

## **GESTÃO MUSEAL: O CASO DO MUSEU DA INDÚSTRIA COMO POSSIBILIDADE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL**

Modalidade de trabalho: Apresentação oral

### **RESUMO EXPANDIDO**

Sabe-se que para os gregos a memória tem origem divina: a deusa *Mnemosine* é a mãe das nove musas protetoras das artes e da história, cabendo-lhe conceder aos poetas a lembrança do passado e sua transmissão aos imortais.

Nos dias de hoje, essa função é exercida pelo museu, “instituição sem fins lucrativos, de natureza cultural, que conserva, investiga, comunica, interpreta e expõe, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de outra natureza cultural, aberta ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento” (BRASIL, 2013, p. 1).

Este trabalho trata, portanto, da questão da memória e de seus limites como tema central, apresentando, nesse contexto, o seguinte problema de pesquisa: pode uma instituição museológica não somente zelar por determinada memória, mas, a partir dela, intervir na realidade para deliberadamente promover mudanças?

Na expectativa de encontrar respostas para essa pergunta, tem-se, como objeto de estudo, o Museu da Indústria, empreendido pela Federação das Indústrias do Estado do Ceará – FIEC, por meio do Serviço Social da Indústria – Departamento Regional do Ceará – SESI-DR-CE.

O objetivo principal é descrever sua proposta museológica, concebida e implantada para promover a inovação e a competitividade da Indústria cearense à luz de sua própria história, preservada e difundida com o apoio dos setores acadêmico e cultural locais, especialmente.

Metodologicamente falando, trata-se de um caso a ser explorado por meio de análises dos documentos institucionais, isto é, de pesquisa documental, e de observação participante, visto que o autor deste trabalho é também membro da equipe de implantação do Museu da Indústria, caracterizado, enfim, nos parágrafos a seguir.

Inicialmente, vale a pena apresentar os resultados da análise SWOT realizada, ou melhor, as forças, as fraquezas, as ameaças e as oportunidades do Museu.

**Forças:** faz parte do Sistema FIEC; tem fácil acesso à Indústria, ao setor acadêmico, ao poder público e à imprensa; tem quantidade significativa de recursos econômicos e financeiros para custeio e investimento; é capaz de exibir acervos iconográficos e audiovisuais de forma dinâmica e interativa; possui edificação tombada e restaurada.

**Fraquezas:** possui altos custos fixos por conta da estrutura instalada; não possui estacionamento próprio; ainda não possui processos internos descritos e implantados.

**Oportunidades:** a cultura é fonte de inovação e vantagem competitiva para a Indústria, podendo agregar valor a produtos e estratégias de negócios; a história da Indústria cearense e seu papel no desenvolvimento do Estado ainda carecem de estruturação sistemática, preservação, promoção e articulação com o contexto atual e com as perspectivas de futuro; as instituições artísticas e culturais do Estado clamam por acesso ao setor produtivo, na busca de parcerias e patrocínios para projetos que poderão compor o portfólio do Museu.

**Ameaças:** não existe no Ceará uma cultura de visitação a museus e a equipamentos culturais, bem como de preservação da memória e do patrimônio imaterial local; em termos de *Soft Power* (capacidade de influenciar outras regiões por meio da própria cultura), o Ceará é um Estado “importador” de cultura; a Indústria cearense, acostumada a lidar com questões

tangíveis, como insumos e matérias-primas, máquinas e equipamentos e produtos, ainda é pouco sensível à ideia de se gerar valor a partir de elementos da cultura.

Recém-nascido nesse contexto, o Museu da Indústria busca, em um ciclo virtuoso, firmar-se como uma instituição geradora de conhecimento e formadora de opinião pública.

Para tanto, atua de maneira multifacetada: primeiramente, como se fosse uma empresa de consultoria, realiza levantamentos sobre as necessidades de segmentos industriais ou indústrias determinadas; em seguida, na forma de projetos curatoriais, elabora soluções para os desafios encontrados; tais soluções são, então, apresentadas e comercializadas; realiza parcerias e também pesquisas primárias e secundárias para que se viabilizem os projetos curatoriais; estrutura os acervos decorrentes; e realiza a publicidade e a propaganda e, por fim, a programação.

Tal estratégia pode ser exemplificada da seguinte maneira: apoiado por outras instituições do Sistema FIEC, o Museu da Indústria identifica o gerenciamento de resíduos sólidos como um dos grandes dilemas da Indústria brasileira e, conseqüentemente, cearense nos dias de hoje. A partir de pesquisas primeiras em fábricas de pás de aerogeradores, identifica a geração de toneladas de resíduos de fibra de vidro, perfeitamente reaproveitáveis na forma de produtos acabados dos mais diversos tipos, como móveis e utilitários, esculturas artísticas, dentre outros. Em parceria com coletivo local de artistas, arquitetos e indústrias do ramo da Construção Civil, elabora e realiza projeto de reurbanização de praças públicas, a partir da produção e instalação de esculturas artísticas de grande porte.

Enquanto as praças se tornam, portanto, espaços de exposições permanentes e itinerantes do Museu, seus espaços internos de exposição temporária abrigam as réplicas em miniatura das obras de arte e colocam em pauta questões como meio ambiente, urbanismo e valores cultural e artístico agregados a produtos industriais.

Abragam também os *showrooms* das indústrias de Construção Civil patrocinadoras, cujos edifícios em oferta adotam em suas áreas comuns versões das obras de arte presentes nas praças públicas, gerando interlocução com a cidade e mídia espontânea para si.

Espaços públicos e produtos industriais, portanto, tornam-se, integradamente, objetos museais, potencializados pela polissemia inerente à produção artística, inspirada, no caso, vale notar, no movimento *Arts & Crafts*, na *Art Nouveau* e na Escola de *Nancy*, na *Bauhaus*, na *Pop Art* e em outros movimentos artísticos que historicamente contribuíram para a legitimação da Arte pela Economia (GREFFE, 2013).

Por fim, faz-se necessário retomar a pergunta de pesquisa: pode uma instituição museológica não somente zelar por determinada memória, mas, a partir dela, intervir na realidade para deliberadamente promover mudanças? Em outras palavras, pode o Museu da Indústria transformar espaços públicos e produtos industriais em objetos museais? O Museu da Indústria pode diagnosticar demandas organizacionais como uma consultoria, produzir obras de arte como uma fábrica e divulgar produtos industriais como um *outdoor*?

Recém-nascido por iniciativa da própria Indústria, o Museu da Indústria ainda não tem respostas definitivas para tais perguntas, mas de fato se trata do que ele já faz.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMORA, Z. B. Indústria e espaço no Ceará. In: SILVA, J. B. da S. (org.) et all. Ceará: um novo olhar geográfico. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005.
- BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 - Lei Rouanet. Reestabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm)>. Acesso em: 02 fev. 2014.
- CASTELLANO, Igor et al. Think Tanks: Conceito, Casos e Oportunidades no Brasil. ISAPE Debate, Número 2, Outubro de 2012.
- CAVALCANTE, A. Museu da Indústria: Aliando História e Desenvolvimento. Revista FIEC, Edição 51, ago. 2011.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Orientações para elaboração dos planos de ação 2013: Sesi, Senai e IEL. Confederação Nacional da Indústria: organizadores: Antonio Vitor Vicente Galante, Davi Bomtempo e Giovanna Almeida Leal Silva. – Brasília: CNI, 2012.
- GREFFE, X. Arte e Mercado. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2013.
- MARANDINO, M. A cultura escolar frente aos desafios das novas tecnologias no ensino de ciências. In: Encontro Aberto do Grupo de Ação Coordenada em Ensino de Ciências do Estado do Rio de Janeiro, V, 2002.
- MinC. Sistema de apoio às leis de incentivo à Cultura. SalicNet. 2014. Disponível em <<http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>>. Acessado em: 10 mar. 2014.
- MUSEUS EM NÚMEROS. Instituto Brasileiro de Museus. Brasília, 2011. 240 p. vol. 1 e 2A.
- O POVO, Jornal. Publicado em 22 de janeiro de 2014. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/vidaearte/2014/01/22/noticiasjornalvidaea+rte,3194509/atividades-do-corredor-cultural-do-benfica-comecam-em-abril.shtml>> Acessado em: 19/02/2014.
- POLÍTICA NACIONAL DE MUSEUS/organização e textos, José do Nascimento Junior, Mário de Souza Chagas. – Brasília: MinC, 2007.
- PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Estratégia e sociedade: o elo entre vantagem competitiva e responsabilidade social empresarial. Harvard Business Review Brasil, dez 2006, p.52-66.
- RAIS. Relação Anual de Informações Sociais 2012. Brasília: MTE, 2012.
- SETUR/CE. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Indicadores Turísticos 1995/2013. Fortaleza, 2014.
- SIGA. Sistema Integrado de Gestão da Arrecadação. Confederação Nacional da Indústria. Versão 2010.046. Disponível em: <<http://siga2.sistemaindustria.org.br/>>.
- SISTEMA FIRJAN. Indústria Criativa: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. 2012.
- SISTEMA FIRJAN. Indústria Criativa: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil - Análise Especial: Ceará. 2012.
- TOLILA, P. Cultura e economia. São Paulo: Iluminuras, 2007.