

## **Interação patrimônio, comunicação museológica e aprendizagem<sup>1</sup>**

Vera Maria Sperandio Rangel<sup>2</sup>

### **Resumo**

Neste artigo, objetiva-se apresentar algumas reflexões a respeito da educação e da comunicação nos museus atuais que se empenham em proporcionar educação ao seu público. A pergunta é: de qual educação e para quem estão falando? Para escolares? Ou de Educação Patrimonial, objetivando a autonomia das diferentes categorias de público, com ênfase na aprendizagem através de experiências, vivências, lazer e tantas outras intermediadas pela comunicação? Há propostas educativas nos museus. Falta segmentar as ações, para qualificar os programas. O pré-conceito de que educação é para crianças, entre outros, vêm afastando os adultos e jovens do museu. Além de que, a sociedade nos países em desenvolvimento carece de oportunidades de lazer, de entretenimento e de aprendizagem. Os patrimônios coletivos que o museu abriga precisam ser mais bem compartilhados, com público tão diverso quanto diversa é a sociedade brasileira e gaúcha.

**Palavras chave:** patrimônio, museologia, aprendizagem, comunicação, público.

---

<sup>1</sup> Pesquisa desenvolvida para a tese de doutoramento. Rangel, V. M. S. R. Os Museus de Calçada do Centro Histórico de Porto Alegre na Atualidade. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

<sup>2</sup> Vera Maria Sperandio Rangel Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

**Abstract**

In this article, we want to present some reflections about education and communication in nowadays museums, which ones make efforts to provide education to its public. The question is: which education and to who are they talking about? To students? Or about Patrimonial Education, aiming to the autonomy of different public categories, with emphasis in learning through experiences, leisure and many others intermediated through communication? There are educative proposals in museums. It lacks to segment the actions to qualify the programs. The preconceived ideas that education is only for children, among others, keeps away adults and young people from museums. Besides it, society in undeveloped contries lacks of opportunity of leisure, entertainment and learning. The collective patrimonies that museums shelter need to be better shared with a diverse public, as diverse is the brazilian and Rio Grande do Sul's society.

**Keywords:** patrimony, museology, learning, communication, public.

A maioria dos museus na atualidade dá ênfase às atividades educativas. É incomum, no entanto, ver-se um departamento e serviço dedicados à comunicação em um sentido mais amplo. Acredita-se que, para ser efetivo o projeto de educação, tem que ser pensada a efetiva comunicação do patrimônio com o público. A tecnologia vem revolucionando a comunicação e o museu tem possibilidade de transformar as museografias com imagens, cores, luzes e sons, múltiplos e conexos. O museu tem o permanente desafio de promover o diálogo entre informação, encantamento e conhecimento. Embora estejamos vivenciando as transformações culturais da primeira década do século XXI, nos museus persistem problemas anteriores àqueles apontados na Mesa Redonda de Santiago do Chile. Um destes problemas é bem conhecido: a escassez de público. Esse assunto recorrente é, permanece atual e

pertinente. Ao escassear o sujeito da relação homem x cenário x patrimônio, a quem o museu vai educar? Dizendo de outra forma, a quem vai servir? (Moutinho, 2001). Veja-se abaixo (quadro 1) o público em museus de Porto Alegre, RS, Brasil, dentro de um recorte temporal.'

**Quadro 1** – Evolução de público entre 2000/2010 e 2011

Museus/Público visitante	2000	2010	2011
MuseuJulio de Castilhos	34.837	22.110	22.716
Museu do Trabalho	7.338	7.752	8.811
MuseuHipólito Jose da Costa	-	6.287	3.155
Museu do Sport Club Internacional	12.100	65.209	38.679

(fonte: pesquisa realizada em 2010 para tese de doutoramento) Obs.: dados atualizados em 2011

A população de Porto Alegre é de mais de um milhão de pessoas. No centro da cidade, lugar da maioria dos museus, circulam 400 mil pessoas/dia. Avaliar como positivo apenas o número do público seria dar a esta variável um poder que, isolada, ela não possui. É apenas um dos parâmetros, entre outros, que devem ser analisados. Porém avalia-se que o público é um imperativo na relação. Se não houver a presença do público que é “O sujeito que ensinando aprende e o sujeito que aprendendo ensina é impossível a situação educativa” (Freire, 1996, p.55). Isto é, sem os sujeitos é impossível a *situação educativa*. Paulo Freire dedicou sua vida à Educação, propôs ensinar a estudar e não a armazenar conteúdos. Nos países desenvolvidos como os da Europa e Estados Unidos, pensam em grupos de famílias como público-alvo nos museus, com objetivo educativo e pela influência positiva que familiares exercem na formação de hábitos culturais nas crianças (Studart, 2007). Na Europa, já

nos anos 90 do século XX, o Conselho da Europa - Comitê dos Ministros, em 17 de março de 1998 e também a UNESCO, publicam:

*“a recomendação nº 98-5 do comité dos Ministros dos Estados Membros relativo a Pedagogia do Património. [...] Nessa recomendação: Por Pedagogia do Património ficou estabelecido que deveria ser entendido como “toda a acção pedagógica fundamentada sobre o património cultural. Acções que assim fundamentada integrem os métodos de ensino activo e criem disciplinas específicas que estabeleçam uma parceria entre ensino e cultura, e recorram aos métodos de comunicação e de expressão variadas.” (UNESCO apud Primo, 1999, p. 127).*

A importância do tema da preservação do patrimônio para a comunicação, com vistas à educação, é reconhecida no cenário mundial. No entanto, os museus encontram dificuldades para atingir objetivos socioeducativos. Dirigir-se às várias faixas etárias que formam a sociedade é uma abordagem inclusiva e positiva, já que a sociedade contemporânea demanda uma educação continuada. As gerações anteriores possuíam um quadro de referência<sup>3</sup> (Jenkins, 2008, p.166) que possibilitava a compreensão do universo de uma exposição etnográfica ou histórica, com a conclusão de que a comunicação entre eles era facilitada. As referências que, de uma maneira geral, pela estruturação da educação atualmente, a juventude não possui.

---

<sup>3</sup> O Sistema de Ensino de uma forma geral era mais abrangente quanto ao conhecimento de línguas (Latim, Francês, Inglês) história geral, canto orfeônico, trabalhos manuais, civismo, etc.

Na sociedade contemporânea, a finalidade da proteção do patrimônio coletivo é também a questão da identidade. Ao desenvolver-se o conceito de patrimônio, passou a abranger-se um conjunto de bens culturais. Há alguns anos, o conceito de patrimônio vem se alargando (Ribeiro & Zanirato, 2006; Primo, 1999; Moutinho, 2010). Paisagens, casarios de época, tradições, comidas regionais, expressões populares de arte (as mais variadas), documentos, sítios arqueológicos, enfim, bens materiais e imateriais passaram a ser valorizados pelas instâncias sociais e governamentais. O patrimônio natural é conservado com critérios científicos, sendo relevante sua manutenção porque “Uma área natural protegida é um laboratório de pesquisa que possibilita estudar reações da dinâmica da natureza em si” (Ribeiro & Zanirato, 2006, p.51).

Na década de 1970 teve início a sinalização para que a museologia se envolvesse com a ecologia. Atualmente, a ênfase está na diversidade e nas minorias étnicas, que todos tenham seus direitos respeitados também nos museus. Esta reivindicação é consequência direta da democratização da museologia, que enfatiza as minorias étnicas desde a China ao Brasil. As práticas da ecomuseologia e da sociomuseologia podem ser aliadas na construção da harmonia social. Como exemplo, temos o Museu da Maré no Rio de Janeiro (Moutinho, 2010, junho, p. 9). Moutinho (2001) argumenta que, ao ampliar-se o conceito de patrimônio, há uma consequente redefinição do objeto museológico, além da participação e gestão da comunidade nas atividades museais, com atenção para as questões de interdisciplinaridade.

O uso de novas tecnologias e a museografia como meio de comunicação são questões que, se praticadas em parte ou em sua totalidade, caracterizam a museologia contemporânea. Para Moutinho, esses são exemplos de uma

“museologia que se enquadra no conceito mais amplo de Museologia Social, a qual traduz uma parte considerável do esforço de adequação das estruturas museológicas aos condicionalismos da sociedade contemporânea” (Moutinho, 2001, p.2). Prossegue com a ideia de que é a complexidade da museologia praticada no cotidiano que resulta em uma museologia com alguns exemplares da prática tradicional, mas com vários exemplos da museologia social, o que testemunha a cultura contemporânea, portanto ela mesma representando uma característica da mudança.

### **A importância da comunicação museológica**

Em tese, em uma estrutura expositiva básica e nas linguagens que comumente as integra, o objetivo de comunicar para educar está presente. Esses objetivos são atingidos? Esta é uma questão aberta. Utiliza-se a referência transversal a Umberto Eco (1989) em consequência da percepção da complexidade do assunto. Não basta que a exposição use linguagem polissêmica. Há uma relação social construída para a leitura, ou seja, para a *decifração* com a apropriação da mensagem pelo público (Davallon, Jacobi & Van Praet, 2005, p. 349-64). Para a semiologia, "toda imagem é polissêmica e pressupõe subjacente a seus significantes, uma 'cadeia flutuante' de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros" (Barthes, 1984, p.32). Compreendendo aqui leitor como público.

Item importante nos planejamentos das exposições é a consciência da equipe do museu de que o público que virá é heterogêneo. Os pesquisadores que se ocupam com a recepção dos públicos nos museus, pensam que “É fundamental compreender, no entanto, que as linguagens inscritas nos museus têm leituras diferenciadas e não devem ser vistas como detentoras de uma lógica própria, nem submissas a um modelo fixo” (Santos, 2003, p. 130). Nas

exposições que usam linguagens mistas e entrecruzadas, as mensagens emitidas têm mais chance de serem recebidas por um número maior de pessoas, considerando a complexidade do sujeito-público: “[...] está claro que a classe social e o background educacional são determinantes importantes. Socialização, hábitos familiares e atitudes, interesses relacionados a coleções e exposições, todos tem um papel na decisão das pessoas de fazer visitas” (Hooper-Greenhill, 1994, p.58).

Para quem desconhece os códigos semióticos que são usados nas exposições, muitas imagens permanecem polissêmicas e indecifráveis. Sobre legendas e textos, que recomenda sejam breves, acredita que isso iria facilitar as leituras. Lembra-se, porém, que com textos breves o risco é o de deixar lacunas que dificultam igualmente as leituras. Percebe-se a complexidade que é para os museólogos e trabalhadores em museus escolher uma museografia que seja compreendida pela maioria, quando o nível da sociedade tem extremos de alta e baixa escolaridade.

Nos museus, continua-se a tratar todos da mesma maneira, descuidando diferenças e necessidades individuais. Há diversas formas de aprender e de estimular a aquisição do saber. Vários pesquisadores, em nível internacional, estudam os públicos há vários anos. O Brasil está acordando para a questão. Os estudos apontam mais de um tipo de motivação para que se visitem museus. Uma delas é social, outra, diversão. As pesquisas com visitantes podem esconder algumas razões da visita. O Jardim Zoológico é citado como exemplo. O público, ao ser pesquisado, pode responder que o motivo de sua visita é apenas diversão, mas certamente têm expectativa de observar os animais e, ao satisfazer sua curiosidade sobre eles, também estará adquirindo conhecimento (Almeida, 2005). Em pesquisa com público de

museus para a tese, ao responder sobre o que busca no museu, percebe-se várias motivações (quadro 2).

Os entrevistados disseram que buscam no museu, em primeiro lugar, as informações (68,8%), depois, entretenimento (60%) e a pesquisa é determinante para 47,5% dos respondentes. Entretenimento é o ponto que parece ser fundamental: é necessário divertir, proporcionar convívio agradável. O objetivo de educar estará presente mesmo assim. Para o entretenimento, haveria interesse de uma maior diversidade de públicos, o que tornaria os museus de uma maneira geral mais atrativos.

**Quadro 2 - O que você busca no museu?**

O que você busca no museu?	Nº. Entrevistados	%
Informações	55	68,8
Entretenimento	48	60,0
Pesquisa	38	47,5
Exótico	11	13,8
Inacessível	08	10,0
Não resposta	01	1,3
Total	80	

Fonte: pesquisa de público aplicada julho de 2011.

Nota: A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas.

A carência de pesquisas periódicas que subsidiem estudos e avaliações, nas áreas de práticas culturais e de lazer, é apontada por agentes da cultura (Almeida, Studart, & Valente, 2003, Cabral, 2006, Koptcke, 2003). O registro de visitas aos museus sem controle de bilheteria, usado há longo tempo e encontrado ainda nos dias de hoje, é o livro de registro de visitas, método que permite apenas uma noção aproximada do número de público. Muitos visitantes deixam



de registrar a visita, pois apor a assinatura no livro de visitas não é obrigatório.

Quem vai aos museus? Segundo a professora emérita inglesa Hooper-Grenhill, fica claro, por resultados de pesquisas, que a classe social e o *background* são importantes para as pessoas irem aos museus. O uso do museu pode incluir educação, socialização e hábitos familiares. O sucesso que a instituição irá obter depende de uma boa compreensão que os profissionais do museu possuam das funções sociais dos museus e galerias, “temos discutido a ideia de que o museu deveria ser usado por uma ampla categoria social” (Hooper-Greenhill, 1994, p.47-60). Exposições extraordinárias atraem um público igualmente extraordinário. A questão é cativar um público para o cotidiano. Criar uma relação da comunidade com o seu patrimônio. O museu é que abrirá ao cidadão a possibilidade de percorrer o processo de *educação continuada*, vinculando o patrimônio com a educação e a sua vivência na comunidade. A aprendizagem ao longo da vida é apontada como necessária para a sociedade do conhecimento (Gadotti, 2000, Delors, 2005).

Os trabalhadores dos museus no século XXI terão como desafio potencializar o papel educativo dessas instituições no desenvolvimento da sociedade e enfatizar seu papel social num mundo cada vez mais globalizado e desigual (Stuart, 2007). Os museus vêm dando alguns passos, na realização de pesquisas para conhecer seu público. Conhecer o público é uma condição essencial para saber suas expectativas. Sobre conceitos pedagógicos de *educação continuada* em museus, não há evidência de programas específicos em execução. Apesar disso, há alguns estudos sobre os processos educativos que atestam a preocupação e o alerta sobre o ponto, no campo da Museologia. Na síntese conclusiva de Ulpiano Bezerra de Menezes (2000), no artigo 'Educação e

museus: sedução, riscos e ilusões', diz que se fosse a ele solicitado um conselho, de como melhor educar nos museus, escolheria como "pontos cardeais: formação crítica, parâmetros de conhecimento, especificidade na cultura material e subordinação das técnicas aos três critérios precedentes". Acredita o autor que, quanto maior for a distância entre o museu e o conhecimento, maior será o fosso criado entre museu e educação.

Os museus, quando passaram a interagir com grupos sociais específicos e se envolveram com as comunidades mais diretamente, encaminharam-se para o museu integral, como preconizado no Chile em 1972. No dizer de Mário Chagas e Regina Abreu "para além da educação patrimonial, interessa compreender a educação como prática social aberta à criação e ao novo, à eclosão de valores que podem nos habilitar para a alegria e a emoção de lidar com as diferenças." (Abreu & Chagas, 2003, 135-146). Aprender a lidar com as diferenças é parte do processo educativo humano, da mesma forma a educação ser uma prática social. A educação não se restringe às paredes escolares, museais ou outras, mas se esparrama por todo o tecido social, tanto urbano como rural.

No museu, entretanto, o tema a ser tratado, exposto, comunicado, depende exclusivamente da especificidade do patrimônio que constitui o acervo daquele museu e, principalmente, das pesquisas realizadas a partir deste patrimônio. A pesquisa, ela sim é um grande limitador – quando incipiente. O museu que apenas exhibe o patrimônio, sem aprofundar a pesquisa, emite um discurso pobre. Propor programas e atividades que sejam interessantes para muitos da sociedade certamente trará reflexos na qualidade de vida do sujeito social. Propor a participação e a mobilização da comunidade, ao invés de trabalhar com os conceitos de emissor e de receptor da semiologia (Pereira, 2004, p.50) será um avanço. Segundo Leach (1976, p. 20) "a comunicação humana concretiza-se por meio de ações expressivas que

funcionam como sinais, signos e símbolos e que comunicamos uns com os outros de modos e canais muito diferentes e muito complexos". Os objetos são pensados como um sistema de comunicação (Leach *apud* Gonçalves, 1995, p. 60) na perspectiva deste antropólogo da metade do século XX, os anos 50.

### **Museus agências educativo-culturais para o desenvolvimento integral do Homem**

O museólogo educador precisa compreender a complexidade do processo ensino-aprendizagem para ter um resultado eficiente. Dentre as importantes recomendações da 'Declaração de Caracas' (1992) está a de que a missão primeira do museu seja a comunicação com a sociedade, além da gestão dos museus com qualidade. O reconhecimento de que, seja qual for a natureza do seu patrimônio, o museu deve atuar fundamentalmente como canal de comunicação com a sociedade. Educar, com relação ao museu, significa transversalmente comunicar. O museu ao propor, questionar e executar uma boa proposta na comunicação do seu patrimônio e com múltiplas linguagens estará contribuindo para a integração de vários públicos. O desafio da inserção da tecnologia no museu vai permitir linguagens mistas, diálogos e articulações do patrimônio, com o tema, a museografia e as diferentes e várias linguagens.

“Baseado no conhecimento adquirido e através da memória, o sujeito procura estabelecer conexões tipo estímulo-resposta entre significantes & significados, entre representações & seus objetos ou referentes, evocando padrões culturais reconhecíveis. Essas associações familiares recuperam e atualizam relações históricas entre sinais

sensoriais e padrões, modelos e estereótipos (verbais, visuais, etc.) aprendidos pelo sujeito desde a infância, sob diversos enfoques ideológicos.” (Cauduro, 1998, p. 67)

Como explica Cauduro, o público que conhece o patrimônio, que embasa o tema da narrativa expositiva do museu que frequenta, procura e encontra as conexões, aquilo que faz sentido para ele e assim vai processando o conhecimento.

Compreender a exposição museológica como parte do processo de comunicação na sociedade nos leva à interdisciplinaridade. Descobertas da ciência cognitiva e da neurociência reconhecem que há diversos tipos de mentes, várias formas de aprender, de lembrar, de resolver problemas, de compreender e de representar alguma ideia ou algo. Nem todos têm os mesmos interesses ou as mesmas habilidades. Os museus vêm se especializando, e com isso há uma preocupação em como tornar as exposições museológicas didáticas, atraentes e estimulantes para todos os públicos. A questão é não apenas lograr êxito com a quantidade de público, “só isso não é suficiente: é preciso entender o processo de comunicação que ocorre dentro do museu, entre exposição e visitante, para que se possa realmente melhorar o poder de comunicação das exposições” (Almeida, 1995, p. 325-334). Na Europa as verbas públicas destinadas aos museus diminuíram ao longo da década de 1980, e os trabalhadores em museus buscaram estratégias de marketing para o desenvolvimento de projetos com vistas a atrair o público. Igualmente em Toronto, no Canadá, foi trabalhada a necessidade de modificação nas exposições para agradar aos públicos. A experiência positiva que o visitante vive, ele 'divulga de forma eficaz'. Ainda assim, a relação do público consumidor com as exposições é bem diferente daquela almejada pelos museus integrais. Aquele que entra

no museu precisa se transformar a partir do que viu, sentiu e respondeu. Embora haja um grande debate em torno das possibilidades de aproximação entre consumidores e cidadãos, o conceito de *educação continuada* é útil no atendimento de públicos-alvo diversificados (Canclini, 2006).

A aprendizagem se efetiva na experiência da visita, é nela que “o público pode se divertir, se chatear, aprender, aumentar sua curiosidade de aprendizagem [...]. Em artigo, Munley destaca que a aprendizagem em museus é específica e diferente daquela de espaços tradicionais como a escola.” (Almeida, 1995, p. 328). Nos museus em geral, também no Brasil, o que Almeida aponta é uma vantagem dos museus frente ao sistema de educação formal. Há, de parte da museologia, uma 'liberdade' para a abordagem de temas que, se forem trabalhados com eficiência, levarão a bom termo os objetivos educacionais aliados aos de lazer.

Sabemos que estudiosos da museologia como disciplina científica desejam que o equilíbrio das funções seja conquistado nas organizações museais, porque o equilíbrio demonstra que nada está sendo priorizado e sim, que as funções estão sendo trabalhadas pari-passo. Como explicado por Mário Chagas<sup>4</sup>, em 1991: se houver muita pesquisa será uma casa de excelência; muito lazer, uma casa de espetáculo; e se houver só educação, uma escola.

Educação *life-long learning*, desde a Conferência Internacional de Educação de Adultos, em Hamburgo (1997), estabelece diretrizes para promover o desenvolvimento integral do Homem, independente da idade. Nos museus, tanto no Brasil como em outros 192 países membros da

---

<sup>4</sup> Aula ministrada por Mário Chagas no Curso de Especialização em Museologia na PUCRS, 1991.

UNESCO<sup>5</sup>, há espaço para um vigoroso engajamento nos programas em execução, não excluindo novas propostas. Os museus podem potencializar as ações recreativas, envolvendo os mais variados atores sociais, para ser de fato uma ferramenta para elevar a qualidade de vida<sup>6</sup> das populações. Há desigualdade nas condições de acesso tanto à educação formal quanto aos resultados educacionais básicos das crianças, jovens e adultos, com maior penalização dos mais pobres, dos camponeses e dos que não concluíram o estudo compulsório na idade apropriada.

Um aspecto a ser considerado pelos museus está relacionado aos novos meios de comunicação. O ciberespaço é a questão que está posta na sociedade do saber, como denominada a sociedade por Pierre Lévy (2007), em conferência no projeto Fronteiras do Pensamento, 2007. A respeito da linguagem digital, Lévy fala da “[...] transformação da sociedade que estamos vivendo, em relação com o desenvolvimento da *Internet*, do ciberespaço e dos instrumentos digitais de processamento e da comunicação” (Lévy, 2008). Daí advém a necessidade que tem o museu de trabalhar a educação patrimonial, cada vez mais por meio da comunicação. Os públicos são atraídos pelas mídias participativas e interativas. Nos museus, há que atentar para segmentos de público com dificuldades no domínio das novas tecnologias. Para ser inclusivo, o museu tem que pensar em um público amplo.

Atualmente a educação vem sendo discutida em termos de convergência, inteligência coletiva e participação,

---

<sup>5</sup> *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* [UNESCO].(2010). <http://www.unesco.org/en/confiteavi>. Acedido a 16 de Outubro, 2010 de UNESCO em [www.unesco.org](http://www.unesco.org).

<sup>6</sup> Qualidade de vida: "a percepção do indivíduo de sua posição na vida no contexto da cultura e sistema de valores nos quais ele vive e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações" (WHOQOL GROUP).

ou seja, de produção mútua, pois, como já dito anteriormente, hoje o conhecimento é coletivo (Jenkins, 2008). A maior explosão de sucesso entre os jovens, e que se espalha rapidamente para outras faixas, são os sites de mão dupla, onde você participa e tem respostas na hora. A atenção para a característica do que seja a educação permanente é valorizada atualmente pela necessidade da constante e rápida mudança na área do trabalho, da tecnologia, nanotecnologia e informatização, e outras da atual fase do camaleônico capitalismo, o que obriga o profissional no mercado a buscar continuamente atualização, para não ficar defasado neste mesmo mercado. Afirma Zygmunt Bauman que o “presente culto da educação permanente está parcialmente concentrado em atualizar o ‘estado da arte’ na informação profissional” (Bauman, 2010, p.54). O Brasil, país com muitos desníveis sócio-econômicos e baixos índices de escolarização, começa a preocupar a categoria empresarial que necessita mão-de-obra capacitada nas suas indústrias. A inclusão é pensada em termos de minorias, sejam elas étnicas, de gênero e mesmo de pessoas com alguma deficiência. Contudo, para quem esteve nas escolas por pouco tempo, ou há muitos anos, há poucos programas públicos. No V CONFINTEA “A educação de adultos engloba todo o processo de aprendizagem, formal ou informal, [...] para a satisfação de suas necessidades e as de sua sociedade” (UNESCO, 1997, p.42). neste encontro foi estabelecida a vinculação da educação de adultos com o desenvolvimento sustentado.

O espaço da educação e da formação básica, evidentemente, é uma questão prioritária para todos, em todos os lugares. Na família e na escola, se transmite às crianças e jovens a cultura. Nas sociedades ditas desenvolvidas, suas populações estão com as questões

básicas de leitura e escrita atendidas. Porém, não há correspondência na América Latina, onde os países são carentes, com algumas exceções, da oferta de escolas públicas de qualidade. Porque “a despeito do aumento da oferta, não é certo que sejam os mais desprovidos e aqueles que têm mais necessidade de cultura para se adaptar à sociedade os que usufruem mais do setor não formal” (Davallon, Jacobi & Van Praet, 2005, p.360). Não só por causa do aumento dos períodos de lazer, e da expectativa de vida, mas também pela reivindicação do acesso à cultura para todos e durante toda a vida.

### **Uma demanda social**

Na América Latina e, particularmente, no Brasil, o processo educativo nos museus deveria ultrapassar a perspectiva complementar das escolas. A questão que se estabeleceu refere-se aos processos na educação formal e aos limites na escolarização dos museus. O debate aponta ainda os níveis de sobreposição de competências. O usual nas políticas educacionais é a articulação em níveis bem definidos, na organização dos sistemas de “ensinos pré-escolar, fundamental e médio, técnico e profissional, educação de adultos e ensino superior, formação pedagógica, etc. Essa divisão administrativa, sem dúvida nenhuma, continuará sendo útil e necessária para fins operacionais e de planejamento [...]” (Papadopoulos, 2005, p. 24). A Educação formal, como está organizada atualmente, e a constatação de que a mesma deverá continuar por ainda ser útil, expõem a relação Museu x Escola como uma parceria informal e pensa-se que, na maneira como esta se apresenta, é ineficaz. As comunidades do mundo, em algum momento, se tornam ‘sociedades do conhecimento’ de acordo com o desenvolvimento de cada país. Há necessidade do uso de novas estratégias para que a informação que domina todos os setores da atividade humana, nas democracias, sejam elas



consolidadas ou jovens, seja empregada para a aprendizagem e crescimento dos cidadãos “Assim, a aprendizagem torna-se um elemento essencial durante toda a vida do indivíduo, seja uma melhor adaptação à vida profissional seja por representar uma atividade autônoma.” (Papadopoulou, 2005, p. 24).

As novas tecnologias digitais e de comunicação estão cada vez mais nos habituando a conviver com a pós-modernidade, essa era da pluralidade, da fragmentação, da heterogeneidade, da complexidade, das contradições insolúveis, das incertezas, das simulações, da transitoriedade, da globalidade, do biopatrimônio e do patrimônio intangível. A questão é o acesso da população e como democratizar este acesso e a acessibilidade, no sentido de que todos os tipos de públicos visitem e aproveitem os recursos das exposições. Almeida discute esse tema: “Deseja-se tanto quantidade de público como qualidade na fruição. Para isso é necessário trabalhar com a contradição ‘divulgação x distinção’, pois os museus estarão sempre selecionando o que expor.” (Almeida, 1991, p. 57).

Na seleção do que expor e do que deixar de fora, a ideologia e o poder de quem faz a escolha, ou é responsável por ela, é intenso. Conforme a escolha recaia neste ou naquele ‘recorte histórico’, também fica determinada a maior identificação com o tipo de público que será atraído por aquela exposição. O comentário de Almeida também mostra a preocupação com a comunicação e acesso a ela na última década do século XX, antes mesmo do processo de globalização ter intensificado a informatização das sociedades. A relação com as novas mídias interativas é um aspecto importante a ser considerado nos atuais processos educacionais,

É impossível pensar-se atualmente em transmissão de conhecimento sem considerar que os jovens hoje têm acesso à *Internet* e à tecnologia e que fazem desses meios parte integrante de suas falas. Daí advém a necessidade que têm os profissionais de museus de explorar os meios de comunicação quando consideram a educação como uma das suas funções. A adequação aos meios de comunicação atuais não é um problema apenas dos museus contemporâneos. As escolas também se voltam para essas questões. A tecnologia vem cada vez mais e mais se disseminando com as atuais mídias e o capitalismo globalizado encontra, nele mesmo, novas formas de exclusão, ressentindo-se mais profundamente as populações dos países emergentes e também a população adulta. O acesso às redes é do usuário, livremente, a seu critério. A *Internet* é útil ao usuário consciente e perigosa para o ignorante (Eco, 2011). O uso de tecnologias, como multimídia, não assegura por si que a mensagem emitida será recebida.

Contemporaneamente, a mediação é usada como um recurso pedagógico que os museus adotam para o diálogo direto com as pessoas que chegam às exposições (Burnham & Kai-Kee, 2005, Meszaros, 2006, Helguera, 2011). A mediação propõe uma interação de dentro do museu com o de fora. Ao fazer a interação o mediador aproxima narrativa e ilustrações, pinturas e textos, facilitando a interpretação e a aprendizagem da experiência pessoal e particular. A mediação, quando cuidadosa e adequada, emulsiona a compreensão. Compreender é aprender. É diverso o aprendizado ou a compreensão de um espectador tratado como tal, em oposição ao que recebe o tratamento de consumidor (Helguera, 2011). O mediador deveria desenvolver seu ofício em uma perspectiva dialógica, para perceber o que para este espectador ou este grupo seria importante. Na perspectiva dialógica, o mediador “constantemente deve tentar integrar numa troca e numa

reflexão sobre a obra, e com base em seus comentários e reflexões, ir oferecendo dados e outros tipos de informações para assim construir colaborativamente a interpretação da mesma” (Helguera, 2011, p. 7-10).

O papel principal da mediação é fazer o espectador perceber que há mais de uma explicação e uma diversidade de atributos, formais, históricos e inclusive estéticos que dão significado ao objeto. Diálogos e distância crítica são bons parceiros de mediadores em museus de arte. Penso que são critérios igualmente desejáveis nas demais tipologias museais. Que os museus têm o objetivo de educar é um consenso. Procuraram-se autores que discutem a educação informal, que se acredita seja a que o museu realiza. Temos então que a aprendizagem nos museus é informal e também específica. É dependente do tipo de patrimônio e das circunstâncias de cada uma das instituições. E que tenha esta uma boa equipe técnica e das estratégias criadas para a boa comunicação do patrimônio. Não é coerente com a prática dos museus o usual departamento de Ações Educativas, restrito à infância e escolares, quando a sociedade possui carências graves justamente no que diz respeito à educação.

### **Considerações**

A preocupação da museologia com a educação na contemporaneidade necessitará ampliar as metas e os objetivos, para desenvolver e, mais que isso, promover a qualidade de vida, a reflexão crítica, a participação e a ação autônoma integradora dos indivíduos, grupos e comunidade através da comunicação eficiente com o público. O museu no futuro poderá estar integrado ao desenvolvimento pessoal e interpessoal e na qualificação do uso do tempo livre das pessoas. As populações atualmente com maior expectativa de vida terão no museu uma multiplicidade de opções para

usufruir no seu lazer. Assim como se sabe que não há uma única definição para o que seja a educação, sabe-se que há necessidade de equipe interdisciplinar no museu.

Os dados colhidos na pesquisa indicam que, atualmente, o público que teria maior necessidade de educação e recreação está afastado do museu. O que frequenta é porque tem boa escolaridade. O fato é que, sem ter conhecimentos antecedentes e algum capital cultural e simbólico, os cidadãos dificilmente formarão o hábito de frequentar museus.

O desafio atual é atender, em alguma medida, a demanda social latente por educação que há na população dos países chamados emergentes. (Re)Conhecer o patrimônio como seu facilitará a consciência da cidadania e o museu (o patrimônio) passará a ter um sentido em suas vidas. A educação patrimonial e informal, com a comunicação proposta nos museus pode ser dinâmica, diversificada, com múltiplas interpretações e etc., etc... Não significa dizer com isso que ao museu seja dispensada a organização, o planejamento e a avaliação das ações e programas. A relação, para ser conceituada *com* a sociedade, no mínimo, deve ser pensada e proposta a um público amplo, que possa ser dela representativo. Quanto mais restrito e mais especializado for o público, menos ele será da comunidade, da cidadania, enfim, da sociedade. Construir parcerias é uma inovação no que se refere ao funcionamento das instituições museais, porém sejam públicos ou privados, o volume de ações é de tal maneira complexo, que patrocínio, mídia para a divulgação e outras questões ao serem equacionadas com o comprometimento de vários, refletem-se nos custos e igualmente nos resultados. Acessibilidade universal que atualmente é facilitada pela tecnologia, igualmente depende do olhar das equipes e das museografias.

**Referências bibliográficas**

- Abreu, R. & Chagas, M. (coord.). (2003). *Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Almeida, A. M. (2005). O contexto do visitante na experiência museal: semelhanças e diferenças entre museus de ciência e de arte. *História, Ciências, Saúde - Manguinhos*, v. 12, 31-53.
- Almeida, A. M., Studart, D. C., & Valente, M. E. A. (2003). Pesquisa de Público em Museus: desenvolvimento e perspectivas. In Gouvêa, G., Leal, M. C., & Marandino, M. (Coord.). *Educação e Museu: A construção do caráter educativo dos museus de ciências* (pp. 129-157). Rio de Janeiro: Access/ FAPERJ.
- Almeida, A. M. (1995). Estudos de público: a avaliação de exposição como instrumento para compreender um processo de comunicação. *Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia*, v. 5, 325-334.
- Almeida, A. M. (1991). Tempo dos Museus. *Ciências Em Museus*, v. 3, 57-71.
- Barthes, R. (1984). *O Óbvio e o Obtuso*. Edições 70. Portugal.
- Bauman, Z. (2010). *Capitalismo Parasitário*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Burnham, R., & Kai-Ke, E. (2005/ primavera). The Art of Teaching in the Museum. *The Journal of Aesthetic Education*, Volume 39, Number1, 65-76.
- Cabral, M. (2006). Avaliação das ações educativas em museus brasileiros. Comunicação apresentada na Conferência Anual do CECA/ICOM 2006, Rio de Janeiro, Brasil.
- Canclini, M.G. (2006). *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ.

- Cauduro, F. V. (1998, jul./dez.). A prática Semiótica do Design Gráfico. *Verso & Reverso*, Ano XII, nº 27, 63-84.
- Declaração de Caracas (1992). Paraná: Secretaria da Cultura.
- Davallon, J., Jacobi, D., Van Praet, M. (2005). Três olhares de além-mar: o museu como espaço de divulgação da ciência (entrevistas concedidas a Luciana Sepúlveda Köptcke e Luisa Massarani). *Museus e Ciência s-* Dossiê 4º Congresso Mundial de Museus e Centros de Ciência (2005), vol. 12, Suplemento 2005, p. 349-364.
- Delors, J. (Coord.). (2005). *A educação para o século XXI - As questões e Perspectiva*. Porto Alegre: Artmed.
- Eco, U. (1989). *Obra Aberta*. São Paulo: Perspectiva.
- Eco, U. (2011). Umberto Eco: "O excesso de informação provoca amnésia". *Revista Época*. Acedido em 2013, jan, de <http://revistaepoca.globo.com/ideias/noticia/2011/12/umberto-eco-o-excesso-de-informacao-provoca-amnesia.html>.
- Freire, P. (1996). Educação e Participação Comunitária. In Castells, M., Flecha, R., Freire, P., Giroux, H., Macedo, D., & Willis, P. *Novas Perspectivas Críticas em Educação* (pp. 53-61). Porto Alegre: Artes Médicas.
- Gadotti, M. (2000, junho). Perspectivas atuais da educação. *São Paulo em Perspectiva*, v.14, nº 2, 03-11.
- Gonçalves, J. R.S. (1995). O templo e o fórum: reflexões sobre museus, antropologia e cultura. In: MinC. IPHAN. *A Invenção do Patrimônio* (p.55-66). Rio de Janeiro: IPHAN.
- Hooper-Greenhill, E. (1994). *The Educacional Role of the Museum* (1st edition) Routledge, London: ECAP 4EE.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo, Aleph.
- Leach, E. (1976). *Cultura e Comunicação*. Lisboa: Edições 70.
- Lévy, P. (2007). *A Linguagem na era digital*. Comunicação apresentada na edição de 2007 do Fronteiras do Pensamento, Porto Alegre.
- Lévy, P. (2008). A Linguagem na era digital. In: Azt, G., Shüller, F., Silva, J. M. (Coord.). *Fronteiras do Pensamento*:

- retratos de um mundo complexo (pp. 349-359). São Leopoldo: Ed. Unisinos
- Menezes, U. B. (2000). Educação e museus: sedução, riscos e ilusões. *Revista Ciências e Letras*, n. 27 jan./jun., p. 91-101.
- Moutinho, M. C. (2001). O ensino da Museologia no Contexto da Mudança Social na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. *Revista de Museologia*, Asociación Española de Museólogos, Madrid.
- Papadopoulus, G. S. (2005). Aprender para o Século XXI. In Delors, J. (Coord.), *A educação para o século XXI: questões e perspectivas* (pp. 19-34). Porto Alegre: Artmed.
- Pereira, P. M. F. C. (2004). O Museu deverá organizar-se para a preservação ou para o desenvolvimento? *Cadernos de Sociomuseologia*, nº 34.
- Primo, J. S. (1999). Museologia e Patrimônio: Documentos Fundamentais – Organização e Apresentação. *Cadernos de Sociomuseologia*, caderno 28, nº 15, p. 95-104.
- Moutinho, M. C. (2010, junho). Los ecomuseos para La armonía social. *Notícias Del ICOM*, vol. 63, nº 1, p.9.
- Ribeiro, W., & Zanirato, S. (2006). Patrimônio cultural: a percepção da natureza como um bem não renovável. *Revista Brasileira de História*. Vol. 26, nº 51. p. 251-262.
- Santos, M. S. (2003). Museu Imperial: a Construção do Império pela República. In Abreu, R., Chagas, M. (Coord.). *Memória e Patrimônio: Ensaio Contemporâneos*. (pp. 111-131) Rio de Janeiro: DPA Editora.
- Studart, D. C. (2007, julho). Museus: emoção e aprendizagem. *Revista de História da Biblioteca Nacional*, ano 2, nº 22, 82-85.