

ICOM^{Brasil}
+
DIVERSO

PLANO DE TRABALHO PARA GESTÃO ICOM Brasil 2024-2027

ICOM + Diverso

Chegamos a mais um período de renovação da gestão do ICOM Brasil. Apesar do vírus SARS-Cov-2 ainda circular, a pandemia foi controlada graças à vacina, produto da ciência tão injustamente combatida pela mesma guerra cultural que afetou a área da cultura. As restrições sanitárias impostas não são mais necessárias, e os museus puderam retomar seu funcionamento normal. As próprias assembleias do ICOM Brasil, que precisaram ser realizadas de forma virtual durante a pandemia, foram retomadas de forma presencial, permitindo novamente os abraços e proximidade de colegas. Essa normalidade, porém, se depara com um mundo transformado, onde o híbrido hoje convive com o presencial, e as redes sociais dominam o debate público, tornando esse embate mais polarizado.

No Brasil, o pós-pandemia veio acompanhado de uma diminuição nas tensões políticas. O setor cultural vem sendo reconstruído, com a recriação do Ministério da Cultura e a revalorização do Ibram. O debate democrático tem permitido a reconstrução de redes, assim como de importantes marcos, como a recente Conferência Nacional de Cultura, que estabeleceu os novos rumos da política cultural e, em breve, deve desaguar em um Plano Setorial para os Museus.

Apesar do otimismo, os museus ainda navegam em tempos de incerteza. A sustentabilidade institucional a longo prazo ainda é um grande desafio para muitos museus brasileiros. As tecnologias digitais ainda são pouco dominadas por essas instituições, que vêm tentando articular o físico e o virtual desde suas reaberturas. As redes sociais trouxeram para dentro dos museus novas dinâmicas. A inclusão e diversidade, apesar de valores assumidos por grande parte dos museus, ainda continuam como um grande desafio no dia a dia. Práticas excludentes enraizadas em nossas instituições, além do machismo e racismo estrutural, ainda dificultam que a nossa prática corresponda àquilo que desejamos.

Nesse último período, a comunidade internacional do ICOM atravessou um período de calorosos debates com a proposta de uma nova definição de museu. Esse processo, que se arrastou de 2016 a 2022, evidenciou os novos desafios de nossa instituição: de lidar com sua crescente expansão global, que hoje efetivamente inclui países fora do norte global e que precisa repensar seus mecanismos de governança. No final, na Conferência de Praga, em 2022, a nova definição foi votada em um processo conduzido por representantes latino-americanos que conseguiram construir as pontes necessárias para essa decisão tão importante. Se a nova definição pactuada não foi tão disruptiva como muitos desejavam, ela trouxe conceitos fundamentais para o futuro dos museus. Termos como “acessível”, “inclusivo”, “diversos”, “sustentáveis”, “participação da comunidade” e “partilha de conhecimento” indicam qual caminho de futuro os museus devem seguir.

A gestão anterior do ICOM Brasil promoveu uma participação muito importante e reconhecida pela comunidade internacional para a aprovação da nova definição de museu. Através de consultas à comunidade museal brasileira e por meio da realização de muitos debates, montou-se um dossiê importante para o processo. Nesse sentido, foram selecionadas 20 palavras-chaves que foram enviadas ao grupo de trabalho internacional, algumas presentes na definição final e outras não. Antirracista, Bem-viver, Comunicar, Cultura, Decolonial, Democrático, Direitos humanos, Educação, Experiência, Futuros, Inclusivo, Instigar,

Patrimônio, Pesquisar, Público, Salvar, Social, Sustentável, Território e Transformar foram as palavras escolhidas pela comunidade brasileira para expressar o que é um museu. Mais que palavras, esses conceitos formam uma agenda de futuro para os museus do Brasil e para o próprio ICOM.

Outro destaque da gestão anterior foi o estabelecimento do convênio com a Rede Museologia Kilombola que, além de possibilitar a entrada de membros dessa rede no ICOM, também buscou colaborar de forma efetiva e coletivamente pactuada com a rede. Destaca-se também desse último período a elaboração da Red List Brasil, lista de tipologias de bens culturais brasileiros que vêm sendo alvo de tráfico ilegal para fora do país. A Red List é uma iniciativa do ICOM com o objetivo de salvar bens culturais de países em conflito ou com alta incidência de contrabando ilícito, de forma a contribuir com a Interpol e agentes de fronteira a reconhecer esses bens.

Para o próximo período apresentam-se neste plano iniciativas com objetivo de aumentar a diversidade interna e contribuir para um ICOM mais inclusivo e plural. Nessa direção, a consolidação de parcerias, como a realizada junto à Rede Museologia Kilombola e a identificação de outras redes que vêm praticando experiências inovadoras na museologia é um caminho proposto.

A comunicação do comitê vem crescendo e deve continuar sendo estruturada para dialogar mais com os membros e permitir uma conexão maior com sua rede internacional. Com retorno da normalidade democrática nas instituições governamentais, o ICOM Brasil deve colaborar com esse momento e fomentar a participação de seus membros na reconstrução das políticas públicas e planos setoriais para o setor museal brasileiro. Por fim, entendemos também a necessidade do campo brasileiro de museus ser mais engajado em causas centrais da contemporaneidade, como a emergência climática, o combate à desinformação, o antirracismo, entre outros.

A Agenda 2030 e seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável são pactos globais para os quais os museus têm muito a contribuir, mas ainda pouco consistência de seu potencial para isso. Acreditamos que o ICOM Brasil tem o papel de mobilizar seus membros em campanhas que possam ajudar a estar sempre “a serviço da sociedade”, como estabelece a definição de o que é ser um museu.

EIXOS PROGRAMÁTICOS

EIXO 1: RECONSTRUÇÃO DO SETOR MUSEAL BRASILEIRO

1.1. Objetivo/estratégia 1:

Atuar em conjunto com as instituições governamentais e não governamentais no próximo plano setorial.

Ações:

- Promover e fomentar reuniões de discussões entre os membros do ICOM-BR com o objetivo de contribuir para o próximo Plano Nacional Setorial de Museus;
- Considerar tais discussões a partir dos temas transversais e/ou dos eixos setoriais propostos no atual Plano Nacional Setorial de Museus ou que possam ser propostos a partir da atual construção;
- Participação nos Fóruns Nacionais de Museus e/ou órgãos colegiados de discussão do próximo Plano Nacional Setorial de Museus.

1.2. Objetivo/estratégia 2:

Apoiar a reconstrução do setor brasileiro de museus.

Ações:

- Atuar nas ações de reconstrução do Sistema Brasileiro de Museus por meio de participação no Comitê Gestor do SBM e na articulação com sistemas, redes e coletivos, ampliando o debate e a importância do fortalecimento de redes colaborativas;
- Realizar pesquisas e levantamentos sobre o setor museal brasileiro, como a pesquisa realizada durante a pandemia “Desafios em tempos de Covid-19 (2020) com profissionais e públicos de museus”.

1.3. Objetivo/estratégia 3:

Manter e promover a participação ativa nos comitês, conselhos e grupos de trabalho de interesse do setor museal e da museologia, buscando capilarizar a sua participação.

Ações:

- Promover, durante as reuniões dos conselhos, relatórios parciais ou totais das participações dos representantes do ICOM-BR nos colegiados;
- Manter e ampliar a representação do ICOM-BR em diferentes colegiados governamentais e não governamentais;

EIXO 2: FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO INSTITUCIONAL

2.1. Objetivo/estratégia 1:

Fortalecer e aprimorar os canais de comunicação do ICOM Brasil, ampliando a capacidade dialógica e divulgando mais ações realizadas pelos profissionais brasileiros filiados.

Ações:

- Dar continuidade a campanhas com membros no formato de Reels do Instagram, divulgando vídeos que mostrem a atuação dos membros pelo território nacional;
- Fortalecer os laços com os membros da Rede Museologia Kilombola e outros coletivos/grupos do campo dos museus e da museologia, pensando em uma ação de divulgação com os profissionais envolvidos nessas parcerias;

2.2. Objetivo/estratégia 2:

Apoiar e fornecer informações sistematizadas dos comitês internacionais (ICs) para a comunidade brasileira.

Ações:

- Mapear e manter contato direto com os membros brasileiros que estão nas diretorias dos ICs, visando organizar e sistematizar as informações mais relevantes destes comitês;
- Elaborar levantamentos periódicos de informações nos sites dos ICs e no site do ICOM sobre atividades principais e divulgar pelos canais do ICOM-BR;
- Divulgar as oportunidades e financiamentos disponíveis através dos ICs para o público brasileiro e outras possibilidades de fundos.

2.3. Objetivo/estratégia 3:

Ampliação da divulgação nos canais oficiais de comunicação do ICOM, com previsão de reorganização/melhoria do site institucional e das suas redes sociais;

Ações:

- Reformular o site institucional do ICOM de modo a contemplar de forma mais clara as novidades e ações dos Comitês Internacionais e para fortalecer a memória do próprio ICOM Brasil.

EIXO 3: DIVERSIDADE REGIONAL, CULTURAL, SEXUAL, DE GÊNERO E RAÇA

3.1. Objetivo/estratégia 1:

Fortalecer e consolidar a parceria com a Rede Museologia Kilombola (RMK).

Ações:

- Acompanhar o processo de elaboração dos planos de ações anuais de parceria com a RMK, bem como sua execução;
- Promover e participar ativamente da execução das atividades previstas nos planos;
- Promover a ampliação do debate e implantação de políticas afirmativas e antirracistas, considerando a importância desse último conceito para os membros do ICOM-BR (como proposta de sua inclusão na definição de museus do ICOM, aprovada em 2022).

3.2. Objetivo/estratégia 2:

Buscar aproximação com redes que representam outras experiências do campo museal e da memória, em especial aquelas praticadas por povos originários, tradicionais e quilombolas.

Ações:

- Estabelecer diálogo com a Rede Indígena de Memória e Museologia Social;

- Mapear e estabelecer relações com outras redes e coletivos do campo dos museus e da museologia que sejam representantes de povos indígenas, pessoas negras, pessoas com deficiência, comunidades tradicionais e pessoas LGBTQIA+, entre outros;
- Promover espaços de conversas e debates com esses coletivos para que possam ter participação ativa na construção de bases para encaminhamentos e/ou tomadas de decisão frente às necessidades colocadas pelo ICOM, tais como revisão de códigos de ética, resoluções, manuais de práticas museais, entre outros;
- Aproximar-se das graduações e pós-graduações em Museologia, Arqueologia, Conservação-Restauração, Patrimônio Cultural, Memória, Artes (entre outras que se aproximam), assim como das associações, sindicatos e conselhos federais e regionais de classes;

3.3. Objetivo/estratégia 3:

Ampliar a representatividade regional do ICOM Brasil

Ações

- Fortalecer a comunicação institucional, ampliando o alcance dos conteúdos junto aos profissionais e pesquisadores do setor museal localizados nas regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste, visando a ampliação da divulgação nos canais de comunicação do ICOM e presença e participação de membros nos eventos e ações desenvolvidas pelo ICOM e seus parceiros;
- Construir diálogo com docentes dos Cursos de Museologia com foco nas regiões Norte, Centro Oeste e Nordeste;
- Buscar manter uma representação regionalmente diversa nos diferentes colegiados e fóruns que participa;
- Identificar membro(as) com potencial de articulação regional para efetivar as ações locais.

EIXO 4: GRANDES PAUTAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

4.1. Objetivo/estratégia 1:

Produzir campanhas de mobilização que acionem e engajem museus em grandes pautas da contemporaneidade.

Ações:

- Formular campanhas conjuntas nas redes sociais a partir de causas que engajem e mobilizem os museus em torno de agendas da contemporaneidade, como a emergência climática, o desenvolvimento sustentável, o combate à desinformação, e o combate ao racismo.

EIXO 5: INTERNACIONALIZAÇÃO DO ICOM BRASIL

5.1. Objetivo/estratégia 1:

Preparar o ICOM-BR para a Conferência em Dubai.

Ações:

- Promover espaços de conversa e escuta entre os membros sobre os temas a serem debatidos e votados na referida conferência;

- Mapear os membros que participarão da referida conferência, visando articular uma atuação coletiva e representativa nacional;
- Produzir um relato coletivo da participação do ICOM Brasil após a conferência.

5.2. Objetivo/estratégia 2:

Ampliar a atuação internacional com foco na relação sul-sul.

Ações:

- Potencializar a participação do ICOM-BR nas alianças regionais do Sul Global;
- Realizar reuniões com outros comitês nacionais e alianças regionais buscando pautas comuns;
- Realizar reuniões com comitês internacionais buscando ampliar a participação brasileira nesses comitês.

Chapa ICOM + Diverso

Conselho de Administração

titulares:

Diego Vaz Bevilaqua – **Presidente**

Luciana Menezes de Carvalho – **Vice-presidente**

Eneida Braga (DF)

Letícia Julião (MG)

Mariana Várzea (RJ)

Ricardo Resende (SP)

Zita Possamai (RS)

suplentes:

Camila Moraes Wichers (GO)

Carolina Villas-Boas (DF)

Daniela Alfonsi (RJ)

Luiz Souza (MG)

Renata Cittadin (SP)

Silvilene Morais (RJ)

Conselho Consultivo

titulares:

Graciele Siqueira (CE)

Janaína Melo (MG)

Katia de Marco (RJ)

Lucas Ribeiro (BA)

Luciana Conrado Martins (DF)

Marcia Bertotto (RS)

Maurício Cândido (SP)

Nara Galvão (PE)

Rosângela Britto (PA)

suplentes:

Adriana Cravo (BA)

Andrea Costa (RJ)

Bruna Portela (PR)

Claudia Porto (DF)

Eduardo Sarmiento (PE)

Marina Pinheiro (RJ)

Simone Flores (RS)

Vilma Campos (SP)

Vinicius Monção (RJ)

Conselho Fiscal

titulares:

Angelica Fabbri (SP)

Luiz Fernando Mizukami (SP)

Marcelo Dantas (SP)

Diretoria

Adriana Almeida Mortara – **Diretora Administrativa**

Vera Mangas - **Diretora**