

A relação museu-visitante: o caso do Museu do Homem do Nordeste

Geysa Karla Alves Galvão

Resumo

Estudos apontam que os museus são sistemas de comunicação, no qual o acervo representa a fonte, e as exposições compreendem os meios de transmissão da mensagem, e o público o receptor. Percebe-se que, museus sofreram transformações ao aderir à inserção de novas tecnologias de informação, para facilitar a comunicação na relação museu-visitante. Neste sentido, este artigo objetiva analisar o processo de comunicação museológica realizada no Museu do Homem do Nordeste, localizado em Recife, Pernambuco. Trazendo uma concepção de museu amplamente contemporânea e adepta a tecnologias que promovem a interação com os visitantes. Deste modo, o estudo analisa como o Museu do Homem do Nordeste, tornou-se um exemplo ímpar nas aplicações de técnicas de comunicação museológica do estado.

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

1 Introdução

Por muito tempo os museus foram considerados ambientes enfadonhos e mórbidos, onde indivíduos passavam longas horas vendo objetos que não faziam parte de seu cotidiano, sem, no entanto se identificar com os artefatos em exposição. O hábito de reunir objetos em um espaço vem desde a antiguidade. O termo museu foi usado pela primeira vez por Ptolomeu na Alexandria, referente à instituição na qual eram guardados seus artefatos.

Percebe-se que este cenário vem sofrendo alterações, correlatas à inserção das novas tecnologias nos museus, que propiciaram a melhoria da relação museu-visitante e da comunicação museológica realizada nestes locais. Acerca desta situação, o Museu do Homem do Nordeste, localizado em Recife-PE, se destaca por ser um museu que apresenta uma diferente proposta de comunicação museológica que visa promover a interação com o público, e por possuir objetivos inovadores para a melhoria das exposições.

Neste contexto, este trabalho objetiva analisar os processos de comunicação existentes no Museu do Homem do Nordeste. Através de uma metodologia com o estudo qualitativo e uma observação sistemática, foram realizados levantamentos com informações teóricas sobre a temática, presentes em livros, materiais disponibilizados na internet e documentos. Para identificar os aspectos referentes à comunicação museológica do Museu do Homem do Nordeste, os autores realizaram uma pesquisa de

campo em março de 2010, que evidenciou uma metodologia direcionada para diferentes públicos, mas enfatizando a compreensão do visitante.

2 Museus: conceitos e funções

O museu tem por função a transmissão de 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).

Estes 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. Os museus 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 (2010), 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.

De acordo com Merleau-Ponty (*apud* PESSANHA, 1996), a função do museu compreende atividades de formação, armazenagem, preservação e sistematização dos produtos culturais, que propicia-nos a visão conjunta de produções históricas, submersas nos cultos ou nas civilizações desde a antiguidade à contemporaneidade. Morais (2009, p.60) complementa tais funções, ao afirmar que os museus constituem um local “legítimo de construção, exposição e reflexão do mundo, das relações entre os objetos e formas simbólicas, atribuindo significado comum e organizando relações sociais e simbólicas”.

Anteriormente vistos como ambientes mórbidos e estáticos, repleto de objetos velhos, os museus brasileiros estão se tornando populares e tornando-se espaços de entretenimento e lazer cultural. De acordo com Leite (2006, p.28):

O fato de o número de visitantes de museus estar aumentando é ótimo, mas para que isso não se resume a uma estatística de saldo positivo nos balanços e relatórios anuais das instituições ou do governo é preciso que cuidemos da qualidade do atendimento: acessibilidade das obras, informações veiculadas, formação dos monitores e atividades oferecidas às crianças após as visitações – para não falar de horários, preços, policiamento etc.

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 das informações, e nas relações estabelecidas entre o museu (acervo) e os visitantes. Neste sentido, o atendimento das necessidades dos visitantes de museus está implícito a forma que a comunicação museológica é realizada.

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 Peter F. Drucker (*apud* DAVENPORT, 1998, p.19), informações são “dados dotados de relevância e propósito”. Já Barreto (1994) afirma que a informação é um dado que gera conhecimento quando se agrega algum valor. Neste caso, a informação apenas é assimilada por um receptor quando seu conhecimento é alterado, que prioritariamente deverá ter alguma utilidade para que o receptor tenha-a adquirido.

Farradane (1980) propôs a informação como representação ou substituto físico do conhecimento, por exemplo, a linguagem, usada para a comunicação. Sendo assim, a informação é o que logicamente justifica alteração ou reforço de uma representação ou de um estado de coisas, podendo ser explícitas ou implícitas no estado de atividade dirigida do receptor (MCKAY *apud* PINHEIRO; LOUREIRO, 1995).

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, p.22).

Diante do contexto apresentado, pode-se afirmar que o museu é um sistema de comunicação, em que o acervo seria a fonte, as exposições seriam o meio e o público o

receptor (CAMERON *apud* CARVALHO, 2000, p. 129). As produções acadêmicas de pesquisadores das áreas de Museologia e Ciência da Informação tem contribuído para o esclarecimento acerca do tratamento (coleta, recuperação, armazenamento e transmissão) da informação museológica.

A informação museológica está relacionada ao processo comunicacional efetivado pela disseminação. 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, p.223).

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.

Durante algum tempo, considerava-se o museu, como um sistema de comunicação que flui em uma única direção, sem a existência de *feedback* (KNEZ; WRIGHT *apud* CARVALHO, 2000, p.129). Segundo Cury (2009, p.273):

A museologia, há décadas, deslocou o seu objeto de estudo dos museus e das 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.

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 de 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. De acordo com o Código de Ética dos Museus (2004, p. 11)

Os museus têm o importante dever de desenvolver o seu papel educativo, de atrair e ampliar o público de sua comunidade, da localidade ou do grupo que eles servem. Interagir com a comunidade e promover o seu patrimônio são partes integrantes do papel educativo dos museus.

O surgimento de novas tecnologias de informações provocou consideráveis mudanças no ambiente museal. Essas inovações auxiliaram na criação de uma forma diferenciada de lidar com a linguagem e a comunicação. “Os museus passaram a se preocupar com os conteúdos e com as formas de expor seu acervo, de maneira que pudessem estar presentes no cotidiano de um contingente cada vez maior da população” (ARNAUT; ALMEIDA, 1997, p. 26). Sendo assim, estes espaços são capazes de tornar informações sobre elementos representativos do patrimônio e história de determinada região, acessíveis à sociedade.

Em sua obra, Freyre (1979) afirma que o homem é o centro de todo e qualquer museu. Sendo o homem, o criador, o conservador e o transformador de bens culturais, é para ele que os serviços museológicos devem ser orientados. Sendo assim, os planejadores dos museus devem estimular a aproximação da instituição com os visitantes, tornado o local um espaço para apropriação e produção contínua do conhecimento acerca do patrimônio de uma região.

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 do Homem do Nordeste 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). Após um período fechado, o museu foi reaberto no dia 17 de dezembro de 2008, mostrando ao público sua nova exposição de longa duração, intitulada “Nordeste: territórios plurais, culturais e direitos coletivos”.

Referência na museologia contemporânea, o Museu do Homem do Nordeste 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 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, o Museu do Homem do Nordeste foge a essa tendência e segundo a Fundação Joaquim Nabuco (2010), expõe elementos da história do povo nordestino, como:

Materiais de construção dos Séculos XVIII e XIX aos mocambos; dos ex-votos aos objetos de cultos afro-negros; das bonecas de pano e brinquedos populares à cerâmica regional de Vitalino, Nhô Caboclo, Zé Rodrigues, Porfírio Faustino e de outros notáveis e anônimos artistas do povo. Das tecnologias do trabalho no açúcar à vida nas casas grandes e senzalas.

Estes elementos compõem o acervo do Museu do Homem do Nordeste, e tornam-o um dos mais importantes museus histórico-antropológicos do Brasil. O referido museu possui vários ambientes que remetem um pouco da cultura e do passado do nosso estado. De forma irreverente e didática, a abordagem feita pelos monitores é proferida de acordo com a idade e as limitações do visitante. 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 de comunicação museológica realizada no Museu do Homem do Nordeste, adotou-se um enfoque qualitativo de modo que fosse gerada uma reflexão sobre o objetivo proposto (OLIVEIRA, 2008). Para o levantamento de informações teóricas sobre a temática, realizou-se uma pesquisa bibliográfica em livros, teses, dissertações, anais de eventos, artigos de periódicos científicos, assim como materiais disponibilizados na internet (VERGARA, 2009).

Além da pesquisa bibliográfica, empreendeu-se uma pesquisa de campo, que foi subsidiada pelo método de observação sistemática e pela técnica de entrevistas. A observação sistemática foi um dos elementos condutores para alcançar objetivo central (MARCONI; LAKATOS, 2009). Neste contexto, os autores realizaram duas visitas ao

Museu do Homem do Nordeste no mês de março de 2010. As visitas foram mediadas e tiveram objetivos distintos. Na primeira visita observou-se uma mediação realizada por um mediador do museu, para que se identificasse se a forma com que os funcionários procedem era capaz de auxiliar o entendimento no visitante sobre o acervo apresentado no museu. Já na segunda visita, assistiu-se uma mediação direcionada ao público infantil, a fim de entender os métodos de adequação da linguagem na transferência de informação para esse segmento específico de visitantes.

Posteriormente, coletaram-se dados através da técnica de entrevistas que ocorreram em março de 2010 e tiveram caráter semi-estruturado (compostas apenas por questões abertas). Os autores selecionaram funcionários que estavam envolvidos diretamente no planejamento do processo de comunicação do museu, sendo estes o coordenador de Museologia (Entrevistado 1) e a coordenadora de Programas Educativo-Culturais (Entrevistada 2). Optou-se por deixar suas identidades no anonimato.

Dessa forma, obtiveram-se informações e opiniões fundamentais para a análise dos aspectos comunicacionais existentes na exposição, assim como a acessibilidade, e os procedimentos adotados na mediação. Além disso, avaliou-se a qualificação dos profissionais envolvidos no processo.

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, que foram: profissionais envolvidos; mediação; exposição; e acessibilidade (ver Figura 1).

Figura 1: Variáveis relacionadas à Comunicação no Museu do Homem do Nordeste



Fonte: Elaboração dos Autores

A subseção seguinte apresentará como estas variáveis influenciam o modo como o Museu do Homem do Nordeste realiza sua comunicação com os visitantes.

6.1 Os profissionais envolvidos com a comunicação

O Museu do Homem do Nordeste possui um vasto quadro de empregados que trabalham para manter o funcionamento do local lotados nos seguintes departamentos:. Dentre estes departamentos, percebeu-se que a Coordenação de Museologia e a Coordenação de Projetos Educativos-Culturais são os setores mais influentes para o planejamento, circulação e gestão de dados e informações do museu. A respeito das funções da Coordenação de Museologia, o Entrevistado 1 ressalva:

A coordenação de museologia fica responsável pelo acervo do museu tanto exposto quanto guardado em reserva técnica. Já a coordenação de projetos educativos trata de todos os projetos com relação às visitas mediadas para as escolas, às atividades educativas como o Projeto Domingo da Família, e alguns festivais (informação oral do Entrevistado 1, grifo dos autores).

Além de cuidar do acervo, a coordenação de Museologia planeja o formato da exposição, de forma que seu conteúdo seja compreensível aos visitantes. Os profissionais responsáveis pelas atividades citadas são: dois museólogos, um especialista em restauração de acervos, uma doutora em antropologia e antigos profissionais do museu que passaram por um processo de qualificação, obtendo formação na área de montagem de exposições.

Já a Coordenação de Projetos Educativos-Culturais tem a função de criar estratégias e ações para estabelecer uma mediação adequada aos diferentes perfis de público do local, sejam crianças, jovens, adultos e idosos. Para tanto, ela realiza a seleção e treinamento dos mediadores. Este treinamento ou capacitação tem o propósito dos monitores possuírem informações específicas para o auxílio no processo de interpretação e assimilação do acervo do museu pelo visitante. Segundo a pedagoga e coordenadora de programas educativo-culturais, “a equipe de mediação passou por um trabalho de formação de 96 horas. São seis estagiários que são alunos dos cursos de história e artes plásticas” (informação oral do entrevistado 2).

Além dos mediadores oriundos dos cursos supracitados, um diferencial na prestação de serviços do museu é a presença de mediadores (estagiários) exclusivamente direcionados ao turismo cultural. Estes são estudantes do curso de

turismo de Instituições de Ensino Superior da Região Metropolitana do Recife, e são supervisionados por turismólogos vinculados ao museu. Para atender às necessidades informacionais dos visitantes de nacionalidade estrangeira, o museu requisita que seus estagiários possuam conhecimento na língua inglesa e em outro idioma (espanhol ou francês, por exemplo). De acordo com a coordenadora de projetos educativos:

Esses mediadores procuram fornecer a mediação numa linguagem turística, mostrando as peças do museu e associando-as aos principais elementos do turismo cultural. Procura despertar o interesse em visitar pontos turísticos, a fim de melhor conhecer a cultura do Recife e até mesmo do estado (informação oral do entrevistado 2, grifo dos autores).

Observa-se que o Museu do Homem do Nordeste possui funcionários de variadas formações, desde museólogos a turismólogos. Esta multidisciplinaridade científica contribui para que existam melhorias na qualidade do processo de criação de técnicas de comunicação no museu.

6.2 A mediação

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. Entretanto, a condução realizada no Museu do Homem do Nordeste vai além do processo de monitoramento, já que propõe um diálogo do sujeito com o espaço e acervo museal. Para seus gestores, a forma adequada de iniciar os visitantes ao universo do acervo museológico é a mediação, que pode ser agendada por telefone a qualquer interessado.

No Museu do Homem do Nordeste, 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” (informação oral do entrevistado 1). “Ninguém educa ninguém, como tampouco ninguém se educa a si mesmo: os homens se educam em comunhão, mediatizados pelo mundo” (FREIRE, 1979, p. 79). Deste modo, estimula-se uma interação entre o público visitante e o seu diálogo com os

objetos apresentados. Deste modo, associa-se o conteúdo apresentado no espaço museal às experiências e a vivência do indivíduo que o visita. Segundo Cury (2009, p.276):

Para tanto, o museu vai de encontro à cultura ao assumir que a significação da mensagem museal é uma construção cultural que acontece a partir das mediações do cotidiano do público visitante, ou seja, o cotidiano cultural sustenta a interpretação do público, da mesma forma que o receptor (o visitante de museu) é construtor ativo de sua própria experiência museal. Dessa maneira, a exposição é o local de encontro e negociação do significado museal (a retórica) e do meio (a exposição mesma) para a interação, como diálogo e exercício de tolerância, onde há reciprocidade entre museu e público.

A coordenadora de projetos educativos esclarece a concepção e as funções da mediação no contexto do Museu do Homem do Nordeste:

O [processo] educativo do museu possui um trabalho sistemático, possuindo vários projetos e ações, onde a gente [gestores] acredita e está respaldado plenamente nos paradigmas de Paulo Freire. Respeita-se o conhecimento que o visitante traz e a construção do conhecimento dentro de uma mediação no espaço museal. Essa mediação é importantíssima porque é aí que deixamos e respeitamos o momento do visitante... deixamos ele se deslumbrar, se maravilhar e se apropriar do acervo. A apropriação ocorre quando existe o estabelecimento de conexões e relações com os objetos e peças (informação oral do entrevistado 2, grifo dos autores)

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 matulão¹, desenhos, histórias infantis, além de uma série de adereços que auxiliam o entendimento da criança sobre o patrimônio e a identidade do povo nordestino. Também é importante ressaltar, a forma como é realizada a mediação com os estudantes que visitam o museu:

Essa mediação que a gente [gestores] trabalha é compartilhada, em que se estabelece uma união com o professor, no trabalho de convivência com os alunos. [...] Os professores são orientados a conhecer o museu antes, a fim de adequar a visitação aos objetivos da turma (informação oral do entrevistado 2, grifo dos autores).

Notou-se que a preparação do professor contribui para o sucesso da visita. Os mediadores do local conduzem a visitação, de acordo com as aspirações dos

¹ Bolsa de pano, característica do sertão nordestino.

professores, que são orientados sobre os procedimentos que necessitam ser utilizados antes, durante e após a visitação. Estimula-se que o docente promova discussões a respeito da exposição tentando dialogar com os alunos, oferecendo a eles oportunidade de expressar seu aprendizado em grupo.

Além disso, os mediadores aprendem métodos relativos à prática de suas atividades que podem ser consideradas importantes no processo de comunicação do Museu do Homem do Nordeste, como por exemplo: a valorização do conhecimento dos visitantes; a abordagem diferenciada e irreverente com público infantil; e o acompanhamento e assistência aos professores e suas turmas.

6.3 A exposição

No período ao qual a pesquisa de campo foi realizada, o Museu do Homem do Nordeste possui 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 que compõem a exposição, podem-se citar a inclusão de recursos cenográficos, iluminação dramática, mapas e gráficos. Além disso, “a exposição traz os recursos audiovisuais, que nenhuma exposição tinha em Pernambuco” (informação oral do entrevistado 1).

Destaca-se assim o pioneirismo do museu no Estado de 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).

A fim de melhor ilustrar as experiências vividas pelo público ao visitar o museu, ressalta-se a passagem pela sala chamada Navio Negro. Neste local, existe um açucareiro luxuoso disposto em frente a um objeto de tortura que era aplicado como forma de castigo aos escravos. Neste ambiente, o mediador provoca a reflexão dos visitantes a respeito do ciclo do açúcar no Nordeste, que apesar de fornecer riqueza aos senhores de engenho, foi realizada sob a força do trabalho escravo dos negros africanos.

Ainda na sala Navio Negro, durante as visitas em grupo, os mediadores pedem que os indivíduos se juntem em um pequeno espaço, fechem os olhos, e com a ajuda do som do ambiente, provocam uma pequena representação do sentimento dos escravos ao serem transportados nas embarcações.

É necessário destacar que os recursos audiovisuais estão presentes em diversos ambientes e 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.

6.4 Acessibilidade

O meio físico edificado deve permitir que todos os indivíduos se desenvolvam como pessoas que são. Assim, o design tem de ter em conta a diversidade da população e a necessidade que todos têm de ser independentes. Portanto, o meio edificado, incluindo os respectivos elementos e componentes, deve ser concebido por forma a permitir que todos tenham acesso às diferentes oportunidades existentes: isto é, à cultura, aos espaços, aos edifícios, às comunicações, aos serviços, à economia, à participação, etc.. (CEA, 2005, p.20).

Uma das funções do museu é tornar os acervos que constituem a história, cultura e patrimônio de uma determinada nação, acessíveis à sociedade. Desta maneira, é significativo que um espaço museal possua instrumentos que promovam o fácil acesso às pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, por isso, faz-se necessária a existência de técnicas de comunicação adaptadas a esse público. Sendo assim, a implantação de tecnologias capazes de ajudar a recepção da informação para deficientes visuais e auditivos (por exemplo) são de suma importância para ampliar o conhecimento acerca do patrimônio existente nos museus do estado. Segundo Santos (2009, p.56):

Na acessibilidade arquitetônica/física é imprescindível que o meio físico edificado permita que todos os indivíduos se desenvolvam como cidadãos com direitos iguais. Desta forma, o conceito de design universal tem de ter, obrigatoriamente, em consideração a diversidade populacional e a necessidade de autonomia e independência de cada pessoa. Todos devem aceder à cultura, aos espaços, aos edifícios, às comunicações, aos serviços, à economia e à participação.

No Museu do Homem do Nordeste, os projetos referentes a essa inclusão ainda não foram implantados. Sobre o assunto, 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. Já começamos a trabalhar, mas é um projeto que demora. Pretendemos oferecer um caderno em braile, além de legendas em braile para algumas peças. Teremos também alguns acervos que poderão ser sensorizados. Para que o acervo seja sensoriado, ele [acervo do museu] tem que passar primeiro por uma equipe de curadores para identificar até que ponto e em quanto tempo uma peça pode ser sensoriada. Tem que ser uma peça resistente [...]. E possivelmente também para libras, mas estamos fazendo isso aos poucos (informação oral do entrevistado 2).

No que concernem aos aspectos comunicacionais, afirma-se que o museu contém alguns recursos que facilitam a acessibilidade para os deficientes visuais e auditivos, feito por meio de efeitos sonoros nas exposições, que auxiliam o trabalho do mediador. 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 sejam implantadas e que existam políticas de controle e monitoramento.

6.5 Fatores Ativadores e Inibidores para a Comunicação no Museu

Uma vez que as quatro variáveis atreladas ao processo de comunicação do museu foram discutidas, pôde-se construir um quadro com os fatores ativadores e inibidores da comunicação museológica.

Variáveis	Fatores Ativadores	Fatores Inibidores
Profissionais Envolvidos	<ul style="list-style-type: none"> - Bom número de empregados; - Setores específicos para ações de comunicação; - Multidisciplinaridade de Formações Acadêmicas; - Capacitação contínua dos funcionários. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rotatividade de estagiários
Mediação	<ul style="list-style-type: none"> - Acompanhamento junto aos professores antes das visitas; - Treinamentos e seleções de mediadores; - Diferentes métodos de mediação para públicos diversos; - Mediação voltada para o turismo cultural; - Existência de funcionários bilíngües; - Interação com os visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mediadores ainda não possuem formação acadêmica concluída
Exposição	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos audiovisuais diferenciados; - Utilização de recursos multimídias; - Aproveitamento de novas tecnologias; - Uso de novas tecnologias no museu. 	
Acessibilidade	<ul style="list-style-type: none"> - Existência de ações a serem implantadas; - Equipamentos com efeitos sonoros para deficientes auditivos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inexistência de peças em braile; - Funcionários não conhecem libras

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 que pesquisas sejam realizadas para identificar o nível de satisfação dos visitantes sobre as questões analisadas no presente trabalho. Será viável assim, detectar a existência de possíveis problemas, com o intuito de manter a qualidade e efetuar avanços nos meios de comunicação utilizados no museu.

A pesquisa de campo comprovou que projetos de acessibilidade voltados às pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida devem ser postos em ação. Dessa forma, o museu conseguirá ampliar ainda mais a sua abrangência, cumprindo a função social de propiciar a todos os visitantes, o conhecimento e a reflexão sobre a importância e a riqueza cultural do homem nordestino para a formação da nação brasileira.

Referências

- ARNAUT, J. K.; ALMEIDA, C. A. F. **Museografia**: a linguagem dos museus a serviço da sociedade e de seu patrimônio cultural. Rio de Janeiro: IPHAN/OEA, 1997.238p.
- BARRETO, A. A.. A questão da informação. **São Paulo em perspectiva**: Revista da Fundação SEADE, São Paulo, v.8, n.4, p. 3-8, out/dez. 1994.
- BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. São Paulo: Ateliê, 2007. 194 p.
- CARVALHO, R. M. R. Exposição em museus e público: o processo de comunicação e transferência da informação. IN: PINHEIRO, L. V. R.; GÓMEZ, M. N. G. (Org.). **Interdiscursos da ciência da informação**: arte, museu e imagem. Brasília: IBICT/DEP/DDI, 2000. 127-148p.
- CONCEITO EUROPEU DE ACESSIBILIDADE (CEA). [Porto, PT]: Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência, 2005. 112 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.
- DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**: porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998. 316 p.
- FARRADANE, J. Knowledge information and Information Science. **Journal of Information Science**, v.2, p. 75-80, 1980.
- FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- 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
- INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM). **Código de ética do ICOM**. 2004. Disponível em: <http://www.icom.org.br/codigo_etica_port.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2010.
- LEITE, M. I. Museus de arte: espaço de educação e cultura. In: LEITE, Maria Isabel; OSTETTO, Luciana E.. **Museu, educação e cultura**: encontros de crianças e professores com a arte. 2. ed. Campinas: Papirus, 2006. p. 19-54.

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. **Museus**. Disponível em: <http://www1.museus.gov.br/>. Acesso em: 14 mar. 2010.

MORAES, N. A. Museu, instituições de cultura e ciência da informação: pensar e fazer em tempo de mudanças. IN: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. João Pessoa, 10, **Anais**..João Pessoa, 2009.

OLIVEIRA, M. M.. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 192p.

PESSANHA, J. A. M. O sentido dos museus na cultura. IN: PESSANHA, J. A. M. (Org). **O museu em perspectiva**. Rio de Janeiro, MINC, 1996.

PINHEIRO, L. V. R.; LOUREIRO, J. M. M. Traçados e limites da Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 42-53, 1995.

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

SANTOS, Sônia Maria Almeida. **Acessibilidade em Museus**. 223 f. 2009. Dissertação (Mestrado do Curso Integrado de Estudos Pós-Graduados em Museologia) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto (PT), 2009. Disponível em: <http://www.doxtop.com/browse/ae6c906d/acessibilidade-em-museus.aspx>. Acesso em: 20 fev. 2011.

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