

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM MUSEOLOGIA

JAN FAUSTO MATIAS DE ALVARENGA

**IMAGINANDO CERA: representações da cultura pop
no Museu de Cera Madame Tussauds de Londres**

Porto Alegre
2018

JAN FAUSTO MATIAS DE ALVARENGA

**IMAGINANDO CERA: representações da cultura pop
no Museu de Cera Madame Tussauds de Londres**

Trabalho de Conclusão de Curso realizado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Museologia, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Jeniffer Alves Cuty

Porto Alegre

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

Vice-Reitora: Profa. Dra. Jane Fraga Tutikian

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Profa. Dra. Karla Maria Müller

Vice-Diretora: Profa. Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Chefe: Profa. Dra. Jeniffer Alves Cuty

Chefe Substituta: Profa. Dra. Eliane Lourdes da Silva Moro

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE MUSEOLOGIA

Coordenadora: Profa. Dra. Ana Celina Figueira da Silva

Coordenadora Substituta: Profa. Dra. Márcia Regina Bertotto

CIP - Catalogação na Publicação

Alvarenga, Jan Fausto Matias
IMAGINANDO CERA: representações da cultura pop no
Museu de Cera Madame Tussauds de Londres / Jan Fausto
Matias Alvarenga. -- 2018.
56 f.
Orientadora: Jeniffer Alves Cuty.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Museologia,
Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Museu de Cera. 2. Cultura pop. 3. Imaginário.
4. Madame Tussauds. 5. Londres, Reino Unido. I. Cuty,
Jeniffer Alves, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Departamento de Ciência da Informação

Rua: Ramiro Barcelos, 2705

CPE: 90035-007

Tel./Fax: (51) 3316-5146 (51) 3308-5435

E-mail: fabico@ufrgs.br

JAN FAUSTO MATIAS DE ALVARENGA

**IMAGINANDO CERA: representações da cultura pop
no Museu de Cera Madame Tussauds de Londres**

Trabalho de Conclusão de Curso realizado
como requisito parcial para obtenção do grau
de bacharel em Museologia, da Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Jeniffer Alves Cuty

Aprovado em: _____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Jeniffer Alves Cuty - DCI/UFRGS
Orientadora

Profa. Dra. Ana Celina Figueira da Silva – DCI/UFRGS

Profa. Dra. Márcia Regina Bertotto - DCI/UFRGS

AGRADECIMENTOS

Aos meus amigos Gabriel Galdino, Jean Sobrado e Sibelle Barbosa pelas alegrias, tristezas e dores compartilhadas. Sempre me motivando e ajudando a ser alguém melhor.

À professora e amiga Jeniffer Alves Cuty, companheira ao longo do curso de Museologia. Eu posso dizer que a minha formação, inclusive pessoal, não teria sido a mesma sem a sua pessoa.

À minha família, por sua capacidade de acreditar e investir em mim.

E ao tempo, que me deu o maior presente, a oportunidade de aprender.

Obrigado a todos que me incentivaram para essa conclusão.

I've paid my dues
Time after time.
I've done my sentence
But committed no crime.

And bad mistakes
I've made a few.
I've had my share of sand kicked in my face
But I've come through.

And I need to go on and on, and on, and on.

We are the champions, my friends.
And we'll keep on fighting 'til the end.
We are the champions.
We are the champions.
No time for losers
'Cause we are the champions of the world.

(QUEEN)

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso aborda os museus de cera no âmbito da cultura pop. Trabalha com a noção de imaginário social como o sistema de representações imagéticas que constroem a sociedade e identificam significados e valores aos diversos níveis da sociedade. Como universo de pesquisa, tomamos o contexto britânico, especialmente londrino por meio da observação pela internet do conteúdo disponibilizado pelo Museu Madame Tussauds. O objeto de estudo se encontra nas representações de três ícones da música pop, sendo eles os cantores Michael Jackson, Freddy Mercury e Bob Marley; com objetivo de analisar a relação do museu de cera com a cultura pop, ressaltando seu papel no contexto no imaginário social. A construção teórico-metodológica perpassa referências na cultura pop e do espetáculo, sobretudo em Guy Debord. No âmbito dos estudos sobre imaginário social e História Cultural, trabalhamos com Sandra Pesavento e Cornelius Castoriadis, Nestor Canclini e Joseph Campbell. A metodologia é qualitativa, com pesquisa documental e pesquisa na internet, para acesso às informações referentes aos ícones estudados. Concluimos que há uma lacuna de pesquisa nesta seara, na qual estabelece um diálogo entre Museologia, Estudos da Imagem e do Imaginário e Comunicação.

Palavras-chave: Museus de Cera. Cultura pop. Imaginário. Madame Tussauds, Londres, Reino Unido.

ABSTRACT

This course completion work addresses the wax museums within pop culture. It works with the notion of social imagery as the system of representations that construct society and identify meanings and values at different levels of society. As universe of , we take the British context, especially London by means of Internet observation of the content made available by the Madame Tussauds Museum. The object of study is found in the representations of three icons of pop music, being the singers Michael Jackson, Freddy Mercury and Bob Marley; with the objective of analyzing the relationship between the wax museum and pop culture, highlighting its role in the context of the social imaginary. The theoretical-methodological construction permeates references in pop culture and spectacle, especially in Guy Debord. In the scope of studies on social imagery and Cultural History, we worked with Sandra Pesavento and Cornelius Castoriadis, Nestor Canclini and Joseph Campbell. The methodology is qualitative, with documentary research and research on the internet, for access to information regarding the icons studied. We conclude that there is a research gap in this area, which establishes a dialogue between Museology, Image and Imaginary Studies and Communication.

Keywords:Wax Museums. Pop culture. Imaginary. Madame Tussauds, London, UK.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Imagem de cera de Santa Helena de Laurino.....	16
Figura 2- Figura de cera Michael Jackson.....	19
Figura 3- Logotipo do museu Madame Tussauds, de Londres.	21
Figura 4 - Vista atual da Baker Street Bazaar, em Londres.	21
Figura 5 - Figura de cera Amy Winehouse.....	21
Figura 6-apresentação do site do museu Madame Tussauds. Proposta diegética....	37
Figura 7- apresentação do site do museu Madame Tussauds. Proposta diegética....	37
Figura 8 - Conjunto de imagens de personagens/objetos expostos no museu e a interação com o público.....	38
Figura 9- imagem postada na rede social Instagram	40
Figura 10 - Aproximação de imagem postada na rede social Instagram	41
Figura 11- Aproximação de imagem postada na rede social Instagram	42
Figura 12- categorias apresentadas pelo site.....	44
Figura 13- categorias de artistas musicais apresentadas pelo site.....	45
Figura 14 - aproximação de imagem.....	45
Figura 15- Imagem postada na rede social Instagram	46
Figura 16- Aproximação de imagem postada na rede social Instagram	46
Figura 17- aproximação de imagem do site	48
Figura 18- imagem de rede social, Twitter	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 CONTEXTUALIZANDO MUSEUS DE CERA	15
2.1 A partir da morte.....	15
2.2 A rainha de cera	18
2.3 O Brasil em cera	21
3 CONSTRUÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA	23
3.1 A Cultura Pop e seu espetáculo.....	24
3.2 A jornada do objeto e suas formas no imaginário: da indústria cultural, ao museu à arte contemporânea.....	27
3.3 Do objeto ao museu à arte contemporânea	29
3.3.1 O fazer do objeto através da aparência	29
4 ANÁLISE	32
4.1 A transformação do mito	33
4.2 A jornada musical através da cera	34
4.2.1 O Rei da Rainha	37
4.2.2 O Rei do Pop.....	41
4.2.3 O Rei do Reggae	46
4.3 Além da morte.....	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS	54

1 INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso em Museologia parte das minhas inquietações acerca das representações da cultura pop em museus, as quais dessacralizam – em certa medida – a imagem do museu como instituição do raro e do belo. Aproxima o museu da compreensão de espaço daquilo que representa a sociedade, nos seus valores e nas suas tensões de disputas de poder e imagem. As narrativas comumente encontradas em museus partem de curadorias temáticas, muitas vezes de questões prementes na sociedade ou dos estudos aprimorados e eruditos em arte e história. A cultura pop, por sua vez, inverte essa premissa, situando a cultura material no cotidiano e no profano.

Os museus de cera apresentam sua concepção como produto mercadológico para massas. Essa perspectiva parece estar perpetuada, contemplando a representação não apenas de artistas, personagens de filmes e de quadrinhos (HQs), mas figuras públicas e cenas transformadas em “memes¹” de fatos e gafes políticas. A curadoria se dá na contemplação da vida cotidiana e na observação crítica de fatos midiáticos. A difusão e o consumo desses museus se dá pela internet, bem como em redes sociais como Instagram e Facebook. Refletir sobre estas instituições e seus acervos é tarefa necessária para uma elaboração do que compõe a sociedade, sobretudo ocidental e com quais valores nos deparamos. É também uma forma de compreensão de outros períodos históricos.

Os museus de cera tiveram sua origem em uma parte obscura da história. Nasceram de práticas funerárias da realeza Europeia na Idade Média, em que efígies de cera eram feitas para serem levadas sobre caixões funerários. Esse costume cresceu e após o serviço eles eram exibidos em túmulos ou igrejas, atraindo a atenção e curiosidade dos visitantes. Em 1770, Phillippe Curtius veio a construir o *Cabinet de Cire* que, mais tarde, com o desenvolvimento da indústria cultural, passou a ser chamado Marie Tussaud, herdado de seu tutor. Atualmente, o

¹ De acordo com o site do Museu de Memes, essas são linguagens que encontram ampla repercussão em ambientes online, sendo espalhadas dentro de um grupo social, carregando símbolos, rituais, ideias culturais de forma mimética. Disponível em < <http://www.museudememes.com.br/o-que-sao-memes/>> Acesso em 20 dez 2018

papel desses bonecos de cera se expandiu para representar uma quantidade diversa de personagens populares de nossa cultura.

Um diálogo possível pensado neste trabalho se daria entre museus de cera e museus com temas de cultura pop ou ainda entre museus de cera e museus de memes². A provocação que fazemos nesta pesquisa é entre museus de cera e arte pop, buscando conceituar arte contemporânea e cultura pop.

Esta pesquisa possui abordagem qualitativa, pois está dedicada a olhar para o universo de pesquisa e o objeto de estudo por meio de aspectos teórico-conceituais, de valores e de significados. Os museus temáticos e sua interação com os públicos amplos e diversos são pensados, aqui, como um fenômeno. A natureza da pesquisa é básica, compreendendo interesse na abordagem de temas ainda pouco explorados no Brasil e no campo museológico.

O recorte temático e teórico está no olhar por meio do entendimento de que o imaginário na forma de um sistema de representações nos constitui e é por nós constituído e transformado. Se as formas de consumo da imagem e da comunicação de valores são instantâneas por conta da internet e das mídias sociais, o centro das questões museológicas de preservação dos valores sociais está desafiado a se repensar nas suas bases teórico-metodológicas. Pesquisadores da chamada História Cultural nos ajudam a construir essa aproximação, considerando que estas imagens colocam em xeque nossa agilidade em propor métodos para apreender esses processos.

Na primeira busca realizada no Google Acadêmico³ sobre museus de cera, o antropólogo Roy Wagner aparece com uma citação em seu livro “A invenção da cultura”. Neste livro, o autor leva os estudiosos-leitores a considerar uma permanente reinvenção da cultura, na observação dos fenômenos culturais e na

² O #MUSEUdeMEMES é um projeto da Universidade Federal Fluminense que tem como objetivo a constituição de um acervo de referência para pesquisadores interessados na investigação sobre o universo dos memes, do humor e das práticas de construção de identidades e representações em comunidades virtuais. Disponível em <<http://www.museudememes.com.br/o-museu-de-memes/>> Acesso em 20 dez 18.

³ Disponível em < <https://scholar.google.com.br> > Acesso em 02 ago 18.

chamada invenção da cultura. Há um código a ser identificado que é a cultura, sempre tomando como premissa que cada sociedade lida de modo específico e único com estes códigos. Um bom exemplo dessas diferenças está na doação de chuteiras em Programa de TV egípcio feito pelo jogador de futebol, o argentino, Lionel Messi⁴. No Egito, dar sapatos a uma pessoa indica menosprezo. Até hoje o jogador está proibido de entrar no país (Egito) por conta desta gafe cultural.

Em busca feita no repositório Lume da UFRGS, não foram localizados trabalhos específicos sobre museus de cera ou sobre o museu objeto de estudo desta pesquisa. Diante disso, partimos para a pesquisa em repositórios de outras grandes universidades, como USP e UnB. Localizamos citações sobre representação de determinados personagens em trabalhos produzidos em áreas correlatas como Artes, Comunicação e Design. A relação entre museus de cera e cultura pop, com o olhar do imaginário, foi sendo construída pela leitura de autores diversos, entre eles Joseph Campbell, Nestor Canclini, Sandra Pesavento, Roy Wagner, Umberto Eco, Dominique Poulot e Guy Debord.

A proposta de analisar três objetos do Museu londrino Madame Tussauds se dá por este ser o primeiro museu com esta tipologia no mundo. Ele possui o maior conteúdo histórico, iconográfico e documental, tornando-se o mais conhecido e expansivo neste tipo de instituição museológica. No caso dos objetos selecionados, três ícones da música pop, entendemos na perspectiva da Jornada do Herói e na Construção do Mito, propostas por Campbell (2007). A espetacularização do espaço museal também é um aspecto a ser refletido nesta pesquisa, bem como os processos de musealização de imagens que compõem o imaginário social. Cabe uma breve referência ao campo museal como “objeto de estudo e prática cultural multidisciplinar”, como nos ajuda a pensar a professora Maria Eliza Linhares Borges, na apresentação da obra “Museu e Museologia” de Dominique Poulot (2013). Poulot, ainda nesta obra, afirma que “o museu contemporâneo usufrui de uma autoridade intelectual estável e, até mesmo, exerce certo fascínio, bem além dos interesses próprios da esfera acadêmica” (2013, p.11). Afirma ainda que os museus participam do consumo turístico e da economia de lazer: “eles têm a ver com a ‘cultura de

⁴ Disponível em < <https://scholar.google.com.br> > Acesso em 02 ago 18.

massa', quando o número de seus visitantes está competindo com a clientela dos cinemas ou com os espectadores dos jogos de futebol" (Poulot, 2013, p.11).

Diante desta reflexão inicial, propomos o seguinte problema de pesquisa:

Quais leituras são possíveis aos Museus de Cera na perspectiva de partícipe do Imaginário Social e de difusor e centro de consumo da Cultura Pop?

Umberto Eco (1984) em seu livro, *Viagem na Irrealidade Cotidiana*, apresenta-nos uma janela para essa realidade recente, trabalhando com a criação do falso e o que ele chama de abstração ou deformação pop. Em *O Herói de Mil Faces* (2007), de Joseph Campbell, já citado nesta introdução, temos a possibilidade de imaginar esses personagens com um ápice de êxito e uma derrocada ou, ainda, com uma partida ao contexto maior e um retorno, após a iniciação que o legitima como herói.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a relação do museu de cera com a cultura pop, através de ícones da música representados em sua exposição, a fim de identificar possíveis formas de leitura do imaginário social por meio desta análise. Como objetivos específicos, destacamos:

- Refletir sobre o surgimento dos museus de cera e o papel da cultura pop.
- Analisar as relações entre o desejo de consumir do espectador já presente na sociedade de consumo através de ícones/personagens/objetos.
- Ressaltar o papel do museu de cera no contexto do imaginário social: um estudo de caso a partir do Museu Madame Tussauds de Londres.

Os capítulos se organizam da seguinte maneira: no capítulo dois apresento a contextualização acerca dos museus de cera; no capítulo três, a construção teórico-metodológica da pesquisa e, no capítulo quatro, a análise dos dados coletados no site do Museu Madame Tussauds, bem como em documentos complementares. O capítulo referente às Considerações Finais nos leva a repensar os estudos sobre imaginário, cultura pop e museus e seus diálogos com a comunicação. A Museologia possibilita a interlocução com diversas áreas, entre as quais a Comunicação, a Filosofia, a Antropologia e a Sociologia, estão, aqui, em certa medida provocadas a esse debate.

2 CONTEXTUALIZANDO MUSEUS DE CERA

Museus de cera são formados por uma coleção de figuras feitas por esta técnica e materialidade⁵, usadas para representar diversas personalidades, bem como personagens de cinema e HQs, buscando uma aproximação entre uma homenagem realista e também pela proposta de entretenimento.

2.1 A partir da morte

Com informações obtidas no site oficial do Madame Tussauds⁶, as primeiras aparições dos museus de cera fazem menção ao momento de sacralização da morte. Esses museus nasceram de práticas funerárias da realeza europeia na Idade Média, nas quais efígies de cera eram feitas para serem levadas em cima de caixões funerários. Esse costume cresceu e, após o serviço, eles eram exibidos em túmulos ou igrejas, atraindo a atenção e a curiosidade dos visitantes.

⁵ Em vídeo disponível no Youtube é possível acompanhar a produção de um objeto em cera. O artesão deixa sua mão imersa em água fria por 30 segundos. Após, as mãos são cuidadosamente lavadas e mergulhadas na cera, de modo que a cera tome a forma da mão. Novamente a mão do artesão é mergulhada em água fria e, assim, por três vezes, entre água fria e cera. Após, o modelo feito com a mão de quem nos mostra no vídeo recebe furos com alfinete para a retirada de ar. É possível ainda moldar esse esboço por meio do mergulho em água fria e também é possível tingi-lo. Vídeo disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=JCr3bjZZkyo> >. Acesso em 16 nov 18.

⁶ Disponível em < <https://www.madametussauds.com/london/en> > Acesso em 20 dez 18

Figura 1 - Imagem de cera de Santa Helena de Laurino.



Disponível em < <http://sthughofcluny.org/2012/07/the-churches-of-new-york-xxvi-top-italian.html> >

Acesso em 05 ago 18.

O hábito de exibir o cadáver em cima do caixão durante sua marcha funerária era algo recorrente entre a nobreza da época. Essa prática resultava em infortúnios com o clima quente. Modelos de ceras das mãos e cabeças surgiram como um meio de retificar esses eventos, e, após o funeral, tornavam-se atração popular para os visitantes aos túmulos e às igrejas onde essas figuras se encontravam. Algo comum de se ver também eram representação de santidades feitas em cera, como mostrado na figura acima.

Essa tradição tomou uma nova faceta na França no final do século XIX, em que o necrotério se tornou ponto de entretenimento. Schwartz (2004) nota que com sua criação no centro de Paris, em 1854, o acesso ao público para a identificação de cadáveres era geral, sem horários específicos ou taxa por entrada, tornando-o um lugar de curiosidade, com um fluxo de visitantes cada vez maior. De acordo com Schwartz :

No fim do século XIX, o necrotério (morgue) apresentava uma *salle d'exposition*, onde duas filas de cadáveres, cada um em sua laje de mármore, eram exibidas atrás de uma grande janela de vidro com cortinas verdes de cada lado. Ao contrário do *basse-geôle*, grandes grupos podiam se reunir e contemplar essa exibição quase teatral. Das três grandes portas frontais, a do meio permanecia fechada, e os visitantes faziam fila, entrando pela esquerda e saindo pela direita, o que levou o arquivista do necrotério a comentar que este não era mais do que um entresort – uma atração carnavalesca para a qual as

peças compravam entrada e depois andavam por galpão, boquiabertas com o que viam (SCHWARTZ, 2004, p.339).

O uso de cera para recriação de figuras humanas também foi responsável para o início de uma tradição no estudo de medicina. Os modelos de cera e os órgãos plastinados se tornaram uma alternativa adequada para escolas de medicina terem a seu alcance modelos visuais e práticos de dissecções realizadas previamente, proporcionando elementos fundamentais para o estudo de anatomia. Essa tradição de modelagem de cera anatômica com base na utilização de cadáveres humanos pode ser primeiramente encontrada no trabalho de Gaetano Zumbo (1656-1701), um escultor de cera. Tendo ainda hoje suas esculturas encontradas no *Specola Museum of Florence*.

Atualmente, um dos acervos mais extensos de modelos anatomicamente corretos feitos de cera pode ser encontrado no Museum of Human Anatomy of the University of Bologna, que herdou seu acervo do Institute of Sciences da University of Bologna. Inicialmente, este Instituto possuía uma “Câmara Anatômica”, com espécimes secas usadas para práticas demonstrativas aos estudantes de medicina.

No entanto, o material se deteriorou com o resultado de seu uso constante, levando à formação de uma comissão da coleção de modelos anatômicos ao artista Ercole Lelli (1702-1776), que reproduziu realisticamente em cera, madeira e argila, modelos do corpo humano. A partir disso, foi estabelecida a base da modelação com cera de espécimes anatômicas para o estudo de medicina.

Na França, a confecção de figuras de cera se tornou popular com Antoine Benoist (1632-1717), pintor e escultor de cera para o Rei Luís XV. Expondo quarenta e três figuras de cera do Círculo Real francês em sua residência em Paris. O rei, então, autorizou as figuras para serem mostradas em toda a França. Seu trabalho tornou-se tão popular que acabou servindo outras pessoas da realeza como James II da Inglaterra, que o convidou para visitar o país em 1684.

Um dos primeiros museus de cera notáveis a ser criado foi o “Moving Wax Works of the Royal Court of England”, exibindo, em 1711, 140 figuras. Assim como ele, destacamos o Gabinete de Cire de Philippe Curtius, modelador da corte francesa, que esteve aberto como ponto turístico de 1770 a 1802. O referido Gabinete teve, em 1783, o acréscimo de uma “Caverna dos grandes ladrões”, que

viria mais tarde a ser reconhecida com uma Câmara de Horrores, encontrada até hoje em diversos museus de cera. Sua coleção viria a ser herdada por Marie Tussaud que daria seguimento a essa tradição e aumentaria seu reconhecimento. Ela então, explorou, cada vez mais, a noção do espetáculo e da curiosidade, tornando-se a figura mais importante dessa área até os dias atuais.

2.2 A rainha de cera

Figura 2 - Figura de cera Michael Jackson



*Uma das figuras mais populares do Madame Tussaud, tendo sua representação em quase todas as filiais ao redor do mundo. Disponível em <
<http://www.londonmuseums.org/london-museums/Madame-Tussauds-London.html> >
Acesso em 03 ago 18.*

Marie Tussaud (1761-1850), após a morte de seu pai, foi adotada por seu tio John Christopher Curtius, um médico com experiência em modelagem de cera. De acordo com as “Memoirs de Madame Tussaud” (1878), enquanto praticava sua profissão em Bete, na Suíça, Curtius chamou a atenção do Príncipe de Codi através de seus trabalhos anatomicos em cera. Após este período, o príncipe o convidou Curtius a se mudar para Paris onde poderia receber mais atenção e fama por seu trabalho. Este seria o início da interação de Tussaud com a alta classe parisiense e de sua introdução ao trabalho em cera que viria a se tornar em sua extraordinária carreira.

Seu talento era tão significativo, que, durante sua juventude, Marie Tussaud já trabalhava junto a seu tio, fazendo moldes das cabeças de personalidades da época como Voltaire, Rousseau e outros homens da alta sociedade. Aos 17 anos, segundo o site dedicado a seu museu, Tussaud se tornou tutora de arte da irmã do Rei Luis XVI, passando a viver na Corte Real em Versailles. Esse deslocamento estratégico a permitiu participar do cotidiano da família real da França. Com isso, seu fascínio pela fama, pelo glamour da época apenas aumentou, destacando-a ainda como uma personalidade interessada em todos os escândalos que envolviam a realeza. Seu museu, com isso, passou a ter uma área dedicada à sala de jantar da família real.

Entretanto, com a chegada da Revolução Francesa, ela foi obrigada, sob ameaça de morte, a reproduzir em cera vítimas da guilhotina que eram colocadas em espetos e exibidas em praça pública. Atraída por esse lado obscuro da personalidade humana e entendendo a curiosidade mórbida das pessoas, Madame Tussaud deu início a sua Câmara de Horrores com diversos casos notórios e tenebrosos. Essa tradição é realizada até hoje, podendo encontrar até mesmo a guilhotina usada para decepar a cabeça de Maria Antonieta, comprada por Tussaud ao final da Revolução Francesa.

Com o final da Revolução, em 1794, Tussaud herdou a exibição de cera de seu tutor, Doutor Curtius, dando início, assim, a formação de sua identidade e das exposições que se tornariam tão famosas no início do século XX. Em 1795, Marie se casou com Francois Tussaud, adotando o sobrenome que viria a ser a marca de seu reconhecimento.



Figura 3- Logotipo do museu Madame Tussauds, de Londres. Fonte: www.ebay.co.uk. Acesso em 15 ago 18.



*Figura 4- Logotipo do museu Madame Tussauds, de Londres. Fonte:www.bt.pinterest.com.
Acesso em 15 ago 18.*

Em 1802, Madame Tussaud deixou seu marido e criou um museu itinerante, levando suas exposições pelas Ilhas Britânicas. Trinta e três anos depois, em 1835, Tussaud se mudou para a Inglaterra com seus filhos e estabeleceu seu museu na famosa Baker Street Bazaar como pode ser observado na figura 4, onde o museu ainda reside. Sua morte ocorreu em 1850.

2.3 O Brasil em cera

Figura 2 - Figura de cera Amy Winehouse



Disponível em < <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/13410-dreamland-museu-de-cera>
> Acesso em 27 ago 18.

No Brasil, temos como referência o Museu de Cera Dreamland (2018), que segundo informações do site oficial⁷, foi inaugurado em dezembro de 2009, na cidade de Gramado, Rio Grande do Sul, sendo o primeiro de seu gênero no Brasil, assim como um dos primeiros da América Latina. Possuindo representações de diversas celebridades e figuras públicas, como a cantora Amy Winehouse apontada acima. Em agosto de 2010, foi anunciada no Festival de Cinema de Gramado⁸, a criação da Galeria Oscarito dentro do Museu de Cera Dreamland, com estátuas de grandes nomes do cinema nacional.

⁷ Disponível em < <https://dreamland.com.br> > Acesso em 20 dez 18

⁸ Com o Festival de Cinema de Gramado, a Serra Gaúcha se tornou palco de debates e importantes encontros entre artistas, realizadores, estudantes, pesquisadores de cinema, imprensa e público em geral. Importantes nomes do cinema nacional e ibero-americano foram celebrados com Kikitos ou homenageados com troféus como Oscarito, Eduardo Abelin, Cidade de Gramado e Kikito de Cristal. Disponível em < <http://www.festivaldegramado.net/historia/> > Acesso em 20 dez 18

O Museu de Cera Dreamland em junho de 2014 expandiu sua marca e criou um novo museu na cidade de Foz do Iguaçu, no Paraná, Brasil. Em um espaço de mais de 1500 m², o museu dispõe, em seu acervo de personalidades da história, política, música, esportes e cinema.

Berti (2017) analisa, em seu artigo publicado no âmbito das discussões sobre desenvolvimento regional, a configuração do espaço urbano de Gramado a partir de museus e lugares temáticos. A cidade na Serra Gaúcha é reconhecida nacionalmente como ponto turístico e centro de difusão de festas para grandes públicos, entre elas o Natal Luz, que movimenta em torno de 700 mil pessoas e gera uma arrecadação de cerca de R\$ 17 milhões ao município⁹. Ainda no artigo consultado, a autora cita Figueiredo (apud Berti, 2017, p.2) destacando que o turismo cultural se vale de elementos da cultura local como atrativo turístico. Varine (2013) e Pérez (2009), (ambos apud Berti, 2017), por sua vez, atentam para os riscos da utilização turística do patrimônio cultural, como, termômetro do patrimônio pela sua rentabilidade. “Neste contexto, inserem-se os museus inspirados em parques temáticos. Tais empreendimentos são concebidos para fins turísticos e comerciais, em que o vínculo da instituição com a cultura local é inexistente.” (BERTI, 2017, p.2-3). Berti ainda sinaliza que “a concepção de museu espetacularizado tem sido alvo de críticas, tendo em vista sua função limitada de lazer e atrair público” (BERTI, 2017, p.7). Diante dessas considerações, podemos problematizar a função do Museu Dream Land, em Gramado, RS, Brasil, como representante de uma cultura local e “universal”, pois, de modo distinto ao Madame Tussauds, este museu não possui uma trajetória enraizada na sociedade gramadense ou gaúcha, sequer brasileira.

⁹ Sucesso de espetáculos faz Natal Luz de Gramado ganhar três shows extras. In: G1, Globo.com. Disponível em < <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/natal-luz/2017/noticia/sucesso-de-espetaculos-faz-natal-luz-de-gramado-ganhar-tres-shows-extras.ghtml> > Acesso em 16 out 18.

3 CONSTRUÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

No âmbito dos procedimentos adotados, a pesquisa se construiu por meio da pesquisa bibliográfica e documental, utilizando, especialmente, a interface da internet. Através de imagens e descrições disponíveis no site do museu. Este estudo se configurou como um estudo de caso, pois há intenção em se debruçar sobre objetos elencados em um determinado museu e seu contexto sociocultural. A coleta dos dados foi realizada através de análise documental dos registros existentes na instituição analisada. De acordo com Neves (1996), esse tipo de pesquisa se constitui pelo exame de materiais que não receberam um tratamento analítico, e que podem ser reexaminados com uma nova interpretação.

A leitura do site do Museu Madame Tussauds se dá por meio de uma compreensão inicial da proposta de construção de um espaço diegético (de narrativa) de consumo e, a seguir, a descrição do museu com suas coleções se torna possível. O site nos indica a intenção de mergulho na miscelânea de imagens que se colocam à disposição do público e de como é possível se identificar com essas imagens, do mesmo modo que ocorre no consumo de filmes blockbusters no cinema ou mesmo de propagandas vinculadas na TV aberta que são verdadeiras odes ao consumo de marcas.

Na perspectiva de um estudo de caso descritivo-analítico, cabe retomar a citação de Godoy (1995), a saber:

Quando estamos lidando com problemas pouco conhecidos e a pesquisa é de cunho exploratório, este tipo de investigação parece ser o mais adequado. Quando o estudo é de caráter descritivo e o que se busca é o entendimento do fenômeno como um todo, na sua complexidade, é possível que uma análise qualitativa seja a mais indicada. Ainda quando a nossa preocupação for a compreensão da teia de relações sociais e culturais que se estabelecem no interior das organizações, o trabalho qualitativo pode oferecer interessantes e relevantes dados. (GODOY, 1995, p. 63).

O *corpus* desta pesquisa foi constituído pela representatividade das personalidades elencadas no universo da música. Configuramos, assim, as seguintes categorias de análise:

- a) **O Rei da Rainha**, Freddie Mercury, vocalista da banda Queen, cantor britânico de grande expansão por suas músicas distintas e imediatamente reconhecíveis, assim como sua trágica morte;
- b) **O Rei do Pop**, Michael Jackson, por sua contribuição ao mundo pop internacional, com sua carreira musical e artística de peso. De acordo com o site oficial do Madame Tussaud, é a figura mais reproduzida além da Rainha, e que com mais de 750 mil discos vendidos, é uma das atrações mais populares no Museu;
- c) **O Rei do Reggae**, o cantor jamaicano Bob Marley, que se tornou ícone cultural com suas misturas de gêneros de reggae e suas mensagens de positividade e espiritualidade.

Estas personalidades foram escolhidas por possuírem um catálogo e um impacto musical e social ainda hoje, mesmo após anos de falecimento. As representações destes músicos no Madame Tussauds servem como formas de culto, tomando Campbell (2007) como guia em sua Jornada do Herói.

3.1 A Cultura Pop e seu espetáculo

Conceituar Cultura Pop não é algo simples de realizar. Por ser uma denominação relativamente recente, é normal haver confusão com outros termos como popular, Art Pop, pós-modernidade; e apesar de possuírem diversas características em comum, são termos distintos. Isso ocorre, pois o conceito pop não é fechado e estático; é agregador, ligado a movimento e estimulador das mais variadas emoções humanas.

A Indústria Cultural tem como característica fundamental o entretenimento das massas, promovendo produtos com objetivo de serem consumidos rapidamente e descartados, homogeneizando e nivelando por baixo. Esta indústria possui apenas um retorno - passivo - de seus consumidores.

A Cultura Pop nasce diretamente da Indústria Cultural para servir como uma extensão benéfica desta. Não se limita, entretanto, às mesmas regras, a cultura pop oferece um diálogo entre arte e consumo, individualismo e popular.

A ética do prazer era o que melhor representava o estilo de vida juvenil no pós-guerra. As festas, como celebração do momento e do divertimento superficial, eram rituais daquela geração. Era como se a nova geração da época estivesse, por meio do entretenimento, se opondo à geração anterior, que tivera a juventude roubada pela Primeira Guerra Mundial. O lazer passava a ser o centro da economia mundial: no início dos anos 1920, as indústrias manufatureiras de artigos pesados da Grã-Bretanha foram substituídas pela fabricação de carros, aparelhos de rádio, gramofones, cosméticos e tecidos sintéticos. (VELASCO, 2010, p.127)

Com essa necessidade consumista, o Pop oferece uma alternativa para essa alienação, surgindo junto com o individualismo e a arte, agindo de diferentes formas de acordo com o indivíduo que a consome. O público, principalmente jovem, é o alvo dessa nova cultura, através de seus ícones. A cultura pop influencia e cria diferentes modas ao longo das gerações, estabelecendo novos padrões para o futuro. Esses ícones surgem com a explosão das diversas mídias e a intensa globalização criada pela internet. Feijó esclarece que:

a cultura pop nasce em meio à explosão do consumo individual e apaga as diferenças entre imagem e realidade, reprodução e original. É por essa razão, por exemplo, que o cantor Michael Jackson pode ser considerado um ícone da cultura pop. "Ele não é um exemplo para ninguém, isto é, ele tinha um tipo de existência que estava mesmo na 'Terra do Nunca', no plano da imaginação, da fantasia. E o pop é exatamente isso: ele é muito mais consumido do que vivido; é a arte dialogando com o consumo sem pudor. (FEIJÓ, 2009, p.41).

Sendo um objeto de consumo, a cultura pop se atrela ao mundo das aparências e o visível, que é vivido "aqui e agora". A imagem e sua relação com o indivíduo é a principal forma de disseminação da Indústria Cultural e da Cultura Pop. A cultura pop trabalha intrinsecamente com a sociedade do espetáculo, como diz Debord (1997), através das relações pessoais mediadas por imagens, sendo ambos resultado e projeto do produto dominante, os quais se entrelaçam na irrealidade da sociedade, representando, assim, um diferente modelo de vida.

A cultura pop, como Velasco (2010) aponta, é um diálogo contínuo entre produção e demanda. Partindo de uma cultura mundial, que apesar de permitir uma possível homogeneização cultural, diminui a força de tradições locais, permitindo, assim, uma hibridização, com representações coletivas. Essa cultura massifica e segmenta, afirmando e contestando o *status quo*.

é que o repertório cultural local não desaparece, embora perca a sua força internamente. As interculturalidades se configuram, de forma desigual, por meio de hibridizações, apropriações, combinações e transformações, o que o leva a classificar as identidades de “poliglota, multiétnica, migrante, feita com elementos mesclados de várias culturas (CANCLINI, 1995, p. 142)

Um termo possível de relacionar é o de Civilização do espetáculo, criado por Mario Vargas Llosa, que apresenta como característica uma:

realidade autônoma, feita de ideias, valores estéticos e éticos, de obras artista e literárias que interagem com o restante da vida social e muitas vezes são a fonte, e não o reflexo, dos fenômenos sociais, econômicos, políticos e até religiosos. (LLOSA, 2003, p.15).

Algo intimamente presente no pop está na performance. Outra apropriação da cultura pop é sobre o religioso. Como o pop é o ambiente perfeito para estrelas, ícones se proliferarem, como forma de identificação com milhares de pessoas como evidenciado por Velasco (2010), isso permite que seja herético, sem comportar tradicionalismos ou sacralizações, no cruzamento de códigos e linguagens. É algo que faz automaticamente, e, por não ser apenas considerado como baixa cultura, sua presença se torna permanente, substituindo ou compartilhando a atenção de grupos, antes dedicados à fé religiosa.

Nessa sociedade, o papel do ícone pop se fortalece cada vez mais, oferecendo uma clara hierarquia e um modelo para o indivíduo seguir, apelando para sua necessidade social de consumir e desejar, servindo de guardião da ilusão criada. Por outro lado, a reprodução individual desses ícones acaba por criar uma reação em cadeia, na qual os modelos são absorvidos e uma transformação individual social se estabelece, criando novas ideias e novos ícones.

3.2 A jornada do objeto e suas formas no imaginário: da indústria cultural, ao museu à arte contemporânea

O objeto museológico pode ser estudado sob diversas perspectivas teóricas, entre elas a semiótica, a antropologia e a sociologia. Neste trabalho, filiamo-nos aos estudos do imaginário social, em Canclini e Castoriadis, bem como à História Cultural em Pesavento (2004 e 2002) e Cuty (2006).

No estudo do imaginário enquanto sistema de representações coletivas, os textos, as palavras, as imagens e os sons se colocam no lugar do mundo, confirmando, negando ou transfigurando esse universo percorrido no espaço e no tempo. (CUTY, 2006, p.11).

Sendo um sistema, cada código nele inserido é parte fundamental para compreensão da proposta interpretativa. Assim, o imaginário não é sinônimo de fantasia, mas de fenômeno possível de configurar mitos, heróis, sempre se referindo à realidade; feito e refeito por repetições. Nessa perspectiva, poderíamos nos reportar à obra de Gilbert Durand (2000), descendente intelectual de Gaston Bachelard, o qual desenvolveu pesquisa no âmbito da mitanálise, da mitocrítica e do imaginário da civilização.

Os mitos, na abordagem durandiana, organizam-se coerentemente dentro das civilizações e esta organização constitui o imaginário. Com isso, aproximamos as imagens que fazem parte do cotidiano da realidade vivenciada ao âmbito recorrente na sociedade. O imaginário está integrado à visão de mundo dos sujeitos, influenciando as decisões de como morar, vestir, o que comer, viver, como expressar as crenças de nosso passado, como construir as práticas culturais que farão parte de nossa representação de um mundo.

Temos o Imaginário social ou o conceito de Nova História Cultural, como diz Pesavento (2004), que surge com Bronislaw Baczko e Cornelius Castoriadis. Utilizando temas e ideias para explicar conceitos como: sistema simbólico, imaginário, imaginário social e representação.

O imaginário é, pois, representação, evocação, simulação, sentido e significado, jogo de espelhos onde o 'verdadeiro' e o aparente se mesclam, estranha composição onde a metade visível evoca qualquer coisa de ausente e difícil de perceber. Persegui-lo como objeto de estudo é desvendar um segredo, é buscar um significado oculto, encontrar a chave para desfazer a representação do ser e parecer. Não será este o verdadeiro caminho da História? Desvendar um enredo, desmontar uma intriga, revelar o oculto, buscar a intenção? (PESAVENTO, 1995. p. 24).

Para Castoriadis (1982) a rede de significações imaginárias de uma sociedade estabelece seu próprio mundo no qual define o que é real ou não, o que tem ou não sentido. Seus símbolos partem do racional, do que já existia acabando por dar seus significados próprios. O homem está sempre buscando dar significado e sentido ao mundo e para isto cria significados, usando a imaginação.

[...] uma realidade tão presente quanto aquilo a que poderíamos chamar de vida concreta, uma dimensão tão significativa das sociedades humanas como aquilo que corriqueiramente é encarado como realidade efetiva [...] sistema ou universo complexo e interativo que abrange a produção e circulação de imagens visuais, mentais, verbais, incorporando sistemas simbólicos diversificados e atuando na construção de representações diversas. (BARROS, 2005, p. 92-94)

Todos os grupos sociais utilizam símbolos que são reconhecidos pelo grupo. Estes são utilizados em várias instâncias, por exemplo, na legitimação da ordem estabelecida, identificação do grupo e hierarquização social, sendo estas, portanto, construções de extrema importância no mundo social. Os Estados modernos utilizam, constantemente, símbolos para sua identificação como bandeiras, hinos e brasões, fundamentais para a identificação nacional.

Bronislaw Baczko (1985), aponta que é por meio do imaginário que se podem atingir as aspirações, os medos e as esperanças de um povo. É nele que as sociedades esboçam suas identidades e seus objetivos, detectam seus inimigos e, ainda, organizam seu passado, presente e futuro. O imaginário social se expressa por ideologias e utopias, por símbolos, alegorias, rituais e mitos. Tais elementos servem como guias para visões de mundo e modelam condutas e estilos de vida, em movimentos contínuos ou descontínuos de preservação da ordem vigente ou de introdução de mudanças.

O imaginário social é, deste modo, uma das forças reguladoras da vida coletiva. As referências simbólicas não se limitam a indicar os indivíduos que pertencem a mesma sociedade, mas definem também de forma mais ou menos precisa os meios inteligíveis das suas relações com ela, com as divisões internas e as instituições sociais, etc. [...] O imaginário social é, pois, uma peça efetiva e eficaz do dispositivo de controle da vida coletiva e, em especial, do exercício da autoridade e do poder. Ao mesmo tempo, ele torna-se o lugar e o objeto dos conflitos sociais. (BACZKO, 1985. p.310).

Cabe esta reflexão sobre imaginário, social e coletivo, a fim de estudarmos os personagens do museu de cera em questão. A abordagem do mito e do símbolo estão elencadas como estudos necessários também.

3.3 Do objeto ao museu à arte contemporânea

São necessárias duas abordagens para analisarmos de forma compreensiva os Ícones Pop encontrados nos museus de cera. A primeira tendo em vista a simbologia representada por esses objetos de cera, sua característica mitológica. A segunda, o olhar através da arte contemporânea se desfazendo da “arte histórica” geralmente esperada nos museus.

De acordo com Campbell, a jornada do herói se aplica no dia a dia, em minúcias muitas vezes imperceptíveis. Contudo, sempre buscamos nos espelhar em ícones para encontrarmos nosso caminho e apesar de ser um produto a ser consumido, os personagens de cera servem como qualquer outra representação de deuses ou líderes do passado.

3.3.1 O fazer do objeto através da aparência

É fundamental para a criação dos bonecos de cera considerar os diversos aspectos intrínsecos e extrínsecos do personagem representado. O objeto traz a proposta de servir como ponte entre o homem e a realidade.

O fazer de qualquer objeto se manifesta em seu produto final, que em diversos casos acaba se perdendo com o tempo, ainda assim é possível sentir a aura do objeto. Através da experiência e da habilidade é possível enxergar o vínculo entre o artífice e o material. Assim, com afirma Sennet, em uma de suas mais importantes obras:

Fazendo alguma coisa acontecer mais de uma vez, temos um objeto de reflexão; as variações nesse ato propiciador permitem explorar a uniformidade e a diferença; a prática deixa de ser mera repetição digital para se transformar numa narrativa; movimentos adquiridos com dificuldade ficam cada vez mais impregnados no corpo; o instrumentista avança em direção a maior habilidade. (SENNETT, 2009 p. 181).

Com isso a aparência rege os hábitos de viver, ou seja, o fazer e a forma são o mesmo. Tendo a “estética” e a sensibilidade trabalhando em conjunto com o fazer para modificar o modo como é visto, se tornando um vínculo entre diferentes culturas. Ou seja:

O sensível, enquanto realidade empírica, e o senso comum, enquanto categoria filosófica, tornam a dar gosto à felicidade terrestre. [...] É isso mesmo, enfim, o que permite o desenvolvimento do sentido estético em suas formas artísticas clássicas ou em suas formas cotidianas. Numa palavra, é o que permite considerar a vida uma obra de arte. (MAFFESOLI, 2010. p. 67).

E, por fim, apesar desses objetos terem como objetivo inevitável o consumo, seja ele de qual forma for, é possível ver o molde em que essa transferência de saber torna-se física, através da matéria e do tempo.

Para entender os museus de cera em seu âmbito de cultura pop, é necessário abordar a arte contemporânea como veículo dessa apresentação realizada pelos museus. Inicialmente esse gênero de museu não é aceito por parte da “arte histórica”, sendo muitas vezes visto como produtos da indústria cultural. No entanto, Danto (2006) nos mostra uma nova visão de arte, na qual a própria criação da arte contemporânea estabelece uma imediata conexão com o indivíduo, possuindo um valor inato de provocação e crítica de mundo:

Hoje não há mais qualquer limite histórico. Tudo é permitido. [...] aos poucos foi ficando claro, primeiro por meio dos *nouveaux realistes* e do *pop*, que não havia uma forma especial para a aparência das

obras de arte em contraste com o que eu havia designado “coisas meramente reais”.[...] no que se refere às aparências, tudo poderia ser uma obra de arte e também significava que, se fosse o caso de descobrir o que era a arte, seria preciso voltar-se da experiência do sentido do pensamento. (DANTO, 2006. p. 16)

Com isso, notamos que a visão de arte, assim como a visão de cultura vem se transformando no passo da sociedade, da identidade global e do individualismo. Essa transformação cada vez mais busca uma relação inovadora com seu ambiente e seus produtos, tanto em sua forma como em seu conteúdo.

4 MÚSICA E CERA

Temos como análise três figuras da música, Freddie Mercury, Michael Jackson e Bob Marley. Escolhidos por sua representação na área. Tendo as imagens expostas no site da Madame Tussaud e redes sociais como base para estudo. Essas figuras logo no início de suas vidas receberam o Chamado da Aventura como Campbell (2007) apresenta. Uma figura, um acontecimento, algo que demande uma mudança de postura, de ações por parte do herói/figura. Algo que lhe impulse para frente, para além de seu mundo natural, nesse caso, o mundo do entretenimento.

Antes mesmo de ser possível apreciar o trailer, um pop up na página oficial do Museu, ou seja, uma imagem sobreposta, convida-nos a interagir com as estrelas de Hollywood mais recentes, com uma montagem ao lado de personalidades conhecidas com um foco no juiz, Will-I-Am do reality show (programa de televisão baseado na vida real) The Voice UK, incentivando o público a agendar e comprar seus ingressos para o museu. Essa interface nos leva a pensar que o museu está sempre se atualizando com as últimas tendências da indústria cultural do “show business”. Esse tipo de espaço, voltado para o entretenimento, necessita estar sempre se reiventando, como fica evidente ao longo de sua própria história. É perceptível a inevitabilidade de estar sempre alinhado com a visão de consumo e não tencionando estabelecer um relacionamento com o público vinculado a temas de cultura ou problematizações mais profundas. Essa curiosidade inerente dos Museus de Cera, permite um olhar pela Museologia, que compreende uma valorização e um propósito desta tipologia:

Se a Museologia é, com toda a evidência, uma construção recente, a própria palavra tem a ver com uma antiga tradição. A *Museographia* do marchand Caspar Friedrich Neickel, publicada em Hamburgo, em 1727, reflete sobre a escolha dos lugares mais adequados para receber a coleção, sobre a melhor maneira de conservar tanto os produtos da natureza quanto os artificiais e, finalmente, sobre sua classificação. Esse primeiro tratado enumera igualmente os diferentes tipos de gabinetes alemães, entre as bibliotecas, os gabinetes de medalhas, as galerias de pintura, os museus de antiguidades, os museus de história natural e as "curiosidades". (POULOT, 2013, p.127)

Com isso daremos início à nossa jornada pela observação de imagens online e com Joseph Campbell e sua Jornada do Herói como guia, para compreender o papel dessas figuras dentro desses espaços de massa e de mercado, onde sua linha com Museu muitas vezes se perde de vista, mas ainda possui em sua fonte o mesmo propósito.

4.1 A transformação do mito

Ao falarmos de mito, não podemos deixar de falar de Joseph Campbell que com seu livro O Herói de Mil Faces, conseguiu criar um dos livros mais influente do século XX. As ideias do livro são um excelente conjunto de ferramentas analíticas. Com eles você pode compor uma história para conhecer qualquer situação, de ficção à realidade. Com eles seus passos na jornada do herói sempre podem determinar o que há de errado com uma história que, ao se debater, pode encontrar uma solução melhor para quase qualquer situação.

Apesar de os conceitos apresentados não serem novos, sua apresentação e seu detalhamento nos mostram que a contribuição de Campbell foi reunir as ideias, reconhecendo-as, articulando-as e nomeando-as. Ele expôs o padrão pela primeira vez, o padrão que está por trás de todas as histórias já contadas. O autor escreve sobre mitos. O que ele descobriu em seu estudo dos mitos do mundo é que eles são todos basicamente a mesma história, recontada infinitamente em variação infinita. E isso se vê tanto na ficção quanto na realidade, que em muitas instâncias é difícil de discernir entre ambas. O autor descobriu que todas as histórias, conscientemente ou não, seguem os padrões antigos de mito, e que todas as histórias, pode ser entendida em termos do 'Herói Mito; o 'Monomito' cujos princípios ele estabelece no livro:

O herói composto do monomito é uma personagem dotada de dons excepcionais. Frequentemente honrado pela sociedade de que faz parte, também costuma não receber reconhecimento ou ser objeto de desdém. Ele e/ou o mundo em que se encontra sofrem de uma deficiência simbólica. Nos contos de fadas, essa deficiência pode ser tão insignificante como a falta de um certo anel de ouro, ao passo que, na visão apocalíptica, a vida física e espiritual de toda a terra pode ser representada em ruínas ou a ponto de se arruinar. (CAMPBELL, 2007, P.21)

O livro é baseado na ideia de Jung dos 'Arquétipos' constantemente repetindo personagens que ocorrem nos sonhos de todas as pessoas e os mitos de todas as culturas. Jung acreditava que esses arquétipos são reflexos da mente humana, que nossas mentes se dividem nesses personagens para encenar o drama de nossas vidas.

Poderemos ter uma noção disso com a breve história dos personagens expostos em cera. Figuras que em certos momentos da história, foram tão adoradas como os próprios deuses e semideuses de mitos, e hoje continuam sua religião através de diversas formas e templos modernos, sob o olhar do mercado de massa, tendo suas melhores faces pela cultura pop, que não apenas condiciona e vende, mas também quebra paradigmas, assim como esses personagens fizeram em suas vidas.

4.2 A jornada musical através da cera

Três músicos, contemporâneos da mesma época, cada um com seu estilo e peculiaridade, Freddie Mercury, Michael Jackson e Bob Marley. Um dia espalhando seus dons musicais em estádios lotados de pessoas gritando seus nomes, hoje são imortalizados em camisetas, canecas, gravações e cera. Um meio que teve seu surgimento na morte, hoje continua seu papel de aproximação com o mundo dos vivos. Ao invés de cemitérios e igrejas, os encontramos em museus, lugares de memória e, principalmente, de interação com o público. Este último continua sendo onde Museus de Cera reinam, com seu espetáculo e com suas obras de arte feitas de cera tão próximas do público, onde se pode até mesmo tocar e interagir com as peças e sua cenografia.

O museu de maravilhas requer obras fascinantes, obras-primas famosas ou singularidades notáveis que são oferecidas à admiração ou ao espanto do espectador: ele é o lugar de revelações mais ou menos aguardadas ou previsíveis, que devem fazer surgir diversas significações. Essa tradição evoca os gabinetes de curiosidades

encarregados de mostrar o mundo a seus visitantes. O museu, cujo princípio se apoia em estabelecer ressonâncias, expõe ao contrário objetos ou obras que dão testemunho de referências compartilhadas. (POULOT, 2013, p.23)

Iremos observar e descrever em seguida o como esse espaço é exposto através de seu site e redes sociais, tendo como objetivo perceber o como essas figuras são apresentadas.

Figura 3- apresentação do site do museu Madame Tussauds. Proposta diegética

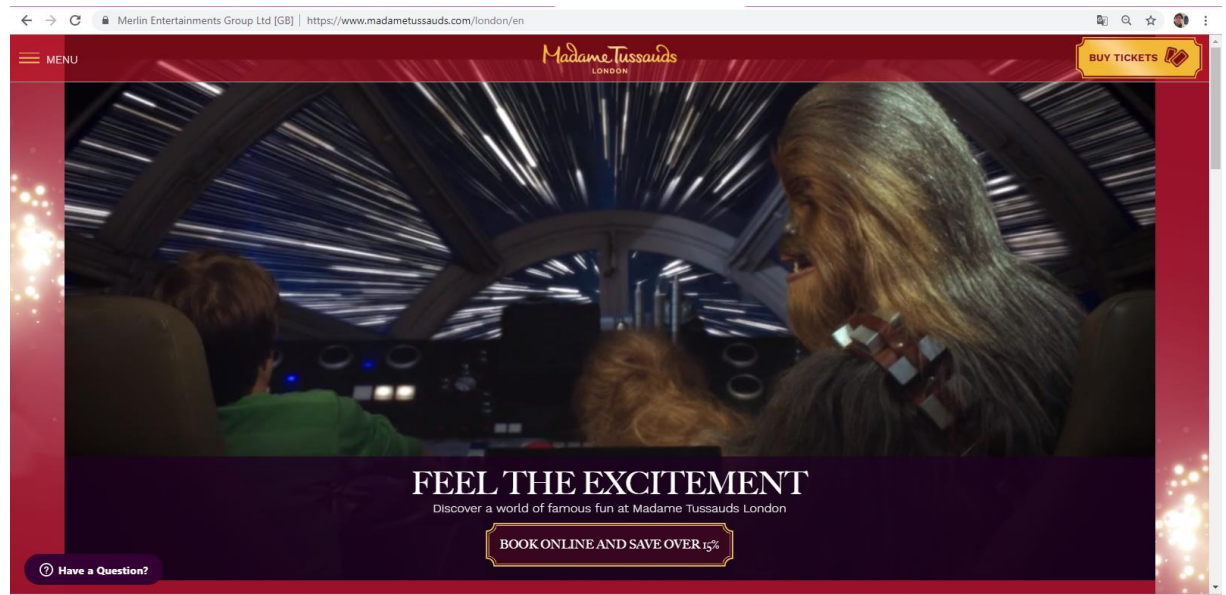
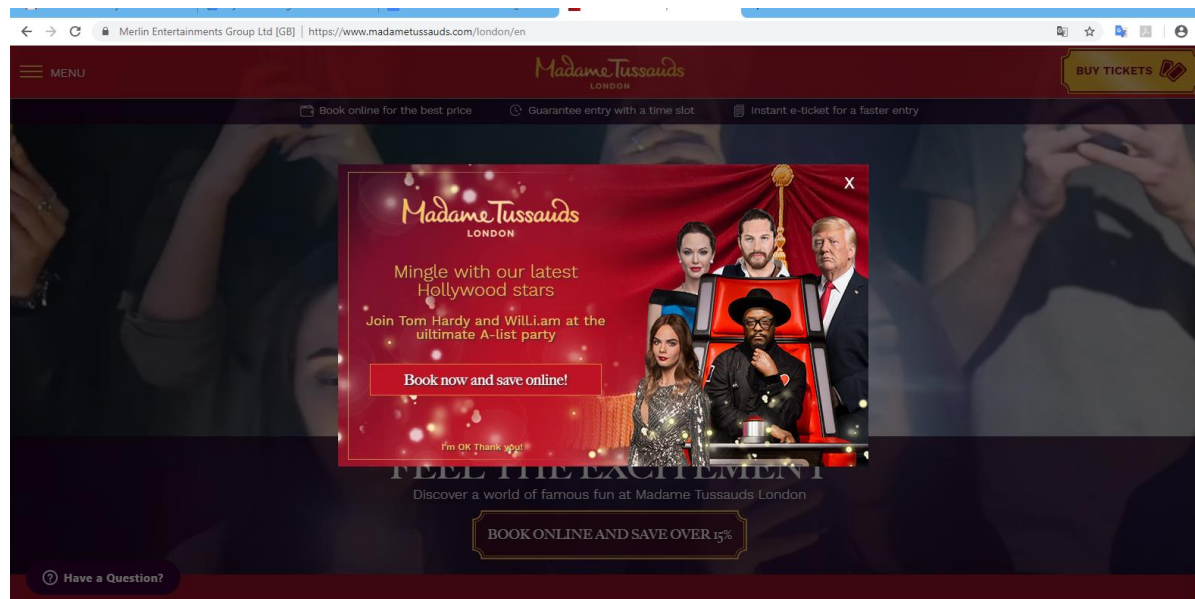


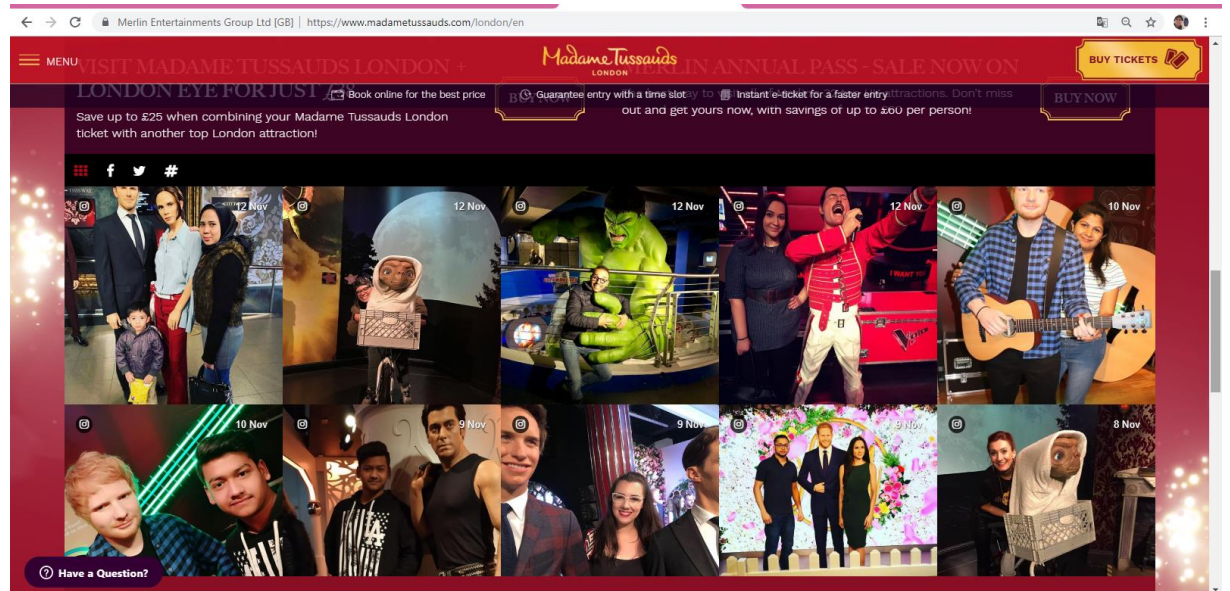
Figura 4- apresentação do site do museu Madame Tussauds. Proposta diegética



Ao acessarmos o site do museu, somos abordados por uma sequência de cenas, remanescente de um trailer para um filme, não obstante, sem o nexo de uma história que una esses fragmentos visuais. A única linha presente é a do espetáculo e da interação com fantasia, na qual o público é inserido nessa mídia como participantes do museu, interagindo e se tornando parte dos personagens/objetos apresentados.

Fonte: <https://www.madametussauds.com/london/en>

Figura 5 - Conjunto de imagens de personagens/objetos expostos no museu e a interação com o público



Ao rolar a página nos deparamos com uma miscelânea de fotos retiradas de redes sociais do público que visita o museu, com sua interação e participação com os personagens/objetos e os cenários. Todas retiradas do *instagram*, as imagens são catalogadas com *hashtags* (palavras chaves de localização da rede) nomeando o museu e geralmente a personalidade representada na foto.

Uma das primeiras figuras apresentadas logo no início - na primeira fileira, segunda foto da direita - é o músico, vocalista da banda de rock, Queen, Freddie Mercury.

Fonte: <https://www.madametussauds.com/london/en>

Com isso, iremos descobrir um pouco sobre a jornada de cada um desses ícones, sua origem e queda. Assim como uma análise descritiva de suas figuras de cera encontradas no Madame Tussauds de Londres.

4.2.1 O Rei da Rainha

Freddie Mercury teve o início de sua vida como Frederick Bulsara, em 5 de setembro de 1945. De acordo com sua biografia em seu site oficial¹⁰, filho de Bomi e Jer Bulsara, Freddie passou a maior parte de sua infância na Índia, onde frequentou o internato de St. Peter. Ele começou a ter aulas de piano aos sete anos de idade. Ninguém poderia prever até onde o amor pela música o levaria.

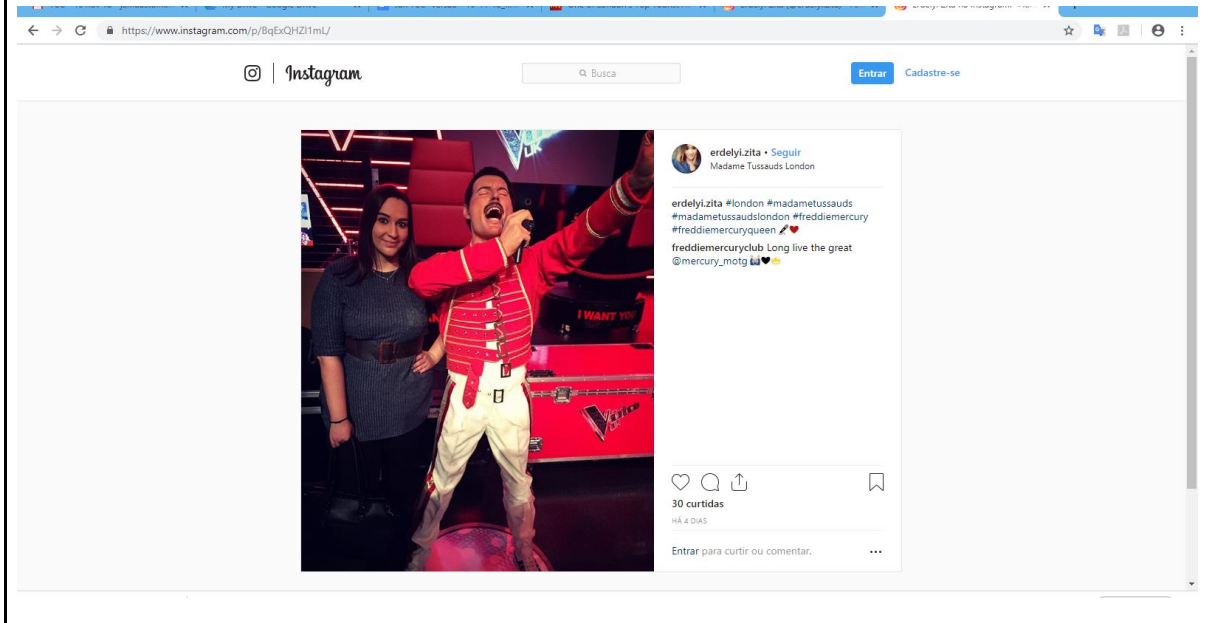
A família Bulsara se mudou para Middlesex em 1964 e, a partir daí, Freddie se juntou a uma banda de blues chamada Wreckage enquanto estudava cursos de design gráfico na Ealing College of Art. Enquanto cantava para a Wreckage, um colega apresentou Freddie a Roger Taylor e Brian May, membros fundadores de uma banda chamada Smile. Smile se metamorfoseou em Queen quando Freddie se juntou a Roger e Brian como vocalista principal. O último membro a integrar a banda, em 1971, foi o baixista John Deacon.

A EMI Records e a Elektra Records assinaram com a banda e, em 1973, seu álbum de estreia, "Queen", foi lançado e aclamado como um dos desenvolvimentos mais empolgantes de todos os tempos no rock.

Freddie tinha apenas 45 anos quando faleceu em 24 de novembro de 1991. Freddie divulgou um comunicado que ele sofria de AIDS menos de 24 horas antes de morrer. Esse comunicado foi feito em sua casa, em Londres. A causa de sua morte foi uma broncopneumonia. 'Eu gostaria de confirmar que eu fui testado como HIV positivo e tenho AIDS. Eu achei correto manter essa informação em sigilo para proteger a privacidade das pessoas ao meu redor', disse ele. 'No entanto, chegou a hora de meus amigos e fãs ao redor do mundo saberem a verdade e espero que todos se unam aos meus médicos e a todos os que estão no mundo na luta contra essa terrível doença.'

¹⁰ Disponível em <<http://www.freddie mercury.com/en/biography>> Acesso em 20 dez 18.

Figura 6- imagem postada na rede social Instagram



Ao clicar na imagem de Freddie Mercury somos redirecionados à plataforma da rede social que originou a imagem. Podemos ver o nome da pessoa que está compartilhando o espaço com o personagem/objeto, as hashtags de identificação, nomeando o museu e o artista, e, logo abaixo, o número de curtidas que a foto acumulou e um campo para se realizar comentários.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BqExQHZI1mL/>

Figura 7 - Aproximação de imagem postada na rede social Instagram



É possível notar como é íntima a proximidade entre o público e o personagem/objeto, estando esse em um perpétuo grito musical, com sua jaqueta vermelha e calça branca, clássicos de sua apresentações ao vivo..

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BqExQHZI1mL/>

Figura 8- Aproximação de imagem postada na rede social Instagram



Ao fundo é possível notar que Freddie Mercury está inserido em um cenário do reality show *The Voice UK*, onde quatro juízes ficam sentados de costas para o palco até escutarem algum participante que lhes chamem a atenção, para então apertar um botão vermelho e virar suas cadeiras, confirmando a passagem dessa pessoa para uma próxima etapa da competição musical.

Freddie Mercury já possui uma significância como ícone da música que torna questionável sua presença em tal contexto, pois os participantes de tal programa são em grande parte artistas desconhecidos, tentando criar um espaço para si na indústria musical, algo que Freddie realizou com extremo sucesso ao longo de sua carreira. Sua presença, hoje, em tal *reality* seria com toda certeza uma história de sucesso, devido a sua habilidade vocal, musical criativa e magnetismo com seu público, possibilitando uma visão alternativa de sua jornada.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BqExQHZI1mL/>

4.2.2 O Rei do Pop

Um artista desde os cinco anos de idade, Michael Jackson é um dos cantores mais populares da história. Seu álbum de 1983, *Thriller*, vendeu quarenta milhões de cópias, tornando-se o maior vendedor de todos os tempos. Através de seus discos e videoclipes ele criou uma imagem imitada por milhões de fãs.

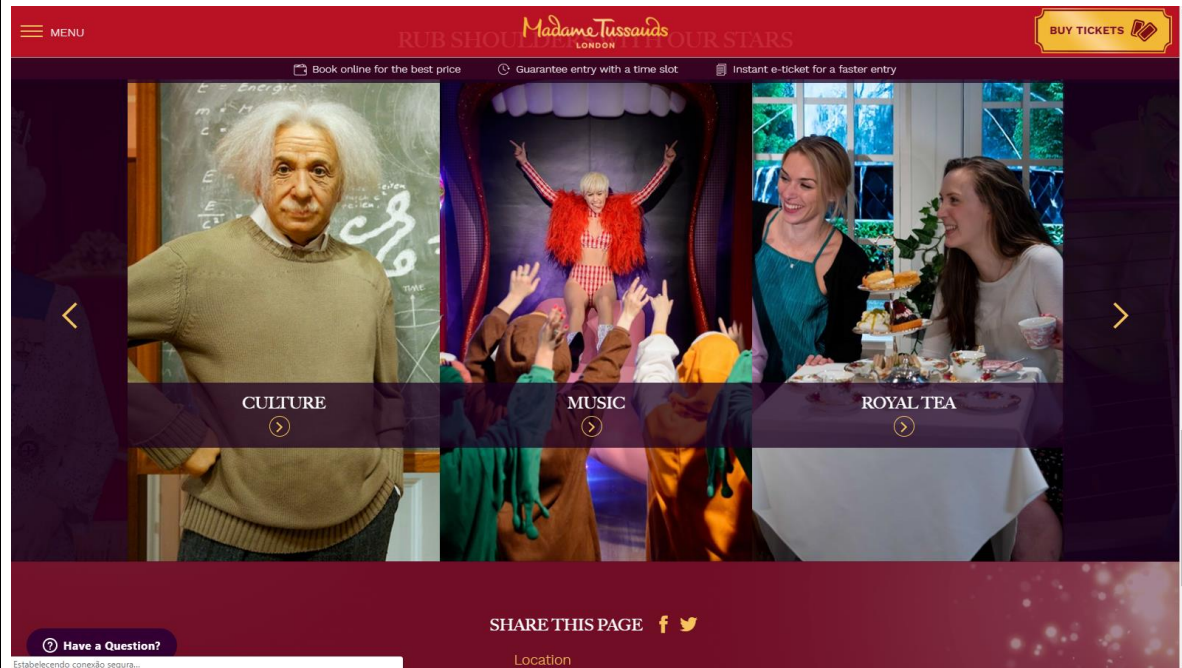
A partir de sua biografia, *Para Entender Michael Jackson*, por Margo Jefferson, sabemos que Michael Joe Jackson nasceu em Gary, Indiana, em 29 de agosto de 1958, o quinto dos nove filhos de Joe e Katherine Jackson. A casa estava sempre cheia de música. A mãe de Jackson ensinou às crianças músicas folclóricas e religiosas. O pai de Jackson, que trabalhava em uma siderúrgica, sempre sonhou em se tornar um músico de sucesso. Quando isso não aconteceu, ele decidiu fazer o que fosse necessário para obter o sucesso de seus filhos.

Os meninos de Jackson logo formaram uma banda de família que se tornou um sucesso em shows amadores e concursos de talentos em todo o Centro-Oeste. A partir dos cinco anos, o incrível talento de Michael se mostrou. Sua dança e presença de palco fizeram com que ele se tornasse o foco do grupo. Com isso, Michael iniciou sua carreira solo, como seus álbuns vendendo mais que era esperado da mídia.

Tudo isso foi preâmbulo de *Off the Wall*, o álbum de 1979 que definitivamente estabeleceu Michael Jackson como uma força própria. Colaborando com o produtor Jones e o compositor Rod Temperton, o álbum se transformou em um sucesso, chegando a quatro na Billboard 200, vendendo milhões de cópias e ganhando diversos prêmios, mas perdendo o Álbum do Ano no Grammy, deixando Jackson com a impressão persistente de que ele precisava atravessar o mainstream pop com mais força. Entre suas obras mais reconhecidas estão *Thriller*, *Bad*, *Black or White*, *Scream*.

Jackson planejou um grande retorno para 2009 com uma grande turnê chamada *This Is It*. Porém, enquanto estava no meio dos ensaios em Los Angeles, ele desmaiou em casa, na tarde de 25 de junho de 2009. Após isso, o cantor faleceu em casa, em uma morte bastante polêmica.

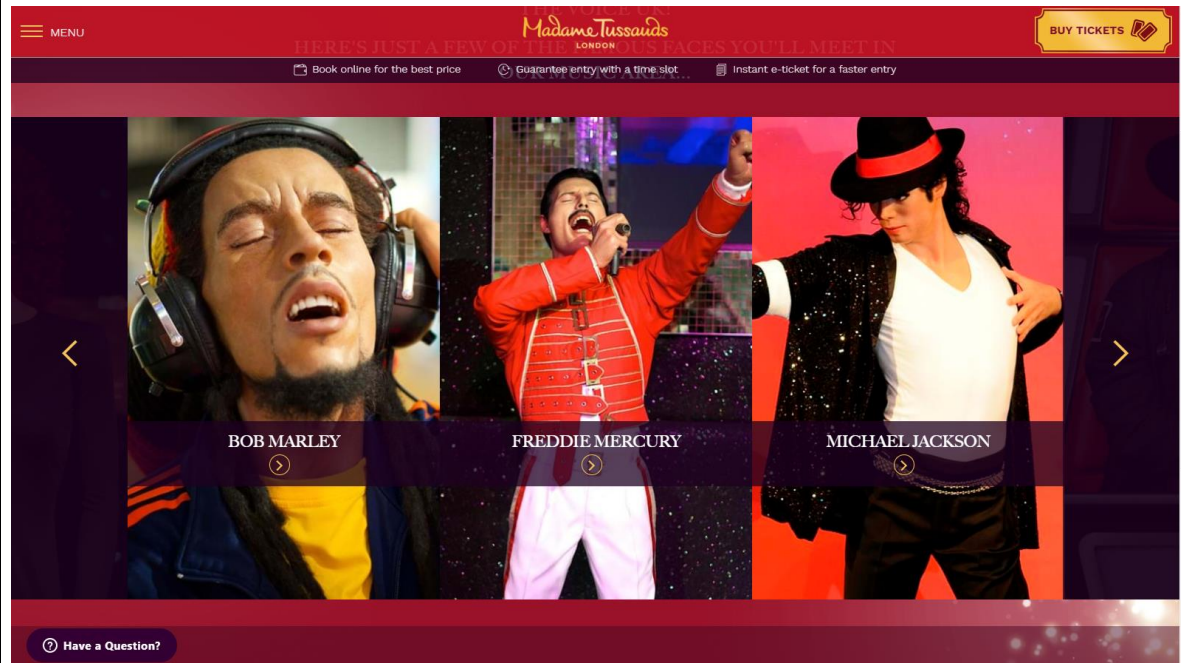
Figura 9- categorias apresentadas pelo site



Descendo a página chegamos a uma categorização de temas presentes no museu, um deles sendo música.

Fonte: https://www.madametussauds.com/london/en/?utm_campaign=coukredirect

Figura 10- categorias de artistas musicais apresentadas pelo site



Ao acessarmos esta opção podemos ver uma seleção de personagens marcantes desse gênero. Um dos primeiros sendo o rei do pop, Michael Jackson.

Fonte: <https://www.madametussauds.com/london/en/whats-inside/music/>

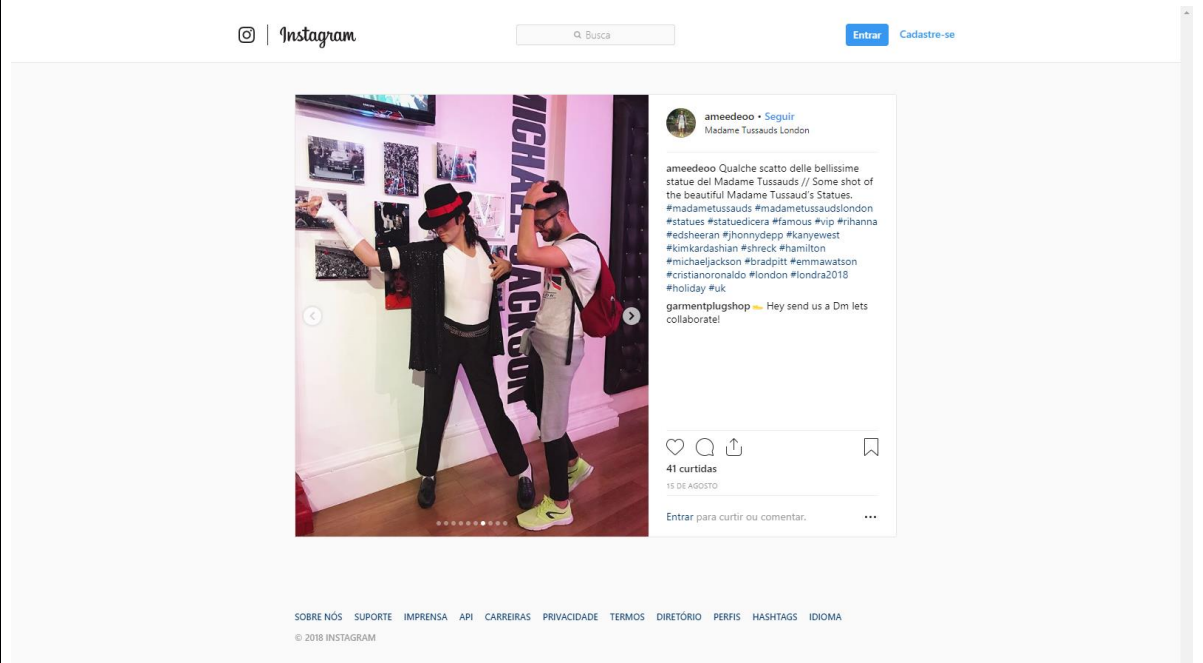
Figura 11 - aproximação de imagem



Michael Jackson é apresentado com um fundo vermelho e simples, refletindo a cor do museu e do vestuário do personagem. Esse que foi escolhido por sua representação, sendo uma mistura de diversas roupas utilizadas em seus shows.

Fonte: <https://www.madametussauds.com/london/en/whats-inside/music/>

Figura 12- Imagem postada na rede social Instagram



Já através da colagem de fotos de redes sociais na página principal do museu, somos redirecionados ao site original onde podemos ver a foto do visitante observando o rei do pop.

Figura 13- Aproximação de imagem postada na rede social Instagram



Dessa vez podemos notar que o cenário do personagem/objeto foi alterado, dando espaço para algo personalizado para Michael Jackson, com seu nome e fotos de momentos de sua carreira. Se pode supor que tal mudança é uma representação recente, devido à data de publicação na rede social, que indica ser de 15 de agosto de 2018. A cenografia do objeto foi alterada de algo simples, onde se permitia o foco ser total do personagem, para algo mais contextualizado, como diversas representações do personagem além de sua

fidedigna versão de cera.

Fontes: <https://www.instagram.com/p/Bmg8DrqHP7S/>

4.2.3 O Rei do Reggae

De acordo com seu site oficial, Robert Nesta Marley nasceu em 6 de fevereiro de 1945, na paróquia rural St. Ann's, Jamaica; filho de pai branco de meia-idade e mãe negra adolescente, saiu de casa aos 14 anos para seguir carreira musical em Kingston, tornando-se aluno do cantor local e devoto rastafari Joe Higgs. Lançando seu primeiro single, 'Judge Not', em 1962 e em 1963, Marley juntou-se aos colegas cantores Peter Tosh, Bunny Livingston, Júnior Braithwaite, Beverly Kelso e Cherry Smith para formar o grupo vocal The Teenagers. Mais tarde, renomeados de Wailing Rudeboys e, em seguida, simplesmente de Wailers, eles assinaram contrato com o Studio One do produtor Coxsone Dodd e gravaram sua estreia, 'I'm Still Waiting'. Quando Braithwaite e Smith saíram do Wailers, Marley assumiu as funções de vocalista, e, no início de 1964, o grupo seguiu o 'Simmer Down', liderando as paradas jamaicanas.

Os Wailers gravaram cerca de 70 faixas para Dodd antes de se desfazerem em 1966. Ao voltar para a Jamaica, Marley reformou os Wailers tendo uma sequência de sucessos até o grupo fundar sua gravadora independente, Tuff Gong, lançando um punhado de singles antes de assinar com Island Records, de Chris Blackwell, um ano depois.

Foi com o álbum *Catch a Fire* em 1973, um dos primeiros de seus álbuns lançados fora da Jamaica que fez Marley ganhar fama mundial. Por mais que a fama de Marley tivesse crescido fora da Jamaica, em casa ele era visto como uma figura de proporções quase místicas, um poeta e profeta cuja cada palavra tinha o ouvido coletivo da nação.

Seu poder foi percebido como uma ameaça em alguns lugares, e em 3 de dezembro de 1976, ele foi ferido em uma tentativa de assassinato. Esse atentado

forçou Marley a deixar a Jamaica por mais de um ano. Lançado em 1977, Exodus foi seu maior disco até hoje, gerando os sucessos 'Jamming', 'Waiting in Vain' e 'One Love / People Get Ready'. Em 1980, Marley anunciou uma turnê pelos EUA, mas desmaiou enquanto corria no Central Park, em Nova York, e descobriu-se que ele sofria de câncer que se espalhou para o cérebro, pulmões e fígado. Uprising foi o último álbum lançado na vida de Marley, ele morreu em 11 de maio de 1981, aos 36 anos.

Figura 14- aproximação de imagem do site



Na figura, notamos o personagem/objeto em um estado de contemplação de algo que escuta, emulando uma cena em que canta.

Fonte: <https://www.madametussauds.com/london/en/whats-inside/music/bob-marley/>

Figura 15- imagem de rede social, Twitter



Além da figura apresentada anteriormente, o site do Madame Tussaud Londres não indica mais nenhuma imagem de Bob Marley, apesar disso com uma busca na ferramenta Google, com as palavras chaves “bob marley wax figure london” temos diversas opções de representações. Sendo uma delas de um encontro de um artista contemporâneo, Zayn Malik, que tirou uma foto como grande admirador do rei do reggae.

Nesta imagem podemos notar o figurino de Bob Marley, que aparenta ter sido criado de uma amálgama de inspirações de suas roupas usadas no dia a dia, sendo o casaco de corrida da marca adidas o mais reconhecido.

Fonte: <https://twitter.com/zaynmalik/status/260066510658207744?lang=en>

4.3 Além da morte

Através da Jornada do Herói, de Joseph Campbell, podemos traçar uma linha através desses artistas apresentados. A jornada do herói aplica no dia a dia, em minúcias muitas vezes imperceptíveis. Buscamos espelhar nosso caminho e, apesar

de ser um produto a ser consumido, os personagens de cera servem como qualquer outra representação de deuses ou líderes do passado, tendo tanto valor quanto.

Campbell apresenta uma extensa pesquisa de mitos de todo o mundo. Todas as religiões e os mitos do mundo dos seis continentes são intercaladas ao longo do livro, com o autor desenhando livremente sobre tudo, desde mitos judeus a mitos de criação nativo americano para usar como exemplos para cada parte do monomito.

A função primária da mitologia e dos ritos sempre foi a de fornecer os símbolos que levam o espírito humano a avançar, opondo-se àquelas outras fantasias humanas constantes que tendem a levá-lo para trás. Com efeito, pode ser que a incidência tão grande de neuroses em nosso meio decorra do declínio, entre nós, desse auxílio espiritual efetivo. Mantemo-nos ligados às imagens não exorcizadas da nossa infância, razão pela qual não nos inclinamos a fazer as passagens necessárias da nossa vida adulta. Nos Estados Unidos, há até um pathos de ênfase invertida: o alvo não é envelhecer, mas permanecer jovem; (CAMPBELL, 2007, p.9).

Essa permanência ou duração da juventude é algo notável em nossos artistas e em sua idealização de cera. Vemos suas representações em seus ápices, e, apesar de seus fins relativamente breves, sua vitalidade e juventude são as mais lembradas. O indivíduo deve conhecer e amar, se deseja ser curado do contágio do pecado e da morte. O herói não é apenas uma criatura mítica, mas também figuras históricas que assumem esse papel.

Nossos ícones surgem como Campbell (2007) aponta em sua obra, à partir de um mundo comum, ordinário. Tendo o Chamado da Aventura, com o herói sendo apresentado a um problema, desafio ou aventura. Talvez a terra esteja morrendo, como nas histórias de Arthur sobre a busca do Santo Graal. Em STAR WARS é da mensagem holográfica de Princesa Leia para Obi Wan Kenobi, que pede a Luke para se juntar à busca. Em histórias de detetive é o herói que aceita um novo caso. Em comédias românticas, pode ser a primeira vista daquele especial, mas irritante alguém que o herói ou heroína estará perseguindo.

O herói é introduzido em seu mundo comum, onde ele recebe o chamado para a aventura. Ele está relutante no começo, mas é encorajado por um velho sábio ou mulher para atravessar o primeiro limiar, onde ele encontra testes e ajudantes. Ele alcança a caverna mais interna, onde ele suporta a provação suprema. Ele pega a espada ou o tesouro e é perseguido no caminho de volta ao seu mundo. Ele é

ressuscitado e transformado por sua experiência. Ele retorna ao seu mundo normal com um tesouro, benção ou elixir para beneficiar o mundo dele.

No caso de nossos artistas o chamado para o mundo do entretenimento foi grande demais para recusar, cada um com seu próprio motivo, mas todos como o mesmo resultado, um legado e mito para futuras gerações. E onde suas histórias divergem do apresentado por Campbel (2007), são em seus finais, trágicos e antes de seu tempo, roubados de sua oportunidade de retornarem a seu mundo normal e terem a satisfação de suas recompensas.

Seu elixir para o mundo é o que permanece. Com suas obras musicais e representações diversas servindo como inspiração e refúgio para muitos. Afinal o Mito do Herói é um esqueleto que deve ser mascarado com os detalhes da história individual, e a estrutura não deve chamar atenção para si mesma. A ordem dos estágios do herói como criada por Campbell (2007) é apenas uma de muitas variações. Os estágios podem ser excluídos, adicionados e recriados drasticamente sem perder seu poder. O mito é infinitamente flexível, capaz de variação sem fim, sem sacrificar sua magia. E com isso irá sobreviver a todos nós.

5 A ÚLTIMA JORNADA

Com isso podemos aproximar esses ícones pop com a ideia de mito, como Velasco aponta, a cultura pop, assim como qualquer produto, possui suas marcas: os pop stars, em torno dos quais gira o interesse midiático, seja pelo trabalho seja pela sua vida privada. Edgar Morin (1989) desenvolveu um estudo sobre as estrelas do cinema, primeiro meio a explorar o star system. Ele as definiu como “seres ao mesmo tempo humanos e divinos, análogos em alguns aspectos aos heróis mitológicos ou aos deuses do Olimpo, suscitando um culto, e mesmo uma espécie de religião” (MORIN, 1989. p.10)

Vemos que apesar de que a jornada de nossos ícones nem sempre se enquadram no que Campbell apresenta (2007), o mesmo já aponta que os valores do mito são o que importam. As imagens da versão básica, ou seja, os heróis jovens que procuram espadas mágicas de antigos magos, lutando contra dragões do mal em cavernas profundas, etc., são apenas símbolos, e pode ser mudado infinitamente para se adequar à história em questão. Principalmente quando esses acontecimentos ocorrem na realidade, com sua imprevisibilidade sendo um fator determinante nas decisões desses ícones.

Os heróis pós-modernos podem não estar entrando em cavernas e labirintos para lutar contra seus animais míticos, mas eles entram em uma caverna mais interna indo ao espaço, ao fundo do mar, em suas próprias mentes ou nas profundezas de uma cidade moderna, enfrentando uma indústria criada para sugar sua vitalidade.

Campbell (2007) consegue explicar o poder universal de tais histórias. Através de O Herói de Mil Faces se percebe que histórias construídas sobre o modelo da jornada do herói têm um apelo que pode ser sentido por todos, pois brotam de uma fonte geral no inconsciente coletivo e porque refletem preocupações universais. Eles lidam com questões universais como: 'Por que nasci?', 'O que acontece quando eu morro?', 'Como posso superar meus problemas de vida e ser feliz?'. E com isso vemos esses padrões da jornada emergirem naturalmente ao longo da vida das pessoas, nesse caso observado através de nossos ícones. O que torna suas vidas e conquistas ainda mais interessantes para o público.

O herói, e assim, nossas representações icônicas apresentadas em uma forma de consumo em massa, ainda funcionam como estabilizadores de manifesto, reservando seu impacto nos outros como um fator de mudança. E esse papel é o que define o conceito de Museu. Apesar de ser um objeto mercadológico em sua superfície, o Madame Tussauds de Londres e outros de sua espécie, fornecem algo que está no fundo de qualquer museu, a curiosidade, ou ainda, a vontade do público conhecer algo em que se identificar e espelhar.

Não podemos deixar de complexificar essa tipologia museológica que assim como os demais museus, os de cera sobreviveram a diversas transformações sociais ao longo de sua história. De museu das coisas estranhas e curiosas para o museu dos “imortais pop”, pois eles despertam os mais variados sentimentos. Desde o espanto e curiosidade com a vida alheia, que antes eram de reis e rainhas e agora passou a vida das “celebridades”. Decorre daí um quebra de paradigmas interessante para ser analisado promovido pelo impulso das metamorfoses dos valores da sociedade de consumo.

Também é possível dizer que esses museus, muitas vezes, não têm a consciência de seu papel. Porém, isso não diminui seus resultados, assim como a própria jornada do herói do mito. Algo que ocorre a partir de uma própria visão diferente de museu, como Poulout (2013) afirma, uma crítica que visa os “museus” - à imagem daquela que é elaborada a propósito de espetáculos ou de acontecimentos culturais - se desenvolve de maneira bastante significativa.

Com isso podemos trazer o problema inicial desse trabalho novamente em foco, as leituras possíveis são as mesmas encontradas em qualquer outro tipo de museu encontrado. Tendo em seu centro a interação com o público como principal, apesar de diferentes perspectivas e olhares. E que as ideias do livro de Campbell (2007) podem ser aplicadas para entender qualquer problema humano. E a definição de sua jornada criada é uma ótima chave para a vida, além de ser uma importante ferramenta para lidar de forma mais eficaz com um público de massa. Algo que museus podem utilizar em suas formas de pesquisa e expografia, para atingir um público maior e mais diverso.

O museu de cera permite haja uma difusão e reprodução desses ícones e novos mitos com seus visitantes, através de representações de momentos extremamente

familiares e marcantes para o inconsciente social. Evocando uma realização mítica de adoração a algo maior que si, ao mesmo tempo em que uma identificação com diversos aspectos psicológicos, físicos e da história pessoal dos ícones apresentados.

Pois imaginário não é apenas sinônimo de fantasia, mas sim um sistema de organização onde as relações feitas são onde se encontram. Utilizando o mito como a forma de se configurar, que só existe devido a repetições. E isso o museu de cera realiza de forma exemplar em grande parte. Repetições de cenas conhecidas, mas muitas vezes em composições diferentes, como uma forma de intrigar e gerar mais interesse do público. E essa coesão dentro das civilizações é onde os mitos são construídos e organizados, o que constitui o próprio imaginário.

Assim como uma revisão de como os museus de cera e outros com temas similares, como o Museu de Memes ou Museu da Moda, participam da sociedade, refletimos que seu verdadeiro papel está dentro do consciente popular. Sua função está a serviço da construção do imaginário e de novos heróis.

Esse trabalho apenas inicia uma conversa como esta temática, a qual pode ser desenvolvida futuramente, sobretudo com seu aspecto globalizado, sendo possível realizar uma análise maior de redes sociais e interação do público com esses ícones através da tecnologia.

6 REFERÊNCIAS

- BACZKO, Bronislaw. **Los Imaginarios sociales : memorias y esperanzas colectivas**. Buenos Aires : Nueva Vision, c1985. 199 p.
- BARROS, José D'Assunção. **O campo da história : especialidades e abordagens**. 3. ed. Petrópolis : Vozes, 2005. 222 p.
- BERTI, Franciele e GEVEHR, Daniel Luciano. Patrimônio cultural, memória e museu: a geografia dos museus temáticos no espaço urbano de Gramado (Rio Grande do Sul, Brasil). In: **RELACult** – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade Revista Latinoamericana de Estudios en Cultura y Sociedad | Latin American Journal of Studies in Culture and Society V. 03, ed. especial, dez., 2017, artigo nº 445 | relacult.claec.org, 2017.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos : conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro, RJ : Ed. da UFRJ, 1995. 266 p.
- CASTORIADIS, Cornélius. **A instituição imaginária da sociedade**. São Paulo, Paz e Terra, 1982. 418 p.
- CUTY, Jeniffer. **A gente sempre pensou em termos de planejamento**: a cultura da preservação nas políticas urbanas em Porto Alegre, RS, Brasil. Orientação de Sandra Jatahy Pesavento/Eber Marzulo. Tese. (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional). Porto Alegre: UFRGS, Faculdade de Arquitetura, 2006.
- CUTY, Jeniffer. **Cinema & Cidade**: Porto Alegre entre a lente e a retina. Orientação de Sandra Jatahy Pesavento. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). Porto Alegre: UFRGS, Faculdade de Arquitetura, 2006.
- DANTO, Arthur C.. **Após o fim da arte** : a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo : EDUSP, : Odysseus, 2006. 292 p. : il.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro : Contraponto, 1997, c1992.
- DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa : Edições 70, : Ed. da USP, 2000. 111 p.
- ECO, Umberto. **Viagem Na Irrealidade Cotidiana**. 4º. ed. [S.l.]: Nova Fronteira, 1984. 356 p.

- FEIJÓ, M. C. **2010**. FACOM (FAAP) v.21, p 04-13, 2009.
- FIGUEIREDO, Antônio Marcus L. A função turística do patrimônio: questionamentos sobre a idéia de sustentabilidade do turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 5, n. 4, 2005. (Artigo em Periódico Digital).
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel e AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- GODOY, A. S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 4, p.65-71, jul./ago. 1995A
- HAYLEY, R. M. B.A. **Memoirs of Madame Tussaud**: her eventful history.London: George Routledge and Sons, Broadway Ludgate Hill, 1878.
- JEFFERSON, Margo. **Para Entender Michael Jackson**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. In: No fundo das aparências. Petrópolis : Vozes, 2010. 309 p.
- MORIN, Edgar. **As estrelas : mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro : J. Olympio, 1990, c1989. xvi, 162p. NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa – características, uso e possibilidades. **Cadernos de pesquisa em administração**, São Paulo. V. 1, nº 3, 2ºsem. 1996
- OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. **Cultura pop**. Macapá : Faculdade SEAMA, 2002. 98 p. : il.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O imaginário da cidade**: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.
- POULOT, Dominique. **Museu e museologia**. Belo Horizonte : Autêntica, 2013. 159 p
- RAUER, Selim. **Freddie Mercury**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2010.
- SCHWARTZ, Vanessa R. —O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris fim-de-séculoll. In: CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa R. **O Cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naif, 2004.
- SENNETT, Richard. **O artífice**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009. 364 p.

VARGAS LLOSA, Mario. **A civilização do espetáculo** : uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013. 207 p.

VARINE, Hugues de. **As raízes do futuro**: o patrimônio a serviço do desenvolvimento local. Medianiz, 2013.(Obra Completa).

VELASCO, Tiago. Pop: em busca de um conceito. **ANIMUS - Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, p. 115-133, jan. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/2376>>. Acesso em: 27 nov. 2018.

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São Paulo : Cosac Naify, c2010. 253 p. : il.