



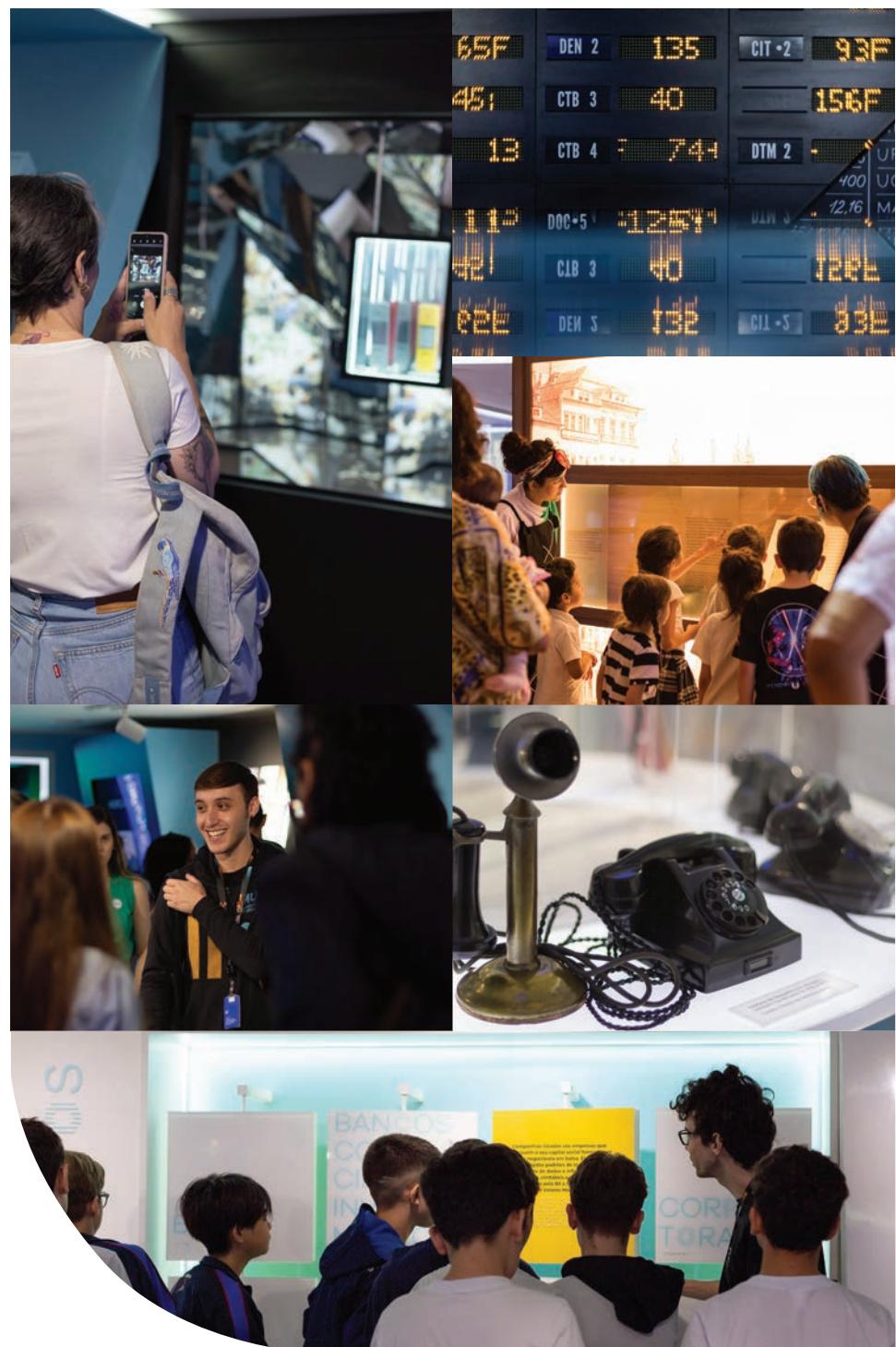
Os museus são espaços plurais constituídos por diferentes memórias que, quando acionadas, promovem processos diversificados de comunicação, fruição e educação. Alia-se a esse universo a própria memória institucional, que atua para significar o propósito com o qual as instituições assumem o seu compromisso junto à sociedade. Na manhã do dia 9 de novembro de 2023, o MUB3 – Museu da Bolsa do Brasil, formado pela memória do mercado de capitais brasileiro, reuniu especialistas para conversas em torno desse tema tão relevante – a memória e seus sentidos –, seja como exercício para a seleção de repertórios e signos, ou como prática criativa ou valor da repulação e do legado que se pretende para a sociedade.

## OS SENTIDOS DA MEMÓRIA

Em comemoração ao seu primeiro ano de atividades, o MUB3 realizou um seminário para debater uma das matérias-primas dos espaços museológicos: *a memória*. Com isso, pôs-se a refletir sobre sua própria ação em torno da história do mercado de capitais brasileiro – uma iniciativa que já atraiu cerca de 63 mil visitantes e mais de 500 escolas atendidas desde agosto de 2022.

Realizado na sede do MUB3, no centro de São Paulo, “Os Sentidos da Memória” reuniu intelectuais, pesquisadores, comunicadores e agentes culturais, em uma troca de ideias sobre caminhos possíveis para o fortalecimento do campo da memória institucional.

Esse encontro é parte do compromisso do MUB3 com a sociedade: o de ser um espaço de debates e construção de ideias a serviço da educação e da cultura.



# SAUDOSA MEMÓRIA, MEMÓRIA QUERIDA

A memória  
como inspiração



Ronaldo Fraga tinha por volta de 15 anos quando esbarrou pela primeira vez com *O turista aprendiz* (1927), de Mário de Andrade (1893-1945). Foi com o relato das viagens do intelectual modernista pelas entradas de um Brasil ainda muito desconhecido que o então futuro estilista se deu conta do papel da memória na formação da cultura de um povo, em toda a sua pluralidade e multiplicidade.

A partir dali, transformaria em missão ir ao encontro desse país, traduzindo por meio da moda seus “assombros e alumbramentos”, com as muitas histórias encontradas pelo caminho. “Meu prazer nunca foi fazer roupa. Meu grande desafio sempre foi fazer roupa que lembre de outras coisas, sem estar presa ao passado nem trazer uma cartilha de futuro”, disse ele durante a palestra “Um olhar sobre a memória”, realizada na abertura do seminário.

Em suas mais de 60 coleções, compiladas no recém-lançado livro *Memórias de um estilista coração de galinha* (Ed. Autêntica), passeou por universos biográficos e etnográficos brasileiros. Falou sobre a estilista Zuzu

Angel, o artista visual Arthur Bispo do Rosário e o escritor Carlos Drummond de Andrade, abordou temas como o etarismo e a transfobia, e abriu espaço nas passarelas para saberes de regiões como o vale do Jequitinhonha, o Cariri cearense e o rio São Francisco.

“A roupa tem esse poder de conexão com a memória de um tempo. E foi a forma que encontrei de manter a minha memória.” Com um entendimento amplo do conceito de moda – além de uma energia pulsante –, muitos outros projetos nasceram para além dos desfiles realizados em mais de 35 anos de carreira. Em comum, todos são orientados pela mesma cruzada pessoal iniciada, ainda adolescente, com o objetivo de refletir sobre a importância daquilo que atravessa o tempo. “Talvez criar não seja mais do que se lembrar profundamente”, concluiu.



Vista aérea da expedição de Ronaldo Fraga no Sertão do Cariri. Acervo Ronaldo Fraga.

*“Uma das maiores chagas do Brasil é sermos um país desmemoriado. Estamos sempre olhando para um futuro, enquanto o passado é jogado não sei onde, e a gente analisa muito pouco o presente, quando é nele que deveria haver uma queda de braço com a memória.”*

– RONALDO FRAGA

*Estilista*

## Propulsão para seguir adiante

Quando a barragem de Mariana (MG) se rompeu, em 2015, levou consigo objetos carregados de memórias – e, por isso mesmo, impossíveis de ser repostos. Acontece que a memória se atualiza. Em contato com essas comunidades, Ronaldo Fraga desenvolveu a coleção “As Mudas”, em 2018, mas não parou por aí. Diante do cenário de terra arrasada, instigou a comunidade a encontrar dentro da própria história a força para continuar.

Com um rio Doce interditado para a pesca, até então a principal atividade econômica local, o estilista buscou resgatar, por meio de oficinas, algumas práticas e saberes das comunidades de Regência e Povoação, para o desenvolvimento de novos produtos artesanais e fortalecimento da economia com base nas histórias do próprio lugar.



Conheça o Projeto

Para saber sobre as expedições de Ronaldo Fraga, siga nas redes sociais @ronaldo fraga

## Expedições Brasil adentro

Nascido em 2019, o projeto “Expedições” é fruto de uma parceria de Ronaldo Fraga com os turismólogos paraibanos Thiago e Pablo Buriti e promove uma imersão pela vastidão da cultura brasileira, levando grupos a visitar diferentes regiões do interior do país.

Nas viagens, os turistas entram em contato com diferentes conhecimentos herdados de geração a geração. Vão da gastronomia à música, passando pela moda e todas as manualidades envolvidas no artesanato. No caminho, descobrem que “morrem de saudade daquilo que não viveram”, como diz Fraga.

O investimento dinamiza a economia criativa de cada local, estimulando a manutenção de atividades tradicionais por muito tempo escanteadas, mas também contribui para valorizar a autoestima de cada comunidade e fortalecer o senso de pertencimento àquela terra a partir da memória.



# EM MEIO AO CAOS INFORMACIONAL, UMA MEMÓRIA EDITADA (E INTERDITADA)

Os fazeres da memória



Confira neste link o artigo “Os lugares de memória são lugares extraordinários”, com a palestra proferida pelo professor Paulo Nassar durante o seminário

Apenas em 2020, mais de 44 zetabytes de dados foram criados no meio digital. Esse volume equivale a 40 vezes mais bytes do que estrelas observáveis no universo. O número é apontado pelo professor Paulo Nassar, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), para caracterizar o que chama de “entropia informacional” do nosso tempo, ou seja, o acúmulo desenfreado de informações escritas, verbais e audiovisuais que produzimos, consumimos e circulamos quando temos à mão uma ferramenta como os smartphones.

Esse contexto torna os museus lugares “críticos” da memória, podendo a palavra “crítico” ser entendida aqui tanto no sentido de “crucial” como de “questionamento”.

“Os museus permanecem como bastiões de contemplação em meio à cacofonia, convidando-nos a fazer uma pausa e mergulhar em narrativas e artefatos que exigem nosso envolvimento sensorial parcial ou total”, explicou ele durante o painel “Memória, legado e relevância”, realizado durante o seminário “Os Sentidos da Memória”.

Quando os museus, no caso, são institucionais ou empresariais, eles carregam o desafio de ir além da propaganda das conquistas de uma determinada organização, para se colocar a serviço de uma visão democrática da sociedade, entrelaçando sua própria história e contribuição com a diversidade de realidades e contextos nos quais se insere.

“Os museus e centros de memória e referência empresariais são espaços onde ‘tornar-se comum’ não é uma expressão de mediocridade, mas sim um processo de construção de identidades compartilhadas e comunidades coesas. Através de suas narrativas e exposições, eles ritualizam o tempo e o movimento, transformando o ordinário em extraordinário e religando o pragmatismo do cotidiano com valores, saberes e tecnologias”, aponta Nassar, que também é diretor-presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje).

Esse caráter mediador dos museus entre passado e presente e sua capacidade de estabelecer senso de pertencimento e comunidade ecoa na fala de Paulo César Garcez Marins, chefe da Divisão de Acervo e Curadoria do Museu Paulista da Universidade de São Paulo (USP). A partir das três palavras presentes no título do mesmo painel – “Memória, legado e relevância” –, ele, também como docente do Museu Paulista, levanta uma série de perguntas.

“Que memórias devem ser acolhidas no museu? Quais legados faltam? E quais relevâncias queremos documentar?”, questionou. “Memória e esquecimento são dois lados de uma mesma moeda e qualquer reflexão sobre a história tem isso por base. Ela é sempre parcial, fluida, hierarquizada – isso quando simplesmente não se esvai.”

Duas experiências vividas por ele no museu onde atua ilustram essas inquietações. A primeira foi uma exposição realizada em 2011 a partir de 5 mil rótulos de embalagens de produtos colecionadas por Egydio Colombo. O que poderia parecer banal ou irrelevante transformou-se na mostra com mais menções na imprensa sobre o museu.

O segundo episódio é a exposição de batedeiras e liquidificadores angariados por Luciano Fiorani. Ao emoldurar objetos cotidianos da vida de tanta gente, a mostra ativou lembranças esquecidas. “Nenhuma outra coleção gerou tanta empatia com o público desde a reabertura do museu, há 1 ano e 2 meses”, diz. Ao mesmo tempo, surgiram críticas: “Muitas pessoas ficam revoltadas com o fato de o museu não ser o lugar do sagrado, do luxuoso e do excepcional, mas ser o lugar dela”.

Desafiar as convenções da memória, segundo Garcez, é uma forma de fortalecer a sociedade. Por isso mesmo, é uma missão também a ser abraçada por museus empresariais. “Precisamos nos voltar às dimensões relacionais, de classe, de conflitos, de convergências, enfim, daquilo que nós somos: uma conexão de pessoas.”

Para a curadora e consultora Marta Porto, esse entendimento da cultura e da arte como lugar propício para o encontro das diferenças está sob ameaça. “Vivemos um tempo de memória interditada por controles diversos.

Tudo o que construímos é vigiado – a maneira como falamos, pensamos, sonhamos e nos relacionamos. Qual o impacto dessa interdição?”, perguntou.

Ela problematiza a postura de instituições culturais diante de casos recentes, como a retirada de obras de exposições após repercussões negativas por conta de seu teor ou mesmo a reedição de livros antigos com supressão ou reescrita de trechos potencialmente polêmicos.

“A memória jamais pode abrir mão do desconforto, do incômodo e até do assombro. É preciso produzir no presente uma memória rica o suficiente para que possamos gerar um futuro coletivo melhor.”

Ainda segundo a pesquisadora, a negação do dissenso como categoria cultural tem produzido uma “estética da exclusão” responsável por pasteurizar conceitos e que, por sua vez, deve ser combatida com uma “estética de convivência plural”, a partir do estímulo à cooperação e ao senso de comunidade.

Tudo isso passa pela transformação da memória em experiências capazes de valorizar a imaginação e orientar decisões em prol de uma cidadania rica e fortalecida – um desafio e tanto para o setor educativo dos museus e para os próprios acervos mantidos por eles, instigados a serem revisitados incessantemente.



Museus institucionais carregam o desafio de ir além da propaganda, para se colocar a serviço de uma visão democrática da sociedade

*"Em um mundo onde a sobrecarga de informações é a norma, os lugares de memória servem como âncoras que nos ajudam a encontrar significado e propósito. Eles são necessários para a manutenção de uma sociedade informada e conectada, mas também equilibrada e reflexiva."*

– PAULO NASSAR

*Professor titular da ECA/USP e diretor-presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)*



*"A memória é sempre seletiva. Por isso, é a forma mais primária de poder. Ela já estabelece dentro de nós o que é importante e o que não é. Ela hierarquiza fatos, pessoas, relações e vestígios dessas relações. O que queremos efetivamente lembrar e legar como relevante precisa nos perseguir o tempo inteiro."*

– PAULO GARCEZ

*Docente e membro do corpo de curadores do Museu Paulista, além de chefe da Divisão de Acervo e Curadoria da USP*

É preciso transformar a memória em experiências capazes de valorizar a imaginação e orientar uma cidadania rica e fortalecida

*"A ideia de que a cultura é um lugar possível para o encontro de diferenças está interditada. Apresentar o passado apenas com aquilo que deixa um conjunto de pessoas confortáveis é apagar o sentido da cultura, que sempre foi o de discutir preconceitos e discriminações. A memória jamais pode abrir mão do desconforto."*

– MARTA PORTO

*Curadora, consultora e pesquisadora cultural*





Nos últimos 15 anos, informações como números e estatísticas tornaram-se importantes aliadas na defesa de investimentos na indústria criativa. "A cultura tem uma dimensão cidadã e uma dimensão simbólica, mas ela também tem uma dimensão econômica", ressaltou Anna Paula Montini, gestora do Observatório da Fundação Itaú para Educação e Cultura, que realiza um monitoramento contínuo do setor criativo brasileiro.

Ao levantar dados como o percentual de trabalhadores dedicados a atividades culturais ou mesmo a fatia do PIB ocupada por esse segmento, a plataforma busca fortalecer o campo cultural. "Quando falamos da capacidade da economia criativa, criamos condições para a sustentabilidade desse sistema que se dedica à preservação e perpetuação da memória."

Para Cristiane Olivieri, diretora da Olivieri Advogados Associados e especialista em direitos culturais, a apostar nos números tem sido um mecanismo de defesa da cultura frente a ameaças de corte de verbas e desmantelamento de políticas já conquistadas. "A economia nos ajudou a fazer as coisas de modo diferente, mas agora

precisamos começar a tentar medir também o impacto social", apontou ela durante o seminário "Os Sentidos da Cultura".

Como exemplo, ela se refere a um estudo da Comissão de Cultura, Educação e Esporte da Comunidade Europeia, segundo o qual cada 1% investido a mais em cultura representa uma diminuição de 20% das práticas de crimes de ódio.

"Esse é um dado muito relevante, especialmente para o momento que vivemos, para demonstrar que as atividades culturais podem de fato ser transformadoras para cada indivíduo", afirma.

O panorama, no entanto, é desafiador. Segundo uma pesquisa desenvolvida em setembro deste ano com 1.500 pessoas pela consultoria Hibou, 6 em cada 10 brasileiros consideram a cultura primordial para suas vidas, e o cinema e o teatro são as primeiras atividades que vêm à cabeça deles quando pensam em fazer uma programação cultural, respectivamente com 23,4% e 23% das respostas.

No entanto, quando perguntados sobre quais atividades pretendem realizar "com certeza" ainda em 2023, a campeã é a frequência à academia, com 86% dos respondentes, seguida por igrejas e congregações religiosas, com 83%.

"Esse resultado fala muito do nosso tempo, com a religião ocupando os espaços públicos e provocando cada vez mais impacto na sociedade. Mas ainda é alentador ver que, no geral, as pessoas entendem a cultura como relevante."

*"A memória é um ativo intangível, mas ela tem um valor mensurável, um valor que nos conecta com o passado e o presente a um só tempo."*

– ANNA PAULA MONTINI

Gestora do Observatório da Fundação Itaú para Educação e Cultura



# 7.358.258

é o total de trabalhadores atuando na economia criativa no segundo semestre de 2023

# R\$ 280 BILHÕES

é o que a economia criativa brasileira movimentou em 2020

A economia criativa equivale a  
**3,11%**

do PIB brasileiro

# 2,2%

Fonte: Painel de Dados / Observatório Itaú Cultural



*"Dinheiro não cria cultura, mas possibilita sua preservação. Cabe a cada um de nós brigar para que ele chegue às mãos corretas."*

– CRIS OLIVIERI

Advogada e diretora da Olivieri e Associados Advocacia



Aponte a câmera ao QR Code e assista à íntegra do seminário "Os Sentidos da Memória"

# QUEM É QUEM

## Participantes



RONALDO FRAGA

Estilista, é formado em Moda pelo curso de Estilismo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e pós-graduado pela Parsons School of Design de Nova York, além de ter realizado um curso na Central Saint Martins de Londres. Seus desfiles estabelecem um diálogo entre a cultura brasileira e o mundo contemporâneo, abordando temas do cotidiano e da história do país. Além da marca homônima, ele desenvolve projetos em diferentes regiões do Brasil. Esses projetos lhe conferiram prêmios como Faz Diferença, do jornal *O Globo*, Trip Transformadores, e duas vezes o Prêmio Planeta Casa, concedido pela Editora Abril aos designers que aplicam práticas sustentáveis no desenvolvimento de suas peças. Suas criações já ultrapassaram os limites das passarelas para exposições, filmes e livros, e foram apresentadas em diferentes países, como: Japão, Holanda, Espanha, Bélgica, Chile, Argentina e México. É autor dos livros *Moda, roupa e tempo: Drumond selecionado e ilustrado por Ronaldo Fraga* e *Caderno de roupas, memórias e croquis*. Ilustrou vários livros, como *Mary Poppins*, publicado no Brasil pela Cosac Naify, e *Uma festa de cores: memórias de um tecido brasileiro*, da editora Autêntica, escrito por Anna Göbel e premiado como melhor livro infantil de 2017. Em 2007 recebeu do governo federal a comenda da Ordem do Mérito Cultural, concedida a personalidades que dão corpo à cultura brasileira por meio de seu trabalho; em 2009 recebeu do governo de Minas Gerais a Medalha da Inconfidência. Foi selecionado pelo Design Museum de Londres como um dos sete estilistas mais inovadores do mundo para a exposição *Design of the Year 2014*, da qual também participaram Miuccia Prada, Rick Owens e Raff Simons. Recebeu ainda o Prêmio Shell – SP (Melhor Figurino, por *A visita da velha senhora*). Foi ainda o grande homenageado do Press Awards 2018, em Fort Lauderdale, na Flórida.

Prof. Dr. PAULO NASSAR

Diretor-presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e professor titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), com formação em Jornalismo, é doutor e mestre também pela ECA-USP, onde coordena o Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN) e atua como pesquisador orientador de mestrado e doutorado (PPGCOM). Atuou como pesquisador da British Academy (University of Liverpool), entre 2016 e 2017. Entre outras premiações, recebeu o Atlas Award, concedido pela Public Relations Society of America (PRSA, EUA), por contribuições às práticas de relações públicas, e o prêmio Comunicador do Ano (Trajetória de Vida), concedido pela Fundacom (Espanha). É coautor dos livros *Communicating Causes: Strategic Public Relations for the Non-profit Sector*, *The Handbook of Financial Communication and Investor Relation*, *O que é comunicação empresarial e Narrativas midiáticas e comunicação – Construção da memória como processo de identidade organizacional*.



MARTA PORTO

É curadora, conferencista e ensaísta com atuação internacional nas áreas de cultura e comunicação. Cursou o mestrado em Ciência da Informação (UFMG, 1999), e depois especializou-se em Psicologia Junguiana, Arte e Imaginário (PUC Rio, 2010). Atualmente, é consultora especializada em marcas sociais, atuação empresarial em causas, estratégias de relacionamento governo-empresas-sociedade, programas de valor compartilhado e comunicação cívica. Nos últimos 20 anos tem atuado como consultora de empresas, governos e organismos internacionais, em projetos de interesse público e do terceiro setor, responsável por atender marcas, fundos e institutos dos mais diferentes setores, como: Natura, Vivo, Vale, Santander, Petrobras, CPFL, Jeep, Itaú, Fundação Roberto Marinho, Fundação Ford, Unicef, Unesco, Fundo Global, WWF Internacional e governos distintos de diferentes países.

Prof. Dr. PAULO CÉSAR GARCEZ MARINS

Historiador, bacharel, doutor e livre-docente pela Universidade de São Paulo (USP), docente e membro do corpo de curadores do Museu Paulista e dos Programas de Pós-graduação em Museologia da USP e em Arquitetura e Urbanismo da FAU/USP. É, atualmente, chefe da Divisão de Acervo e Curadoria da mesma universidade e coeditor de *Anais do Museu Paulista: História e cultura material*, além de curador das exposições de longa-duração *Uma história do Brasil* e *Passados imaginados*, inauguradas na reabertura do Museu do Ipiranga, em setembro de 2022.



CRISTIANE OLIVIERI

Diretora da Olivieri e Associados Advocacia, atua na área de consultoria para cultura, comunicação e entretenimento há 30 anos. Curadora do Hub Cultural, é organizadora do Guia Brasileiro de Produção Cultural, editado desde 2007, e do Guia Direito, Arte e Liberdade. É autora do livro *Cultura Neoliberal – Leis de incentivo como política pública de cultura*. Além disso, é integrante e facilitadora do Fórum Brasileiro de Direitos Culturais e Conselheira da Lexnet. Mestre em Política Cultural pela ECA-USP e Master em Administração das Artes na Universidade de Boston (EUA), Cris Olivier é advogada especializada em Gestão de Processos Comunicacionais e Culturais pela ECA-USP.

ANNA PAULA MONTINI

Advogada formada pela PUC-SP e pós-graduada em Gestão e Políticas Culturais pela Universidade de Girona, fez parte da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), representando o empresariado nacional como titular da bancada de artes integradas, e foi membro da Comissão de Direito às Artes da OAB SP. Integra o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Intelectual e é a atual presidente da Comissão Especial de Mídia, Entretenimento e Cultura da OAB SP. Ao longo de 20 anos atuou em relações institucionais e como gestora de compras, compliance e gerente jurídica do Itaú Cultural. Atualmente lidera o Observatório da Fundação Itaú para Educação e Cultura e as áreas de advocacy e ESG.



## O MUB3

O MUB3 tem como missão preservar e compartilhar a história do mercado de capitais brasileiro, a partir de uma potente plataforma de conhecimento, aberta a todas as pessoas que se interessam pelo tema e o pesquisam. O acervo originário das principais bolsas de valores do Brasil permitiu a criação do Museu, que passa agora a integrar uma rede de equipamentos culturais, no centro de São Paulo, ligados à história econômica brasileira, com reflexos para todo o Brasil. O MUB3 é uma realização da Associação B3 Educação e Cultura, sendo viabilizado com recursos obtidos por intermédio da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991).

SAIBA MAIS

<https://mub3.org.br/>

**B3 EDUCAÇÃO E CULTURA**

**Presidência**

Gilson Finkelsztain

**Diretoria Técnica**

José Ribeiro de Andrade

**Diretoria Financeira**

André Veiga Milanez

**Diretoria de Contabilidade**

Paulo Giovanni Claver

**MUB3 – MUSEU DA BOLSA DO BRASIL**

**Coordenação Geral**

Lourdes Silva

**Supervisão Técnica**

Débora Ramos Cavaleri

**Financeiro**

Claudio T. Garavatti

**Produção**

Amanda Fernandes

**Comunicação**

Jaqueline Caires Lima

**Centro de Referência**

Juliana Carminhola

Lídia Ananda Camargo

Pollyana Marin

**Programa Educativo**

**Supervisão técnica**

Prisca Menegasso

**Educação**

Aguinaldo Ferreira Dias

Airan Joana Monteiro

Ayla Lopes

Daniel Castro

Fabio Aristóteles

Fernanda Testa

Jessé Jackson

Marina Gouveia

**Tradução e Interpretação de Libras**

Luiz Augusto Soares

**MUSEOLOGIA**

**SOU MUSEUS**

Gabriela Elevato

**SEMINÁRIO: OS SENTIDOS DA MEMÓRIA**

**Curadoria**

Gengibre Criativo

**Coordenação e Estratégias Integradas**

Carla Nieto Vidal

**Projeto Gráfico**

Fernando Uehara

**Edição do Informativo**

Amanda Queirós

**Revisão de Conteúdo**

Lia Ana Trzmielina

**Assessoria de Imprensa**

Mercedes Tristão

**Fotos**

Natalia Tonda

**CONHEÇA O MUB3**

De segunda a sexta e nos 2º e 4º sábados do mês, das 9h às 17h.

Rua XV de Novembro, 275 – Mezanino – Centro, São Paulo – SP

Estamos localizados próximo à estação São Bento (290 metros) –

4 minutos a pé.

Telefone: 011 2565-7644

E-mail: [visite@mub3.org.br](mailto:visite@mub3.org.br)

SIGA: [@mub3oficial](https://www.instagram.com/mub3oficial)

PATROCÍNIO

GESTÃO

APOIO INSTITUCIONAL

REALIZAÇÃO



ASSOCIAÇÃO B3  
EDUCAÇÃO E CULTURA



MINISTÉRIO DA  
CULTURA

