

Museus, Espaços e Tecnologias Digitais: entrevista com Lucrécia D'alessio Ferrara¹

Museums, Spaces And Digital Technologies: interview with Lucrécia D'alessio Ferrara

363

REVISTA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Carmen Lucia Souza da Silva²

DOI 10.26512/museologia.v10iEspecial.39586

Resumo

Lucrécia D'Alessio Ferrara é doutora em Literatura Brasileira pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e livre-docente pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP). É professora titular emérita da PUC-SP e professora titular aposentada da USP. Atualmente exerce a função de professora titular junto ao programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Universidade Católica de São Paulo e líder do Grupo de Pesquisa Espaço-Visualidade/Comunicação-Cultura (ESPACC). Seus interesses de estudo estão voltados para a epistemologia da comunicação em suas possíveis interfaces temáticas com a cultura, a semiótica, a arquitetura, a cidade e o design. Nesta entrevista, Lucrécia D'Alessio Ferrara discute o museu por tempos e espaços, inclusive diante das tecnologias digitais, e ainda discorre sobre Museologia e Comunicação.

Palavras-chave

Museus. Espaços. Tecnologias Digitais. Museologia. Comunicação.

Abstract

Lucrécia D'Alessio Ferrara holds a Ph.D. in Brazilian Literature from the Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) and a "Livre-Docente" from the Faculty of Architecture and Urbanism at Universidade de São Paulo (USP). She is a professor emeritus at PUC-SP and a retired full professor at USP. She is currently a full professor at the Graduate Program in Communication and Semiotics at PUC-SP and leader of the Space-Visuality / Communication-Culture Research Group (ESPACC). Her study interests are focused on the epistemology of communication in its possible thematic interfaces with culture, semiotics, architecture, the city and design. In this interview, Lucrécia D'Alessio Ferrara discusses the museum through times and spaces, including in the face of digital technologies, and also talks about Museology and Communication.

Keywords

Museums. Spaces. Digital Technologies. Museology. Communication.

¹ Entrevista concedida em 26 de agosto de 2021.

² Professora e pesquisadora dos cursos de graduação em Museologia e de Pós-graduação em Ciências do Patrimônio Cultural da Universidade Federal do Pará. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos-RS). Email: carmensilva@ufpa.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2487-1823>

Figura 1- Lucrécia D'Alessio Ferrara, 12 de agosto de 2015 (São Paulo, Brasil).



Fonte: Conexão Universitária.

Carmen L. S. da Silva (CS) – *Mediação e interação são conceitos frequentemente também discutidos na comunicação aplicada aos museus e ao patrimônio cultural. Na perspectiva de uma cultura epistemológica, como estes conceitos, afetados pelas transformações culturais e sociais proporcionadas pelas tecnologias digitais e em rede, poderiam também contribuir para (re)pensar a sociabilidade nos ambientes de museu e de patrimônio, seja em relação ao desenvolvimento de pesquisas que tratem das interfaces de mediação, interação e tecnologia ou propriamente quando pensamos na recepção do público nestes espaços?*

Lucrécia D'Alessio Ferrara (LF) – No museu como equipamento da cultura, os modos de expor, ver, conhecer ou interagir não são espontâneos ou livres, mas ocorrem através da organização e fruição de espaços, arquiteturas de visualidade e curadorias. Nesse sentido, uma das maiores e reveladoras categorias epistemológicas do museu, enquanto equipamento da cultura, se refere ao modo de interação com seu público. Assim como o museu se transforma com a história, seu público constitui-se de modo distinto e passa por extensas e definitivas mudanças. Nesse sentido, observa-se que a interação com o público constitui variável que explica ou constrói a própria transformação do museu. Ou seja, se o público é variável que define o museu, isto se deve ao modo como ele se organiza enquanto visualidade e corresponde ao modo como ele se comunica, fala e interage com seu público que, por sua vez, o define e realiza como dispositivo da cultura.

Historicamente, o museu se alterou e, agora, já não basta guardar ou expor os acervos das grandes obras artísticas ou eventos da humanidade, mas é preciso estabelecer convergências entre os procedimentos de conservação e exposição. Na atualidade, as novas mídias são múltiplas e flexíveis; são reprodutivas, móveis, interativas e atuantes através de tablets, celulares ou áudio-guias. Se no antigo museu, a obra era exposta com toda sua aura e irreproduzibilidade enquanto o visitante esperava atingi-la pelo conhecimento da sua origem, história e circunstâncias vitais, atualmente, as tecnologias multimidiáticas fazem com que as intenções de comunicação com o público sejam contaminadas por modelos expositivos, liderados pelos meios digitais que garantem a necessária

ou desejada interatividade.

Enquanto paradigma de análise do museu como efeito receptivo, exige-se que o sistema expositivo se processe como mídia modeladora de preferências, gostos, padrões sociais, econômicos e culturais. Mais do que nunca, o museu contemporâneo transformou-se em dispositivo de comunicação que justifica e explica sua constante inserção na requalificação cultural de espaços, notadamente urbanos. Nesse cenário, o museu constitui dispositivo da cultura através da imagem que, embora possivelmente efêmera, é sobretudo assertiva nos seus propósitos de entreter e persuadir. Assim, a atual tendência dos projetos de museus deve considerar as novas dimensões comunicativas que, providas pela internet ou meios digitais, estimulam a interação do usuário que descobre uma nova dimensão do museu: seu aparato midiático. Essa dimensão apresenta diferenças epistemológicas que exigem ser consideradas.

CS – *Na área da Comunicação, a senhora já observou um deslocamento dos estudos voltados às “tecnologias instrumentais para as interações que assimilam os sujeitos aos objetos em um só corpo”. Considerando a interdisciplinaridade, ou a transdisciplinaridade, e também a complexidade na qual se encontram os campos da Comunicação e da Museologia, como a senhora percebe este deslocamento na atualidade, levando em conta ainda as recentes transformações que reiteram a ideia de estarmos imersos em uma Cultura Digital?*

LF– Com os meios digitais, a imagem mítica que caracterizava o museu tradicional se transforma em imagem técnica. Agora, o museu altera nossa percepção do real e estimula um olhar reflexivo e associativo que leva a coordenar informações apresentadas de modo complexo e exigem ser claramente dimensionadas. Com a velocidade da informação, a imagem e, com ela, a visualidade, apresentam-se como elemento fundamental da comunicação museológica que relaciona espaço físico e visualidade expositiva e, à medida em que se relaciona com o receptor, torna científicos os objetos ou temas expostos. Desse modo, entende-se que a arquitetura física do museu não só se relaciona com a atenção do receptor, mas sobretudo, transforma o espaço em ambiente carregado de significados. Para essa transformação, a organização do espaço físico é condição perceptiva que se alia à visualidade expositiva, constrói o ambiente do museu e lhe confere condição comunicativa. Portanto, o ambiente museográfico é construído pela imagem em seu modo expositivo e constitui o meio através do qual o museu se comunica. Ou seja, não há comunicação divorciada dos meios que lhe dão suportes, tecnológicos ou não. Desse modo e à semelhança da palavra e sua sintaxe no texto escrito, a gestualidade no teatro, a figura, o ponto, a linha e o plano na pintura, a imagem em movimento no cinema ou na televisão, o som e o ritmo na música, o algoritmo na linguagem digital, não há comunicação sem meios ou suportes. Nesse sentido, o ambiente construído pelo modo ou qualidade expositiva constitui a dimensão comunicativa do museu, ou seja, museu e comunicação se aproximam porque são cúmplices dos meios que os vitalizam e os fazem marcar a cultura. No contemporâneo, os recursos da tecnologia digital interferem na imagem ambiental e, como consequência, em todos os processos comunicativos. Se de um lado não há comunicação sem meios ou suportes, de outro não há museu sem visualidade expositiva que lhe confere densidade informacional. Através de distintos meios, comunicação e museologia são informação e não há informação divorciada dos meios que as constituem e lhes dão condição perceptiva.

No museu, estão em relação comunicativa, o ambiente, sua exponibilidade visual ou tátil, o registro disponível e o próprio objeto material em exposição. A densidade comunicativa, produzida simultaneamente por esses elementos, envolve de modo sensível e perceptivo o receptor, tornando-o disponível a associar e produzir conhecimento que transforma o museu em dispositivo da cultura.

Nesse sentido, o museu é produto comunicativo e o conhecimento por ele induzido aproxima-o da dimensão epistemológica da comunicação. Portanto, museologia e comunicologia não são áreas científicas interdisciplinares ou transdisciplinares, ao contrário, trata-se de áreas científicas equivalentes, a diversificar-se conforme as características respectivas dos meios que lhes dão suporte.

CS – *No artigo A Outra Caixa de Pandora (2016), a senhora propõe uma reflexão sobre superar a dimensão linear da simples transmissão e ser sensível às transformações contemporâneas. Atualmente, a relação entre mobilidade e redes de conexão digital tem transformado não apenas a vivência, mas, em alguns casos, a própria constituição dos patrimônios culturais nas cidades. Diante deste processo, como a senhora contextualizaria as noções de espaço e tempo, aplicadas ao patrimônio cultural digital?*

LF – No contemporâneo, o digital constitui paradigma que estabelece outro modo de ver o mundo, sugere novo uso para o tempo livre e constitui outro fator perceptivo da realidade cotidiana. Além de ver um modo de expor, ir ao museu significa interagir de forma lúdica com o espaço e o acervo museográfico, mas com o meio digital, o museu muda seu viés conceitual e apresenta novo parâmetro que exige necessária revisão do seu tempo histórico.

Essa mudança abre para o museu e seu conceito comunicativo outro e novo leque de interfaces que interessa detalhar. No museu contemplativo, o tempo passado surgia como emblema a ser respeitado, porque entre o passado e o presente se interpunha o estranhamento de cotidianos distantes que o museu permitia aproximar; entretanto, aquela realidade nada levava a reconhecer e, ao contrário, impunha descobrir. A distância criava lugares que pareciam estranhos ou exóticos na sua geografia e paisagens, nos objetos de uso diário ou na antropologia de modos de vida, crenças e valores. Se, no passado, o museu era, como meio comunicativo, aquele lugar que falava pela contemplação e oferecia ou permitia atingir uma revisão do espaço no tempo, no século XXI, o tempo é simultâneo, o espaço é ubíquo e o museu já não é lugar de estesia, ao contrário, é espaço estratégico, a serviço de uma economia cultural que o utiliza como apelo persuasivo.

No século XXI, o museu apresenta múltiplas faces. De um lado, torna-se objeto de memória de uma marca de sucesso econômico comercial, de estratégias midiáticas do poder constituído publicamente, do sucesso de personagens emblemáticas que, como consequência, se tornam objetos de exposição. O impacto do espetacular leva ao entretenimento de massa e àquele modo de ver que, seduzido pela imagem, subverte o possível sentido informacional, e se transforma em objeto de consumo. Embora sob o alibi da cultura, ir ao museu tem o mesmo sentido que ir às compras. Ao lado dessa interface econômico-persuasivo, abre-se para o museu o território dos avanços técnicos que o transformam em lugar de experimentação de novos artifícios e artefatos tecnológicos, utilizados para impactar os olhos e afastar o receptor do possível e real sentido daquilo que se expõe. Ou seja, já não se sabe se o que se expõe é a história na aura dos seus objetos ou a tecnologia com suas proezas e novidades.

Através da tecnologia digital, o século XXI abre, para o museu, outro ciclo da cultura no qual sua mídia se confunde com o modo de expor, ficando em segundo plano o interesse daquilo que é exposto. Entretanto e apesar do impacto tecnológico, o museu continua a ser objeto de novidade porque, a cada novo espaço inaugurado, visualiza-se outro tema que, até então sem interesse, irrompe como objeto de celebração museográfica. No contemporâneo, expor ou conceber um museu significa ir ao encontro de um tema que, embora não seja relevante, a exposição o torna museológico e objeto de desenhos museográficos. Desse modo, o século XXI leva o museu a expor-se a si mesmo e é oportuno perguntar se isso ocorre por que já não há o que expor ou por que é necessário conceber outro modo de expor, que significa criar outro viés midiático para a imagem que, à medida em que acompanha o progresso da técnica, parece sempre nova.

Nesse desenvolvimento, o museu se transforma na história e seus interesses expositivos vão do objeto artístico ou àqueles que, recuperados da rotina cotidiana, dão vida aos lugares reverenciados e, agora, atingem a nula dimensão da visualidade tecnológica. Na dinâmica histórica marcada pela acelerada mudança do cotidiano, a transformação do museu permite propor, como hipótese de pesquisa mais ampla, que o museu é um dispositivo da cultura, atravessado por três momentos distintos: histórico, pós-histórico e a-histórico.

O interesse desses novos museus a-históricos está nas interfaces que abrem para outros campos culturais e para o modo como, expandindo seus objetos de interesse, permite outra avaliação da cultura. Entretanto, para atingir essa dimensão, o museu passa por outra interface que enfrenta a imagem e sua exponibilidade como meio de reflexão e conhecimento, redesenhadas pela interatividade que, além de ser tecnológica, é, sobretudo, cognitiva e instigadora da percepção de outros quadros da cultura e da civilização, definidores da relação do homem com o tempo, com o espaço ou com a percepção que, embora distinta, caracteriza todas as espécies vivas.

CS – *Nesta mesma perspectiva, e partindo da expansão do patrimônio cultural - através de ambientes que conectam informações e imagens digitais a objetos materiais, a exemplo da Realidade Aumentada -, a senhoria acredita que poderíamos atribuir à “cidade errante” um outro caráter de mobilidade, por sua memória também expandida? Por que?*

LF – No museu histórico, a exponibilidade assumia a função de dispositivo que procurava recuperar a dimensão informativa dos objetos, levando-os a serem reconhecidos ou revistos em espaços emblemáticos da cultura. Nessa recuperação, o objeto passava do desnecessário, descartado ou decadente para re-encontrar, no museu, um lugar aurático. O museu histórico desenvolvia uma recuperação dos objetos artísticos ou não, para devolver-lhes uma homeostase de uso e função.

Durante os séculos das descobertas ultramarinas, os europeus acumulavam, nos chamados gabinetes de curiosidades, os fragmentos das realidades estranhas encontradas em viagens que se multiplicaram no período dos séculos XVI ao XVIII. Os gabinetes de curiosidades tinham um caráter de coleção enciclopédica, acumulando tudo o que chegava de lugares distantes e desconhecidos. Não havia preocupação em nomear ou classificar, mas apenas evidenciar, pelas amostras, a existência de outras civilizações diferentes, exóticas. Por um lado, essas coleções particulares funcionavam como emblemas de poder e pres-

Museus, Espaços e Tecnologias Digitais:
entrevista com Lucrécia D'alesio Ferrara

tígio social, por outro, colhidas a esmo e acumuladas inicialmente sem ordem ou sentido, eram readequadas a uma coleta cuidadosa e suscitavam a necessidade, cada vez mais científica, de pesquisar procedências históricas e geográficas dos objetos, comparação entre eles a fim de ser possível apreender semelhanças e diferenças para classificá-los e, por fim, organizá-los expositivamente como peças exemplares de um tempo da civilização ou de um lugar histórico. A museologia restringia-se ao desenvolvimento de uma função cultural que, mais do que expor a civilização, limitava-se a tornar visíveis e objetivos, o poder e o prestígio. Os museus de arte públicos eram, paradoxalmente, testemunhos políticos de ação e constituíam, não só prova de que o governo estava fazendo algo necessário ao povo, mas, sobretudo, o exercício do poder magnânimo do soberano ou do mecenas que admitiam expor ao público seus tesouros artísticos, enquanto o espaço exibia a imagem do esplendor dos antigos usos monárquicos. Os palácios sediavam os museus e a visualidade restringia-se à horizontalidade dos corredores ladeados que atuavam como espaço adequado à exposição contígua, desde que observada a origem e classificação das peças. A museografia do museu histórico reduzia-se à ordem imposta pela perspectiva do espaço, geometricamente desenhado.

Direcionado pelos longos corredores que exibiam o espaço em perspectiva, o público, em lugar de deslocar-se, parecia vagar omitindo a possível atenção àquilo que se expunha, porque o interesse desalentado de “ir ao museu” era expressão de uma doxa cultural. Descobrir, classificar, organizar, catalogar foram procedimentos essenciais que atribuíram ao museu notável dimensão equilibradora da história, através do modo como era exposta. O museu conservava a memória e providenciava a homeostase dos objetos que, originalmente, seriam descartados porque, sem função, eram considerados lixo. E, portanto, pós-históricos.

O museu digital da atualidade expande o espaço museográfico, mas essa expansão transforma a própria concepção de museu que se abre para uma dimensão que parece contrastar com o espaço e a função do anterior museu. Sem tempo e sem espaço concretos, o museu digital parece ser a-histórico ou sem história e celebra sua redução à imaterialidade info-técnica de espaços e tempos virtuais. Ante o museu virtual, pasteuriza-se a museologia e a museografia porque, agora, sem celebrações ou espetáculos, o museu é informação do passado que se reproduz na bidimensionalidade de superfícies tecnológicas que expõem a cultura, mas a desenham conforme a imaterialidade que configura a realidade virtual que não necessita ser reconhecida, porque nada mostra, ao contrário, apresenta cenários virtuais sem objetos, mas povoados de sensações táteis cuja realidade é tridimensional-ambiental e feita mais para ser sentida do que para ser vista. A sensação tátil de uma realidade ambiental supera a visualidade e o museu vai além do espaço, para atingir um possível lugar imaterial povoado pelas sensações que prescindem do espaço real.

CS – *Diante da ideia de “cidade aberta”, afetada pela mudança e pelo acontecimento, o que a senhora já observou, como poderiam ser pensados os museus e o patrimônio cultural urbano “nas teias de relações de um sistema aberto”?*

LF – A segunda metade do século XX e as duas primeiras décadas do século XXI são protagonistas de profunda transformação urbana marcada, no pós segunda grande guerra, pela reconstrução da Europa e, no novo mundo, pela requalificação do espaço urbano que deve ser adequado à super-industrialização

que promete desenvolvimento tecnológico, enquanto a cidade transforma-se em espaço próprio para uma concentração populacional sem precedentes. O funcionalismo urbano cede espaço à requalificação da cidade que, adensada na sua população, exige espaços livres para o convívio, para a troca comunicativa, para o lazer. Mais do que espaço de uso, a cidade da modernidade necessita de espaços de vida. Nesse projeto, o museu cumpre papel relevante: supera seu caráter expositivo, para transformar-se em espaço que leva o usuário a ver a cidade, através do museu. O espaço de exposição passa a ser o próprio museu e a cidade sem fronteiras abre-se para expor a cultura urbana que constitui a marca da modernidade.

No final dos anos 1970, a França vivia um momento de recuperação dos seus espaços urbanos, através de investimentos culturais. Com esse projeto surge, no decadente bairro Marais, o Centro Georges Pompidou (Figura 2). A sua implantação marcou o início de grandes transformações urbanas e culturais em Paris e no mundo. O Centro Pompidou, de autoria de Renzo Piano e Richard Rogers, é um marco em relação à mudança de concepção do espaço expositivo de um museu: faz do espaço urbano uma imagem que se vê através do impacto volumétrico do bairro com o qual o público interage, antes de chegar às exposições. O equipamento cultural museu deixa de ser endógeno e se expande pelos seus arredores criando um ambiente no qual tudo se prepara para aquela visibilidade volumétrica: há vários metros de distância e antes de acessar o espaço, já é possível antever as estruturas que, no momento do encontro, impactam olhos e corpo numa multiplicidade sensível. O caso Centro Pompidou é emblemático como redesenho de espaço onde o novo e diferente surgem para colorir e humanizar. Não se sabe o que se expõe: se o acervo, o museu ou a própria cidade.

Figura 2 - Centro Cultural Georges Pompidou – Paris



Fonte: Internet - <http://pictify.com/user/Pompidou>

Museus, Espaços e Tecnologias Digitais:
entrevista com Lucrécia D'alesio Ferrara

Em contexto mais recente de requalificação e redesenho urbano, o Museu Guggenheim de Bilbao (Figura 3) apresenta-se como novo paradigma em relação àquele adotado em Paris com o Centro Pompidou. O espaço transparente, fluído e contínuo que caracteriza o Centro Pompidou, dá lugar a formas complexas e quase surreais, enquanto as técnicas materiais de construção dão lugar aos desafios projetivos, desenvolvidos através de complexos *softwares*. Projetado por Frank Ghery, formas, estruturas e sistemas construtivos inovadores criam um grande gigante formado por placas de titânio, que é implantado no coração da cidade de Bilbao. Sua construção foi responsável pela transformação de uma decadente cidade industrial no norte da Espanha, transformando a cidade em local dos mais visitados na Europa.

Ao contrário do Centro Pompidou, o objetivo do projeto não foi criar um espaço contínuo com o já existente, mas criar uma ruptura com o velho, através do novo espetacular. O Guggenheim inova através da criação de um edifício imagem, um museu enigmático, um lugar para ser veiculado midiaticamente, visto à distância e desvendado por uma atenção que só se constrói através da vontade de entender o sentido daquele modo de ser museu.

Figura 3 - Guggenheim Museum.



Fonte: <https://www.spanishcontemporaryart.gallery/wp-content/uploads/2015/06/f4.jpg>

Em 2016, às vésperas do maior evento esportivo do mundo, os Jogos Olímpicos, o Museu do Amanhã (Figura 4), projetado por Santiago Calatrava, é inaugurado no Rio de Janeiro. Expoente mais atual de edifício imagem, foi criado para ser espetacular e concebido para ser amplamente divulgado nas mídias, trazendo visibilidade para uma degradada zona portuária. Em uma arquitetura projetada para ser a imagem do futuro, deixa à mostra o antigo entorno residual com o qual procura dialogar: a cidade, magnânima na sua paisagem, se expande entre o velho e o novo, entre o decadente e o monumental, a fim de atrair o grande público que não resiste à “selfie” que lhe permite presença midiática e o convida a fazer parte do cenário museográfico.

Figura 4 - Museu do Amanhã



Fonte:

http://dicasdeferias.com/wp-content/uploads/2016/05/inauguracao_museu_do_amanha_2.jpg

Tendo em vista a identificação de alguns caminhos para o futuro dos nossos museus e espaços de cultura, o Museu de Arte do Século XXI (Figura 5), projetado pela arquiteta Zara Hadid e construído na cidade de Roma, é um exemplo de como podemos olhar para frente, hibridizando o velho e o novo, integrando o museu à cidade e criando um espaço de lazer, cultura e convivência.

O MAXXI flui através de antigos edifícios e evoca uma imagem contemporânea de fluidez, promove a coexistência entre o novo e o decadente que não se esconde, pois seu entorno, composto por antigos galpões, não se inviabiliza como uso e visualidade. O velho não se esconde, mas se propõe para a descoberta de novos usos. Ao contrário do Guggenheim Bilbao, o MAXXI parece não ter sido criado para ser um edifício imagem ou objeto fora do contexto, ao contrário, ele se envolve com o entorno e, à primeira vista, parece até singelo, mas surpreende ao criar, na periferia romana, um microterritório de cultura, desenho e arquitetura.

Figura 5 - MAXXI / Roma - vista aérea.



Fonte: Internet – googlemaps.com

Na escala em que foi criado, o MAXXI convida o visitante a percorrê-lo, a fazer as descobertas na medida em que passeia e contempla seus espaços contínuos. Tanto na fluidez do interior quanto no exterior, os espaços criam uma imagem de museu do futuro, sem fronteiras e sem barreiras, revendo a concepção do passado que retinha o museu no espaço fechado e único adequado à exposição.

ISSN 2238-5436

Museus, Espaços e Tecnologias Digitais:
entrevista com Lucrécia D'Alessio Ferrara

Tanto o espaço interno quanto o espaço externo do MAXXI convidam o visitante a usufruir o museu de forma plena, usando e percorrendo todos os seus espaços que criam, na periferia da grande cidade, outra dimensão da sua célebre antiguidade.

CS – *Como senhora percebe as relações de poder nas redes sociais digitais? A senhora acredita que elas podem contribuir para a constituição de ambientes, simultaneamente físicos e no ciberespaço, que assegurem o direito ao patrimônio cultural e aos museus, inclusive por grupos historicamente silenciados? E quais seriam os desafios para alcançarmos plenamente essas (hiper)dimensões?*

LF – No museu do futuro ou do século XXI, será que a interação entre espaço e usuário, exposição e visitante precisa necessariamente se dar em museus espetaculares, de grandes proporções na lógica da imagem de consumo? Será que um dos caminhos não é a construção de espaços cívicos que proporcionem, eduquem e estimulem o cidadão a exercer sua cidadania? Neste sentido, o museu poderá ser exemplo corajoso de revisão das práticas culturais urbanas e apresentar-se, não apenas como lugar de exposições, mas como equipamento urbano feito para o uso da cidade como espaço sem fronteiras? O uso do museu contemporâneo poderia sugerir uma política capaz de propor outro caráter público e substituir o simples uso ordenado por um convite à invenção do espaço da cidade e do próprio museu?

CS – *Por fim, quais contribuições a comunicação, enquanto método, poderia dar aos estudos museológicos, considerando a transdisciplinaridade na qual ambos os campos se expandem?*

LF – Não se concebe comunicação e museologia como áreas científicas distintas ou interdisciplinares, ao contrário, a comunicação e a museologia se constroem, tanto epistemológica quanto metodologicamente, como áreas similares que exigem entender seu meio/suporte como elemento indispensável para as respectivas constituições. No caso do museu, esse elemento se revela pela natureza do espaço voltado para a exponibilidade visual e polissensível. O museu contemporâneo exige que, epistemologicamente, o entendamos como espaço da cultura que encontra, na cidade, seu lugar privilegiado e exige atenção para que seja possível entender sua inserção. Nesse sentido, a observação atenta da relação museu/cidade deverá ser a inspiradora de hipóteses heurísticas, que se fazem novas a cada projeto de pesquisa formulado. O meio/suporte do museu é constituído pelo próprio modo de expor, portanto, a observação dessa realidade revela o próprio objeto científico do museu e o caráter empírico da metodologia da sua investigação. Desse modo, a atenção empírica exige ser complementada pela atenção à semiótica expositiva que leva a investigação museográfica a responder, não só aos múltiplos desafios do caráter midiático do objeto, mas também, ou sobretudo, a considerar sua peculiar maneira de comunicar a cultura. Nesse sentido, sugere-se ser possível apreender outra característica epistemológica para o museu e para a própria comunicação.

Referências

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. A outra caixa de Pandora. *MATRIZES*, 10(2), p. 61-74, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i2p61-74>>. Acesso em: 15 Jul. 2021.

_____. *Comunicação, mediações, interações*. São Paulo: Paulus, 2015.