

EM FOCO



Diversidade Cultural: da Periferia para o Coração dos Museus

Ana Carvalho, investigadora em pós-doutoramento do Centro Interdisciplinar de História, Culturas e Sociedades (CIDEHUS) da Universidade de Évora

De que falamos quando falamos de diversidade cultural? Tomemos como ponto de partida a proposta da UNESCO ao referir-se à diversidade cultural como «a multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram a sua expressão» (UNESCO 2005 artigo 4, ponto 1). Marcando indelevelmente as políticas culturais um pouco por todo o mundo, as orientações da UNESCO sugerem que todas as culturas são igualmente válidas e o seu entendimento deve servir objectivos de paz, de diálogo intercultural e de coesão social. Num mundo cada vez mais globalizado considera-se a diversidade cultural tão indispensável para a Humanidade como a diversidade biológica o é para a natureza (UNESCO 2001). Esta perspectiva celebratória da diversidade cultural tem subjacente uma ética global de respeito pela dignidade humana e pelo pluralismo cultural como também subentende a promoção da criatividade e enfatiza o papel da diversidade cultural ao serviço do desenvolvimento sustentável das sociedades.

Mas que entendimentos sugere a noção de diversidade cultural para os museus? Como se traduz, que aportes?

Os museus são espaços de negociação da diferença ao seleccionarem o que é representado, o que se inclui, o que se exclui. Têm, por sua vez, a potencialidade de se afirmarem como espaços de promoção do diálogo intercultural, debatendo os temas da sociedade e a pluralidade de perspectivas, de trazerem para a arena as vozes ausentes ou negligenciadas, com a criação de ambientes construtivos e propícios à reflexão conjunta. Podem, deste modo, contribuir para a tolerância e para melhor compreender os obstáculos e os desafios da vida em sociedade (Kreps 2013). Em teoria, esta linha é consistente com o abandono da ideia de museu portador de um discurso neutro, objectivo e a uma só voz. Este reconhecimento implica também o repensar das práticas museológicas: quem e o quê está representado, como está representado, e quem fala por quem?

Se, por um lado, quando se fala de diversidade cultural se tende a focar nas questões relativas à etnicidade e, portanto, na forma de melhor representar e envolver grupos e comunidades pertencentes a grupos étnicos e de culturas diferentes, sejam imigrantes,

refugiados ou outros grupos, há, por outro lado, o reconhecimento que a diversidade cultural abrange um conjunto mais alargado de “outros” que, de forma consciente ou inconsciente, estão excluídos dos museus. Nesse conjunto estão incluídas preocupações de representatividade ao nível do género, do estatuto socioeconómico, das crenças, da intergeracionalidade, entre outras. Neste sentido, a promoção da diversidade cultural é um tópico transversal a todas as frentes da actividade museológica e de interesse para todas as tipologias de museus.

Por outro lado, se a promoção da diversidade cultural nos museus significa trazer para os museus os aportes de diferentes grupos e comunidades, então o enfoque está também na forma como se envolve, ou seja, no encontrar de formas de participação mais éticas e adequadas que viabilizem processos de consulta, negociação e participação implicando todas as partes interessadas. Esta é também uma das recomendações defendidas pelo ICOM relativamente à promoção da diversidade cultural nos museus (*Carta da Diversidade Cultural do ICOM*, 2010).

Ao reconhecer-se que os museus nem sempre foram eficazes na representação e promoção da diversidade e do diálogo intercultural, é preciso esclarecer que não se trata apenas de uma questão de representação, mas também de uma questão de para quem os museus se dirigem, falamos, portanto, de públicos. Um dos grandes desafios dos museus no séc. XXI é, sem grande margem para dúvidas, o aumento, mas sobretudo a diversificação dos públicos. Os estudos que vão sendo publicados confirmam que é ainda uma minoria, económica e socialmente favorecida, a frequentar museus. A maioria da população está arredada dos museus e, em grande medida, das instituições culturais. Ainda que a ausência de representação de aspectos da sua cultura na programação dos museus possa ser um motivo para que alguns grupos e comunidades não frequentem museus, de um modo geral persistem outras barreiras que são partilhadas pela maioria da população: interesse, económicas, hábitos de visita, acolhimento, disponibilidade/tempo, entre outras. Por exemplo, no último estudo do barómetro europeu sobre acesso e participação cultural as principais barreiras evocadas por portugueses foram, em primeiro lugar a falta de interesse, seguida pela falta de tempo e só depois por razões económicas (European Commission 2013), o que demonstra a premência dos museus em demonstrarem a sua relevância junto a uma população alargada. Até certo ponto, a prevalência de uma estratégia (ou a ausência dela) que não procure contrariar ou romper com as barreiras que limitam o acesso cultural a uma instituição é também uma forma de activamente manter essas desigualdades (Holden 2010).

O debate sobre a promoção da diversidade nos museus também tem sido analisado na óptica dos profissionais de museus *per se*. Serão as equipas dos museus suficientemente diversas e, por sua vez criativas, para dar resposta às necessidades de diferentes grupos e comunidades? No Reino Unido, por exemplo, a Museums Association adoptou a diversidade étnica das equipas de trabalho como eixo estratégico (*Diversity Scheme*), ainda que mais recentemente privilegie uma noção mais aberta, passando a

incluir a diversidade na perspectiva do estatuto socioeconómico, ou seja, promovendo o acesso à carreira nos museus a pessoas de baixa condição económica (Shaw 2013).

Entre 2010 e 2013 fizemos uma pesquisa que compreendeu a análise de três museus europeus com colecções etnográficas (veja-se Carvalho 2015). Nesse contexto foi possível identificar quais as perspectivas de promoção da diversidade cultural negociadas, as principais tendências e os princípios advogados num quadro alargado e transversal das práticas museológicas. Para efeitos da escrita deste texto, optámos por apresentar apenas alguns resultados e reflexões referentes à National Museums Liverpool (NML), organização museológica que tutela oito museus em Liverpool (Reino Unido), um dos quais incluído na investigação que realizámos.

A NML adopta uma abordagem corporativa no que concerne à promoção da diversidade cultural. Além de uma missão e visão comuns, os oito museus partilham entre si vários serviços, nomeadamente no âmbito da educação, do trabalho com as comunidades, da comunicação, entre outras áreas. Uma declaração de intenções no sentido de promover a diversidade cultural ocorreu em 2005, com a criação de um grupo de trabalho responsável por iniciativas neste domínio e por monitorizar o seu impacto na organização. Numa fase seguinte, um compromisso público foi assumido com a publicação da declaração “Igualdade e Diversidade”, que implicitamente reconhecia o alcance restrito da programação dos museus de Liverpool a algumas franjas da sociedade, e estabeleceu um conjunto de objectivos para tornar a organização mais inclusiva.

A necessidade de alterar o perfil de públicos dos museus de Liverpool de acordo com a realidade sociodemográfica reflecte-se na concepção da política para a diversidade, que identifica a diferença de forma multidimensional e alargada, promovendo um entendimento flexível da noção de diversidade. Para além da etnicidade, outras dimensões são contempladas, nomeadamente a questão do género, da idade, da orientação sexual, das crenças e religião, e da deficiência.

A declaração “Igualdade e Diversidade” é dualista nos seus objectivos, pois reconhece a necessidade de mudanças internas e, neste sentido, o documento dirige-se também às equipas dos museus (incluindo fornecedores e outras partes envolvidas com a organização museológica), e ao mesmo tempo é uma mensagem externa que assinala uma mudança na imagem pública da NML e o compromisso em prol da diversidade.

O compromisso para com a diversidade não se esgota, porém, na forma de uma declaração ou na criação de grupos de trabalho ou departamentos específicos, cuja eficácia tem, aliás, sido recentemente questionada, sobretudo quando se desenvolvem nas margens da actividade museológica, causando pouco impacto na cultura da organização (Nightingale e Mahal 2012). A promoção da diversidade é, no âmbito da NML, entendida como uma prioridade que atravessa todas as áreas (gestão de colecções, investigação, criação de projectos, envolvimento com as comunidades e grupos, formação de equipas, administração e governança), não se restringindo, como

mais comumente, à área educativa e a projectos especiais no âmbito da formação e captação de novos públicos.

A estratégia para a promoção da diversidade cultural estende-se também às colecções e às exposições, em reposta às necessidades e interesses de diferentes públicos, através de práticas regulares de consulta e de colaboração (p. ex. interpretação, novas colecções). Além de um programa de exposições comunitárias, que visa a auto-representação por parte de grupos e comunidades, possibilitando a expressão da sua cultura, identidade e património (material e imaterial), destaca-se a criação de exposições multivocais, nas quais se propõe múltiplas perspectivas e leituras com a introdução de testemunhos de membros das comunidades.

A promoção da diferença inserida na programação museológica de forma episódica, embora fundamentada pela vontade de celebrar a diferença e no quebrar de preconceitos, nem sempre garante o efeito que lhe está subjacente para as muitas instituições que o procuram fazer. Porém, na NML, para além de uma programação especialmente dirigida para a promoção de diferentes culturas, esta não se restringe à criação de eventos pontuais de celebração e reconhecimento (*Mês da História Negra*, *Dia da Escravatura*, *Semana dos Refugiados* *Liverpool Irish Festival*, *Liverpool Arabic Arts Festival*, *Semana da Deficiência*). A diversidade configura-se como um valor que está imbuído na visão corporativa da organização e que fica patente de forma transversal não só pelo trabalho realizado pela equipa das comunidades, mas também por outros departamentos e áreas de trabalho. Até certo ponto, procura-se tornar a diferença como parte integrada na política museológica, torná-la *mainstream*. Esta visão transversal, a par com o enfoque na criação de parcerias que garantam um relacionamento mais durável e sustentável com grupos e comunidades de modo a ultrapassar o carácter pontual das iniciativas, são premissas relevantes para a organização. No cerne da actividade desenvolvida pela equipa das comunidades e pela equipa das parcerias, assume especial relevo o trabalho em rede, ou seja, o envolvimento dos museus com organizações externas de actuação diversa (saúde, educação, cultura, social e outras) ao nível regional ou local, através da consolidação de parcerias que garantam de forma sustentável e a longo prazo o envolvimento de diferentes públicos, grupos e comunidades.

A promoção da diversidade como elemento estratégico permanece na agenda desta organização museológica, também devido a uma forte liderança que viabiliza uma retórica com repercussões significativas e estruturais no seio da organização: a forma como se posiciona (valores, missão), como se organiza, como define a investigação e a programação, e como distribui os recursos humanos e económicos.

O alargamento e a diversificação de públicos alcançado pela NML nos últimos anos resulta da implementação de uma estratégia continuada em prol da diversidade cultural na organização, que não obstante, só tem sido possível através de investimentos substanciais. O papel social da NML e, por sua vez, uma maior responsabilização da organização na sociedade é também o argumento instrumental

que tem levado à procura de fontes e receitas alternativas ao financiamento do governo, de modo a minorar as consequências da redução do orçamento devido à crise económica, e alcançar os objectivos traçados.

Este caso introduz algumas pistas e clarifica a importância de uma estratégia para a diversidade cultural que ocorra a múltiplos níveis das práticas museológicas e de forma transversal. Por outro lado, realça o seu enquadramento numa estratégia mais vasta que inclui como elemento nuclear o alargamento e a diversificação dos públicos. Trata-se de deixar de entender a promoção da diversidade cultural como experiências episódicas e periféricas às práticas museológicas para perspectivá-la como um eixo central da actividade museológica.

Referências

- Carvalho, Ana. 2015. “Diversidade Cultural e Museus no Séc. XXI: O Emergir de Novos Paradigmas.” Doutoramento em História e Filosofia da Ciência, especialização Museologia, Universidade de Évora. <https://uevora.academia.edu/AnaCarvalho>
- European Commission. 2013. *Cultural Access and Participation: Report (Special Eurobarometer 39)*. Special Eurobarometer 399/Wave EB79.2. [s.l.]: European Commission e TNS Opinion & Social.
- Holden, John. 2010. *Culture and Class*. [Londres]: Counterpoint.
- ICOM. 2010. “ICOM Cultural Diversity Charter.” Paris: ICOM (Conselho Internacional de Museus). <http://icom.museum/the-governance/general-assembly/resolutions-adopted-by-icoms-general-assemblies-1946-to-date/shanghai-2010/>
- Kreps, Christina. 2013. “The Power of Words and Vocabularies.” In *Museums and Intercultural Dialogue: The Learning Project Network*, editado por Ineta Zelca Simansone, 4: 13-17. [s.l.]: The Learning Museum - LEM.
- Nightingale, Eithne, e Chandan Mahal. 2012. “The Heart of the Matter: Integrating Equality and Diversity into Policy and Practice of Museums and Galleries.” In *Museums, Equality and Social Justice*, editado por Richard Sandell e Eithne Nightingale, 13-37. Oxon: Routledge.
- Shaw, Lucy. 2013. *Diversify, Reflections and Recommendations: The Final Report on the MA’s Workforce Diversity Scheme*. [London]: Museums Association.
- UNESCO. 2001. *Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural*. Paris: UNESCO.
- UNESCO. 2005. *Convenção Sobre a Protecção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. Paris: UNESCO.