

**MUSEU E TURISMO:
A COMPLEXA RELAÇÃO COM O TEMPO E A MEMÓRIA**

**MUSEUM AND TOURISM:
TIME AND MEMORY COMPLEX RELATIONSHIP**

Profa. Dra. Susana Gastal

Abstract

In this analysis it is used the Semiotic, specially, the text theory, in order to present the construction of meaning regarding to the Museum. Once, the Museum was the guardian of the social memory, nowadays it has become a space for cultural events and shopping, in a pejorative way. Going through the construction of meaning we indicate that the Museum and its social condition would be related firstly with time perception, then with memory. Time perceptions are different along the time, as well as in different societies. The post-modernity, a cultural moment marked by diversification of memories and cultural emphasis in the past, presents the Museum with changes in matters of collection and architecture.

Key words

Tourism; Posmodernity; Time; Memory; Museum.

1 Introdução

Na segunda metade do século XX, em especial em suas décadas finais, várias mudanças políticas, sociais e culturais mobilizaram a sociedade e instigaram os intelectuais atentos ao mundo a si circunvizinho, a colocar questões de grande pertinência. Muitas dessas questões, em geral polêmicas, têm sido abarcadas sob o rótulo de Posmodernidade.²⁴

A polêmica não é gratuita, pois o momento contemporâneo tem apresentado profundos desafios àqueles que procuram 86tivi-lo e 86tivida-lo. Se, como dito por Berman (2006), a Modernidade significou o avanço da técnica, levando a que tudo que é/fosse sólido se desmanchasse no ar, o aprofundamento da tecnologia nos momentos 86tividades86s levaria a que tal *desmanchar-se* atingisse dimensões talvez insuspeitas quando da escritura do seu livro, como, por exemplo, as desmaterializações associadas às percepções temporais. O tempo passa a ser visto como histórico e historicamente construído, permitindo, nesses termos, utilizar a Semiótica – e, mais especificamente, a Teoria do Texto – como metodologia que encaminhe a sua construção de sentido no momento atual.

O pensamento semiótico mais contemporâneo prefere ater-se não mais à noção de discurso, mas a discorrer sobre *textos*, para envolver outras formas de construções de sentidos, que não apenas as verbais, assim como aos contextos implícitos. Para Barthes(1987), o texto permite o deslize das categorias tradicionais para a da construção de sentido, o que encaminha não só a novas teorizações, mas também a novos objetos. Mais do que um *objeto*, para Barthes (1987, p. 56), o

²⁴ A polêmica envolve inclusive a denominação *Posmodernidade*, sobre a qual haveria restrições teóricas. Não fecho questão sobre ela, mas, a falta de termo melhor, utilizo-a. Sobre as questões desencadeadas no processo, ver Gastal (2006)

texto é um campo metodológico, aberto à contradição. No dizer de outro semiota, Umberto Eco (1999, p.15), o texto é um artifício, “objeto que a interpretação constrói na tentativa de validar-se como base naquilo que constitui”. Para atingir esse objetivo de construir o objeto texto, Eco (1999, p. 81) diz que há “um sistema de relações internas que atualiza certas ligações e narcotiza outras”, mas dentro de sua própria ontologia, que deve ser respeitada (*idem*, p. 170). Ao analisar diferentes realidades como *texto*, a Semiótica tem representado importante contribuição na leitura e análise das representações simbólicas do momento contemporâneo, às quais é possível afiliar o Turismo.

A presente análise, portanto, utilizará o olhar semiótico para acompanhar a construção textual em relação a figura do Museu que, de guardião da memória social, transformou-se em espaço de eventos ou *shopping cultural*, no dizer pejorativo de alguns. A posição defendida, entretanto, é a de que o Museu e seu papel social estariam intrinsecamente associados, em primeiro lugar, à percepção em relação ao tempo e, em segundo e como decorrência, à percepção e ao papel social da memória em diferentes momentos.

Considere-se que a relação das sociedades ocidentais com o tempo teria sua marca mais primordial e ancestral nas culturas tradicionais, associada às mudanças observáveis na natureza. A ruptura dessa lógica viria com a Modernidade, quando calendário e relógio substituem a relação direta e empírica; à subjetividade da ordem agrícola e panteísta sobrepõe-se a objetividade dos meses, das semanas, das horas e dos minutos. Este tempo objetivo desdobra-se, portanto, em datas e fatos, registrados em documentos e outras materializações, que terão o Museu, os arquivos e as bibliotecas como espaços privilegiados de guarda, preservação e consagração.

A pergunta que se coloca, e cuja resposta será perseguida nas páginas a seguir, é a da validade desses espaços de consagração do tempo, explique-se, moderno, em especial na figura do que, provisoriamente, denomina-se na presente análise como *Museu Tradicional*, frente às rupturas interpostas nas décadas finais do século XX. Parte-se do pressuposto que os *Novos Museus*, aqueles do acontecimento e do espetáculo, têm a 88titudinal-los uma nova e instigante percepção temporal e um novo papel da memória.

2 Diferentes tempos

A Modernidade é a expressão cultural do momento econômica marcado pela máquina, pela fábrica e por processos de industrialização que envolveram e, de certa forma, ainda envolvem amplamente a sociedade sob a lógica da produção em quantidade e em série. Os avanços alavancados pela máquina, entretanto, não podem ser associados apenas aos processos fabris, pois ela também está presente nas comunicações e nos transportes, possibilitando a organização e expansão do Turismo. Grandes trens, grandes navios e grandes hotéis socializam as viagens, permitindo que camadas mais amplas da sociedade desfrutem o que antes era privilégio de elites endinheiradas ou de aventureiros. O Turismo dará forma de *produto*, passível de planejamento, gerência e comercialização, aos anseios nômades presentes nas pessoas (MAFFESOLI, 2001), mesmo nas sociedades contemporâneas mais sofisticadas. O Turismo *inventado* pela Modernidade segue as lógicas do período: apenas produtos padronizados, ou seja, produzidos em série e para consumo em grande quantidade, resultarão em sucesso financeiro. A isso se denominou turismo de massa.

Mas a Modernidade ainda se fez acompanhar de um processo político muito importante, que foi a consolidação dos estados nacionais. Esses processos envolveram a unificação territorial e mudanças significativas em formas de governo, como no caso da França, que troca o modelo monarquista pelo republicano. Em todos os casos é necessário constituir a idéias de nação e *inventar*, para ela, uma identidade nacional. Estas identidades serão construídas dentro de duas vertentes, a da inclusão e a da exclusão. A coesão será buscada no reforço da unidade em termos de território (nacional), língua (nacional), dos sistemas monetário, educacional, militar e jurídico e, em alguns casos, do religioso. (HALL, 2006; CASTELLS, 2008)

A exclusão significaria deslocar para a periferia dos processos, as diferenças étnicas, religiosas e mesmo expressões de gênero que não consolidassem um masculino e um feminino *puros*. As manifestações culturais também foram valorizadas de forma a expressar a nacionalidade, ou seja, a se constituírem como sinônimas do nacional, consagradas em expressões eruditas, aí incluídas as grandes artes e a arquitetura magnífica, e em expressões populares, ou seja, *as coisas que o povo faz*(BOSI, 1995), consagradas como folclore.

Arquitetura, museus e folclore, assim, tornam-se *signos de lugar*, expressando, mas também alimentando, a identidade nacional. Neste cenário, os prédios magníficos e os museus representam papel fundamental, como síntese do passado e da história local. O Museu nacional, onde as peças em acervo são tratadas como *documento*, é o espaço de conservação, expressão e construção de significados que alimentariam as identidades locais. Daí sua quase sacralidade nas recorrências do “não toque!”, “fale baixo!”... Na atualização dos seus acervos, os Museus serão igualmente rigorosos na constituição de instâncias de validação que selecionem o que será, ou não, conservado, o que se transformará ou não em memória, o que deverá, ou não, demarcar a

identidade local. Igual lógica atingirá a arquitetura, nos denominados *prédios históricos*, tombados como patrimônio pelo poder público. (CHOAY, 2001; GASTAL, 2006)

O Turismo moderno seguiu o modelo e, da mesma forma, se constituiu em torno de dois segmentos culturais, para alimentar os seus “produtos”: de um lado, a cultura “popular”, na forma do folclore, com destaque para as danças e o artesanato, e a cultura “erudita”, presente na arquitetura magnífica como, por exemplo, o Coliseu, a Torre de Londres, o Taj Mahal, entre outros. Também serão privilegiados espaços onde a cultura nacional esteja organizada, ou seja, onde as *raízes vivas* das nacionalidades estejam representadas na forma de documentos literários ou visuais, e objetos complementares.

Em termos econômicos, assim como a Modernidade marca o período de expansão do capitalismo industrial, a Posmodernidade é o equivalente cultural na sociedade sob a economia capitalista globalizada. A este novo momento econômico correspondem novos comportamentos e novos imaginários que, por sua vez, marcarão tanto a produção de bens materiais como a produção de bens simbólicos. A Posmodernidade organiza-se sob a lógica dos serviços, o que leva a ascensão da cidade como cenário privilegiado e hegemônico da vida social. (JAMESON, 1996)

Além das alterações econômicas, o estado nacional e as identidades nacionais se viram submetidos a outras rupturas ao longo do século XX, como os processos de descolonização. Esses levaram a que várias minorias buscassem reconhecimento, direito à expressão política e espaço de visibilidade para suas manifestações culturais. O mesmo se dá em grandes cidades dos centros hegemônicos, que historicamente atraem grande número de indivíduos vindos da periferia dos espaços globalizados e que, ato contínuo, alimentam bairros étnicos em cidades como Nova

York, Londres e São Paulo, e que também buscarão que suas culturas sejam vistas e reconhecida. (CASTELLS, 2008; BHABA, 2005; GASTAL, 2006)

Outros conflitos sociais emergem, a exemplo das minorias étnicas, tendo como protagonistas as mulheres e os homossexuais, que buscam espaço de autoexpressão. Em desdobramento ao movimento Black Power, que transformou muitas cidades americanas em campos de batalhas nos anos 1960, antes que os processos de igual acesso para brancos e negros fosse consolidado, o Woman's Lib e o Gay Power buscaram novos espaços de expressão para mulheres e homossexuais. Da mesma forma, outras *minorias*, não necessariamente minorias numéricas, buscaram espaços de igualdade, de livre expressão e visibilidade para as diferenças que representaram. Nesses processos, precisaram inventar ou reinventar a sua história e o seu passado coletivo e social. Como isso se deu, veremos adiante. Neste cenário cultural de renegociação de identidades, a tecnologia, em especial aquela associada às mídias, impõe a aceleração na velocidade dos processos, a afetar não só as novas identificações (HALL, 2006), mas também, e talvez mais importante, a constituição e disponibilização de diversificados suportes de memória, externos aos indivíduos. A construção das identidades deixa de ter, no território, sua principal (e algumas únicas) fonte de inspiração.

A memória é a função que nos permite acessar as experiências já vivenciadas no assim denominado *passado*. Se, tradicionalmente, a memória era um processo interno ao ser humano (GASTAL, 1998), a tecnologia permitirá que ela se acumule, cada vez mais, em suportes materiais externos ao cérebro e às emoções. As percepções e os comportamentos em relação ao denominado passado e aos objetos de memória, demarcando comportamentos e relações não apenas entre as pessoas, mas também dos sujeitos nas suas percepções de espaço e tempo – aqui incluído aquilo que denominamos *passado* – serão profundamente afetado pela multiplicidade de

formas de acesso ao passado. Filmes, vídeos, fotos, livros e arquivos digitais guardam e disponibilizam quase tudo, tornando o(s) passado(s) presença constante e, desta maneira, valorizada.

Tal reposicionamento da cultura na valorização do passado traria igual destaque aos museus? Nem tanto, pois o *passado* valorizado também o é, de certa forma, 92tividades92, trazendo à tona uma ampla discussão sobre questões correlatas a memória, como será apresentado a seguir.

3 Diferentes memórias

Como já colocado, a percepção temporal associada a especificidades em diferentes épocas, alterando a função e o papel da memória. Nas sociedades tradicionais, a passagem do tempo orienta-se pelos movimentos do sol, da lua e das estações do ano. O sol sempre retorna a cada amanhecer, a Lua estará cheia a cada 28 dias, a Primavera se fará presente a cada 12 meses. Destes *eternos retornos* vêm a sua denominação com um *tempo cíclico*. Nas sociedades modernas a temporalidade terá a 92tivida-la o relógio. Além de homogeneizar o que antes era diverso na natureza – o sol às vezes nasce mais cedo, às vezes mais tarde; o inverno às vezes chega com mais frio, às vezes com menos... – o relógio permite que o tempo vire mercadoria: os trabalhadores venderão sua força de trabalho em horas, os médicos cobrarão a consulta por hora, os entretenimentos serão consumidos também segundo os ponteiros do relógio, levando a que, quando da escolha de um *city tour*, queiramos antes saber qual a sua duração e, só depois, talvez, o seu itinerário e os atrativos incluídos. (GASTAL, 2006)

Outra especificidade: se as sociedades tradicionais são geridas pelo passado, na figura da memória dos velhos sábios ou dos deuses familiares, ou seja, pela *tradição*, as sociedades modernas terão a 93tivida-las a lógica de futuro: será necessário trabalhar trinta dias para receber o salário, doze meses para tirar férias; será necessário economizar por muitos anos para comprar o carro ou a casa; há tarefas que serão deixadas para o *próximo* fim-de-semana e muitas coisas que só serão realizadas num tempo futuro, quando a aposentadoria em fim chegar. Mas, tanto para a lógica tradicional como para a moderna, o passado é algo ao qual só teremos acesso pela memória. E o futuro? Este será o território das adivinhas, das possibilidades e, para os modernos, das utopias.

Mídias modernas como o livro, a fotografia e o cinema dão uma contribuição importante, não só por sua condição de registros de memória: a percepção do tempo, no seu interior, rompe com a construção antes consagrada, de uma ordem que sequenciaria passado, presente e futuro como desdobramentos *lógicos* um do outro. As mídias, em especial a televisão, tornam o tempo homogêneo ao apresentar lado a lado, por exemplo, o documentário sobre a II Guerra, a novela de época, o jornal com os acontecimentos do dia, um filme de ficção científica. O controle remoto apenas acelerará e ampliará a fragmentação presente nos processos técnicos e ficcionais próprios dos diferentes mídias. O tempo pode ser alterado nas mesas de edição, com construções temporais dramatizadas, em que a *duração* será traduzida em *flashbacks*, por exemplo, ampliando as possibilidades que, hoje, estão incorporadas à própria mecânica das câmeras, como o *slowmotion* e *zoom*, passíveis de utilização até por amadores, em equipamento doméstico. (GASTAL, 2006)

A posmodernidade ampliará tanto as possibilidades de armazenamento, como agilizará a recuperação da informação. Ao contrário do livro (impresso) e da fotografia (analógica), presos a

materialidade dos seus suportes, as informações sobre os muitos “ontem” transformam-se em *bites* do mundo digital. Significa dizer que, se a memória é a forma de acesso ao passado; se o passado agora pode se dar, a exemplo do cinema, em *flashbacks* sem ordem cronológica; ou se este passado está amplamente *presente* em fotos, vídeos ou cedex a serem facilmente *baixados* na/da Internet, os teóricos partem do pressuposto que o passado não é algo dado, *natural* e imutável, mas que, na seletividade das lembranças, permeadas pelos novos suportes materiais de memória, deve ser construído. E o é, tanto na memória biológica, como nos suportes materiais de memória, externos às pessoas.

Desde a criação da escrita, mas, em especial, com o surgimento do livro, a sociedade deixara de depender exclusivamente das memórias internalizadas, tanto para acervar e como para acessar vivências passadas. Depois, a fotografia, o cinema, o disco e o vídeo – e, agora, a memória digitalizada – serão suportes a possibilitar a guarda da memória pessoal e social. Em todos os casos, alia-se a exacerbação da vivência sensorial ao desaparecimento do passado como aquele tempo acessado apenas através dos processos internos de memória do indivíduo. Entretanto, os suportes exteriores de memória, ao contrário de garantir uma leitura unívoca do passado, conduziram na direção contrária, permitindo constantes reordenamentos e releituras dos acontecimentos.

Estas circunstâncias levaram ao questionamento das narrativas sobre o passado promovidas pelos historiadores e consolidadas nos Museus e memoriais. Passou-se a analisar os documentos e relatos sobre o passado como *textos* e, como tal, significantes e não significados, enfraquecendo a historicidade. O enfraquecimento da historicidade se dá tanto em nossas relações com a história pública quanto em nossas novas formas de temporalidade privada (JAMESON, 1996), quando o presente deixa de ser vivenciado como desdobramento “lógico” ou “natural” do ontem. O

passado e, em decorrência, o texto histórico, tornam-se apenas uma possibilidade de leitura, não invalidando outras aproximações. (ANKERSMIT, 2001)

O esmaecimento do passado sob as possibilidades tecnológicas e das mídias, torna as *épocas* anteriores – a palavra *época* demarcando não mais períodos históricos, mas *mentalidades* e sensibilidades – tão ou mais familiares do que aquilo que chamamos de presente. Filmes e novelas sobre os anos vinte, sobre os anos 95, sobre a depressão americana, sobre os *anos dourados* ou sobre os *anos de chumbo* brasileiros, fazem com que o passado seja recontextualizado, glamourizado – uma *pós-nostalgia* a consumir o passado na forma de imagens sofisticadas (JAMESON, 1996) – e, muitas vezes, sirva de canal não para mostrar uma anterioridade, real ou fictícia, mas para analisar questões contemporâneas (*Idem*).

Andréas Huyssen (2000, p. 28) amplia a questão temporal e fala que, dentro desta lógica, nos defrontaríamos com um presente sem presença: “quanto mais o capitalismo de consumo avançado prevalece sobre o passado e o futuro, sugando-os num espaço sincrônico em expansão, mais fraca sua autocoção, menor a estabilidade ou a identidade que proporciona aos assuntos contemporâneos”. Jameson (1996 e 1997) trabalha na mesma linha, analisando que a museologização constante, mesmo da vida privada cotidiana, leva a que nosso presente seja olhado como uma história a ser rapidamente registrada: o aqui e o agora não seriam identificados como presente ou como aquele momento que alcançamos pelos sentidos, mas, sim, pela memória.

Seria uma ilusão, portanto, supor que a memória nos conduziria a uma origem autêntica ou a um real verificável, mesmo no nível pessoal. “O passado não está simplesmente ali, na memória, mas tem que ser articulado, para se transformar em memória” (HUYSEN, 1997, p.14), criando um espaço de extrema criatividade para a produção artística – a memória ocuparia a

distânciasemiótica (HUYSSSEN, 2000, p.22) entre a realidade e suas diferentes representações – mas também novas aproximações e mesmo novos produtos em outras esferas culturais.

Essa complexa relação temporal leva a que, cada vez mais, as pessoas tenham necessidade de consumir materializações concretas de memória, seja lá o que isso signifique ou venha a significar. Daí a memória tornar-se um produto globalizado pela indústria cultural, na forma de filmes, documentários, *sites* na Internet, livros de fotografia e mesmo os souvenirs turísticos. Os grandes Museus, com suas mega exposições a percorrer o mundo, ou o crescente mercado fonográfico para a música étnica – ou *de raízes* –, transformada em moda internacional, ou a febre de restaurações dos centros históricos das grandes cidades seriam outros produtos memorialísticos no mercado. Ou seja, o Turismo é apenas mais um elemento, numa questão, por si, complexa. Entretanto, os pontos até aqui colocados nos permitem avançar numa reflexão que tem sido constante no Turismo: o passado como um *insumo* importante, na formatação de produtos turísticos. Sem entrar no *heritagetourism*, é possível estudar alguns implícitos na questão, através do Museu, elemento recorrente quando se fala em Turismo.

4 O Museu posto em questão

Antes deste contexto de valorização dos suportes externos de memórias, o Museu era a instituição encarregada de lidar com o passado e, portanto, de organizar tanto as memórias coletivas como as individuais. O Museu Tradicional – ou aquilo que seria caracterizado como Museu – teria três grandes funções: guardar/acervar documentos, pesquisar para constituir conhecimento a partir dos documentos em acervo, e divulgar acervo e pesquisas pela publicação de livros, montagem de exposição, realização de cursos, etc. Para um Museu assim constituído, mesmo uma escultura ou uma pintura seria um *documento*, ou melhor, *uma evidência*:

Para o modernista, dentro de sua noção científica de mundo, dentro da visão de história que inicialmente todos aceitamos, evidências são essencialmente evidências de que algo aconteceu no passado. O historiador modernista seguia uma linha de raciocínio que parte de suas fontes e evidências até a descoberta de uma realidade histórica escondida por trás destas fontes. De outra forma, sob o olhar pós-modernista, as evidências não apontam para o passado, mas sim para interpretações do passado; pois é para tanto que de fato usamos essas evidências. (ANKERSMIT, 2001, p.124).

A lógica da indústria cultural alcança os museus a partir de 1987, com a inauguração do «Museu de Orsay, cujo organograma mostra que sua vocação é, desde aí, a produção prioritária e sistemática de serviços e de comunicação» (CHOAY, 2001, p. 185). A nova visão se consolidaria no ano seguinte, com a realização do 1º Salão Internacional de Museus e Exposições. Uma publicação do Ministério da Cultura francês registra: «O produto museológico – a obra na sua ‘embalagem’ museográfica, arquitetural, técnica, pedagógica – tornou-se num 97tivid estético para um consumo de massas, como se fosse uma encruzilhada das técnicas e dos serviços para esse novo tipo de mercado» (*apud* CHOAY, 2001, p.206).

Sob essas lógicas, o Museu será um espaço a ser vivenciado e, enquanto vivências, a ordem é 97tividades97-las. *Intensificar* o desfrute do patrimônio histórico remonta aos anos 1930, quando são criados os primeiros espetáculos de luz e som. Para Choay(2001, p.189), estas propostas, ao se associarem a tecnologias, deslocam o foco de atenção do bem patrimonial – ou seja, do documento – para se centrarem sobre o espectador, com o objetivo de distraí-lo do monumento em si, utilizando para isso mecanismos análogos aos das estruturas comerciais. Na contramão do suposto desfrute erudito da cultura, através de um diálogo íntimo entre o espectador e a obra, a *distração* cultivaria a passividade do público, pois o espetáculo passaria a concorrer com o monumento, e daí as críticas a ela, pelos intelectuais eruditos.

Prosseguindo na leitura que Huyssen(2000) faz do tratamento dado a memória na segunda metade do século XX, o teórico retoma que os anos 1960 seriam marcados pelos movimentos sociais de descolonização que apelavam, entre outros, para busca por uma história comum alternativa ou revisionista, ou seja, por discursos de memória que recodificassem o passado no novo contexto social, cultural e político. Os anos 1970 trariam a forte presença de produtos de memória, a começar pelos Museus, repaginados por projetos arquitetônicos de impacto. Haveria, ainda, a generalizada revitalização/restauração de centros históricos, a moda retro, a literatura memorialística, forte presença do vídeo, da fotografia e outras mídias em processos pessoais de auto museologização da vida privada, desdobrando-se no que ele denomina como *ações memorialísticas* que levaram ao excesso de memórias e ao medo do esquecimento.

Ainda segundo Hyussen(2000), os anos pós 1980 assistiriam a fortes debates críticos sobre o Holocausto e à memorialização da vida privada. Daí, segundo ele, que toda construção da idéia-conceito de Holocausto legaria uma “metodologia” para a questão das novas memórias. Essa metodologia envolveria a construção de um Museu Memorial desafiante na sua arquitetura e museografia (no caso, o Museu do Holocausto²⁵), uma política de eventos (no caso do Holocausto, em torno do Nazismo e sua barbárie), que levem, via grande mídia, a globalização do discurso (do Holocausto), tornando o conceito *Holocausto* como um *lugarcomumuniversal* para falar de traumas históricos como os de Ruanda, Bósnia ou Kosovo. (HYUSSEN, 2000, p.12). O objetivo, ainda para o mesmo teórico, seria o de deixar a(s) memória(s) cada vez mais disponível para

²⁵Há dois Museus do Holocausto, um em Jerusalém e outro nos Estados Unidos. Huyssen refere ao primeiro, que conta com espaço dedicado a fotos e depoimentos, galerias temáticas (surgimento do nazismo, a invasão da União Soviética, os campos de concentração, a resistência e a liberação), onde a história é contada por pessoas “que viveram na época, por meio de seus diários, cadernos, fotos de família e até por itens pessoais que fizeram enquanto estavam nos campos de concentração”. Segundo o arquiteto MosheSafdi, “que projetou o novo museu, declarou que a estrutura do prédio, na forma de um cone escavado na terra, traz a mensagem da memória de um passado sombrio, mas também de uma esperança de renovação e de vitória da vida”. http://www.bbc.co.uk/portuguese/especial/1340_holocausto/page7.shtml

representações/dramatizações, facilitando a sua *mercadorização*, com passados “reais” ou “inventados”, mas, em ambos os casos, problemáticos, pois seria um mundo em que todos nós *representamos um papel*. (HYUSSEN, 2000, p.15)

Na década de 1980 e seguintes, a *metodologia* ganharia em sofisticação em termos de técnicas de animação sócio-cultural, sempre visando a melhor colocação no mercado de memórias como produto comercial. O Museu abandonaria a sua condição de acervo de uma memória coletiva, digamos, associada a um território, onde as comunidades locais podiam realizar uma auto-reflexão sobre suas vivências e cultura, além alimentar identidades, para se tornar nos ditos *shoppingculturais* com lojas, cafés, *99tivi* e reprodução de seus ícones em todo tipo de objetos, aos quais a estetização do *design* empresta visual contemporâneo: o «lugar da *mise-em-scène* espetacular» (HUYSSSEN, 1997, p.223), onde o *99tvidades99s* busca experiências enfáticas, de mega-eventos e de espetáculo, e não mais uma «aproximação meticulosa do conhecimento cultural» (HUYSSSEN, 1997, p.224).

Distração, entretenimento, vivência e espetáculo. Ou seja, o Museu coloca-se menos como espaço de acervo da memória coletiva, espaço de pesquisa e conhecimento, e mais como *acontecimento*, aqui muito próximo ao sentido que Boullón(1990) dá ao termo *momento*: algo que não tem compromisso nem com o que vem antes (passado), nem com o que se seguirá (futuro), desencorajando qualquer possibilidade de pensamento crítico. O *acontecimento* deverá marcar-se pela intensidade e não pela extensividade.

Se os espaços memorialísticos tradicionais são desconstituídos da função de materializar o passado coletivo, ao intensificar a vivência do tempo presente, amplia-se a busca pela constituição de memórias pessoais, manifestas na constante museologização da vida privada. Para

ficarmos no Turismo, explicaria a recorrência do viajante à fotografia, ao vídeo e ao souvenir, que não devem ser vistos apenas como signos de ostentação do viajante sobre seus deslocamentos, mas como uma demanda mais complexa da psique, em especial no momento contemporâneo.

Considerações

A metodologia, a que se refere Hyussen, tem incentivado a que os Museus passem a fazer parte do cenário de muitas cidades, inclusive no Brasil, onde se poderia destacar pelo menos o caso do Museu de Niterói, criado por Niemeyer, e o Museu Ibero Camargo, em Porto Alegre, saído das pranchetas de Álvaro Siza. O sucesso dessas iniciativas leva a que sejam repicados em outros lugares, muitas vezes em nome do Turismo. O que se observa é que, por visões parciais das situações até aqui descritas, ou por falta de recursos financeiros, muitas vezes a *metodologia* desenhada por Hyussen é aplicada apenas parcialmente. Ou seja, constrói-se o prédio monumento obra de arte, associa-se a ele um acervo de curadoria às vezes discutível, ou seja, não desafiante.

O outro passo da metodologia, a política eficiente de eventos nem sempre é instituídos, levando a que os efeitos sobre a mídia sejam esvaziados. Ou seja, após a inauguração, o Museu inicia um processo de apagamento na sua presença junto à sociedade. Considere-se, ainda, a indispensável participação da tecnologia, sem a qual, a exemplo do Museu da Língua em São Paulo, a interação com o público também fica reduzida. A tecnologia, em alguns casos, chega a substituir a presença de um acervo, digamos, materializado em objetos.

Relativamente ao Turismo, ampliando-se a questão para além do Museu, se a relação rotineira com tempo (e espaço), como este artigo vem procurando demonstrar, não é simples nem *natural*,

a relação com os mesmos, em situações de viagem, é ainda mais complexa. Boullón(1990), referindo-se ao espaço, comenta que a constante mudança de lugar afeta o sentido de continuidade do viajante, em especial nas grandes cidades, onde ele reconhece alguns locais, mas tem dificuldade em construir um esquema espacial que organize o lugar. Não raro, a relação com o lugar seria quase inexistente, pois falta “la permanência del sujeto em el objeto, cosa imposible cuando el calendario del viaje impone una presencia 101 tívida em cada punto del itinerario” (*idem*, p.109). A presença de Museus e seus prédios magníficos torna-se marco identitário dos lugares, de certa forma facilitando, para o turista, a sua localização. Quando o tempo se coloca como questão, a relação não seria menos complexa:

El presente es cada instante del tiempo transcurrido, cuando se materializa el viaje. El futuro, desde que decidió viajar hasta que el viaje se efectúa, abarca buena parte del interés y despierta las ilusiones del viajero. Éste, posteriormente y durante largo tiempo, recuerda las experiencias vividas, que se renuevan cada vez que alguna conversación con otras personas, que 101 tívida hayan visitado los mismos lugares, hace que todos evoquen sus imágenes y anécdotas y expresen las impresiones que le merecieron esos sitios (BOULLÓN, 1990, p. 113).

Se aproximarmos as questões envolvendo a dificuldade de organizar o espaço, com a precarização da percepção do presente – o presente seria um instante fugidio, entre o passado e o futuro – entende-se melhor a necessidade que o turista tem em se cercar de suportes artificiais de memória, os mais corriqueiros sendo a fotografia e o souvenir, pois, caso contrário, ao regressar da viagem, todo o vivido se restringiria às hoje precárias, memórias internalizada.

Boullón(1990) fala em memórias de curto prazo e as de longo prazo. As primeiras seriam compostas por impressões fugidias, a serem esquecidas, talvez, antes que a viagem termine. As segundas, para ele, seriam aquelas ligadas às vivências mais transcendentais, registradas em *imagens* que acompanhariam o viajante por muito tempo: “la importancia de una imagen recuerdo es independiente de la duración y de la repetición de un viaje, que, por más corto y

aislado que sea, puede102tivid a memória de largo plazo e durar toda la vida” (BOULLÓN, 1990, p. 115).

Tanto as memórias de curto prazo como a de longo prazo irão utilizar suportes materiais para registrá-las, embora eles sejam mais importantes para a primeira do que para a segunda. Daí a forte carga memorialística daquilo que SANTANA (1997) denomina *objeto turístico*. Estes objetos se constituiriam em função direta da viagem, senão na sua gênese, na sua apropriação pelo viajante. É o caso de todos aqueles produtos comercializados nas lojas dos Museus, e que são tão criticados pelos acadêmicos e especialistas. Vê-se que eles cumprem um papel importante, que ultrapassa as questões de marketing das instituições. O objeto turístico, deslocado de suas funções pragmáticas, artísticas ou mesmo rituais dentro de uma determinada sociedade, quando adquirido pelo turista é transformado em objeto estético e *documento* pessoal, a ser colocado lado a lado com outras peças que também alimentam a atual necessidade de museologização da vida privada.

Tem se tornado lugar comum apresentar o Turismo como um fenômeno complexo. Para além do jargão, a sua complexidade contemporânea deve dialogar, necessariamente, com a complexidade de outros fenômenos econômicos, ambientais, sociais e culturais. Analisá-lo e planejá-lo supõe, cada vez mais, buscar um diálogo amplo, olhando menos o dito Turismo e mais para uma sociedade que tem nos deslocamentos e no lazer, valores fundamentais ao seu atual modo de ser. O mesmo vale para os Museus, e sua nova dimensão cultural e social, 102tividades102s.

Referências

ANKERSMIT, F. R. Historiografia e pós-modernismo. **Topoi** – Revista de História. N.2, V. 2 Janeiro-Junho de 2001, s/p http://www.revistatopoi.org/numeros_antteriores/topoi02.htm

- BARTHES, R. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1987.
- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 412 p.
- BOULLÓN, Roberto C. **Las 103 actividades turísticas y recreacionales – El hombre como protagonista**. Mexico: Trillas, 1990.
- CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. Lisboa: Edições 70, 2000
- ECO, U. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- GASTAL, S. “Ivan A. Izquierdo: È a memória que nos dá identidade”. **Porto&Vígula**, Porto Alegre, n. 22, p. 2 a 8, 1998.
- GASTAL, Susana. **Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio– tempo, espaço e visualidade na pós-modernidade**. Porto Alegre: Papyrus, 2006.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HUYSSSEN, A. **Memórias do modernismo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**. Arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1996.
- JAMESON, F. **Sementes do tempo**. São Paulo: Ática, 1997.
- MAFFESOLI, Michel. **Sobre o nomadismo**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- SANTANA, Agustín. **Antropologia y turismo**. ¿nuevas hordas, viejas cultura? Barcelona: Ariel, 1997.