

O Museu da Casa Brasileira entre legitimidade cultural e boa-vontade democrática

The Museu da Casa Brasileira between cultural legitimacy and democratic goodwill

El Museu da Casa Brasileira entre la legitimidad cultural y la buena voluntad democrática

Juliana Cristina Shiraishi* 

Carolina Martins Pulici** 

RESUMO

Este artigo investiga como o Museu da Casa Brasileira, situado no antigo solar de um casal da elite paulistana, atende às demandas contemporâneas de “democratização cultural”. Se, no momento de sua fundação, o museu hesitou entre priorizar o mobiliário artístico representativo das classes dirigentes e, inversamente, as peças de valor histórico e antropológico emblemáticas de todos os grupos sociais do país, pode-se dizer que tal impasse se mantém operante até os dias atuais. A análise de documentos institucionais e de entrevistas com os responsáveis pelos principais setores da instituição revela uma política cultural dualista: ao promover tanto o *design* “erudito” valorizado pelo público cultivado quanto o referencial cotidiano da casa prezado por visitantes não versados em arquitetura doméstica, o MCB preserva sua legitimidade no universo dos *experts* e, a um só tempo, sinaliza sua “boa-vontade democrática”.

Palavras-chave: democratização, distinção, políticas culturais, Museu da Casa Brasileira, São Paulo.

* Universidade Federal de São Paulo, Guarulhos, SP, Brasil.

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (EFLCH) da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp). juliana.shiraishi@gmail.com

** Universidade Federal de São Paulo, Guarulhos, SP, Brasil.

Doutora em Sociologia (USP) e professora associada da Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Paulo (EFLCH-UNIFESP). carolina.pulici@unifesp.br

ABSTRACT

This article investigates how the Museu da Casa Brasileira, located in the former residence of an elite couple in São Paulo, meets contemporary demands for “cultural democratization”. If, at the time of its foundation, the museum hesitated between prioritizing artistic furniture representative of the ruling classes and, conversely, pieces of historical and anthropological value emblematic of all social groups in the country, it can be said that such a dilemma remains operative to this day. The analysis of institutional documents and interviews with key figures in the institution’s main departments reveals a dualistic cultural policy: by promoting both the “erudite” *design* valued by the cultivated public and the home’s everyday references appreciated by visitors unfamiliar with domestic architecture, MCB preserves its legitimacy in the realm of experts and simultaneously signals its “democratic goodwill”.

Keywords: democratization, distinction, cultural policies, Museum of the Brazilian House, São Paulo

RESUMEN

Este artículo investiga cómo el Museu da Casa Brasileira, ubicado en la antigua mansión de una pareja de élite de São Paulo, responde a las demandas contemporáneas de “democratización cultural”. Si, en el momento de su fundación, el museo dudó entre priorizar muebles artísticos representativos de las clases dominantes y, a la inversa, piezas de valor histórico y antropológico emblemáticas de todos los grupos sociales del país, se puede decir que este impasse sigue vigente. El análisis de documentos institucionales y las entrevistas con responsables de las principales secciones de la institución revelan una política cultural dualista: al promover tanto el diseño “erudito” valorado por el público culto como la referencia cotidiana de la casa valorada por visitantes no versados en arquitectura doméstica, el MCB preserva su legitimidad en el mundo de los expertos y, al mismo tiempo, señala su “buena voluntad democrática”.

Palabras clave: democratización, distinción, políticas culturales, Museu da Casa Brasileira, São Paulo.

Muitos museus foram constituídos ao longo da história em antigas residências de elite, como lembra o caso emblemático do Museu Hermitage, antiga morada dos czares russos em São Petersburgo que, mesmo depois de aberto ao público, permitia o acesso com a condição de os visitantes estarem vestidos com trajes cerimoniais da corte russa. Notou-se, assim, que os museus não eram “politicamente inocentes” pois, “até 1914, os grandes sacerdotes dos museus sentiam pouca, se não nenhuma, obrigação de democratizar ou popularizar suas exposições” (Mayer, 1990 [1981], p.199).

Este vínculo umbilical entre alta sociedade e museus não deixa de ser notado também no caso do Museu da Casa Brasileira (MCB), localizado na Avenida Brigadeiro Faria Lima, área privilegiada da cidade de São Paulo, uma vez que ocupa o solar neoclássico em que viveu o casal Renata Crespi e Fábio Prado – a primeira descendente de imigrantes italianos bastante enriquecidos e o segundo oriundo de uma família quatrocentona há muito enraizada nas elites brasileiras. Para além da doação da edificação palladiana que viria a acomodar o futuro museu, o casal também doou sua coleção de arte e mobiliário para compor o acervo da instituição, hoje uma referência de excelência no universo da arquitetura doméstica e do *design* do Brasil.

Mas, diferentemente do museu russo, um dos maiores do mundo, fundado em 1764, o Museu da Casa Brasileira teve sua primeira fundação nos anos 1970, período caudatário das contestações de maio de 1968 na França, que viu nascer diferentes apelos em prol da “democratização” dos espaços museais. Foi, com efeito, no bojo dessas reivindicações que nasceu a chamada “Nova Museologia”, movimento em defesa da dessacralização dos “templos” de exposição das obras de arte que promoveu um debate em escala internacional (Gonçalves, 2004). No contexto latino-americano foi cunhado o conceito de “museu integral-integrado”, atribuindo a essas instituições a função de transformação social e o dever de se integrar à vida da comunidade, o que teria fomentado, segundo o presidente do ICOFOM (Comitê Internacional de Museologia do Conselho Internacional dos Museus), as primeiras reflexões sobre um museu “descolonizado” (Brulon, 2020). No Brasil, a inclusão dos não iniciados tem sido buscada, em grande medida, por meio do educador encarregado de contextualizar as obras (Barbosa, 1989). Assim, a *Política Nacional de Educação Museal* (2012) do IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus) institui que o museu estabeleça um setor de educação que viabilize o diálogo com a sociedade, mediante o decreto do *Estatuto de Museus* (Lei nº.11.904, 2009), que preceitua:

Art. 29. Os museus deverão promover ações educativas, fundamentadas no respeito à diversidade cultural e na participação comunitária, contribuindo para ampliar o acesso da sociedade às manifestações culturais e ao patrimônio material e imaterial da Nação.

Tais exigências são reforçadas por pesquisas conduzidas atualmente no país, que revelam as propriedades sociais privilegiadas dos frequentadores dessas instituições de conservação e de consagração cultural.¹ Também não deixam de reverberar estudos clássicos e contemporâneos sobre os públicos dos museus, os quais têm sublinhado a persistência das desigualdades de fruição de suas coleções (Bourdieu, 1979/2008), na medida em que, enquanto a arte mais legitimada seria decifrável sobretudo pelos detentores dos códigos estilísticos das obras, o público leigo se voltaria especialmente “às obras que menos exigem ‘saberes típicos’ como, por exemplo, os móveis ou as cerâmicas” (Duval, 2020, p. 24).

Nesse novo contexto, no qual as demandas sobre as instituições museais só fazem crescer, importa lembrar que, não obstante o caráter potencialmente intimidador dos museus que serviram originalmente de palácios residenciais, estes ainda assim foram considerados mais acolhedores aos visitantes menos familiarizados com o mundo da arte, por responderem “aos interesses estéticos desenvolvidos pelo gosto voltado para a decoração das casas” (Bourdieu & Darbel, 1966/2007, p. 140). Em vista disso, uma das questões que se coloca é a de saber como o Museu da Casa Brasileira, situado na antiga residência de uma família das elites paulistanas, tem atuado no sentido de se tornar uma instituição museológica compromissada com a “inclusão social”.²

A fim de fornecer elementos de resposta a essa indagação, caracterizaremos as propostas adotadas contemporaneamente pelo MCB para responder a esses apelos de democratização. Para tanto, abordaremos inicialmente a reconversão do Solar Crespi Prado em instituição cultural pública, a fim de apreendermos, em seguida, as estratégias e o público-alvo das

¹ Em *Cultura nas capitais*, de 2018, o percentual de visitação é maior entre quem tem nível superior (57%), é da “classe A” (62%) e se autodeclara branco (38%) (Leiva, 2018). Em 2020, o ICOM Brasil (Conselho Internacional de Museus) publicou um levantamento sobre o público dos museus que seria, semelhantemente, em sua grande maioria autodeclarado branco (73%) e com pós-graduação ou doutorado (52%) (ICOM, 2020).

² A “inclusão social”, para usar os termos nativos, constitui hoje uma das missões institucionais do MCB, como se pode observar no *site* disponível em: <https://mcb.org.br/pt/museu/apresentacao/>

políticas culturais implementadas nos anos 2010 e, por fim, os princípios estruturantes dos discursos e das programações institucionais. Como se verá, se, desde sua criação, o museu hesitou entre priorizar a apresentação do mobiliário artístico de excelência representativo das classes dirigentes e, ao contrário, as peças de valor histórico e antropológico emblemáticas de todos os grupos sociais, a análise empreendida sugere que tal impasse se mantém presente até hoje. Com efeito, o tratamento quantitativo e qualitativo dos dados coletados nos relatórios anuais do período de 2013 a 2018, no *site* institucional, nos documentos do setor Educativo, nos 124 vídeos do canal da instituição no YouTube produzidos entre 2015 e 2020, em fontes bibliográficas e em quatro entrevistas com os responsáveis pelos diferentes polos do museu permite afirmar que a instituição consagra o *design* “erudito” valorizado pelo público cultivado, ao mesmo tempo que promove o referencial cotidiano da casa junto aos visitantes não versados em arquitetura doméstica. Mediante essa política cultural dualista é que parece conseguir preservar sua legitimidade no universo dos *experts*, sem deixar de explicitar sua “boa-vontade democrática”.

De casa a museu

No palacete neoclássico onde atualmente se encontra o MCB morou Renata Crespi (1897-1981), filha do industrial italiano do ramo têxtil Rodolfo Crespi, dono do Cottonificio Crespi, e seu marido Fábio Prado (1887-1963), prefeito paulistano entre 1934 e 1938 e rebento da elite cafeeira paulista. O casamento, em 1914, foi dos primeiros a reunir descendentes de imigrantes enriquecidos a famílias quatrocentonas que aspiravam à manutenção do poder das velhas elites, num momento em que o poderio econômico em São Paulo passava das mãos dos fazendeiros às dos industriais (Santos, 2016). Viveram na residência entre 1945 e 1963, até o falecimento de Fábio Prado e a mudança de sua esposa para um apartamento em Higienópolis. Como a união não deixara herdeiros, Renata Crespi doou o solar para a Fundação Padre Anchieta, em 1968, com a intenção de abrigar uma entidade cultural. Após um convênio entre a instituição beneficiada e o Governo do Estado de São Paulo, o casarão se tornou a sede definitiva do museu, fundado em 1970 pela Secretaria da Cultura, Esporte e Turismo do Governo do Estado de São Paulo (Guerra, 2015).

Afora a destinação de sua residência a uma instituição cultural, o casal patrocinou artistas como Cândido Portinari, que retratou Fábio Prado em estilo acadêmico, Victor Brecheret, que eternizou Renata Crespi num busto em mármore (Miceli, 1996), e se dedicou à coleção de peças raras e de mobiliário, prática herdada da avó de Fábio Prado, Veridiana da Silva Prado, pioneira do colecionismo no país. Vê-se, assim, que o patrimônio político e econômico que remontava a seus antepassados não foi a única herança a perpetuar o casal Crespi-Prado para além de sua finitude biológica, uma vez que seu “comprometimento cultural” também assegura, até os dias que correm, sua honorabilidade social, como é de praxe entre as classes dominantes (Pulici, 2014). Testemunho da origem luso-brasileira e italiana do casal, o acervo congrega quadros de artistas italianos e itens evocadores da história nacional, como retratos de Dom Pedro II e da Imperatriz Teresa Cristina (Santos, 2016). O próprio solar neoclássico, projetado em 1942 por Wladimir Alves de Souza,³ “se reconcilia com uma antiga ordem social” (Pulici, 2011, p. 127) ao remeter às linhas do Palácio Imperial de Petrópolis.⁴

Figura 1 – A edificação imponente do Museu da Casa Brasileira



Fonte: Site MCB

³ Arquiteto (1908-1994) e antigo professor e diretor da Escola Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro.

⁴ Em contraste com o gosto vanguardista expresso na arquitetura moderna da mansão vizinha, habitada pela família Gikovate, à época recém incorporada às elites da cidade, a preferência pela arquitetura neoclássica estaria ligada à maior antiguidade de pertencimento do casal Crespi-Prado às classes abastadas de São Paulo (Rosatti, 2019).

O solar e a coleção tinham o MCB como destino final, mas, devido aos impasses burocráticos que acompanharam a doação, os conselheiros do museu sugeriram a criação de uma fundação particular (Guerra, 2015). Renata Crespi deu assim origem à Fundação Crespi-Prado em 1975, mas ainda sem um espaço expositivo, o que a levou a buscar parcerias com outras instituições, como a Pinacoteca do Estado e o Jockey Club de São Paulo. A parceria definitiva com o MCB se concretizou somente em 1996, com a inauguração da exposição “Acervo Crespi-Prado”, em exibição até 2010. Após uma reorganização expográfica foi inaugurada, em 2012, a exposição permanente “A Casa e a Cidade – Coleção Crespi-Prado” (Santos, 2016).

A primeira exposição buscou reconstituir a ambientação original do espaço, o que é típico de museus-casas (Leon, 2012). Segundo Puig (2011, p. 81), “a visita à coleção permite vislumbrar como vivia, na primeira metade do século XX, um casal abastado e importante na vida política e cultural de São Paulo”. Como o museu não pretendia se encaixar no padrão clássico de um museu-casa, na medida em que vislumbrava também apresentar as diferentes moradas brasileiras, o cenário expositivo foi reformulado e a atual exposição apresenta o acervo nos limites do segundo andar do prédio, sem referência à posição original. Apesar disso, o Museu da Casa Brasileira continuou sendo interpretado como um museu-casa (Guerra, 2015), na medida em que sua trajetória de casa a museu, que proporciona uma correlação entre edifício (Solar Fábio Prado), coleção (Acervo Crespi-Prado) e proprietários (Renata Crespi e Fábio Prado), eternizando seu estilo de vida, é própria de tais instituições (Puig, 2018). Ademais, se o museu-casa se define pela justaposição entre o privado e o público, em seus primórdios o MCB não fugiu à regra, dado que “a presença de Renata Crespi no Conselho do Museu exercia forte influência sobre a formação e gestão do acervo do MCB”, pois “além de fazer parte da Comissão que selecionava peças para a constituição do acervo, também foi indicada por Paulo Duarte para ser uma das responsáveis pela [...] disposição das peças do acervo [...] no que se pretendia ser a primeira exposição” (Guerra, 2015, p. 222).

Assim, ao longo de sua história, o museu passou por impasses no que diz respeito à consolidação de seu perfil: seria ele um museu-casa? Um museu do mobiliário artístico e de artes decorativas? Ou, ainda, um museu antropológico? De acordo com Leon (2012, p. 144), “são vais e vens *[sic]* intrincados, que fazem pesar a instituição de um lado para o outro desde

o começo”. Tal é notável nas mudanças de sua nomenclatura: de um lado, o conselheiro Paulo Duarte⁵ (1899-1984) defendia a manutenção do nome inicial *Museu da Cultura Paulista – Mobiliário Artístico e Histórico Brasileiro*, que propõe o protagonismo de São Paulo no âmbito do mobiliário artístico; de outro, o diretor Silva Bruno,⁶ inspirado pelos princípios da “Nova Museologia”, defendia a mudança para *Museu da Casa Brasileira*, que previa uma perspectiva nacional incluindo peças de valor histórico, para além do mobiliário artístico (Guerra, 2015). Tais oscilações revelam o quanto a formação do acervo foi marcada por divergências e disputas: Silva Bruno (1912-1985) visava um museu de tipo histórico e antropológico que não se restringisse à cultura “erudita”, abrangendo o patrimônio da morada e dos costumes domésticos de todos os grupos sociais, enquanto os conselheiros – entre eles, Renata Crespi, Paulo Duarte, os comerciantes e colecionadores Eldino Brancante, Fernando Millan, Sylvia Assumpção, o historiador Sergio Buarque e o arquiteto Carlos Lemos – baseavam-se em critérios pautados no “bom gosto”, “raridade” e “primazia técnica” de cada peça. Dadas essas divergências de origem, o acervo do MCB hoje conserva e propaga as artes decorativas provenientes das coleções das elites e, a um só tempo, aborda a casa de todos os grupos sociais do país (Guerra, 2015). Após a saída de Silva Bruno da direção, o MCB se especializou em arquitetura e *design* (Guerra, 2015), o que se consolidou com a criação do Prêmio de *Design* em 1986,⁷ o evento de maior notoriedade do museu e a premiação mais tradicional do Brasil na área.

Museu para iniciados

Em concordância com o IBRAM (2018), que aponta um crescimento geral de visitas museais entre 2001 e 2018 no Brasil, os dados coletados pelo MCB mostram que houve um considerável aumento do número de visitantes, que passara de 115.250 em 2013 para 169.756 em 2018. Mas as visitas ainda se restringem a um grupo minoritário: conforme levantamento

⁵ Professor da Faculdade de Filosofia da USP e chefe-redator d’*O Estado de S. Paulo*.

⁶ Primeiro diretor do *Museu da Casa Brasileira* (1970-1979), jornalista e membro da Academia Paulista de Letras.

⁷ Sob a direção de Roberto Duailibi, antigo sócio de José Zaragoza e Francesc Petit na agência de publicidade DPG, professor da ESPM e da ECA/USP.

realizado em 2009, o público pertence às “classes A e B” e está acostumado a frequentar museus.⁸ De acordo com os vídeos institucionais (MCB, 2015, 2016)⁹, 63% de seu público tinha, em 2016, nível universitário e era constituído por profissionais da arquitetura e do *design*, estudantes, turistas e famílias, o que sugere a predominância de um público potencialmente dotado da competência cultural necessária ao deciframento da linguagem “especializada” das obras.

Tal recrutamento é condizente com os resultados da codificação dos temas das 58 exposições realizadas entre 2013 e 2018 (descritas nos relatórios anuais e no *site* do MCB), os quais indicam que a maioria dessas mostras apresenta referenciais “especializados”. Em termos de distribuição temática, temos que 51% da programação aborda um arquiteto ou *designer* cujas obras entraram para a história da arquitetura e do *design*; 24% das exposições apresenta uma produção arquitetônica ou de *design* de excelência, isto é, a exposição não faz menção direta a um artista especificamente, mas a obras, estilos e técnicas agraciados pela história e pela crítica de arquitetura e de *design*; 16% alude aos valores do “multiculturalismo”, apresentando as formas de morar com valor antropológico, como a arquitetura e o *design* não pautados no cânone erudito, próprios às comunidades indígenas, ribeirinhas, periféricas etc. Por fim, 8% trata da sustentabilidade, fazendo menção à produção sustentável (com peças feitas a partir da reciclagem, madeira certificada etc.).

Tabela 1 – Distribuição dos temas das exposições entre 2013 e 2018

Temas	%
Arquiteto/ <i>design</i> ilustre	51
Arquitetura/ <i>design</i> de excelência	24
Multicultural	16
Sustentabilidade	9
Total	100

Fonte: elaboração própria

⁸ A pesquisa foi apresentada no Relatório Anual de 2013, mas não conseguimos ter acesso aos dados brutos.

⁹ Além dos vídeos não disponíveis *online*: *Música no MCB* (2015) e *Casa do Brasil 2016* que constam do acervo da autora.

Nota-se, de um lado, a arquitetura e o *design* de “excelência”; de outro, a preocupação ambiental e os modos de morar “populares”. Se a série de exposições “Pioneiros do *Design* Brasileiro” é representativa do saber “legítimo” historicamente propagado pelo MCB, a série “Casas do Brasil” é emblemática do conteúdo dito “multicultural”, expondo diferentes formas de morar no território nacional. Convergente com esta última vertente, a mostra “Conexões Paulistanas” (2020) traz fotografias de casas da periferia de São Paulo e enfatiza, segundo os curadores Gustavo Curcio¹⁰ e Didiana Prata,¹¹ a relevância da “casa comum” da maior parte da população, bem como o partido de expor habitação “popular” num solar neoclássico: “por fora, é palácio palladiano, por dentro, uma casa de periferia (MCB, 2020a)”.

A então diretora do MCB explica¹² que as exposições visam atender tanto o público “especializado” quanto o público “leigo”. Essa dualidade assumida se expressa também no partido expográfico da exposição “Conexões Paulistanas”, que oscila entre exibir austeramente as fotos em parede branca distanciada do público e produzir uma ambientação mais contextualizada, que proporciona maior familiaridade (MCB, 2020b). O mesmo ocorre com a expografia da mostra do Prêmio de *Design* que, apesar de adotar majoritariamente os princípios minimalistas, não deixa de propor alguma ambientação (França & Corrêa, 2016).

Figura 2 - Dualidade expográfica da mostra “Conexões Paulistanas”



Fonte: Site MCB

¹⁰ Professor do Departamento de Projeto da FAU/USP e antigo diretor de redação na Editora Abril; entre 2004 e 2010 elaborou projetos gráficos e editoriais para *Minha Casa*, revista de decoração destinada às classes populares.

¹¹ Arquiteta formada pela FAU/USP, curadora e professora de *Design* Gráfico na FAAP.

¹² Entrevista realizada em 01/09/2020 por e-mail devido ao isolamento imposto pela pandemia da Covid-19.

Apresentado institucionalmente como a premiação “mais tradicional do segmento no país”¹³, que “revela talentos e consagra profissionais e empresas”¹⁴, o Prêmio de *Design*, realizado desde 1986, certifica a dimensão “especializada” do MCB. Como confirmado pela gerente da programação,¹⁵ seu processo de desenvolvimento – como a divulgação do concurso, seleção dos candidatos e julgamento – envolve notadamente os pares do universo do *design*, como professores universitários, profissionais e estudantes. Reconhecendo as especificidades do evento voltado a um público muito exclusivo e, no mesmo instante, tendo que provar a diversidade de visitantes, a diretora da instituição museológica explica que “mesmo o Prêmio *Design*, que no processo de seleção atrai de forma quase exclusiva o público segmentado, promove a acessibilidade no projeto expositivo.”¹⁶

Se é assim, cabe pontuar que mesmo as programações culturais não “especializadas” voltadas para o público espontâneo – como eventos comemorativos de datas especiais e feiras de produtores artesanais, que ocorrem aos finais de semanas ou feriados no imenso jardim do solar e contam com uma praça gastronômica, apresentações musicais e oficinas educativas –, ao invés de acolher um público não habituado ao mundo das artes, parecem antes intensificar a frequência dos moradores do bairro, que já são afeitos aos espaços museais.

Embora a diretora do museu diga em entrevista que “a ideia é atrair o público em geral, em toda a sua diversidade, razão pela qual toda a agenda de programações especiais é gratuita e oferecida em horários distintos”, e ainda que a gerente do Prêmio de *Design* explique¹⁷ que “estas ações contribuíram para que a instituição tivesse um notável crescimento na quantidade de público”, é possível notar na Figura 3 um público cuja *hexis corporal* desenvolta denota despreocupação, que se encontra sentado ou deitado comodamente no gramado do jardim do solar, demonstrando familiaridade com o ambiente. Ao que tudo indica, tais programas acolhem participantes dotados de práticas socialmente distintivas, como viagens ao exterior e filiação a clubes de elite, o que se revela nos trechos de suas

¹³ Ver: https://mcb.org.br/pt/design_mcb/sobre/

¹⁴ Ver: https://mcb.org.br/pt/design_mcb/sobre/

¹⁵ Entrevista realizada em 27/04/2020 por e-mail devido ao isolamento imposto pela pandemia da Covid-19.

¹⁶ Entrevista realizada em 01/09/2020 por e-mail devido ao isolamento imposto pela pandemia da Covid-19.

¹⁷ Entrevista realizada em 27/04/2020 por e-mail devido ao isolamento imposto pela pandemia da Covid-19.

conversas registradas nos vídeos: “Eu estava lá em Lisboa agora e queria conhecer umas instituições, tal, e mandei e-mail me candidatando”¹⁸; “Eu vou ao Clube [Pinheiros], então, eu paro aqui”¹⁹ (MCB, 2016b).

Figura 3 – A *hexis corporal* despreocupada dos frequentadores das feiras



Fonte: Site MCB

Isso se deve possivelmente ao fato de que a distância entre o espaço geográfico em que se encontram os museus e o espaço residencial das diferentes classes e frações de classe também pesa consideravelmente nas apropriações das programações culturais: se um dos desafios à gestão pública do patrimônio brasileiro reside no fato de os equipamentos culturais da cidade de São Paulo se concentrarem na região centro-oeste, onde mora a população com maiores recursos (Botelho, 2003), o MCB não foge a essa geografia excludente, assim como todos os seus vizinhos – a saber, a Fundação Ema Klabin, o Museu da Imagem e do Som e o Museu Brasileiro da Escultura e Ecologia –, situados todos no socialmente exclusivo Jardim Europa.

Não surpreende, desse modo, que os vídeos que exortam o público a discorrer sobre o museu em comemoração aos seus 50 anos²⁰ mostrem, com efeito, que o grupo de maior participação é formado por arquitetos e *designers* (30%), seguido

¹⁸ Depoimento extraído de MCB (2016). As Palavras e as Casas. Youtube. Acervo da autora.

¹⁹ Depoimento extraído de MCB (2016). Que objeto é esse? Youtube, Acervo da autora.

²⁰ Entre junho e dezembro de 2020 foram analisados 77 vídeos que celebram os 50 anos do MCB disponibilizados no canal institucional do YouTube.

daquele composto por artistas em geral (18%) e, por fim, daquele constituído de diretores de instituições culturais (14%). Ainda que as exposições e o Prêmio de *Design* tenham sido os mais rememorados – sobretudo entre arquitetos e *designers* –, a instituição também foi remetida ao seu estatuto originário de casa e aos seus antigos e ilustres moradores.

Museu para todos

Devido à predominância de um público cultivado nas visitas espontâneas, a “boa vontade democrática” do MCB se apoia prioritariamente no seu setor Educativo a fim de contemplar a nova concepção dos espaços museais como agentes de “transformação social”. Nesse contexto, a principal estratégia de aproximação do público não iniciado reside em programações que primem pela experiência mais contextualizada e comovente do museu, incentivando a referência à história pessoal. Dessa forma é que o coordenador do Educativo MCB assume o distanciamento da perspectiva “conteudista” e o objetivo de que os “visitantes levantem questões a partir de suas próprias experiências, e descubram novos sentidos ao relacionar a visita ao MCB com suas vidas”²¹. Em suas profissões de virtude, o Educativo figuraria como um agente de “resistência”, já que negaria a “erudição” e a “especialização” tendentes a estabelecer uma relação restritiva e formal com o público, ao invés de se dirigir aos visitantes de forma “acolhedora” (MCB, 2015). Dessa forma é que o *Programa de visitas educativas*, por exemplo, proporciona aos alunos das escolas parceiras, em sua maioria as da rede pública da zona oeste de São Paulo, visitas guiadas às exposições, mas, também, oficinas lúdicas e de práticas artísticas na área externa do museu.

A dimensão da diversão²² é igualmente notada no *Programa de inclusão*, mas ainda mais a busca por estabelecer laços entre os membros do museu e aqueles das instituições parceiras, como observa o coordenador do Educativo em comentário sobre uma mostra que expõe os resultados do projeto: “queremos compartilhar com o público um trabalho elaborado em conjunto

²¹ Entrevista realizada em 06/07/2020 por e-mail devido ao isolamento imposto pela pandemia da Covid-19.

²² Diversas estratégias de acolhimento de um público mais amplo estariam conduzindo os museus, na visão de Dabul (2008), a aderir a atividades diversificadas que não estão diretamente voltadas às exposições e ao acervo, fazendo deles não mais apenas espaços de contemplação, mas também de “diversão”.

pelas duas instituições, em que o respeito às singularidades e à construção de vínculos foram sempre uma prioridade” (MCB, 2018, p. 70). A proposta tem como público-alvo pessoas em situação de vulnerabilidade social, com deficiência, afecção psíquica e transtornos mentais. Nesse contexto é que são estabelecidas parcerias com entidades como o CIAM (Centro Israelita de Apoio Multidisciplinar), que presta assistência a pessoas com deficiência intelectual, o CAPS Itaim (Centro de Atenção Psicossocial), que acolhe pessoas com afecções psiquiátricas, e a Associação São Joaquim, que acolhe pessoas idosas. As dinâmicas realizadas proporcionam vivências em coletividade, bem como reflexões que levam à valorização de suas histórias de vida, como a atividade centrada em homenagens públicas, que homenageia os próprios participantes com medalhas e placas de rua com seus nomes. Como se vê na Figura 4, o público-alvo é visivelmente mais diverso em termos étnicos, de peso, vestuário e gestual; encontra-se envolvido em uma atividade na rua estando, portanto, ainda mais distante do espaço sacralizado do museu (Barbosa, 1989).

Figura 4 – Atividade na rua: as homenagens públicas do CAPS e do MCB



Fonte: Instagram Educativo MCB

Na oficina com a Associação São Joaquim, fica claro que a lembrança íntima é incentivada pelos educadores. Em uma de suas atividades, por

exemplo, foi proposto que os participantes construíssem uma espécie de museu com objetos que tinham significados especiais. Assim, optaram por dialogar com o MCB não a partir do seu tema principal, arquitetura e *design*, mas com base na temática “casa”, que é mais abrangente e permite relações cotidianas acessíveis ao público comum. Nas palavras de um participante:

No *Museu da Casa Brasileira* tem muitas coisas antigas. Tem serrrote, de todas as espécies: grande, pequeno, tem alguns que eu nem conheço. Me lembrei de que meu pai e meus tios, os irmãos dele, trabalhavam com a serra grande. Eu era criança, gostava de assistir eles trabalhando (participante de oficina, em Caselato, 2018, p. 37).

Tais rememorações do cotidiano doméstico da infância, suscitadas em programações que partem de parcerias com escolas e com o terceiro setor, dirigindo-se a pessoas não iniciadas (e que não iriam ao museu espontaneamente) indicam que o atendimento a um público mais amplo está condicionado à aceitação de que o visitante se relacione com as obras como extensão direta da vida ordinária, com base em “categorias e valores que organizam sua percepção cotidiana e orientam seus juízos práticos” (Bourdieu & Darbel, 2007, p. 82).

O museu dual

Evidencia-se, a partir do que foi exposto, que enquanto o Programa de Exposições/Programação cultural e, sobretudo, o Prêmio de *Design*, principal emblema da posição do MCB como instituição consagrada e consagradora no universo brasileiro da arquitetura e do *design*, zelam pela imagem erudita de um museu para iniciados, o Educativo MCB visa a configuração de uma instituição receptiva a todos. Como apontam diversos estudiosos das práticas culturais, tal dualidade é recorrente nos espaços museais: se a arte-educadora brasileira Ana Mae Barbosa (1989) considera haver uma disputa entre o curador e o educador na forma de ler a exposição, a socióloga norte-americana Vera Zolberg (2015) argumenta que enquanto o curador atua como “advogado da obra de arte”, exigindo um conhecimento prévio do público, o educador atua como “advogado do espectador”, defendendo a familiarização dos visitantes com as artes expostas. Gonçalves (2004), por seu turno, lembra que há disputa entre os próprios curadores, dado que, de um lado, há os

partidários da cenografia minimalista de paredes brancas, que privilegia a apreciação formal de um público já iniciado e, de outro, os curadores que defendem uma cenografia contextualizada que atrai de maneira mais efetiva o público comum. Essa “consciência dividida e contraditória” dos próprios curadores, “dilacerados entre as inclinações pelo esoterismo aristocrático, tributário de seu meio e de seu ofício, e as solicitações de uma sociedade e de uma época que lhes contestam seus apegos exclusivos”, se materializa, para Bourdieu e Darbel, na “dualidade que se encontra no âmago do museu, com as salas abertas para o grande público e a reserva acessível unicamente aos especialistas” (Bourdieu & Darbel, 2007, p. 148-149).

Mesmo representando posições polares, os diferentes informantes do *Museu da Casa Brasileira* insistem no esforço coletivo para que todos os setores trabalhem em uníssono. Se a hierarquia no interior do museu nunca deixa de existir, já que as programações que trazem mais rentabilidade e visibilidade, como o (culturalmente mais legítimo) Prêmio de *Design*, são priorizadas, a bibliotecária do Centro de Documentação relativiza tal hierarquização ao lembrar que o tema “A Função Social do *Design*”, que pautou a 34ª edição do evento, foi definido a partir do acolhimento pela equipe da premiação das discussões de cunho social levantadas pelo Educativo.²³

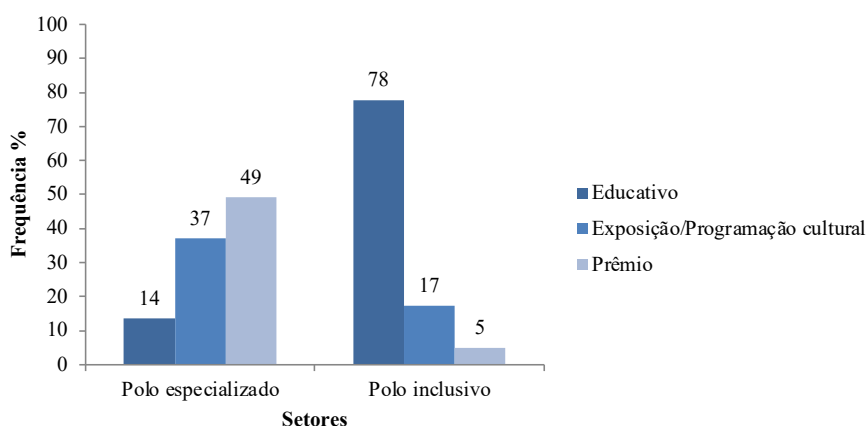
Embora isso sinalize uma adesão crescente à responsabilidade social de “incluir”, o discurso da “democratização” não é igualmente distribuído entre as diferentes equipes do MCB, como se pode notar na análise de frequência de palavras baseada nos dados coletados nos Relatórios Anuais referentes ao período de 2013 a 2018. Efetivamente, a partir da análise do discurso que reconheceu as palavras mais recorrentes nos textos e mais representativas de cada setor, realizamos uma análise de conteúdo que empreendeu uma contagem frequencial de palavras por setor. Para fins operacionais, foram selecionadas 18 palavras ao todo, sendo nove representativas do “polo especializado” (“*design*”, “tecnologia”, “arquitetura”, “excelência”, “campo do *design*”, “profissionais”, “universidade”, “técnico” e “profissional”) e nove representativas do “polo inclusivo” (“inclusão”, “lúdico”, “democrático”, “interação”, “família”, “poético”, “afetivo”, “vulnerabilidade” e “oficina”).

Como mostra o Gráfico 1, embora o discurso da responsabilidade social de fato permeie todos os setores, por intermédio de termos e expressões que

²³ Informação coletada em conversa informal com a bibliotecária do CEDOC do MCB em 27 de fevereiro de 2020.

remetem ao “polo inclusivo”, ele se manifesta de maneira desigual. Com efeito, a preocupação com o social é significativamente maior no Educativo do que nos setores Exposição/Programação cultural e Prêmio de *Design*, representando 78% do “polo inclusivo”. Por sua vez, o setor Exposição/Programação cultural posiciona-se em um meio termo entre o Educativo e o Prêmio de *Design*, o que é condizente com a ambivalência que atravessa suas programações, como visto acima. Mesmo assim, pende para uma abordagem mais exigente culturalmente ao ocupar 37% do “polo especializado”. Por fim, no extremo oposto do Educativo, o Prêmio de *Design* representa 49% do “polo especializado”, o que conforma um movimento inverso entre os setores Educativo, de um lado, e Exposição/Programação cultural e Prêmio de *Design*, de outro, testemunhando a dualidade que estrutura o conjunto das políticas culturais implementadas pelo MCB.

Gráfico 1 – Comparação dos setores por polo “especializado” e “inclusivo”²⁴



Fonte: elaboração própria.

A correspondência entre os diferentes setores do museu e os públicos igualmente distintos a que se dirigem é, aliás, abertamente reivindicada nas entrevistas: se a gerente do Prêmio de *Design* destaca que “apesar de ser um museu com foco bastante específico, contamos com um público bastante diversificado, cada qual para um determinado tipo de ação”, a diretora

²⁴ O Programa de Exposição e o Programa Cultural foram unificados na análise uma vez que nos relatórios anuais de atividades foram descritos conjuntamente.

da instituição menciona, da mesma forma, que o público se diferencia de acordo com as programações, o que permite postular a existência de uma relação de homologia entre o nível cultural das práticas ofertadas e o nível social de seus participantes.

Tal complementariedade entre uma lógica de fruição cultural tida como democrática, de um lado, e uma lógica de gosto distintivo em arquitetura e *design*, de outro, se apresenta como uma saída possível às instâncias de conservação e consagração artística, a braços com os sempre mais prementes apelos societários em prol da superação das injustiças culturais (Shiraishi, 2021). No momento em que todos os esnobismos explícitos se tornaram bastante malvistas, lembram Josée Johnston e Shyon Baumann (2017), o discurso da “democratização” se torna um referencial inelutável também entre os formadores do gosto residencial. Nessa perspectiva, pode-se supor que os museus e, principalmente aqueles que serviram de morada às antigas elites, adotam programações consideradas “inclusivas” não apenas para honrar as exigências legais a que nos referimos no início do artigo, mas também para se conservarem como instâncias consagradas e consagradoras de bens materiais e simbólicos num momento de significativa reconfiguração das lógicas distintivas estruturantes dos espaços museais.

Conclusão

Se, como visto, desde sua criação o *Museu da Casa Brasileira* hesitou entre ser uma instituição dedicada às artes decorativas de exceção (em consonância com as peças constitutivas da coleção da família que viveu no solar que o abriga) e, pelo contrário, um museu propagador de um acervo que retratasse os modos de morar de todos os grupos representativos da sociedade brasileira, pode-se concluir agora que tal ambivalência permanece atuante até os dias de hoje. A análise das políticas culturais adotadas pela instituição museológica nos anos 2010 aponta para o fomento de uma programação dualista, uma vez que consagra o *design* “legítimo” sancionado pelos polos “eruditos”, sem deixar de valorizar a experiência ordinária da casa que é própria ao universo dos “leigos”. Assim é que assegura a permanência dos visitantes cultivados e familiarizados com o MCB, ao mesmo tempo que estabelece parcerias que visam superar a exclusão de públicos não iniciados no mundo da arte.

Muito embora tais resultados tendam a corroborar os trabalhos da sociologia do gosto clássica, que postularam uma relação de homologia estrutural entre as práticas culturais no interior dos museus e as propriedades sociais de seus respectivos visitantes, essas mesmas pesquisas sugerem, como dito, que nos museus cujas obras estão total ou parcialmente recolocadas em seus contextos originários, o peso das desigualdades frente à cultura se faria menos determinante do que em museus de arte padrão (Bourdieu & Darbel, 2007). Nessa ótica, a particularidade “mista” do MCB, que abriga tanto o *design* passível de ser decifrado majoritariamente pelas classes cultivadas quanto os objetos da experiência estética da vida de todo dia (móveis, cerâmicas), pode ser promissora em relação às novas concepções de formação de públicos, que propõem combater as desigualdades culturais por meio de práticas pedagógicas que priorizem o próprio acervo dos museus, ao invés de prever programações paralelas aos visitantes menos providos de disposição estética. Pois, ao consentir, por sua própria condição de museu-casa, com a dessacralização dos templos museais, o antigo solar Crespi-Padro mira potencialmente um público ainda não afeito ao “amor pela arte”, no mesmo instante em que eterniza o legado de uma família da elite paulista e certifica o *design* nacional de ponta.

Referências

- Barbosa, Ana Mae. (1989). Arte-educação em um museu de arte. *Revista USP*, 2, 125-132. <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/25467/27212>.
- Botelho, Isaura. (2003). Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública. *Revista Espaço e Debates*, 23 (43-44), 1-19.
- Bourdieu, Pierre. (2008) *A distinção: crítica social do julgamento*. Edusp. (Trabalho original publicado em 1979)
- Bourdieu, Pierre, & Darbel, Alain. (2007) *O amor pela arte: os museus de arte da Europa e seu público*. Editora da Universidade de São Paulo. (Trabalho original publicado em 1966)
- Brasil. Presidência da República. Lei nº 11.904 de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm
- Brulon, Bruno. (2020, 5 out.). O Museu Integral-Integrado: que descolonização para os museus da América Latina? [Conferência ICOM Chile]. XV Conferência do Museu Chileno. <https://www.icom.org.br/?p=2081>
- Caselato, Eleonora S. (org.). (2018). *Oficina da palavra: memórias e momentos no Museu da Casa Brasileira*. Editora Cajuína.
- Dabul, Lígia. (2008). Museus de grandes novidades: centros culturais e seu público. *Horiz. antropol.*, 14 (29), 257-278.
- Duval, Julien. (2020). L'amour de l'art. Les musées et leur public. In: G. Sapiro. *Dictionnaire international Bourdieu* (pp. 24-25). CNRS Éditions.
- França, Ana Paula, & Corrêa, Ronaldo. (2016). Estratégias expográficas na mostra 29º Prêmio *Design* do Museu da Casa Brasileira: entre a contemplação e a crítica. In: 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em *Design*, 9, 675-684. DOI: 10.5151/despro-ped2016-0058
- Gonçalves, Lisbeth R. (2004) *Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX*. Edusp.
- Guerra, Wilton. (2015). *O projeto de Ernani Silva Bruno: uma discussão sobre as bases de criação, implantação e gestão do Museu da Casa Brasileira (1970-1979)*. (Tese de Doutorado em História, Universidade de São Paulo). <https://doi.org/10.11606/D.103.2015.tde-12112015-155635>
- IBRAM. (2018). Formulário de visitação anual: resultados FVA 2018. Coordenação de Produção e Análise da Informação. <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2020/01/RESULTADOS-FVA-2018.pdf>

- IBRAM. (2012). Política nacional de educação museal (PNEM). <https://pnem.museus.gov.br/>
- ICOM Brasil. (2020). Dados para navegar em meio às incertezas: resultados da pesquisa com profissionais e públicos de museus. https://www.icom.org.br/wp-content/uploads/2020/11/20201119_Tomara_ICOM_Ciclo2_FINAL.pdf.
- Johnston, Josée, & Baumann, Shyon. (2017). Democracy versus distinction: a study of omnivorousness in gourmet food writing. *American Journal of Sociology*, 113, 165-204. <https://doi.org/10.1086/518923>
- Leiva, João. (2018). *Cultura nas capitais: como 33 milhões de brasileiros consomem diversão e arte*. 17 Street Produção Editorial. https://www.culturanascapitais.com.br/wp-content/uploads/10810_Livro_Web.pdf
- Leon, Ethel. (2012). *Design em exposição: o design do Museu da Arte Moderna do Rio de Janeiro (1968-1978), na Federação das Indústrias de São Paulo (1978-1984) e no Museu da Casa Brasileira (1986-2002)*. (Tese de Doutorado em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo, Universidade de São Paulo). <https://doi.org/10.11606/T.16.2013.tde-04042013-11533>
- Mayer, Arno. (1990). *A força da tradição: a persistência do antigo regime*. Companhia das Letras.
- Miceli, Sérgio. (1996). *Imagens negociadas: retratos da elite brasileira*. Companhia das Letras.
- MCB. (2020a). Lançamento do catálogo da exposição ‘Casas do Brasil: Conexões Paulistanas’. [Vídeo]. Youtube, 2020a. https://www.youtube.com/live/GdpLgQ4jq4Q?si=Sc_cuCwcRl028toH
- MCB. (2020b). Visita orientada virtual pela mostra ‘Casas do Brasil: conexões paulistanas’. [Vídeo]. Youtube. <https://youtu.be/hU95JSIuhrM?si=smxu-kzoT7EqKwFv>
- MCB. (2020c). Memória Prêmio *Design* MCB | Miriam Lerner, diretora geral do Museu da Casa Brasileira. [Vídeo]. Youtube. <https://youtu.be/-uxHVjAX3Qw?si=5f0SfGBvSGDi-GLT>
- MCB. (2018). Relatório Anual de Atividades 2017. <https://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/07/Relatorio-Atividades-Anual-2017-ACASA-10-2016.pdf>
- MCB (2016). CECAP - Guarulhos. [Vídeo]. Youtube. https://youtu.be/AO7XjM_hnZk?si=zR_5yTZelkTMVsw4
- MCB. (2015). Prêmio de *Design*. [Vídeo] Youtube, <https://youtu.be/T9fDdtDG32s?si=YgHcO8MAj-DI4w6B>

- Puig, Renata G. (2011). *A arquitetura de museus-casa em São Paulo: 1980 – 2010*. (Dissertação de Mestrado em Estética e História da Arte, Universidade de São Paulo). <https://doi.org/10.11606/D.93.2011.tde-11072012-103841>
- Puig, Renata G. (2018). *Biografia da casa-museu: entre o privado e o público. Adaptações de casas-museus em São Paulo*. (Tese de doutorado em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo, Universidade de São Paulo). <https://doi.org/10.11606/T.16.2019.tde-11012019-150702>.
- Pulici, Carolina. (2011). O gosto dominante como gosto tradicional: preferências e aversões estéticas das classes altas de São Paulo. *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, 91, 123-139.
- Pulici, Carolina (2014). Senso de Dignidade Social e Outras Especificidades de um Habitus Dominante. In: A. El Far, & A. Barbosa, & J. Amadeo (orgs.). *Ciências Sociais em Diálogo: Sociedades e suas Imagens*. (pp.101-136) São Paulo: Fap-Unifesp.
- Rosatti, Camila. (2019). Habitar o moderno: habitus e estilo de vida conformando os modos de morar. *PROA Revista de Antropologia e Arte*, 2 (9), 18 - 46. <https://ojs.ifch.unicamp.br/index.php/proa/article/view/3349>.
- Santos, Tamira Naia dos. (2016). *Fundação Crespi-Prado: trajetória de uma coleção museológica*. (Dissertação de Mestrado em Museologia, Universidade de São Paulo) <https://doi.org/10.11606/D.103.2017.tde-27092016-143828>.
- Shiraishi, Juliana. (2021). A cada público a sua arte: o Museu da Casa Brasileira entre a educação e a distinção cultural (Trabalho de conclusão de curso em Licenciatura em Ciências Sociais, Universidade Federal de São Paulo).
- Zolberg, Vera L. (2015). Barreira ou nivelador? O caso do museu de arte. In: M. Lamont, & M. Fournier. (orgs.) *Cultivando diferenças: fronteiras simbólicas e a formação da desigualdade*. (pp. 255-282). Edições Sesc São Paulo.

Recebido: 22 dez, 2023.

Aceito: 31 mar. 2024.



Licenciado sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=595781931015>

Como citar este artigo

Número completo

Mais informações do artigo

Site da revista em redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe,
Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no
âmbito da iniciativa acesso aberto

Juliana Cristina Shiraishi, Carolina Martins Pulici

**O Museu da Casa Brasileira entre legitimidade cultural e
boa-vontade democrática**

**The Museu da Casa Brasileira between cultural legitimacy
and democratic goodwill**

**El Museu da Casa Brasileira entre la legitimidad cultural y
la buena voluntad democrática**

Revista Brasileira de Sociologia

vol. 12, e-rbs.982, 2024

Sociedade Brasileira de Sociologia,

ISSN: 2317-8507

ISSN-E: 2318-0544

DOI: <https://doi.org/10.20336/rbs.982>