

A EXPERIÊNCIA MUSEAL: DISCUTINDO A RELAÇÃO DOS MUSEUS COM SEUS VISITANTES NA CONTEMPORANEIDADE

Manuelina Ma. Duarte Cândido¹

Gabriela Aidar²

Luciana Conrado Martins³

RESUMO:

Este artigo pretende se debruçar sobre o tema da experiência museal e sobre as discussões em torno do papel dos visitantes nos museus contemporâneos. Entendemos essa experiência como a relação que o visitante estabelece com os museus e a capacidade dessas instituições se dirigirem a cada um, provocando no indivíduo experiências significativas, especiais e únicas. Consideramos que, na atualidade, os públicos não se limitam a serem meros espectadores passivos, e buscam ter sua identidade e/ou necessidades culturais contempladas pelas instituições museais.

PALAVRAS-CHAVE:

Museus, visitantes, experiência

RÉSUMÉ:

Cet article a l'intention de pencher sur le thème de l'expérience muséal et sur les discussions autour du rôle des visiteurs dans les musées contemporains. Nous comprenons cette expérience comme la relation que le visiteur établit avec les musées et la capacité de ces institutions toucher à chacun, provoquant à l'individu des expériences significatives, spéciales et uniques. Nous avons considéré que, actuellement, les publiques ne se limitaient pas à être des simples spectateurs passifs et ils cherchent à avoir son identité et/ou des besoins culturels inclus par les institutions muséales.

MOTS-CLÉS :

Musées, visiteurs, expérience

1 Universidade Federal de Goiás.

2 Pinacoteca do Estado de São Paulo.

3 Universidade Federal de Goiás.

Introdução

O presente artigo pretende discutir a capacidade dos museus, como meios de comunicação muitas vezes próximos da comunicação de massas, se dirigirem a cada visitante e provocarem no indivíduo experiências significativas, especiais e únicas. Consideramos que os museus estabelecem dinâmicas de comunicação com seus públicos a partir de modelos comunicacionais distintos, definidos em virtude daquilo que é considerado prioritário para cada instituição museal. Essas diferenças nos processos comunicacionais dos museus se revelam de maneira enfática nos programas de comunicação e educação dessas instituições, trazendo consequências para o relacionamento dos museus com seus públicos.

Os públicos, por sua vez, não se limitam a serem meros espectadores passivos. Cada vez mais os museus têm se deparado com demandas de grupos específicos, que buscam ter sua identidade e/ou necessidades culturais contempladas pelas instituições museais. A resposta dos museus – em um mundo cada vez mais competitivo em termos de ofertas midiáticas – tem sido acolher essas demandas, transformando seu discurso e estabelecendo novos e instigantes patamares de comunicação com seus públicos. Mas, qual o limite dessa transformação? É possível vislumbrar um museu no qual os visitantes se sintam plenamente acolhidos em suas expectativas e agendas pessoais? Será esse o papel da instituição museal no século XXI?

Este artigo pretende se debruçar sobre essa discussão, a partir de referências teóricas da área de comunicação e educação em museus. Nosso objetivo é o de contribuir para o debate acerca do conceito de museu em relação ao visitante na contemporaneidade.

A experiência do público nos museus: alguns apontamentos iniciais

A ideia de que os museus participam dos *mass media* está presente em diversos autores e é sintetizada por Pastor Homs (2004). Essa autora propõe um modelo que inclui a tipificação da audiência como ampla, indiferenciada, sem consciência de si mesma, incapaz de atuar como grupo e passiva, e da comunicação realizada como unidirecional, do comunicador para o receptor. Ao mesmo tempo, a autora registra a coexistência deste modelo com as exposições de enfoque mais didático, baseadas em um modelo de comunicação mais interpessoal e interativo, ainda que reconheça que o mais comum seja a exposição desenhada de acordo com o primeiro modelo e a adaptação, *a posteriori*, pelo pessoal dos serviços educacionais, deste discurso aos diferentes públicos. O modelo interativo ou interpessoal é caracterizado por uma audiência em pequenos grupos ou mesmo individual, diferenciada, consciente de si mesma, interconectada e ativa, para qual a comunicação proposta é baseada em uma multiplicidade de métodos, construída em um processo de mão dupla, onde o poder é partilhado equitativamente e existe o *feedback*.

Da mesma forma, Hooper-Greenhill (1994) propõe uma compreensão das perspectivas teóricas educacionais presentes no trabalho educativo dos museus. Para essa autora, duas abordagens podem ser percebidas, a partir da influência de teorias de conhecimento (epistemológicas) e de aprendizagem: uma primeira abordagem mais positivista, ou realista, na qual o conhecimento é visto como externo ao aprendiz e passível de mensuração exata; e uma segunda, mais

construtivista, que entende o conhecimento como algo oriundo da relação do aprendiz com o meio, e dessa forma mais processual e passível de subjetividades.

No que se refere ao impacto dessas perspectivas no ambiente museal, Hooper-Greenhill aponta não existir consenso acerca de qual a melhor abordagem para o estabelecimento de um processo de comunicação eficaz entre as coleções e os públicos, mas que ambas abordagens estão presentes tanto no trabalho dos profissionais dos museus quanto na maneira como o público utiliza esses espaços. A autora aponta, entretanto, a necessidade do estabelecimento de processos investigativos que dêem conta da compreensão dos processos de resignificação que o visitante estabelece em contato com os objetos expositivos. Para ela, a forma mais adequada de captar esse processo é a extrapolação dos instrumentos quantitativos em direção a abordagens mais sociológicas e qualitativas.

Essa perspectiva se contrapõe àquela que, comumente, os profissionais de museus têm que lidar em seu cotidiano. Na avaliação de museus, especialmente quando se trata do olhar de fora (potenciais patrocinadores, governos, entre outros), um indicador essencial do sucesso institucional dos museus é sempre a visitação, e por uma abordagem normalmente quantitativa. É um desafio constante para essas instituições gerenciar a necessidade de boa performance nestes indicadores e de, ao mesmo tempo, provocar no visitante experiências significativas.

Mas, o que seriam experiências significativas dos públicos nos museus? Larrosa Bondía, propõe a este respeito que:

A experiência é o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca. Não o que se passa, não o que acontece, ou o que toca. A cada dia se passam muitas coisas, porém, ao mesmo tempo, quase nada nos acontece. Dir-se-ia que tudo o que se passa está organizado para que nada nos aconteça. (Larrosa Bondía, 2002: 21)

A educadora Milene Chiovatto, ao debruçar-se sobre as ideias do mesmo autor, relacionando-as à promoção de experiências significativas nos museus, propõe que:

A experiência ao *nos* passar, *nos* forma e *nos* transforma. Assim, o 'saber da experiência' é o que se adquire no modo como alguém vai respondendo ao que lhe vai acontecendo ao longo da vida e no modo como vamos dando sentido ao acontecer do que nos acontece, sendo, portanto um contínuo. Por isso, o saber da experiência é um saber particular, subjetivo, relativo, contingente e pessoal.

Estes conceitos de experiência são aplicáveis apenas se considerarmos o conhecimento, e os processos de aprendizagem que se desdobram a partir dele, numa perspectiva também de cunho mais particular, incluindo e se concretizando em consonância com as subjetividades e particularidades do aprendiz. (Chiovatto, 2010: 15)

Nesse mesmo sentido, em uma provocação substancial, Mário Moutinho (2008) coloca para os museus o dever de 'customização', ou seja, exatamente ser para cada visitante, ou cliente, um novo museu. Para este autor, é imprescindível que os museus, se desejam mesmo estar a serviço da sociedade, compreendam e se aproximem do que é esperado de prestadores de serviços, cuja atuação tem como características fundamentais a inseparabilidade, a variabilidade

de, a intangibilidade e a perecibilidade. Adotar estes quatro vetores implica uma transformação na maneira de o museu atuar na sociedade:

Inseparabilidade: o consumo não é um bem que se guarda, a exposição, como exemplo, é ‘comprada’ e usada simultaneamente. O museu tem, portanto, um tempo de crédito para provar que a visita foi válida e que a relação tempo/qualidade é positiva.

Variabilidade: serviços são variáveis de acordo com o prestador e com o cliente (relação museu – público). O museu, entretanto, se recusa à “customização” dos seus serviços, nunca está disponível para se adaptar às necessidades de cada visitante.

Intangibilidade: serviços não são palpáveis, a experiência do visitante no museu é intangível.

Perecibilidade: serviços são perecíveis, não podem ser estocados. Os museus precisam apresentar novas exposições, por exemplo, e não manter a mesma por muitos anos.

Diante disto, as inovações possíveis, segundo o autor, dizem respeito a expandir o campo das ideias e minimizar a apresentação de objetos (intangibilidade), aprender que há um tempo limitado para se justificar e se fazer necessário (inseparabilidade), perceber que há um limite de validade que exige renovação (perecibilidade) e tornar-se sensível à necessidade de cada visitante (variabilidade).

É neste aspecto da variabilidade e no da intangibilidade que queremos centrar nossas reflexões, são eles que se relacionam com a ideia da experiência significativa para o indivíduo. Porque é a subjetividade do indivíduo que em relação com as referências culturais musealizadas (objetos polissêmicos), dentro de uma proposta de comunicação que não deseje impor um discurso unidirecional, mas procure uma construção de significados processual e em conjunto com o visitante, irá gerar para cada um uma experiência singular. E o quanto esta experiência será significativa cabe ao terreno da intangibilidade – ainda que se tenham objetivos, estratégias, avaliação – o resultado desta experiência no indivíduo é imprevisível.

Aqui se trata, portanto, não apenas do museu ter uma oferta educativa e de serviços diferenciados para seus distintos públicos, mas de deixar “vazios” para serem ocupados pela experiência do visitante. Estes “vazios” podem ser provocações, perguntas, ou espaços de participação, entendidos como apropriação do museu.

Neste sentido, é possível inclusive rever o papel da educação em museus, não mais como provedora ou “tradutora” de conteúdos curatoriais, mas como mediadora entre os significados construídos pelos visitantes e aqueles propostos pelos museus. Segundo Lisa Roberts,

The once prevalent view that knowledge is objective and verifiable has been widely challenged by the notion that knowledge is socially constructed and shaped by individuals’ particular interests and values. Language about facts and certainties has been replaced by language about context, meaning, and discourse. [...] This shift has important implications for what museums are and do. It would appear that these onetime Towers of Babel comprise, as foretold, not a synopsis of wisdom but a multitude of voices. Objects, it follows, hold multiple stories and meanings, and, depending on the context, all of those stories and meanings are potentially valid. (Roberts, 1997: 02-03)

Entretanto, é importante considerar que essa perspectiva da experiência museal, como algo a ser construído na interação do indivíduo com o museu, é bastante recente entre os profissionais dessas instituições. A seguir, ao discutir algumas possibilidades da relação dos visitantes com os museus, trataremos das modificações que se estruturaram nas últimas décadas e que transformaram nossa percepção das possibilidades de uma visita a museus, bem como do papel dos visitantes.

Possibilidades e sentidos: trajetórias de conformação da experiência museal

A transformação da perspectiva do papel dos públicos nos museus é bastante recente e vai na direção de um empoderamento cada vez maior dos visitantes na relação com a instituição museal. A bibliografia sobre o tema, principalmente a partir da década de 1990, é bastante significativa e traz como norte a ênfase na importância da participação popular em todos os estágios e atividades da cadeia operatória museológica, não só nas práticas museológicas propriamente ditas, como nos processos de tomada de decisão que configuram essas práticas e as conectam em um todo coerente.

A ampliação das possibilidades de participação de todo tipo de público nas esferas decisórias dos museus traz em sua base uma noção ampliada de cultura, na qual diferentes manifestações culturais, principalmente aquelas oriundas de camadas menos favorecidas economicamente da população, passam a dividir espaço com a denominada “alta cultura”, historicamente alvo da preservação museológica. Modelos para a compreensão dos diferentes níveis dessa participação popular podem ser vistos nos trabalhos das autoras Anik Meunier e Virginie Soulier (2010: 309-330), Cristina Bruno (2006: 119-140) e Gerard Corsane (2005: 01-14), cujas proposições e análises são guiadas por um forte princípio de participação dos diferentes públicos na decisão do que deve ou não ser preservado e exposto pelos museus. Discussões sobre multiculturalismo, pluralismo e diversidade cultural entram com força no universo museológico trazendo novos desafios para as instituições que devem, dessa forma, criar novas práticas que respondam às demandas da sociedade e dos debates da arena intelectual de referência.

Outro aspecto das influências “democratizantes” no universo museal pode ser verificado nos debates sobre a participação pública na ciência, nos movimentos Ciência, Tecnologia e Sociedade e de controvérsia científica, que buscam trazer para a arena de discussões as formas como a ciência e a tecnologia são divulgadas e disponibilizadas para as populações. Nos museus essas questões surgem por meio da existência de formas de comunicação e educação que apresentam a ciência não como um produto “pronto e acabado”, mas como uma arena de debates nos quais diferentes posições podem ser tomadas. O incentivo à participação dos públicos nessa “tomada de decisão” também é alvo de estudos e práticas recentes nos museus de ciência e tecnologia (Cameron, 2005; Mintz, 2005; Pedretti, 2004).

Essa virada em direção a uma maior participação pública e perspectiva dialógica também é encontrada em museus de arte. Ao analisar a preparação e a qualificação dos educadores em museus de arte nos Estados Unidos, David Ebitz aponta a transição do modelo pedagógico do que ele denomina *empty vessel* – de

comunicação e educação unidirecional e transmissiva, tributário das Pedagogias Tradicionais – para uma pedagogia dialogada, “no qual o educando está engajado em um processo pessoal e social de descobrimento e construção de sentidos” (Ebitz, 2005: 152). De acordo com esse autor essa transformação ocorre a partir do último quarto do século XX em virtude do crescimento do número de visitantes e da já apontada necessidade de financiamento. “Novas e mais diversas audiências têm expectativas diferenciadas – e algumas vezes demandas – de para quê os museus de arte dever servir em suas vidas” (idem: 151).

No que se refere às ações educacionais a autora Melinda Meyer (2005: 356-368) justifica essa transformação a partir da existência de uma verdadeira “virada cultural” nos setores educativos dos museus de artes visuais. Para Meyer, essa virada aconteceu a partir dos anos 1970, em grande parte devido ao impacto do que ela denomina de influência das teorias pós-modernas no campo da história da arte e da educação, com conseqüentes repercussões na forma como os educadores dos museus passaram a enxergar o papel do público nessas instituições. Os questionamentos pós-estruturalistas, que dialogam com as chamadas perspectivas pós-modernas, permitem, de acordo com Meyer, a construção de um novo posicionamento educacional nos museus de artes plásticas que “transfere a construção de sentidos do objeto e do artista para quem interpreta” (idem: 359).

Nesse sentido, pode-se afirmar que a educação em museus de arte trilhou caminho semelhante à educação em museus de ciências humanas e museus de ciência e tecnologia, em direção a uma maior abertura para o público. Percebe-se a transformação na concepção de público, de “recipiente vazio” para sujeito com conhecimentos e expectativas prévias. Essa transformação reflete o quanto os visitantes – com seus hábitos, representações e expectativas pessoais – foram se tornando importantes para os educadores de museus ao longo do século XX. Essa idéia levou, no início da década de 1990, a uma percepção bastante ampliada das necessidades decorrentes da “alfabetização visual”, como aponta a já citada autora, Melinda Meyer:

The role of the educator was to function like an ethnographer who has the task of interpreting the cultures of visitors and scholars for one another. Museum educators wanted to empower visitors as freely functioning agents not dependent on morsels of scholarly information in order to navigate the strange, labyrinth worlds of museums (idem: 365).

Mesmo que, como alerta Mayer, as práticas educacionais dos museus não tenham se transformado tão rapidamente quanto as tendências teóricas se impuseram, suas conseqüências geraram uma transformação nos hábitos educacionais museais. O discurso do especialista não é mais a única voz ouvida nesses espaços, nos quais as necessidades do público passam também a ser consideradas, na medida em que encontram nos educadores de museus seus principais defensores.

Essa mesma trajetória de transformação, e de “empoderamento” dos públicos, também pode ser percebida nos museus de ciências e tecnologia. Se em um primeiro momento Sibebe Cazelli e outros autores (Cazelli et al, 2002) apontam a influência dos paradigmas advindos das pedagogias tradicionais na concepção das exposições e ações educacionais dos museus de ciências e tecnologia, em um segundo momento os autores enfatizam a mudança em direção a preceitos pedagógicos mais inovadores também nessas instituições.

Desta forma, nos afastamos da noção do público dos museus como uma grande massa homogênea e passamos a pensar, no mínimo, em comunidades de interesses, ou as chamadas comunidades interpretativas. Tais comunidades podem ser identificadas por grupos que compartilham as mesmas estratégias interpretativas, ou seja, por grupos que atribuem sentidos utilizando-se de estratégias interpretativas comuns.¹ Considerar essas particularidades tem se mostrado cada vez mais produtivo para o desenvolvimento de ações educativas e comunicacionais nos museus, uma vez que implicam no reconhecimento da diversidade e da participação ativa do visitante em seu processo de construção de conhecimento, levando em conta seus saberes prévios, repertórios e motivação pessoal.

Trabalhar com comunidades tem sido a missão fundamental de museus inspirados pela chamada Nova Museologia e pela Museologia social. Segundo Victor,

[...] os estudos de públicos aplicados à realidade dos museus tradicionais, não servem de todo, para captar a essência da museologia social, pelo que será aconselhável “espreitar” outras ciências e ferramentas em busca de respostas. (Victor, 2005: 167)

Experiências decorrentes desta facetada da Museologia colocam o museu como um espaço para acolher as demandas sociais, onde seus profissionais muitas vezes atuam como catalisadores e possibilitadores dos projetos comunitários. Em muitos casos reconhecem que não atendem simultaneamente a todo seu público, mas sucessivamente se abrem à realização do projeto de um grupo social, depois outro, conseguindo desta forma uma atuação mais representativa da diversidade presente em seu entorno.

Mais uma vez, essa atuação não se caracteriza pela ênfase no indivíduo, mas no grupo social. Portanto, o tema proposto pelo ICOFOM em 2013 nos desafia, neste ponto, a confrontar os limites entre ‘customização’, exclusividade e o compromisso educativo dos museus. Entretanto, ainda que as ações comunicacionais e educativas dos museus sejam elaboradas tendo em mente grupos e comunidades, a vivência e elaboração das experiências nos museus será sempre individual e de caráter subjetivo.

Bibliografia

BRUNO, Maria Cristina Oliveira, “Museus e pedagogia museológica: os caminhos para a administração dos indicadores da memória”. In: MILDNER, Saul Eduardo Seiger (Org.) *As várias faces do patrimônio*. Santa Maria: Pallotti, 2006. p. 119-140.

CAMERON, F. Duncan, “Contentiousness and shifting knowledge paradigms: The roles of history and science museums in contemporary societies”. In: *Museum Management and Curatorship*, 20, p. 213-233, 2005.

CAZELLI, Sibeles et al. Tendências pedagógicas das exposições de um museu de

1 “Given that the process of interpretation involves prior knowledge, and that the world is known through culture, our interpretation will be that which fits our particular time and place in the world. What we know is what we need to know to enable us to take our place in a particular society or group [...] It is within interpretive communities that the meaning-making of an individual is tested, revised, supported and developed. The interpretive community both sets limits for and constrains meaning, and enables meaning. Interpretive communities are not stable, but may change as people move from one to another.” (Hooper-Greenhill, 1994: 49-50)

ciência. In: Guimarães, Vanessa; Silva, Gilson Antunes, *Implantação de centros e museus de ciência*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002.

CHIOVATTO, Mila Milene, "Educação líquida: reflexões sobre o processo educativo nos museus a partir das experiências do Núcleo de Ação Educativa da Pinacoteca do Estado." In: CHIOVATTO, Mila Milene (coord.). *Anais do Encontro Internacional Diálogos em Educação, Museu e Arte [CD-ROM]*. São Paulo: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2010.

CORSANE, Gerard, "Issues in heritage, museums and galleries: a brief introduction. In: CORSANE, Gerard, *Heritage, museums and galleries. An introductory reader*. New York: Routledge, p. 1-14, 2005.

EBITZ, David, "Qualifications and the professional preparation and development of art museum educators". In: *Studies in Art Education. A Journal of Issues and Research*, v. 46, n. 2, p. 150-169, 2005.

HOOVER-GREENHILL, Eileen (ed.) *The educational role of the museum*. Londres e New York: Routledge, 1994.

LARROSA BONDÍA, Jorge. "Notas sobre a experiência e o saber de experiência". In: *Revista Brasileira de Educação* Jan/Fev/Mar/Abr 2002 N° 19, p. 20-28. Disponível online em: http://www.anped.org.br/rbe/rbedigital/rbde19/rbde19_04_jorge_larrosa_bondia.pdf, acesso em 13/02/2013.

MEUNIER, Anik; SOULIER, Virginie, "Préfiguration du concept de muséologie citoyenne". In: CARDIN, Jean-François; ÉTHIER, Marc-André; MEUNIER, Anik, *Histoire, musées et éducation à la citoyenneté*. Québec: MultiMondes, 2010. p. 309-330.

MEYER, Melinda M., "A postmodern puzzle: rewriting the place of the visitor in art museum education". In: *Studies in Art Education. A Journal of Issues and Research*, 46, n. 4, 2005, p. 356-368.

MINTZ, Ann, "Science, society and science centres". In: *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, Rio de Janeiro, Fundação Oswaldo Cruz, Casa de Oswaldo Cruz, v. 12 (suplemento), p. 267-280, 2005.

MOUTINHO, Mário Canova. "Os museus como instituições prestadoras de serviços". In: *Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias*, n. 12. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2008.

PASTOR HOMS, Maria Immaculada. *Pedagogia Museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona: Ariel, 2004.

PEDRETTI, Erminia. G., "Perspectives on learning through research on critical issues-based science center exhibitions". In: *Science Education*, v. 88, issue S1, p. 34-47, 2004.

VICTOR, Isabel. *Os museus e a qualidade - Distinguir entre museus com "qualidades" e a qualidade em museus*. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2005. (Cadernos de Sociomuseologia, 23)

ROBERTS, Lisa C. *From knowledge to narrative: educators and the changing museum*. Washington e Londres: Smithsonian Institution Press, 1997.