

A campanha nacional de museus regionais: um ornitorrinco da modernização conservadora

The national campaign for regional museums: a platypus of conservative modernization

Adel Pausini*

Resumo: A Campanha Nacional de Museus regionais foi uma ação empreendida por três artífices que contando com o apoio técnico do Museu de Arte de São Paulo, e o envolvimento de grupos políticos e econômicos locais, pretendeu, a partir de São Paulo, estimular na década de 1960, a abertura de museus regionais em distintos estados do país. Partindo da articulação do capital cultural, social e econômico. Deste modo, este texto busca analisar e refletir a partir do método dialético, entre o internacional, nacional e o regional, os mecanismos e processos que em maior ou menor medida estimularam a competição e a mobilização dos grupos dominantes das distintas esferas interessados no prestígio e no poder do capital simbólico, assim como na ideia de desenvolvimento artístico, urbano-industrial, em contexto de ditadura militar e Guerra Fria. A abertura ao diálogo e a negociação com as distintas realidades locais, conferiu a Campanha Nacional de Museus Regionais traços e funcionalidades semelhantes ao ornitorrinco, que nada tem haver com o processo de evolução e transformação, mas sim com a atenção às necessidades e peculiaridades de cada região, em um projeto de circulação da arte moderna no país, estimulada e pretensamente mediada para o cenário internacional por São Paulo, em um novo projeto de modernização conservadora, a partir da reconfiguração da centralização cultural exercida pelo grupo paulista que por meio de um suposto projeto ressignificado de modernização do país, tinha por intenção a sua própria inserção no circuito internacional das artes, utilizando como ferramenta os regionais, diante da busca de dinamização, circulação e incentivo da produção artística local a partir dos códigos modernos estabelecidos e aceitos.

Palavras-chave: Campanha Nacional de Museus Regionais; Arte Moderna; Modernização Conservadora; Capital Social; Poder Simbólico.

Abstract: The National Campaign for Regional Museums was an action undertaken by three artisans who, with the technical support of the São Paulo Museum of Art and the involvement of local political and economic groups, set out from São Paulo to stimulate the opening of regional museums in different states of the country in the 1960s. Starting from the articulation of cultural, social and economic capital. In this way, this text seeks to analyze and reflect on the mechanisms and processes that, to a greater or lesser extent, stimulated competition and the mobilization of dominant groups from different spheres interested in the prestige and power of symbolic capital, as well as the idea of artistic, urban-industrial development, in a context of military dictatorship and the Cold War. The openness to dialogue and negotiation with the different local realities gave the National Campaign for Regional Museums traits and functionalities similar to the platypus, which has nothing to do with the process of evolution and transformation, but rather with attention to the needs and peculiarities of each region, in a project for the circulation of modern art in the country, stimulated and supposedly mediated on the international stage by São Paulo, in a new project of conservative modernization, based on the reconfiguration of the cultural centralization exercised by the São Paulo group, which, through a supposedly re-signified project of modernizing the country, intended to insert itself into the international arts circuit, using the regions as a tool, in the search for dynamism, circulation and encouragement of local artistic production based on the established and accepted modern codes.

Keywords: National Campaign of Regional Museums; Modern Art; conservative modernization; social capital; symbolic power.

* Doutor em museologia, professor e coordenador pedagógico do Departamento de Museologia da Universidade Lusófona e diretor, neste mesmo departamento, do mestrado em Museologia. E-mail: adel.pausini@ulusofona.pt

Introdução

A Campanha Nacional de Museus Regionais ocorreu no Brasil na primeira metade da década de 1960, tendo sido capitaneada pelo político e empresário das comunicações Assis Chateaubriand e pela gestora das artes, segundo terminologia de Mantoan (2015), Yolanda Penteado, convidada para presidir as ações da Campanha, que contou com o apoio técnico do Museu de Arte de São Paulo (MASP) e de seu diretor, Pietro Maria Bardi, assim como da rede jornalística Diários Associados, instituições vinculadas à figura de Chateaubriand.

O desafio proposto pela dupla ligada respectivamente à fundação e à abertura do Museu de Arte de São Paulo (1947), Museu de Arte Contemporânea de São Paulo (1948) e à realização das primeiras bienais internacionais de arte de São Paulo (1951) residia em incentivar a abertura de museus regionais espalhados pelo território brasileiro, constituindo uma verdadeira rede nacional de museus, preferencialmente de arte, autônomos em relação a administração pública e, capazes de fomentar e comunicar a circulação de ideias, por meio da arte, no âmbito local e regional, ainda que, estes estivessem ligados em sistema de rede informal com o Museu de Arte de São Paulo (MASP), desde a proposta de fundação e formação do acervo, o qual contava com o capital cultural e simbólico exercido a partir do Museu de Arte de São Paulo (MASP).

A ideia de descentralização dos museus de arte do eixo Rio de Janeiro-São Paulo estava alinhada com a política de desenvolvimento e integração nacional, não excluindo, no entanto, as duas cidades do processo, mas reservando a estas outro espaço de centralidade diante do cenário de constituição de uma rede de museus de arte (descentralização), articulados com São Paulo (centralização) por meio do museu de arte fundado por Chateaubriand. No plano teórico e de concepção da Campanha, a centralidade construída em torno de São Paulo possibilitava a facilidade de acesso institucional dos museus regionais ao MASP, enquanto elemento de centralização nacional, mas também a possibilidade de internacionalização a partir da Bienal Internacional, prestigiado evento sediado na cidade. Sendo assim, as instituições sediadas em São Paulo, efetuariam uma espécie de mediação entre o nacional, dinamizado e articulado em rede, e o internacional, sugerindo, deste modo, a perspectiva de uma modernização conservadora, empreendida pela Campanha Nacional de Museus Regionais, conforme termos de Fernandes (2008), em que, se mudam alegorias, mas se conserva a estrutura, efetuando dessa forma a manutenção do *status quo* diante de uma aparente transformação, nesse caso, revestido pelo papel

de modernização a partir do desenvolvimento local, e da descentralização das dinâmicas culturais e dos museus. Sendo assim, os museus regionais incentivados pela Campanha, estariam a serviço deste processo de modernização conservadora, mas ressignificando e reificando outro modelo de centralidade, hipoteticamente moderna, a ser exercida e promovida a partir de São Paulo, sendo esta uma das facetas do que chamamos de “ornitorrinco”¹.

Esta metáfora é utilizada para indicar a reunião de distintas características, por vezes, aparentemente excludentes, reunidas no mesmo corpo da ação institucional, neste caso, a Campanha Nacional de Museus Regionais que, entre outros elementos, buscou incentivar a abertura de museus e galerias, de arte moderna, mas também de história e arte contemporânea; no mesmo sentido, valorizando em seu discurso a promoção da arte classificada e entendida por estes como nacional, mas também local e internacional; buscando promover a descentralização e a valorização do regional, mas a partir da centralidade exercida por São Paulo, pretensamente elevado a condição de mediador e promotor da ideia de “nacional” e moderno, em constante diálogo com o internacional; inaugurando exposições em edifícios históricos do período colonial, mas também no hall da biblioteca e posteriormente da reitoria, sediadas em edifício símbolo do modernismo; e por fim, defendendo a autonomia institucional dos regionais em relação a administração do Estado, mesmo que mobilizando, em alguns casos, a constituição de autarquia municipal para gerir o museu regional, para além da sua implementação em edifícios de propriedade do Estado; fomentando a produção e a valorização do local e regional, a partir de modelos externos, na esfera nacional e internacional; inspirando-se em modelos autônomos de museus em redes estadual e nacional de museus, ainda que deficientes ou em processos incompletos no período, mas também inspirando-se em modelos norte-americanos e europeus de museus, para pensar o nacional-regional moderno, sendo estas, algumas das características ornitorrinca, indicada metaforicamente para refletir sobre o modelo de ação e execução do projeto implementado pela campanha dos museus regionais.

Desse modo, a aparente contradição ornitorrinca, entre as ideias de descentralização para voltar a centralizar, significando mecanismo de reposicionamento da centralidade, não encontra-se desconectada do projeto empreendido de modernização conservadora, no qual se muda para conservar, não

¹ Em linhas gerais, esse animal endêmico da Austrália e Tasmânia coloca ovos e amamenta seus filhotes; possui olhos, orelhas e narinas adequadas à vida aquática, assim como a sua pele, embora seja peludo. Também possui bico semelhante ao pato, além de dentes, e o macho segrega veneno comparado ao das cobras. Desse modo, o ornitorrinco possui elementos semelhantes ao réptil, mamífero e alguns traços comuns às aves.

havendo efetiva transformação estrutural, o que não impossibilitou a construção de outras dinâmicas e impactos locais com desdobramentos, mas em ambos os casos, insuficientes para caracterizar o ornitorrinco como mamífero ou réptil, possuindo características comuns a ambos, acrescido de elementos próprios às aves, tratando-se assim simultaneamente de uma reforma transformadora e conservadora, distante da ideia de revolução, ainda que a aparência seja a de grande transformação, ao promover a partir do fomento de museus regionais, as articulações culturais e a mobilização artística de outras regiões do país. No entanto, essa aparente perspectiva transformadora, trata-se de elemento discursivo, corrompido ou desvirtuado por inúmeros elementos, entre eles, a constante e permanente presença de artistas paulistas, sobretudo aqueles vinculados ao movimento modernista de São Paulo, nas coleções iniciais constituídas e avalizadas pelo MASP para os museus regionais, primazia paulista não replicada a outras identidades regionais, a não ser quando, tratava-se da própria região de implementação do regional. Ou seja, a arte moderna e a presença paulista estavam marcadas em todos os regionais, o que não ocorreu com os gaúchos, mineiros ou baianos², representados significativamente quando da implementação dos regionais em seu território.

Embora o preâmbulo das ações da Campanha Nacional de Museus Regionais tenha possivelmente se iniciado em 1964, ano em que ocorreu o golpe militar no Brasil, a inauguração dos museus regionais estenderam-se entre 1965 e 1968, totalizando entre galerias e museus, a abertura de seis regionais, deixando por concluir outros quatro projetos em curso ou anteriormente anunciados, em pleno contexto do regime militar, sendo relevante articular esse projeto com as estruturas do poder simbólico, e portanto social, em Pierre Bourdieu e suas três dimensões. O poder político e o econômico, representados pelo pacto federativo³, e o terceiro a partir da dimensão internacional, sobretudo, no contexto das disputas da Guerra Fria.

Nesse sentido, é possível considerar a Campanha Nacional de Museus Regionais como um desdobramento ressignificado, em alguns aspectos, do pretenso projeto paulista de modernidade para o país, bem como, parte do elemento de diálogo entre o interno e o externo, dado o seu caráter de modernização conservadora, dos interesses políticos, sociais e econômicos, de grupos nacionais e internacionais que já estavam colocados quando da busca de apoio para implementação de museus de arte moderna no país.

² Adjetivos utilizados para marcar a naturalidade de pessoas nascidas, neste caso, respectivamente nos estados brasileiros do Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Bahia.

³ Municípios, Estados e União.

No campo internacional, é possível considerar que a política de mecenato exercida por Nelson Rockefeller, industrial do petróleo ligado ao Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA), buscou incentivar desde o final da década de 1920, com apoio pessoal e institucional à abertura de museus de arte moderna na América Latina. No entanto, as ações de Nelson Rockefeller e sua família não estavam restritas ao campo dos museus, sobretudo quando consideramos no Brasil, a partir de 1915, a influência e o papel desempenhado pela Fundação Rockefeller na formulação da agenda de pesquisas no país, concedendo apoio técnico e financeiro em áreas estratégicas para a ideia preponderante no momento de desenvolvimento, vinculada ao avanço do próprio sistema capitalista, com ênfase em questões urbanas. Mas foi no pós-Segunda Guerra Mundial que ações de Nelson Rockefeller do campo das artes foram intensificadas no país. Conforme correspondência trocada com o modernista Sérgio Milliet em 1946, o ex-presidente do MoMA indicou que havia deixado 13 obras sob guarda do Instituto dos Arquitetos do Brasil, sede São Paulo, que deveriam ser doadas aos “futuros museus de arte moderna a serem implantados” (Lourenço, 2004, p.3) nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. Deste modo, mesmo que indiretamente, Rockefeller estimulou a competição entre os grupos locais acerca de qual museu recém implantado teria o prestígio, moeda de troca no campo das relações, em receber a doação destas obras e reificar, ainda que simbolicamente, o contato com o Museu de Arte Moderna de Nova York, com o grupo Rockefeller e por consequência, com os Estados Unidos da América.

Em São Paulo, os dois principais artífices exitosos nesta competição foram Assis Chateaubriand e o seu projeto acerca do Museu de Arte de São Paulo (MASP), mas sobretudo o projeto do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP), financiado por Francisco Matarazzo Sobrinho com o vívido apoio e participação de Yolanda Penteado.

No entanto, embora as duas instituições que antecederam o projeto da Campanha Nacional de Museus Regionais tenham contado com o incentivo de Rockefeller:

(...) o Museu de Arte de São Paulo (1947), articulado pelo político e empresário das comunicações Assis Chateaubriand, voltado à arte clássica europeia (...) [apresentava] projeto distinto ao que tencionava o industrial Nelson Rockefeller, (...) Mas é sob a direção do industrial ítalo-brasileiro Francisco Matarazzo Sobrinho, casado com Yolanda Penteado, que Rockefeller encontrou a sua parceria em São Paulo por meio da fundação do Museu de Arte Moderna de São Paulo (1948), que teve por modelo inspirador o Museu de Arte Moderna de Nova Iorque, (...) [o museu] pretendia valorizar o discurso do projeto moderno, urbano e industrial em contexto de Guerra Fria,

ligando o Brasil aos grandes centros produtores de arte e inserindo São Paulo neste grande circuito [internacional]. (Pausini, 2018, p.22-23)

Em ambos os museus, vinculados aos artífices da campanha dos museus regionais, ainda que com algumas distinções, havia a valorização do discurso empreendido pela arte moderna, sobretudo, de artistas vinculados ao movimento modernista de São Paulo, em boa parte, financiados por integrantes do círculo social, ao qual pertencia Yolanda Penteado, presidente da Campanha Nacional de Museus Regionais

Dessa forma, os museus estavam inseridos nesse projeto de modernização paulista, sendo reconhecido e utilizado por esses grupos, o seu poder político e simbólico, em prol dos interesses de uma modernização de cunho conservador, ou seja, proposição de mudanças para a intensificação das redes de relações sociais e conservação do *status quo* dos grupos e classes dominantes na escala internacional, nacional e regional, sendo os museus e a arte moderna ferramentas de consolidação deste capital político e social, que tangenciavam em diálogo com a esfera do simbólico.

No entanto, embora o mecenato, portanto o capital econômico, articule o capital político e social, os museus de São Paulo no final do século XIX e início do século XX privilegiavam as ciências naturais, a história e posteriormente as artes como temática. A título de exemplo desta imbricação, no campo das ciências, o mecenato exercido por Veridiana da Silva Prado⁴ favoreceu pesquisas dirigidas por integrantes do Museu Paulista⁵ acerca da geografia e a qualidade do solo em São Paulo, beneficiando os negócios da matriarca, com a expansão da lavoura cafeeira e a implantação de Hortos Florestais que garantiam a renovação da lenha, matéria-prima para as locomotivas que transportavam o recurso econômico produzido no interior do estado para o litoral, seguindo para a exportação.

No campo da história, foi construída, também pelo mesmo Museu, uma positivação da imagem dos bandeirantes, supostos ancestrais do mesmo grupo, retratada em documentos dos séculos XVI e XVIII como bárbaros, criminosos e

⁴ Cumpre considerar que Veridiana da Silva Prado foi avó do cunhado de Yolanda Penteado (Sílvia da Silva Prado), assim como também era avó de Paulo e Fábio da Silva Prado. O primeiro, um dos principais financiadores da Semana de Arte Moderna de São Paulo, e o segundo, prefeito de São Paulo na gestão a qual o modernista Mário de Andrade (um dos líderes da Semana de 22) chefiou o Departamento de Cultura.

⁵ O diretor do Museu Paulista, Hermann von Ihering, ao lado do geólogo Orville Derby, integraram a Comissão Geográfica e Geológica, que coletou artefactos e produziu conhecimento incorporado ao acervo do museu.

violentos, ressignificados no início do século XX, para heróis aventureiros, desbravadores, esposos de “princesas indígenas”⁶, construtores da dimensão territorial da Nação, que nasceu às margens do Ipiranga, em São Paulo, com o célebre e heroico grito de independência. No Museu Paulista, este projeto narrativo foi dirigido por Afonso de Escagnolle Taunay, integrante do círculo social dos Silva Prado e Penteado, sendo a exaltação a tentativa de construção de discurso histórico de legitimação do poder político dos paulistas sobre a Nação, positivando a imagem dos condutores da modernização, outrora da civilização, pura falácia construída e imaginada⁷, a serviço dos interesses dos grupos dominantes do período.

E, por fim, no campo das artes, a associação e financiamento de famílias, como Silva Prado, Penteado e Freitas Vale do movimento modernista, ou de arte moderna, que teve como marco a realização da Semana de Arte Moderna de 1922. Segundo Pereira (2014), os primeiros anos do Modernismo no Brasil foram orientados pela crença na construção de uma “nova civilização”, pautada na visão de uma cultura brasileira e no plano de uma nação modernizada. Para esse grupo, o projeto de modernização do país partia de São Paulo, sendo os museus uma das ferramentas desse processo.

Ainda que com ressignificações ao logo do espaço temporal, o discurso de modernização paulista acabou por executar uma modernização conservadora, que perpassou por distintos museus de história e de arte em São Paulo, tais como o Museu Paulista (1895), a Pinacoteca do Estado de São Paulo (1905), o Museu de Arte de São Paulo (1947), o Museu de Arte Moderna de São Paulo (1948), responsável pela organização das primeiras bienais internacionais de arte de São Paulo (1951) e a rede de Museus Histórico-Pedagógicos (1956), não estando descolado desse processo a Campanha Nacional de Museus Regionais (1965), que tem a sede das suas ações em São Paulo, mas propõem a implantação de museus regionais, de arte, em outras regiões do país.

⁶ Em sua autobiografia, publicada em 1976, Yolanda Penteado indica descender a família de seu pai do “emblemático” João Ramalho, náufrago português do século XVI e da índia Bartira, sua esposa, filha do cacique Tibiriçá, um dos principais líderes indígenas da região. O historiador e diretor do Museu Paulista entre 1946-1958, Sérgio Buarque de Holanda, que frequentou o mesmo círculo social de Yolanda Penteado, ao escrever o prefácio da autobiografia de Penteado, questionou tais afirmações, indicando haver escassa e confusa documentação do período, em que a esposa indígena de João Ramalho aparece com os nomes Mbici, Mboy e posteriormente, após o batismo católico, como Isabel, voltando em documentos posteriores a ser retratada com o nome indígena e finalmente por Bartira, segundo Holanda “(...) que já é palavra pronunciável” (Penteado, 1976, p. 14), sendo esta a tonalidade da modernização conservadora, ignora-se o nome católico que não revela a origem indígena, construindo outra denominação que apresente os elementos desejados e que como colocou Holanda, seja palavra pronunciável, mas facilmente atrelada ao imaginário acerca da identidade indígena.

⁷ Hobsbawm, E.; Ranger, T. A Invenção das Tradições. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

Sendo assim, para Camargos (2001), Miceli (2003) e Pausini (2018; 2020), a compreensão das redes de relações sociais e, portanto de sociabilidade, torna-se elemento fundamental para a compreensão desse processo, em que a reboque das demandas privadas ou das instituições e organizações dirigidas pelo mesmo grupo, a cooptação de intelectuais, cientistas, artistas e financiadores, público ou privado, continuava tangenciando o capital de relações sociais, como campo simbólico e político, agravado na década de 1960 pelo desejo de prestígio e inserção nos principais quadros internacionais, bem como a associação a ideia de modernidade enquanto sinônimo de progresso e desenvolvimento capitalista, nacional e regional, orbitando em ambos os casos a esfera do poder simbólico, cumprindo a São Paulo, conforme o projeto, a condição pretensiosa de capital cultural da Nação, efetuando a mediação e ligação entre os regionais e o exterior.

Nesse caso, é significativo lançar um olhar mais cuidadoso sobre a trajetória de determinadas personagens, atores do campo político, dotados, portanto de interesses e contradições, as quais reverberaram na constituição da Campanha Nacional de Museus Regionais, organismo administrativo-jurídico animado pelas ações de sujeitos sociais. Desse modo é importante considerar múltiplos e distintos vetores analíticos sobre a Campanha. Para essa análise, é indispensável refletir sobre o campo político dos sujeitos sociais e da própria instituição, buscando assim compreender as suas dimensões, histórica⁸, técnico-metodológica⁹, político-administrativa¹⁰ e os diálogos ou narrativas nas esferas regionais, nacional e internacional; sendo significativo considerar a Campanha Nacional de Museus Regionais como iniciativa institucional de ordem nacional, portanto, um espaço distinto ao regional e ao internacional, ainda que ambos estivessem presentes em seu projeto a partir da ideia de circularidade.

Deste modo, segundo Pierre Bourdieu, o capital social consiste no:

(...) conjunto dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento mútuos, ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como o conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos

⁸ Múltiplos contextos e cenários históricos, considerando a trajetória dos sujeitos sociais e institucionais.

⁹ Compreende os elementos teóricos e de procedimentos ou estratégias empreendidas para a execução/realização do projeto.

¹⁰ Perspetivas e interesses, pensando o museu como um instrumento político de comunicação e legitimação, portanto, uma ferramenta de Poder. Nesse sentido, é importante questionar o que motivou esse grupo a organizar e desenvolver o projeto dos Museus Regionais. Quais eram os seus interlocutores, projetos, como e por que estes foram selecionados? Considerando tratar-se de uma campanha dirigida e organizada a partir da capital paulista, do Museu de Arte de São Paulo, para outros espaços do território “Nacional”.

outros e por eles mesmos), mas também que são unidos por ligações permanentes e úteis (Bourdieu, 1998, p. 67).

Sendo assim, o capital social de um grupo ou comunidade pode ampliar a sua capacidade de ação coletiva e facilitar a cooperação mútua necessária para a otimização do uso de recursos materiais e humanos disponíveis (Fernandes, 2002), elemento que funcionou de modo dialético entre a Campanha dos Museus Regionais e as elites locais e regionais, ambos os grupos interessados no poder simbólico legado pelo prestígio local, regional, nacional e internacional, mas também nas articulações socioculturais em torno do poder econômico.

Destarte, a Campanha Nacional de Museus Regionais esteve inserida nesse processo de modernização que já estava em curso, sendo, portanto, relevante considerar não apenas as estratégias utilizadas, mas também lançar um olhar mais atento sobre a trajetória de seus artífices, justamente por estes implicarem nas intenções, condições e contradições do projeto. É possível, ainda que em linhas gerais, compreender que embora houvesse uma mescla de funções, os papéis dos principais dirigentes da Campanha foram compostos pragmaticamente por Chateaubriand para o sucesso do projeto, cumprindo a este a orquestração financeira e política; à Yolanda Penteadó a fomentação e articulação do capital social, transitando entre o político e o cultural, e ao *marchand* e técnico Pietro Maria Bardi, a credibilidade técnico-cultural, internacional e nacional, operando desse modo o capital cultural, havendo assim uma aproximação entre a função dos dois últimos, sendo, no entanto, necessário considerar os elementos ornitorrincos de prestígio e credibilidade, nacional e internacional, entre artistas e a elite econômica agrária, industrial e financeira atrelados à imagem de Yolanda Penteadó, associados inequivocamente à Campanha, diante a sua condição de presidente. Embora seja possível utilizar as categorias de capital político, econômico, social e cultural de Pierre Bourdieu, não é possível desconsiderar que todos eles orbitam a esfera do poder simbólico, que é comum e transversal a todos, o que indica que embora a constituição desses atores sociais na direção da Campanha fosse significativa para o sucesso desta, havia uma circularidade entre os capitais, o que somava aos propósitos da iniciativa.

1. Artífices, capital social e museus: MASP, MAM-SP e a Campanha

Segundo Yolanda Penteadó (1976), a iniciativa para a constituição da Campanha Nacional de Museus Regionais partiu de Assis Chateaubriand no início da

década de 1960, quando o empresário e senador¹¹ regressou ao Brasil, após ocupar a direção da embaixada brasileira em Londres. No entanto, esta não foi a primeira campanha empreendida por Chateaubriand, que utilizando o seu poder político, associado ao poder das suas empresas de comunicação já havia liderado outras campanhas nacionais, como a Campanha Nacional de Aviação (1941), que visava o estímulo à criação de aeroclubes, doação de aviões e formação de pilotos por todo o território nacional¹²; a Campanha de Redenção da Criança (1943), que tinha por finalidade promover o surgimento e a construção de Centros de Puericultura¹³ espalhados pelo país; e conjuntamente com a articulação da campanha dos museus regionais, em 1964, Chateaubriand organizou a Campanha Ouro para o Bem do Brasil, que buscava arrecadar recursos financeiros para quitar a dívida internacional do país.

Todas essas campanhas organizadas por Assis Chateaubriand mobilizaram a articulação da rede de parceiros e interessados, promovendo a arrecadação de fundos para a execução e realização dos projetos e ações defendidas, fossem postos de puericultura ou museus regionais. As campanhas contavam com o apoio administrativo e operacional dos Diários Associados,¹⁴ que servia como suporte operacional das ações e operações logísticas, quando necessário, e do suporte técnico conferido por parcerias. No caso da Campanha de Redenção da Criança, o órgão técnico responsável estava vinculado ao setor público federal, o Departamento Nacional da Criança, enquanto na Campanha Nacional de Museus Regionais, o apoio técnico fora assegurado pelo Museu de Arte de São Paulo (MASP), instituição fortemente ligada a Chateaubriand e a Pietro Maria Bardi, diretor técnico do museu, ambos envolvidos com o projeto dos museus regionais.

¹¹ Francisco de Assis Chateaubriand foi eleito em 1951 senador pelo estado da Paraíba e em 1954 senador pelo estado do Maranhão, sendo responsável pela embaixada brasileira em Londres entre 1957 e 1960.

¹² Segundo Morais (1994), foram doados pela Campanha cerca de 800 aviões, os quais alguns foram batizados no Campo de Marte, em São Paulo; processo semelhante, as doações dos quadros aos museus regionais, que ocorreram em cerimônia realizada no Museu de Arte de São Paulo.

¹³ Campanha de Redenção da Criança surgiu em 1943 como elemento potencializador das ações do recém-criado Departamento Nacional da Criança (1940), órgão federal que tinha como uma de suas finalidades a construção de postos de puericultura, que eram, segundo Ribeiro (2020, p. 2), um espaço assistencial composto por serviços de natureza médica, social e de educação sanitária das mães, especializado no atendimento à maternidade e à criança.

¹⁴ A empresa de comunicação foi fundada e dirigida por Assis Chateaubriand. Esta, segundo Barata (1971) e Morais (1994), foi naquele período o maior conglomerado de comunicações do Brasil, atingindo por meio de sua rede ampla extensão do território nacional. Na década de 1970, a empresa “Diários Associados” contava com 32 jornais diários, 25 estações de rádio e 18 revistas e estações de televisão (inclusive a Tv Tupi de São Paulo, a primeira emissora a efetuar transmissão de sinal televisivo no Hemisfério Sul).

Dessa forma, é possível constatar a constituição de certa fórmula empreendida por Assis Chateaubriand na implementação das campanhas que eram iniciativas da sociedade civil, sem fins lucrativos, que tinham por objetivo implementar e promover elementos concretos e espalhá-los pelo território nacional, a exemplo da rede de comunicação dos Diários Associados, fossem aeroclubes, museus regionais ou postos de puericultura. Situação não muito distinta foi exercida pelos mecenas, por vezes interessados no prestígio e capital social amealhados a partir do mecenato, de modo que Chateaubriand, assim como executara na constituição do MASP, tornava-se uma espécie de agente coordenador de doações de outros mecenas em prol do projeto defendido. Essas campanhas estavam vinculadas à ideia do progresso, pensado enquanto promoção do desenvolvimento urbano-industrial apontando para a modernidade como elemento de superação do atraso nacional.

No que se refere aos museus regionais, estes foram pensados¹⁵, em linhas gerais, para serem implementados em polos econômicos regionais com potencialidade para o desenvolvimento urbano-industrial, bem como para serem agentes catalisadores da riqueza, enquanto valor cultural regional e patrimonial local. Ainda que houvesse discrepâncias entre o projeto de Chateaubriand, que depositava o valor cultural nos objetos e na sua potencialidade enquanto elemento de valorização da ideia de promoção da civilização brasileira, conforme compreensão europeia, e o projeto de Bardi que compreendia a necessidade da preservação cultural, promoção do conhecimento e a relação entre o antigo e o moderno, em cenário de transformação acelerada, promovida pelos incentivos urbanos, capitalistas e industriais, este projeto não estava distante daquele defendido por Yolanda Penteadó, que passou a apoiar a partir da sua experiência em visitas na década de 1960¹⁶ a pequenos museus no sul da França, o incentivo da relação cíclica entre artista, produção, paisagem local, museu local e comunidade.

Desse modo, tangia o projeto da campanha dos museus regionais a constituição de uma rede nacional, preferencialmente de museus de arte moderna, defendendo o valor dos museus regionais enquanto elemento potencializador das dinâmicas culturais locais, ainda que valorizadas pela técnica, fosse regional, nacional

¹⁵ Nesse aspecto, talvez a exceção seja o Museu Dona Beja, localizado na cidade de Araxá, no interior do estado de Minas Gerais.

¹⁶ Em 1966, portanto, após o início das ações da Campanha de Museus Regionais, Yolanda Penteadó visitou no sul da França pequenos museus locais que buscavam ao menos em seu discurso estabelecer essa proximidade entre artista, produção, paisagem, museu e comunidade, ainda que houvesse distinções entre estes e o projeto dos museus regionais promovidos pela Campanha. Em sua autobiografia, Penteadó cita o Museu Léger, o Museu Picasso e o museu de arte moderna mantido pela Fundação Maeght, todos localizados na costa azul francesa, distantes do centro cultural, político e econômico do país.

ou internacional. No mesmo sentido, havia a defesa da existência concomitante no acervo, de obras de artistas locais, paulistas (considerados relevantes por Bardi), nacionais e internacionais. Outro aspecto comum às campanhas era a associação e o estabelecimento de parceria entre o setor público e privado (ou sociedade civil), o que no caso da Campanha Nacional de Museus Regionais tinha um caráter especial, motivado pela crítica dos escassos recursos públicos destinados à manutenção e à promoção da cultura, bem como o reconhecimento do valor da autonomia dos museus em relação ao poder público, projeto defendido por modernistas paulistas, como Sérgio Milliet¹⁷ e Mário de Andrade¹⁸, e em outro momento por diretores de museus como Mário Neme.

E, por fim, um último aspecto, o uso do poder da imprensa para comunicar e atrair apoio para o projeto empreendido pelas campanhas, associando sempre o nome de Chateaubriand, uma espécie de mecenas, ao nome de um técnico respeitável na área e a uma figura com prestígio social, ampliando assim a rede de colaboradores e atraindo credibilidade para o projeto, papéis representados no caso da campanha dos museus regionais por Bardi, diretor técnico do Museu de Arte de São Paulo (MASP), e Yolanda Penteado, que transitava pelo ambiente técnico e social, não apenas por ser herdeira simbólica do capital de Olívia Guedes Penteado e da elite modernista paulista, mas sobretudo, por ter sido uma das principais articuladoras do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP), assim como das primeiras bienais de arte do país. Desta forma, evidencia-se que a campanha dos museus regionais, iniciativa da primeira metade da década de 1960, esteve diretamente ligada ao processo e contexto de abertura do MASP (1947), onde ao qual também se insere o MAM-SP (1948), e neste último, a partir de 1951 o projeto internacional com as bienais de arte.

O projeto internacional do MAM-SP acabou por sufocar as ações locais e o orçamento do museu. Em cenário onde o prestígio internacional possuía maior relevância, também por garantir o prestígio nacional, o presidente e principal mecenas do museu optou em 1963 pela extinção do mesmo e doação de seu acervo¹⁹ para a Universidade de São Paulo. Antes da sua extinção, a responsabilidade pela organização e realização das bienais internacionais de arte já não pertenciam ao

¹⁷ Sérgio Milliet, além de participar do movimento modernista, ocupou cargos relevantes ao lado de Mário de Andrade no Departamento de Cultura da prefeitura de São Paulo (1937), e posteriormente no Museu de Arte Moderna de São Paulo (1948), assim como nas primeiras bienais internacionais de arte de São Paulo (1951), sendo este um dos interlocutores brasileiros do industrial norte-americano Nelson Rockefeller.

¹⁸ Escritor e um dos principais líderes do movimento modernista em São Paulo. Frequentou os salões sociais do senador José de Freitas Valle, Paulo Prado e Olívia Guedes Penteado, sendo ao lado desta, tia de Yolanda Penteado, um dos dirigentes do SPAM (Sociedade Pró-Arte Moderna), fundado em 1933.

¹⁹ O acervo foi doado para a Universidade de São Paulo, constituindo o Museu de Arte Contemporânea.

MAM-SP²⁰, mas sim à instituição criada para esta finalidade, a Fundação Bienal de São Paulo (1962), fundada e presidida pelo mesmo presidente e principal mecenas do extinto museu, o que sugere a troca de instituições e burocracias administrativas, mas a manutenção da figura condutora do processo, com declarado foco no projeto internacional.

Deste modo, se ambos os museus estavam inseridos no mesmo cenário, e se o MAM-SP, e posteriormente a Fundação Bienal apontaram para o cenário internacional, coube aos integrantes que compunham o quadro diretivo do MASP, respectivamente Chateaubriand, Bardi e Penteado, integrada à diretoria do museu após a extinção do MAM-SP, construir projeto com foco no cenário nacional, a Campanha Nacional de Museus Regionais. Sendo assim, ambas as instituições contribuíam para o suposto projeto ou discurso de modernidade paulista (Pausini, 2018), reduzindo as possibilidades de competição direta entre as instituições que passavam a apontar para direções distintas, mas que estavam simbolicamente ligadas pela mesma figura, Yolanda Penteado, no plano local (paulista), nacional e internacional, assim como sob influência do mesmo movimento moderno.

Mas se a Campanha Nacional de Museus Regionais (1965) não foi a primeira campanha criada por Assis Chateaubriand, esta também não foi a sua estreia no campo dos museus, objeto de interesse do jornalista e empresário, ao menos, desde a década de 1920. A cidade de São Paulo na década de 1920 foi palco de inúmeros movimentos culturais e sociais, entre eles, o movimento modernista, o qual Chateaubriand não simpatizava, no entanto, ambos defenderam, ainda que com desenhos distintos, a abertura de um museu de arte na cidade de São Paulo e que fosse autônomo administrativamente do Estado.

O projeto do jornalista Assis Chateaubriand defendia a abertura de um museu de excelência, que na sua compreensão conservadora conferia destaque ao valor da excepcionalidade, valor técnico e econômico do acervo, inserido na narrativa de construção da ideia de “civilização” brasileira, conceito este que parte dos moldes clássicos e eurocêtricos. Deste modo, as raízes do projeto de Chateaubriand partem da perspectiva conceitual de modernização conservadora, mas também de atraso cultural, segundo termos de Fernandes (2005), em que aquele que copia modelos sempre estará atrasado em relação àquele que os produz, havendo quase sempre um descompasso entre a cópia (moderna) e a realidade social vivenciada por aquele que

²⁰ A instituição foi refundada na mesma década por antigos integrantes do museu, mas sem a participação do antigo presidente, Francisco Matarazzo Sobrinho.

a copiou (em tese atrasado, em relação ao modelo copiado), intensificando, reificando e legitimando, assim, as disparidades e as estruturas hierarquizantes de dominação, neste caso, eurocentradas²¹.

(...) o projeto de Chateaubriand não desconsiderava o poder discursivo dos museus, ainda que seu posicionamento fosse conservador, calcado no deslumbre da chamada ‘civilização’ e sua riqueza patrimonial reconhecida e atribuída pelo poder **simbólico** do museu (...). (Pausini, 2020, p. 188)

É provável que a perspectiva conservadora de museu de Chateaubriand tenha sido consolidada durante o período em que serviu como correspondente na França, onde visitou possivelmente, em contexto de guerra, acervos formados a partir de espólios de guerra e do contexto francês de salvaguarda do patrimônio da Nação, compreendida como identidade e trajetória constitutiva do povo, como sugere Choay (2001). Dessa forma, para Chateaubriand, a importância do museu reside no valor atribuído ao seu acervo, o quanto esses artefatos em salvaguarda são excepcionais e contam sobre a linhagem e ancestralidade da civilização, eleita, legitimada e reificada pelos grupos e classes dominantes por meio da valoração simbólica: técnica, científica, cultural, econômica ou de *status* e prestígio, diante da narrativa de vitórias, conquistas e excelência.

Esse posicionamento defendido por Chateaubriand está inserido no que Britto (2019), no quadro da conformação de paradigmas no campo das Museologias e processos museológicos, definiu como “museu a serviço das coleções”, ou seja, campo:

(...) marcado por tendência de pensamento positivista, evolucionista e por algumas vertentes funcionalistas, constituidoras de um paradigma reconhecido como “Museologia Tradicional” ou “Museologia Normativa” (cuja pluridiversidade também necessita ser investigada). Paradigma definido pela triangulação entre coleção, edifício e públicos. (Britto, 2019, p. 22)

A implementação desse projeto normativo e conservador de museu de arte defendido por Chateaubriand não avançou na década de 1920, assim como também não prosperou o projeto defendido pelos modernistas Sérgio Milliet e Mário de Andrade. Na década seguinte, Chateaubriand voltou a insistir no projeto, buscando estabelecer dessa vez parceria com o empresário Armando Álvares Penteado, que havia estudado em Paris e tensionava fundar instituição que seria mantenedora de um

²¹ Sendo o ponto de partida para Chateaubriand o modelo de civilizações europeu, e não outros modelos.

museu e uma escola de excelência em Belas Artes na cidade de São Paulo (Pausini, 2020, p.201). Essa parceria não prosperou, embora em 1947, após a morte de Armando Penteadado, seguindo determinação de seu testamento, tenha sido constituída fundação destinada ao ensino técnico e superior²² e, em 1961, sob responsabilidade desta, foi inaugurado o Museu de Arte Brasileira²³.

Mas se a parceria entre Chateaubriand e Armando Penteadado para a abertura de um museu tradicional e normativo de excelência em Belas Artes não prosperou, o mesmo não ocorreu com a parceria entre Chateaubriand e Yolanda Penteadado na organização da Campanha dos museus regionais na década de 1960. Ambos os Penteadados pertenciam ao mesmo grupo social, eram primos, e sobrinhos de Olívia Guedes Penteadado, importante mecenas do modernismo paulista e anfitriã em 1924 da reunião que resultou na fundação da Sociedade dos Amigos dos Monumentos Históricos do Brasil, entidade anterior à criação, em 1933, de instituição pública federal destinada à preservação do patrimônio nacional²⁴, responsabilidade transferida em 1937 para o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPAHN), órgão com estrutura semelhante à desenhada por Mário de Andrade. A Sociedade dos Amigos dos Monumentos Históricos não defendia a criação de museus de arte, mas apontava para o mesmo projeto conservador de Chateaubriand e Armando Penteadado no campo do patrimônio, ao propor a:

(...) proteção e a conservação dos monumentos históricos do Brasil. Igrejas, palácios, mansões, casas particulares dignas de interesse (móveis, objetos e obras de arte, pintura, estátuas, livros e arquivos, prataria (...)). Constituir tantos Comitês de Iniciativa quantos são os Estados do Brasil. O Presidente de cada Comitê de Iniciativa faz parte do Comitê Diretor, na qualidade de Delegado de Estado. (Faria; Arêas; Aguiar, 1997, p. 323)²⁵

Desse modo, os projetos de Chateaubriand, Olívia e Armando Penteadado podem ser caracterizados como propostas de transformação conservadora, ao propor iniciativas culturais independentes do poder público, mas conservando a perspectiva hierarquizante, excludente e elitista de patrimônio a partir dos objetos e das chamadas “Belas Artes”, fundamental para a construção de uma ideia de “civilização” brasileira,

²² Fundação Armando Álvares Penteadado, instituição de ensino superior dedicada inicialmente à profissionalização no campo das artes.

²³ É relevante considerar que essa parceria pensada na década de 1930 entre Chateaubriand e Armando Penteadado não prosperou, mas na década de 1950, o Museu de Arte de São Paulo (MASP) teve por sede provisória as instalações da Fundação Armando Álvares Penteadado (FAAP).

²⁴ A partir de 1933 passou a ser responsabilidade de órgão ligado ao Museu Histórico Nacional. Esse museu também abrigou o primeiro curso de museus do país, também de perspectiva conservadora, gerido por Gustavo Barroso.

²⁵ Grifos do autor.

conforme os moldes estrangeiros, garantindo a narrativa dos próprios interesses, via iniciativa privada ou pública, orbitando assim na esfera do patrimonialismo, sendo São Paulo o ponto de partida para tal projeto civilizacional de modernização, mas conservadora, dialogando assim com os pressupostos do Atraso Cultural, em Florestan Fernandes (2005) e a ideia de Provincianismo de Fernando Pessoa (1928), compreendido como “pertencer a uma civilização sem tomar parte no desenvolvimento superior dela – em segui-la, pois mimeticamente, com uma subordinação inconsciente e feliz” (Pessoa, 1928, p.159), cenário válido para a reflexão da busca e construção de ambos os projetos relacionais, o projeto nacional-internacional, bem como o projeto nacional-regional, estando a parte nacional centrada em São Paulo, que conforme os desenhos institucionais parte da perspectiva do atraso cultural e da modernização conservadora.

Outro projeto de Chateaubriand no campo dos museus ocorreu na década de 1940, e não tratava diretamente de arte, embora mantivesse a sua perspectiva tradicionalista e normativa de museu. Para esse novo projeto, o ponto de partida seria a criação, na França, da Fundação D. Pedro II. Essa instituição deveria ser, segundo os planos de Chateaubriand, uma espécie de polo de estudos e representação do Brasil na França. A instituição deveria contar com uma biblioteca especializada, financiar e conceder bolsas de estudo e demais auxílios a estudantes brasileiros no exterior e, manter um museu sobre o Brasil. Esse projeto também partia da triangulação: coleção, edifício e público, sendo a sede planejada para o museu e a fundação do castelo d’Eu²⁶, propriedade onde morou durante o exílio a princesa Isabel de Bragança, herdeira do finado imperador do Brasil, D. Pedro II. Os objetivos da instituição, a escolha do nome, país e edifício sede certamente não foram desenvolvidos e elaborados por acaso. Estes em conjunto estavam vinculados ao desejo nacionalista de exaltação de uma pretensa ideia de “civilização brasileira” construída a partir do segundo reinado, sob o modelo monárquico chefiado por dinastia descendente dos *Capétiens* franceses²⁷, portanto, vinculando a imagem do Brasil, mediada pela monarquia, à ideia de tradição e civilidade francesa.

A iniciativa do museu em *Eu* não estava distante do projeto de transformação do antigo palácio de verão de D. Pedro II em Museu Imperial de Petrópolis, no Brasil,

²⁶ O castelo localiza-se na vila d’Eu, região da Normandia.

²⁷ Eram os imperadores do Brasil membros da dinastia de Bragança, longinquamente descendentes dos reis franceses capetinos e carolíngios, assim como o esposo da princesa Isabel, membro da Casa de Orléans, ramificação da Casa Real Francesa de Bourbon. Por sua vez, este Orléans, francês por nascimento, naturalizado brasileiro pelo casamento, possuiu o título de conde d’Eu, estando vinculado desse modo ao Brasil por casamento real e a vila e o castelo normando de mesmo nome pelo título.

este sob a tutela do Estado²⁸. Ambas as instituições trabalharam com outra, mas semelhante triangulação conservadora de valoração: patrono, edifício e história local, a mesma que fora utilizada por Taunay na Casa Euclides da Cunha (1946), Borges e Stein de Campos (Misan, 2008; Pausini, 2019) nos Museus Histórico Pedagógicos de São Paulo (1951) e pela própria Campanha Nacional de Museus Regionais (1965), dialogando com a ideia de preservação do edifício, enquanto monumento histórico agregador de valor e significado para o museu. Por fim, a existência desse projeto indica, para além da abertura de Chateaubriand para o diálogo técnico com outras iniciativas de tendência conservadora no campo dos museus, que o interesse do jornalista não residia exclusivamente em museus de arte, embora os seus dois projetos exitosos na área refiram-se a museu de arte, o MASP e a Campanha Nacional de Museus Regionais, assim como à grandiosidade de projetos institucionais possivelmente em busca do prestígio²⁹, reconhecimento e valorização do país, em perspectiva pessoal e nacional, defendidos a partir dos seus cânones conservadores e normativos.

Apesar da aquisição do Castelo d'Eu e de outras medidas para a implantação da Fundação D. Pedro II, o projeto de Chateaubriand não avançou, diferentemente do Museu Imperial de Petrópolis, que recebeu parte do acervo que constituiria a biblioteca, arquivo e museu em *Eu*, sendo o castelo vendido pelo jornalista para a municipalidade na década de 1960, que em 1973 inaugurou o *Musée Louis Philippe*, também um projeto normativo e conservador de exaltação e vinculação da figura do último rei dos franceses com a localidade, evidenciando a contemporaneidade e o atraso cultural, segundo termos conceituais de Fernandes. Dentre os projetos empreendidos pela Campanha dos museus regionais, aproximam-se desta realidade os de Araxá – Museu Regional Dona Beja, e em Campina Grande – Museu Regional Pedro Américo, o primeiro vinculado à história local e o segundo com um célebre patrono. A Galeria Brasileira (1966), também incentivada pela Campanha dos regionais, surgiu no esteio deste projeto fraco-brasileiro de Chateaubriand, no entanto, com forte traço de colecionismo histórico, reificador do projeto conservador de civilização e de Nação.

Em nova iniciativa, na década de 1940, o jornalista retomou seu antigo projeto de constituição de um museu de arte na cidade de São Paulo, mantendo suas projeções conservadoras. No entanto, para essa nova tentativa, Chateaubriand

²⁸ O ano de 1940 marcou o centenário do início do segundo reinado, chefiado por D. Pedro II, pai da princesa Isabel.

²⁹ Nesse campo se inserem as demais campanhas propostas por Chateaubriand.

buscou associar-se ao *marchand* italiano Pietro Maria Bardi, que havia aberto e dirigido em Roma o *Studio d'Arte Palma*, segundo Stradiotto (2011), uma espécie de experimentação do projeto museológico que Bardi desenvolveu e executou no MASP, uma vez que o *Studio*, aberto logo após o término da Segunda Guerra Mundial, não estava apenas voltado para o comércio de arte, mas principalmente para a sua difusão com exposições de autores conhecidos, mas também de jovens artistas, aliado à promoção de cursos de história da arte, conferências e outras atividades culturais, como saraus e ateliês de restauro. Essa ideia de mistura entre o clássico e o moderno, artistas regionais, nacionais e internacionais, renomados e jovens iniciantes também fora defendida por Bardi na Campanha Nacional de Museus Regionais, onde obras de artistas de expressão internacional, como Di Cavalcanti, poderiam figurar ao lado de artistas locais, como Raul Córdoba Filho, no museu regional de Campina Grande, denunciando um acréscimo significativo e inovador ao projeto conservador de Chateaubriand.

Cumpria ao jornalista conseguir recursos para a aquisição de obras, as quais eram cerimoniosamente cortejadas desde a sua chegada ao aeroporto de São Paulo, passando pela apresentação em cerimônia na então sede do museu, podendo figurar em festas e coquetéis ritualisticamente documentados pelos jornais e revistas dos Diários Associados, empresa de comunicação de Chateaubriand, modelo replicado na campanha dos museus regionais (Pausini, 2020, p. 191.), havendo deste modo ao menos duas grandes festas. A primeira realizada em São Paulo, quase sempre na sede do MASP, em ambiente de exposição e com a presença de representantes das regiões, onde ocorria a cerimônia de doação³⁰, sendo o segundo grande evento, a inauguração efetiva dos museus regionais, o que não impedia por exemplo, a presença do prefeito da cidade São Paulo em tais cerimônias distantes de sua jurisdição. Retomando o processo de aquisição de obras do MASP, cumprindo a Bardi, a seleção, indicação e compra da obra a ser integrada ao acervo do museu. Nesse aspecto, segundo Maria Cecília Lourenço (2008), o Museu de Arte de São Paulo foi o primeiro museu brasileiro de arte a ser implantado com critérios norteadores de uma política clara de constituição de acervo, não fazendo, como os seus contemporâneos, os Museus de Arte Moderna (MAM's), tábula rasa do passado, tendo especialmente em seu acervo, conforme desejava Chateaubriand, obras referentes à arte francesa do fim do século XIX e obras anteriores a esse período, condição inexistente, ainda segundo Lourenço, no próprio Museu Nacional de Belas Artes no Rio de Janeiro

³⁰ Em algumas situações este ato cerimonial ocorreu na residência de Chateaubriand, enfatizando o caráter pessoalista da ação.

(Lourenço, 2009, p.98.), então capital política do país. A questão da política de aquisição e constituição do acervo, possivelmente por distintas razões, foi um dos elementos centrais da Campanha Nacional de Museus Regionais, no qual Chateaubriand, Bardi e Yolanda Penteado desempenharam destacado papel.

Mesmo antes da abertura do Museu de Arte de São Paulo, Bardi passou a divulgar ao grande público, por meio de artigos publicados nos jornais de Assis Chateaubriand, o seu posicionamento artístico e cultural, bem como as suas perspectivas e projetos para o novo museu de arte da cidade. Em artigo intitulado “Museus e AntiMuseus”, Bardi defendeu a audácia e a utopia como possíveis, em oposição às utopias que não são audazes, em clara referência à política de aquisição onde o museu buscou mesclar (Pausini, 2020, p.192.), em uma espécie de política de conciliação, os interesses do diretor técnico, incorporando ao acervo obras modernas, mesmo conferindo prioridade à política conservadora do principal mecenas no museu, adquirindo assim obras de renomados e consagrados artistas europeus. Em artigo intitulado “Um Museu de Nova Espécie”, publicado em 1947, no Rio de Janeiro, Bardi indicou a necessidade de constituição de uma nova espécie de museu, o que ele chamou de “Museu Novo”:

(...) penso num Museu Novo em função de vida, apto a conciliar e a fundir o Antigo e o Moderno, que pudesse num certo sentido esclarecer nuvens de equívocos determinados pela ignorância e pelas suas conseqüências e fetichismos. (Machado, 2009, p. 98 *apud* O Jornal do Rio de Janeiro, 1947)

Nesse artigo, Bardi apresentou ao leitor, mesmo que indiretamente, algumas das diretrizes museológicas do MASP, semelhantes as que seriam defendidas na década de 1960 na Campanha Nacional de Museus Regionais, ou seja, um “museu novo”, em “função da vida”, portanto, conectado com o seu dinamismo e transformações impostas pela modernidade, assim como Heidegger já havia indicado, e posteriormente Sartre e Deleuze, acerca da coisificação das “coisas” e a valorização da “vida”, sendo o museu o espaço dessa valorização³¹. Desse modo, a compreensão de museu de Bardi³² estava em consonância com algumas das principais e inovadoras tendências museológicas do pós Segunda Guerra Mundial, endossadas pela recém-

³¹ Aponta para esse sentido o artigo de Bardi, intitulado “O Museu e a Vida”, publicado em março de 1947 no jornal paulistano *Diário de São Paulo*, assim como no *O Jornal* do Rio de Janeiro.

³² No mesmo ano, 1947, Bardi apresentou em reunião do ICOM, realizado na Cidade do México, o texto “*Musée hors des limites*” – “Museu fora dos limites” em tradução livre – onde expõem suas ideias acerca da arquitetura livre e espaços para a realização de múltiplas atividades, permitindo, segundo Esmeraldo (2014), o desenvolvimento de uma nova pedagogia, bem como propiciando uma permanência agradável.

criada UNESCO (1945), apontando nesse período, mesmo que embrionariamente³³, para alguns elementos que seriam caros a movimentos museológicos e escolas e correntes de pensamento que se consolidaram nas décadas seguintes³⁴, como a Nova Museologia, a Museologia Social e a Sociomuseologia.

Mas ainda que o projeto de Pietro Maria Bardi apontasse para a necessidade de realização de um “Museu Novo, em função de vida”, capaz de conciliar o antigo e moderno, também tinha por intenção, conforme artigo de 1950 de Lina Bo Bardi, que também integrava a equipe do museu, “(...) formar uma mentalidade para a compreensão da arte”, conferindo destaque ao movimento da Semana de Arte Moderna de 1922, o qual Bardi compreendia, comprando o discurso da modernidade paulista³⁵, ser referência significativa e ponto delineador do seu agir.

As primeiras noções referentes às artes foram aquelas que todos mais ou menos sabem. O interesse estava voltado para os assuntos da atualidade. Como estrangeiro, parecia-me um fato de extraordinária importância a Semana de Arte Moderna de 22, as presenças de uma Anita Malfatti, as duas exposições – relâmpago de Lasar Segall, o respeito que se manifestava em relação a Marinetti [esposa de Paulo Prado]: toda uma série de circunstâncias que reforçaram minhas idéias, tendo a semana como ponto delineador do meu agir. (Pausini, 2020, p.194 *apud* Bardi, 1986)

Dessa forma, o Museu de Arte de São Paulo assim como o Museu de Arte Moderna de São Paulo surgiram em contexto de realinhamento, reordenamento e recentralização do espaço em que orbitava o movimento modernista de São Paulo, que teve como marco a Semana de 1922, mas também outros artistas que se alinhavam de algum modo a esse projeto modernista no campo das artes. Com o enfraquecimento dos salões sociais, diante da crise econômica e o cenário político nacional, a década de 1930 assistiu à eclosão e pulverização de inúmeros e distintos clubes de artes³⁶, disseminando o movimento, ainda que tenha permanecido o apoio

³³ Merece uma investigação mais aprofundada os artigos publicados por Bardi em 1947. Alguns destes têm títulos sugestivos, como: “O Museu e a educação pública”; “Por que são incômodos os museus?”; “Também um Museu pode Servir”; “A ‘UNESCO’ e o futuro dos Museus”; “Passa o tempo, mudam-se as formas”; “Sobre os Museus Norte-Americanos”; “O Museu de Arte procura ‘alguém’”; “Para uma nova cultura do Homem”; “Significação do Conselho Internacional de Museus”, entre outros títulos.

³⁴ É importante considerar que no final da década de 1970 o MASP em parceria com a Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, ofereceu o curso de especialização em Museologia sob coordenação da Professora Waldisa Rússio Camargo Guarnieri, uma das principais referências da Museologia Social.

³⁵ Grupo o qual, por meio de seu capital social, Yolanda Penteado integrava e possuía múltiplas relações.

³⁶ Eram alguns desses clubes: Sociedade Pró-Arte Moderna (SPAM -1932); Clube de Artistas Modernos (1932); Salão de Maio (1937); Família Artística Paulista (1937); e o Grupo Helena. Alguns artistas que tiveram suas obras nos acervos dos museus regionais fizeram parte desses grupos, como Anita Malfatti, Aldo Bonadei, Alfredo Volpi, Portinari, Di Cavalcanti, Tarsila do Amaral, Lazar Segall, entre outros.

dos antigos anfitriões, como Olívia Penteadó e Paulo Prado³⁷. Apesar de alguma distinção na diretriz organizacional desses grupos, em linhas gerais, eles indicavam o mesmo quadro de ações, promover reuniões, encontros, sessões de pintura, biblioteca especializada em arte moderna, organização de publicações, e espaço dotado de bar e restaurante, em ambiente aprazível para a realização de exposições, palestras e conferências. As atividades e ações defendidas pelos grupos também não eram muito diferentes daquelas pretendidas pelo MASP e o MAM-SP na década de 1940, o que sob a tutela dos mecenas nacionais, apoiados por mecenas internacionais, em contexto de Guerra Fria, propiciou um reordenamento de centralização de atividades e ações nos museus, que por sua vez esvaziaram os clubes de artistas.

No entanto, se a pretensão do MASP, segundo considerações de Bardi, era produzir uma ponte entre o antigo e o moderno; o MAM-SP, buscou dedicar-se e aprofundar-se no moderno, constituindo assim para além dos órgãos administrativos, comissões artísticas em diversas áreas, como arquitetura, cinema, exposições, fotografia, música folclore, pintura, escultura, entre outras. A ampliação dos órgãos consultivos da instituição, além de demonstração e tentativa de democratização das ações do museu, também permitiu a atração de outros artistas, profissionais e intelectuais para o projeto, além dos integrantes da Semana de 1922. A elite econômica agrária e a emergente elite industrial também estavam presentes no projeto, representados pelos fundadores e principais mecenas do museu, Francisco Matarazzo Sobrinho e Yolanda Penteadó que sinalizavam para uma espécie de amalgama produzida em torno da ideia de modernidade.

Desse modo, a organização do MAM-SP propôs a interação entre modernistas da Semana de 1922 e outros modernistas, das elites agrária e industrial. Este projeto de mescla e trânsito entre distintos segmentos já estava em curso no início do século XX com os salões sociais de Veridiana da Silva Prado e Olívia Guedes Penteadó, seguindo Yolanda Penteadó semelhante caminho de articulação das múltiplas facetas do capital social em benefício da realização dos projetos que tangenciavam os museus e a arte moderna, ao seguir o exemplo da tia que conforme seu próprio relato "(...) misturou artistas com gente de sociedade, uma arte que não é fácil" (Penteadó, 1976, p. 82.), referindo-se a Olívia Guedes.

³⁷ Um dos principais financiadores da Semana de Arte Moderna de São Paulo, ocorrida em 1922, ano que marcou a comemoração do centenário da independência política do Brasil. Paulo da Silva Prado era cunhado da irmã de Yolanda Penteadó e cunhado de Afonso Arinos de Melo Franco, sendo este tio materno de Rodrigo Melo Franco de Andrade, um dos fundadores e presidentes do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), entre 1937 e 1967.

Em correspondência de 1948, o pintor pernambucano Cícero Dias afirmou a Matarazzo que o próprio estava criando em São Paulo “(...) um Museu com vida que corresponde à vida moderna do homem e não um Museu no sentido do velho” (Pausini, 2020, p. 216). Esse museu que corresponde à vida moderna, urbano-industrial, não sem gerar conflitos internos, logo passou, por iniciativa do industrial ítalo-brasileiro, a organizar a Bienal Internacional de São Paulo. O modelo de inspiração foi a Bienal de Veneza, que apresentava ao público exposições multidisciplinares. Embora a Bienal de Veneza tenha surgido como evento organizado por grupo de intelectuais em 1895, nas edições seguintes esta passou a ser dirigida pelo poder público³⁸, não estando vinculada a nenhuma outra instituição cultural, situações distintas ao MAM-SP, que não pertencia ao poder público e era uma instituição cultural que não estava destinada apenas a organizar aquele evento internacional. Deste modo, para além das questões internas, quando Matarazzo constituiu a Fundação Bienal de São Paulo e transfere a responsabilidade da realização das bienais do museu para a fundação, o mesmo estava partindo de modelos externos, os quais garantiriam centralidade e maior autonomia de gestão para o prestigiado evento internacional, potencializador de seu capital simbólico.

Mesmo quando as bienais eram organizadas pelo museu, embora o MAM-SP não fosse um órgão do poder público, a instituição pôde contar com o apoio do Estado para a organização da bienal, desde a sessão de espaço na prestigiada Avenida Paulista para sediar o evento, o que também ocorreu na Campanha dos museus regionais, em referência aos edifícios sede, como a autorização da Presidência da República para que as embaixadas proporcionassem toda a infraestrutura e apoio necessário para a viagem “semioficial”³⁹ de Yolanda Penteado, que foi à Europa reforçar o convite para que os países formassem e enviassem suas representações artísticas para a bienal internacional de São Paulo.

A missão da “Mme Penteado”, como fora tratada por André Malraux⁴⁰, escritor francês do círculo de relações de Olívia Penteado, foi facilitada com as indicações das pessoas as quais Yolanda deveria buscar. Na Itália, Yolanda Penteado, esposa de Francisco Matarazzo Sobrinho, fora tratada pelo apelido do esposo, Sra. Matarazzo, sendo ela nora de um conde e senador italiano; e, por fim, na Suíça, conforme indica

³⁸ A Bienal de Veneza foi suspensa durante o período da Segunda Guerra Mundial, sendo o evento retomado em 1948, mesmo ano de fundação do MAM-SP.

³⁹ Parte desse percurso foi realizado com a escultora Maria Martins, esposa do então embaixador do Brasil em Washington.

⁴⁰ Escritor francês. Foi ministro do emblemático Charles de Gaulle em três momentos. Ministro da Informação (1945-1946); Ministro da Imprensa (1958); e Ministro da Cultura (1959-1969).

em sua autobiografia, Yolanda utilizou o poder simbólico e econômico das indústrias Matarazzo para alcançar os seus objetivos. A mobilização da rede social de Yolanda Penteado e as múltiplas articulações possibilitadas a partir dela e do MAM-SP, assim como o apoio inicial do governo brasileiro e a garantia de representação francesa, italiana e norte-americana, foram fundamentais para que a bienal ganhasse corpo e estatura. Estiveram na primeira bienal internacional de São Paulo 21 países representados, segundo Amaral (2006), não havendo representação de países asiáticos ou africanos, enquanto René d'Harnoncourt, ex-presidente e membro da diretoria do MoMA, responsável pela delegação dos EUA considerava "(...) a necessidade de representar-se nela [bienal], na maior quantidade possível, os diversos movimentos artísticos atualmente existente nos Estados Unidos, bem assim a de escolher-se artistas que fossem líderes reconhecidos em seus campos" (Sala, 2002, p.126), sugerindo a relevância do evento de 1951 para o MoMA e os Estados Unidos, assim como a baixa valorização e relevância dos discursos e narrativas presentes na produção artística de países africanos e asiáticos.

As primeiras bienais foram um sucesso de público e crítica nacional e internacional, atingindo o que Lourival Gomes Machado, diretor artístico do MAM-SP em 1951, entendeu como dois dos objetivos do evento. Colocar a arte moderna do Brasil não em simples confronto, mas em vivo contato com a arte do resto do mundo, essencialmente europeu e norte-americano, ao mesmo tempo em que para São Paulo se buscava conquistar a posição de centro artístico, inserindo a cidade e o MAM-SP no circuito internacional das artes.

A Bienal de São Paulo contribuiu de modo preponderante e inequívoco com a internacionalização da arte na capital paulista, inserindo o Brasil nos debates, congressos, exposições e demais eventos acerca da arte moderna, promovendo, assim, conforme seu projeto inicial, intenso diálogo entre a produção nacional e estrangeira, promovendo uma circulação de informações, correntes, escolas, técnicas e reflexões artísticas mais fluidas, ainda que orientada e dirigida (...) (Pausini, 2020, p. 252)

O sucesso na realização das primeiras bienais, considerado por alguns críticos, mesmo atualmente como um dos principais eventos de arte do país, conferiu prestígio e visibilidades aos principais agentes envolvidos. Foi este exitoso capital social e simbólico, herdado e amealhado por Yolanda Penteado que foram somados ao projeto da Campanha Nacional de Museus Regionais, projeto que visava a ação regional-nacional, enquanto a Fundação Bienal, atuaria no projeto de relação nacional-

internacional, sendo ambos os projetos importantes a cunho pessoal na consolidação de posições sociais e o prestígio; a cunho nacional ao discursar sobre o avanço da modernidade e do progresso nacional de integração urbano-industrial, em contexto internacional de Guerra Fria.

Com o fim do primeiro MAM-SP e do casamento com Matarazzo Sobrinho, Yolanda Penteado aceitou o convite do amigo Assis Chateaubriand, passando a integrar a direção do MASP, sendo, portanto, este o ambiente de gestação da Campanha Nacional de Museus Regionais, influenciada diretamente por três dirigentes do MASP, mas com distintas trajetórias no campo dos museus.

O plano ambicioso de Penteado, Chateaubriand e Bardi era criar mecanismos de fomento e circularidade da arte pelo território nacional, tendo o MASP como ponto de partida e interlocução entre o nacional e o internacional, propiciando, assim, o fomento da arte local e, em alguma medida, a influência de técnicas e estilísticas valorizadas no cenário internacional. A circularidade do projeto coadunava com a necessidade identificada pelo governo militar, após o golpe de 1964, de promover a integração do Brasil (...) além da promoção do desenvolvimento urbano e industrial. (Pausini, 2018, p. 25)

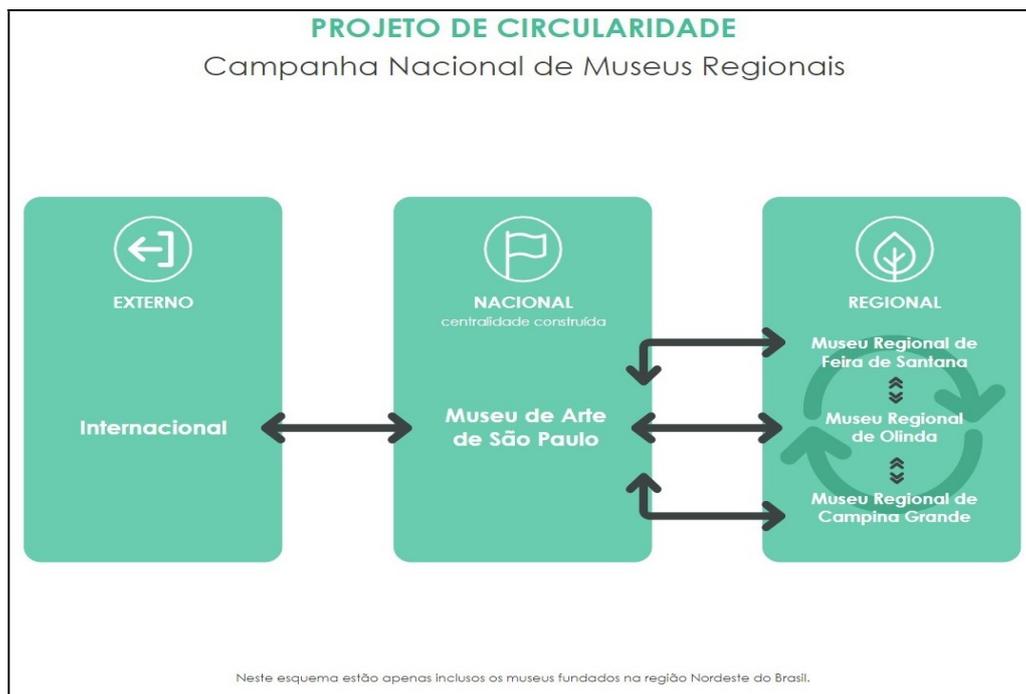
A constituição dos dois museus de arte em São Paulo e a realização das bienais apontavam para o sucesso da ideia de circularidade de informações e produção entre artistas nacionais e internacionais, promovendo a troca e a partilha entre os atores, elemento chave e de inspiração para a elaboração do projeto dos museus regionais. Essa ideia não era exatamente uma novidade, em alguma medida, ela já havia sido colocada por Mário de Andrade acerca dos museus populares, por Sérgio Milliet em algumas ocasiões, como a sonhada rede de museus de arte moderna espalhados pelo Brasil, proposta que foi fragmentada e realizada regionalmente, conduzida por mecenas e elites locais, não havendo uma liderança nacional, pública ou da sociedade civil organizada, ou mesmo internacional, capaz de unificar as ações de constituição dessa rede.

A imagem que segue busca evidenciar o projeto de circularidade da Campanha, sendo na coluna “Regional” necessário compreender a circulação de obras, artistas e atividades entre museus regionais espalhados pelo país.

No cenário político das décadas de 1950 e 1960 houve algumas pressões para que a bienal fosse itinerante, percorrendo os vários estados do país, conforme alguns defensores da ideia, essa itinerância poderia potencializar o desenvolvimento em outras regiões, possivelmente não sem prejuízo para a estatura ambicionada por seus

mecenas e promotores. Nesse período, o MAM-SP estudou a possibilidade de replicar em outros museus brasileiros e da América Latina, voltando-se mais uma vez para o cenário externo, a realização de exposições com o acervo adquirido nas bienais de arte. A ideia que não avançou considerava promover alguma circularidade da arte, sobretudo, de informações artísticas, destacando em outros museus a seleção realizada a partir da Bienal.

Figura 1 - Projeto de circularidade.



Fonte: o autor

O estudo encomendado pressupõe processo semelhante ao pretendido pela Campanha Nacional de Museus Regionais, mas de modo inverso, partindo da centralidade da bienal, de modo esporádico e itinerante e com dificuldades de participação e circularidade regional de representações de artistas locais, enquanto a Campanha propunha a promoção de abertura de museus regionais, seguindo em alguma medida o modelo pretendido por Rockefeller acerca da rede de museus de arte moderna, mas também sobre o mecenato em cadeia, onde o primeiro mecenas estimula a articulação e ação de outros mecenas que orbitam em torno no primeiro incentivo, dialogando com o poder simbólico e o capital social. No entanto, a diferença da estratégia de Rockefeller e da Campanha, justificada diante da distinção das dimensões dos capitais sociais, simbólicos e econômicos, reside no procedimento. O modelo Rockefeller aplicado em São Paulo, estimulou a competição entre mecenas

pela doação das obras, situação do MASP e do MAM-SP, enquanto a Campanha tratou de constituir o acervo a ser doado em conjunto com os processos de constituição do museu, em parceria ou diálogo com representantes locais, quase sempre membros da elite econômica, política ou intelectual.

2. A Campanha Nacional de Museus Regionais, um ornitorrinco

O cenário das ciências naturais, vêm apontando ao menos desde o início do século XX que as múltiplas e distintas características do ornitorrinco, tais como mamífero, com características semelhantes e de aproximação de aves e de répteis, não referem-se a diferentes processos de evolução, portanto adaptação, somados e inconclusos, concentrados no ornitorrinco, situação semelhante a identificada na campanha, não tratando-se de práticas que foram transformando-se e adaptando-se ao longo do espaço temporal, mas sim, a constituição de projeto que dialoga e agrega múltiplas realidades, considerações e reflexões no seu *corpus*, tal como a ideia de rede jornalística, rede de museus pedagógicos, e rede de museus regionais. Deste modo, não identifica-se na ação da campanha, processos de transformação da estrutura, mas sim, processos de adaptação as especificidades locais, que passam a dialogar com a estrutura que parte de diversos modelos e realidades que constituíram a campanha.

Um observador mais apressado do projeto de ação da Campanha Nacional de Museus Regionais pode concluir que o modelo ou o projeto foi se desenhando conforme o desenvolvimento das atividades e a apresentação do interesse local na implantação do museu regional. Essa ideia não está totalmente equivocada, uma vez que os projetos locais ganhavam contornos distintos conforme as peculiaridades inerentes a cada grupo local, regional⁴¹ e nacional, com pouca interferência internacional, com os quais a Campanha negociava. Por sua vez, esse espaço de negociação que operou de modo similar ao pacto federativo, não inviabilizou a existência de uma estrutura do projeto, tal como o incentivo da abertura de instituição mantenedora do museu; a doação da coleção inicial do museu regional; apresentação

⁴¹ Neste caso utilizo a palavra “regional” no sentido agregador de várias localidades, em alguns casos, estados, podendo ultrapassar os limites fronteiriços, sendo, portanto, um termo elástico e não fixo, enquanto por “local” entendo a municipalidade e porventura os distritos mais próximos a esta, geograficamente, politicamente ou economicamente ligados.

de edifício adequado, desejavelmentehistórico, apto a abrigar o museu e sua coleção, sendo este último quase sempre assegurado em parcerias com o poder público⁴².

A ausência de uniformidade na tipologia e nomenclatura dos regionais, chamados de Galeria, Museu de Arte Contemporânea e Museu Regional, podem reforçar essa falsa impressão de não haver efetivamente um projeto estruturado de constituição de museus regionais de arte, desejavelmente articulados em rede. No entanto, a ausência de uniformidade pode sugerir as distintas compreensões dos grupos em interação, acerca das nomenclaturas: “museu”, “pinacoteca”, “galeria”, “arte contemporânea” e “arte moderna”. Conforme modelo apresentado por Silva (2021), a Campanha Nacional de Museus Regionais esteve diretamente envolvida na constituição de seis instituições, as quais, todas, ainda que com eventuais restrições ao público, estão atualmente em funcionamento⁴³:

- Museu Regional Dona Beja, em Araxá/Minas Gerais (dezembro de 1965);
- Galeria Brasileira, em Belo Horizonte/Minas Gerais (janeiro de 1966);
- Museu de Arte Contemporânea de Olinda/Pernambuco (dezembro de 1966);
- Pinacoteca Ruben Berta, em Porto Alegre/Rio Grande do Sul (março de 1967);
- Museu Regional de Feira de Santana/Bahia (março de 1967);
- Museu Regional Pedro Américo, em Campina Grande/Paraíba (outubro de 1967).

A Campanha dos museus regionais foi extinta em 1968, no entanto, estava em curso o projeto de abertura de pelo menos mais três museus, havendo indicativos de que seriam abertos nas cidades de Jequié (Bahia), Maceió (Alagoas) e São Luís (Maranhão). Sendo que, o jornal *Diário da Noite*, em publicação de janeiro de 1966, anunciou a doação de quadros, feita por empresário norte-americano para a constituição de regional no estado do Ceará (Pausini, 2020, p. 350).

Alguns críticos do projeto chamaram os museus regionais de museus fantasmas, enquanto os apoiadores afirmavam que os regionais não eram museus de folclore regional, arte colonial ou arte regional, mas sim museus de arte viva, de artistas contemporâneos de todo o país, apontando para a circularidade e a modernidade pretendida, enquanto a publicidade dos regionais buscava valorizar o

⁴² Dentre os museus abertos incentivados pela Campanha, o regional de Porto Alegre foi o único a ser inaugurado sem edifício próprio, conforme aponta Silva (2021).

⁴³ Alguns desses museus tiveram alteração em seu nome, como o caso do regional de Campina Grande, hoje denominado Museu de Arte Assis Chateaubriand.

sujeito e os artistas locais em diálogo, sua trajetória e características regionais em contato com a arte moderna internacional e nacional, ressaltando a cultura popular, a descentralização e a autonomia institucional em relação ao poder público.

Desse modo, se pode considerar os diálogos com o MoMA, Nelson Rockefeller, MAM-SP e as bienais como elementos contributivos, no campo de iniciativas da sociedade civil, a partir do mecenato, para a ideia de constituição de uma rede de museus regionais. No setor público, houve dois exemplos de rede de museus que dialogaram com a Campanha, ainda que esta tenha efetuado adequações e modificações diante o debate museológico no cenário nacional e internacional.

No campo do setor público nacional, é possível identificar na década de 1930 a tentativa de construção de políticas nacionais no campo do patrimônio e dos museus, com a criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (1937), e a criação de alguns museus federais, como o Museu das Missões, em São Miguel das Missões (Rio Grande do Sul/1937), o Museu da Inconfidência em Ouro Preto (Minas Gerais/1938), o Museu Imperial em Petrópolis⁴⁴ (Rio de Janeiro/1939), o Museu das Missões, em Santo Ângelo (Rio Grande do Sul/ 1940), e o Museu do Ouro, em Sabará (Minas Gerais/1945), mas que não estavam articulados como rede, diferentemente do projeto dos Museus Histórico-Pedagógicos, implantados no estado de São Paulo a partir de 1956, na mesma década da abertura das bienais de São Paulo (1951).

Ainda que o projeto dos Museus Histórico-Pedagógicos do estado de São Paulo estivesse ligado ao movimento escolanovista da década de 1930 e aos Museus Escolares e Pedagógicos, esse projeto apresenta estruturalmente dois elementos, desdobráveis e ramificáveis, que estabelecem diálogo com a Campanha Nacional de Museus Regionais. O primeiro deles reside na ideia de implementação de uma rede de museus histórico-pedagógicos, em alguma medida, herdeiro da ideia dos Museus Pedagógicos, tendo sido implementado em 1956 os quatro primeiros museus, seguindo um processo de expansão que chegou a mais de cinquenta museus abertos entre 1960 e 1973 (Pausini, 2019, p. 144), vinculados ao poder público e espalhados pelo estado de São Paulo. Nesse sentido, havia a ideia de que o Museu Paulista pudesse centralmente alimentar e fornecer apoio técnico aos museus histórico-pedagógicos, o que não ocorreu diante de discordâncias em relação ao projeto⁴⁵, questão desenvolvida nas publicações de Misan (2005; 2008) e Pausini (2019), o que,

⁴⁴ O decreto de criação data de 1940, mas o projeto que resultou na abertura do museu teve início em 1939.

⁴⁵ Refere-se à direção do Museu Paulista durante a gestão de Sérgio Buarque de Holanda entre 1946-1958 e a gestão de Mário Neme entre 1958-1973.

no entanto, demonstra, ainda que no projeto, a intenção da existência de uma centralidade exercida por museu de referência diante da rede implementada, modelo com alguma semelhança ao pretendido pela Campanha Nacional de Museus Regionais.

O segundo elemento estruturante reside no modelo ideológico-institucional, no qual o projeto formulado por Solón Borges dos Reis para os museus histórico-pedagógicos resgatava, segundo Misan (2008), conceitos empregados por Taunay na elaboração da Casa de Cultura Euclides da Cunha (1946). Cumpre lembrar que Taunay esteve ligado à elite agrária paulista e aos salões de Veridiana da Silva Prado no início do século XX, tendo sido diretor do Museu Paulista entre 1917-1946, período no qual a instituição construiu narrativas de valorização e positividade de símbolos eleitos como significativos para a história paulista, elevada à condição de nacional⁴⁶, reificando valores, memórias e identidades do interesse da elite em simbiose agrária e política. Dessa forma, a Casa de Cultura instalada na antiga residência de Euclides da Cunha na região⁴⁷ salvaguardava livros, documentos e objetos relacionados à sua vida, abrigava atividades de pesquisa, consulta e exposições, e sediava os festejos da Semana Euclidiana, partindo assim da mesma triangulação em curso na década de 1940⁴⁸ – patrono, edifício histórico e história local – modelo semelhante ao classificado por Britto (2019), como “museus a serviço das coleções” que compreende – coleção, edifício e público –, de modo que ambos os modelos dialogam com a mesma visão tradicional e normativa de museus, marcada pela tendência positivista, evolucionista e algumas vertentes funcionalistas. Tais modelos identificados não estavam distantes da abordagem de museus de Chateaubriand, visto o modelo pensado para o museu de arte e a Fundação D. Pedro II, semelhante, mas com alguns distanciamentos da relação – paisagem, artista, produção artística, comunidade e museu – defendida por Yolanda Penteado, assim como da ideia de “Novo Museu”, presente em Bardi. As três perspectivas apresentam linhas condutoras em comum, e mesmo apontando para direções e aplicabilidades distintas, estavam reunidas e podem ser identificadas de modo ornitorrinco na mesma campanha.

Os museus histórico-pedagógicos de São Paulo estavam subordinados, conforme o projeto de 1956, ao serviço de instituições auxiliares da escola, repartição da Secretaria Estadual da Educação. Neste sentido, é importante considerar que estes museus de designação específica, assim como os museus didáticos e os museus

⁴⁶ Sobretudo, no contexto de comemorações do centenário da independência política do Brasil (1922).

⁴⁷ Localizada no município de São José do Rio Pardo, interior do estado de São Paulo.

⁴⁸ Aplicada no Museu Imperial de Petrópolis (1940) e pensada para o projeto da Fundação D. Pedro II.

pedagógicos, estiveram ligados aos planos de educação de cada período, sendo relevante destacar o Código de Educação do Estado de São Paulo de 1933, conjunto legislativo influenciado pelo movimento escolanovismo que, considerou em seu capítulo X a necessidade de criação dos museus escolares.

Entre 1964 e 1966, período de formação e implementação das ações da Campanha Nacional de Museus Regionais e de expansão no estado de São Paulo dos Museus Histórico-Pedagógicos, a Secretaria da Educação teve por dirigente João Carlos de Ataliba Nogueira Filho⁴⁹, primo-irmão de Yolanda Penteado. Desse modo, fica evidente que, enquanto no plano nacional, a partir da organização da sociedade civil, os museus regionais avançam pelo território nacional com a perspectiva de formação de uma rede nacional de museus de arte moderna, projeto semelhante à visão de rede, mas de iniciativa pública e de cunho histórico-pedagógico, executado no estado de São Paulo, portanto, na esfera regional. Sendo assim, público ou privado, museu para a vida ou para prática e exercícios escolares, histórico-pedagógico ou de arte moderna, nacional ou regional, ambos os projetos de rede foram articulados pelo mesmo grupo econômico, que pretendia construir ou ressignificar a centralidade da modernidade nacional e paulista no Museu de Arte de São Paulo e no Museu Paulista⁵⁰, com possibilidades de desdobramentos dialéticos com o cenário internacional, sendo São Paulo pretensamente a porta de entrada ou saída.

Embora a proposta de ambos os projetos, Campanha Nacional e museus históricos pedagógicos estivessem em maior ou em menor medida alinhados com o debate internacional e indicativos temáticos do Conselho Internacional de Museus, como a conferência de 1954 na Suíça, que teve por tema “Museus locais e desenvolvimento cultural fora dos grandes centros”, a VIª Conferência Geral de 1954, em Haia, com o tema “Museus locais e desenvolvimento” e o Vº Seminário Regional Unesco/Icom de 1962, realizado no México, com o tema “O Museu como Centro Cultural da Comunidade”, o projeto de 1956 dos museus histórico-pedagógicos estava em desacordo com as recomendações do seminário regional da Unesco de 1958 no Rio de Janeiro, realizado com o tema “A função educativa dos museus”, que indicava além da dimensão e função educativa do museu, interna e externa; a necessidade de atualização de métodos e práticas, mas sobretudo, a separação entre Museus

⁴⁹ João Carlos A. Nogueira Filho era sobrinho de Guiomar Ataliba Nogueira, mãe de Yolanda Penteado.

⁵⁰ Ainda que este projeto de centralização no Museu Paulista não tenha ocorrido, como indica Misan (2005; 2008) e Ávila (2014), servindo de instituição de referência, o Museu Imperial de Petrópolis, no período sob gestão de Lourenço Lacombe, que esteve alinhado com as práticas museológicas de Gustavo Barroso.

Escolares e Museus Universitários, compreendendo a distinção de finalidades, interesse e modelo de pesquisa científica, recomendando a criação de sessões específicas do ICOM, destinadas aos museus escolares e pedagógicos, campo onde a rede estadual de museus histórico-pedagógicos se inseria.

Em publicação de 1964, Mário Neme, diretor do Museu Paulista e modernista ligado a Sérgio Milliet e Mário de Andrade, indicou serem efetivamente os museus histórico-pedagógicos museus municipais (locais), os quais deveriam receber apoio técnico e financeiro do Estado, cumprindo, no entanto, a sua gestão à municipalidade, ou seja, ao poder local. Nesse aspecto, cumpre ressaltar que o Museu Paulista fora incorporado em 1963 às estruturas da Universidade de São Paulo, no mesmo ano em que foi constituído o Museu de Arte Contemporânea da mesma universidade, recebendo coleções do extinto MAM-SP, apontando assim para os chamados museus universitários.

Considerações finais

Dessa forma, a Campanha Nacional de Museus Regionais incorporou e ressignificou alguns dos elementos executados no projeto de 1956 dos museus histórico-pedagógicos de São Paulo. Assim como os histórico-regionais valorizavam o edifício e a história local, o mesmo ocorreu na implementação dos regionais em Araxá, Feira de Santana, Campina Grande e Olinda, onde se buscou prédios históricos e simbólicos para abrigarem o museu e a coleção a ser doada pela campanha. O regional de Feira de Santana foi instalado na reformada sede do mercado popular local, espaço de grande relevo dado o nome do próprio município, enquanto em Olinda o regional foi aberto no antigo edifício do aljube, cenário semelhante ao edifício pretendido em Campina Grande, antiga cadeia, onde ficou detido Frei Caneca, figura emblemática da Confederação do Equador⁵¹, o que não foi possível, sendo o regional aberto na mesma avenida, mas em antigo edifício escolar. Situação similar ao edifício histórico, onde foi instalado o regional de Araxá⁵², mas distante do edifício da biblioteca universitária que abrigou a Galeria Brasileira e o edifício da rádio Farroupilha, em Porto Alegre, que acolheu inicialmente a Pinacoteca Ruben Berta.

Embora a constituição de entidade mantenedora dos museus regionais fosse um dos pré-requisitos da Campanha, os modelos implantados também eram distintos e dialogavam com os interesses e necessidades dos grupos locais. Na Bahia, o

⁵¹ Revolta armada, separatista e republicana de 1824.

⁵² Museu Dona Beja.

movimento de arte moderna estava consolidado e assim como o movimento pernambucano tinha relações com o grupo paulista e grupos internacionais⁵³, havendo uma disputa local e estadual pelo protagonismo da ação.

O projeto de constituição de um museu no município de Feira de Santana não era novo, a soma dos esforços locais aos da Campanha resultaram na abertura do regional, que em seu acervo misturava elementos da vida sertaneja e vaqueira como pretendiam os grupos locais, e arte moderna de primazia inglesa conforme proposta da Campanha. Em dois meses⁵⁴ foram criados na esfera municipal a Fundação Museu Regional de Feira de Santana, e na esfera estadual, a Fundação Museus Regionais da Bahia, que em seu estatuto defendia a “manutenção e ampliação do museu regional criado e instituído na cidade de Feira de Santana” (Pausini, 2020, p.345). Nesse caso, ambas as fundações, a municipal e a estadual alegavam compromisso com o regional de Feira de Santana, ficando resguardado ao estadual garantir a expansão dos museus regionais pelo estado da Bahia, seguindo modelo semelhante à rede dos museus histórico-pedagógicos de São Paulo com o matiz da Campanha Nacional de Museus Regionais. Se a autarquia⁵⁵ estadual baiana tinha por intenção replicar o modelo dos museus regionais, a autarquia municipal pretendia manter o museu fundado, situação distinta a autarquia municipal responsável pela gestão do regional de Araxá, que passou a compreender com responsabilidade a manutenção do museu regional, assim como de outros equipamentos culturais da cidade. Sendo assim, fica evidente a semelhança entre modelos institucionais administrativos, mas também o distanciamento de funções, ações e objetivos.

Em situação semelhante ao conceito de autarquia, para a manutenção do museu regional em Campina Grande, seletor grupo de juristas e intelectuais liderados pelo então prefeito do município constituiu a Fundação Universidade Regional do Nordeste, autarquia municipal dedicada ao ensino superior e à manutenção do museu regional do município, nascendo desse modo atrelado à universidade e à elite política e intelectual local, assim como a Galeria Brasileira, que nasceu atrelada à Universidade Federal de Minas Gerais, mas com sede no edifício da Biblioteca Estadual de Belo Horizonte, mesclando por meio de parcerias o poder central (federal) e o estadual, em ambos os casos associando o regional as universidades, tal como o

⁵³ Para mais informações, consultar Oliveira, 2021.

⁵⁴ Antes da inauguração do museu, a sua coleção foi exposta na 1ª Bienal de Salvador, capital do estado da Bahia, que ocorreu em 1967.

⁵⁵ Instituição que recebe financiamento do poder público, mas tem relativa autonomia de gestão administrativa, técnica e econômica.

Museu Paulista e o Museu de Arte Contemporânea vinculados a Universidade de São Paulo em 1963.

Como os demais museus regionais, em Campina Grande, houve a pulverização de posições simbólicas de prestígio, atreladas à instituição, segundo Lourenço (1999), uma ampliação do expediente provinciano. A exemplo dos museus histórico-pedagógicos de São Paulo, o regional de Campina Grande teve por patrono o pintor do século XIX Pedro Américo, e para acomodação da rede social, política e econômica em período de autoritarismo militar, foram madrinhas do museu a artista paulista Djanira da Motta e Silva, senhora de elevado prestígio social no Rio de Janeiro. Se o museu tinha duas madrinhas, gente de sociedade e artistas como pretendia Yolanda Penteado, nenhuma delas ligadas ao município, cada sala do museu tinha o seu padrinho, eram eles general do exército, ministro do Superior Tribunal Militar, os governadores dos estados do Ceará, Sergipe e da Paraíba, entre outras figuras, cabendo à elite local a direção do museu, entregue ao artista Raul Córdola Filho e os demais cargos da Fundação mantenedora do museu. A forte presença de militares na inauguração do regional de Campina Grande, em 1967, contrasta com a baixa presença destes na inauguração do regional de Araxá, em 1965, onde a convite de Assis Chateaubriand, em contexto de Guerra Fria, discursou o embaixador da União Soviética no Brasil.

Se o regional de Campina Grande levava o nome do pintor Pedro Américo, o regional de Araxá fazia referência ao mito local “Dona Beja”, e o regional de Porto Alegre homenageava Ruben Berta, amigo de Chateaubriand e importante parceiro da Campanha, falecido em 1966, enquanto o regional de Olinda foi denominado Museu de Arte Contemporânea, e o de Feira de Santana levou o nome da cidade, em oposição ao regional aberto em Belo Horizonte, denominado “Brasília”. São estas distinções que somadas constituem o DNA ornitorrinco da Campanha Nacional de Museus Regionais que não deixa de possuir uma linha estrutural projetada, mesmo que esta tenha gerado frutos com maior ou menor proximidade das categorias apontadas por Britto (2019), “museus a serviço das coleções” e “museus a serviço da sociedade” sem no entanto completar plenamente nenhum destes processos, nem mesmo apontando para elementos evolutivos, mas sim de modernização conservadora, com base provinciana e de atraso cultural. embora distintas compõem um projeto estrutural de constituição de uma rede autônoma de museus regionais.

Desse modo, ainda que algumas ações iniciais dos museus regionais tenham apontado para o que Britto (2019) chama de “museu a serviço da sociedade”, onde o

paradigma definido pela triangulação reside na relação entre patrimônio, território e comunidade, conceito próximo ao defendido por Penteado acerca da relação entre artista, produção, paisagem e museu local, o avanço no campo dos museus representado pelos regionais, também residiu por exemplo na realização de Feira de Arte Popular do Nordeste, Semana de Folclore Nacional, Salão dos Novos Artistas, Prêmio de Novos Talentos, conseguindo em alguma medida projetar para o cenário internacional, por meio das bienais, o nome de alguns artistas locais, ligados aos museus regionais, não sendo significativa a circulação de artistas e suas produções entre os regionais, possivelmente prejudicados com a extinção da Campanha em 1968, assim como pela morte de Assis Chateaubriand no mesmo ano, e o endurecimento autoritário e persecutório do regime militar com a castração das liberdades civis e políticas no país.

Por fim, o projeto e a estrutura da Campanha Nacional de Museus Regionais foram desenhados e executados na perspectiva do avanço da modernidade a partir de São Paulo, elevada pelo projeto local à condição de Nacional, mesmo que buscando promover o desenvolvimento regional, humano, social e urbano-industrial, mas utilizando mecanismos enraizados que embora em determinados aspectos tenham sido ressignificados, acabaram por reificar o *status quo* dos grupos dominantes, ainda que pensando em museus ativos para a vida e o cotidiano, museus com interação e participação de artistas locais e da comunidade no fomento da cultura local, mas presos na origem do estímulo ao valor técnico, econômico e simbólico hierárquico das coleções e do edifício, dialogando proximamente com o provincianismo que também tinha a ver com as elites mobilizadas em prol dos regionais, mas sobretudo com o ponto de partida, São Paulo, portanto, uma Campanha ornitorrinco de modernização conservadora.

Referências

Ávila, A. C. (2014). *Museus Históricos e Pedagógicos no Século XXI: processos de municipalização e nova perspectiva*. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia, Universidade de São Paulo.

Barata, M.. *Presença de Assis Chateaubriand na vida brasileira*. São Paulo: Martins, 1971.

Batista, R.; Schmidt, L.. Centro de Puericultura Beatriz Ramos: Berço da Creche em Santa Catarina na Década de 1940. *Revista Zero-a-Seis*, Florianópolis, v,24, n.45, p.67-96, jan.jun. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2022.e85221>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Bourdieu, P.. O capital social: notas provisórias. In: Catani, A. & Nogueira, M. A. (Orgs.). *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. *A Distinção: Crítica social do julgamento*. São Paulo, Zouk, 2011.

_____. Capital simbólico e classes sociais. *Novos estudos – CEBRAP*, n. 96, p.105-115, jul. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0101-33002013000200008>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Britto, C. C. (2019). “*Nossa maçã é que come Eva*”: a poética de Manoel de Barros e os lugares epistêmicos das Museologias Indisciplinadas no Brasil. Tese (Doutorado), Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Calil, C. A.. Sob o signo do Aleijadinho. Blaise Cendrars, precursor do patrimônio histórico. *Revista Arqutextos*, 149.5, ano 13, 2012. Disponível em: <https://vitruvius.com.br/revistas/read/arqutextos/13.149/4540>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Camargos, M.. *Villa Kyrial: Crônica da Belle Époque Paulistana*. São Paulo: Senac, 2001.

Capelato, M. H. (1997). *Propaganda política no varguismo e peronismo*. Tese (Livre Docência), Departamento de História, Universidade de São Paulo.

Choay, F.. *A Alegoria do Patrimônio*. São Paulo: Unesp, 2001.

Esmeraldo, E. G.. Breve comentário sobre o papel de Pietro Maria Bardi e a fundação do MASP. In: Magalhães, A. G. Modernidade Latina: Os italianos e os Centros do Modernismo Latino-Americano. *Anais do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo*, p.01-11, 2014.

Faria, J. R.; Arêas, V.; Aguiar, F.. *Décio de Almeida Prado: Um homem de Teatro*. São Paulo: Edusp, 1997.

Fernandes, F.. *A Revolução Burguesa do Brasil*. São Paulo: Global, 2005.

_____. *Mudança Social no Brasil*. São Paulo: Global, 2008.

_____. *Capitalismo dependente e classes sociais na América Latina*. São Paulo: Global, 2009.

Fonseca, M. C. I.. *O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Minc-lphan, 2005.

Forte, G.. Entre Salões e a Institucionalização da Arte. *Revista de História*, n.162, p.271-294, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9141.v0i162p271-284>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Hobsbawm, E.; Ranger, T.. *A Invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

Lourenço, M. C. F.. *Museus Acolhem Moderno*. São Paulo: Edusp, 1999.

Machado, F. T. (2009). Os Museus de Arte no Brasil Moderno: Os acervos entre a formação e a preservação. Dissertação (Mestrado), Departamento de História, Universidade Estadual de Campinas.

Mantoan, M. J. (2015). *Yolanda Penteado: gestão dedicada à arte moderna*. Tese (Doutorado), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

Miceli, S.. *Nacional Estrangeiro*. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

Misan, S.. Os museus históricos e pedagógicos do estado de São Paulo. *Anais do Museu Paulista*, 16, 175-204, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0101-47142008000200006>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Morais, F.. *Chatô: o Rei do Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1994.

Moutinho, M. C.. Sobre o Conceito de Museologia Social. *Cadernos De Sociomuseologia*, n.1, v.1, 1993.

Oliveira, L. S. (2021). *A perspectiva museológica e pedagógica de José Valladares no Museu do Estado da Bahia (1939-1959)*. Dissertação (Mestrado), Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Museologia, Universidade Federal da Bahia.

Pausini, A. I.. Discurso paulista de modernidade e o museu: Yolanda Penteado, dos salões de arte aos museus regionais do Nordeste (1903-1968). *Revista NEP*, UFPR, v.4, n.1, p.251-280, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/nep.v4i1.59957> Acesso em: 03 dez. 2024.

_____. Escola Nova e Leontina Busch: Museus Escolares e Museus Histórico-Pedagógicos no Estado de São Paulo entre as décadas de 1930 e 1970. *Cadernos de Sociomuseologia*, v.58, n.14, p.129-157, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.36572/csm.2019.vol.58.06>. Acesso em: 03 dez. 2024.

_____. *Modernidade e Provincianismo: MASP, MAM-SP e a Campanha Nacional de Museus Regionais no Nordeste Brasileiro*. Tese (Doutorado), Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

_____. A Campanha nacional de museus regionais: pesquisa e universidade entre São Paulo e Belo Horizonte. *Cadernos de Sociomuseologia*, v.66, n.22, p.127-142, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.36572/csm.2023.vol.66.11>. Acesso em: 03 dez. 2024.

_____. Museus Regionais e a Nova Museologia: a Campanha Nacional de Museus Regionais no Nordeste Brasileiro entre a Arte Moderna e a Arte Contemporânea. *Cadernos de Sociomuseologia*: Lisboa, v.67, n.23, p.13-40, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.60543/csm.v67i23.9479>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Penteado, Y.. *Tudo em Cor-de-Rosa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1976.

Pereira, V. C.. A Construção de um projeto para a arte no Brasil: a gênese da Fundação Bienal de São Paulo. *Revista Valise*, v.4, n.8, p.43-55, 2014. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/RevistaValise/article/view/45494>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Pessoa, F.. O provincianismo português. In: *Textos de Crítica e de Intervenção*: Fernando Pessoa. Lisboa: Ática, 1980.

Ribeiro, L. M. (2020). *Da Educação Sanitária à Proteção Social: Planos, disputas e ações da política de assistência materno infantil no Brasil, 1934-1945*. Tese (Doutorado), Programa de Pós-Graduação em História das Ciências e da Saúde, Fundação Oswaldo Cruz.

Sala, D.. Arquivo de Arte da Fundação Bienal de São Paulo. *Revista Universidade de São Paulo*, n.2, p. 122-146, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i52p122-147>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Silva, L. M. F. (2021). *A Formação da Pinacoteca Ruben Berta: “entre a arte e o progresso”*. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Data de recebimento: 19.08.2024

Data de aceite: 08.10.2024