente, engajando-se nas mudanças de estrutura em curso e provocando outras mudanças no interior de suas respetivas realidades nacionais; (Mesa-Redonda de Santiago do Chile, ICOM, 1972)

4- Os museus são cada vez instituições entendidas como **entidades prestadoras de serviços**, pelo que necessitam crescentemente de envolver os conhecimentos das áreas da gestão da inovação, do marketing, do design e das novas tecnologias da informação e da comunicação. Estas áreas do conhecimento trazem para os museus fatores de melhoramento da qualidade da relação dos Museus com os seus públicos e/ou utilizadores para a qual se aplicam as ferramentas de avaliação da qualidade.

Estas abordagens essenciais mas efetuadas parcelarmente encontram agora numa nova área de conhecimento geralmente denominada por Ciência de Serviços, Gestão e Engenharia. (SSME). Esta área propõe-se reunir e articular de forma consistente os trabalhos em curso no domínio da informática, da engenharia industrial, da estratégia empresarial, das ciências de administração, das ciências sociais e cognitivas e das ciências jurídicas de modo a desenvolver as competências requeridas por uma economia orientada e assente cada vez mais na produção e uso de serviços. Esta área do conhecimento visa o entendimento transversal de outras áreas que por si só atingiram um desenvolvimento considerável, mas que raramente são objeto de entendimento articulado e dialético.

Mais do que uma função propriamente técnica que resulta do entendimento do museu com uma instituição ao serviço dos objetos museológicos os Museus são cada vez mais entendidos como instituições prestadoras de serviços e neste sentido devendo ser compreendidas como qualquer outra atividade de Serviços.

5- A atuação dos recursos humanos envolvidos nas diversas e ampliadas funções dos museus carecem cada vez mais de **formação aprofundada**

que ultrapassa as tradicionais formações técnicas que esgotam a atuação dos museus centrados exclusivamente sobre as suas coleções. As *Curricula Guidelines for Professional Development* actualmente em processo de revisão no seio do ICOM dão claramente conta multiplicidade dos campos de formação de modo a cobrir todas as áreas onde o Museu se afirma como áreas de trabalho. De forma resumida a Declaração do ICTOP de Lisboa 1994 já anunciava este novo processo de revisão da formação dos trabalhadores dos museus.

Os programas de formação museológica devem oferecer oportunidades de formação que visem o preenchimento das necessidades imediatas e das expectativas da comunidade museológica para a munir de uma programação pró-ativa em vez de uma instrução reativa; (...),

Os programas de formação museológica devem preparar formandos, a todos os níveis, para desempenharem mais elevados papéis de liderança, estimulando a investigação intelectual, a interação imaginativa, e soluções corajosas para aplicar a práticas e atividades museológicas, bem como transmitindo um senso de responsabilidade ética, profissional e social;

(Declaração de Lisboa, Resoluções da Comissão Internacional de Formação de Pessoal de Museus – Conferencia do ICTOP/Universidade Lusófona, 1994)

Esta proposta de definição da Sociomuseologia mais do que um puro exercício gramatical pretende na verdade chamar a atenção para toda uma vasta área de preocupações, métodos e objetivos que dão cada vez mais sentido a uma museologia cujos limites não cessam de crescer. A visão restritiva da museologia como técnica de trabalho orientada para as coleções, tem dado lugar a um novo entender e práticas museológicas orientadas para o desenvolvimento da humanidade.

E é exatamente para esta realidade, fruto da articulação de áreas do saber que cresceram por vezes fora da museologia mas que progressivamente se tornaram recursos incontornáveis para o desenvolvimento da própria Museologia, que a definição de Sociomuseologia se revela poder ser um contributo que ajuda a compreender processos e definir novos limites.

Assim entendido a Sociomuseologia assume-se como uma nova área disciplinar que resulta da articulação entre as demais áreas do saber que contribuem para o processo museológico contemporâneo. Entre o

paradigma do Museu ao serviço das coleções e o paradigma do Museu ao serviço da sociedade está o lugar da Sociomuseologia

The contribution of Ecomuseology and Sociomuseology for Social Harmony

The concept of ecomuseology is certainly based on the priority given to the ideas of participation, to the expansion of the notion of cultural heritage and territoriality.

The concept of ecomuseum, which was established in the 1970s, encompasses now a new typology of museums with different approaches, objectives and practices. After the first years of vigorous debate on the very meaning of Ecomuseology, ecomuseums are consensually recognized nowadays as a fundamental part of Museology. Time has shown that two models of ecomuseums can be identified. The first turns its activity towards development, it is organized in a participative manner and seeks to foster territorially based social cohesion. The second model also uses the same territorial and heritage resources, is organized in a less participate manner, but aims to present the cultural resources of a given territory to a public that is as wide as possible. In the two cases, their action has consequences in terms of social and economic development, and consequently they contribute to Social Harmony. It makes no sense, however, to seek clear-cut borders between these two models, since, considering that these are complex realities, they often complement each other and are determined by the time factor as well as by the historic and social contexts that condition each process. Moreover, the concept of ecomuseology has been absorbed in the broader stream of New Museology and more recently in the disciplinary field of Sociomuseology.

Referencing ecomuseums and all the other museums that draw on New Museology and Sociomuseology for their intervention is no easy task since the very concept of Social Harmony, which is grounded on dialogue, tolerance, coexistence and development based on pluralism, difference, competition and creativity, is somewhat ambiguous, as ambiguous as those of Social Cohesion or Globalization.

Therefore in the case of Ecomuseums, as in that of other museums, it is social change which ultimately determines the place each process takes in the field regarding Social Harmony and/or social cohesion. In all instances, the museological practice is not focused on the existence of collections of objects socially recognized as rare, but rather in the existence of another type of “collections”, made up of the identity heritage, by the paths and problems of each human being. In times of peace and of war, as well as of wealth and of poverty. And this Museology of the Social is certainly more complex, since working with people requires human and professional

competencies different from the competencies of those who work with objects. This complexity is clearly apparent in the lack of traditional/technical training in the Museums' professionals, giving rise to a new approach where Sociomuseology increasingly takes a central place.

It is in this complex reality that the approach of Sociomuseology (broader than that of Ecomuseology or of New Museology) conveys a considerable part of the effort to adjust the museological structures to the conditions of contemporary society.

Opening the museum to its environment as well as its organic relation with the social context which infuses it with life, have brought about the need to structure and clarify relations, notions and concepts to handle this process. Sociomuseology has been taking shape as a disciplinary field of teaching, research and acting which enhances the articulation of Museology in particular with such areas as Human and Political Sciences, Development and Zoning Studies and Social and Environmental Sustainability.

Today we find consistent ecomuseological practices not only in France and in Latin America, but also in those countries where they have developed since the 1970s, in Spain, Portugal, Mexico, Canada, USA and some African countries in the 1980s, in Italy, Japan and Vietnam in the 1990s and in China, focusing on issues of ethnic minorities since the early 21st century. This is growing processs which can be more or less explicitly recognized in the principles of New Museology and Sociomuseology. It can be recognized in a democratized museology where perhaps the main element is the right to be different, together with the rejection of authoritarian hierarchical models “symbolically” up to the 1972 Declaration of the Santiago Roundtable (ICOM-UNESCO).

At present several organizations gather in different regions thousands of ecomuseums such as Japan Ecomuseological Society, the Federation of Ecomuseums and Society Museums [Fédération écomusées et des musées de société], France, the Ecomuseum Association of Quebec [Association des Ecomusees du Quebec] (Canada), the Ecomuseum Net Lombardy [Rete Ecomusei Lombardia], Italy, the Brazilian Association of Ecomuseums and Community Museums [Associação Brasileira de Ecomuseus e Museus Comunitários], the National Union of Community Museums and Ecomuseums A.C. [Unión Nacional de Museos Comunitarios y Ecomuseos A.C.] (Mexico) and also the International Movement for a New Museology MINOM, an affiliated organization of ICOM. Many other Universities all over the world are increasingly taking on this new approach to the place and social function of Museums.

In this context, Ecomuseology, and more broadly Sociomuseology, represent today a considerable part of the way museums operate throughout the world encompassing rural and urban realities, both in richer countries and in those still striving for socio-economic development. They are surely

museums that work for dialogue, tolerance, coexistence and development based on pluralism, difference, competition and creativity.

Considerações pragmáticas sobre os Museus e a Museologia no início do sec XXI

Museums are currently a constructive element of cultural activity in every country; they hold a central place in identity, culture, leisure and education. They are at the heart of cultural public policies and the activity of companies which supply museums with equipments and software in the growing economy of the information and communication technologies

Museology and museums (within the context of the economy of cultural services of education and leisure) increasingly play a prominent role in the economy, in general, which today represents 60% to 70% of the GDP of the developed countries, as well as a growing role in most other countries.

De modo a perspetivar novos papeis e funções para os Museus no sec XXI é legitimo perguntar o que mudou nos museus e na Museologia?

O direito à diferença

Deixou de existir um modelo único de Museu igual à ideia de colecção, de edifício e de público, para se assumir o museu com um lugar central dos conceitos de património (s) território e população.. Desenvolveram-se novos modelos de gestão não hierarquizados e assumiu-se o alargamento da noção de património, e a consequente redefinição de "objecto museológico",

Este processo de abandono de uma ideia única de Museu é determinado pela ambiguidade desta situação, que arrasta conflitos, difíceis em muitos casos de resolver.

Os conceitos de Ecomuseologia, de Economuseologia, de Sociomuseologia expressam diferentes formas dos museus se posicionarem no mundo contemporâneo.

O museu como fim versus museu como recurso.

É certo que já nos estatutos do ICOM se fala que o museu é uma instituição ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, mas também é certo que os museus têm estado mais ao serviço de si próprios, das suas colecções e dos objetos que os seus donos (porque os museus têm donos - Publico ou privados) lhes atribuíram.

Mas também é certo, que é cada vez mais frequente constatar que uma nova geração de Museus se organizam e definem os seus programas de atividades perspetivados, como recurso para o desenvolvimento.

Preocupam-se com os problemas do mundo em que vivem promovendo o emprego, fomentando novas formas de turismo, revitalizando e criando indústrias e reforçando identidades. Cada dia mais os museus procuram diferentes formas de sustentabilidade, e estão atentos à promoção do desenvolvimento humano e da coesão social e económica

A Museologia como meio de Comunicação.

A museologia como meio de comunicação é cada vez mais entendida como um recurso exterior ao Museu. E se assim for, teremos de considerar a distinção entre a museografia, como tudo o que diz respeito ao Museu, da expografia entendida como uma escrita, de algum modo inovadora, como sendo esse meio de comunicação.

Podemos fazer um paralelo: se a escrita não é apenas um recurso ao serviço dos editores de texto, mas sim uma forma de expressão cada vez mais acessível e democratizada a expografia também não é apenas um recurso que só tem sentido ao serviço dos Museus

Se o Museu reconhece e é fruto da multifacetadas Redes, que lhe dá vida, terá forçosamente que admitir a alteração do lugar de cada um ocupa neste processo e encontrar novos rumos de comunicação que tenham em consideração os que produzem e consomem o discurso museológico são parte do mesmo processo.

Mas para os Museus isto trás consequências importantes e de difícil aceitação. A expografia deixando de estar acorrentada ao serviço das colecções passa a poder ser um recurso para desenvolver e apresentar ideias dentro e fora do Museu.

A autonomia dos públicos

O grau de autonomia de cada pessoa, que hoje caracteriza a nossa sociedade leva os indivíduos cada vez mais, a não se submeter tão facilmente a discursos autoritários e padronizados.

Primeiro, cada vez mais se exige uma informação (ou questionamento) sobre o quotidiano. O Museu é cada vez mais entendido pelo seu conteúdo como através das preocupações do visitante. Reconhecer a existência de um público que não precisa de guias, nem legendas é apenas bom senso e obriga o Museu a elaborar discursos simultaneamente mais complexos e menos padronizados.

Os ritmos museológicos

A ideia de exposição temporária é hoje um dado adquirido e nenhum museu que se pretenda moderno ousaria ignorar este facto. Por outro lado a montagem de exposições sobre problemas da actualidade, *museus da sociologia, da psicologia ou da globalização*, também são uma realidade e

estruturam por si sós a programação museológica de pequenas e grandes instituições, ou de pequenos museus de comunidade e de redes onde as exposições são essencialmente o partilhado processo de apreensão da realidade e catalisadoras de vontades, aspirações e desejos de intervenção.

Museu em que cada dia as suas exposições possam mudar de acordo com a vida de cada dia e onde cada um, leia outro jornal ou veja outra televisão, que tomou em consideração a sua memória a qual condiciona a sua percepção do mundo.

Museums as services providers institutions

Museums already involve knowledge from the areas of innovation, marketing, design and new information and communication technologies. These areas of knowledge endow museums with factors that aim to improve the quality of their relation with their publics and/or users, but museums lack an understanding of their social and economic condition as services providers.

Whether they are traditional museums, which preserve and exhibit their collections for multiple purposes, including those of education and leisure, or whether they are museums conceptually sustained on Sociomuseology and therefore anchored in such concepts as development, territory, participation and social inclusion, in both cases they can be understood as organizations that are expected to provide services, that live up to the expectations of their publics/users/consumers.

Os contornos, os conceitos e as práticas dos Museus têm passado por transformações profundas que têm colocado os Museus na Europa e no Mundo no centro da vida económica cultural e social.

O trabalho teórico e metodológico que permite compreender estas transformações são pois a tarefa principal de todos aqueles que vêm na Museologia um recurso essencial de intervenção no mundo em que vivemos.