

Profissionais de Turismo nos museus: Por quê? Para quê?

Conceição de Maria Belfort de Carvalho¹

Liz Renata Lima Dias²

Karoliny Diniz Carvalho³

Resumo: O trabalho discute a importância dos profissionais de turismo nos museus, verificando as formas de atuação, as possíveis contribuições, os limites e perspectivas em torno do trabalho nos espaços museológicos. Aborda algumas possibilidades e desafios na gestão dos museus enquanto atrativos turísticos, considerando as novas funções que estes desempenham na atualidade. Apresenta os resultados da pesquisa de campo realizada junto aos acadêmicos de turismo que atuam nas instituições museológicas dos municípios de Alcântara e São Luís, Maranhão. Com base nos resultados obtidos, constata-se que esses profissionais podem contribuir nas atividades sócio educativas e na inserção dos museus aos demais atrativos existentes, valorizando a identidade do lugar e ampliando as opções de lazer e consumo cultural para a comunidade e visitantes. O estudo aponta para a necessidade de se ampliar a participação dos bacharéis em turismo nos museus, com vistas a contribuir para maior visibilidade dos acervos, ampliação do público visitante e fortalecimento da experiência turística na apreensão do patrimônio cultural das localidades.

Palavras-chave: Profissionais de turismo. Gestão. Museus. São Luís. Alcântara. Maranhão

Introdução

A relação entre museus e turismo tem ensejado algumas discussões em torno de aspectos envolvendo patrimônio cultural, consumo e lazer. Sendo notória a incorporação das instituições museológicas no contexto turístico de diversas localidades, bem como a existência de contribuições de ordem econômica e sociocultural permeando essa relação, chama-se atenção para a necessidade de ampliar o processo de qualificação dos museus com foco no turismo para além da oferta de cursos de capacitação.

¹ Doutora em Língua Portuguesa e Linguística pela Universidade Estadual de São Paulo (UNESP). Professora Adjunto III da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Professora do Mestrado Interdisciplinar em Cultura e Sociedade Email: cbelfort@globocom

² Mestre em Sustentabilidade de Ecossistemas (UFMA) Bacharel em Turismo (UFMA). Educadora do Museu Casa Histórica de Alcântara, Maranhão. Email: lizrenata@gmail.com

³ Mestre em Cultura e Turismo (UESC/BA). Docente do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA/ALCÂNTARA). Email: karolinydiniz@gmail.com

Considerando que a atividade turística se mantém interligada à atividade museológica em muitas instituições, seja em âmbito real ou potencial, e que pode integrar o processo de reconfiguração e dinamização dos museus, destaca-se a necessidade de refletir sobre a presença de profissionais de turismo nesses espaços. Este estudo se baseia na perspectiva de que a incorporação de pessoas deste setor junto aos profissionais multidisciplinares que atuam nos museus pode contribuir não apenas para uma melhor prestação de serviços em torno do contexto museu-turismo como também no desenvolvimento das atividades expositivas, educativas, de comunicação e fortalecimento institucional.

Assim, busca-se analisar o papel dos profissionais de turismo nos museus, verificando as formas de atuação, as possíveis contribuições, os limites e perspectivas em torno do trabalho nos espaços museológicos. A primeira etapa do estudo foi realizada nos principais museus de São Luís e Alcântara, com a proposta de ser posteriormente estendido para os demais museus do Maranhão e de outros estados.

Para a identificação dos conceitos e categorias de pertinência para a temática proposta, realizou-se em um primeiro momento a sistematização e análise de informações pertinentes à atuação do profissional de turismo em meio aos novos paradigmas da museologia. O estudo contemplou ainda uma pesquisa de campo, com a realização de entrevistas semiestruturadas juntos aos estudantes de turismo que atuam em algumas instituições. Posteriormente, realizou-se a análise de conteúdo das entrevistas realizadas, no sentido de articular o marco teórico-conceitual à realidade empírica observadas nas instituições museológicas alvo de investigação.

A relevância deste estudo pauta-se na carência de pesquisas envolvendo turismo e museus, principalmente no âmbito da atuação profissional; na possibilidade de demonstrar que a qualificação dos museus para o turismo pode ser ampliada com a presença de um profissional da área e revelar que o profissional de turismo pode contribuir não apenas no universo econômico como também na função social desempenhada pelos museus.

O profissional de turismo nos espaços Museológico: contribuições, limites e possibilidades.

A ampliação das possibilidades de atuação nos espaços museológicos propicia a inserção no mercado de profissionais oriundos de diversas áreas de conhecimento, mediante uma visão de museu integral⁴ e participativo das demandas das sociedades; profissionais da área de administração e gestão, economia, marketing e comunicação inserem-se no corpo técnico de diversas instituições de salvaguarda patrimonial e, mais recentemente, o profissional de turismo.

⁴ Segue perspectiva de museu enquanto fator de ação e mudança social, com fortes vínculos ou relações com a comunidade. Conceito adotado durante a Mesa Redonda de Santiago do Chile (1972).

Predominantemente associado a atividades técnicas e ao saber empírico, o que levou a intensificação de debates em torno de sua caracterização enquanto ciência, arte ou técnica, conforme expõem Barretto (1995) e Moesch (2011), o turismo emerge como um campo do conhecimento científico em vias de consolidação. Nos últimos anos constata-se a construção de um campo epistemológico resultante de encontros, seminários, debates e reflexões sobre o turismo em diferentes enfoques, e uma produção científica que aprofunda as análises do sistema de turismo e suas relações com as demais ciências sociais e humanas. O turismo constitui assim, um campo de conhecimento eminentemente interdisciplinar.

A atividade turística constitui um fenômeno sociocultural que aciona, ressignifica, formata e promove o consumo dos patrimônios naturais e culturais – sejam eles de ordem material ou imaterial – estabelecendo relações de intercâmbio, aprendizagem e enriquecimento. Em linhas gerais, trata-se de um processo de comunicação, na qual se evidencia relações de ordem econômica, social, política, ambiental e patrimonial, com repercussões nem sempre positivas decorrentes do intercâmbio cultural.

Sendo os patrimônios culturais e seus espaços de salvaguarda, exposição e promoção, elementos integrantes da oferta turística, torna-se fundamental a existência de um profissional que estabeleça a devida interpretação desses patrimônios por meio de um diálogo transversal e, ao mesmo tempo, emotivo e problematizador, estimulando não apenas a contemplação ou fruição estética dos acervos, mas, sobretudo, a criticidade dos visitantes em relação ao tema dos circuitos expositivos, desvelando as relações entre os bens culturais, os processos históricos e sociais e a dinâmica social contemporânea, além de propiciar a crescente interação entre os bens culturais e os consumidores dos museus. É o que observam Asenio e Apol (2011, p.30) quando afirmam que

Un visitante tiene que realizar un enorme proceso de apreciación que no viene dado directamente desde el objeto y que debe contar con un papel activo importante por parte del receptor. Si queremos que la persona disfrute y comprenda, si queremos que entienda algo, tenemos que conformar una situación con una potencia comunicativa importante.

Nesse sentido, os profissionais de turismo dispõem de uma formação que contempla essas áreas, podendo atuar de forma integrada aos demais profissionais que atuam nos museus – museólogos, administradores, historiadores, pedagogos – trazendo contribuições tanto no planejamento das exposições, condução das visitas, monitoramentos das atividades desenvolvidas, ações de educação patrimonial, elaboração de projetos culturais, comunicação, marketing, realização de eventos, pesquisas de perfil dos visitantes e grau de satisfação.

Com base no Referencial Europeu das Profissões Museais (RUE, 2008), podemos enquadrar as contribuições da atuação dos profissionais de turismo nos seguintes campos de atividade: 1) Mediação e Serviço Educativo, atuando na coordenação de programas, atividades,

estudos e pesquisas relacionadas que divulguem as peças/os objetos propostos pelo museu junto aos públicos existentes e potenciais 2) Marketing, Divulgação e Recolha de Fundos, responsabilizando-se sob a autoridade do diretor/diretora, pelas estratégias de marketing, promoção e desenvolvimento da instituição, em particular da sua visibilidade, aumento e fidelização do público e a recolha de fundos.

Nota-se que o conjunto de práticas a que estão associados os profissionais de turismo nos museus possui como objetivo a melhoria de seu desempenho junto às comunidades locais, por intermédio de implantação e gerenciamento de processos, sistemas de informação integrados e inovação das práticas sociais em prol da qualificação do corpo técnico para o atendimento das expectativas e necessidades dos visitantes, difusão de conhecimentos sobre o patrimônio cultural, estimulando a sua reapropriação e valorização por parte das comunidades locais.

Exposições museológicas diversificadas que ressaltem a pluriétnica e as diferentes representações da cultura local tendem a ampliar o papel dos profissionais de turismo nos museus, mediante ações específicas de preservação do patrimônio, ao tempo em que reforçam o direito à memória e à cidadania cultural. Nesse sentido, a abordagem mercadológica dos museus pressupõe a incorporação dos profissionais de turismo no desenvolvimento de iniciativas visando ao planejamento das ações de baseados em estudos e análises de mercado, concorrência, tendências para o consumo e canais de distribuição.

Observa-se ainda a necessidade de buscar a fidelização do público dos museus, diante das demandas emergentes de lazer e entretenimento ocasionadas, por exemplo, pela globalização, pelas indústrias culturais e pelas modernas tecnologias da informação e comunicação. Diante desse cenário, as estratégias de marketing desenvolvidas pelos profissionais de turismo em conjunto com os profissionais de administração e gestão, por exemplo, tendem a contribuir para o alcance dos objetivos dos museus, ampliando sua eficácia junto aos consumidores. Nesse caso, os profissionais de turismo passam a atuar como consultores, promover a articulação institucional e a consolidação de parcerias junto a empresas privadas, diversificando as atividades museológicas e dinamizando o acervo, numa proposta didática e interativa.

A necessidade de democratização dos acervos a diferentes públicos pressupõe ainda o entendimento acerca das suas necessidades e expectativas, por meio de pesquisas de mercado, estratégias de promoção, distribuição e comercialização dos produtos culturais, mecanismos de controle da qualidade das instalações, do acervo, e da satisfação dos visitantes, dentre outros aspectos.

A atuação interdisciplinar e a gestão integrada dos espaços museológicos, contribuem ainda para técnicas e procedimentos de interpretação e educação patrimonial que podem ser ambientadas nos espaços museológicos e ainda, para amortecer ou minimizar os possíveis impactos negativos da demanda de visitantes. O profissional de turismo pode contribuir para a elaboração de planos e programas que contemplem as funções tradicionais dos museus

(preservação, pesquisa e comunicação) atrelados aos novos propósitos que estes assumem enquanto lugares para a prática de lazer, educação e entretenimento.

Análise da atuação dos profissionais de turismo nos museus de São Luís e Alcântara (Maranhão)

As cidades de São Luís e Alcântara configuram-se como cenários de inestimável valor do patrimônio cultural nacional, reunindo um conjunto considerável de museus que compõem os bens culturais desses lugares. Apesar de se verificar a expansão desses espaços nas cidades objeto de estudo, a pesquisa de campo revelou a carência de serviços e de profissionais nas mais diversas áreas em torno dos museus.

A maior parte dos museus de São Luís pertence ao Estado, facilitando a coleta de informações em torno do conjunto museológico dessa esfera. Apenas em quatro museus estaduais em São Luís, dois museus estaduais em Alcântara e um museu federal, também localizado nesta última cidade, constataram-se a presença de acadêmicos de turismo nas instituições, ocupando cargo de estagiários. Dos 11 museus onde se verificou a presença de estudantes de turismo, aproximadamente 37% também dispõem de acadêmicos nas áreas de História e Educação Artística.

A ausência de profissionais nas mais diversas áreas foi uma realidade constatada em todos os museus, indicando a carência de serviços prestados por estas instituições. O único serviço oferecido é a visita à exposição de longa duração, sendo esporádicas exposições de curta duração. Tal carência de profissionais, incluindo museólogos, compromete as funções que devem ser desempenhadas pelos museus seguindo as perspectivas contemporâneas. “Mais do que um espaço de contemplação, o museu transforma-se em um instrumento capaz de promover a inclusão social e contribuir para o desenvolvimento individual e coletivo; não deixando de ser um equipamento socioeducativo e de lazer” (FRANÇA, p.9,?).

Todos os acadêmicos, incluindo os de turismo e os de outras áreas, atuam na área de recepção e condução de visitantes, destacando-se o prevalemento de turistas no acesso aos museus e a inexistência de iniciativas voltadas para atrair a comunidade local. Todos os entrevistados afirmaram considerar o museu um espaço propício para atuação de profissionais de turismo, mas a visão sobre essa atuação no museu mostrou-se ainda muito limitada. Quando os entrevistados foram questionados se poderiam contribuir de outra forma, além do trabalho de condução rotineiramente desenvolvido, prevaleceram respostas positivas, mas sem maiores especificações.

Por volta de 63% disseram que poderiam contribuir em outros setores do museu ligados à logística e administração do museu. Já 37% indicaram contribuições na área de marketing e planejamento turístico, bem como em projetos que pudessem melhorar o fluxo de turistas nos museus.

No que diz respeito às atividades de planejamento desenvolvidas nos museus 60% destacaram não ter qualquer tipo de envolvimento, sendo que os demais afirmaram que participam algumas vezes, por exemplo, na recepção de grupos escolares ou de alguma atividade externa. Muitos compartilharam que gostariam de se envolver mais dando idéias e sugestões, porém a ausência de uma equipe multidisciplinar interfere consideravelmente nas ações de planejamento museológico e limita as ações desenvolvidas. O profissional de turismo poderia contribuir nesse setor, considerando não apenas que hoje os museus também são espaços turísticos, como também diante da necessidade de torná-los atrativos para a comunidade e pela relação estabelecida com o lugar onde está alocado. Os museus devem ser vistos também como extensão da cidade em uma relação de mútua influência.

Já em relação às contribuições no roteiro de visita nos espaços museológicos, os acadêmicos revelaram que não participam da elaboração, mas 45% informaram ter autonomia para fazer pequenas modificações ou implementações diante de situações inusitadas. Considerando que os estudantes encontram-se em processo de formação e que a permanência nos museus é de no máximo dois anos compreende-se a participação limitada no processo de estruturação dos roteiros dentro do espaço museológico. Contudo, o profissional de turismo pode atuar articulado com os outros profissionais dos museus não apenas para pensar e propor um roteiro dentro da instituição museológica como integrado aos roteiros turísticos existentes na cidade, seja cultural, religioso, natural, dentre outros.

Outro item apresentado aos acadêmicos foi o do marketing e divulgação dos museus. Mesmo com a ausência de profissionais da área de comunicação nos espaços, 45% dos entrevistados informaram que atuam nesse setor apenas através da divulgação “boca a boca”. Apenas uma entrevistada afirmou que propôs estratégias de divulgação do museu, o que poderia ser ampliado aos outros acadêmicos partindo do contexto turístico em que São Luís e Alcântara encontram-se inseridos. Já em relação ao desenvolvimento de ações educativas, 55% dos entrevistados informaram que participam indiretamente, quando o museu recebe alguma proposta de instituições externas.

A perspectiva limitada em torno da atuação do profissional de turismo pelos próprios estudantes reflete falhas na formação, intrinsecamente ligada ao patrimônio cultural e natural de lugares, bem como no processo de inserção desses acadêmicos nos espaços museológicos. Nenhum dos entrevistados participou de capacitações em torno dos museus e/ou da relação museu/ turismo. Quando perguntado sobre o entendimento que os mesmos possuíam sobre o que é um museu, as respostas eram direcionadas à percepção do próprio espaço em que atuavam. “É um espaço que vem evidenciar a cultura e tradições de um povo, no qual o acervo vem a transmitir os costumes da sociedade local”. (entrevistada do Museu da Casa de Nhozinho). “Museu é um espaço de educação e entretenimento através da História”. (entrevistado do Museu Histórico de Alcântara).

Um fato interessante é que a percepção do museu como um espaço de entretenimento e lazer foi compartilhada por 82% dos entrevistados e trata-se de uma área com grande potencial para ser trabalhada pelo profissional de turismo. A visita ao acervo já é percebida como um lazer pelos acadêmicos e não apenas uma atividade de aprendizado.

Apesar das possibilidades de atuação dos profissionais de turismo nos museus, observam-se alguns desafios encontrados que inibem uma maior participação no planejamento e gestão desses espaços. Dentre elas destacam-se:

1) A visão reducionista que ainda persiste nas instituições museológicas em relação ao turismo como saber acadêmico. Este fato inibe a consolidação de uma visão interdisciplinar e um maior trabalho de cooperação entre a museologia e as demais áreas do conhecimento científico;

2) A inexistência de informações sobre os papéis e atribuições dos profissionais de turismo nos museus. Estas não equivalem apenas à prestação de serviços de condução de potenciais visitantes ao longo do circuito expositivo, mas incidem-se, sobretudo, nos processos de planejamento do museu no âmbito do turismo, no planejamento das exposições e atividades sócio-educativas, na implementação de roteiros expositivos articulado a roteiros turísticos, na elaboração e implementação de estratégias de marketing e relacionamento dos museus junto ao público consumidor ou clientes, na avaliação das ações culturais, dentre outras funções sumarizadas ao longo do trabalho desenvolvido pelos museus.

3) A ausência de qualificação entre os profissionais visando uma atuação sistemática nos espaços museológicos. Trata-se de um campo de atuação cujo potencial ainda não foi suficientemente vislumbrado pelos acadêmicos e profissionais de turismo. Tal deficiência pode ser sanada mediante uma aproximação entre os estudantes, professores, bacharéis em turismo e as instituições museológicas, por meio de estágios acadêmicos, pesquisas, ampliação das visitas técnicas e participação dos profissionais nos espaços de discussões sobre as relações entre museus, patrimônio cultural e sociedade, de forma a perceber as reais contribuições que os profissionais de turismo possam exercer na preservação e valorização das memórias e identidades e para o enriquecimento cultural das populações locais.

Considerações Finais

Diante do cenário de reestruturação e fortalecimento das unidades museológicas e mediante o reconhecimento que aos poucos vem se consolidando sobre a importância do turismo no processo de valorização, divulgação e manutenção desses espaços, mostra-se pertinente refletir sobre a presença de profissionais de turismo nos museus. Sendo uma área de caráter interdisciplinar, os profissionais de turismo podem apoiar diversos setores presentes nas instituições como também oferecer um suporte mais qualitativo sobre as ações do museu no contexto turístico.

Reconhece-se que a carência de profissionais de múltiplas áreas em diversas instituições museológicas, destacando-se São Luís e Alcântara, dificulta o alcance da função social, a qual os

museus vêm buscando desenvolver. Isto reflete, por exemplo, a ausência de um planejamento participativo, a carência de atividades educativas e com foco na comunidade local, bem como a limitação do museu a um espaço de turismo. Desse modo, reconhecendo a necessidade de disponibilizar museólogos, historiadores, pedagogos, profissionais na área de comunicação e tecnologia para que os museus melhor desenvolvam suas atividades, insere-se também o profissional de turismo nesse âmbito.

Em pesquisa realizada nos municípios de São Luís e Alcântara com jovens em processo de formação na área de turismo verificou-se que ao mesmo tempo em que demonstraram identificação com os espaços museológicos, revelaram que o profissional de turismo não é valorizado nos museus. Isto é refletido na ausência dos profissionais nesses espaços, nas atividades limitadas que são disponibilizadas aos acadêmicos do setor, no desconhecimento e desvalorização por parte dos profissionais de outros campos de conhecimento e na perspectiva de que as ações do profissional de turismo estariam restritas a um enfoque mercadológico e voltado para os turistas.

Ressalta-se que a preparação da comunidade para o turismo também perpassa pelo (re)conhecimento e valorização do seu patrimônio, incluindo, portanto, os museus e seus acervos constitutivos. Assim, embora se constate por parte de algumas instituições museológicas e órgãos governamentais o reconhecimento da importância do turismo para os museus, faz-se necessário conhecer mais e consolidar essa relação. Isto também se estende ao processo de formação dos profissionais de turismo, cuja ausência de disciplinas e qualificação com enfoque na relação museu-turismo compromete uma visão mais abrangente sobre o campo de atuação desses profissionais nas instituições museológicas.

Logo, justifica-se a presença de um profissional de turismo nos museus porque hoje a atividade turística não pode mais ser desconsiderada uma realidade externa aos espaços museológicos. Assim, além de contribuir nas atividades coordenadas por outros profissionais, o mesmo seria relevante para planejar e desenvolver ações com foco no museu enquanto espaço educativo e turístico, estando interligado aos vários atrativos e à identidade da própria localidade.

Referências Bibliográficas

AUGÉ. Marc. **Não Lugares**. Uma introdução à antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papyrus, 1994.

ASENSIO , Mikel; POL, Elena Pol. Conversaciones sobre el aprendizaje informal en museos y el patrimonio. In: BETANCORT, Heredina Fernandez (Ed.). Turismo, patrimonio y educación: Los museos como laboratorios de conocimientos y emociones. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/>. Acesso em 27 de setembro de 2011.

BARRETTO, Maragarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. São Paulo: Papirus, 1995

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998

FRANÇA, Laise. **Curso de museologia social: conceitos, técnicas e práticas**.

MINAYO, M. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec; Rio de Janeiro: Abrasco, 1999.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

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

MORAES, Cláudia Corrêa de Almeida. Turismo de experiência e a interpretação em museu. In: NETTO, Alexandre Panosso; GAETA, Cecília (Orgs.). **Turismo de experiência**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

LORENÇO, Maria C. França. Museus para sempre. In ALMEIDA, M. C. B. (coord.) **Guia de Museus Brasileiros**. São Paulo: Edusp/CPC, 1997 (p.7-11).

RUKE, Angelika. **Referencial Europeu das Profissões Museais**. Icom, Paris, 2008.