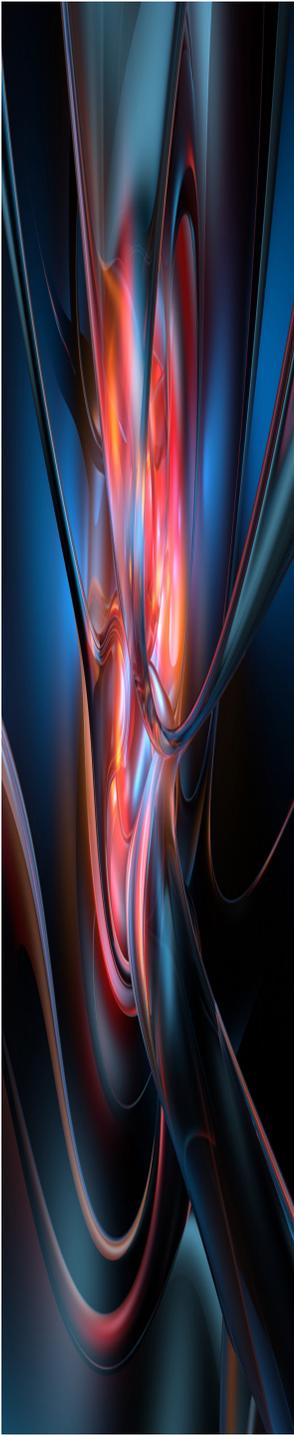


I SEMANA NACIONAL DE MUSEUS NA UNIFA-
MG

VII SEMANA NACIONAL DE MUSEUS

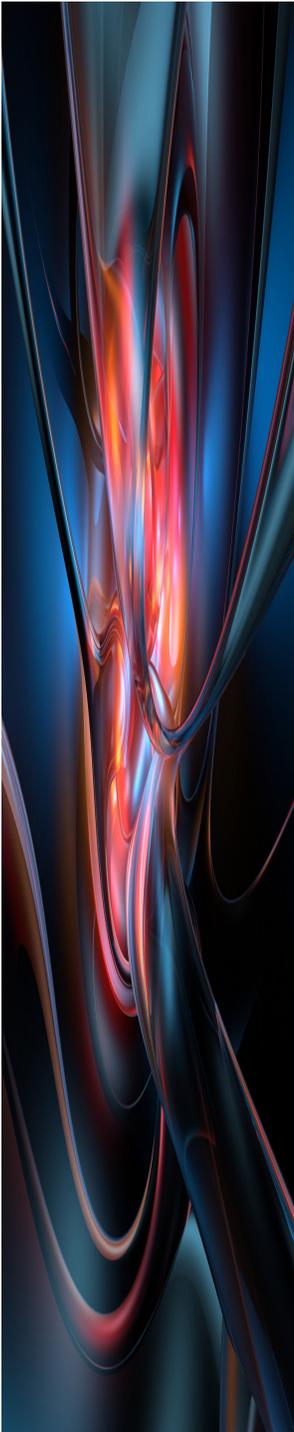
*Palestra “Museus, Patrimônios,
Museologia e Turismo: interfaces do
cotidiano”*

**Museóloga e Mestre em Museologia e
Patrimônio Luciana Menezes de Carvalho**



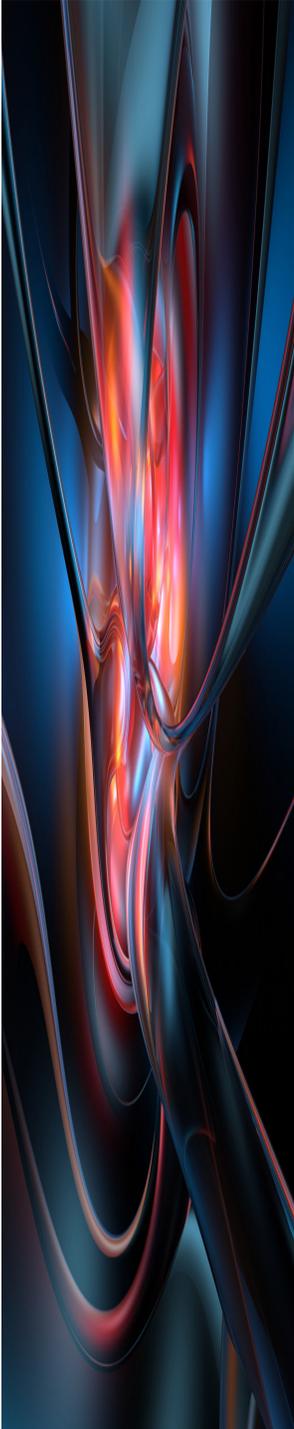
A SEMANA NACIONAL DE MUSEUS

a Semana Nacional de Museus acontece desde 2003 (ano decisivo nas políticas culturais do nosso país) e sempre no mês de maio, dando preferência a um período que englobe o dia 18 de maio, que foi determinado dia Internacional de Museus pela UNESCO.



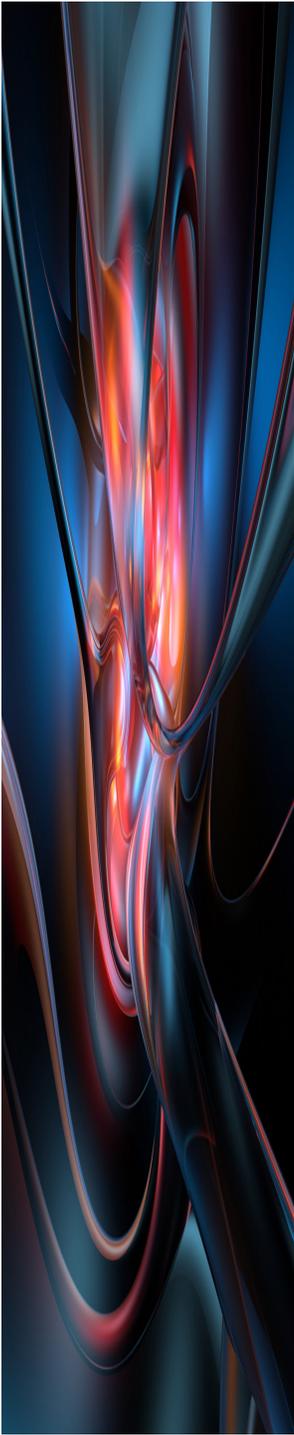
A Semana Nacional de Museus foi idealizada pelo então Departamento de Museus e Centros Culturais – Demu (criado em 2003), do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan;

Desde o dia 11 de maio deste ano o Demu tornou-se o Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, não estando mais subordinado ao Iphan, sendo, assim, ligado diretamente ao Ministério da Cultura.



OBJETIVO DA SEMANA

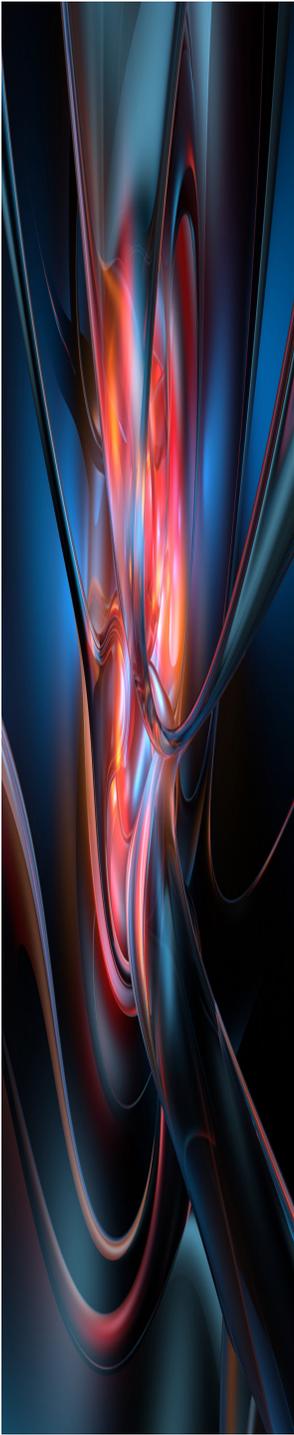
Integrar os museus brasileiros, em ações conjuntas, visando intensificar a relação destes com as sociedades que os cercam. Estamos, assim, a nível nacional, na sétima edição desta semana, com 2.020 eventos acontecendo entre os dias 17 e 23 de maio, em 615 instituições de todas as regiões do país.



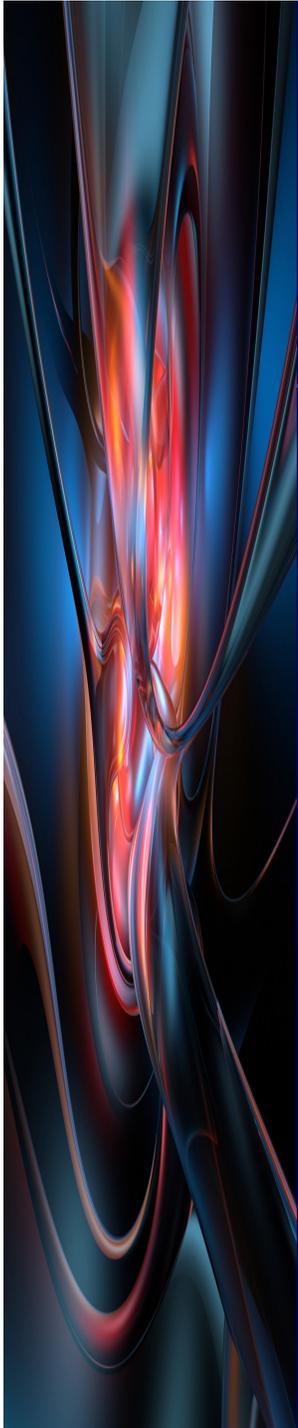
O TEMA "MUSEUS E TURISMO"

Todo ano, a direção da Semana Nacional de Museus adere ao tema escolhido pelo Conselho Internacional de Museus – ICOM (órgão subordinado a UNESCO), como foco central para as discussões no dia Internacional de Museus.

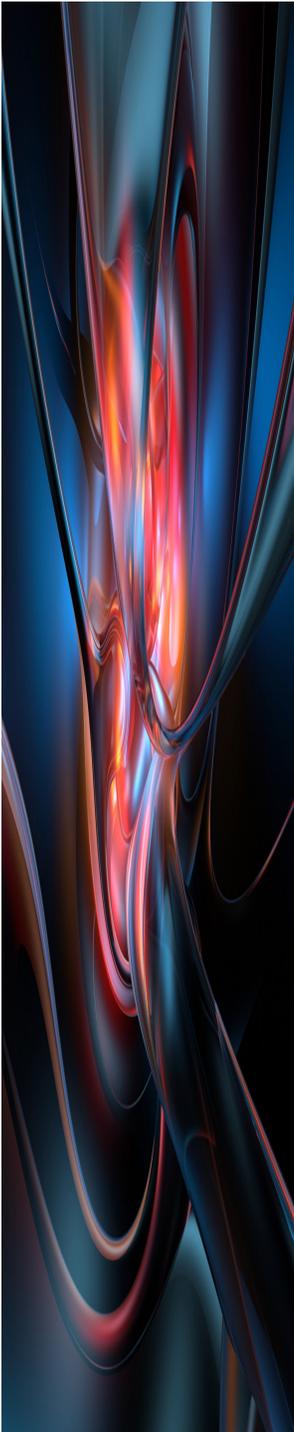
Este ano, o ICOM escolheu o tema "*Museus e Turismo*", não com o objetivo de explorar museus como um destino turístico, mas apresentar os museus como promotores responsáveis do que freqüentemente denominamos "Turismo sustentável"



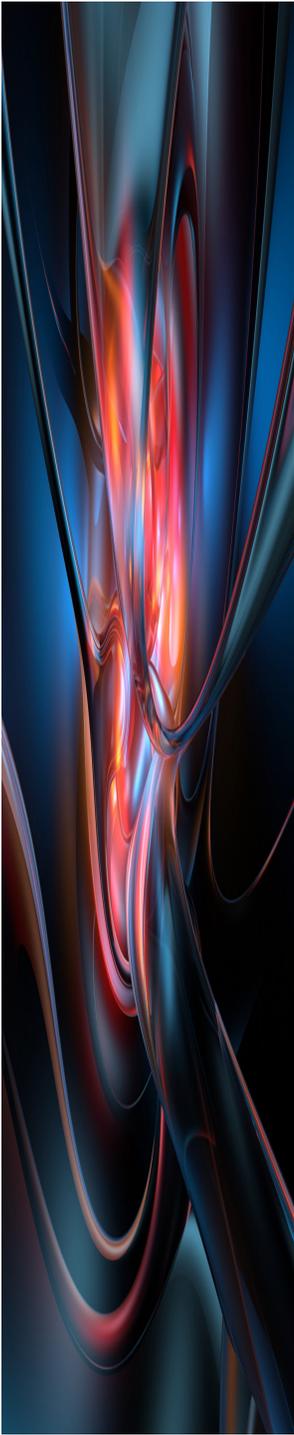
“Isto é a conexão do Patrimônio. Patrimônio é a nossa identidade compartilhada – como humanidade, como comunidade (...) “Museus e Turismo” encoraja profissionais de museus e voluntários a trabalharem em conjunto com visitantes e turistas, criando interações com as comunidades locais, objetivando que ambos experimentem o(s) patrimônio(s) dentro e fora das paredes dos museus.” (CUMMINS, Alissandra, 2009)



O “mundo das coisas” não é mais o suporte sólido de significações permanentes, mas um conjunto fluído submetido a perpétuas mutações.

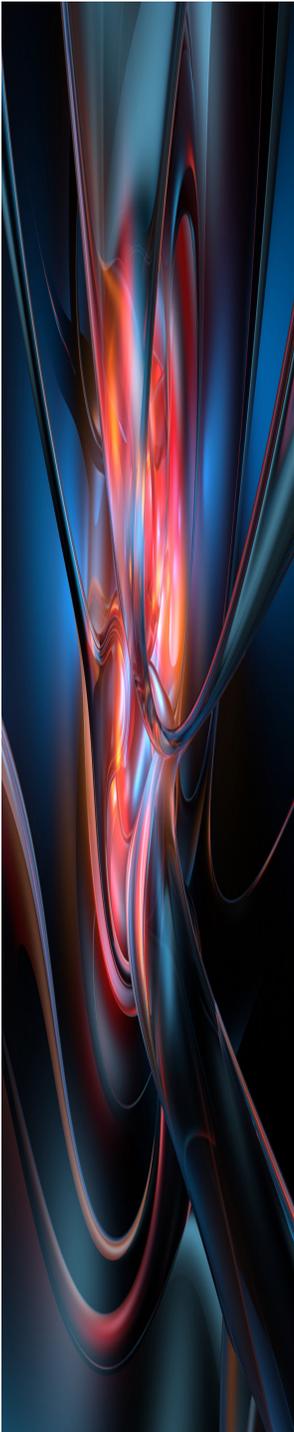


“Ponto de equilíbrio” - pois nenhum ser humano, por mais que negue isto, quer ser arrebatado por essas mudanças, procurando “um chão firme”, um “porto seguro”, para que não seja “desconfigurado”. Pois todos nos perguntamos “De onde viemos? Para onde vamos?”. Sejam quais forem as respostas a tais perguntas, elas constituirão a identidade do indivíduo que as fazem.

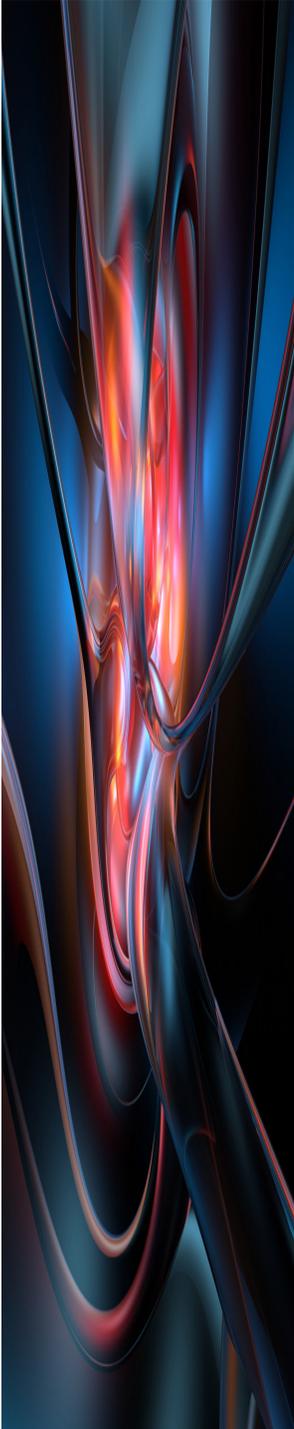


É na esfera local que cada grupo humano designa e define sua identidade. “É a nível local que nos definimos, em primeira instância, como ‘culturas’, articulando nossas singularidades biológicas e culturais no construtor simbólico que nos irá identificar como ‘presença’, e também onde são desenhadas as formas culturais, produto das relações de parentesco ou de laços de vizinhança”
(SCHEINER, 2005)

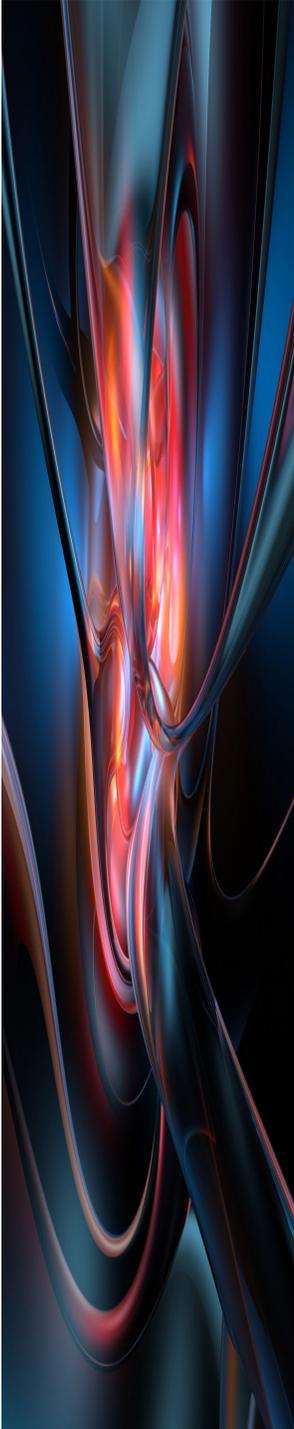
(ou de afinidade e/ou necessidade – tais como nas igrejas e/ou práticas religiosas, nas escolas – universidades – e/ou no trabalho).



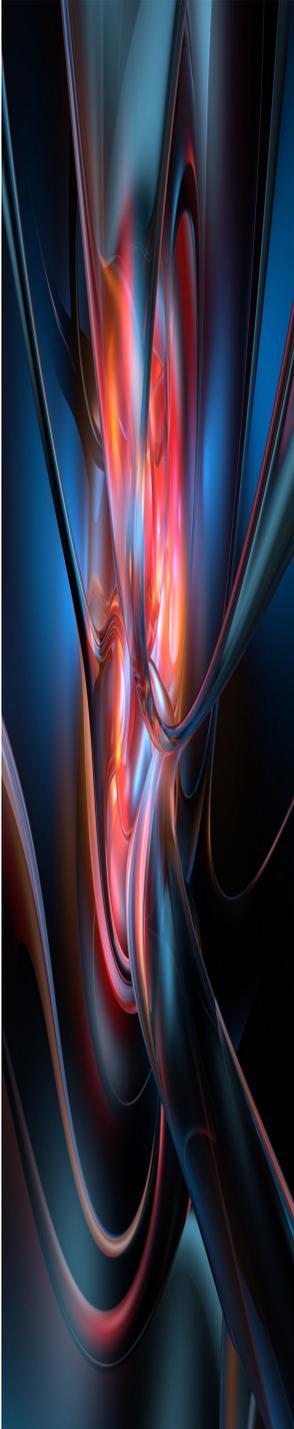
Ambiente virtual - uma nova forma de polarização: ao mesmo tempo em que diminui a distância e conecta as pessoas, retira do território, do local, sua significância e identidade. E pior, leva a tais pessoas a presumirem que as experiências desenvolvidas em nível local não são tão importantes. (SCHEINER, 2005)



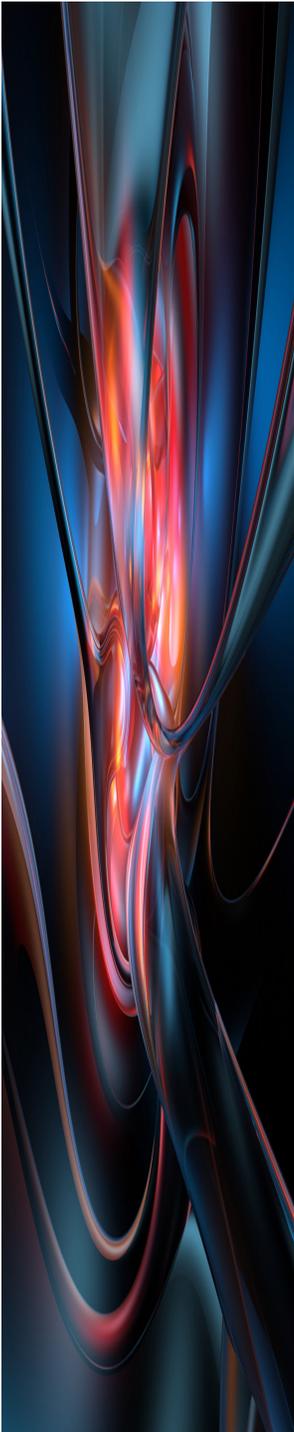
“Torna-se imperativo examinar a importância das identidades e dos patrimônios, a nível local – onde as trocas individuais ainda têm lugar”



Tais questões trazem a necessidade de
repensar patrimônio e
desenvolvimento.

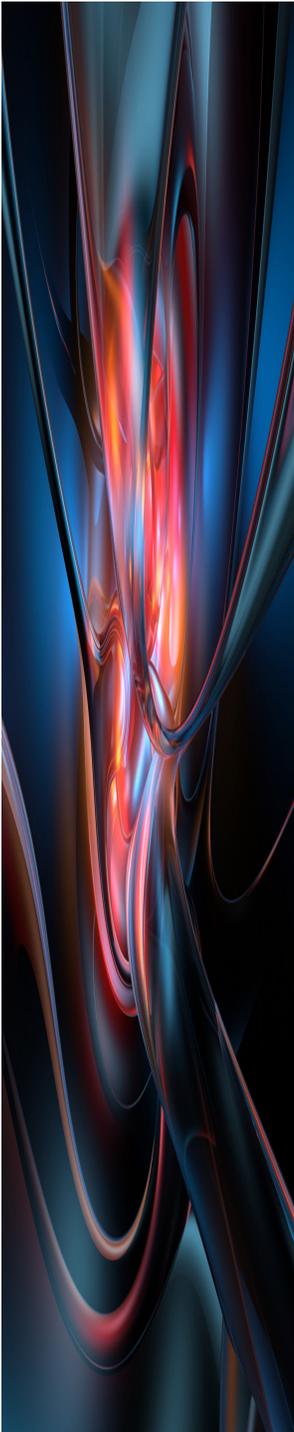


É necessário que entendamos – ou melhor, percebamos, que o processo de constituição de patrimônios depende do reconhecimento do valor de um determinado contexto simbólico, por parte de um grupo social – sendo este contexto tangível ou intangível, e que seja de vital importância para a manutenção, valorização e desenvolvimento de sua identidade.

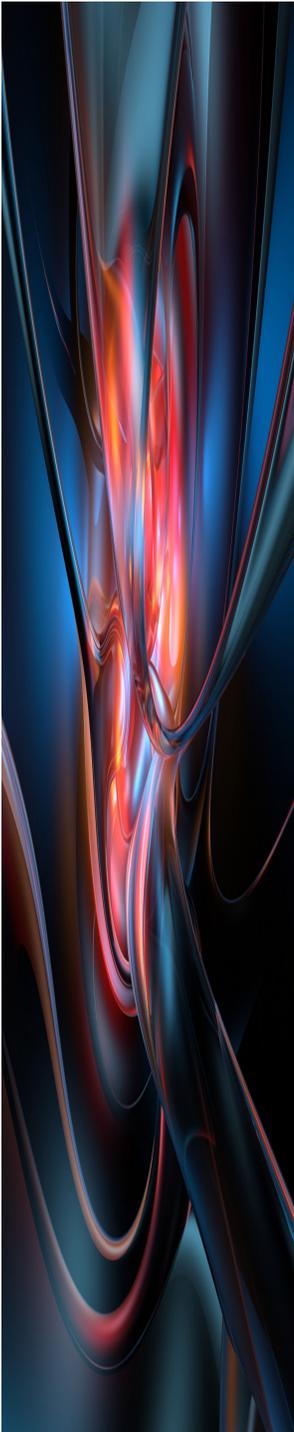


Os poderosos elos entre patrimônio e o ambiente total devem ser reconhecidos: não é possível pensar o patrimônio como um grupo de objetos e/ou monumentos – produtos culturais, se esquecermos as referências intangíveis ou sinais de presença humana em tais produtos, e/ou de pertença humana sobre o território.

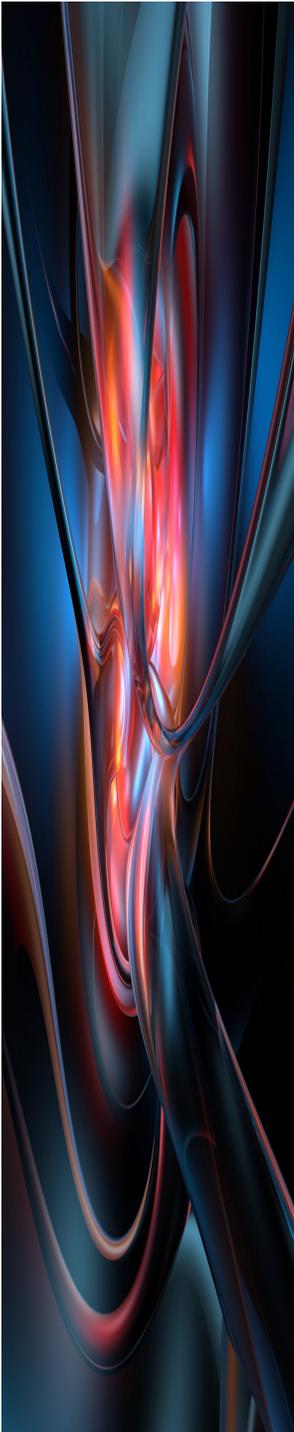
(SCHEINER, 2005)



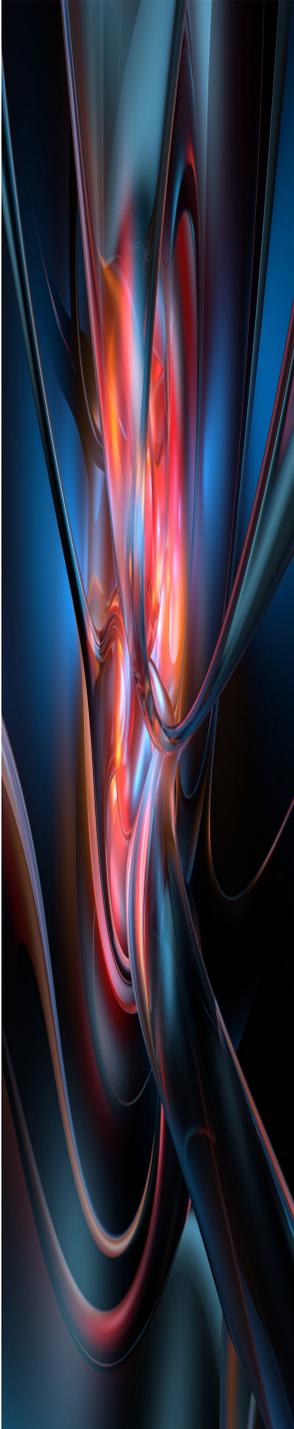
Patrimônios, tal como o Museu enquanto fenômeno sócio-cultural existem, na e por uma relação muito específica que temos com as diferentes realidades, perpassando pela identidade e pela memória, instâncias importantes na definição e constituição de seres pensantes, com uma vida e história para contar.



Museologia pode ser uma ferramenta para o desenvolvimento sustentável, sendo responsável por uma estratégia mais humanizada de ações em relação ao patrimônio. Mas é necessário que, principalmente os profissionais de museus, reconheçam que a Museologia trata, prioritariamente, de pessoas e seus ambientes, e não de museus e seus objetos.
(SCHEINER, 2005)

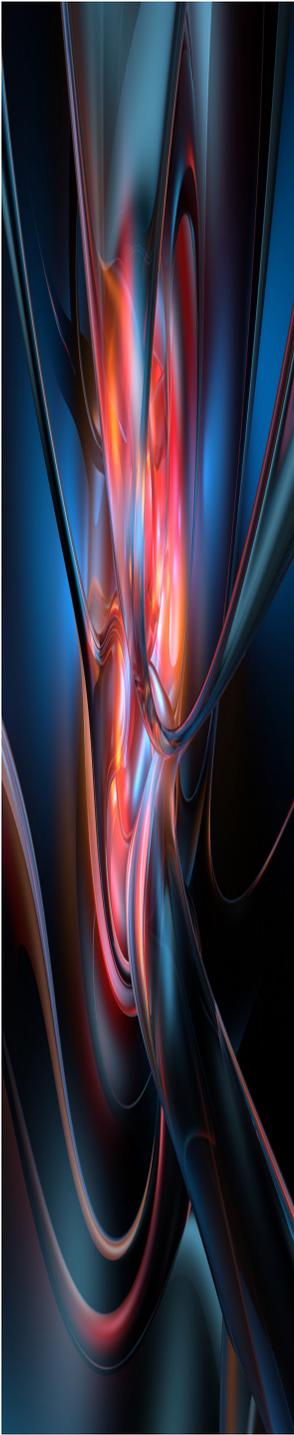


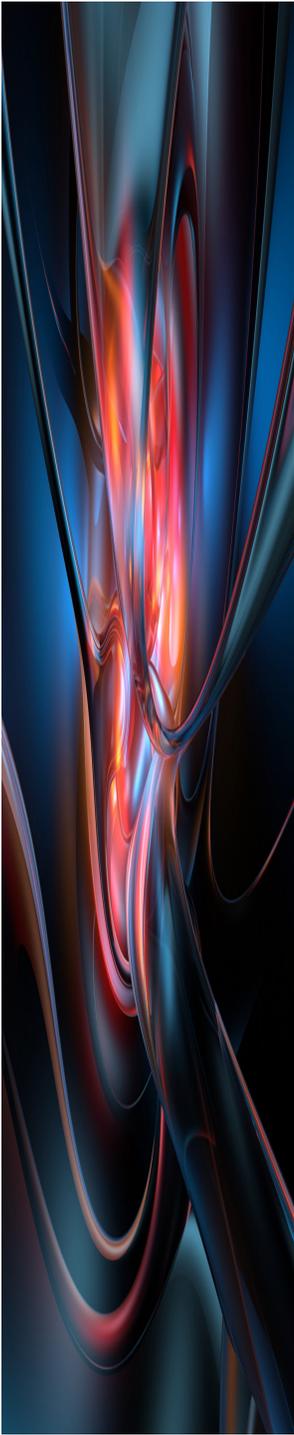
No âmbito do Subcomitê Regional de Museologia do ICOM para a América Latina e Caribe – ICOFOM LAM, em 1995, em Barquisimeto, na Venezuela, discutiram a seguinte temática:
“Patrimônio, Museus e Turismo na América Latina e o Caribe: um inquietante desafio”.



CONSIDERANDO...

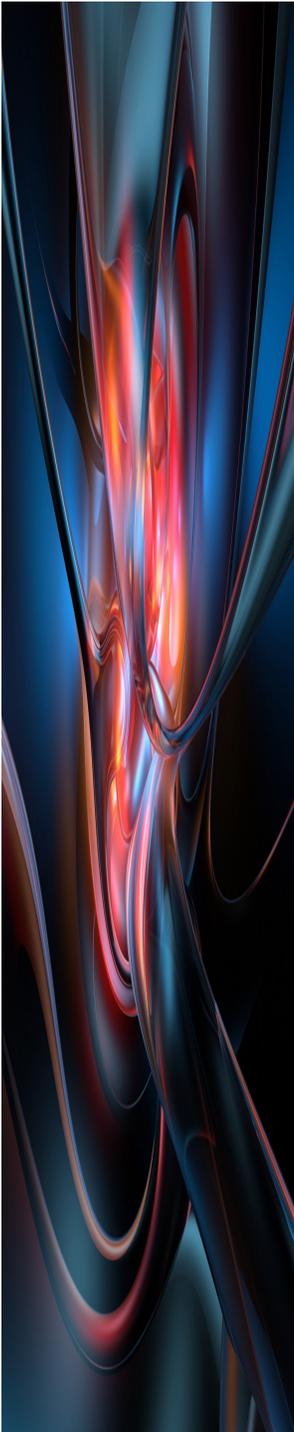
- que nem sempre se leva em conta os museus como meios permanentes geradores de educação formal e informal;
- que a comunidade deve ter participação ativa como autora na elaboração de pautas para o melhor aproveitamento de seu patrimônio integral;
- que as diferentes empresas e/ou instituições que se encarregam de difundir, comercializar e utilizar o patrimônio com fins turísticos desenvolvem suas atividades em forma paralela ou isolada, sem configurar uma rede de informação e cooperação que defina parâmetros para a ação;

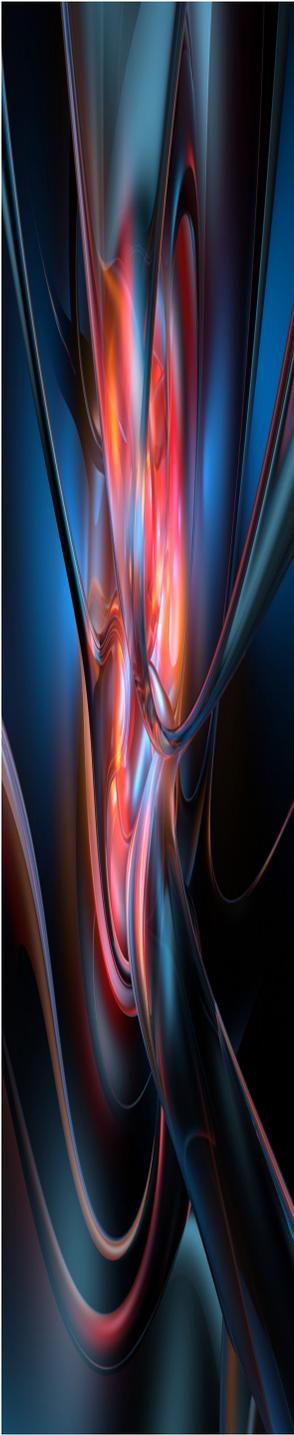
- 
- que o patrimônio será um “produto turístico” digno somente na medida em que a comunidade mesma decida o que, como, onde, quanto e quando pode **COMPARTILHAR SEU PATRIMÔNIO**;
 - que os museus propiciam um serviço cultural a seu entorno: comunidade, viajantes, turistas e à sociedade em geral;
 - que a comunidade a qual pertence o museu é sujeito e primeiro beneficiário de sua ação;
 - que para estender seus serviços a comunidades maiores, tais como viajantes e turistas, deve organizar programas de interesse turístico; e
 - que as novas realidades exigem globalização, integração e competitividade no marco da qualidade de vida de nossos povos.

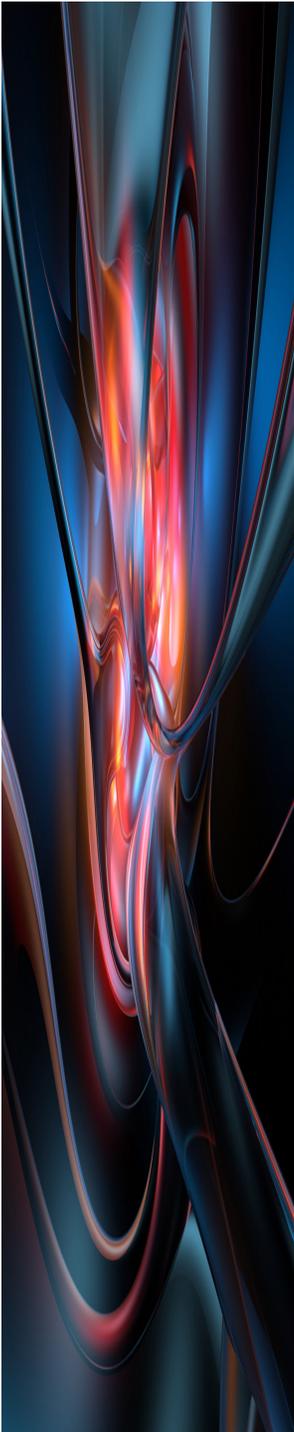


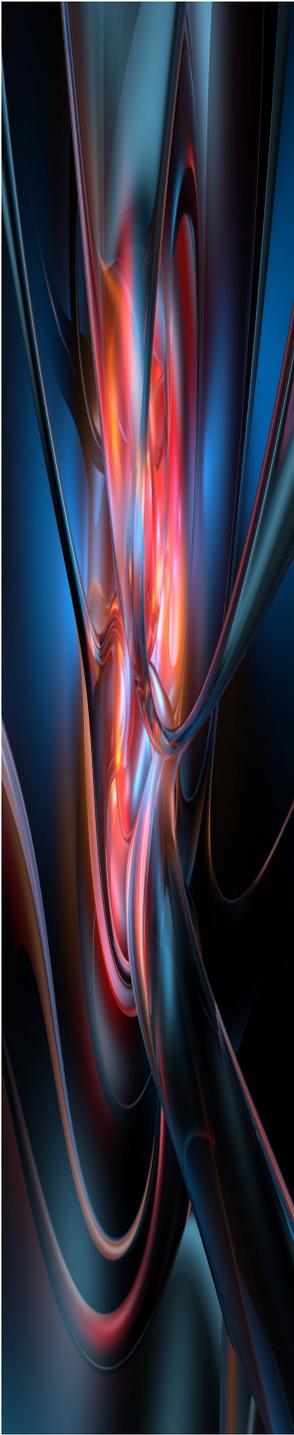
RECOMENDARAM...

- estimular os museus a efetuarem ações voltadas para o melhoramento da qualidade de vida do humano, em relação ao seu meio;
 - considerar os museus como sistemas abertos de intercâmbio de matéria, energia e informação com o meio ambiente;
- estimular a criação de museus que representem a vida e a memória da comunidade na qual estão inseridos;
 - orientar a ação dos museus como “aula aberta”, agentes didáticos, transformadores de opiniões e comunicadores do patrimônio, com o fim de promover sua defesa, no âmbito da comunidade em geral (comunidade receptora), da comunidade turística (visitantes) e do setor educativo;

- 
- desenhar estratégias que objetivem valorizar e legitimar o conceito de patrimônio e sua relação com o turismo, mediante planos e políticas que levem o patrimônio a relacionar-se com a escola, a sociedade em geral e com a comunidade turística em particular;
 - - exortar a criação de um marco jurídico e instrumentos legais que criem normativas, a nível municipal, estadual, nacional e regional, no que concerne aos museus, ao patrimônio integral e ao turismo;
 - instar muito especialmente ao setor turismo para que leve em conta as propostas e limitações determinadas por estas comunidades;

- 
- que cada museu defina seu perfil de atuação, de tal modo que possa difundir adequadamente sua realidade de forma integral;
 - que os museus busquem conhecer a sua comunidade em profundidade, envolvendo-a e garantindo sua participação ativa nas ações e benefícios que disto resultem;
 - persuadir os Conselhos Municipais para a elaboração de atos jurídicos tais como ordens, decretos, acordos e regulamentos de proteção do patrimônio, com o objetivo de fazer com que se cumpram as leis nacionais e internacionais;

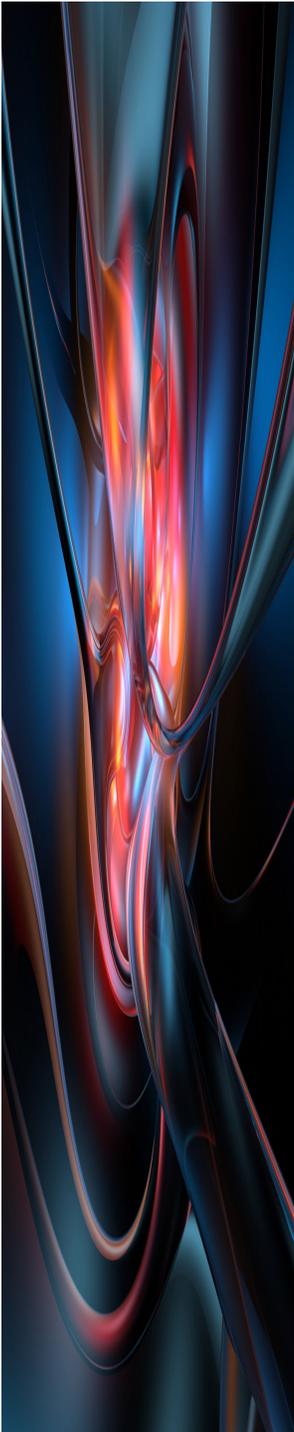
- 
- induzir os visitantes de museus para um comportamento respeitoso com a comunidade receptora, assim como para uma franca disposição de inter-relação com esta última; e
 - ter em conta que o Museu, como guardião do patrimônio tangível e intangível, deve fortalecer e preservar as manifestações tradicionais dos povos, envolvendo os visitantes nas situações problemáticas que vivem.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Qual é o potencial turístico de Alfenas?

**E como a Unifal-MG poderia atuar
mediante tais questões?**



REFERÊNCIAS

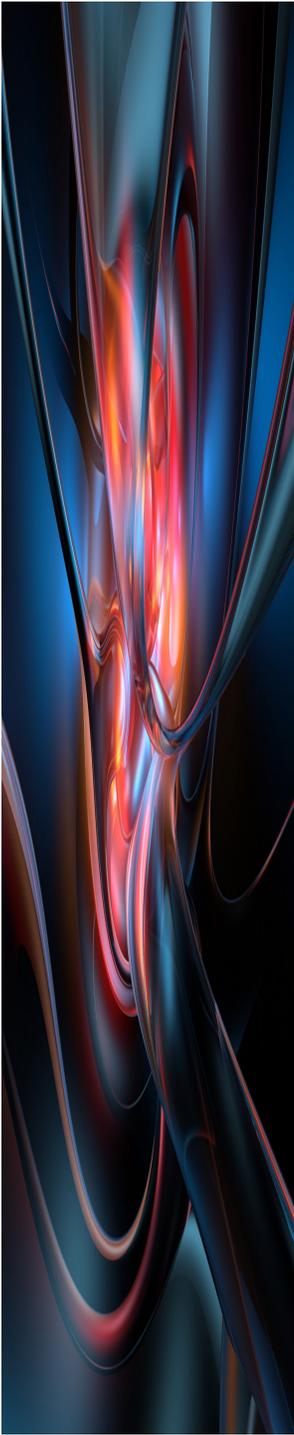
ICOFOM LAM. Declaración de Barquisimeto. ENCuentro del Comité Regional para América Latina y Caribe / ICOFOM LAM (4). Barquisimeto [Venezuela]. In: El pensamiento museológico latinoamericano – los documentos del ICOFOM LAM. Córdoba: ICOFOM LAM, 2006. p. 30-35.

MANZINI, Ezio. Romper com o Espírito do Tempo. O Correio da UNESCO, fev. 1997, p. 6-8.

Museums and Tourism. ICOM NEWS, vol. 62, nº 1, ano 2009.

SCHEINER, Tereza. Museu, ecomuseu, anti-museu: novas abordagens sobre patrimônio, sociedade e desenvolvimento. Rio de Janeiro: maio de 2005. (Texto original publicado em inglês).

SEMANA NACIONAL DE MUSEUS. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/main.htm>>. Acesso em 17 mai. 09.



CONTATO

Luciana Menezes de Carvalho
Técnico-Administrativo em
Educação – cargo Museóloga

luciana.carvalho@unifal-mg.edu.br

(35) 3292-5033