

**Museu das Culturas Dom Bosco: com a palavra os
visitantes**

*Museum of Cultures Dom Bosco: with the word the
cisors*

Juliano Hipólito Ferreira

Bacharel em Turismo, ênfase em Desenvolvimento Local, pela
Universidade Católica Dom Bosco-UCDB. Intérprete/Tradutor do MCDB.

RESUMO

O presente artigo pretende fazer uma explanação relacionada à visitação de turistas estrangeiros no período em que o Museu das Culturas Dom Bosco esteve aberto entre os meses de novembro de 2006 a outubro de 2007, quando recebeu visitantes oriundos de diversas partes do mundo como Estados Unidos, Europa e Ásia. O objetivo principal deste artigo é abordar a percepção obtida pelos turistas estrangeiros quanto ao Museu das Culturas Dom Bosco em seu novo espaço.

ABSTRACT

The present article intends to make an explanation related to the visitation of the foreigner tourists at the time that the Museum of Cultures Dom Bosco was open between the months of November 2006 and October 2007, when it has received visitors from many parts of the world as USA, Europe and Asia. The principal goal of this article is to address the perception obtained by the foreigners as to the Museum of Cultures Dom Bosco in its new space.

PALAVRAS-CHAVE

turistas
museu
percepção

KEY-WORDS

*tourists
Museum
perception*

INTRODUÇÃO

Tendo como base de suporte científico a Teoria da Recepção, além da Estética da Comunicação que será abordada aqui no decorrer deste artigo, as visitas realizadas ao Museu das Culturas Dom Bosco (MCDB) e aspectos da percepção captados por meio da reação dos turistas estrangeiros observada mediante análise da subjetividade destes que, por meio do contato com este espaço de cultura e aquisição de conhecimento, puderam formar juízos e conceitos com base em seus próprios valores e concepções por eles já assimilados anteriormente. Fixamo-nos nos turistas estrangeiros, visto que seu espanto/admiração parecem maior, buscando o descrédito.

Dois conceitos inerentes à Teoria da Recepção constituídos na relação emissor/receptor ajudarão a compreender na elaboração e interpretação de um pensamento cognitivo referente à percepção dos turistas quanto ao MCDB, não só como um produto turístico, mas também como instituição que promove o saber, a pesquisa científica e que possibilita a interação com o trabalho por esta desenvolvido.

Vale ressaltar que esta análise fundamentou-se em reflexões de Baptista Maria, estudiosa da área da Comunicação Social e também de Teoria da Recepção, as quais muito contribuíram para as explanações aqui discorridas sobre a relação de interatividade entre os turistas estrangeiros e o Museu das Culturas Dom Bosco, além de outras referências como Pierre Levy, autor consagrado da área de Comunicação e presente nos argumentos que reforçam a linha de pensamento já mencionada.

A VISITAÇÃO

Iniciadas as visitas públicas ao novo Museu, pôde-se observar a procura por parte de turistas estrangeiros para conhecê-lo, uma que vez que constitui um dos principais atrativos turísticos da cidade de Campo Grande, tornando-se “parada obrigatória” para quem vem à Capital, seja para conhecê-la ou como ponto de passagem para ir à região de Bonito e/ou o Pantanal.

Grande parte dos turistas estrangeiros que visitou o Museu pela primeira vez, mostrou-se fascinada e admirada com o acervo existente, ainda que não completo, pois a construção destinada a abrigar as coleções de História Natural (Zooologia, Geologia) ainda não se encontra pronta, de maneira que os únicos acervos possíveis de se conhecer, nesse primeiro momento, são as coleções de Etnologia e Arqueologia. Estas circunstâncias, no entanto, não impediram que os turistas estrangeiros demonstrassem o seu fascínio e encanto pelo Museu.

As coleções despertaram a atenção dos visitantes, principalmente os artefatos de arte plumária fabricados por povos indígenas, ricos pela sua diversidade de cores, mas a estrutura física do espaço expográfico desenvolvida pelo diretor artístico, Massimo Chiappetta, conjugada aos objetos da coleção etnológica e arqueológica, alguns inseridos no interior do piso do museu, protegidos por vidros e iluminados por lâmpadas de fibra ótica, também impressionou e arrancou exclamações destes visitantes habituados ao esplendor dos espaços culturais existentes em outras partes do mundo.

Destacando a relação receptor/emissor desenvolvida entre o Museu das Culturas Dom Bosco e os visitantes por meio da identificação do momento em que ambos assumem papéis distintos, podendo alternar-se segundo o prisma sob o qual são observados, em um primeiro momento, poderíamos dizer que o MCDB, em se tratando de um ponto turístico, seria o “receptor” em si, pelo fato de receber os visitantes e também o “emissor”, já que procura transmitir conhecimento e informação, além de pesquisa científica.

No entanto, se observarmos sob outra perspectiva verificaremos que os turistas que vêm ao MCDB também podem ser receptores, quando adquirem conhecimento e informação, e emissores quando se confrontam com o espaço que estão conhecendo e expressam suas opiniões a respeito do local visitado. Esta relação propicia uma dinâmica de comunicação a partir do momento em que se estabelece o contato entre o emissor e o receptor, e as duas partes interagem e se compreendem.

Todavia nem sempre uma comunicação entre aquele que recebe a mensagem e aquele que a emite ao destinatário é clara ou

mesmo harmônica. Para que se entenda melhor a dicotomia receptor/emissor no contexto aqui apresentado, recorreremos a algumas definições semânticas a respeito de recepção e emissão. De acordo com o dicionário Aurélio (1986, p. 430), recepção é definida como ato de receber.

Poderíamos acrescentar a esta definição a ação de acolher, abrigar, dar boas vindas. Particularmente “acolher” e “dar boas vindas” me parecem mais adequadas e mais próximas da análise desenvolvida no contexto deste artigo, pois o MCDB parece desempenhar essa função no que tange às atividades de visitação, reiterando que os turistas também desenvolvem o papel de agentes receptores, ao se depararem com uma infra-estrutura física e acervo museográfico que despertam admira o e impressionam em todo o seu conjunto.

Em contrapartida, o MCDB pautado em transmitir cultura, procura divulgar suas potencialidades e a sua disponibilidade para realiza o de projetos junto, não somente aos estudantes, professores e pesquisadores, mas também com a comunidade local, acreditando que todos podem e devem ter acesso   cultura e informa o.

Partindo de um mesmo princípio, investigamos o termo “emissão”, verificando inclusive seu valor semântico. Novamente fazendo uso do Aurélio (1986) obt m-se a seguinte defini o: “A o de emitir”. Uma defini o simples como esta pode ter o seu sentido mais ampliado quando analisada em um contexto como deste artigo. Baptista (1997) sustenta que a rela o interativa entre o emissor e o receptor se firma através da comunica o, o que em princípio pode parecer óbvio, pois não se conhece nenhum outro veículo de contato que não seja a própria comunica o. A autora compara a comunica o a um casamento, uma união entre duas pessoas, união esta que nem sempre pode ser harmônica.

Trazendo isto para o bin mio receptor/emissor dentro de um museu, pode-se dizer que esta rela o não converge no momento em que o turista não compreende o propósito de uma exposi o, por exemplo, ou não consegue ver ou perceber o valor que um determinado objeto pertencente a um acervo museográfico possui. Muitas vezes, para ele não passa de algo antigo sem préstimo algum,

justamente pelo fato de não conhecê-lo (sua história e utilidade) é que possui esta visão.

Em um museu que se propõe transmitir conhecimento e cultura, a comunicação não deve ser somente ou necessariamente expressa de forma verbal, mas também de uma forma escrita e expositiva de maneira que o turista possa compreender o que está sendo mostrado e que a mensagem emitida faça-o sentir-se atraído pelo e inserido no local que está visitando.

Mais do que proporcionar informação, conhecimento e cultura, acreditamos que o papel de um museu como o MCDB é “trazer” o turista para o universo científico para que este se interesse pelos diversos ramos da ciência (sem a necessidade de ser um cientista ou um pesquisador em uma determinada área), e enriqueça a sua cultura.

Não se trata, neste caso, de fazer com que o leigo se torne tão especialista quanto um estudioso, mas que também se torne divulgador da cultura, qualquer que seja a sua natureza. Políticas que não só incentivem a interação do turista com o MCDB, mas que perpetuem a comunicação entre ambos têm sido desenvolvidas para que o contato entre o emissor e o receptor se estabeleça da melhor maneira possível.

A DIALÉTICA DA RELAÇÃO RECEPTOR/EMISSOR

Ao fazer uma dissertação da relação emissor/receptor, não se poderia deixar de considerar a dialética, seus princípios e tão pouco seus autores para que se pudesse compreendê-la e inseri-la no tema abordado. Para início, vamos nos ater a sua definição conceitual: “Dialética é arte de argumentar através do diálogo mediante a confrontação e contraposição de idéias que podem ser refutadas ou aceitas propiciando o surgimento de outras idéias ou conceitos.”

Desde a sua origem, na Grécia Antiga, a dialética esteve presente na história da filosofia e do pensamento humano, constituindo-se em um dos principais pilares para a formação de grandes filósofos da humanidade. Grandes sábios da Antiguidade como Platão e Aristóteles baseavam-se na dialética para fundamentar seus postulados e teses. Posteriormente outros vultos como Kant, Marx e Engels deram

continuidade ao uso da dialética, acrescentando a ela novas reflexões. Dentre as características inerentes a essa linha de pensamento, está o confronto de idéias, opiniões ou até mesmos personagens em situações opostas.

Alguns vêem na dialética a idéia de que tudo o que é antagônico, que é oposto, na verdade, é único, procedente de uma mesma vertente, havendo a supremacia, esta concepção é conhecida, dentro da dialética, como lei das interpenetrações dos contrários. Os defensores deste princípio acreditam que a base de sustentação de todas as coisas está no conflito de idéias, conceitos e concepções sem o qual não haveria um equilíbrio harmônico.

Se aplicarmos este conceito dentro da relação receptor/emissor (MCDB/turista estrangeiro/turista estrangeiro/MCDB) podemos constatar a sua veracidade, uma vez que sem o MCDB, não haveria turistas para visitaçãõ, e sem turistas não haveria o Museu para ser visitado, não havendo essa idéia de opostos.

Mas há uma característica da lei da interpenetraçãõ dos contrários que não vemos enquadrada neste contexto, quando afirma que um dos lados prevalece nesta “disputa”, pois não se pode afirmar que pelo fato de o MCDB ser um local onde a cultura esteja presente, que o mesmo possua um grau de superioridade em relação aos turistas que vêm para conhecê-lo e que eles nada tenham a acrescentar em termos de conhecimento, pois neste caso poderia configurar uma situação de submissão de um para com outro.

Ao se falar de oposiçãõ, esta não deve ser vista aqui com conotaçãõ de rivalidade, inimizade, mas sim no sentido de dois interlocutores que estão em posições distintas. É o que se poderia chamar de um antagonismo pertinente e complementar, pois tanto os turistas estrangeiros quanto o MCDB precisam um do outro para que o processo de comunicação seja completo.

Partindo do pressuposto de que os opostos provêm de uma mesma origem, dentro da lei de interpenetraçãõ dos contrários, a sentença se encaixa adequadamente a este embate, pois os agentes participantes desta interaçãõ fazem parte da mesma temática, que é o turismo. Um como produto turístico e outro como consumidor deste

produto. É possível analisá-los separadamente, mas não dissociá-los de sua ligação tão intrínseca.

Medvedev (2006) afirma “que o método dialético considera que nenhum fenômeno da natureza pode ser compreendido, quando encarado isoladamente fora dos fenômenos que o circundam, não importa em que domínio da natureza; ao contrário, qualquer fenômeno pode ser compreendido e explicado, quando considerado do ponto de vista de sua ligação indissolúvel com os fenômenos que o rodeiam, quando considerado como ele é, condicionado pelos fenômenos que o circundam.”

Esta argumentação de Medvedev nos faz remeter à primeira lei do método dialético sobre a interdependência em que todas as coisas estão relacionadas entre si, se interligando para que haja continuidade em seu processo de desenvolvimento.

Da mesma forma quando o turista estrangeiro vem visitar o MCDB, este processo não se resume somente quando ele está no local conhecendo as exposições, mas já tem início quando obtém informações sobre o local de visitação pelos veículos de comunicação ou outras pessoas que já estiveram visitando-o e lhe disseram a respeito, por informações da população local, pelo guia turístico ou qualquer outra fonte.

Tão pouco termina quando ele vai embora do Museu, pois informará a outras pessoas sobre o local visitado divulgando-o e fazendo com que este processo torne-se contínuo e sem interrupções. Podemos dizer que, como em tudo, no contato entre os visitantes estrangeiros e o MCDB também ocorre dialética, pois há comunicação entre os dois além de um “embate” entre duas situações opostas que interagem dentro de uma dinâmica que permite o desenvolvimento da percepção de quem visita em relação a um espaço propagador da cultura e do conhecimento.

O DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO ENTRE O MCDB E OS TURISTAS ESTRANGEIROS

A comunicação, como sabemos, consiste na troca de informações entre dois ou mais interlocutores. Pode ser referente a um objeto, uma pessoa, um pensamento, uma idéia, etc. Também sabemos que

sem ela não há a possibilidade de manter um contato com o mundo que nos rodeia impedindo que opiniões, pontos de vistas ou conceitos sejam expressos entre as pessoas. O homem, por natureza, é um ser sociável, e não vive só, precisando estabelecer contatos com outras pessoas não só para se relacionar, mas para se fazer compreendido entre aqueles com os quais convive.

Por meio da comunicação é que pode expressar suas idéias, conceitos, definições, juízos e valores sobre o ambiente em que vive, sobre os outros e sobre si mesmo. Porém, a comunicação não se resume somente a troca de informações, mas também está baseada em critérios e dispõe de ferramentas que auxiliam para que o processo comunicacional se dê da melhor maneira possível.

O processo comunicacional compreende três formas de comunicação: a verbal, a não-verbal e a mediada. Comunicação verbal é aquela que ocorre em uma conversa, em um diálogo, por palavras e frases em que duas ou mais pessoas interagem, trocando informações ou experiências que podem enriquecer seus conhecimentos. Comunicação não-verbal consiste em emitir uma mensagem ao interlocutor através de uma representação gráfica ou qualquer outro meio de exposição sem o uso de palavras ou de frases.

Pode-se citar como exemplo placas de trânsito, painéis publicitários, pinturas, entre outros. Comunicação mediada é aquela que é desenvolvida por meios especializados para efetuar a interação entre o emissor e o receptor. Estes meios de comunicação podem ser rádio, televisão, fax, internet, correio, entre outros.

Ao se falar em comunicação, é necessário saber quem são os elementos que compõem e que participam da sua realização. São eles: Emissor, receptor, linguagem, canal de propagação, meio de comunicação, resposta e ambiente. Cada um tem o seu papel específico dentro deste cenário colaborando assim, para a eficácia e concretização do processo de comunicação. Estes elementos estão inseridos na relação entre o MCDB e os turistas, dentro de uma ótica de análise das relações entre ambos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reação dos turistas estrangeiros caracterizada pela admiração e deslumbramento diante do Museu das Culturas Dom Bosco constata a importância e o prestígio que o mesmo possui como espaço de visitação, seja para entretenimento, pesquisa ou produção científica. Sua estrutura, desde a construção física e localização até as exposições e a forma de expô-las demonstram um novo conceito sobre museologia, baseado em padrões europeus, tanto pela estética quanto pela forma de exposição do acervo de forma antropológica. O Museu das Culturas Dom Bosco desempenha assim, seu papel de agente difusor de cultura e conhecimento para o público visitante, internacional ou nacional, e para a comunidade local em que está inserido.

REFERÊNCIAS

APIVIENE, V. *O que é o Materialismo Dialético?* Moscou: Progresso, 1986. (Col. Abc dos conhecimentos sociais e políticos).

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. A subjetividade nos estudos da recepção. In: IV ENCONTRO IBEROAMERICANO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1997, Santos, 1997.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. 2.ed. 23. imp. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986. 1838 p.

FOULQUIÉ, Paul. *A Dialética*. 3.ed. Europa-América, 1978. (Col. saber).