



XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVII ENANCIB)

GT 9 – Museu, Patrimônio e Informação

DISCURSO E COMUNICAÇÃO: A “TEIA DE SIGNIFICADOS POSSÍVEIS” NOS MUSEUS DE ANTROPOLOGIA¹

DISCOURSE AND COMMUNICATION: THE “WEB OF POSSIBLE SIGNIFICANCE” IN ANTHROPOLOGY MUSEUMS

Luisa Maria Gomes de Mattos Rocha²

Modalidade da apresentação: Comunicação Oral

Resumo: Pesquisa de caráter exploratório e bibliográfico, apoiada nos conceitos de discurso e seus desdobramentos para a reflexão acerca da “teia de significados possíveis” que constitui a exposição e suas abordagens. A reflexão foi direcionada ao campo da Museologia e da Antropologia, sobre o processo de construção do discurso museográfico e suas estratégias expositivas. As análises indicam que ao trilhar o caminho da construção do discurso expositivo o sujeito compartilha de um sistema simbólico, num determinado grupo social, que antes de ser considerado como um código a ser decifrado, pode ser visto como formas de pensamento passíveis de serem analisadas e interpretadas, com seus múltiplos sentidos.

Palavras-chave: Museu. Discurso. Comunicação. Museologia. Antropologia.

Abstract: Documentary and bibliographic research, supported by concepts of discourse and its consequences for the reflection on the “web of possible significance” which is the exposition and its approaches. The reflection was directed to the field of Museology and Anthropology on the construction process of museological discourse and its expository strategies. The analyzes indicate that, on the way to the construction of the exhibition discourse the subject shares a symbolic system in a particular social group, rather than being considered as a code to be deciphered, can be seen as forms of thought likely to be analyzed and interpreted, with its multiple meanings

Keywords: Museum. Discourse. Communication. Museology. Anthropology.

¹ Esta comunicação oral constitui um capítulo da pesquisa de mestrado da autora.

² UNIRIO

1 INTRODUÇÃO

No campo museológico, marcado pelas práticas culturais e sociais, os museus deparam-se com uma dificuldade de articulação de um projeto político hegemônico, tendo em vista a multiplicidade de grupos e interesses que se articulam momentaneamente em função de demandas culturais e sociais específicas.

Neste sentido, uma das alternativas de atuação dos museus tem sido explicitar a articulação desses grupos e dos seus projetos políticos pela interpretação dos seus discursos. Esses analisados circunscritos ao seu contexto histórico e social em virtude do seu caráter de constituição dialógica uma vez que tem o “outro” como referência (CLIFFORD, 1998, p.44).

A Antropologia Interpretativa vai se preocupar com o significado da criação do “outro” por meio da escrita, com o estabelecimento de uma verdade científica e quais os processos que a legitimam, ou seja, com a análise do autor e seu poder frente à textualidade do mundo. Clifford Geertz (1989) trabalha o particular, a situação numa atitude narrativa. Isto se insere numa contraposição ao primado da representação pelo da narrativa. A representação pressupõe uma capacidade efetiva de representar o real, descrevendo algo exterior que tem uma realidade própria. A atitude narrativa vê o real como algo produzido através do discurso, assumindo o caráter ficcional da etnografia.

No nível do significado e do sentido, as sociedades e seus indivíduos produzem os significados na relação sujeito-objeto. A cultura é uma invenção da fala e situa-se no campo da semiótica. Como conceitua Geertz, apoiado na citação da sociologia de Max Weber - “O homem é um animal amarrado a teias de significado que ele mesmo teceu” -, “assumo a cultura como sendo essas teias e, a sua análise, portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado” (GEERTZ, 1989, p. 15).

O objeto de estudo da Antropologia Interpretativa passa a ser o comportamento e procura estudá-lo através do discurso e seus fluxos. Pode-se usar como fonte de análise os documentos escritos, uma vez que estes estão inseridos num fluxo de discurso, contextual e determinante do seu significado. Geertz (1989, p.20) esclarece esta opção, dizendo que “fazer etnografia é como tentar ler (no sentido de construir uma leitura de) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos”, neste caso, “escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado”.

Sendo assim, o comportamento humano é caracterizado como uma ação simbólica, uma ação com significado, que deve ser questionado sobre a importância, o conteúdo, a frequência e os agenciadores envolvidos. Adotar essa perspectiva é entender a cultura como uma “teia de significados” que existe apenas na narrativa. O significado está no uso, na maneira como os padrões são postos em prática por determinadas estratégias. Busca-se analisar como esta relação é construída na prática da ação social:

Como sistemas entrelaçados de signos interpretáveis (...), a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídas casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível - isto é, descritos com densidade (GEERTZ, 1989, p. 24).

O foco do trabalho da Antropologia Interpretativa é microscópico. Estuda a relação geral / particular utilizando-se de categorias abstratas, como poder e hegemonia, para analisar a forma como elas são colocadas na prática da vida social, em uma situação particular. Assim, “procurar o comum em locais onde existem formas não-usuais” aponta “o grau no qual o seu significado varia de acordo com o padrão de vida através do que ele é informado”. Na perspectiva de Geertz (1989, p.24): “Compreender a cultura de um povo expõe a sua normalidade sem reduzir a sua particularidade”.

Portanto, o modo de ver o mundo, os conceitos de ordem moral e valorativa, os comportamentos sociais constituem o resultado de compartilhar um sistema simbólico entre os membros de um determinado grupo social. Uma Ciência que busque uma interpretação da cultura, como a Antropologia, procura considerar os sinais não apenas como um meio de comunicação ou um código a ser decifrado, mas como formas de pensamento passíveis de serem analisadas e interpretadas. A busca recai não só nos múltiplos sentidos, mas numa explicação para esses sentidos atribuídos às coisas pelos sujeitos. Ou, como proposto por Ginzburg (1987), um modelo de conhecimento conjectural utilizado como recurso para compreensão das motivações, ideias e comportamentos de um sujeito frente a uma determinada situação.

Todo este universo semiótico tem no museu e, por conseguinte, no objeto, um campo de reflexão e análise por excelência, perpassando todas as atividades museológicas. Por isso mesmo, torna-se importante desenvolver uma abordagem sobre os conceitos de discurso, interpretação, comunicação, verdade e autoria sob a ótica da exposição museológica, procurando relacionar o conceito antropológico e semiótico de cultura aqui exposto, com algumas perspectivas teóricas atuais da área de Museologia.

2 EXPOSIÇÃO E DISCURSO

It is an art we are producing. For all the thematic research invested in the creation of an interpretative exhibit, for all the care spent on curatorial documentation and conservation of the artifacts included, the synthesis of the entire exhibit is a single, composite creative act - a work of conceptual art³.

(RABINOWITZ, 1991, p.34 *apud* DEAN, 1997, p. 218)

A organização de um conjunto de objetos em determinado espaço, de maneira a produzir um sentido, é denominada por alguns autores como uma “convenção visual”. Contudo, a exposição e a sua museografia não se restringem a padrões e regras visuais. Ela pressupõe uma concepção de mundo, de sociedade, de dinâmica cultural, de tempo, de espaço, que conferem as marcas de uma autoria; uma linguagem de comunicação própria; um texto estruturado segundo regras e princípios internos e externos, que envolve uma atitude narrativa na abordagem das relações sociais; um ato comunicacional, no qual estão em jogo padrões e códigos que referendam determinada competência cultural e procuram uma interlocução com o sujeito social, na medida em que visa produzir significado e sentido na prática social.

O processo de morte do autor é focado por Foucault (1992, 1996) no domínio do discurso. Este processo baseia-se no interesse de uma dispersão de poder, em que todas as formas de discurso passariam a ser reduzidas ao “anonimato de um murmúrio” (GEERTZ, 1990, p.7). Foucault (1992) trabalha com dois domínios discursivos: a ficção, no qual a função-autor permanece atuante, e a ciência, em que, para a maioria das áreas especializadas, a função-autor não existe.

Nesta linha de pensamento, historicamente a Museologia inseria-se na categoria ciências, tendo a função-autor perdido sua força, em prol do “anonimato de estabelecer ou sempre demonstrar a ‘verdade’” (FOUCAULT, 1992). Trabalhando com informações derivadas de procedimentos acadêmicos e científicos, e preferencialmente com o “fato” - histórico, científico, ou artístico-, pela segurança de apresentar uma verdade estabelecida, ao menos como ocorrência no “real”, os museus apresentavam para o público um fato estabelecido e cientificamente verificável. Os museus funcionavam como instância de legitimação do discurso científico, ou de uma “verdade” científica.

³ Tradução nossa: “É uma arte que estamos produzindo. Por toda pesquisa temática investida na criação de uma exposição interpretativa, por todo o cuidado curatorial gasto com a documentação e conservação dos artefatos incluídos, a síntese de toda a exposição é um único, ato criativo composto - uma obra de arte conceitual”.

Atualmente, a museografia, no pensar de Dean (1997, p. 218), possui duas obrigações como instrumento de comunicação de caráter interpretativo: garantir que a informação seja relevante e verdadeira dentro dos limites correntes do estado do conhecimento humano e a vontade de apresentar um discurso que reconheça a inerente falibilidade de uma ideia expressa museograficamente.

Nesta definição destacam-se quatro aspectos importantes do trabalho museográfico que passaremos a analisar, no âmbito do discurso: interpretação, comunicação, verdade e autoria.

2.1 Discurso e interpretação

A questão da interpretação remete ao que Geertz descreve como desvendar esses sistemas entrelaçados de signos que constituem o universo da cultura e construir uma versão ou uma interpretação possível acerca de algum problema, tema ou representação. No entender do autor, o produto deste trabalho é uma interpretação - semelhante ao conceito mencionado por Dean -, e se insere no domínio das ficções: “ficções no sentido de que são ‘algo construído’, ‘algo modelado’ - o sentido original de *fictio* - não que sejam falsas, não-factuais ou apenas experimentos de pensamento. As condições de sua criação e o seu enfoque (para não falar da maneira e qualidade) diferem, todavia uma é tanto uma *fictio* - ‘uma fabricação’ - quanto a outra” (GEERTZ, 1989, p.26).

Deixando de almejar a verdade e buscando apenas contar uma história, ou pelo menos uma versão, a exposição tem a difícil tarefa de transmitir para o público o que “nós” - pesquisadores, museólogos, historiadores, educadores - entendemos sobre uma determinada época - costumes, hábitos, conflitos, complexidades. Narrado em forma discursiva, sob a “nossa” ótica - em termos de tempo, espaço, contexto, experiências, classe social e cultura. Isto requer que os profissionais de museus primeiro apreendam uma malha de conceitos e significados sobre um tema definido, para depois apresentar a sua versão ao público.

A este trabalho de “explicação da cultura”, Geertz (1997, p.18) chama de “tradução”. Esta é definida pelo autor como o exercício de mostrar a lógica das formas de expressão de um grupo social ou de um indivíduo, de um determinado tempo histórico e espacial, através do “nosso” vocabulário. No caso de museus, com a nossa linguagem museográfica. O exercício da “tradução” objetiva a reformulação de categorias, em que se ultrapassem os limites dos contextos originais, nos quais surgiram e adquiriram seus significados - quer seja

do objeto ou do problema histórico -, e cheguem ao presente por analogia, definindo diferenças e afinidades.

Neste sentido, o estudo interpretativo da cultura representa um esforço para aceitar a diversidade entre as várias maneiras que seres humanos têm para construírem suas vidas no processo de vivê-las (GEERTZ, 1997, p.29). Da mesma forma que aceitar e estudar esta diversidade social e cultural, torna-se vital para os museus a busca do entendimento do processo de construção de uma identidade. No dizer de Clifford (1998, p.19) “é mais do que nunca crucial para os diferentes povos [e grupos sociais] formar imagens complexas e concretas uns dos outros, assim como das relações de poder e de conhecimento que os conectam”. Analisar os processos museográficos, na trilha dos conceitos da Antropologia Interpretativa, consiste em construir um instrumento, uma lógica para trabalhar com as especificidades das relações de poder que se encontram atravessadas na prática cultural.

A estratégia museográfica de uma exposição aproxima-se do que Geertz (1990, p.9) define como o trabalho de construção do “discurso”, ou seja, o “problema de desenvolver uma forma de colocar as coisas - um vocabulário, uma retórica, um padrão de argumentação - que estão conectadas com a identidade do autor, parecendo ser dele, como uma observação de sua mente”. Esta forma de procurar através do discurso interpretativo, trazer à tona os significados e as relações presentes entre os elementos museográficos, aproxima-se do que Geertz (1990, p.136) pretende com o discurso etnográfico. Para o autor o importante é “evocar” ao invés de representar: “é isto que liberta a etnografia da *mimesis* e da inapropriada retórica científica que impõe ‘objetos’, ‘fatos’, ‘descrições’, ‘indicações’, ‘generalizações’, ‘verificação’, ‘experimento’, ‘verdade’[...]”.

A tarefa consiste em elaborar essa teia de significados e apresentá-la, não como uma história sobre coisas que não aconteceram, nem como um relatório de fenômeno produzido por forças calculáveis, mas como algo produzido segundo determinadas premissas que carregam determinadas convicções (GEERTZ, 1990, p.141).

2.2 Discurso e Comunicação

A questão da comunicação reside, por um lado, no poder do museu de transferir informação para gerar conhecimento, e, por outro lado, na sua capacidade de modelar/modificar opiniões. Em Vogel (1991, p.200), o museu está ensinando - não apenas nas suas atividades, mas também quase inconscientemente -, um sistema de valores políticos expressos não apenas no estilo da apresentação, mas em todas as suas operações. O museu

comunica valores no tipo de programas que desenvolve, no seu público alvo, no tamanho dos departamentos, na seleção dos objetos para aquisição, etc.

O processo de comunicação entre o museu e o público tem um caráter intencional, no qual, a todo o momento, está refletida uma política cultural estabelecida pela direção do museu. Neste caso, a exposição legitima o projeto cultural do museu, definindo a sua identidade. Nada tem o caráter de neutralidade; tudo diz ao público o que pensar e deixa marcas, rastros de uma autoridade / autoria.

Uma vez que a museografia constitui um instrumento de comunicação entre museu/público, e a exposição é a principal atividade museológica, o desenvolvimento de uma linguagem própria tornou-se um dos focos de atuação do profissional de museus. Nesta perspectiva, através de objetos, textos, imagens, sons, cheiros e outros recursos, inclusive os tecnológicos, a Museologia elaborou uma linguagem de comunicação com características específicas, que possibilita a construção de um discurso museográfico que expressa a forma dessa comunicação.

O processo de construção de um discurso museográfico, analisado sob o olhar comunicacional, inicia-se com a elaboração de um universo de discurso, por meio da seleção de objetos e do estabelecimento de relações entre eles, situando-os no tempo e espaço. No discurso verbal, tal processo é denominado por Pinto (1999, p.62) de “operadores da enunciação”, definido como operações lógico-semânticas propostas pelo emissor para a recriação pelo receptor do referido universo de discurso. A dificuldade desta operação reside na delimitação pelo emissor do conhecimento que ele é possuidor, do que pretende compartilhar e do que acredita pertencer ao receptor. Numa segunda etapa, o discurso tem a função de tentar relacionar-se socioculturalmente com o receptor, criando uma interação que tem como pano de fundo uma relação de poder emissor/receptor. Para Pinto (1999, p.63), no discurso verbal esta etapa é chamada de “operadores de modalização”, caracterizada pelo emprego, por exemplo, de frases assertivas, imperativas e interrogativas. Numa exposição, o posicionamento dos objetos ou a associação texto + objeto pode criar esta modalização, uma vez que destaca ou relega um determinado conteúdo. Neste caso, cabe ao emissor a escolha entre reproduzir ou tentar modificar as hierarquias sociais reconhecidas na instituição. Por último, o autor menciona os “operadores de modalização expressiva”, que introduzem o caráter valorativo e afetivo no processo comunicacional. No discurso museográfico, as técnicas de montagem que envolvem a iluminação, diagramação, cenografia, fotografia, etc, atuam criando uma ligação afetiva favorável ou desfavorável, que podem reforçar ou não os valores hegemônicos vigentes.

Assim sendo, pode-se referir a uma atitude discursiva nas relações de comunicação entre sujeito e objeto. Entendido aqui não mais como o objeto único e de coleção, mas como objetos múltiplos e possíveis, que, a todo tempo, estão sendo construídos e reconstruídos na mente do indivíduo a partir de uma teia de relações e significados que configura a exposição. Semelhante à leitura de um texto, que remete a outros textos - intertextualidade-, o discurso museográfico tenta interagir com o sistema complexo de representações - signos, símbolos, sinais -, que configura o próprio pensamento humano.

Na visão de Orlandi (1997, p.32), o homem tem por princípio a busca pela significação. “Com ou sem palavras, diante do mundo, há uma injunção à ‘interpretação’: tudo tem de fazer sentido (qualquer que ele seja)”. Assim, “O homem está irremediavelmente constituído pela sua relação com o simbólico”.

Na obra de Foucault (2008) fica claro que a existência do discurso está baseada na dispersão dos sentidos. Esta dispersão ocorre porque a significação não se desenvolve sobre uma linha reta, mas sim em redes que percorrem diferentes direções e matérias. Para Pêcheux (1990, p. 82) o discurso se define como “efeito de sentidos” entre locutores, na medida em que este está circunscrito aos processos de produção do sentido e de suas determinações históricas e sociais. Assim, o sentido é produzido nas relações dos sujeitos e dos sentidos, que “se constituem mutuamente pela sua inscrição no jogo das múltiplas formações discursivas” (ORLANDI, 1997, p.20). O leitor/ visitante constrói os seus significados no jogo dialético das relações entre a teia evocativa de significados proposta pela linguagem comunicacional da exposição e a sua rede cognitiva e emocional. Neste jogo, até mesmo o silêncio, na proposta de Orlandi (1997, p.48), adquire densidade significativa: “o funcionamento do silêncio atesta o movimento do discurso que se faz na contradição entre o ‘um’ e o ‘múltiplo’, o mesmo e o diferente, entre paráfrase e polissemia”.

Na compreensão de Bourbon Busset (1984, p. 13), o silêncio é o tecido intersticial que põe em relevo os signos ao longo da estrada do tempo que, por si mesmos, dão valor à própria natureza do silêncio. O silêncio, diz o autor, é o “intervalo pleno de possíveis que separa duas palavras proferidas [...] O silêncio é ‘iminência’”. Desta forma, o silêncio abre a possibilidade da polissemia no discurso, “mais se diz, mais o silêncio se instala, mais os sentidos se tornam possíveis e mais se tem ainda a dizer”.

O discurso se caracteriza pelo processo de interlocução. Nele, o domínio de cada um dos interlocutores é parcial. Consequentemente, a significação se faz no espaço discursivo (intervalo) criado pelos interlocutores, em um contexto sócio-histórico dado. Envolve “uma negociação construtiva entre pelo menos dois, e muitas vezes mais, sujeitos conscientes e

politicamente significativos” (CLIFFORD, 1998, p.38). Portanto, no discurso existe a presença dos pronomes “eu e você”. Segundo Orlandi (1996, p. 56), o discurso não é um conjunto de textos, é uma prática. O conceito de discurso deve aí ser entendido enquanto conceito teórico que corresponde a uma prática: efeito de sentidos entre locutores. Não podemos analisá-lo apenas como produto final, mas também como um processo. Neste sentido, entendemos o discurso museográfico como um produto final e um processo de construção que tem como base todas as atividades museológicas.

A museografia tradicionalmente tendia para o trabalho com o discurso como produto final, não se preocupando com o seu processo, ou seja, o seu funcionamento. Esta separação entre produto final e processo não se mostra eficaz uma vez que produto e processo têm uma relação continuada de interlocução, sendo ambos ricos de um potencial a ser trabalhado. Neste sentido, refletir sobre uma prática discursiva museográfica também envolve a interlocução e, consequentemente, a intersubjetividade e o contexto. Na visão de Clifford (1998, p.44), a linguagem, quer seja museológica, etnográfica ou literária, “é atravessada por outras subjetividades e nuances contextuais específicas”.

A linguagem utilizada em um discurso, - entendida aqui não apenas a escrita, mas todos os recursos museográficos - atua como instrumento de comunicação, mas, ao mesmo tempo, estabelece um processo social constitutivo capaz de uma ação transformadora.

As condições de produção do discurso - o autor, o leitor/visitante e o contexto histórico-social - determinam a sequência retórica produzida. Isto porque o leitor/visitante e o autor (es) ocupam uma posição de representação na sociedade, que vai determinar a significação. A elaboração de uma estratégia discursiva deve analisar a relação entre a posição de ambos, tentando antecipar as respostas para melhor formular as argumentações. O processo de significação é histórico e deve levar em consideração que todo elemento significativo adquire sentido diferenciado dependendo das condições de produção e recepção do discurso.

Quando se fala em interlocução, não existe uma posição específica que o autor ou o leitor devem ocupar na rede de relações intersubjetivas. Clifford (1998, p.45) afirma que “não existe posição neutra no campo de poder dos posicionamentos discursivos”, e os interlocutores estão negociando posições que articulam uma visão compartilhada da realidade.

2.3 Discurso e Verdade

A questão da “verdade” é um dos principais problemas dos museus, em especial das exposições. Do ponto de vista da apreensão do “real” como “verdade” pelo usuário, pode-se

afirmar que a “verdade” existe apenas na mente do sujeito. No contexto da exposição, o objeto constitui uma representação de uma parte do “real”, que é apreendido pelo indivíduo por meio de inúmeras mediações. Todas as atividades museológicas - seleção, classificação, pesquisa, conservação - são desempenhadas por uma equipe de profissionais que assume o papel de mediadores da informação a ser veiculada museograficamente numa determinada exposição. Portanto, o conjunto de objetos de uma exposição representa uma determinada “realidade”, na qual está inserida uma miríade de conceitos, significados e subjetividades, que configura uma determinada teia de relações, em um contexto histórico-temporal específico. Esta “verdade” é tão somente uma conjectura possível dentro do atual estado do conhecimento, não apenas da produção do saber nos meios culturais e acadêmicos, mas também da percepção deste pelo usuário.

Desta forma, pode-se ultrapassar a visão valorativa (verdade/mentira) do discurso, para analisá-lo como um *fictio* - ficção; fabricação do homem e, portanto, uma construção cultural que objetiva promover o encontro entre o sujeito e o objeto, elementos de uma realidade complexa.

Na dimensão política, não podemos deixar de analisar a questão da “credibilidade” e o problema da relação entre verdade e falsidade no discurso. Na visão de Orlandi (1997, p.97), o “Conteudismo” está na base da relação entre verdadeiro/falso no domínio da produção de sentidos, e supõe uma relação termo-a-termo entre pensamento/linguagem/ mundo. Isto é, temos o hábito, historicamente determinado, de definir os sentidos pelos seus conteúdos, como se fossem evidências, ao invés de compreendermos que o sentido é resultante da construção do sujeito, através da sua relação com o mundo material e da sua interpretação na qual está em jogo o seu próprio saber acumulado. Neste caso, nos prendemos ao suposto conteúdo das palavras, e não - como deveria ser - ao funcionamento do discurso na produção dos sentidos. Esquecemos que “o sujeito que produz a linguagem e a exterioridade que o determina, marcam (isto é, estão presentes em) toda a produção de sentidos” (ORLANDI, 1997, p.99). Acredita-se que na busca dos conteúdos se pode descobrir o “verdadeiro” sentido do discurso. Esquece-se que não existe discurso sem sujeito e este sem um contexto histórico e social que o determina. Pode-se procurar entender o modo como os textos produzem sentidos e a interpretação particular dada pelo autor como uma interpretação possível, que atribui um sentido às palavras e às coisas em um contexto histórico dado.

Segundo Orlandi (1997, p.100), a interpretação é sempre regida por condições de produção específicas que, no entanto, aparecem como universais e eternas, resultando na impressão do sentido único e verdadeiro. Neste caso, o discurso tende a basear-se nos

sentidos institucionalizados, admitidos por todos como “natural” e produzindo o efeito de “evidência”. Do “verdadeiro” é retirado o caráter histórico - “dentro dos limites correntes do estado do conhecimento humano” (DEAN, 1997, p.219) -, considerando-se como absoluto e natural o que é fabricado pela história. Uma vez que é “verdade” e não possui história, o discurso ignora os conflitos e as diferenças constitutivas. Reafirma o seu poder, guia o sujeito através de um caminho assumido como o único, porque provém da fala autorizada do “conhecimento científico”. Conforme colocado por Orlandi (1997, p.101):

A história, no processo ideológico, através do conteudismo, se apresenta como a sucessão de fatos com sentidos já dados, dispostos em sequência cronológica, quando na verdade ela se constitui de fatos que reclamam sentidos (P. Henry), cuja materialidade não é passível de ser apreendida em si, mas só no discurso.

Sendo assim, a separação entre verdadeiro/falso constitui uma tomada de posição, um ato de interpretação do discurso museográfico. Quando Dean (1997, p.219) muda o conceito valorativo de verdade para “honestidade” e enfatiza a importância de reavaliar a informação na exposição, ele está introduzindo a questão da relevância. Uma vez que, conforme Saracevic (1975, p.321), a efetividade da comunicação necessita de confiança e credibilidade.

A questão da relevância está diretamente associada à dimensão comunicacional e informacional do discurso. O teórico da Ciência da Informação Saracevic, dedicou-se a explorar o conceito de relevância associando-o ao processo comunicacional, no qual o emissor procura intencionalmente ocasionar mudanças no receptor, e o alcance dessas mudanças representa a relevância. Na afirmação de Dean (1997, p.218/219), o conceito de relevância está relacionado à efetividade e eficiência da informação na exposição. O autor ressalta a necessidade de pesquisas continuadas que reavaliem as exposições acerca da precisão e validade da informação frente ao estado do conhecimento. Cabe ressaltar que a relevância de uma informação depende em grande parte da relação entre o estado geral do conhecimento e o nosso próprio saber.

2.4 Discurso e Autoria

Após esta análise das questões que gravitam no universo da museografia, retoma-se os domínios discursivos de Foucault, qual seja a ficção e a ciência.

Diante do exposto, a museografia se desobriga de contar uma “verdade” passando a trabalhar com versões circunstanciais, processuais, construídas e, portanto, mutáveis e “falíveis”. Assim, utiliza-se de uma linguagem comunicacional própria para a fabricação de

um discurso interpretativo que visa ao processo de interação social e cultural entre sujeito/objeto. A Museologia passa a inserir-se na categoria de ficção de Foucault e a função-autor surge como uma atividade predominante do discurso.

A primeira questão que surge quando pensamos na função-autor no discurso museográfico vem a ser a assinatura. Consiste na forma de se estabelecer uma identidade do autor ou autores. Analisando sob o ponto de vista ético, Dean (1997, p.219) substitui o conceito de “verdade” por “honestidade” e afirma que assinar uma exposição envolve: mostrar as premissas que a organizam; esclarecer qual o grau de especulação sobre o material apresentado; e declarar que a exposição é tão precisa e verdadeira quanto o estado do conhecimento permite. A assinatura no catálogo ou em um painel da exposição e a descrição das bases conceituais da pesquisa museológica têm a função de dar crédito para os seus “criadores”, assim como “o nome do autor num livro ou a assinatura de um artista numa pintura” (DEAN, 1997, p.218). Assim, o museu dissipa a resistência do visitante quanto a analisar sob o seu próprio juízo o tema apresentado. O nome do autor serve para caracterizar um modo de ser do discurso que, se por um lado deve ser recebido de certa maneira, por outro recebe, numa determinada cultura, um estatuto específico. Contudo, a questão da assinatura/autoria encontra, tradicionalmente, resistência uma vez que, do ponto de vista da ciência, estaríamos apresentando uma subjetividade associada a “fatos objetivos”, e, do ponto de vista da ficção, como contar uma “versão” da história e ser “verdadeiro” - ao menos nos limites aqui colocados -, quando está envolvida a subjetividade humana?

Na visão de Geertz (1997, p.9), este problema também é enfrentado pela Antropologia, e pode ser resumido no confronto entre as convenções de exposição de um texto saturado pela autoria e de um texto sem autoria que surge da própria natureza do trabalho etnográfico, ou seja, “o confronto entre ver as coisas como uma pessoa a teria visto e vê-las como realmente são”. A resposta encontrada pelos antropólogos para este confronto está no próprio caráter interpretativo do trabalho etnográfico, uma vez que interpretação envolve diferentes formas de cognição, as quais incluem “empatia” e “introspecção” e outros mecanismos do conhecimento de cunho subjetivo.

Neste sentido, pode ser difícil para os museólogos reconhecerem as marcas de sua subjetividade num discurso museográfico, mas quer assumam ou não conscientemente a autoria, o trabalho interpretativo apresentado deixa transparecer as suas marcas. A marca do autor está presente nas margens do texto, no recorte, na delimitação, “tornando-lhes manifesto o seu modo de ser ou, pelo menos, caracterizando-lhe” (FOUCAULT, 1992, p.46). A museografia reflete a política cultural estabelecida pela direção do museu, carregando as

marcas de sua autoria, pois os museólogos têm em si o referencial para articular, institucionalmente, o universo dos “discursos” do museu, conferindo-lhe coerência e inserção no real. O princípio de autoria de Foucault estabelece que o autor é o princípio de agrupamento do discurso, unidade e origem de suas significações. O autor está na base da coerência do discurso.

Segundo Foucault (1996, p.53), um discurso pode conter enunciados de discursos diferentes, vez que a heterogeneidade dos sujeitos marca o texto através de descontinuidades e controvérsias. Essas marcas são pistas, traços: “[...] no domínio do discursivo não se pode, pois, tratar as marcas ao modo ‘positivista’ [...]” (ORLANDI, 1996, p.53). O sujeito se representa de maneiras bastante diversas num mesmo espaço textual, portanto a heterogeneidade constitui uma característica do universo discursivo. O nome do autor é um instrumento de classificação de textos e um protocolo de relação entre eles ou de diferenciação face a outros, que caracteriza um modo particular de existência do discurso, assinalando o respectivo estatuto numa cultura dada: “A função de um autor é caracterizar a existência, a circulação e a operatividade de certos discursos numa dada sociedade”(FOUCAULT, 1992, p.22).

A “função-autor” está ligada aos sistemas legais e institucionais que circunscrevem, determinam e articulam o domínio dos discursos, em todas as ocasiões e em qualquer cultura. Ela é definida através de uma série de procedimentos rigorosos e complexos, e não se refere puramente a um indivíduo concreto, dando lugar a uma multiplicidade de egos e posições subjetivas que podem ser ocupadas por qualquer indivíduo. Neste sentido, o profissional de museu almeja encontrar-se na “Ordem do Discurso” de Foucault (1996, p.10), como “o poder do qual queremos nos apoderar” para nos tornarmos os “instauradores da discursividade”, estabelecendo uma possibilidade infinita de discursos.

Os “discursos” são construções teóricas que, numa exposição, com claro objetivo comunicacional, funcionam com a participação do sujeito que introduz o diálogo, o conflito, o imprevisível, a diversidade de significados elaborados a partir do fluxo de informações numa teia de relações sociais. Constituindo-se no trabalho de uma equipe, que percorre o processo de seleção/ organização/ pesquisa para a construção de uma estratégia discursiva, em determinado momento histórico, dentro de um contexto específico e passível de contestação, o discurso museográfico pode ser visto como uma “obra” ou, ainda, como afirma Rabinowitz (1991, p.34 *apud* DEAN, 1997, p. 218) na epígrafe deste artigo, uma obra de arte conceitual.

Assumir a autoria de um “discurso” museográfico tem sido ainda um problema enfrentado pelos museólogos, uma vez que a sua formação acadêmica e profissional

tradicionalmente enfatiza a “objetividade” e o caráter de “neutralidade” do seu trabalho de mediação. Defender apenas a elaboração de um texto, neutro e fechado, sem autores, sem marcas, sem sujeito, tem sido ainda motivo de discussão no meio museológico. O discurso museográfico não pode ser visto apenas como um texto, no seu sentido convencional, pois ele envolve uma linguagem comunicacional própria e tem como objetivo transmitir uma teia de relações e significados que configura um universo totalizador complexo. Como afirma Orlandi (1996, p. 56), citando Vignaux (1979), o caráter de autoria do discurso reside na sua “gênese”: em todo discurso existe um projeto totalizante de um sujeito que tem como função “assegurar a coerência e a completude de uma representação”.

Na ótica de Orlandi (1996, p.61), do princípio da autoria deriva-se a função enunciativa, que tem como variáveis o locutor, o “eu” do discurso, o enunciador, a construção desse “eu”, e o autor, a função social do “eu”. Para a autora, “o autor é, das dimensões enunciativas do sujeito, a que está mais determinada pela exterioridade (contexto sócio-histórico) e mais afetada pelas exigências de coerência, não-contradição, responsabilidade, etc. O falante é o material empírico bruto, enquanto o enunciador é o sujeito dividido em suas várias posições no texto. O autor, ao contrário, é diferença (originalidade) sem ser divisão (individualidade). O autor, então, enquanto tal, apaga o sujeito produzindo uma unidade que resulta de uma relação de determinação do sujeito pelo seu discurso. Desse modo vê-se a ação do discurso sobre o sujeito. Portanto, é na relação entre o discurso e o sujeito que podemos apreender o jogo entre a liberdade (do sujeito) e a responsabilidade (do autor)” (1996, p. 62).

Assim, do autor se exige coerência, respeito às normas exteriores e interiores do discurso, clareza, originalidade, relevância, etc; do sujeito se exige uma construção inserida no contexto cultural e com uma posição histórica-social. Seguindo, Orlandi (1996, p.79), a passagem do sujeito/enunciador, com uma multiplicidade de representações possíveis, para o sujeito/autor, que organiza a dispersão num todo coerente e relevante, se dá pela responsabilidade. Nesta perspectiva, pode-se dizer que o museólogo, como autor de um discurso museográfico, assume a função de produtor de linguagem numa relação marcada pela dimensão sujeito/exterioridade.

O autor é o sujeito que “sabe” que há um interlocutor. Em consequência, insere-se numa racionalidade social no uso de uma linguagem comunicacional. Ao sujeito são permitidas dúvidas e contradições, ao autor são exigidas clareza e coerência: “ele tem de ser visível pela sociedade, sendo responsável pelos sentidos que sustenta” (ORLANDI, 1996, p.107). Indaga-se quanto ao grau de comprometimento social que os profissionais de museus

responsáveis pela estratégia museográfica assumem como produtores de um discurso que objetiva atingir a estrutura cognitivo-afetiva do sujeito.

Ressalte-se a dificuldade de construir um “discurso” que se traduza na possibilidade de uma “leitura” acessível a um vasto público, pois a efetiva “leitura” torna-se condição essencial para o alcance dos objetivos informacionais inerentes à responsabilidade social dos museus. O museu trabalha com o discurso social. Na prática discursiva museográfica, se por um lado temos um grupo social, que almejamos atingir cognitivamente e afetivamente na produção de uma leitura, por outro, temos a “textualidade” que lhe corresponde e constitui (discurso social). O autor, neste caso, tem uma função social como produtor, ou ao menos “evocador” de sentidos.

O discurso de um museu histórico não deveria procurar resgatar sentidos, mas sim trabalhar a elaboração histórica e contextual dos sentidos, dinamizando o processo de identificação dos sujeitos sociais. Conforme a própria definição etimológica da palavra discurso - o que retorna -, mas à luz do presente, em função de um grupo social, de um lugar (museu), e de uma prática (discurso museográfico).

No intuito de refletir sobre este discurso museográfico na prática expositiva, pretende-se analisar, no capítulo seguinte, as estratégias empregadas para inserir o objeto no espaço da exposição e na mensagem cultural resultante da forma de abordagem museográfica escolhida.

3.O DISCURSO EXPOSITIVO E A ANTROPOLOGIA

A visão antropológica de Geertz (1989), especificamente a sua preocupação com o campo semiótico e com o trabalho etnográfico, possibilita estabelecer alguns conceitos transdisciplinares que auxiliam o arcabouço teórico da área museológica, especialmente da Museologia que assume a sua responsabilidade social, preocupada com a possibilidade de desenvolver habilidades e competências humanas por meio da informação como fator de mudança social.

Na Antropologia, a eliminação dos traços da modernidade, não mostrando as “formas híbridas” provenientes da interação entre o tradicional e o novo, acaba por aportar do discurso expositivo numa única possibilidade de leitura: o prazer estético. Neste caso, a obra passa a ser olhada como um objeto de fetiche, possuidor de atributos naturais, que são apenas possíveis no nível das relações humanas. O papel do museu é decisivo, como afirma Stewarts (*apud* CLIFFORD, 1988, p.219): “a fronteira entre colecionar e fetichizar é mediada pela classificação e expõe a tensão entre acumulação e segredo”.

Meneses (1994, p.27) propõe que, ao invés de eliminar os objetos fetiche das exposições, tente-se desvendar as suas construções, transformações, usos e funções. Busca-se montar uma estratégia expositiva que trilhe “o caminho inverso da fetichização, isto é, partindo do objeto para a sociedade”. Contudo, não basta apenas trilhar este caminho.

Ao reunir objetos grandiosos e diferentes, com um colorido variado e exuberante, utilizando um discurso que engrandece a sua diversidade e monumentalidade, a linha discursiva recai no enfoque da teatralização e ritualização, o qual demanda o papel de espectador para o visitante, uma vez que a “teatralização é acompanhada pelo distanciamento” (CANCLINI. 1997. p. 186). Soma-se a este discurso, aquele voltado para uma abordagem científica - caracterizada pelo respeito aos campos das diferentes disciplinas -, que se utiliza de recursos museográficos da teatralização para apresentar um “patrimônio nacional”, homogêneo, consolidado, e sem conflitos e excludências, que acaba por neutralizar a heterogeneidade.

Este mesmo discurso museográfico que apresenta um “patrimônio nacional” é utilizado para afirmar uma “identidade”. Neste caso, o objeto transforma-se numa representação do “todo”, ou ainda, “com a metonímia, o objeto perde o seu valor documental, transmuta-se num ícone cultural de valor, agora, puramente emblemático” (MENESES, 1994, p.28). A identidade é vista como algo com existência própria, um produto a ser exibido, em detrimento da noção de construção da subjetividade no contexto de relações sociais.

Cabe lembrar que não se pode considerar a utilização da produção visual do contexto como auto-significante. A reconstituição de um ambiente não pode ser tomada como uma informação contextual - “o agrupamento de objetos e imagens por salas, uma para cada século ou período, reconstrói os cenários históricos, torna-os quase simultâneos” (CANCLINI, 1997, p.141). Entretanto, a exposição acaba ignorando as articulações que determinam o objeto histórico. Como afirma Meneses (1994, p.32), “sem reconstrução abstrata (que abstrai o sensorial, para chegar às matrizes) e sem análise, todo contexto é um logro”. Este recurso expositivo ignora o caráter de documento do objeto, o congelando num único significado, sem analisar as referências a outras épocas e tempos de sua trajetória histórica. E ainda

Rigorosamente, todos os museus são históricos, é claro. Dito de outra forma, o museu tanto pode operar as dimensões de espaço como de tempo. No entanto, do tempo jamais poderá escapar, ao menos na sua ação característica, a exposição. (MENESES, 1994, p.14).

Desta forma, um discurso atual dos museus reflete a ampliação do espaço político e social de atuação dos museus, articulando-os em função de demandas específicas, ou de interesses comuns. Nesta perspectiva, a identificação de problemas relacionados à dinâmica

na vida das sociedades aponta para a necessidade de “uma relação dialética entre objetos e problemas” (MENESES, 1994, p.20). Neste caso, a correlação direta dos significados extraídos dos objetos com o problema histórico abordado. Partindo desta relação dialética objeto-problema, por exemplo, cabe aos museus antropológicos articular seus acervos com outros museus, em função de um tema, de uma etnia, de uma sociedade com interesses comuns, inclusive com os grupos produtores dos objetos.

Uma das dificuldades de qualquer estratégia museográfica reside no próprio conceito de público, entendido aqui não como um grupo homogêneo, mas como setores articulados da sociedade que constituem momentaneamente um grupo. Canclini (1997, p.150) alerta para o perigo da noção de público “como um conjunto homogêneo e de comportamentos constantes”. Na sua visão, “o que se denomina público, a rigor, é uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para relacionar-se com os bens oferecidos pelo mercado” (1997, p.150).

Na pesquisa de público realizada no Museu de Antropologia do México, Canclini (1997, p.149) menciona uma reivindicação feita de que “o museu fosse menos estranho à vida diária, que vinculasse o artístico ao decorativo e ao útil”. Esta observação denota o discurso tradicional adotado pelos museus de retirar o objeto do seu contexto significante, de sua inserção nas relações sociais. Este enfoque tem o caráter político de anular a força do significado do objeto, inserindo-o no campo estético, em que apenas uma elite domina os seus códigos.

A elaboração de um discurso museográfico encontra dificuldades na prática museológica de detalhar apenas os aspectos formais do objeto na documentação catalográfica. Como salienta Clifford (1988, p.220): “[...] um esquema de classificação é elaborado para armazenar e expor o objeto de forma que a realidade da coleção, sua ordem coerente, encubra as histórias específicas da produção e apropriação do objeto”. Pesquisar e explorar os significados e funções, como proposto por Mensch (1989) - o significado funcional, expressivo, simbólico e metafísico - não era prioridade do fazer museológico. Pode-se achar uma referência ou o registro de uma função ou de um significado atribuído ao objeto, mas dificilmente encontraremos a pesquisa e o registro da pluralidade de significados e funções.

Se o sentido dos bens culturais é uma construção de um determinado campo, os objetos não contêm significados fixos. A própria reorganização do campo pode mudar o significado atribuído a uma peça, alterando o seu valor histórico ou antropológico. Nesta linha, registrar a gama de significados possíveis de um objeto museológico, bem como os

atores e contextos atributivos, é realizar um trabalho de campo etnográfico, complementado pela análise destes discursos para produção de uma narrativa expositiva que almeja aquilo que Geertz (1989) chamou de “Descrição Densa”.

Situar a cultura como uma “teia de significados” é reconfigurar o trabalho museológico, criando novas prioridades como o desvendar deste universo semiótico. Neste percurso, a museografia deve se preocupar em oferecer uma pluralidade de leituras dos diferentes símbolos e signos, através de uma narrativa interpretativa que fornece os códigos e estratégias para a análise das situações do presente e do passado. Como afirma Canclini (1997, p.141), “uma museografia rigorosa destaca as etapas decisivas na fundação ou na transformação de uma sociedade, propõe explicações e chaves de interpretação para o presente”.

Na visão de Meneses (1994, p.37), uma das linhas de abordagem vem a ser a exposição como um discurso, definido pelo autor como “uma articulação de enunciados sobre problemas humanos, desenvolvidos com o suporte das coisas materiais”. O enfoque discursivo entende que o significado de um objeto ou de uma exposição é construído pelo sujeito, inserido num contexto histórico, social e cultural, por meio de um processo de interlocução que envolve uma negociação de subjetividades em um meio contextualizador. Meneses (1994, p.37), mostra que o caráter de questionamento associado à relevância dos problemas propostos faz desta abordagem uma possibilidade de desenvolver o potencial cognitivo-afetivo dos objetos e a linguagem espacial e visual da exposição.

Entendemos que o ato de colecionar ou expor um objeto está associado ao ato de construir uma retórica, situacional e temporal. Meneses (1994, p.38) afirma que:

A exposição verdadeiramente histórica é aquela em que a comunicação dos documentos, por sua seleção e agenciamento, permite encaminhar inferências sobre o passado - ou melhor, sobre a dinâmica - da sociedade, sob aspectos delimitados, que conviria bem definir, a partir de problemas históricos. Inferências são abstrações, que não emanam da materialidade dos objetos, mas dos argumentos dos historiadores, referindo-se as propriedades materiais ‘indiciárias’ desses objetos e a informações sobre suas trajetórias.

Um discurso expositivo remete “às múltiplas malhas de interação social, sem a qual escaparia o sentido histórico dos diversos tipos de objetos exibidos” (MENESES, 1994, p.17).

Na “Museologia social”, uma política cultural democratizadora é aquela que socializa os bens “legítimos”, mas que problematiza o que se deve entender por cultura, por bens legítimos, e quais são os direitos do heterogêneo. Neste sentido, estudar os critérios de classificação dos museus de caráter antropológico é “problematizar os princípios que organizam essa hegemonia, que consagram a legitimidade de um tipo de bem simbólico e de

um modo de se apropriar deles” (CANCLINI, 1997, p.157). E assumindo a exposição como uma narrativa interpretativa de significados possíveis, tentar construir um discurso que evidencie os processos classificatórios e valorativos constrói espaços para o reconhecimento, e possibilita uma análise crítica e sensível das barreiras a esse reconhecimento.

4. CONSIDERAÇÕES

Ao longo deste trabalho tentou-se trilhar o caminho da construção do discurso expositivo. Partindo-se da definição de conceitos gerais que permeiam todo fazer cultural e, portanto, a produção do conhecimento nos museus, como o conceito de cultura sob o prisma antropológico, chegou-se a constatação de que o sujeito compartilha de um sistema simbólico, num determinado grupo social, que antes de ser considerado como um código a ser decifrado, pode ser visto como formas de pensamento passíveis de serem analisadas e interpretadas, com seus múltiplos sentidos.

Optou-se por uma perspectiva semiótica da cultura que encontra no museu o seu espaço contextual para reflexão e análise, e no objeto museológico, a possibilidade de uma interação sensorial e cognitiva, que cria e recria as formas de sua manifestação.

Assim como foi exposto durante esta Comunicação, o objeto da etnografia e os museólogos encontram como desafio enfrentar uma hierarquia de estruturas significantes, em termos das quais as ações e objetos são produzidos, percebidos e interpretados, e sem as quais eles de fato não existiriam. Em ambos os casos, a análise consiste em escolher entre as estruturas de significantes e determinar a sua importância e base social. Sendo assim, pensar no discurso de um museu é refletir sobre uma “teia de significados possíveis” e ter como meta a construção de uma interpretação que potencialize as múltiplas leituras do seu discurso museográfico.

REFERÊNCIAS

BUSSET, Jacques de Bourbon. **Le silence et la joie**. Corps Écrit, nº 12. Presses Universitaires de France, 1984.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: USP, 1997.

CLIFFORD, James. **A Experiência Etnográfica: Antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: UFRJ. 1998. 319p.

_____. On collecting art and culture. In: **Writing Culture: The politics and the politics of ethnography**, Chicago, USA: University of Chicago, 1986.

_____. **The predicament of culture: twentieth-century ethnography, literature and art**. Cambridge, UK: Harvard University Press, 1988.

DEAN, David K. Ethics and museum exhibitions. In: **Museum ethics**. London, UK: Routledge, 1997.

FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?**. Lisboa: Vega, 1992.

_____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **A Arqueologia do Saber**, 1926-1984; tradução de Luiz Felipe Baeta Neves, 7ed. - Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

_____. **O saber local**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

_____. **Works and lives**. Stanford: Stanford University Press, 1990.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela inquisição**. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Do teatro da memória ao laboratório da História: a exposição museológica e o conhecimento histórico. In: **Anais do Museu Paulista**. São Paulo: USP. v.2 p.9-42 jan/dez 1994.

MENSCH, Peter Van. El objeto como portador de datos. In: **Cuadernos de Museologia**. Peru, Museo de Arte Popular del Instituto Riva-Agüero de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 1989.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e leitura**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1996.

_____. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET F.; HAK, T. (Orgs.) **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. De Eni P. Orlandi. Campinas: Unicamp, 1990.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

SARACEVIC, Tefko. Relevance: a review of and a framework for the thinking on the notion in Information Science. In: **Journal of the American society for Information Science**, nov-dec. 1975

VOGEL, Susan. Always true to the objetct, in our fashion". In: Karp,I and Lavine, S. (Eds) Exhibiting Cultures, Washington and Londres, Smithsonian Institution press. 1991.