

## **Novas maneiras de vivenciar os museus: as estratégias narrativas dos guias durante a mediação das visitas no Museu-Casa de Rui Barbosa<sup>1</sup>.**

Michele Pereira RODRIGUES<sup>2</sup>

### **Resumo**

Por muito tempo, os museus foram dedicados à preservação e conservação de bens culturais. Todavia, percebe-se atualmente um interesse crescente das pessoas em usufruir desse espaço, o que contribui para que os museus busquem criar novas maneiras de contar suas histórias, no sentido de atrair o interesse dos seus visitantes por suas exposições. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho será investigar de que forma são construídas as diversas narrativas que permeiam a visita no museu-casa de Rui Barbosa. O percurso metodológico traçado percorre o levantamento de bibliografia sobre o assunto e uma entrevista semi-estruturada com um dos responsáveis pela mediação das visitas ao museu. Percebe-se que a Fundação Casa de Rui Barbosa representa um avanço ao conceber-se como um veículo de comunicação e educação em relação à sociedade.

### **Palavras-chave**

Museus; narrativas; Museu-Casa de Rui Barbosa.

### **Introdução**

Segundo Castells (1999), vivemos em uma sociedade em rede, onde o mundo está conectado e a informação está disponível para um grande número de pessoas. Ou seja, em muitos casos não é trabalhoso conseguir uma informação, não é necessário buscar a sua fonte primária: a internet contribuiu significativamente para reconfigurar a lógica espaço-tempo, modificando também as formas de comunicação.

Ao pensarmos sobre os museus, não podemos desconsiderar essa perspectiva. Por muito tempo, esses espaços foram dedicados à exposição de obras representativas das elites hegemônicas e serviam como espaço para se adquirir conhecimento em uma via de mão única, onde o museu detinha o conhecimento e as pessoas buscavam-no ao visitá-lo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares em Comunicação, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Bacharel em Turismo e em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

Ainda que esse fenômeno não seja exclusivo da contemporaneidade, o que se percebe é um interesse crescente das pessoas em usufruir desse espaço, fenômeno que Huyssen (2000) chama de *boom* da memória. Dessa forma, no sentido de atrair o interesse dos seus visitantes por suas exposições, os museus têm buscado criar novas maneiras de contar suas histórias, para que não se tornem obsoletos em um mundo onde a mudança é constante e célere.

Segundo Freitas *et al.* (2015) a Fundação Casa de Rui Barbosa, localizada no bairro de Botafogo, cidade do Rio de Janeiro, tem sido reconhecida, ao longo dos anos, pela excelência de seu centro de pesquisas e documentação histórica. Além disso, a fundação é responsável pela administração do Museu-Casa de Rui Barbosa, espaço museal de exposição permanente, elaborado a partir dos objetos, móveis e pertences do jurista, político e escritor que viveu entre 1849 e 1923.

No ano de 2014, a fundação lançou o projeto “Museu Casa de Rui Barbosa: estabelecendo relações com os turistas nacionais e internacionais”, com o objetivo de notabilizar a visitação no local. Entre as diversas atribuições dos seis bolsistas selecionados para participar do projeto está a mediação das visitas ao Museu-Casa. A título de exemplo, uma das possibilidades de mediação realizadas por esses bolsistas é a apresentação dos bens de Rui Barbosa tendo como plano de fundo o romance entre ele e sua esposa, o que revela uma tentativa de sensibilizar o visitante e atrair sua atenção através das emoções que essa narrativa desperta.

Dessa forma, a justificativa para esse trabalho é a percepção de uma iniciativa que vem trazendo resultados positivos, no que se refere às visitas no Museu-Casa, devido às estratégias narrativas utilizadas durante a visitação, mas também a uma proposta inovadora no que se refere ao perfil dos bolsistas contratados, que são turismólogos, o que não é comum na gestão dos museus, ao menos no Brasil e que, por isso, merece atenção.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho será investigar de que forma são construídas as diversas narrativas que permeiam a visitação no museu-casa. Como objetivos específicos, pretende-se: a) caracterizar os museus e, em especial Museu-Casa de Rui Barbosa, enquanto espaço produtor de informação e como espaço de produção de significados; b) realizar uma entrevista com um dos gestores do local de forma a verificar quais estratégias narrativas são utilizadas durante a mediação das visitas; c) realizar um

levantamento dos resultados dessa metodologia, face ao alcance ou não dos objetivos previamente propostos.

Quanto aos procedimentos metodológicos, essa pesquisa, de cunho qualitativo-exploratório (MARCONI e LAKATOS, 2009), pretende realizar, primeiramente, um levantamento bibliográfico sobre os principais documentos que tratam dos museus e das narrativas, além daqueles que relacionam esses dois temas. Ademais, como técnica de coleta de dados, foi realizada uma entrevista semiestruturada com um dos gestores do museu em questão.

O artigo está dividido da seguinte forma: na primeira seção, é feita uma reflexão sobre os museus, onde ganham destaque os museus-casa. Em seguida, a seção intitulada “Narrativas”, pretende revelar as dinâmicas desse fenômeno, especialmente quando se trata dos museus. Posteriormente, será apresentada a metodologia utilizada no estudo. Logo após, serão expostos e discutidos os resultados das pesquisas realizadas e, por fim, a conclusão.

## **1 Museus**

Por muito tempo, os museus basearam suas atividades e foram reconhecidos pela sociedade como lugares destinados a quem detinha o conhecimento. Seus ideais de classificação, de conservação e de utilidade pública, que são justos e claros, como bem lembra Paul Válerly em seu ensaio “O problema dos museus” (1993), por vezes colocavam os museus em uma situação de afastamento da sociedade. Fabbrini (2008) corrobora a tese de Válerly ao afirmar que os museus eram lugares de segredo e de uma troca simbólica restrita e altamente ritualizada.

Todavia, é importante considerar que a dinâmica própria do patrimônio cultural não permite que esses bens sejam “vistos como uma coleção de objetos afastados da vida, devendo ser vistos como um suporte para um processo contínuo de produção da própria vida.” (CASTRIOTA, 2009, p.89). Dessa forma, entende-se que a seara do patrimônio cultural, onde o campo museal se encontra, pode ser considerada como um campo interdisciplinar, principalmente no que tange às ciências humanas e aplicadas, como a História, o Turismo e a Comunicação Social. Para Silva e Azevedo Netto,

Compreender as instituições museológicas como produtoras de informação e construtoras de representações através de fragmentos da realidade ali representados na cultura material expressa nos

objetos expostos é perceber o museu como espaço de produção de significação. (SILVA E AZEVEDO NETTO, 2013, p.159).

No Brasil, os esforços governamentais para a preservação do patrimônio cultural datam da década de 1930 e são fruto de um esforço para que fosse criada uma memória coletiva do povo brasileiro. Dessa forma, bens de valor histórico e artístico, julgados dignos de preservação, foram tombados, a partir da criação do SPHAN em 1937.

Porém, antes de avançarmos, faz-se necessário entender que, em espaços como os museus, o poder e a memória estão profundamente ligados, em uma dinâmica tão intrínseca que parece ser natural. É importante, no entanto, considerar que tanto suas exposições como seus discursos sobre a realidade são construções sociais.

Qualquer museu é o lugar onde se expõem objetos e isso compõe processos comunicativos que necessariamente se constituem na seleção de peças que devem ir para o acervo e no modo de ordenar as exposições. Tudo sempre se orienta por determinada postura teórica, que pode ir dos modelos de doutrinação até parâmetros que estimulem o ato da reflexão. Em outros termos: não há museu inocente. Qualquer exposição tem autores que trabalham a partir de certos pressupostos, explicitados ou não. Desse modo, o que mais interessa é saber o direcionamento que foi adotado. Dizer que tal livro ou tal exposição são educativos não é o bastante. É necessário saber o sentido que se dá à prática pedagógica. (RAMOS, 2004, p. 14)

A partir do momento em que a cultura passa a ser enxergada a partir de um viés antropológico (CASTRIOTA, 2009), a percepção de que todos têm direito e são sujeitos da cultura promove uma democratização desses espaços de memória, e o que, até então, era privilégio das classes hegemônicas, transforma-se em atração também para as massas<sup>3</sup>. Canclini (1994) chama esse processo de massificação da cultura.

O resultado desse fenômeno pode ser observado na mudança da maneira como as pessoas vivenciam os museus. Para Huyssen (1997), o visitante tradicional, o *flanêur*, perde espaço para o visitante atual, que tem por objetivo percorrer o maior número de atrativos possíveis, em uma verdadeira maratona nos museus.

---

<sup>3</sup> Em um estudo denominado “Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva”, Beatriz Sarlo (2007) lembra que a partir dos anos 60 e 70, houve uma amplificação do interesse por temáticas do cotidiano, como costumes, crenças e paixões enquanto objeto de pesquisa sobre a memória. Desde então, a história oral e as representações de pessoas comuns passaram a ser alvo de pesquisas e colocaram em cheque o valor de verdade que os discursos anteriormente adotados tinham.

Há autores, no entanto, que criticam o rumo que esse processo tomou. Para Chris Rojek (1993) os bens culturais tornaram-se “comodificados”<sup>4</sup>, os espaços culturais tem se tornado palco de espetáculos dedicados ao lazer e ao entretenimento, o que conduz ao desaparecimento das distinções entre o real e o imaginado no contexto da pós-modernidade.

Ainda em relação a esse visitante atual, Baudrillard afirma: “As pessoas tem vontade de pegar tudo, pilhar tudo, comer tudo, manipular tudo: ver, decifrar –contemplar– aprender não as atinge.” (BAUDRILLARD, 1991, p.170). Entretanto, isso nunca foi permitido no caso dos museus em razão da necessidade de preservação das obras.

Sendo assim, Jensen (1999) defende que estaríamos diante de um cenário em que a maior busca das pessoas é pela emoção das histórias, situação que superaria paulatinamente a lógica material da Sociedade da Informação, cujas raízes estão voltadas à busca incessante pela informação. Nesse contexto, o como informar torna-se mais importante do que o que se informa e as novas possibilidades narrativas surgem como estratégia para movimentar e aproximar o público dos museus.

## 2 O Museu-Casa

Comumente, durante a visita a um museu, as pessoas se interessam pelos objetos dispostos nas vitrines, sobre as temáticas apresentadas nas exposições, sobre os artistas que mostram suas obras, entre outras várias possibilidades. Raramente o visitante se questiona sobre a construção do museu, sua trajetória e, muito menos, sobre como, afinal de contas, todos aqueles objetos foram parar ali. Já no contexto de um museu-casa, toda essa construção pode interessar ao visitante, pois sua atenção por vezes está voltada para entender como era a vida dos antigos moradores, seus hábitos e costumes.

De acordo com Ponte, a coleção de uma casa-museu se constitui do “conjunto do cotidiano doméstico existente em qualquer habitação, mas ligados ao gosto pessoal do patrono, e [...] interesses e situação financeira do patrono” (2007, p.8). Já na definição de Freitas *et al* (2015) o museu-casa

[...] ao mesmo tempo que conjuga o museu e a casa, não é nenhum dos dois: é um terceiro produto com características bastante particulares. O museu-casa é a exposição do que outrora era privado e, a partir de um olhar inédito sobre a intimidade de determinada personalidade e sua família, se tem uma nova percepção acerca

---

<sup>4</sup> No sentido de *commodities* ou mercadorias, na tradução literal para o português.

destes indivíduos e o contexto histórico no qual estavam inseridos.  
(FREITAS et al, 2015, p.)

Não obstante, devemos nos lembrar que esse processo se difere da constituição de uma casa comum, pois passa pelo crivo da concepção museológica e é resultado de diversos tipos de motivações, de cunho pessoal, patriótico e/ou de incentivo ao sentimento de identidade nacional como destaca Ponte (2007).

Lembrando Válery (1993) ao dizer que os museus tem pouca relação com as delícias, não é difícil perceber um aspecto asséptico em muitos espaços museais, o que torna difícil uma conexão entre visitante e as obras. No caso de um museu-casa, em que objetos do cotidiano ou mesmo inéditos e ambientes familiares se mesclam, essa característica parece perder força, tendo em vista que é possível transmitir um ambiente mais acolhedor e humano, já que pessoas de verdade moraram naquela casa.

Dessa forma, surge o conceito de interpretação do patrimônio, com suas raízes na prática sistemática de sensibilização de visitantes em ambientes naturais, como parques e reservas naturais. Para Murta e Albano (2002) interpretar um patrimônio cultural significa acrescentar valor à experiência de um visitante. A partir de uma experiência positiva, as autoras acreditam que o visitante cria algum tipo de vínculo com esse bem, que é fundamental para seu processo de valorização e gestão.

## **2. 1 O Museu-Casa de Rui Barbosa**

A Fundação Casa de Rui Barbosa tem sua origem no museu-biblioteca instituído em 1928. Trata-se do mais antigo Museu-Casa do Brasil, localizado no bairro de Botafogo, na cidade do Rio de Janeiro. A instituição tem por objetivo desenvolver cultura, pesquisa e ensino e promover a divulgação e o culto da obra e vida de Rui Barbosa (BRASIL, 1966).

O Museu-Casa é aberto ao público para visitas mediadas de terça a domingo, em três horários diferenciados. Entre terça e sexta-feira a visita ocorre às 11 h, às 13 h e às 15 h e aos sábados, domingos e feriados às 14h15, às 15h15 e às 16h15. Também é possível fazer um agendamento prévio, no caso de grupos de pessoas.

A partir do projeto “Museu Casa de Rui Barbosa: estabelecendo relações com os turistas nacionais e internacionais” criado em 2014 e orientado por Jurema Seckler e Telma

Lasmar, o Museu-Casa de Rui Barbosa passou a contar com seis bolsistas turismólogos. Essa iniciativa, até então inédita no Brasil, demonstra uma preocupação em diversificar o perfil das equipes que trabalham em museus, assim como recomenda Castriota (2009).

O produto final do primeiro ano deste projeto foi um plano de ações com o intuito de notabilizar as visitas ao Museu-Casa de Rui Barbosa (FREITAS *et al* 2015, p.721). De acordo com o site da instituição<sup>5</sup>, esses bolsistas são responsáveis pela mediação das visitas ao museu e desenvolvem atividades lúdico-pedagógicas, oficinas, cursos e visitas especiais, com o intuito de assegurar o interesse e a comunicação com os vários segmentos do público visitante.

Contudo, o Museu-Casa enfrenta alguns desafios no que se refere à sua exposição. Por ser permanente, as pessoas não tem o mesmo interesse em voltar ao local como tem em espaços onde as exposições variam.

### **3 Narrativas**

Como bem lembra Castriota (2009), a dialética lembrar-esquecer sempre está presente quando se trata de bens culturais “[...] para se criar uma memória, privilegiam-se certos aspectos em detrimento de outros, iluminam-se certos aspectos da história, enquanto outros permanecem na obscuridade.” (CASTRIOTA, 2009). Acreditamos que as narrativas também sejam fruto dessa dialética. Ao construir uma narrativa, seja sobre a história de um país ou sobre aspectos do cotidiano de um personagem, contamos uma versão daquela história.

Acontece que, por muito tempo, os bens nos quais o governo acreditava serem representativos da cultura brasileira, eram eleitos entre os vencedores, assim como Thompson (1996) revela acontecer em outros lugares no mundo. Por muito tempo, a versão que foi contada da história brasileira privilegiava os intelectuais, os políticos, os fazendeiros, em detrimento das populações marginalizadas.

Todavia, entende-se que, para além de preservar os vestígios do passado, o museu necessita também de ser experienciado para se tornar atrativo, sendo a simulação dos seus contextos, uma das estratégias utilizadas pelos guias. Nesse sentido, a capacidade de

---

<sup>5</sup> Disponível em: [http://www.casaruibarbosa.gov.br/interna.php?ID\\_S=219](http://www.casaruibarbosa.gov.br/interna.php?ID_S=219). Acesso em 20/07/2015.

reinterpretação cultural é vista como uma maneira de adaptação que liberta as comunidades de uma versão excludente da identidade cultural.

Para Murta e Albano “[...] a boa interpretação marca a qualidade da descoberta, descortina significados e toca emoções, ao invés de apenas passar informações factuais.” (MURTA E ALBANO, 2002, p.10). Se considerarmos o contexto de uma cultura ocidental globalizada, que busca entretenimento a todo custo, é fundamental tocar a emoção, provocar as pessoas, estimular novas formas e olhar, de ver e apreciar. Por isso, Castriota (2009) defende que ao se pensar hoje em preservação do patrimônio, importa considerar sua amplitude, sem dissociar todos os suportes de memória – as edificações e os espaços, mas também os documentos, as imagens e as palavras.

Scheiner (2014) explica que as relações de afeto que se estabelecem na visita museal constituem uma experiência individual. Cada visitante concebe aquele espaço de uma maneira. O que desperta o interesse de uma pessoa pode não ser tão interessante a outra. Dessa maneira, é fundamental compreender cada visitante como indivíduo, considerando suas expectativas e anseios e não tratá-lo como apenas mais um visitante.

O trabalho de um narrador em um ambiente museal deve ser o de promover a aproximação entre indivíduos e obras de cultura e arte, embora exista uma relação de via dupla, em que ele também é impactado e se transforma a cada mediação.

#### **4 Metodologia**

No decorrer dessa pesquisa, além das informações do site<sup>6</sup> da instituição, buscou-se o aporte de diversos documentos que tratam dos eixos pesquisados, a saber: museus, memória, patrimônio cultural e narrativas.

Outrossim, foi realizada, no dia 29 de junho de 2015, uma entrevista semiestruturada (MARCONI e LAKATOS, 2009) com João Alcântara de Freitas, um dos bolsistas do Museu-Casa responsável pelas visitas guiadas e também pelas diversas ações implantadas a partir do ano de 2014, no âmbito do projeto já citado. A opção por entrevistar esse bolsista se deve pela proximidade que tem com a autora desta pesquisa, tem em vista que ele também é professor da universidade à qual a autora se graduou.

#### **5 Apresentação e discussão dos resultados**

---

<sup>6</sup> <http://www.casaruibarbosa.gov.br/>



A entrevista realizada foi dividida em três categorias de análise, a saber: Aspectos sobre a constituição do Museu-Casa de Rui Barbosa, Estratégias narrativas das atividades no Museu-Casa e Resultados do projeto.

### **Aspectos sobre a constituição do Museu-Casa de Rui Barbosa**

Segundo João, a motivação para transformar a casa de Rui Barbosa em museu partiu do presidente à época Washington Luís, grande entusiasta da carreira de Rui. Tanto que tudo aconteceu de forma muito rápida: a morte de Rui ocorreu no ano de 1923 e já em 1924 o governo adquiria a casa em que ele morava com a família. No ano seguinte os móveis foram comprados e em 1930 o local já existia enquanto museu-casa. Essa situação ratifica o que Ponte (2007) afirma sobre os tipos de motivação para a constituição de um museu-casa. Nesse caso, a questão pessoal pode ter influência, contextualizada a um movimento que acontecia entre políticos e intelectuais naquele período, que reivindicava a valorização da identidade nacional por meio da criação de heróis e mitos, papel no qual Rui Barbosa poderia encaixar-se por conta de sua importância no cenário político brasileiro.

Sendo assim, na opinião de João a Fundação Museu-Casa de Rui Barbosa nasce com o intuito de celebrar a imagem de Rui (o que condiz com o objetivo da Fundação disposto na legislação de 1966), ao mesmo tempo em que buscava humanizar sua figura, mostrando alguns aspectos de sua vida privada, como sua relação com a esposa e os filhos.

### **Estratégias narrativas das atividades no Museu-Casa**

Quando perguntado sobre se houve algum treinamento para os bolsistas em relação a como realizar as visitas guiadas, João enfatiza que eles receberam alguns livros que tratam da vida e obra de Rui Barbosa e que a maneira como conduz as mediações é bastante influenciada por esse material. Segundo ele, o material recebido reitera a imagem de Rui enquanto mito, um grande personagem da história do Brasil e que, até a questão de conduzir a visita em um local que já foi residência da pessoa da qual ele conta a história, acaba induzindo a sua maneira de conduzir a visita.

Por muitas vezes, diz João, ele se pegou fazendo papel de advogado de Rui, ao ser questionado sobre situações polêmicas da vida do político. Ao fazer essas reflexões, João conclui que é difícil fazer uma análise fria da vida do antigo morador do Museu-Casa, estando contaminado por aquele ambiente em que tudo gira em torno dos objetos, móveis,

histórias e obras de Rui Barbosa. Sendo assim, ele entende que seu discurso não é isento de opinião.

Segundo João, todas as visitas que acontecem hoje no Museu-Casa de Rui Barbosa são guiadas. Estabelecer os horários das visitas foi uma das primeiras ações dos bolsistas e isso se deve a uma tentativa de concentrar a visitação em grupos e em horários em que sempre há um guia para realizar a mediação.

Antes, os visitantes nem sempre eram acompanhados por guias; quem fazia o acompanhamento das visitas eram os estagiários, mas que, por questões legais quanto à jornada de trabalho, nem sempre estavam presentes em todas as visitas. Quando não estavam presentes, os guardas do local acompanhavam as visitas, devido à premissa de segurança dos objetos expostos. Conforme afirma o entrevistado, não há câmeras em todos os cômodos e onde há, existem pontos cegos, por isso a necessidade de alguém acompanhando a visitação.

Isso, no entanto, no entendimento de João, poderia constituir um constrangimento às visitas, pois o público sente-se cerceado tanto quanto ao tempo da visita, como da maneira que usufruía do espaço. Dessa forma, esta postura eixou de ser adotada.

Ao ser questionado sobre a construção das narrativas no contexto do Museu-Casa de Rui Barbosa, João atesta que não há discursos pré-formatados. Não há padrões. O mediador tem autonomia para fazer uma análise do perfil do grupo visitante e, a partir disso, determina as estratégias narrativas de sua mediação.

Assim, quando os grupos são mais homogêneos, como no caso de estudantes de educação física, é abordado o interesse de Rui Barbosa por esse tema; quando surgem estudantes de direito, costuma-se tratar das atividades de Rui enquanto jurista. Na concepção de João, o desafio maior é conciliar e despertar o interesse de visitantes no mesmo grupo com perfis variados, como crianças e idosos, pessoas de níveis intelectuais distintos, etc.

A duração das visitas costuma variar entre 40 minutos e 2 horas e meia, conforme cada grupo de visitantes. Nas palavras de João, o mediador acompanha; quem guia a visita é o visitante. Isso porque o prosseguimento da visitação depende muito das reações das pessoas a cada narrativa, a cada objeto e a cada cômodo. Nesse sentido, a afirmação do

entrevistado lembra o que Scheiner (2014) defende em relação ao afeto que se estabelece na visita museal, que é uma experiência absolutamente individual.

Nesse sentido, João aponta que a visita não é apenas um momento informativo, é também um momento de entretenimento. Todavia, em sua opinião, o senso comum associa o entretenimento a algo barato, o que nem sempre acontece. O objetivo do mediador é, segundo o entrevistado, equilibrar os momentos de aprendizado àqueles de divertimento. Essa perspectiva é criticada por Rojek (1993), para quem os espaços culturais tem se tornado palco de espetáculos dedicados ao lazer e ao entretenimento, o que faz com que o real e o imaginado se misturem, de maneira a iludir o visitante.

### **Resultados do projeto**

De acordo com João, o projeto concebido para contratação de bolsistas não trazia, em pormenores, quais seriam as atribuições dos contratados. O que se sabia era que o objetivo compreendia ter alguém qualificado para realizar as visitas com a capacidade de transcender os discursos prontos sobre Rui Barbosa e realizar uma visita mais receptiva.

Apesar de o projeto ser recente, findo o primeiro ano de atividades, é possível realizar algumas análises frente aos resultados obtidos.

Ao ser questionado sobre os resultados do projeto, João afirmou que, desde o início não era objetivo nem da Fundação Casa de Rui Barbosa e nem do grupo de bolsistas aumentar o número de visitantes no local. A intenção era notabilizar de forma qualitativa a visita, fato que pode ser percebido através dos questionários de avaliação aplicados após a visita.

Uma das reflexões traçadas pelo entrevistado em relação a esse questionário tem a ver com as seguintes perguntas que compunham o mesmo: “a) É sua primeira vez no Museu-Casa?” e “b) Você voltaria a visitar o local?”. Segundo João, normalmente as pessoas respondiam que voltariam sim a visitar o local. Contudo, quando esse dado era confrontado com as respostas à questão sobre a primeira vez no local, percebia-se que essas respostas não passavam de um indicador de satisfação sobre a visita, porque na grande maioria das vezes as pessoas estavam no Museu-Casa pela primeira vez. Para João, esse é um dos maiores desafios na gestão de um espaço como esse, tendo em vista que a

configuração do acervo é a mesma desde 1930, o que faz com que as pessoas não se interessem por considerarem que viverão a mesma experiência novamente.

Em relação às ações desenvolvidas desde o momento das contratações, João declarou que o grupo propôs recentemente um plano de ações a partir dos diagnósticos obtidos durante o último ano, com base nas mediações das visitas e na organização de diversos eventos como a Primavera dos Museus no ano de 2014 e a Semana dos Museus de 2015<sup>7</sup>.

### **Considerações finais**

Retomando os objetivos deste trabalho, onde se buscou investigar de que forma são criadas as narrativas presentes nas mediações às visitas do Museu-Casa de Rui Barbosa, percebe-se que há um cuidado por parte dos mediadores em considerar o perfil dos visitantes para então conduzir a visita.

Nesse sentido, a Fundação Casa de Rui Barbosa representa um avanço no que tange à percepção de que o papel do museu deve ultrapassar a concepção de mero espaço de exposição de objetos, e dedicar-se, sobretudo, a ser um veículo de comunicação e educação, estando aberto às constantes mudanças e diversos interesses. Parece inevitável à sobrevivência dos museus na atualidade buscar novas formas de interação com seus visitantes e, dessa forma, novas estratégias vêm sendo criadas e reinventadas de maneira a garantir ao visitante uma experiência positiva.

Verifica-se que a seleção dos bolsistas para o projeto “Museu Casa de Rui Barbosa: estabelecendo relações com os turistas nacionais e internacionais” e a autonomia concedida a eles tem trazido bons resultados à instituição, o que ratifica a opinião de Castriota (2009) quanto à questão de o patrimônio cultural deixar de ser exclusividade de alguns profissionais que tradicionalmente se ocupam com ela, passando a exigir a composição de equipes interdisciplinares amplas e ativa participação da sociedade.

Longe de esgotar essa discussão, acredita-se que, um possível desdobramento dessa pesquisa poderia ser a investigação sobre configurações de sentido edificadas pelos visitantes do Museu-Casa através dos discursos produzidos pelos guias e suas experiências

---

<sup>7</sup> Ambos os eventos organizados pelo IBRAM - Instituto Brasileiro dos Museus.

no local. Pesquisar de que forma esses discursos refletem nos visitantes do museu seria uma maneira de obter dados qualitativos sobre a experiência de visitação.

## Referências

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simula o**. In: Da sedu o. Tradu o de M. J. da C. Pereira. Lisboa: Relógio d' gua, 1991.

BRASIL. Lei 4.693/1966.

CANCLINI, N. G. **O patrimônio cultural e a constru o imaginária do nacional**. Cidade: Revista do Patrim nio Histórico e Artístico Nacional, Instituto do Patrim nio Histórico e Artístico Nacional, MEC, n.23, 1994.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRIOTA, L. B. **Patrim nio cultural: conceitos, políticas e instrumentos**. São Paulo: Anablume, 2009.

FREITAS, J. *et alli*. **Intera es sociais e afeta es, uma análise crítica sobre as visitas mediadas no museu casa de Rui Barbosa**. Seminário Internacional Políticas Culturais. Anais do VI Seminário Internacional de Políticas Culturais. Rio de Janeiro / Organizadores: Lia Calabre... [et al.] – Rio de Janeiro : Funda o Casa de Rui Barbosa, 2015.

HUYSSSEN, A. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora; Universidade Cândido Mendes; Museu de Arte Moderna, 2000.

JENSEN, R. *The Dream Society: How The Coming Shift From Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York, McGraw-Hill, 1999.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MURTA, S. M. ALBANO, C. (Org.) **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.

NORA, P. (dir.). *Les lieux de mémoire* – I: La République. Paris: Gallimard, 1984.

PONTE, A. Casas Museu em Portugal. Tese de Mestrado. Disponível em: <http://antonioponte.files.wordpress.com/2008/05/microsoft-word-texto.pdf>. Acesso em 20/07/2015

ROJEK, C. *Ways of escape?: modern transformation of leisure experience*. London: Routledge, 1993.

SARLO, B. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. Tradu o Rosa Freire d'Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.

SCHNEIDER, T. C. **Museu e Museologia**. Defini es em processo. In: MAIRESSE, François; MARANDA, L. DAVIES, A. (Dir.). *Defining the museum*. Paris: Harmattan, 2007.

SILVA, T. V. G. AZEVEDO NETTO, C. X. de. **Práticas informacionais expositivas: um estudo sobre o museu casa de José Américo**. Inf. & Soc.:Est., João Pessoa, v.23, n.3, p. 159-172, set./dez. 2013

THOMPSON, E.P. **Objec es e oposi es**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

VALÉRY, P. **O problema dos museus**. Tradução de V. Novis. Revista MAC, São Paulo, n.2, p. 53-55, nov. 1993.