

POLÍTICA DE ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL EM MUSEUS: PARA QUÊ E PARA QUEM?

Amanda Pinto da Fonseca Tojal¹

RESUMO:

O tema Acessibilidade Comunicacional está diretamente ligado ao conceito da Comunicação Museológica fundamentado pela nova museologia, cujo objetivo é ampliar o diálogo e a participação do público com o objeto cultural por meio de estratégias de mediação que ofereçam condições para que todos os públicos, em especial aqueles com deficiência, possam decodificar os conteúdos ali apresentados e, assim, o direito de se reconhecerem como parte desse patrimônio cultural. Esse artigo vem evidenciar que nenhuma estratégia de mediação entre o objeto cultural e o público com deficiência será eficaz se não vier acompanhada de um conceito de acessibilidade comunicacional e atitudinal previamente desenvolvido e incluído como política institucional e interdisciplinar de todas as instâncias museológicas e culturais dessas instituições.

PALAVRAS-CHAVES:

Comunicação Museológica, Acessibilidade Comunicacional, Estratégias de Mediação e Inclusão de Públicos com Deficiência.

ABSTRACT:

The topic Communicational Accessibility is directly connected to the concept of Museum Communication substantiated by the new museology, whose aim is to increase the dialogue and the public involvement with the cultural object by mediation strategies that offer conditions for all publics, specially people with disabilities, to decode its contents and, therefore, to conquer the right to recognize themselves as part of this cultural heritage. This essay demonstrates that no mediation strategy between the cultural and the people with disabilities will be efficient if it is not by a previously developed communicational and attitudinal a concept of accessibility, included as institutional and interdisciplinary policy of all the museums and cultural bodies of these institutions.

KEYWORDS:

Museum Communication, Communicational Accessibility, Mediation Strategies, Inclusion of People with Disabilities.

Introdução

O tema Acessibilidade Comunicacional para os públicos com deficiência é daqueles que se renovam permanentemente. Acessibilidade no âmbito do espaço museológico, em especial, é uma questão que jamais se responde definitivamente. Os seus desafios são incontáveis, as dificuldades para transpô-los mostram-se infindáveis, muito em decorrência da própria complexidade das necessidades humanas.

Mas, não se pense, então, que tal constatação é a evidência de um falso problema. Muito ao revés, o reconhecimento das inúmeras barreiras que impedem a efetiva acessibilidade dá a exata medida do caráter criativo e necessário da sua discussão e, principalmente, de que seja possível pensar em avanços, ainda que pautados por um processo dialético onde, às vezes, sobressaem os equívocos.

É com este norte que se pretende discutir em que medida é possível pensar em processos de comunicação museológica que privilegiem estratégias de mediação e a utilização de recursos de acessibilidade de forma a efetivamente garantir-lhes uma maior eficácia qualitativa. Dito de outro modo, como é possível potencializar a função inclusiva dos diferentes instrumentos de mediação que vêm sendo disponibilizados nos museus aos públicos com deficiência e, conseqüentemente a todos os públicos frequentadores dessa instituição.

A hipótese, que se pretende demonstrar, é que tal potencialização é função direta do desenvolvimento de políticas de acessibilidade cujo conceito tenha como base a interdisciplinaridade das áreas museológicas e como seu eixo principal a área comunicacional e suas estratégias de mediação. Nenhum recurso técnico voltado para a satisfação de exigências de acessibilidade efetivamente logrará êxito se desacompanhado de uma acessibilidade comunicacional e atitudinal previamente desenvolvidas, que permitam orientar o manejo desses mesmos recursos, viabilizando uma implantação efetiva e, por conseguinte, eficaz. Do contrário, acumular-se-ão recursos técnicos, cuja produtividade ficará aquém do realmente possível e desejado. A evidência vem do fato, que salta aos olhos, de que o público alvo das políticas de acessibilidade acaba não sendo por elas alcançado.

A pergunta, pois, é essa: a quem ou a quem serve uma política de acessibilidade comunicacional? A resposta, óbvia num primeiro olhar, não tem sido, contudo, alcançada na maioria das experiências de acessibilidade no interior dos museus.

Dessa forma, buscar-se-á, primeiramente, recuperar a memória do próprio processo de evolução do museu como um “espaço sacralizado”, elitizado, para o conceito do museu como um “espaço para todos”. Na compreensão desse público mais abrangente (todos), chegar-se-á especificamente ao público com deficiência e a importância de pensar menos na quantidade de pessoas com deficiências que possam ser acolhidas pelo museu e mais na qualidade de acolhimento de um público eventualmente menos numeroso.

Nessa formulação, serão examinadas as políticas de acessibilidade que procuram prover os museus de estratégias de mediação com os quais possam enfrentar as exigências de uma sociedade que cada vez mais se importa com a inclusão de todos, ampliando as ações individuais institucionais para ações de

parceria com outras instituições, assim como fazendo uso das diferentes leis de incentivo que possam viabilizar esse propósito.

A expectativa é que, ao fim, se possa vislumbrar um caminho cujo percurso possa conduzir os operadores da acessibilidade na sua tarefa de contribuir para uma democratização do acesso aos bens culturais, para que estes possam ser usufruídos por contingentes cada vez maiores da população e que este acesso cumpra não apenas a função de permitir um deleite, mas, principalmente, a de servir como importante ferramenta de luta contra as exclusões sociais.

A presença do público com deficiência no espaço museológico: um projeto ainda inconcluso

A presença cada vez mais efetiva dos públicos com deficiência em museus foi alcançada a partir de um longo processo de abertura dessas instituições, inicialmente dedicadas a uma finalidade mais restrita e elitizada, fosse para atender os públicos especializados, fosse para, não raro, afirmar-se como um espaço restrito de um seguimento privilegiado da sociedade. É da compreensão, no entanto, da função social dos museus, que há de conformar sua atuação, conferindo-lhes um papel mais incisivo de transformação da ordem social, inequívoca e importante mudança de paradigma, que se experimentará o surgimento de um novo papel ao qual os museus hão de estar vocacionados.

Essa evolução pode ser ilustrada pela própria experiência da autora, ao iniciar o seu percurso profissional como educadora de museu, no final da década de 1980, quando os principais museus brasileiros começavam a implantar em suas equipes e departamentos os núcleos educativos, cujas ações visavam a aproximação e a recepção dos diversos perfis de públicos, principalmente os públicos escolares.

O grande desafio, porém, seria fazer com que a instituição museológica compreendesse a importância dessa ação educativa, vendo-a não somente como uma ferramenta de complementação pedagógica, similar à educação formal, mas reconhecendo a sua verdadeira força, isto é, a de mediar a relação entre o público e o objeto cultural, material e imaterial, fonte primária de conhecimento e sua função social transformadora.

Surge, assim, uma nova e próspera perspectiva para a profissão do educador, a da educação não formal, que, ao comunicar e valorizar o importante papel sociocultural do objeto cultural, amplia a função educativa para além da instituição escolar, atingindo os museus, espaços culturais e outras instituições.

Nota-se claramente, da década de 1980 para cá, o aumento substancial do número de estudantes presentes no museu em decorrência das parcerias com escolas públicas e privadas, que não apenas promovem o incremento dessas visitas, como também incluem em sua grade curricular os conteúdos que os espaços culturais oferecem, permitindo e estimulando a exploração e a apropriação mais direta do objeto cultural, fonte primária do conhecimento e autoconhecimento.

Nessa linha de desenvolvimento, percebe-se que o museu paulatinamente deixa a sua posição passiva de acolhimento de um público que vai ao seu encontro, para buscar novos perfis. Aqui, se evidencia, com muita clareza, o cumprimento da função social da instituição museológica, que lhe atribui o encargo

de uma agenda pró ativa, que precisa ser traduzida por novas atitudes e políticas de atendimento e comunicação de novos públicos.

Seguem-se, desta forma, ações de pesquisa e investigação sobre quem é o “não público”, aquele que, por questões de vulnerabilidade, tanto social como física, sensorial emocional ou intelectual, não reconhece os espaços culturais como algo que lhe pertença, na medida que não se lhe oferecem condições, pelas suas necessidades e diversidades, de usufruir desse pertencimento.

Há, portanto, um crescente interesse por trabalhos de pesquisa avaliativa, diagnósticos esses adaptados às características socioculturais existentes em cada região em que a instituição se encontra localizada, buscando conhecer e compreender a razão do desconhecimento e também do desinteresse dos públicos dessas regiões em frequentar tais instituições. Esses diagnósticos acabam por revelar dados importantíssimos, como, por exemplo, o fato de pessoas que passam diariamente em frente de uma determinada instituição não se sentirem por elas atraídas, por razões sociais ou mesmo intelectuais. Esse estranhamento se revela em detalhes como, até mesmo, o não se ver capaz ou mesmo socialmente autorizado, porque supostamente não pertence ao mundo dos que podem efetivamente adentrar no espaço de um museu.

Segundo Cury (2005:121 e 123): “A avaliação museológica constitui-se em atividade hoje considerada essencial à vida dos museus. (...) Recorrendo à literatura vemos a avaliação como uma maneira de se estabelecer diálogo com a realidade e um meio para transformá-la”.

Outras ações não menos relevantes se dão a partir das parcerias com instituições educativas, culturais e sociais, ampliando o raio de ação na divulgação dos trabalhos desenvolvidos e na elaboração de projetos conjuntos, visando ampliar a visitação de públicos pouco ou ainda não frequentadores desses espaços.

Sendo assim, ações visando o “não público” passam a ter um papel relevante para o desempenho da função social do museu, em tempos em que as propostas da nova museologia trazem à tona a abertura desses espaços a um número cada vez maior de pessoas.

É, portanto, dentro dessa nova perspectiva de mudança de paradigma do museu elitista para o museu para todos, que ações dirigidas aos públicos com deficiência se iniciam.

Em princípios da década de 1980, movimentos em prol dos direitos e inclusão social de pessoas com deficiência adquirem progressivamente força no Brasil com a implantação de políticas públicas de inclusão. A exemplo disso, nota-se um aumento crescente nas adaptações físicas de espaços públicos, políticas de inclusão no trabalho e na educação dessas pessoas. Esses movimentos atingem principalmente as escolas públicas que iniciam, já nessa década e nas posteriores, a política denominada à época de inclusão de alunos com necessidades educacionais especiais.

Essa política atinge diretamente as outras áreas da educação não formal, que passam a receber em seus espaços uma diversidade cada vez maior de públicos usualmente não frequentadores. As ações de ampliação dos públicos em museus e espaços culturais acabam por se deparar com esse público, perce-

bendo que as suas características exigem mudanças de paradigmas tanto físicas como comunicacionais e principalmente atitudinais, para que se possa conceber e implantar uma política institucional efetiva.

É esse, então, o primeiro e grande desafio dos museus, ao se depararem com esse novo público, pessoas com deficiência física, sensorial, emocional e intelectual, pois sua inclusão efetiva enfrenta as mesmas vicissitudes e exigências que se reproduzem nas instituições escolares, vale dizer, o conhecimento por parte dos profissionais sobre as características dessas pessoas, a formação de profissionais especializados, a implementação de infraestrutura física e comunicacional, parcerias e consultorias com entidades afins e, principalmente, a implantação de uma política de inclusão que atue de forma interdisciplinar em todas as áreas dessa instituição.

Esse desafio pode parecer, a princípio, de fácil superação, mas o tempo e a realidade têm mostrado precisamente o contrário, com resultados muito aquém do desejado.

A evidência das dificuldades que se vem de referir, traduzida especialmente pela poucas iniciativas reais que respondessem às exigências de mudanças dos paradigmas vigentes a propósito da acessibilidade dos museus, pôde, no entanto, ser confrontada pela trajetória da autora, notadamente a partir de sua participação efetiva nos primeiros debates sobre como adaptar os museus de arte para públicos com deficiência no Brasil, em princípios da década de 1990, naquela época como educadora do Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, e com a implantação do primeiro programa permanente de ação educativa em museu de arte para públicos com deficiência, no ano de 1991, naquela mesma instituição, à época sob direção da Professora Ana Mae Barbosa. A esse programa seguiu-se, também sob a responsabilidade da autora, a partir do ano de 2003, nova e importante iniciativa com a implantação do Programa Educativo para Públicos Especiais (PEPE) na Pinacoteca do Estado de São Paulo, à época sob direção do museólogo Marcelo Mattos Araújo, programa esse que prossegue em ação como referência de um trabalho bem sucedido de inclusão de públicos com deficiência em museu.

Essas experiências contribuíram para uma melhor compreensão das verdadeiras necessidades que os espaços museológicos apresentavam e ainda apresentam, inviáveis, no entanto, de serem superadas sem que se tenha previamente clareza das imperativas mudanças de paradigmas pelas quais deverão aquelas instituições passar. Tais mudanças, de resto, já são alvo de atenção da nova museologia, que pensa o museu como um instrumento de transformação social.

Assim é que, por exemplo, a concepção e implantação de uma política de acessibilidade solicita muito mais do que atitudes e envolvimento de profissional isolados. Elas requerem, isto sim, primeiramente, o compromisso de todos os profissionais do museu, bem como a realização de pesquisas e estabelecimentos de parcerias com outras instituições museológicas, educativas e culturais, além de uma aproximação e diálogo permanente com instituições especializadas. Destaca-se também como essencial a consultoria de profissionais com deficiência nessas ações.

Mais uma vez, a conclusão que se impõe é de que pouca ou nada adiantarão iniciativas isoladas de inclusão e propostas de acessibilidade nos espaços expositivos se não houver de verdade uma política de inclusão que assuma esse conceito de forma permanente e que venha a plasmar todas as áreas da instituição, abrangendo não somente a área educativa, mas também as áreas de pesquisa, documentação, conservação e comunicação, além de todos os profissionais envolvidos com a recepção, segurança e o atendimento aos públicos do museu.

Por óbvio que não se cuida de tarefa simples. Ao contrário, envolve ela mudanças de paradigmas atitudinais de todos os profissionais da instituição e de todos os projetos dirigidos aos públicos, que passam a incluir as questões de acessibilidade em sua concepção e, conseqüentemente, em sua planilha orçamentária.

Como, pois, tornar presente esse conceito abrangente de inclusão de públicos com deficiência nos museus? Por que esse conceito específico é importante e deve ser perseguido?

A questão aqui se coloca na exata e precisa medida em que se busque saltar de uma retórica absolutamente desacompanhada de resultados qualitativos representativos, para uma realidade em que a lógica do museu como instrumento de inclusão de públicos com deficiência se revele como realmente inclusiva de todos os públicos.

É fato que, muitos profissionais de museus questionam a validade das implantações de acessibilidade museológica, especialmente nos termos aqui propostos, alegando que as estatísticas demonstram um número pequeno de visitação de pessoas com deficiência nesses espaços, em detrimento do número muito mais alto de visitação de públicos com outros perfis.

Esse posicionamento, de resto absolutamente recorrente, tem sido alvo de permanentes debates, pois, não obstante o consenso de que a inclusão é um direito de todos, há um dissenso representado pelo fato de que muitos ainda julgam que são as pessoas com deficiência que devem se adaptar aos espaços públicos e não o contrário.

Indo além, há ainda um sentimento bastante arraigado, é preciso que se reconheça, segundo o qual as exigências de inclusão podem ser perfeitamente respondidas a partir de uma aceitação acomodada, para a qual não é preciso que concorram atitudes positivas da parte de todos. A servir de apoio a esta visão há sempre o argumento do custo-benefício: diante da realidade da escassez de recursos, é preciso otimizar o seu emprego. Para tanto, o atendimento a públicos mais numerosos acaba por se impor como conclusão lógica.

A evidência dessa realidade se expressa na não valorização, por exemplo, das mudanças implantadas nos espaços museológicos visando à adaptação e à mediação do objeto cultural com os públicos com deficiência. Não se compreende que, em realidade, tais mudanças qualitativas acabarão por atingir positivamente todos os públicos.

Ao se pensar o museu como um espaço de diálogo, cujos conceitos possam ser explorados, reconhecidos e apropriados por todos os públicos, todos os processos de mediação que tenham por objetivo aproximar os públicos devem ser implementados.

Ademais, a relação custo-benefício com que se pretende preterir determinadas iniciativas que financeiramente não se pagam, no caso concreto, por exemplo, o suposto aumento discreto de público que se alcança com o emprego de estratégias de inclusão que implicam em investimentos, não pode ser tomado como um argumento saudável já que, nesse ponto, é impossível dissociar a parte do todo. Toda e qualquer política pública de acessibilidade não tem por alvo apenas o público com deficiência. A inclusão desse público em especial aproveita a todos os públicos. De forma bastante concreta, um recurso que se empregue para permitir uma maior compreensão visual de um dado objeto cultural acaba por facilitar a compreensão de outros públicos.

As exigências para a concretização do conceito de acessibilidade museológica: estratégias de mediação

Se, como se afirmou no início deste texto, nenhuma estratégia de mediação entre o objeto cultural e o público com deficiência será eficiente se não vier acompanhada de uma acessibilidade comunicacional e atitudinal previamente desenvolvidas, importa discutir agora quais são essas estratégias.

O conceito de acessibilidade comunicacional como estratégia de mediação está em congruência com as mudanças de paradigma do processo de comunicação museológica baseadas no modelo emergente de mediação expográfica, cujo objetivo é ampliar o diálogo e a participação mais integral do público com o objeto cultural.

A compreensão do modelo emergente de mediação expográfica pode ser conduzida a partir de Cury (2005), que, apoiando-se na Ciências Sociais, se vale da dicotomia “tradicional x emergente”, para referir o antagonismo entre o modelo tradicional e o modelo emergente. Enquanto que, no modelo tradicional, o profissional de museu a quem compete a função de comunicação museológica atua no campo do conhecimento, sublinhando o conteúdo do processo comunicacional a partir da perspectiva do profissional especialista ou curador da exposição, o modelo emergente privilegiará não mais o conteúdo, mas sim o diálogo com o público, diálogo este desenvolvido a partir das referências aportadas pelo próprio público e os múltiplos significados que se possa obter a partir da sua interação com o objeto cultural.

Como a autora afirmou em Tojal (2007:95), citando Cury, o “objeto museológico não é neutro e é o museu que faz desvelar não somente o seu sentido cultural, mas o introduz numa rede de repertórios simbólicos”.

Mas, o sentido político do museu deve ser ainda identificado pela forma com que seus profissionais e educadores devam conduzir-se. Como comunicadores e mediadores que se colocam entre os objetos culturais e o próprio público, esses atores não de perseguir de forma permanente, por meio de técnicas expográficas e ações educativas, a compreensão dos conteúdos, interpretando os códigos presentes em todo bem cultural.

Para logo se vê, frise-se mais uma vez, que esse processo de mediação é inevitavelmente interessado. A concepção de uma expografia, como já afirmou a autora (2007:96), “deve partir de um olhar democrático, capaz de estimular o surgimento de ideias e experimentações mesmo sabendo de antemão, da

impossibilidade de, ao se planejar uma exposição, obter-se um olhar totalmente neutro frente aos objetos nela apresentados”.

Segundo Tojal (2007:96):

A concepção de uma expografia, dentro do *modelo emergente* - que amplie o diálogo e a participação mais integral do público com o objeto cultural - deve contemplar tanto a *mediação indireta*, isto é, toda a forma de comunicação previamente concebida para aquele espaço expositivo (seleção dos objetos, textos, etiquetas, montagem, iluminação, recursos de apoio, multimeios, entre outros), como também a *mediação direta*, desempenhada pela ação educativa, contando com a participação do profissional educador e do público durante a sua visita à exposição.

Da mesma forma, o *modelo emergente*, implantado nesse processo comunicacional, não poderá também prescindir de um trabalho de *natureza interdisciplinar*, realizado entre os vários profissionais do museu, pesquisadores e conhecedores dos públicos com os quais se pretende interagir, assim como com a presença e a atuação do *profissional educador*, ao compartilhar essa importante função cultural e social desempenhada por essa instituição museológica.

Cabe, portanto, aos profissionais e educadores de museus, a função de refletir permanentemente sobre a sua prática e sobre o seu papel de mediador, ao desenvolver estratégias aplicadas tanto às questões de produção expográfica, como às dirigidas às ações educativas, relacionadas ao conhecimento, necessidades e potencialidades referentes aos seus públicos, a começar pela valorização desses públicos como sujeitos, com plenas condições de interagir coletivamente e individualmente nesse espaço expositivo, criando e recriando seus códigos e interpretações, bem como, reafirmando a importância cultural e de inclusão social, presente de forma tão significativa na instituição museal.

Vê-se, portanto, que concepção de uma expografia, cujo aspecto inclusivo se faz presente, não poderá deixar de atender ao caráter dialógico daquela que é a sua função primordial, a de estimular e ampliar a comunicação e a participação mais integral entre o objeto cultural e os diversos perfis de públicos.

Sendo assim, e acompanhando o conceito da nova museologia, todos os processos de comunicação museológica deverão ter por objetivo garantir o *pleno acesso ao patrimônio cultural*, o que significa não somente permitir a entrada dos diferentes públicos, mas também possibilitar a esses visitantes *estratégias de mediação* que ofereçam plenas condições para que eles possam decodificar os conteúdos ali apresentados, e conseqüentemente, o direito de se reconhecerem como parte intrínseca desse patrimônio cultural, principalmente por parte daqueles que, por razões de vulnerabilidade social ou por deficiências sensoriais, físicas, emocionais e intelectuais fazem parte de grupos menos privilegiados.

“Ao se pretender abrir o espaço museológico a todos os públicos, há de se levar em consideração novos fatores que impõem aos processos de comunicação múltiplas formas de diálogo, pois a igualdade de direitos está intrinsecamente relacionada ao respeito pela diversidade coletiva ou individual.” (Tojal, 2007:102)

Profissionais de museus e de outras instituições culturais (arquitetos, curadores, pesquisadores, comunicadores visuais, educadores, entre outros),

cuja função é a de atuar nas áreas de comunicação museológica, têm, por conseguinte, a importante incumbência de agregar às questões da produção expográfica e seus conteúdos, estratégias de mediação que possam ampliar e facilitar o diálogo e as múltiplas leituras e interpretações dos públicos participantes, como parte de um processo vinculado às questões da inclusão sociocultural priorizada pela museologia atual.

Mais uma vez, nas palavras da autora (2007:102),

É, dessa forma, que as estratégias de mediação deverão ampliar o uso dos canais de percepção, de forma não somente verbal (oral e escrita), mas também interativa e experimental, pois ao se pensar em todos os públicos, os profissionais de museus se deparam com uma importante e significativa parcela da sociedade – os públicos com deficiência – o que implica incremento e adaptação das estratégias para ações que também envolvam a *percepção multissensorial*. A percepção multissensorial é também parte inerente de uma postura semiótica aplicada à comunicação museológica que privilegia a compreensão da recepção, a partir dos estímulos provenientes dos objetos e dos sentidos, a eles atribuídos pelo público fruidor, sendo que, nesse caso mais específico, a ênfase da recepção está vinculada à fruição do objeto cultural a partir de todos os canais sensoriais além do visual, como o tátil, o auditivo, o olfativo, o paladar e o sinestésico.¹ Esses canais sensoriais podem ser estimulados por meio de *recursos mediáticos*², especialmente concebidos para facilitar a percepção do objeto cultural por parte do público fruidor, fator esse fundamental para a compreensão e significação deste objeto, principalmente aos públicos com necessidades especiais.

E conclui a autora (2007:105),

As possibilidades de utilização e manipulação desses recursos poderão variar de exposição para exposição, incluir objetos originais ou reproduções em relevo desses objetos, agregar materiais similares e referenciais, introduzir propostas interativas utilizando-se dos sentidos, como forma de *ampliar a percepção, decodificação e a interpretação dos objetos*, a partir de uma *perspectiva vivencial e concreta* que permita também, àquelas pessoas com limitações físicas, sensoriais, emocionais e intelectuais, possam assimilar e potencializar as suas experiências por meio desses *canais sensoriais*.

Conclusão: Os desafios para a institucionalização do conceito de acessibilidade museológica

Todos esses fatores, suportados pelo conceito da comunicação museológica dialógica e aplicados nas estratégias de mediação direta e indireta que priorizem a concepção e implantação de exposições cujo objeto cultural, material ou imaterial, seja decodificado e aberto às múltiplas leituras por meio de

1 **Sinestesia:** termo que caracteriza a experiência sensorial dos indivíduos nos quais sensações correspondentes a um determinado sentido são associadas a outro sentido. Uma experiência olfativa pode nos remeter a imagens de infância ou uma sensação tátil poderá nos remeter a uma cor.

2 **Recursos mediáticos:** materiais multissensoriais que auxiliam a percepção e o reconhecimento de conteúdos de uma exposição como réplicas de objetos ou objetos referenciais, reproduções em relevo ou tridimensionais de imagens bidimensionais, maquetes e mapas táteis, extratos sonoros, aromatização de ambientes, audiodescrição, Janela de Libras e legendagem em português em documentários, videoguia, publicações adaptadas em dupla leitura (tinta com letras ampliadas e braille) incluindo imagens em relevo e audiocd, entre outros, utilizados como instrumentos mediadores entre o público e o objeto cultural.

recursos multissensoriais que tenham por objetivo estimular e facilitar a aproximação, compreensão e interpretação desse mesmo objeto, estão de fato, em congruência com o conceito de acessibilidade comunicacional e permitem, por consequência, que os museus e instituições culturais se revelem reais espaços de inclusão sociocultural.

Para os públicos com deficiências, físicas, sensoriais, emocionais e intelectuais, o conceito do modelo emergente de concepção expográfica, é, com certeza, aquele que, ao permitir o contato direto, isto é, a experiência concreta com o objeto museal, pela via multissensorial, garante uma maior gama de acessos e formas de decodificação desse objeto a essas pessoas.

Essas diversas formas de acesso, instrumentalizadas tanto pelos recursos multissensoriais, como pelo contato direto com os profissionais de museus, por meio de visitas educativas, são as assim nomeadas estratégias de mediação inclusivas, um conceito hoje muito discutido e valorizado nessas instituições, mas ainda muito pouco concretamente efetivado, é preciso que se reconheça.

A pergunta, por conseguinte, que se impõe e com a qual a autora, como consultora de projetos de acessibilidade, tem se deparado recorrentemente, é esta: se esse tema é considerado relevante, por que ela não passa a fazer parte de uma política institucional de comunicação museológica? Por quê a sua implantação é pouca ou raras vezes implantada de forma permanente em todas essas instituições?

Por quê os projetos curatoriais não priorizam em seus escopos, desde a sua concepção, os recursos mediáticos, ainda que estejam previstos em rubricas orçamentárias?

Por quê essas ações são, na maioria das vezes, as últimas a serem realizadas ou são realizadas de forma inconclusa, quando não há mais recursos ou restam escassos recursos que impedem a sua concretização de fato?

Outro ponto frequentemente presente é a forma pontual e incipiente de incluir nas estratégias de mediação recursos multissensoriais, que, de forma isolada, e sem fazer parte de um contexto mais amplo, são simplesmente colocados à disposição do público com deficiência, que pouco ou nada participou dessa escolha, apenas como forma de divulgação e validação de uma política que se diz “engajada com as propostas sociais”.

Exemplo disso é o mal hábito de dotar as exposições de recursos de acessibilidade que, isolados de um contexto mais abrangente, pouco ou nada contribuem para o acesso e a compreensão de públicos com deficiência, como etiquetas em Braille fixadas ao lado de obras de arte ou de vitrines expositivas, sem que esses objetos possam ser alcançados e reconhecidos por meio da exploração tátil ou audioguias que apenas informam e descrevem os espaços e os objetos, sem que o visitante com deficiência visual possa usufruir sensorialmente de nenhum objeto ou conteúdo da exposição. Assim também textos e informações difíceis de serem lidos e compreendidos pelos públicos e que, ao invés de estimularem a curiosidade e a experiência concreta, afastam ou desestimulam os públicos a se apropriarem efetivamente desses espaços.

Para logo se vê que essas iniciativas não conseguem se afirmar como uma política institucional, não cumprindo aquela que é a função mais relevante do museu, o diálogo, a participação e o direito às múltiplas experiências e leituras que cada visitante com as suas especificidades poderá efetivamente realizar.

O tema, como se percebe, é de enorme sensibilidade. As carências apontadas mostram à saciedade que as mudanças de paradigmas que estruturam a nova museologia precisam se traduzir em ações que realmente integrem um projeto verdadeiramente institucional, envolvendo todas as instâncias museológicas, a começar pelos seus gestores.

Fica claro, assim, que as ações inclusivas da comunicação museológica fazem parte de um complexo de ações que demandam muito mais do que aquisição de equipamentos de alta tecnologia, textos ou etiquetas traduzidos para o Braille ou colocação de sinalização na forma de piso tátil (sem que esse último recurso possa oferecer uma real autonomia e participação do público com deficiência visual aos espaços expositivos), seja pela falta de contato direto com objetos liberados para a exploração tátil, seja também pela ausência de informações relevantes, adaptadas para permitir o conhecimento e a fruição dos conteúdos do objeto cultural.

É importante, portanto, sublinhar que essas ações inclusivas necessitam de estratégias de mediação incluídas desde a concepção dos projetos curatoriais, participação de profissionais de diversas áreas para elaboração da expografia, comunicação visual, seleção de conteúdos e objetos que serão adaptados para o reconhecimento de outros sentidos, além do visual, como os sentidos tátil, sonoro, olfativo e espacial. Fazem parte também das estratégias de mediação a produção de mapas táteis, maquetes expográficas, reproduções bi e tridimensionais de objetos ou imagens planas (pinturas, fotografias, entre outras), objetos referenciais e documentais de conteúdos expositivos, além de publicações adaptadas e de recursos tecnológicos que auxiliem na tradução, complementação e interpretação dos conteúdos apresentados.

Outros recursos muito requisitados atualmente são os audioguias para público com deficiência visual e os videoguias para o público surdo ou com deficiência auditiva. Os dois, obviamente, são recursos importantes, desde que, no entanto, acompanhados por outros recursos de apoio, como percurso interativo com objetos táteis sinalizado por piso tátil, no caso do audioguia e, para o videoguia, que a filmagem seja realizada no próprio espaço expositivo, propondo uma visita interativa apresentada em Janela de Libras (com a participação de um intérprete de Língua Brasileira dos Sinais), incluindo legendagem em português (para as pessoas surdas não alfabetizadas em Libras).

Não obstante a necessidade do planejamento, produção e aquisição de recursos de acessibilidade necessários aos diversos perfis de públicos com deficiência, há de se prever e valorizar, por igual, a imprescindível participação dos profissionais responsáveis pela ação educativa dessas instituições, em todas as etapas de um processo de concepção, implantação e gestão de um programa de acessibilidade comunicacional.

Na mesma linha, impõe-se o compromisso da continuidade e desenvolvimento de ações complementares de atendimento aos públicos, conhecimento

das especificidades das deficiências, seleção e preparação de recursos de apoio complementares, formação de profissionais para recepção e atendimento ao público alvo, elaboração de publicações adaptadas e parcerias com profissionais especializados, consultores e com o próprio público alvo, além de avaliações periódicas de profissionais com deficiência e instituições afins.



Amanda Tojal

Deve fazer parte também da política institucional de acessibilidade do museu e das instituições culturais a inclusão de *profissionais com deficiência*, principalmente para desempenhar as funções de educação e atendimento ao público, como, por exemplo, educadores surdos para visitas educativas em Libras.

Um programa de acessibilidade comunicacional que pretenda se ver como institucional deve, portanto, fazer parte de um conceito presente em todas as áreas do museu, estar presente nos projetos curatoriais e no seu escopo orçamentário. Não é, portanto, um item a mais ou complementar de uma ação isolada, mas faz parte de todos os itens que incluem a participação do público visitante e também do público potencial.

É essa a questão que, se não efetivamente implantada, impede que o atual conceito de Comunicação Museológica, fundamentado no *modelo emergente* e executado pelas estratégias de mediação inclusivas, acabe por não ser realmente implantado.

Passaram-se mais de duas décadas da implantação dos primeiros programas permanentes de inclusão de públicos especiais em museus no Brasil.

Sem receio de erro, pode-se diagnosticar que ainda são poucos os museus e instituições culturais que incluem efetivamente no exercício de sua função a acessibilidade comunicacional com a abrangência e a permanência necessárias.

Há, indubitavelmente, no Brasil instituições museológicas e culturais que são consideradas referência nesse assunto, prova de que é possível e viável implantar esse conceito, desde que um programa de acessibilidade comunicacional não seja apenas uma parte irrelevante na concepção das ações dirigidas aos públicos com deficiência, mas um dos ingredientes fundamentais que compõem essas ações.

Assim, por exemplo, no Estado de São Paulo, há programas de acessibilidade e ação educativa de caráter permanente, muitos dos quais contaram com a participação de consultoria, concepção e implantação da autora, como o Programa Educativo para Públicos Especiais (PEPE) da Pinacoteca de São Paulo, o Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol (PAMF), os Programas Educativos para Públicos Especiais do Museu Afro Brasil, Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuïre (Tupã) e Museu Casa de Portinari (Brodowski), todos pertencentes à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo. Outros exemplos de programas de acessibilidade encontram-se no Memorial da Inclusão da Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, o Programa Igual Diferente do MAM - Museu de Arte Moderna de São Paulo e o Programa de Acessibilidade e Ação Educativa Inclusiva do Museu de Ciência e Tecnologia da WEG (Jaraguá do Sul, Santa Catarina), além de programas de inclusão desenvolvidos por instituições culturais como Centro Cultural Banco do Brasil e diversas unidades do SESC no Brasil.

São essas ações que vêm comprovar atualmente que é possível a implantação de programas permanentes de Acessibilidade Comunicacional e Atitudinal com o objetivo da inclusão sociocultural de pessoas com deficiência nos museus e espaços culturais e que esses espaços são locais onde, efetivamente, o exercício da cidadania e dos direitos de todos podem e devem se realizar na sua plenitude.

De outra forma, para quê e para quem servem esses espaços senão para que todos possam dele se apropriar?

Referências

CURY, Marília Xavier. **Comunicação Museológica: uma perspectiva teórica e metodológica de recepção.** Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

TOJAL, Amanda p. da Fonseca. **Políticas Públicas de Inclusão Cultural de Públicos Especiais em Museus.** São Paulo, ECA-USP, (Tese de Doutorado), 2007. Disponível em: < www.arteinclusao.com.br/publicacoes/publicacoes.htm>.