

Museu Hering – concepção e reflexão¹⁸⁶

Marília Xavier Cury

Museu de Arqueologia e
Etnologia da Universidade de São Paulo

Resumo: A prática em museus pode ser objeto de estudo da museologia como forma de se realizar o diálogo entre práxis e teoria. Estudos com essa natureza podem ser desenvolvidos por um investigador externo à instituição investigada. Esse agente pode estar imbricado no processo museográfico, ao passo que o investiga. O Museu Hering, trajetória que apresentamos, teve como circunstância a constituição de um museu e, ao mesmo tempo, laboratório de análise investigativa. Trazemos à luz das discussões alguns pontos reflexionados durante a prática e dados da realidade empírica que fazem de uma ação um processo de construção de conhecimento museológico, a ser compartilhado e ampliado.

Palavras-chave: Investigação em museologia. Patrimonialização. Museu de indústria. Gestão museológica

Abstract: *Practice in museums can be an object of study in museology aimed to encourage dialogue between praxis and theory. Studies of this nature can be carried out by external investigators – investigators alien to the institution being investigated. In the course of their investigations these agents often become deeply involved in the museographic process. Museu Hering, the case presented herein, constitutes the establishment of an industrial museum, and at the same time a laboratory of investigative analysis. We would like to bring up for discussion a few points contemplated during the practice, as well as data on the empiric reality that transforms an action into a process featuring the construction of museological knowledge to be shared and broadened.*

Key words: *museological investigation; preservation of cultural heritage; industrial museum; museological management.*

Vivemos um processo de profissionalização dos museus e, no Brasil, a Política

Nacional de Museus vem corroborando enormemente para com esse objetivo. Para norteamento das ações museológicas, contamos, hoje, com legislação, como a Portaria Normativa no. 1, de 5 de julho de 2006 (IPHAN) que orienta quanto a execução do Plano Museológico para a eficiência dos museus, pois a gestão dessas instituições é essencial para a efetiva repercussão social e educacional. São etapas do plano museológico: o diagnóstico; a definição da vocação do museu e seu espaço social; conjunto de programas e projetos.

O Museu Hering tem como marco o ano de 1980, quando a Companhia Hering (Blumenau, Santa Catarina, Brasil) comemorou 100 anos de existência. À época, o então Presidente da empresa, Sr. Ingo Hering, manifestou sua consciência quanto ao patrimônio industrial e empresarial a ser preservado, o que gerou a criação do Arquivo Histórico da empresa. Trinta anos depois a empresa volta a pensar no patrimônio industrial que detém. Assim, deram-se início as ações inerentes à criação de um museu. O procedimento inicial adotado foi a realização de diagnóstico para avaliação das potencialidades museológicas. De imediato, tomamos ciência do acervo institucional existente, um conjunto de documentos, fotografias, peças industrializadas, manuais, catálogos, mostruários, maquinaria etc., organizado e armazenado no Arquivo Histórico.

As ações do diagnóstico permitiram, também, conhecer um conjunto arquitetônico industrial remanescente do núcleo inicial histórico do Bom Retiro, bairro da cidade de Blumenau, onde a empresa se instalou em fins do século XIX, e outros núcleos recentes de grande valor, como os edifícios projetados por Hans Bross e o jardim suspenso de Burle Marx. Percebemos o imenso potencial de musealização da companhia, seja pela sua trajetória, seja pelo patrimônio cultural que soube preservar nesses 130 anos de existência.

Para tanto, buscamos entender aquilo que a empresa representa para a cultura e a sociedade brasileira para, então, propor um museu como lugar do patrimônio cultural. A proposta do Museu Hering fundamentou-se na ideia de preservação de patrimônio cultural industrial de interesse público, regional e nacional, e na importância da industrialização têxtil e da moda no cenário histórico e cultural brasileiro. Mas também na capacidade das pessoas de buscar referências para construção de memórias e identidades.

O diagnóstico nos deu base para pensar a instituição. Foi estruturado em partes, a saber:

- histórico da Companhia Hering desde sua criação em 1880,
 - definição do acervo - documentação sobre: História da Empresa,
- os

Fundadores, as Diretorias, Organogramas, Atas, Manuais de Planejamento, Regulamento Interno, Plano Diretor, Estatuto, Planos de Expansão, Prospectos Técnicos, Assembleias, Correspondência, Relatórios, Agendas; Áreas de Controle, Finanças, Industrial, Operação, Logística e Marketing etc. Ainda, Indumentária, catálogos, maquinaria composta por teares e máquinas de costura. Também, fotografias, medalhas e troféus, mostruários, etc. Agrega-se àquilo que estamos denominando de acervo museológico, um conjunto arquitetônico industrial remanescente do núcleo inicial histórico do Bom Retiro e outros núcleos recentes de grande valor arquitetônico, como os edifícios projetados por Hans Bross e o jardim suspenso do artista paisagista Burle Marx.

- pesquisa–potencial de pesquisa, fundamentado em publicações já editadas e na procura por pós-graduandos e investigadores de universidades,
- salvaguarda patrimonial, o que corresponde ao trabalho de conservação e documentação realizado pelo Arquivo Histórico da empresa,
- espaço físico para abrigo do museu:

1. Antigo refeitório – construção em processo enxaimel, imóvel tombado pelo estado de Santa Catarina desde 2002. A casa foi restaurada pela primeira vez em 2000, para abrigar o Centro de Memória da empresa, antecedente do Museu.

2. Antiga costura – prédio industrial que faz parte do núcleo inicial da empresa.

3. Antiga fiação – prédio industrial que faz parte do núcleo inicial da empresa.

4. Construções residenciais – três residências remanescentes do núcleo inicial da empresa.

A vocação do museu e seu espaço social foram apresentados no projeto museológico institucional, o que antecedeu ao plano museológico¹⁸⁷.

Assim, buscamos na empresa, no entorno e na região os elementos para a sustentação conceitual do Museu Hering. A partir de um breve histórico da Cia.

187 O plano museológico está em elaboração.

Hering, reunimos dados sobre a evolução empresarial, principalmente sobre determinados aspectos da trajetória da empresa ligada àquilo que denominaremos como Patrimônio Industrial. De acordo com a Carta de Nizhny Tagil.

O patrimônio industrial compreende os vestígios da cultura industrial que possuem valor histórico, tecnológico, social, arquitetônico ou científico. Estes vestígios englobam edifícios e maquinaria, oficinas, fábricas, minas e locais de processamento e de refinação, entrepostos e armazéns, centros de produção, transmissão e utilização de energia, meios de transporte e todas as suas estruturas e infraestruturas, assim como os locais onde se desenvolveram atividades sociais relacionadas com a indústria, tais como habitações, locais de culto ou de educação. (TICCIH)

Em seguida, levantamos algumas das características dos anos iniciais que deixaram marcas profundas na companhia e que devem, pelos valores intrínsecos, estar presentes no museu. Trabalhamos com a ideia de dualidade, muito presente em tudo o que foi visto e lido, sobretudo sobre seus fundadores Bruno e Hermann Hering, para fazer algumas análises. Por exemplo:

- Tudo parece muito simples, mas tudo é complexo;
- A ambição do casal Hermann e Minna era pequena, mas ergueram uma grande e bem-sucedida empresa;
- Hermann e seus sucessores sempre foram cautelosos, mas audaciosos;
- Há em tudo um arrojo, mas ao mesmo tempo não há ostentação e sim humildade;
- Trabalhavam muito, mas mantinham momentos culturais e de lazer;
- Construíram um patrimônio, mas eram altruístas.

Chegamos, assim, à síntese:

- Simples X Complexo
- Pequena Ambição X Grande Indústria

- Cautela X Audácia
- Arrojo X Humildade
- Trabalho X Lazer
- Posse X Altruísmo

Partindo desses pontos, pudemos apresentar os conceitos presentes na ideia do Museu Hering:

- Prosperidade e Trabalho
- Experiência e Arrojo
- Inteligência e Sabedoria
- Tradição e Modernidade
- Desenvolvimento e Patrimônio
- Imagem e Conceito

Para a redação da missão do Museu Hering levamos em consideração alguns aspectos. Primeiro, a memória empresarial é algo a ser construído. O nome deve ser sintético e representativo, Museu Hering, porque refere-se a essa empresa criada por dois imigrantes alemães. Ainda, Hering lembra camiseta, peça que todos temos em nossas casas e que remete à nossa identidade brasileira. A missão do Museu Hering é: Preservar o patrimônio industrial da Cia. Hering, propiciando entender a empresa como um fenômeno passível de inúmeras análises e interpretações, num contexto específico: Blumenau, Vale do Itajaí, Santa Catarina e Brasil. O Museu espera abranger um público amplo, de diversas faixas etárias (crianças, jovens, adultos, terceira idade) e classes e segmentações sociais. Pessoas que procuram conhecimento, informação e lazer cultural e, sobretudo, buscam construir suas referências. Também não podemos esquecer que temos um público bastante específico: pesquisadores e estudiosos dos campos nos quais o museu está inserido. O Museu Hering está comprometido com as ações museais fundamentais, que seriam: formar acervo, pesquisar, conservar, documentar e comunicar. Ainda, com uma gestão voltada ao planejamento institucional. Por outro lado, o museu se compromete com a identificação que o brasileiro tem com a empresa, com as construções das memórias individuais e coletivas, assim como com as questões identitárias e a diversidade cultural. O museu também se propõe a participar do diálogo entre o local e o global, ou seja, pensar a globalização desde o lugar onde nos encontramos e desde onde participamos de uma cidadania mundial.

O objetivo geral reservado para o Museu Hering é cultivar uma cidadania ligada à participação, à ética, aos direitos individuais e coletivos, à justiça social.

Quanto aos objetivos específicos, o Museu pretende:

- construir a ideia de patrimônio industrial empresarial;
- conhecer e analisar a história da indústria têxtil no Brasil e no Vale do Itajaí;
- refletir sobre empreendedorismo;
- refletir sobre moda, hábitos e costumes.

Preocupados com o papel que o museu pode desempenhar no desenvolvimento de investigações pertinentes, definimos as linhas de estudos e de comunicação museal. São estes os eixos temáticos:

1. Empreendedorismo, com destaque ao papel do empreendedor.
2. Memória do operário e história social do trabalho são abordagens possíveis, valorizando o papel do trabalho na sociedade e do trabalhador como agente da história, assim como o reflexo de políticas econômicas e administrativas na visão sobre o trabalho e o trabalhador.
3. História da industrialização no Vale do Itajaí e em Santa Catarina.
4. Fabricação da malha no Brasil.
5. A camiseta, sua história e uso.
6. Design, moda e linhas de produtos.
7. Publicidade e propaganda.

Os temas apresentados são centrais, o que não exclui interpretações plurais, e permitem a entrada de diversas áreas do conhecimento como história, administração, economia, sociologia, antropologia, moda, arquitetura, publicidade, engenharia e tecnologia, além de recortes interdisciplinares e transdisciplinares.

O acervo do Museu Hering compreende os documentos, objetos e edificações históricas do fim do século XIX e início do XX. Foram acrescentados os complexos arquitetônicos do período pós comemorações dos 90 anos da empresa. São núcleos diversos de grande impacto no panorama da arquitetura industrial, de autoria de Hans Bross. Na matriz temos também o jardim suspenso de Burle Marx integrado ao projeto de Bross. Outro aspecto que não podemos deixar de considerar como 'objeto museológico' integrante do acervo é o Vale do Bom Retiro, onde está instalada a matriz. É importante constar que o lugar foi escolhido, em 1886, pela geração de energia motriz, sob a forma de energia hidráulica. A paisagem desse local é preservada há muito – a exemplo das ações socioambientais de Bruno Hering.

Mas uma política de acervo, orientada pelos temas da pesquisa e da comunicação, precisa ser definida e implantada, iniciando-se uma ação de coleta sistemática de objetos históricos e contemporâneos, pois estamos falando de um processo que caminha do presente para o futuro.

Concluimos, com o acervo, que o Museu Hering tem um formato peculiar. É museu de indústria e de empresa, seu patrimônio é material e imaterial, cultural, natural e paisagístico, tem coleções (ou agrupamentos) e parte do patrimônio, bens arquitetônicos, está espalhado em um território, onde está o sentido do preservar. Assim, achamos adequada a definição tipológica de museu de território para o Museu Hering. Para efeito de participação de fóruns de discussão, podemos distingui-lo como museu de indústria ou de empresa (como mencionado), tecnologia, costumes, história, museu casa etc. etc. etc.

Como sabemos, a Comunicação Museológica, independente da instituição, engloba diversas atividades: exposições, ações educativas, publicações, eventos abertos, debates etc. Para a dinâmica do museu e o atendimento de seus públicos é necessário um conjunto de ações que interajam em sistema. A comunicação do Museu Hering deve atender à demanda dos diversos temas e recortes conceituais do seu acervo. É necessário criar uma dinâmica entre os temas já apresentados e estratégias diferenciadas com tempos/durações diferentes, compondo um diálogo e uma complementaridade.

As principais formas de comunicação em museus acontecem por meio de exposições e ações educativas, isto porque estas são capazes de mobilizar uma grande variedade de interesses e públicos. No entanto, outras devem ser propostas. Uma programação (mensal, semestral, anual, bianual etc.) deve ser traçada para a plena concretização de atividades e atendimento de demandas. Para um museu bem formulado, as possibilidades de comunicação – entendendo recortes temáticos e interpretações, assim como de estratégias – são muito vastas, talvez ilimitadas. Para o Museu Hering foram propostas como estratégias: sistema de exposições (diálogo entre exposições de longa duração, temporárias, itinerante, visitantes); ações educativas de diferentes naturezas para distintos públicos; trajetos/circuitos nos espaços físicos, com abordagem arquitetônica, na matriz e nas unidades satélites; eventos como seminários, palestras, ciclos de conferências, ações voltadas a uma categoria de público interessada em abordagens aprofundadas e específicas (arquitetura industrial, moda, história da camiseta, indústria e urbanização, cultura teuto-brasileira, imigração, transformação etc.); desfiles de moda, performances e concursos de criatividade em design, incentivando a aproximação entre o público e aqueles que se iniciam no ramo de desenho e

produção de moda; sessões de cinema e outras manifestações artísticas para a aproximação de linguagens diversas com a moda em diferentes tempos e culturas; publicações sobre a temática do Museu (catálogos do acervo, apoio a pesquisas acadêmicas, desenvolvimento de projetos para aprofundamento de certos tópicos etc.); cursos para disseminação de ideias, formação e capacitação profissional para a indústria têxtil e para moda; biblioteca especializada nos temas do Museu.

Quanto à organização do espaço físico do Museu Hering, indagamos. O quê? Como? Onde? O que será o museu? Que proporção terá? Como se realizará? Com que dinâmica? Com que equipe? Em que espaços existirá? Muitas perguntas que precisam de respostas antes da elaboração do plano museológico. Algumas decisões são estruturais. De fato, tudo o que estamos discutindo está no plano da estrutura do Museu Hering. O espaço é mais uma decisão a ser tomada. Os espaços disponíveis e as suas vocações nos dão bons referenciais, a saber:

1. Antigo refeitório – construção enxaimel do fim do século XIX. Esta casa está em uma posição privilegiada, na entrada da Companhia, mas fora da área restrita da empresa. É adequada para uso público, como exposição. Esta edificação foi escolhida para abrigar a exposição inaugural do Museu Hering.

2. Antiga costura (1897) – edificação imponente, com boa metragem quadrada e altura interna satisfatória para um museu de indústria. Situada na área restrita da empresa. Poderia abrigar a reserva técnica e as ações de salvaguarda e pesquisa, incluindo o atendimento a pesquisadores externos e jornalistas.

3. Antiga fição (1917) – situa-se deslocada do conjunto maior. Pela imponência e localização, tem excelente acesso e visibilidade. Possui um espaço amplo. Vislumbra-se o uso dessa construção pelo museu para exposições de grande porte, biblioteca e auditório e/ou salas para cursos e/ou oficinas.

4. Construções residenciais – Adaptadas, podem ter uso público, sobretudo porque estão alinhadas com a casa enxaimel.

Isto posto, traçamos um plano de ação inicial para o Museu Hering em três momentos:

1º. Implantação

2º. Definição dos programas

3º. Instalação nos diversos espaços

Este é um processo de longo prazo que precisa ser pensado globalmente.

O 1º Momento compreendeu o planejamento:

- Preparação do Diagnóstico e a proposta preliminar do Projeto Museológico, apresentada em dezembro de 2009;
- discussão de um programa museológico para a implantação, o que definiu o espaço da casa enxaimel (Antigo Refeitório) para a montagem da primeira exposição de longa duração e inauguração do museu;
- início do restauro da casa-museu;
- elaboração do projeto expositivo;

Inauguração do Museu Hering.

O 2º. Momento será determinante para o museu, todos os programas do plano museológico serão elaborados: Institucional, Gestão de Pessoal, Gestão de Acervos, Exposições, Educativo e Cultural, Arquitetônico, Segurança, Arquitetônico, Financiamento e Fomento, Difusão e Divulgação, Pesquisa. Já o 3º. Momento consistirá na plena instalação das principais ações do Museu Hering, quando ele se colocará por inteiro à sociedade.

O Museu Hering foi inaugurado em 30 de novembro de 2010¹⁸⁸. Hoje com um ano de vida, prepara-se para a ampliação de seu alcance. Tem um plano de ação¹⁸⁹ e metas estabelecidas e a principal e imediata é a elaboração do plano museológico, o que será fundamental para uma projeção futura desse museu.

Considerações Finais – Alguns pontos para reflexão

Como caberia, o Projeto Museológico para o Museu Hering explicita a problemática que envolve a criação desse museu. Vários aspectos foram levantados, sobretudo aqueles estruturais e decisivos para se entender as inúmeras decisões e compromissos que envolvem uma instituição dessa natureza.

Consideramos que o trabalho desenvolvido para o diagnóstico e o projeto museológico, as visitas técnicas e as pesquisas realizadas, contribuiu para uma visão de futuro dessa instituição museal. Acreditamos que o Museu Hering tem um lugar a ocupar. Inclusive, pode servir de motivação e estímulo para uma discussão sobre a preservação de outros núcleos industriais, em Blumenau e outras localidades, a serem preservados, para a construção de uma consciência cidadã.

188 A exposição Tempo ao Tempo que inaugurou o Museu Hering teve apoio da Lei Rouanet, MinC.

189 Projeto aprovado pela Lei Rouanet.

A ação de elaboração do diagnóstico, a preparação do projeto museológico e a abertura da exposição de longa duração intitulada Tempo ao Tempo trouxeram alguns pontos para debate. O primeiro deles refere-se à relação entre preservação e desenvolvimento. Antes pontos opostos, contemporaneamente próximos, pois desenvolver não significa desfazer, encobrir, impedir ou bloquear memórias. A preservação não precisa dar passagem ao desenvolvimento, pois não há desenvolvimento, sobretudo o humano, sem que as heranças façam parte desse processo. Por outro lado, o empreendedorismo tão valorizado na economia atual – caracterizado pela inovação, rapidez e capacidade de ler a realidade, percebendo demandas da sociedade – amplia seu ângulo de visão, vislumbrando necessidades sociais ancoradas em tradições e em memórias.

Ressaltamos que o projeto para o Museu Hering não considera somente o passado, mas o presente, aquilo que se forma e se constrói no contemporâneo. É importante salientar que a nossa interpretação sobre o passado é algo que fazemos no presente.

O Museu Hering, assim como muitos hoje, tem caracterização complexa, dificultando sua definição tipológica. Assim, colocam em discussão essas categorizações, uma vez que não atendem mais a complexidade dos processos de musealização contemporâneos.

Assim, as perguntas que fazemos, extrapolando o caso apresentado para um contexto museológico maior, são:

- Como inserir a idéia de preservação nos processos de desenvolvimento? Ou, como o desenvolvimento deve se sustentar na preservação?
- Como o olhar do empreendedorismo pode perceber a importância das tradições, da memória e das identidades? Ou, como os museus podem intervir no empreendedorismo?
- Quem define o que é patrimônio? Estamos enfrentando a ação participativa nos processos patrimoniais? Quais seriam as metodologias para conceituação de patrimônio com distintas segmentações sociais?
- Qual é o lugar do público nos processos de musealização e gestão de museus?
- Como um museu participa dos processos de construção de memórias? Qual seu impacto social? Que nova consciência um museu de indústria pode gerar

na própria indústria, nos consumidores de produtos industriais relacionados, na comunidade próxima, na cidade, na região e no país?

- Que autonomia um museu de empresa pode alcançar em relação à empresa que o gerou?

- Que outras tipologias podemos modelar, para melhor expressar a complexidade dos museus contemporaneamente?

Referencias Bibliográficas.

CURY, Marília Xavier. 2011. “Como nasce um museu”. In: MUSEU HERING. Tempo ao tempo - Nasce um museu = Time to time - A museum is Born. Blumenau: Contratempo.p. 47-137.

CURY, Marilia Xavier. Museu Hering. Diagnóstico – Subsídios para o Projeto Museológico. São Paulo, 2010.

CURY, Marilia Xavier. Museu Hering. Projeto Museológico. São Paulo, 2010.

HANS BROSS: a preservação do patrimônio histórico no plano diretor da Hering. Projeto.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Portaria Normativa no. 1, de 5 de julho de 2006. DOU 11/07/2006.

PROJETO. Hans Bross: a preservação do patrimônio histórico no plano diretor da Hering.

TICCIH – The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage
www.mnactec.cat/ticcih.