



AS DINÂMICAS LÚDICAS E OS PROCESSOS DE MUSEIFICAÇÃO DO MUSEU HISTÓRICO ABÍLIO BARRETO (BELO HORIZONTE, MINAS GERAIS)

Leonardo Gonçalves Ferreira¹

1. Leonardo Gonçalves Ferreira. Doutorando do PPGCS Puc Minas. Orientadora: Prof. Dr. Luciana Teixeira de Andrade.



INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo foi analisar um determinado processo de museificação inserido nas dinâmicas lúdicas pelas quais passam as metrópoles contemporâneas na atualidade. A proposta deste artigo é fazer uma reflexão em torno do processo de museificação de um passado histórico, com o intuito de construir uma identidade local, no âmbito das práticas de ludificação dos espaços.

É essencial fazer uma análise da forma como a política cultural se constitui, no sentido não apenas da conservação, mas também da museificação, e como se efetiva a divulgação e a recriação do patrimônio e, neste caso, da identidade local. O presente artigo buscou refletir como um discurso constitui um traço de identificação de maneira a se configurar em certo tipo de cultura local. Este traço identificador apoia-se na museificação de um passado de modo a se construir uma identidade local. Deve-se atentar ao fato de que o caso analisado trata-se de um discurso que se encaixa em lógicas de museificação e de promoção do *lúdico*. (Baptista, 1999).

Para tanto, será feita uma análise do Museu histórico Abílio Barreto (MhAB – Belo Horizonte, Minas Gerais) que, apesar de não se constituir integralmente como um exemplar conceitual de território lúdico (lugares programados para fins lúdicos no contexto das cidades contemporâneas. Baptista, 2013), tem na sua reconfiguração, realizada nos últimos anos, relação direta com “a programação de lugares destinados ao usufruto lúdico, desenvolvidos numa lógica de economia do entretenimento”. (Baptista, 2013, p. 1).

Em termos metodológicos, a pesquisa se realizou por meio de uma entrevista, com uma representante do museu, que tentou elucidar os caminhos discursivos escolhidos para fomentar o processo de museificação do passado de Belo Horizonte, na busca por se constituir sua identidade local. É inegável que a transformação do MhAB, realizada nos últimos anos, foi feita com vista a atingir um público, embora local, igualmente ávido por consumir diversão e entretenimento. Não obstante, esta premissa não impediu sua negativa, já que, como se observou, o museu também aspira transcender as fronteiras da cidade. Dados como eventos e programação cultural do museu foram recolhidos durante a entrevista e também compõem o escopo da presente investigação.

A ENTREVISTA

A entrevista ocorreu, no próprio museu, na manhã do dia 30 de agosto de 2013. Com uma duração de aproximadamente três horas, ininterruptas, a entre-



vista foi feita com uma historiadora e técnica de patrimônio cultural do museu. O contato, e demais acertos, com a entrevistada foi relativamente simples – talvez pelo fato desta não ter sido a primeira entrevista que realizei no museu. Apesar de não nos conhecermos, meus precedentes de relacionamento com a instituição pode de alguma maneira ter facilitado o nosso encontro. Inicialmente, procurei pela diretora do museu, mas ela estava ausente naquela ocasião. Cheguei à entrevistada depois de me apresentar e explicar o objetivo da pesquisa. A entrevista ocorreu uma semana depois do primeiro contato telefônico. A receptividade e gentileza deste primeiro contato se estenderam à disponibilidade e presteza da técnica durante a entrevista.

A entrevista foi dividida em três partes: a primeira parte era composta por questões mais objetivas e visava elucidar a composição e as características físicas, burocráticas, técnicas e financeiras do museu. Além disso, também se objetivava coletar dados sobre exposições, eventos e público. A segunda parte estava voltada para as possíveis práticas lúdicas desenvolvidas no museu: sua internacionalização, sua *ludificação* e sua capacidade turística. Por fim, a terceira parte da entrevista era constituída por questões que buscavam relacionar a construção de uma identidade local, pressupostamente realizada pelo museu por meio do processo de museificação. Nesse sentido, se faz necessário destacar que o MhAB é o museu da cidade de Belo Horizonte, dedicado à sua história. Assim, buscou-se compreender como o traço identitário constituinte da cultura local – belo-horizontina – se faz por meio do processo de museificação que está inserido dentro da lógica de práticas lúdicas. Como se verá adiante, de acordo com a entrevistada, museificar significa perder função primária para se tornar portador de memória. Apresento a seguir um breve histórico do MhAB, realizado a partir do plano metodológico do museu.

MHAB: O MUSEU DA CIDADE

O MhAB foi inaugurado em 1943 com a denominação de Museu Histórico de Belo Horizonte. No entanto, suas origens remontam a 1935 quando, o então jornalista e escritor, Abílio Barreto foi chamado para cuidar da organização do Arquivo Geral da Prefeitura da cidade. Assim, documentos e objetos começaram a ser recolhidos, de forma mais sistemática e em diversos suportes, para formar o acervo do futuro museu de história da cidade. As peças eram, então, separadas em duas seções: relativas ao antigo Arraial do Curral del Rei (povoado praticamente todo destruído para a construção de Belo Horizonte no final do século



XIX) e outras relativas à Nova Capital. Em 1941, a fazenda do Leitão (casarão), um dos únicos remanescentes arquitetônicos do antigo Arraial, foi restaurada para se tornar a sede do museu. Somente em 1967, o museu recebeu a denominação atual como forma de homenagear o seu idealizador e primeiro diretor.

A partir de 1993, o MhAB iniciou um amplo processo de revitalização institucional. Esse processo visou reformular a sua política de atuação e transformou o museu em uma “(...) instituição cultural dedicada à história e memória de Belo Horizonte, direcionando suas ações para a pesquisa, informação, educação e *lazer*”. (Plano metodológico do MhAB, grifo meu). Em 1998 foi inaugurado o moderno edifício-sede do MhAB, originalmente concebido e edificado para abrigar a sua nova sede. Esse redimensionamento dos espaços foi de fundamental importância para a transformação do MhAB em um centro de convergência cultural em Belo Horizonte. (Plano metodológico do MhAB). O edifício-sede é composto por: mezanino, espaço expositivo, reserva técnica, loja, administração, biblioteca, auditório e bar-café.

Atualmente o MhAB conta, além dos já mencionados edifício-sede e casarão, com uma área externa, jardim, espaços expositivos para objetos de grande e médio porte e palco ao ar livre. Segundo o Plano Metodológico, “além de exposições de longa duração, o MhAB oferece exposições de média e curta duração que retratam diferentes aspectos da história de Belo Horizonte, como também intervenções realizadas fora da sede (...)”. (Plano metodológico do MhAB). O museu também realiza diversas atividades de educação patrimonial que valorizam os bens culturais e os acervos relativos à história e à memória social de Belo Horizonte. Ainda oferece eventos de difusão cultural que reafirmam o seu papel enquanto lugar de disseminação da cultura local (Plano metodológico do MhAB).

MHAB: UM MUSEU LÚDICO?

A *ludificação* dos territórios está relacionada com uma incipiente mudança nos usos do espaço, na medida em que diversifica as suas dinâmicas de apropriação resultantes de determinados processos de urbanização. Assim, segundo Baptista (2005), territórios lúdicos podem ser definidos como “(...) lugares/cenários edificados de raiz para serem usados como espaços de entretenimento e de consumo programado”. (Baptista, 2005, p. 47). No entanto, essa nova lógica de concepção lúdica dos territórios generaliza-se a ponto de tornar os mais diversos espaços mercantilizáveis. Nesse sentido, o autor chama a atenção à necessidade de se pensar o conceito de territórios lúdicos de forma dupla: englobando não



apenas os territórios pré-definidos para fins lúdicos, mas também todos aqueles que são alvo de uma reavaliação que prevê que eles se tornem ludicamente atrativos. Por meio do conceito de territórios lúdicos é possível analisar de que maneira as dinâmicas lúdicas atravessam o espaço físico das sociedades contemporâneas. É importante ressaltar que o conceito de territórios lúdicos tem como foco prioritário, mas não exclusivo, as cidades cujo patrimônio é utilizado para fins turísticos.

Na atualidade, os museus situados em grandes metrópoles, podem ser considerados lugares que visam, dentre outras coisas, o entretenimento e o consumo dos habitantes e dos turistas, ainda que isso mude de cidade para cidade. Não obstante, mais do que observar o surgimento e a proliferação destes museus, é significativo analisar aqueles que passam por um intenso processo de reconfiguração. Este é, por assim dizer, o caso do MhAB. Como mencionado anteriormente, há duas décadas, o MhAB iniciou um processo de revitalização e de reformulação que transformou a sua política de atuação. Dentre seus novos objetivos, o lazer é destacado como um dos vetores de direcionamento de suas ações. Neste sentido, pode-se dizer que o MhAB se encaixa dentro da categoria, assinalada por Baptista (2005), dos territórios que são reavaliados, política e economicamente, de maneira que se tornem ludicamente atrativos.

Dentro das discussões sobre os territórios lúdicos, pode-se dizer que o MhAB estrutura as suas ações para ser usado como um espaço de entretenimento. A diversão e a recreação são pensadas por meio do desenvolvimento de uma programação para usufruto lúdico. Segundo a entrevistada, o MhAB é uma instituição que acima de tudo produz conhecimento sobre a história de Belo Horizonte. O lazer é desenvolvido dentro de uma perspectiva mais ampla como, por exemplo, no evento de domingo, que será analisado adiante. Contudo, ela diz que há a preocupação, por parte do museu, de sempre realizar exposições que sejam divertidas, interativas, bonitas e interessantes. Assim como se busca sempre dar um bom atendimento ao visitante, de modo que este se sinta à vontade no museu. Para a entrevistada, o MhAB seria a síntese de uma instituição de produção do conhecimento, de diversão e de pensamento crítico da cidade. Ainda segundo ela, a área externa do MhAB pode ser considerada um ponto de encontro e de lazer. O museu é, enfim, um centro de referência da história e da memória, mas faz isso por meio de múltiplos recortes de trajetórias possíveis. O MhAB propõe inúmeras possibilidades de se pensar Belo Horizonte, mas sempre de maneira prazerosa e lúdica.

Os usos lúdicos dados ao espaço se relacionam menos com a fixidez de uma determinada população do que com as garantias de mobilidade espacial que



esta possa, por ventura, vir a apresentar. Dessa maneira, para Baptista (2005), o uso do conceito de territórios lúdicos contribui sobremaneira para refletir sobre os diversos usos dados a estes contextos de relação social “(...) aos quais se vêm prendendo identidades refeitas segundo lógicas de preferência (...) novas ou alvo de novas utilizações. É nesta encruzilhada que as identidades locais ficam enredadas”. (Baptista, 2005, p. 48). Nesse sentido, o caso analisado parece ser bastante adequado para esta reflexão. Apesar de o MhAB ser um museu voltado para a construção da memória de Belo Horizonte, seu discurso narrativo não pode se restringir a um público local. Em função das garantias de mobilidade espacial, e da conseqüente diversificação de públicos, é necessário que se repense as identidades locais que são refeitas pelo museu por meio de novas utilizações. Assim, temos no museu, por exemplo, uma exposição que conta as possíveis trajetórias da história do futebol em Belo Horizonte, mas que tem como alvo também os visitantes e turistas, em potencial, aqueles que estiveram na cidade em função desta ter sido uma das sedes para a Copa Mundial de 2014. A exposição se chama “Belo Horizonte F.C: trajetórias do futebol na capital mineira”.

A industrialização do uso dos tempos livres é hoje um entendimento que domina as sociedades contemporâneas. O tempo disponível integra-se a uma lógica hegemônica de programação do cotidiano. A divulgação turística é uma das maneiras pelas quais se assegura a difusão deste modo de vida lúdico que emerge da disponibilidade do tempo livre. Esta dinâmica apoia-se em uma ideologia que se refere a um prazer que é, ao mesmo tempo, individual e universalizável.

Segundo Baptista (2005), o surgimento do modo de vida lúdico deriva da generalização não apenas do tempo livre, mas também da predisposição econômica dos indivíduos para o consumo e do acesso individual ao transporte particular e ao transporte aéreo comercial, “(...) o que vai ter implicações práticas nas condições objectivas de mobilidade de um número crescente de consumidores com tempo disponível e que ideologicamente aderem a uma prática lúdica de uso desse tempo (...)”. (Baptista, 2005, p. 51). A forma lúdica das práticas sociais se estende para todos os domínios da vida social, como pressuposto de disponibilidade para a recreação e para a diversão. A ideologia do tempo livre se sustenta em atividades econômicas que possibilitam o seu pleno usufruto.

Ora a ideologia das férias, incessantemente promovida por múltiplas entidades em todas as épocas do ano, com múltiplas escolhas de destinos e de práticas lúdicas, vai promover a própria reconversão física dos lugares, intensificando as componentes lúdicas dos lugares já destinados para o efeito e criando tal dinâmica nos lugares isentos de tal vivência anterior. (Baptista, 2005, p. 53).



Com relação ao tempo livre e à ideologia das férias, nota-se que o MhAB também desenvolve atividades que promovem a intensificação de seus componentes lúdicos dentro destas perspectivas. Em julho acontece o “Inverno no MhAB”. São oficinas e cursos que acontecem durante as férias escolares de inverno. A participação é feita por meio de cobrança de uma taxa. De acordo com a entrevistada, em janeiro, durante as férias de verão, o MhAB não oferece programação específica. Isso se deve ao fato de que é nesse momento em que a equipe técnica do museu se reúne para planejar as atividades do ano, para avaliar o trabalho e para demais organizações administrativas. No entanto, ela afirma que o museu tem cogitado essa possibilidade uma vez que já há demanda por parte do público para uma programação específica em janeiro. Esse fato demarca a mencionada predisposição dos indivíduos para o consumo cultural. De toda maneira, talvez em função das chuvas de janeiro, a visitação cai nesta época do ano. Outro fator que pode concorrer à baixa de visitação, neste período, se refere a não visitação de escolas, público alvo do museu, sendo a visita, assim, restrita apenas a público espontâneo.

No que se refere ao tempo livre dos visitantes, o MhAB também promove algumas ações de potencial lúdico. A primeira, e mais emblemática, se chama “Domingo no MhAB”. Esse evento se divide em duas atividades, que se alternam em finais de semanas diferentes. Em um domingo, há a apresentação de shows musicais, para o público adulto. No outro, a atividade denominada “Brincando no Museu” apresenta espetáculos teatrais infantis para as crianças. Sempre aos domingos às 11h30, o “Domingo no MhAB” é considerado pela entrevistada o carro-chefe do museu, uma vez que é o seu maior e fiel público – já reuniu, por mais de uma vez, aproximadamente quinhentas pessoas em um único dia.

“Oferece ainda eventos de difusão cultural em seu palco ao ar livre e no auditório, reafirmando seu papel como lugar de disseminação e valorização da produção cultural local, entre essas atividades destacam-se as seguintes ações: ‘Domingo no MhAB’, ‘Brincando no Museu’ e ‘Natal no Museu’”. (Plano metodológico do MhAB).

O “Domingo no MhAB” se refere, também, ao que Baptista (2005) chama de ideologia das férias, em que entidades promovem múltiplas práticas lúdicas em todas e quaisquer épocas do ano. Cabe ainda incluir outras ações lúdicas desenvolvidas pela instituição como: “Natal no Museu”, quando o MhAB abriga apresentações artísticas; e programações especiais relacionadas à “Primavera de Museus” e à “Semana no Museu”. O MhAB ainda abriga: “Festival Internacional de Corais”, “Noite do Museu”, “Virada Cultural”, eventos diversos da Prefeitura de Belo Horizonte, além de reuniões, congressos e lançamento de livros. Todos esses eventos



contribuem para fazer do MhAB um lugar que, para além de preservar e construir a memória de Belo Horizonte, diversifica suas atividades de modo a se aproximar de um público cada vez mais diverso e amplo. A oferta de distintas alternativas de lazer e de diversão possibilitam ao MhAB se promover, junto a esse público consumidor, por meio do desenvolvimento de suas práticas lúdicas.

Os grandes eventos estão inseridos dentro de uma dinâmica de renovação e de reordenamento do espaço urbano. É o que Baptista (2005) chama de territórios competitivos e consumíveis. Observa-se, assim, que empresas de entretenimento buscam lucrar por meio da reconversão de espaços em territórios lúdicos através da promoção dos mais diversos programas de animação. Belo Horizonte será uma das cidades-sede para a Copa Mundial de 2014. Por esse motivo, o MhAB organizou a exposição “Belo Horizonte F.C: as trajetórias do futebol na capital mineira”. Além das grandes obras de infraestrutura realizadas pelo poder público para receber esse grande evento, a indústria do entretenimento promove também diversos programas direcionados aos turistas e visitantes que estarão na cidade durante o evento. Esse não é o caso direto do MhAB, mas não se pode deixar de considerar sua sensibilidade para com o contexto no qual está inserido. Desse modo, é necessário marcar as diferenças entre a discussão conceitual e o objeto de análise. Existem semelhanças, mas diferenças também.

De acordo com o autor, “economicamente, o turismo (visão lúdica dos usos dos lugares experimentados e a experimentar) revaloriza as economias locais na medida em que dá oportunidade às localidades, às regiões, às nações de fazerem uso do seu património de modo a dele tirarem proveito”. (Baptista, 2005, p. 55). Ainda segundo o autor, “as identidades locais, empoladas graças à valorização da tradição cultural, são reinventadas e tornam-se tão mais estimulantes quanto ganhem em visibilidade e em capacidade de se dar a conhecer”. (Baptista, 2005, p. 55). Essa afirmação identitária faz com que as identidades locais sejam revalorizadas em um contexto de economia global. Os lugares da cidade são, assim, revistos dentro de uma lógica de competição que se dá entre espaços que se entendem como autênticos.

“A fascinação que todos parecem nutrir pelas atrações locais – paisagísticas, gastronômicas, edificacionais – reinventam os lugares vistos sob o ponto de vista lúdico. Há a pretensão de os conceber como objectos lúdicos, atraentes e únicos na medida em que têm algo a revelar de particular quanto à sua história, à sua fisiologia, à sua actualidade”. (Baptista, 2005, p. 55).

A marca essencial de muitos territórios, na atualidade, se encontra dentro deste processo de reorganização da vida local em que o mundo lúdico dita as suas necessidades e configurações. O casarão se presta a esta reflexão. Construí-



do em 1883, a sede da antiga fazenda do Leitão pode ser considerada, ao mesmo tempo, um documento arquitetônico e um espaço de exposição. O casarão é o primeiro objeto que consta no livro de inventário do MhAB. De acordo com a entrevistada, o casarão é por si só, um objeto histórico, uma vez que detém a história de um passado destruído que, hoje, se tenta enaltecer. Em outras palavras, o casarão pode ser considerado como uma parte representante da história da cidade de Belo Horizonte. Além disso, ainda segundo a entrevistada, pode-se perceber uma relação histórica entre dois momentos distintos da cidade quando se dialoga o casarão com o edifício-sede. Ambos representam diferentes momentos de Belo Horizonte e, por isso, podem ser considerados como objetos históricos.

Para a entrevistada, há sempre novas perspectivas sobre os objetos do museu quando estes são expostos com outro olhar. Os objetos têm múltiplas informações. O mesmo objeto pode ter várias leituras, várias possibilidades de interpretação. É nesse momento em que se faz a escolha da proposta narrativa de uma exposição. Em outro ponto da narrativa, o mesmo objeto poderia ter outro significado.

Uma memória se constrói a partir das informações que o objeto trás em si. O casarão, por exemplo, é remanescente de uma fazenda do antigo Arraial Curral del Rei e, ao mesmo tempo, pode ser considerado um patrimônio edificado, uma atração. Ao se mudar o olhar sobre determinado objeto, muda-se também a composição da identidade. Deste modo, o casarão expressa uma forma de morar característica de um determinado contexto histórico, representa um remanescente do antigo Arraial e diz de um sistema construtivo específico, por exemplo. Além disso, os dois andares do casarão são utilizados como espaços para exposições. Dentro da perspectiva da educação patrimonial, a narrativa é construída a partir do que se quer comunicar. São vários os discursos narrativos e identitários passíveis de se comunicar a partir de um objeto. O MhAB utiliza o casarão como atração por este se configurar, dentre outras formas, um patrimônio edificado constituinte de uma possível identidade de Belo Horizonte. O casarão pode ser assim, concebido como objeto lúdico, por seu caráter único e particular quanto à sua história.

Com relação a constante necessidade de renovação para a garantia do permanente entretenimento, Baptista (2013) pontua:

“Nas últimas décadas, a organização do tempo livre disponível estruturase como um sector central de negócios, face à generalização das práticas de consumo e às actividades que lhe estão ligadas e que necessitam de permanente inovação para garantir o permanente entretenimento de turistas que procuram novos desafios nos períodos de interrupção da sua vida produtiva”. (Baptista, 2013, p. 2).



A entrevistada afirma que a tentativa do MhAB de permanecer em constante inovação lúdica – de modo que garanta o permanente entretenimento de turistas e do público local – está relacionada com a busca de constante novidade. Sempre há uma tentativa de diversificar os grupos de teatros que se apresentam no “Brincando no Museu” e os shows musicais do “Domingo do MhAB”, ambos elegidos por meio do edital “Cena Música” da Fundação Municipal de Cultura (FMC). Com relação às exposições, a rotatividade é feita sempre que é possível. O MhAB realiza exposições de curta (até seis meses), média (de um a dois anos) e longa duração (de dois a três anos). O museu também dispõe de exposições permanentes referentes aos objetos de grande porte (coleção transporte) que se localizam em sua área externa.

Atualmente, as exposições de curta duração do MhAB são: “Uma história, dois personagens” (exposição sobre a história e a vida de Clóvis e de Lia Salgado, localizada no *foyer* do auditório), “Pinacoteca” (exposição de quadros diversos pertencentes à reserva técnica do museu, localizada no primeiro andar) e “Peça em destaque” (a exposição atual, localizada no mezanino, apresenta uma cadeira do antigo cassino da Pampulha,).

Quando da entrevista, no casarão havia duas mostras. Uma no térreo, também de curta duração, chamada “A mitra e a coroa” (realizada em parceria com a PUC Minas e o Centro de memória da Arquidiocese). Na parte superior do casarão se encontrava a exposição, de longa duração, “A casa e a cidade: modos de viver e sua modificação”. De média duração, o MhAB realiza a exposição “Belo Horizonte F.C: trajetórias do futebol na capital mineira”, localizada no principal espaço expositivo do edifício-sede. A exposição sobre o futebol ficará em cartaz até 2014 em função da Copa. A mostra, que já tem um ano, está sendo gradualmente atualizada com a introdução de novas informações e intervenções. Ainda de acordo com a entrevistada, se a exposição fica parada muito tempo, se torna pouco atrativa. Nesse sentido, o MhAB está organizando o lançamento de um álbum de figurinhas e de um livro sobre a exposição que conta a história do futebol na capital mineira.

Segundo a entrevistada, a fluidez das exposições depende de convênios e recursos financeiros. O MhAB é um equipamento da FMC, o qual faz o repasse de recursos para pagar os funcionários e a manutenção do museu. Além disso, o museu concorre com a apresentação de projetos para editais de leis de incentivo (estadual e federal) que após aprovado deve ter o recurso captado. Atualmente, o MhAB conta com o patrocínio da Caixa Econômica Federal (para implementação do sistema de segurança), Eletrobrás (para infraestrutura da área externa) e Manuel Bernardes (parceria institucional), Banco do Brasil, Petrobrás e Usiminas.



O tempo de lazer é programado não apenas para o período das férias dos empregados, mas também para a disponibilidade dos estudantes e aposentados. (Baptista, 2013). Para a entrevistada, a vocação do MhAB é ser um museu histórico. Dessa forma, o grupo alvo do museu, em princípio, seria aquele interessado na história da cidade. No entanto, o grande público do MhAB é, na realidade, os estudantes, o grupo acadêmico, tanto infantil quanto adulto. O museu recebe a visitação de escolas e dispõe, para isso, de um setor educativo bastante articulado e preparado para fazer o atendimento.

A visitação do turno da noite (realizada as quartas e quintas-feiras) é direcionada para o público universitário. É a chamada “visita orientada”. É uma visita técnica específica que apresenta, dentre outras coisas e de acordo com os objetivos do grupo visitante, o processamento técnico do museu, os procedimentos de conservação e o funcionamento administrativo da instituição. A “visita orientada” é feita, principalmente, por estudantes de arquitetura, museologia, sistemas de informação e administração. A biblioteca do museu também é outro equipamento do MhAB que se volta, fundamentalmente, para o público estudantil, confirmando, mais uma vez, seu público alvo. Por outro lado, o MhAB não dispõe de uma equipe receptiva para o público espontâneo. Segundo a entrevistada, esse plano ainda está em fase elaboração. No entanto, no momento não há projeto, recurso e nem mediador.

Para os aposentados, o MhAB desenvolve o projeto “Cidade revisitada”. A entrevistada explica que essa atividade trabalha a memória e é composta por dois encontros. No primeiro, uma equipe do MhAB vai ao grupo apresentar a proposta e no segundo encontro, o grupo faz a visita ao museu. O projeto tem o objetivo de possibilitar a vivência da memória da cidade, de modo que se possam recuperar lembranças do passado de Belo Horizonte.

O renascimento de um novo espaço-tempo de lazer, na sociedade contemporânea, implica no aumento de atividades humanas noturnas. (Baptista, 2013). O MhAB não apenas oferece atividades específicas para grupos específicos. Dentro das práticas lúdicas desenvolvidas, o museu também oferece atividades noturnas. A entrevistada exemplifica com o evento “Noite de Museu” em que o MhAB monta uma estrutura particular para uma programação noturna. Para ela, o “Noite de Museu” serve como aprendizado para outro evento noturno, de maior amplitude, chamado “Virada Cultural”. Ocorrido nos dias 14 e 15 de setembro deste ano, o MhAB apresentou uma programação especial para o público de música. A entrevistada explica que o “Virada Cultural” é uma tradição fora do Brasil e está relacionado com uma modificação do



museu enquanto algo estático. O museu, dentro do novo contexto da economia global, está além das exposições. O evento “Virada Cultural” acontece uma vez por ano, é desenvolvido em sistema de rede com outras instituições culturais de Belo Horizonte e, por ser noturno, pode vir a atrair aquele público que normalmente não vai a museus.

No contexto de economia global, as cidades são estimuladas a se programarem como uma marca de maneira que possam competir internacionalmente na atração de populações dispostas a consumir. As marcas se expandem também aos territórios para que torne mais fácil o seu consumo. A fim de se alavancar a economia local, desenvolve-se uma estratégia de promoção dos territórios lúdicos, que são associados a uma marca que possa ser prontamente reconhecível. (Baptista, 2013). Para a entrevistada, a marca do MhAB é divulgada. No entanto, para ela, o museu não é conhecido na cidade. Ela afirma que já identificou o fato de que a marca do MhAB não tem força suficiente para comunicar. Atualmente, o MhAB tem investido no mote “museu da cidade”. Isso porque o fato de o museu se chamar “Abílio Barreto” causa confusão. Normalmente, as pessoas acham que o museu é sobre o próprio “Abílio Barreto”. Apesar de a entrevistada acreditar que haja divulgação do museu, ela acredita que o museu não seja conhecido, como mencionado anteriormente. Não obstante, ela não sabe qual seria o motivo deste desconhecimento, já que o MhAB é o museu mais antigo da cidade.

Ainda com relação à questão da divulgação do MhAB, a entrevistada diz que atualmente o museu não conta com um setor de comunicação. Desta maneira, a divulgação do museu é feita pela assessoria de comunicação da FMC. Contudo, o MhAB tem investido nas novas tecnologias das mídias sociais, através de uma *fanpage* na Internet, para sua divulgação. Pelo fato do museu não ser uma instituição independente da FMC, não possui *site* próprio. Assim, o MhAB tem apenas uma página no *site* “BH faz cultura” e também se faz presente no *site* da Associação de amigos do Museu histórico Abílio Barreto. Além disso, o MhAB também lança mão de *mailings*, *flyers* eletrônicos e físicos, mas os últimos dependem de recursos da FMC. Os *releases*, para televisão e jornal, também são encaminhados através da FMC. Não há nada específico feito para a divulgação do museu fora do país.

A falta de um setor de comunicação também dificulta a contabilização dos dados de visitação no MhAB. Desta forma, atualmente o museu conta apenas com o livro de assinaturas das exposições e com a estatística simples do SMAP (sistema de monitoramento e avaliação de público). Na década de 1990, o museu desenvolvia uma pesquisa de público por meio de uma estatística complexa,



também do SMAP, em que havia o cruzamento de vários dados. No entanto, com a redução da equipe, e com a extinção do setor de comunicação, que fazia esse trabalho, o museu teve que se valer de outros artifícios para mensurar seu público. Como mencionado, o livro de assinaturas, por exemplo, mas que, segundo a entrevistada, não é completamente confiável, já que não são todos os visitantes que assinam. Além disso, são utilizados os relatórios mensais de cada atividade desenvolvida no atendimento às escolas. Ainda de acordo com a entrevistada, essa deficiência produz um efeito colateral: não há como mensurar o retorno do visitante ao museu.

No que se refere à atual mobilidade espacial das populações e às suas consequências para o processo de ludificação dos espaços, Baptista (2013) reflete:

“(A) economia do lúdico se alimenta da mobilidade de populações urbanas que circulam pela ‘cidade, mas também e intensamente por outras cidades. A ideia de circular entre cidades como visitante é hoje o princípio generalizado que faz dos simbólicos espaços públicos urbanos das cidades globalizadas, (...), lugares que não deixando de se destinar aos residentes da cidade estão devidamente catalogados nos guias turísticos, destinados a visitantes, que criam expectativas em relação a uma ocupação lúdica do tempo disponibilizado para a viagem e que predestina a associação entre o entretenimento e a experiência compensadora”. (Baptista, 2013, p. 4).

Visitar museus é uma atividade tipicamente turística no mundo contemporâneo. E esse é um grande desafio para o museu. Grande parte das exposições do MhAB ainda são feitas somente em português. No entanto, a exposição “Belo Horizonte F.C: trajetórias do futebol na capital mineira”, como era de se esperar, é trilíngue (português, inglês e espanhol). Mesmo assim, as legendas dos objetos são apenas em português. O MhAB produz alguns *folders* em inglês sobre determinadas exposições, mas não conta com nenhum guia bi ou trilíngue no atendimento espontâneo. A atual equipe técnica do museu não possui esse treinamento específico e, por essa razão, segundo ela, o trabalho é feito na base do possível. Apesar de não ter nenhuma estatística, a entrevistada diz que a visitação de estrangeiros é esparsa, mas constante. Ela também diz que esse desafio se estende para outros tipos de adequação necessária no museu, adequações estas não apenas para estrangeiros, mas para analfabetos, deficientes visuais e físicos, por exemplo.

Ainda com relação ao público externo, a entrevistada diz que o MhAB cria ações para tentar atingir os turistas estrangeiros. Um exemplo disso é a própria exposição relacionada à Copa. A mostra foi pensada para a visita de fora no momento em que se coloca o desafio de contar a história do futebol de Belo Horizonte para o mundo. Segundo a entrevistada, o MhAB, enquanto um museu da cidade, não pode perder seu foco. O museu deve fazer a comunicação da cidade,



mas localizando a cidade no mundo. Procurou-se, desta forma, buscar o público de fora, que tem o interesse comum por futebol em função da Copa, contando a história do esporte na cidade. Essa estratégia extrapola a exposição sobre o futebol. Segundo a entrevistada, a exposição do casarão “A casa e a cidade” também procura o público de fora com a história de Belo Horizonte. A exposição fala de uma forma de morar no mundo, do nosso cotidiano e das nossas interações com o outro. Até mesmo a próxima exposição do casarão, “o museu e a história sem fim”, que conta a história do museu em Belo Horizonte, tem o foco, também, no visitante de fora.

A inovação lúdica é uma dimensão indispensável para que se possa garantir uma gestão da cidade, enquanto produto “pronto-a-consumir”, minimamente eficaz. A organização do universo lúdico pode ser considerada um fator crucial na competição internacional das cidades. O princípio da oferta mais interessante é o que faz mover a renovação das cidades em função de suas finalidades competitivas.

“A própria ideia de perpetuação do laço depois da visita está associada a toda uma gama de iniciativas de marketing urbano que sustentam a inovação da imagem da cidade e que acompanham todo o ciclo de vida da viagem. A prever sempre sem falta: a segurança pessoal e a garantia de nova diversão que possa surpreender o visitante do ano transacto”. (Baptista, 2013, p. 7).

Atualmente, o MhAB não dispõe de nenhum meio para perpetuar o laço com seu público depois da visita. O museu não conta com *folder* institucional e nem com um mediador que poderia realizar este trabalho de perpetuação do laço com o público depois da visita ao museu. Essa é mais uma característica necessária para que um lugar seja considerado um território lúdico.

Como já foi mencionado, o MhAB é o museu da cidade de Belo Horizonte. Nesse sentido, buscou-se compreender se o museu tenta afirmar uma identidade local. A entrevistada respondeu que o MhAB não busca uma única identidade, como se esta representasse a história oficial de Belo Horizonte, mas tenta dar voz às múltiplas possibilidades identitárias presentes na cidade. Segundo ela, as pluralidades representam possibilidades de recorte através de um discurso narrativo. A ideia é dar vazão às várias memórias por meio de seu acervo histórico. O MhAB não busca uma única história oficial, visto que as especificidades de Belo Horizonte são inúmeras, assim como são várias as suas interpretações e múltiplas as suas identidades.

De acordo com a entrevistada, a forma com que o MhAB produz e difunde imagens de possíveis identidades belo-horizontinas se dá, principalmente,



por meio das exposições. O MhAB também produz pesquisa e conhecimentos que não necessariamente chegam de forma completa às exposições. Existe todo um processo, desenvolvido pelo museu, que vai da pesquisa à doação de objetos. As exposições são temáticas e buscam atingir a multiplicidade da própria cidade. No entanto, a pesquisa no acervo técnico, para a montagem das exposições, é maior do que é possível se comunicar nelas. Além disso, a entrevistada cita as mídias sociais, como um importante meio de difusão do acervo do museu e da história de Belo Horizonte. O MhAB também produz publicações sobre suas pesquisas, cadernos e palestras, por meio de intercâmbio com outras instituições culturais do Rio de Janeiro, de São Paulo, da Espanha e de Portugal.

As exposições do MhAB são construídas sobre discursos que buscam assinalar as identidades belo-horizontinas. Desta forma, as mostras tentam revelar valor cultural e sentimento de pertencimento nos moradores da cidade. Para se montar uma exposição, deve-se criar um discurso expositivo que leve em conta a multiplicidade e as especificidades da cidade. A exposição sobre o futebol, por exemplo, buscou, também, a história e a memória dos times amadores de Belo Horizonte. Mais do que falar dos estádios e dos times oficiais, para a entrevistada, era imprescindível falar dos campos de várzea, espalhados pela cidade, assim como de seus times amadores. Somente desta maneira, é possível, a partir da temática, construir valor cultural. E em função de um grande evento esportivo internacional, esta exposição possibilita estabelecer um diálogo entre a identidade local e a economia global. Por isso, a exposição deve ser o mais ampla possível. Só assim, em princípio, seria possível alargar os horizontes de multiplicidade da cidade e, ao mesmo tempo, estabelecer sua relação com o mundo.

As histórias são apropriadas para afirmar identidades. A política de afirmação das especificidades culturais de Belo Horizonte, no MhAB, transforma as tradições da cidade em atração. Para a entrevistada, deve-se enfatizar as especificidades, mas sem esquecer a multiplicidade. O MhAB, enquanto um museu histórico, transforma história em atração. Para isso, busca-se montar exposições atraentes para que as pessoas se desloquem de suas casas ao museu.

Já a política cultural de museificação do MhAB se constitui a partir do momento em que se efetiva a recriação do patrimônio da cidade. O museu possui uma política de acervo organizada para o processo de museificação. De acordo com a entrevistada, museificar significa perder função primária para se tornar portador de memória. O objeto museificado carrega uma memória, mas não tem mais valor utilitário primário. (“Uma cadeira deixa de ser cadeira”. A cadeira do antigo cassino da Pampulha deixa de ser um objeto destinado a se sentar e



se torna parte constituinte da história do cassino). O processo de museificação, desenvolvido no MhAB, começa com a doação do objeto. Então, o museu faz a identificação para reconhecer a importância e relevância do objeto. No entanto, ainda segundo a entrevistada, o MhAB apresenta uma forma diferente de museu: seu principal objeto é a cidade. Nesse sentido, não é possível tirar do contexto, não é possível retirar sua função primária. A política museológica do MhAB busca, assim, aquilo que é importante para a história da cidade. Outro critério significativo que também determina a recolha de acervo é a condição de guardá-lo.

Pode-se dizer que a política de museificação do MhAB busca, por meio de determinados objetos, ou até mesmo por meio da cidade, afirmar múltiplas identidades que compõem o espectro de Belo Horizonte. Além disso, esse processo não se faz desatento às questões que extrapolam as fronteiras da cidade ou do país. O processo de internacionalização pelo qual a cidade passa na atualidade, não se dá apenas em função dos grandes eventos internacionais, mas também pela própria garantia de mobilidade que hoje usufruem uma parcela cada vez maior de pessoas. Desta forma, Belo Horizonte repensa seus territórios, de modo a criar alternativas lúdicas de entretenimento, não apenas para seus moradores, mas, também, para os turistas. Nesse sentido, transformar o patrimônio local, material ou imaterial, em atração é uma maneira de não apenas afirmar as identidades locais, mas oferecer a quem visita a cidade motivos para consumir e, eventualmente, retornar no futuro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo tentou analisar um processo de museificação dentro das dinâmicas lúdicas (Baptista, 2005). Buscou-se compreender a museificação de um passado histórico para a construção de identidades locais no âmbito das práticas de ludificação dos espaços. Para tanto, analisou-se, a partir de uma entrevista, a política de museificação do MhAB e a possível recriação do seu patrimônio e das identidades locais belo-horizontinas dentro da promoção do lúdico. O MhAB foi analisado enquanto um lugar de usufruto lúdico. Assim, por meio do processo de museificação do MhAB objetivou-se analisar a possível construção das identidades locais dentro de um contexto de consumo global.

Por meio da entrevista, percebeu-se que os caminhos discursivos das exposições do museu e o processo de museificação do passado de Belo Horizonte podem ser fatores que dão origem às possibilidades de construção das identidades locais. É presumível que as narrativas discursivas das exposições deram ori-



gem ao discurso identitário e histórico de Belo Horizonte, por meio das práticas de ludificação do museu. A educação patrimonial do MhAB também pode ser considerada uma maneira de valorizar os bens culturais relativos à história de Belo Horizonte. Da mesma maneira, os eventos do museu podem ser analisados como fonte de difusão cultural, o que pode reafirmar o seu possível lugar como disseminador da cultura local por meio das práticas lúdicas.

Foi visto que as garantias de mobilidade, assim como o tempo livre e a ideologia das férias afetaram a maneira do MhAB organizar sua política de atuação. Assim, o museu apresenta várias ações lúdicas, com foco no lazer e na diversão, como “Inverno no MhAB”, “Domingo no MhAB”, “Natal no Museu”. Participação em festivais como “Primavera de Museus”, “Semana no Museu”, “Festival Internacional de Corais”. E em atividades noturnas como: “Noite do Museu” e “Virada Cultural”. Todas são atividades que diversificam suas ações frente a um público tão diverso quanto.

Observou-se, a partir da entrevista, que a afirmação identitária pode se dar, no museu, por meio da construção de identidades locais no contexto de economia global. Assim, é possível considerar o casarão, enquanto um documento histórico da história de Belo Horizonte, uma atração por se constituir um traço característico e identitário da cidade. O patrimônio edificado pode se tornar um objeto lúdico pronto a ser consumido porque único.

A atualização das exposições se faz dentro da necessidade de permanente inovação para o entretenimento. O MhAB está atento a isto quando propõe atualizações e intervenções em suas exposições. O museu também articula ações voltadas para públicos específicos: estudantes (visita orientada) e aposentados (cidade revisitada). No entanto, o MhAB não dispõe de uma equipe receptiva para o público espontâneo. A investigação também identifica que o MhAB tem um problema de reconhecimento de sua marca. O museu também não conta, atualmente, com o setor de comunicação, o que dificulta não apenas o seu trabalho de divulgação, mas de contabilização de seu público e de mensuração de retorno do mesmo. Grande parte das exposições ainda é feita em português e a equipe técnica não conta com guias bi ou trilíngues. Por fim, o MhAB não dispõe de nenhum meio para perpetuar o laço com o público depois da visita.

O MhAB é o museu da cidade. Nesse sentido, o museu não procura uma única identidade de Belo Horizonte. São tão inúmeras as especificidades da cidade quanto são várias suas interpretações e múltiplas suas identidades. Não obstante, por meio da entrevista, verificou-se que o MhAB tenta buscar localizá-la no mundo com vistas a atingir um público externo também. As exposições



tentam estabelecer um diálogo entre as identidades locais e a economia global. Possivelmente transformando a tradição e a história da cidade em atração por meio de seu processo de museificação. Processo este que, de acordo com a entrevista, não se encontra alheio às práticas de ludificação.

Com esse artigo, buscou-se compreender como as características constituintes de um território lúdico se expressam no MhAB. E mais do que isso, como essas práticas lúdicas interferem em seu processo de museificação na construção de possíveis identidades belo-horizontinas. Apesar de ter sido possível encontrar ações e eventos que demonstram uma aproximação do museu com os processos de ludificação, verificou-se, também, várias dissonâncias referentes ao conceito. Tal fato pode demonstrar um processo que se encontra ainda em desenvolvimento no museu, percalços contextuais que o travam ou simplesmente características pontuais específicas. De toda maneira, um aprofundamento empírico pode elucidar tais questões, assim como aquelas relacionadas ao seu público.

BIBLIOGRAFIA DE REFERÊNCIA

BAPTISTA, Luís (2013) “A dimensão lúdica da cidade: uma perspectiva de análise a propósito da programação global de lugares para o entretenimento urbano”. (Texto disponibilizado pelo autor).

BAPTISTA, Luís (1999) “Território e cultura saloia: a construção de uma identidade local?”. Observatório das Actividades Culturais, OBS n 6, 1999, pp. 11-16.

BAPTISTA, Luís (2005) “Territórios lúdicos (e o que torna lúdico um território): ensaiando um ponto de partida”. Fórum sociológico, n 13-14 (2ª série), 2005, pp. 47-58.