

Análise do processo comunicacional de uma instituição Museológica de Pernambuco

Analysis of the communication process of a museum in Pernambuco, Brazil

Guilherme Alves de Santana^{*}
Alice Cristina do Sacramento^{**}
Rebeca Seabra Silva^{***}
Geysa Karla Alves Galvão^{****}

Resumo: Referência na museologia contemporânea, o Museu do Homem do Nordeste vem se consolidando como uma instituição interativa e ímpar no estado de Pernambuco. Na última década, o museu otimizou seu processo comunicacional para possibilitar que os visitantes interagissem com os objetos em exposição e compreendessem a vida do nordestino em séculos passados. Neste contexto, este artigo objetiva analisar o processo de comunicação museológica realizada no Museu do Homem do Nordeste. Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica (centrada no tema comunicação museológica) e entrevistaram-se dois gestores do museu. Identificou-se a existência de quatro variáveis diretamente ligadas ao processo de comunicação museológica da instituição, sendo eles: profissionais envolvidos, mediação, exposição e acessibilidade. Constatou-se que o museu possui entraves no processo de exposição e na acessibilidade, todavia possui pontos fortes nos métodos ligados a mediação e a prestação de serviços dos profissionais envolvidos.

Palavras-chave: Museu. Comunicação Museológica. Museu do Homem do Nordeste.

Abstract: Reference in contemporary museology, the Museum of Man in the Northeast has been ratified as an interactive and unique institution in the state of Pernambuco. In the last decade, the museum has optimized its communication process to enable visitors to interact with the objects on display and understand the life of the Northeast in past centuries. In this context, this article aims to analyze the communication process museum at the Museum of Man in the Northeast. To this end, we performed a literature search (centered on the theme museological communication) and were interviewed managers of the museum. It was identified that there are four variables directly related to the communication process museum of the institution, as follows: professionals, mediation, exposure and accessibility. It was found that the museum has obstacles in the process of exposure and accessibility, however, has strengths in methods related to mediation and service professionals.

Keywords: Museum. Museological communication. Museum of Man in the Northeast.

^{*}Especialista em Gestão de Negócios /// Integrante do Grupo de Pesquisa SCIENTIA – UFPE.

^{**}Gestora em Turismo, IFPE.

^{***}Gestora em Turismo, IFPE.

^{****}Mestra em Ciência da Informação, UFPE.

1 Introdução

O museu e seu acervo têm um papel político a representar a sociedade através de suas coleções, operando nele a capacidade de atribuir uma significação aos objetos, correspondendo às aspirações da sociedade, colocando o objeto em sua qualidade de documento, de patrimônio de arte, como um objeto vivo, ou seja, exposto a sofrer e a provocar mudanças culturais e sociais.

Acerca desta situação, o Museu do Homem do Nordeste, localizado em Recife-PE, se destaca por ser uma instituição que apresenta uma proposta de comunicação museológica diferenciada que visa promover uma otimização da interação e mediação com o público para a melhoria das exposições. Neste contexto, este trabalho objetiva analisar o processo de comunicação existente no Museu do Homem do Nordeste. Sendo este um estudo qualitativo, empreendeu-se uma pesquisa bibliográfica e entrevistas com os gestores do museu, de forma que os aspectos intrínsecos ao processo de comunicação museológica do local fosse identificados.

2 A função dos museus

Os museus têm o papel de levar os indivíduos a uma retrospectiva por meio do resgate de obras produzidas em várias épocas. De acordo com o Ministério da Cultura (2010) podem ser de vários tipos: arte, arqueológicos, ciências, etnográficos, ecomuseus, militares, entre outros. Possuem a finalidade de recolher, conservar, pesquisar e valorizar de diversas maneiras, um conjunto de elementos de valor cultural e ambiental em coleções de objetos artísticos, históricos, científicos e técnicos que compõem o desenvolvimento de uma determinada civilização. Segundo o Instituto Brasileiro de Museus, os museus são:

casas que guardam e apresentam sonhos, sentimentos, pensamentos e intuições que ganham corpo através de imagens, cores, sons e formas. São pontes, portas e janelas que ligam e desligam mundos, tempos, culturas e pessoas diferentes (IBRAM, 2010).

O museu tem o propósito de transmitir um legado, por meio da conservação das próprias obras, onde se pode conhecer um pouco da história de determinada comunidade. Assim, o museu como instituição resulta da dupla preocupação de abrir ao público e desenvolver o caráter enciclopédico das coleções, mantidas fora de seu contexto original (BENHAMOU, 2007). Para Mário Chagas, os museus devem

selecionar, reunir, guardar e expor coisas num determinado espaço, projetando-as de um tempo a outro, com o objetivo de evocar lembranças, exemplificar e inspirar comportamentos, realizar estudos e desenvolver determinadas narrativas parecem constituir as ações que, num primeiro momento, estariam nas raízes dessas práticas

sociais chamadas, convencionalmente, de museus. As coisas assim selecionadas, reunidas e expostas ao olhar (no sentido metafórico do termo) adquiririam novos significados e funções, anteriormente não previstos (CHAGAS, 2009, p. 22).

De acordo com Saladino (2008), atendendo a Política Nacional de Museus implantada pelo Ministério da Cultura em 2003, os Museus passaram por importantes modificações como requalificação dos recursos humanos, técnicas de mediação e exposição, inclusão de ferramentas de interatividade, modernização de aspectos relacionados à acessibilidade, inserção de novas tecnologias. Ferreira (2009) afirma que estas mudanças resultantes da criação de políticas públicas beneficiaram a gestão dos museus, contribuindo para que os museus fossem pensados como espaço de formação ao invés de contemplação, demonstrando seu caráter interdisciplinar, compreendendo os museus como produtores de informação.

De acordo com Cameron (1992), a partir do desenvolvimento das teorias da comunicação nos anos 70, sendo aplicadas no campo museal, o museu passou a ser considerado um sistema da informação, o que determina um padrão de grande relevância na museologia, posto sua complexa e particular linguagem, transformando o museu em um poderoso meio de comunicação.

Em relação à comunicação no espaço museal, vale ressaltar que muitas das características que refletem a qualidade e a satisfação do indivíduo ao conhecer uma exposição em um museu estão associadas aos mecanismos e linguagens utilizadas na transferência e disseminação das informações, e nas relações estabelecidas entre o acervo e os visitantes. Neste sentido, o atendimento das necessidades dos visitantes de museus está implícito a forma com que a comunicação museológica é realizada, uma vez que o acervo museológico, é composto de documentos (objetos, artefatos, etc.) aos quais é atribuído um significado através de uma informação contextualizada de acordo com objetivos institucionais.

3 Comunicação Museológica

Atualmente, a necessidade de produção, comunicação e uso da informação está intrínseca ao desenvolvimento de atividades científicas e uso das tecnologias. Neste contexto, a informação está inserida como um fator determinante no desenvolvimento cognitivo, cultural e social do indivíduo.

Segundo Le Roy, “quando se deseja compartilhar um conhecimento, este deve ser traduzido em informações, para que o destinatário possa absorvê-las e transformá-las em conhecimento – se ele quiser” (LE ROY, 1997, p. 28). Deste modo, as trocas de informações executadas por dois sujeitos, gerando uma interação entre

eles, constituem o processo de comunicação. A comunicação é a transmissão de qualquer influência de uma parte de um sistema vivo ou maquinal, para outra parte, de modo a produzir mudança (SANTAELLA, 2001).

Portanto, a informação museológica está relacionada ao processo de comunicação efetivado pela disseminação. Sendo assim, a comunicação da informação museológica é exercida por meio dos centros de documentação e informação, ou outras seções técnico-administrativas pertinentes no corpo institucional, redes e sistemas de informação, bases de dados, acervos digitais (imagens e textos), produtos e serviços Web, museus virtuais, galerias de artes visuais além dos tradicionais espaços expositivos (LIMA, 2003).

Ressalva-se que para que a informação museológica não seja vista como algo intangível, o processo de comunicação deve ser planejado de maneira adequada a fim de fomentar a compreensão dos visitantes acerca das mensagens apresentadas. É importante frisar que manter a comunicação acessível, eficiente e ampla constitui uma das funções primordiais do museu.

A ênfase existente na comunicação da informação no campo da Museologia se dá, conforme Cury (2009), devido a décadas tal área ter deslocado seu campo de estudo que anteriormente era os museus e as coleções para o universo das relações, como “a relação do homem e a realidade; do homem e o objeto no museu; do homem e o patrimônio musealizado; do homem com o homem, relação mediada pelo objeto”.

Segundo a autora supracitada, os visitantes eram vistos como meros receptores da informação, sem existir um fluxo contínuo de mensagens. A presença do receptor no ambiente museal servia apenas para que este recebesse as informações passadas através dos textos ou da visita acompanhada por um monitor ou guia. Não se pensava em maneiras de aproveitar o conhecimento do visitante e estimular a construção de uma reflexão acerca do patrimônio exposto. Portanto, desconsideravam-se os procedimentos que promoviam uma interatividade entre o público e o acervo.

É desse modo que vêm se consolidando que uma das mais significativas características do museu moderno é a sua dimensão social, posto que, ao contrário do passado, esse espaço de produção e divulgação de cultura tem-se aproximado do visitante, democratizando seu acervo, socializando sua história, sua memória e seu patrimônio cultural (PELLON, 2010).

4 O Museu do Homem do Nordeste

Localizado na cidade de Recife-PE, o Museu do Homem do Nordeste foi fundado em 1979, a partir dos acervos do antigo Museu do Açúcar, do Museu de Arte Popular e do Museu de Antropologia. O Museu é ligado à Diretoria de Documentação da Fundação Joaquim Nabuco, e tem a missão de pesquisar, documentar, preservar, difundir e atualizar o rico patrimônio (material e imaterial) cultural do Nordeste (FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO, 2010).

O Museu foi inspirado no conceito de museu regional, idealizado pelo sociólogo-antropólogo Gilberto Freyre e atua na área educativo-cultural (especificamente em escolas, universidades, instituições governamentais e não-governamentais, agentes culturais), o que solidifica sua interação com a sociedade. É um museu de grande porte, por causa de seu acervo de cerca de 15.000 peças, representativo da formação histórica, étnica e social da Região Nordeste, com heranças culturais do índio, do europeu e do africano na formação do nordestino brasileiro (FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO, 2010).

Gilberto Freyre (1979) era contrário a composição ideológica e estética dos museus brasileiros na época, por isso percebe-se que a visão elitista presente na estruturação de museus brasileiros, não corresponde ao visual do Museu do Homem do Nordeste. Diversos museus nacionais possuem uma tendência à supervalorização da história e da cultura de camadas sociais privilegiadas, todavia a instituição foge a essa tendência e expõe elementos da história do povo nordestino. Com um espaço agradável, o museu possui instrumentos que fazem o público interagir com os objetos em exposição levando-os a uma melhor compreensão e entendimento da vida do nordestino em séculos passados.

5 Procedimentos Metodológicos

Para a análise do processo comunicacional do Museu do Homem do Nordeste, realizou-se uma pesquisa bibliográfica focada centralmente nas funções dos museus, e especificamente na comunicação realizada por tal instituição (VERGARA, 2009). Por conseguinte, os autores realizaram duas visitas ao Museu do Homem do Nordeste no mês de março de 2010.

A primeira visita teve o intuito de observar sistematicamente qual a configuração da rotina de trabalho no museu, de modo que fossem identificadas quais as variáveis influentes no processo de comunicação da instituição. Assim, observou-se se a mediação realizada era capaz de auxiliar o entendimento no visitante sobre o

acervo apresentado no museu. Além disto, assistiu-se uma mediação e exposição direcionada ao público infantil, a fim de entender a linguagem da transferência de informação era coerente para esse perfil específico de visitante.

A segunda visita teve a finalidade de entrevistar dois gestores que estavam envolvidos diretamente no planejamento do processo de comunicação do museu. Assim realizaram-se duas entrevistas, uma com o coordenador de Museologia (Entrevistado 1) e outra com a coordenadora de Programas Educativo-Culturais (Entrevistada 2). O roteiro das entrevistas pautou-se na averiguação de quais as informações e opiniões fundamentais para a análise dos aspectos de comunicação existentes no local (MARCONI; LAKATOS, 2009).

6 Análise e Discussão dos Resultados

De acordo com os dados obtidos pela pesquisa de campo realizada no Museu do Homem do Nordeste, identificaram-se a existência de quatro variáveis diretamente relacionadas ao processo de comunicação. Estas serão explicadas a seguir:

Os profissionais envolvidos com a comunicação: Um dos pontos fortes desta variável é a existência de dois departamentos específicos para o processo comunicacional, sendo estes a Coordenação de Museologia e a Coordenação de Projetos Educativos-Culturais. Um fator diferenciado da coordenação de Museologia é que além de cuidar do acervo, este setor planeja o formato da exposição, de forma que seu conteúdo seja compreensível e bem disseminado aos visitantes.

Já a Coordenação de Projetos Educativos-Culturais tem a função de criar estratégias e ações para estabelecer uma mediação e comunicação adequada aos diferentes perfis de público do local, sejam crianças, jovens, adultos e idosos. Para êxito neste processo, o setor realiza a seleção e treinamento contínuo dos mediadores. Este treinamento ou capacitação tem o propósito dos monitores possuírem conhecimento específico para o auxílio no processo comunicação das informações sobre o acervo do museu para o visitante.

Em relação aos aspectos positivos desta variável, ressalta-se que o Museu do Homem do Nordeste possui funcionários de variadas formações, como museólogos, historiadores, administradores e turismólogos. Esta multidisciplinaridade científica contribui para as melhorias na qualidade do processo de criação de técnicas de comunicação do museu. É importante frisar que os profissionais que atualmente estão envolvidos na transmissão da informação, sejam coordenadores ou estagiários,

possuem qualificações acadêmicas fundamentais para atuar nas suas específicas áreas dentro das relações hierárquicas do museu.

A mediação: constitui umas das maneiras mais importantes de transmissão da informação no acervo museal. Entendemos mediação como um espaço adequado para a criação de sentidos, interpretação e significação do indivíduo com o que o está sendo apresentado, dessa forma, compreende-se que o ato de mediar é oferecer ao sujeito seu espaço de diálogo, identidade e pertencimento.

No museu, o monitor é a pessoa responsável por fornecer subsídios e orientações. Segundo o coordenador de museologia, na instituição, o mediador tem a função de ser um intermediário, um facilitador, já que “as visitas mediadas, tratam de fornecer informações além do que está sendo mostrado”. Esta afirmação foi devidamente confirmada pelos autores através da observação de que a condução realizada no museu vai além do processo de monitoramento, já que promove uma interação diferenciada que propõe um real diálogo do sujeito com o espaço e acervo museal. Perceberam-se estímulos para uma associação do conteúdo apresentado no museu às experiências e vivências do indivíduo visitante.

Averiguou-se que a abordagem feita pelos mediadores é proferida de acordo com a idade e as limitações do visitante, podendo ser de forma irreverente e didática. Merece destaque a mediação direcionada o público infantil, por causa da introdução de elementos que despertam a atenção das crianças para a história do nordeste expressada no lugar. O mediador carrega no seu matulão (bolsa de pano), desenhos, histórias infantis, além de uma série de adereços que auxiliam o entendimento da criança sobre o patrimônio e a identidade do povo nordestino.

A orientação sobre os procedimentos que necessitam ser utilizados antes, durante e após a visita dada antecipadamente a professores de escolas interessadas em ir ao museu é outro aspecto que contribui para o sucesso da visita. Os mediadores do local conduzem a visita de acordo com as aspirações dos professores, que são estimulados para promoverem discussões a respeito da exposição com os alunos, oferecendo a eles oportunidade de expressar seu aprendizado em grupo.

Em síntese, os mediadores aprendem métodos pertinentes à prática de suas atividades no processo de comunicação do Museu do Homem do Nordeste, como: a valorização do conhecimento dos visitantes; a abordagem diferenciada e irreverente com público infantil; e o acompanhamento e assistência aos professores e suas turmas.

A exposição: No período de realização deste trabalho, o Museu do Homem do Nordeste exibiu uma exposição de longa metragem intitulada “Nordeste: Territórios Plurais, Culturais e Direitos Coletivos”, que retratava a história econômica, social e cultural do povo nordestino. A mostra é um projeto museográfico da arquiteta Janete Costa e foi financiada pela Petrobrás e pelo Ministério da Cultura através da Lei de Incentivo à Cultura. Entre os elementos existentes na exposição, podem-se citar como relevantes nesta variável: a inclusão de recursos cenográficos; iluminação dramática; mapas e gráficos. O que diferencia a exposição da instituição com outras existentes em Pernambuco é que a do Museu do Homem do Nordeste traz recursos audiovisuais que as outras não inserem em suas exposições.

Assim, destaca-se o pioneirismo do museu em Pernambuco, ao introduzir recursos multimídias através das imagens e sons, além da intervenção dos mediadores que provocam estímulos e sensações. Sobre a interação e a transferência de informações na exposição, o Coordenador de Museologia afirma:

Ela [transferência de informações] está sendo feita através das informações intrínsecas dos objetos, que são as etiquetas, através dos textos. Os textos abordam temas gerais a respeito dos conteúdos das salas. Algumas informações também são transmitidas através do som. Cada sala tem um som específico. E também os três vídeos que dão um panorama geral do nordeste, um vídeo sobre a mudança e modernização do século 20, outro sobre os batuques com Naná Vasconcelos. Além das visitas mediadas, que tratam de fornecer informações além do que está sendo mostrado (informação oral do entrevistado 1 [grifo dos autores]).

É necessário destacar que os recursos audiovisuais estão presentes em diversos ambientes e que eles ajudam na sensibilização, compreensão e entendimento do público sobre o tema abordado. Dessa maneira, se desperta o interesse do visitante no acervo apresentado através da inserção de tecnologias.

Acessibilidade: sobre esta variável, a coordenadora de projetos educativo-culturais argumenta:

O museu passou por uma reforma grande, mas agora já temos um plano de acessibilidade. Visaremos o atendimento de forma mais simples, mais modesta, primeiramente aos deficientes visuais. Pretendemos oferecer um caderno em braile, além de legendas em braile para algumas peças. Teremos também alguns acervos que poderão ser sensorizados. Para isso, ele tem que passar primeiro por uma equipe de curadores para identificar até que ponto e em quanto tempo uma peça pode ser sensorizada. (informação oral do entrevistado 2 [grifo dos autores]).

Deste modo, o museu ainda requer diversos recursos que facilitem a acessibilidade para os deficientes visuais e auditivos, todavia os efeitos sonoros das

exposições visam o público com deficiência visual. Ainda que o museu não esteja plenamente acessível, possui potencial para se transformar um espaço cultural plenamente adaptado às pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, desde que as ações propostas sejam implantadas e que existam políticas de monitoramento.

7 Considerações Finais

É evidente que o Museu do Homem do Nordeste é um equipamento museológico singular no estado de Pernambuco. A recente reabertura do museu mostrou um conceito diferente de mediação e exposição aos espectadores. Desta maneira, identificar os procedimentos comunicacionais planejados e executados pelas pessoas que laboram no local pode servir de modelo para outros estabelecimentos que tratam da comunicação da informação de acervos e coleções históricas e culturais.

Espera-se que as técnicas existentes no local permaneçam em constante aprimoramento, e sugerimos a realização de pesquisas para identificar o nível de satisfação dos visitantes sobre as variáveis analisadas neste trabalho. Será viável assim, detectar a existência de possíveis problemas, com o intuito de manter a qualidade e efetuar avanços nas variáveis relacionadas ao processo de comunicação utilizado no museu (profissionais envolvidos, mediação, exposição e acessibilidade).

Comprovou-se que projetos de acessibilidade voltados às pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida devem ser postos em ação. Além deste, o museu possui obstáculos a serem superados que envolvem a exposição, mas que possui pontos fortes na mediação e na prestação de serviços dos profissionais envolvidos. Dessa forma, o museu conseguirá ampliar ainda mais a sua abrangência, cumprindo a função social de propiciar a todos os visitantes, a reflexão sobre a importância e riqueza cultural do homem nordestino para a formação da nação brasileira.

Conclui-se que os museus são agentes de mudança social e desenvolvimento e devem cumprir sua missão didática e transformadora, envolvendo emocional e educacionalmente os indivíduos, caso contrário, estes não razão de existirem. Essas instituições têm que desconstruir a imagem negativa do passado e oferecer atrativos para o público, fazendo com que este se aproprie dos objetos expostos nesses espaços, visto que uma imagem vale mais que palavras, pois fica na memória das pessoas ■

Referências

BENHAMOU, F. *A economia da cultura*. São Paulo: Ateliê, 2007. 194 p.

CAMERON, Duncan. *Un point de vue: le musée comme système de communication*. Paris: Editions W. Mâcon, 1992

CHAGAS, Mário de Souza. *A imaginação museal: Museu, memória e poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro*. Rio de Janeiro: MinC/ IBRAM, 2009. 258 p.

CURY, Marília Xavier. Novas perspectivas para a Comunicação Museológica e os desafios da pesquisa de recepção em museus. *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola*, v. 1, p. 269-279, 2009.

FERREIRA, Maria Mary. Espaços de cultura como espaço de memória e conhecimento: políticas públicas de bibliotecas, arquivos e museus no nordeste brasileiro. IN: X Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. *Anais do X Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais*. Universidade do Minho, 2009.

FREYRE, G. *Ciência do homem e museologia sugestões em torno do museu do homem do nordeste do Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais*. Recife. I JNPS, 1979.

FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO. *Histórico do Museu do Homem do Nordeste*. Disponível: <<http://www.fundaj.gov.br/notitia/servlet/newstorm.ns.presentation.NavigationServlet?publicationCode=16&pageCode=741&date=currentDate>>. Acesso em: 19 mar. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). *O que é museu?* Disponível em: <<http://www1.museus.gov.br/>>. Acesso em: 19 mar. 2010.

LE ROY, Luana. *A internet na aprendizagem*. 1997. 2 v. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 1997.

LIMA, D. F. C. *Ciência da informação, museologia e fertilização interdisciplinar: informação em arte, um novo campo do saber*. 2003. 358 f. Tese (Doutorado) - IBICT/PPGCI - UFRJ/ECO, Rio de Janeiro, 2003.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M.. *Fundamentos de metodologia científica*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 315p.

MINISTÉRIO DA CULTURA (MINC). *Museus*. Disponível em: <http://www1.museus.gov.br/>. Acesso em: 14 mar. 2010.

PELLON, Eloy Gómez. *Patrimônio cultural: educación y desarrollo* In: BARRIO, Ángel Espina; MOTTA, Antonio; GOMES, Mário Hélio (org.). *Inovação cultural, patrimônio e educação*. Recife: FUNDAJ/Massangana, 2010.

SALADINO, Alejandra. Museus da Ibero-América: para uma mudança de paradigmas. *Revista Eletrônica Jovem Museologia*, v. 3, n. 5, p. 48-59, 2008.

SANTAELLA, L.. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker, 2001. 214 p.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Data de recebimento: 16.05.2011

Data de aceite: 06.09.2011