



3º Encontro de Pesquisa
em Informação e Mediação

unesp



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA



III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO ENTRE OS PROFISSIONAIS DE MUSEUS: SINERGIA NAS RELAÇÕES PROFISSIONAIS

Cláudia Maria Alves Vilhena - Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Célia da Consolação Dias - Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Modalidade da Apresentação: Comunicação Oral

Resumo: Os museus são unidades de informação. Suas exposições são narrativas criadas por meio de diversas ações museológicas desenvolvidas pelos profissionais de museus. Assim sendo, alinhar todas as atividades dos profissionais torna-se necessário, para com isso, o museu comunicar junto à sociedade exposições que suscitem reflexões sobre o passado, o presente e o futuro. O objetivo do artigo é discutir a importância da mediação da informação entre os profissionais de museu para o exercício das atividades museológicas. O referencial teórico buscou na literatura temas relacionados à mediação da informação e profissional de museu. A metodologia de pesquisa utilizada foi uma revisão bibliográfica. Os resultados indicam que a informação e a mediação da informação, enquanto insumos estratégicos e organizacionais, agregam valor e competitividade dentro das instituições. Contudo, os gestores de museu, assim como sua equipe precisam entender que são eles os primeiros usuários da informação, com necessidades de informação e trocas de informações. Nessa perspectiva, a mediação da informação é a melhor maneira para construir uma sinergia favorável nas relações profissionais. Como conclusão, observou-se que quanto maior for o esforço coletivo e solidário, em relação ao uso da informação e dos recursos informacionais disponíveis na instituição museológica pelos profissionais, melhor será para o museu realizar o processo museológico e, conseqüentemente cumprir sua missão, qual seja: ser um palco de discussão através das exposições, a fim de contribuir para a reflexão da sociedade e com isso, promover o seu desenvolvimento.

Palavras-chave: Mediação da informação. Profissional de museu. Ciência da Informação. Sinergia.

INFORMATION MEDIATION AMONG MUSEUM PROFESSIONALS: SYNERGY IN PROFESSIONAL RELATIONSHIPS

Abstract: Museums are units of information. His exhibitions are created narratives, through various museological actions developed by museum professionals. Therefore, aligning all the activities of the professionals becomes necessary, for this reason, the museum must communicate with society exhibitions that give rise to reflections on the past, the present, and the future. The purpose of the article is to discuss the importance of mediation of information among museum professionals for the exercise of museum activities. The theoretical framework searched the literature for themes related to mediation of information and museum professionals. The research methodology used was a bibliographic review. The results indicate that information and information mediation, as strategic and organizational inputs, add value and competitiveness within institutions. However, museum managers, as well as their team, need to understand that they are the first users of information, with information needs and information exchanges. In this perspective, mediation of information is the best way to build a favorable synergy in professional relationships. As a conclusion, it was observed that the greater the collective and solidary effort, in relation to the use of information and information resources available in the museological institution by professionals, the better it will be for the museum to carry out the museological process and, consequently, fulfill its mission, which that is: to be a stage for discussion through the exhibitions, in order to contribute to the reflection of society and, with that, to promote

its development.

Keywords: Information mediation. Museum professional. Information Science. Synergy.

MEDIACIÓN DE LA INFORMACIÓN ENTRE LOS PROFESIONALES DE LOS MUSEOS: SINERGIA EN LAS RELACIONES PROFESIONALES

Resumen: Los museos son unidades de información. Sus exposiciones son narrativas creadas, a través de diversas acciones museológicas desarrolladas por profesionales de los museos. Por tanto, la alineación de todas las actividades de los profesionales se hace necesaria, por ello, el museo debe comunicar con la sociedad exposiciones que susciten reflexiones sobre el pasado, el presente y el futuro. El propósito del artículo es discutir la importancia de la mediación de la información entre los profesionales de los museos para el ejercicio de las actividades del museo. El marco teórico buscó en la literatura temas relacionados con la mediación de la información y los profesionales de los museos. La metodología de investigación utilizada fue la revisión bibliográfica. Los resultados indican que la información y la mediación de la información, como insumos estratégicos y organizacionales, agregan valor y competitividad dentro de las instituciones. Sin embargo, los administradores de los museos, así como su equipo, deben comprender que son los primeros usuarios de la información, con necesidades de información e intercambios de información. En esta perspectiva, la mediación de la información es la mejor forma de construir una sinergia favorable en las relaciones profesionales. Como conclusión, se observó que cuanto mayor sea el esfuerzo colectivo y solidario, en relación con el uso de la información y los recursos de información disponibles en la institución museológica por parte de los profesionales, mejor será para el museo llevar a cabo el proceso museológico y, en consecuencia, cumplir con su misión, que es: ser un escenario de discusión a través de las exposiciones, con el fin de contribuir a la reflexión de la sociedad y, con ello, promover su desarrollo.

Palavras-clave: Mediación de información. Profesional de museos. Ciencias de la Información. Sinergia.

1 INTRODUÇÃO

As unidades de informação constituem-se como ambientes informacionais que lidam com o acesso e uso da informação, que ofertam produtos e serviços para tornar as informações mais acessíveis. Neste estudo, recorre-se ao Tesouro Brasileiro em Ciência da Informação para buscar a definição do termo unidades de informação. As unidades de informação são: “[...] conjuntos de componentes relacionados entre si na coleta, processamento, armazenamento, análise, disseminação e disponibilização de informações, em determinada área, problema ou missão, com o propósito específico de atender usuários interessados” (PINHEIRO; FERREZ, 2014, p. 208).

A partir da definição acima, destaca-se que as instituições museológicas apresentam as características que as encaixam como unidades de informação porque lidam com o insumo informação em tempo integral. Os museus são produtores e mediadores de informação, logo são agentes de transmissão da informação e do conhecimento. Com isso, para a realização do

processo museológico¹ (DUARTE-CÂNDIDO, 2013) desenvolvido pela equipe do museu, todo o manancial de informações, que o museu possui é utilizado para esse fim.

Nessa perspectiva, e diante da complexidade das atividades para que o processo museológico ocorra, torna-se evidente a importância da mediação da informação entre os profissionais, para a concretização dos trabalhos. Portanto, a mediação da informação, nos espaços museais, primeiramente acontece entre os funcionários. A equipe dos museus são usuários da informação, com necessidades específicas, que ao se apropriar de informação tende a transformar, reinterpretar, avaliar, discutir, questionar e compartilhar a informação, conforme esclarecem Almeida Júnior e Santos (2019).

O objetivo do artigo é discutir a importância da mediação da informação entre os profissionais de museu para o exercício das atividades museológicas.

2 BASES CONCEITUAIS

2.1 Mediação da informação em museu

A informação e a mediação da informação fazem parte da gama de estudos da Ciência da informação, uma vez que essa ciência se dedica a todos os aspectos relacionados a informação e os vários assuntos que cercam a noção de informação. Nos estudos de Almeida Júnior e Santos (2019), os autores relatam que a informação quando criada, de forma consciente ou não, já traz em si, desde o momento de seu nascimento características como palpável, tangível, concreto, material e faz relação com a apropriação da informação por um sujeito. Dessa maneira,

A informação deve ser entendida de maneira subjetiva e objetiva ao mesmo tempo. A objetividade da informação, no entanto, não pode ser entendida apenas como algo palpável, tangível, concreto, material. Do mesmo modo, a objetividade da informação não pode ser entendida apenas no momento em que ela é registrada em um determinado suporte ou, para empregar outros termos, quando ela se mescla com um documento para ser apropriada. A apropriação da informação dá-se na relação propiciada pela leitura de um determinado documento (escrito, imagético ou sonoro) realizada por um sujeito. Apenas nos apropriamos da informação pela leitura. [...] O sujeito que se apropria da informação dá sentido para o que está lendo, recria, reconstrói, transforma, adapta, traduz [...] (ALMEIDA JÚNIOR; SANTOS, 2019, p. 100).

¹ Processo museológico envolve todas as ações que são desenvolvidas no museu: a salvaguarda e a comunicação. Salvaguarda diz respeito às ações de documentação e conservação do museu. A comunicação está relacionada às atividades de expografia e a ação educativa do museu (DUARTE-CÂNDIDO, 2013).

Nesse sentido, todos os sujeitos, incluindo o profissional da informação a partir do instante em que se apropriam de uma dada informação, são capazes de criar novos significados para a informação e até novos conhecimentos. A atribuição de sentido que ocorre na apropriação como apontada por Almeida Júnior e Santos (2019) pode ser compartilhada com outros trabalhadores no museu que têm necessidades de informações específicas para o desenvolvimento das inúmeras atividades e ações referentes aos processos museais.

Não por acaso, Almeida Júnior e Santos (2019) relatam que discutir a informação é crucial, uma vez que a informação está presente em todos os campos científicos e humano. No que se refere aos meios científicos da Ciência da informação, da Arquivologia, da Biblioteconomia e da Museologia, os autores destacam uma necessidade ainda maior de se discutir a informação, uma vez que ela está contida em todo o ciclo operacional delas (ALMEIDA JÚNIOR; SANTOS, 2019).

A informação, no ambiente museológico, origina e se manifesta por meio do pensar e das práticas museológicas com o objetivo de gerar novos conhecimentos, pontua Souza (2009), mas também é representada pela memória e pela identidade como afirmam Bezerra, Almeida e Mota (2017). Dessa forma, percebe-se a aproximação da Ciência da informação com os museus por meio desses elementos e outros aspectos apontados a seguir. Lima e Koptcke (2018, p. 218) explicam tal aproximação destacando elementos como formação, preservação, pesquisa e outros aspectos relacionados ao acervo, ou seja, “a ciência da informação trata das ações de formação de acervo, preservação, pesquisa, comunicação e educação como ferramentas de recuperação e organização da informação.” A memória e a identidade são destacadas por Bezerra, Almeida e Mota (2017, p. 100) ao afirmarem que

A interação entre memória e informação nos museus é sentida, este ponto que aproxima o museu da ciência da informação ao passo que este representa a memória e a identidade de uma sociedade transmitindo informações que permitem que os valores culturais e educacionais de um povo não se percam com as transformações do tempo e espaço.

Loureiro (2008) afirma que os museus são espaços constituídos, com o objetivo de produzir, processar e transferir informações. Uma vez que a informação é um produto da ação humana, segundo Ribeiro (2017).

Logo, torna-se crucial que as pessoas envolvidas com as ações nos museus tomem consciência do potencial de informações com o qual lidam nesses espaços, argumenta Souza (2009). Pois, a informação que é gerada dentro das organizações advém de todos os agentes

que trabalham nessa instituição, seja na área da gestão do museu, seja na área técnica ou na área da pesquisa. Dado que, “o museu se constitui como um meio que propicia uma aproximação entre a sociedade e seu patrimônio cultural. Nessa perspectiva, os processos de mediação são considerados fundamentais às finalidades dos museus” (GOMES; CAZELLI, 2016). Nessa inferência de pensamento, Padilha, Café e Silva (2014, p. 71) explicam que “é a interação entre indivíduos e a informação veiculada nos museus que move esses espaços”. Essa interação apontada por Padilha, Café e Silva (2014) equivale à mediação da informação nas unidades de informação apontada por Almeida Júnior (2009, p. 92) como

Toda ação de interferência – realizada pelo profissional da informação –, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional.

Outra definição para mediação é apresentada por Martins (2018, p. 85) “[...], a mediação é compreendida “como interação e diálogo que valoriza e dá voz ao outro, ampliando horizontes que levam em conta a singularidade dos sujeitos [...]. ” Da mesma forma, observou-se que Almeida Júnior e Santos Neto (2014) destacam o papel de um sujeito facilitador. Os autores afirmam que

A mediação só ocorre quando há interferência de alguém, este que interfere é denominado como mediador. É simples entendermos como um mediador pode facilitar muitas conversas e acordos, mesmo que sem desconsiderá-la ou manipulá-la. (ALMEIDA JÚNIOR; SANTOS NETO, 2014, p. 100).

Para Belluzzo, Santos e Almeida Júnior (2014), essa interferência torna-se necessária para que o profissional saiba lidar com a informação, de modo a amenizar e minimizar os possíveis problemas que possam surgir. Por causa disso, para os autores, a mediação da informação tem como preocupação a formação de um cidadão ético, crítico, reflexivo e responsável, frente as questões que envolvem informação e as tecnologias (BELLUZZO; SANTOS; ALMEIDA JÚNIOR, 2014).

Por isso, Almeida Júnior (2009) explica que a mediação da informação não deve ser entendida apenas como uma ponte, a qual se restringe a ser estática, ao contrário disso, o autor esclarece que a mediação da informação é dinâmica e está presente em todo o fazer do profissional da informação. O autor adverte que, embora, em algumas ações desenvolvidas pelo profissional, a mediação da informação esteja de forma implícita, ela norteia e dirige todas as ações que são desenvolvidas na unidade de informação (ALMEIDA JÚNIOR, 2009). O

que é reforçado, em outro estudo de Almeida Júnior (2015), ao descrever que a mediação implícita é inerente ao fazer. Nesse estudo, o autor aponta que a mediação “[...] está presente, independente da vontade do profissional. Esse profissional veicula ideias, conceitos, concepções, valores de maneira consciente e inconsciente.” (ALMEIDA JÚNIOR, 2015).

Como visto e já mencionado, surge o seguinte questionamento: como os profissionais podem desenvolver a mediação da informação entre si? A resposta a essa indagação se dá por meio da comunicação. A comunicação de acordo com o pensamento de Zarifian (2008), é a principal forma de se “[...] construir um entendimento recíproco e bases de compromisso que serão a garantia do sucesso das ações desenvolvidas em conjunto” (ZARIFIAN, 2008, p. 45).

Porque, conforme explicam Santos Neto e Almeida Júnior (2015), a mediação da informação faz parte do planejamento e da determinação das ações que irão ocorrer na unidade de informação até o momento em que o usuário tem contato com o material. Ainda de acordo com os autores, “a mediação da informação está diretamente ligada às ações implícitas e explícitas, voltadas para o usuário, e que ela é fundamental nas práticas do profissional da informação” (SANTOS NETO; ALMEIDA JÚNIOR, 2015, p. 365). Em razão disso, o profissional da informação mantém influência nos processos de informação, o que acaba por exigir desse profissional um comportamento ético e responsável (SANTOS NETO; ALMEIDA JÚNIOR, 2015). Para além das pontuações dos autores supracitados, acrescenta-se ao comportamento do profissional, a solidariedade e o respeito mútuo na realização das ações em conjunto. Vale lembrar que, nas instituições museais:

A mediação implica transformação, não apenas em transmissão de uma mensagem. [...] A mediação em museus envolve potencialmente vários níveis de diálogo: entre o público e as exposições; entre os sujeitos e o saber; entre a arte, a ciência, a história e a sociedade (GOMES; CAZELLI, 2016).

E, assim sendo, o fato de a mediação envolver vários níveis de diálogo, pode-se inferir que a comunicação está presente em todas as dimensões da mediação da informação. Uma vez que comunicar é

Entender os problemas e as obrigações dos outros (os outros indivíduos da equipe, as outras equipes de trabalho, as outras formações profissionais, os outros serviços...) e entender a interdependência [...]. Conseguir entender a si mesmo, e conseguir avaliar os efeitos de sua própria ação sobre os outros, [...]. Compartilhar normas mínimas de justiça, que permitam acesso igualitário à informação e uma distribuição equitativa de seus benefícios [...] (ZARIFIAN, 2008, p. 46).

Afinal, para Santos *et al.* (2014, p. 6), “toda e qualquer ação desenvolvida pelos sujeitos organizacionais estabelece direta ou indiretamente uma relação com a informação, esteja ela implícita ou explícita.” Dessa maneira, o profissional/mediador da informação ao manter uma relação com a informação, necessita estar ciente da responsabilidade das necessidades e de seu comportamento alusivos ao uso da informação.

2.2 O profissional da informação em museu

O museu, no final dos anos 1960, mudou a forma de se relacionar com a sociedade. Antes, o museu era um espaço vocacionado a fruição, a estética, a beleza e a exibição de suas coleções. A coleção dos museus era o centro das atenções nesses locais. Toda a perspectiva museal girava em torno dos objetos das coleções. No entanto, desde essa época, vários encontros de teóricos da área museológica são realizados com o propósito de discutir o papel do museu e sua função na sociedade. Desde então, vários documentos extraídos desses encontros, relatam os novos paradigmas relacionados a função do museu e sua contribuição na sociedade. Como exemplo desses encontros, destaca-se a Mesa Redonda de Santiago do Chile ocorrida em 1972. Foi a partir das discussões de Santiago, que surgiu uma nova proposta de museu, ou seja, um novo conceito de ação do museu emergiu, qual seja, o museu integral.

Os resultados desse encontro tiveram como objetivo proporcionar à comunidade uma visão de conjunto de seu meio material e cultural. Nesse novo conceito de museu integral, a preocupação está centrada na totalidade dos problemas da sociedade. O que transforma o museu em um equipamento cultural de mudança social, afirma Primo (1999). Ressalta-se que o museu integral tem como característica ser um

Espaço ou território musealizado onde sociedade, memória e produção cultural formam um todo indissociável destinado. Nesse modelo a base conceitual não é o objeto, mas o território do Homem, com suas características geográficas, ambientais e de ocupação e produção cultural. A ideia de objeto é superada pela ideia de patrimônio: trata-se aqui da apropriação simbólica de um conjunto de evidências naturais e de produtos do fazer humano, definidores ou valorizadores da identidade de determinados grupos sociais (SCHEINER, 2008, p. 38).

Essa nova perspectiva traz, de acordo com Duarte-Cândido (2013), um alargamento no conceito de patrimônio, uma mudança no papel dos museus, bem com o papel da sociedade envolvida nessa relação. Em outros termos, uma nova perspectiva de compreensão dos mais variados temas dos quais a sociedade se insere, por meio dos objetos em exposição (DUARTE-CÂNDIDO, 2013). Em verdade, os objetos da coleção passam a ser o meio pelo qual a

sociedade pode intervir, dialogar e refletir. Nesse plano, a partir dessa interferência e desse debate, suscitar várias reflexões acerca do papel dos indivíduos na sociedade contemporânea. De tal sorte que,

O homem antes entendido como público passivo, passa a ser tomado como um grupo social culturalmente identificado com quem o museu quer dialogar. O objeto, até então compreendido como as coleções, torna-se mais abrangente na expressão das referências patrimoniais ou do patrimônio integralizado. O cenário, tradicionalmente um espaço institucionalizado, ultrapassa as paredes do museu e passa a constituir um território de intervenção (DUARTE-CÂNDIDO, 2013, p. 40).

Compreende-se, no entanto, que são os museus de territórios, museus comunitários e os ecomuseus que “[...] retomam, aprofundam e aplicam os princípios formulados em Santiago do Chile (1972), à margem do sistema museológico oficial” (VARINE, 2010). Ou seja, onde a base conceitual é o objeto de coleção, por meio do qual, o museu cria suas próprias narrativas.

Frente ao exposto, desde então teóricos da museologia de várias partes do mundo, discutem qual deve ser a função do museu. Vale ressaltar que não há um consenso entre os teóricos, o que pode ser observado através da última reunião do *Internacional Council of Museums* (ICOM), na cidade de Paris em 2019, que não chegando a um entendimento unânime, estipularam, a partir desse encontro uma definição alternativa de museu, até que se chegue a uma definição final. Sendo assim, a definição alternativa de museu, de acordo com a reunião do ICOM (2019) é de que:

Os Museus são espaços democratizantes, inclusivos e polifônicos, orientados para o diálogo crítico sobre o passado e o futuro. Reconhecendo e lidando com os conflitos e desafios do presente, detêm, em nome da sociedade, a custódia de artefatos e espécimes. Por eles são preservadas diversas memórias para as gerações futuras, garantindo a igualdade de direitos e de acesso ao patrimônio a todas as pessoas. Os museus não têm fins lucrativos. São participativos e transparentes; trabalham em parceria ativa com e para diversas comunidades na aquisição, conservação, investigação, interpretação, exposição e aprofundamento dos vários entendimentos do mundo, com o objetivo de contribuir para a dignidade humana e para a justiça social, a igualdade global e o bem-estar planetário (ICOM, 2019, *online*. Tradução nossa)².

² *Museums are democratic, inclusive and polyphonic spaces, oriented towards critical dialogue about the past and the future. Recognizing and dealing with the conflicts and challenges of the present, they hold, in the name of society, the custody of artifacts and specimens. They preserve several memories for future generations, guaranteeing equal rights and access to heritage for all people. Museums are not for profit. They are participatory and transparent; work in active partnership with and for diverse communities in the acquisition, conservation,*

Tal definição leva a reflexão de como as instituições museológicas são importantes para o desenvolvimento da sociedade. À vista disso, os profissionais de museus também se tornam essenciais para a concretude da função do museu, como descrito na definição acima.

Não por acaso, a criação do *The International Committee for the Training of Personnel* (ICTOP) em 1968, como resultante da Conferência do ICOM na cidade de Nova York, neste mesmo ano. O ICTOP tem a função de promover treinamentos para o profissional de museu, sendo hoje a preocupação principal do ICOM. O ICTOP/ICOM possui seis subcomitês ativos que estabelecem o trabalho que é realizado pelo órgão. São eles: Planejamento Estratégico e Ação; Filiação; Comunicação e ligação; Planejamento e gerenciamento de conferências; Pesquisa e desenvolvimento; e por último, Programação. Esse Comitê tem como objetivos:

Incentivar e promover programas de treinamento em nível universitário em todas as regiões do mundo. Além disso e igualmente importante para o nosso trabalho, apoiamos programas de treinamento para todos os funcionários do museu como parte de uma educação e desenvolvimento profissional ao longo da vida, seja por associações, instituições ou outras agências de entrega. Em cooperação com outros comitês nacionais e internacionais, o ICTOP deseja desenvolver padrões profissionais, que prepararão os trabalhadores do museu para os futuros desafios institucionais. O ICTOP apoia a ideia de que educação e treinamento são pré-condições de boas práticas e orientações profissionais para o nosso setor (ICTOP, 2016, *on-line*. Tradução nossa)³.

Com o intuito de dar continuidade aos procedimentos voltados para o desempenho do profissional de museu, no ano de 2006, o ICOM criou o Código de Ética para Museus, a fim de elencar, entre outros, normas, posturas e deveres ao profissional que atua em instituições museais.

De acordo com o código, o pessoal de museus ou instituições similares (remunerados ou não) são indivíduos que têm formação especializada ou que possuem experiência prática equivalente, em qualquer campo necessário à gestão e a atividade de um museu, assim como, os profissionais autônomos que respeitem o Código de Ética para Museus e que trabalhem para museus ou instituições.

research, interpretation, exhibition and deepening of the different understandings of the world, with the objective of contributing to human dignity and social justice, global equality and well-being planetarium (ICOM, 2019, *on-line*).

³ *To encourage and promote training programmes at university level in all regions of the world. Further and equally important to our work, we support training programmes for all museum workers as part of a lifelong education and professional development whether by associations, institutions or other delivery agencies. In cooperation with other national and international committees, ICTOP wants to develop professional standards, which will prepare museum workers for the future institutional challenges. ICTOP supports the idea that education and training is the precondition of good practice and professional directions for our sector* (ICTOP, 2016, *on-line*).

Essa preocupação do ICTOP/ICOM em zelar pelos profissionais de museu é claramente acertada, porque como destacam Dib e Silva (2009), mesmo diante de todo o aparato tecnológico juntamente com as estratégias organizacionais, ambas não prescindem dos talentos humanos, porque é o sujeito organizacional o principal detentor de competências, as quais se traduzem em diferencial competitivo e inovador agregando valor a instituição. Segundo Boylan (2004), são os profissionais de museu que têm como tarefa a realização do processo museológico institucionalizado, para tanto precisam desenvolver novas habilidades técnicas e científicas nas áreas que atuam. Para, além disso, precisam trabalhar a informação profissional de forma colaborativa dentro do museu. Pois,

Na atualidade, o trabalho em equipe tornou-se um diferencial competitivo, pois possibilita, com o fazer coletivo, o desenvolvimento de serviços e produtos com valor agregado, na medida em que une pessoas com conhecimentos complementares, tendo metas e objetivos em comum. Trabalhar em equipe favorece também, o crescimento pessoal de cada indivíduo, uma vez que viabiliza a troca de experiências (DIB; SILVA, 2009, p. 20).

Por conta disso, Lima e Koptcke (2018) elucidam que as instituições museais devem ter como política interna e fundamental a articulação entre as diferentes áreas, de forma a não haver divisão por setor, assim todos estariam entrosados no museu. No entanto, o profissional de museu precisa ser um comunicador prático, um participante da equipe, não apenas em sua própria equipe, mas principalmente em equipes que contêm pessoas de toda a organização, como adverte (VISSER, 2013).

Nas palavras de Le Boterf (2003), o profissional sabe administrar uma situação profissional não apenas em contexto normal, para além disso, sabe administrar em contexto excepcional, conflituoso, deteriorado. Para o autor “saber agir é saber interpretar” (LE BOTERF, 2003, p. 40). O que o autor defende é a capacidade crítica do profissional em reconhecer uma situação, aparentemente de difícil solução. Em razão disso, o profissional busca por variados meios e canais, a melhor medida a ser tomada para a eliminação do problema. Isso, demanda do profissional uma postura ética e adequada para reconhecer sua necessidade de informação, bem como em procurar ajuda sempre que necessário.

Pois a informação e a apropriação dela trazem, entre outros, conflitos e incertezas, ela não elimina as dúvidas, pois é a informação que viabiliza a transformação do conhecimento. A informação reivindica a reconstrução do conhecimento na medida em que destrói certezas, porque as certezas, enquanto certezas não acolhem dúvidas, questionamento e novos

formatos. Em outros termos, as certezas não consideram a possibilidade de serem confrontadas (ALMEIDA JÚNIOR, 2009). Contudo,

Não há conhecimento construído isoladamente. Ele é construído individualmente, mas, necessariamente, a partir de uma relação. Se construído a partir de uma relação, ele recebe interferências várias, significados vários e o resultado é um entrelaçamento de significados. Exteriorizada, a parcela de conhecimento já carrega consigo uma gama de significados oriundos da relação com o externo e dos significados que o sujeito acrescenta (ALMEIDA JÚNIOR; SANTOS, 2019, p. 98).

Nessa perspectiva, Dudziak (2003) recomenda que os profissionais precisam ser flexíveis, multicapacitados, capazes de aprender ao longo da vida, portanto, devem buscar o aprendizado contínuo, a melhoria de suas qualificações e competências, principalmente a comunicação. Relacionar-se com seus colegas, buscando exercitar a capacidade de ouvir, a fim de compreender e partilhar novos conhecimentos. Por isso mesmo, Longo (2014) relata que o profissional da informação

Precisa conhecer não apenas uma área ou setor, mas toda a organização para a qual trabalha, podendo assim fazer frente às mudanças e aos desafios diários. Este profissional tem um senso de propósito fortemente delineado, tem humildade para continuar aprendendo, estando sempre disposto a reinventar a si mesmo, com a mente aberta às novas ideias e experiências. Precisa incorporar a perspectiva de um psicólogo, a criatividade de um arquiteto e agilidade de um atleta. Essas características, essenciais ao mercado competitivo dos dias de hoje, são parte do elenco de habilidades e competências que devem ser conferidas aos novos profissionais da informação pelas universidades e instituições acadêmicas, dentro de programas específicos, com currículos básicos adequados à realidade dos tempos modernos (LONGO, 2014, p. 166).

Consoante ao exposto, Hoy (2011) aponta que os relacionamentos constituem um componente essencial no desenvolvimento de habilidades, conhecimentos e no planejamento de ações futuras. Construir relacionamentos interpessoais a partir do que os profissionais emergentes podem *know-how* é tão importante como a construção de conhecimento. Em outras palavras, Paula (2012) evidencia que são os profissionais que fazem a instituição e a mediação nos museus. Para a autora, significa que é o fazer profissional que dá a identidade para as instituições museais.

Em conformidade com o pensamento de Tardif (2010 citado por GOMES; CAZELLI, 2016), os saberes da experiência não são acumulados somente na individualidade e, sim são compartilhados por meio da experiência e da troca coletiva de informações. A partir desse

compartilhamento, se torna viável gerar mecanismos para sistematizar e objetivar os saberes, por meio dos relacionamentos.

Portanto, primar por boas relações interpessoais de maneira a construir novos conhecimentos, trocas de experiências, compartilhamento de informações por meio da sinergia no desenvolvimento das tarefas destinadas aos profissionais, torna o museu um local de mediação da informação entre os próprios colegas de trabalho, mais profícua e agradável para todos os membros na instituição.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo é de natureza qualitativa, exploratória e bibliográfica. O levantamento foi realizado no período de outubro/2020 a março/2021. A estratégia de busca compreendeu os termos “mediação da informação” e “profissional da informação em museu”. O levantamento resultou em 11 artigos, quatro capítulos de livros, um *e-book* e uma dissertação de mestrado.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa realizada possibilitou conhecer a percepção de diversos autores sobre o tema abordado nesse trabalho. Ficou evidente a necessidade de o profissional de museu, como sendo um mediador de informação, perceber que a primeira mediação das informações atinentes ao processo museológico acontece entre a própria equipe de funcionários. Pois, “a mediação pode ocorrer em qualquer espaço informacional e dentro desse espaço ela pode aparecer em cada “segmento que o constitui” (ALMEIDA JÚNIOR; SANTOS NETO, 2014, p. 104).

Diante disso, os dados identificados nos estudos resultantes do levantamento realizado indicaram que o profissional da informação é também um usuário de informação, produtor e consumidor de informação, mediador de informação junto a sociedade, bem como entre a própria equipe do museu principalmente, para a realização do processo museológico, portanto, com necessidades de informação. Visto dessa maneira, a mediação da informação entre os profissionais se torna um dos principais meios para a promoção do diálogo, da discussão e da organização da informação, como insumo para a transparência nas relações interpessoais de toda a equipe. Nas palavras de Zarifian (2008), a comunicação refere-se a uma questão central na organização, a qual está diretamente ligada ao cotidiano das atividades exercidas no trabalho. Tais discussões também se refletem nos museus, como

forma de garantir uma gestão museológica mais eficiente e, por conseguinte, à tomada de decisões mais acertadas.

A comunicação no museu visa, entre outros aspectos, na troca de experiências dos profissionais de museu, o uso ético e responsável da informação e o seu posterior compartilhamento. O que acaba por exigir que os profissionais invistam nos relacionamentos interpessoais com os colegas, não somente do setor em que trabalha, mas também com colegas de outros setores do museu. Tais posturas profissionais vão de encontro com o pensamento dos autores Belluzzo, Santos e Almeida Júnior (2014) quando descrevem que a mediação da informação tem como preocupação a formação de um cidadão ético, crítico, reflexivo e responsável, frente as questões que envolvem informação e as tecnologias.

Para tanto, o profissional de museu necessita estar aberto, receptivo e interessado em ouvir o outro, na participação de discussões que acarretem na criação de novos conhecimentos, a partir do uso da informação que alinhem ao propósito institucional. Pois, somente com essa visão de pertencimento e de respeito mútuo, o profissional evidencia a informação enquanto insumo organizacional que agrega valor e competitividade dentro das instituições, a qual necessita ser apropriada, avaliada, discutida e compartilhada entre os profissionais da mediação no museu.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A informação e a mediação da informação são de extrema importância nas organizações. No caso dos museus, tanto a informação, quanto a mediação da informação estão presentes nas ações relacionadas a salvaguarda e de comunicação tanto com o público interno quanto com o externo. Ou seja, desde o processo de planejamento e documentação do acervo até o processo decisório institucional.

Ressalta-se que as ações para a mediação da informação devem ser implementadas entre os trabalhadores do museu, com vistas a atingir a missão, os valores e os objetivos descritos no plano museológico institucionalizado. Conforme descrevem Gomes e Gazelli (2016), a mediação em museus envolve vários níveis de diálogo. Então que os diálogos e as trocas de informações aconteçam primeiramente entre a equipe do museu. A mediação de informações entre os profissionais é crucial para lidar com as facetas que a informação e o conhecimento exigem para o desenvolvimento das ações e conseqüentemente nas tomadas de decisões do museu.

Destaca-se a importância do desenvolvimento de novos estudos no ambiente museológico organizacional com foco na interação entre os profissionais, ou seja, na utilização de várias competências individuais, sendo transformadas em competências organizacionais. Para Le Boterf (2003), a competência coletiva resulta a partir da cooperação e sinergia que existem nas competências individuais dos profissionais. Tal pensamento vai de encontro com o ICTOP/ICOM (2016), que em cooperação com outros comitês nacionais e internacionais deseja manter padrões profissionais os quais irão preparar os trabalhadores de museu para os futuros desafios institucionais.

Agradecimento: Esta pesquisa tem o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de nível superior – CAPES.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da Pesquisa Brasileira de Ciência da informação**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 89-103, jan./dez. 2009. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/article/download/7871>. Acesso em: 09 nov. 2020.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Reflexões sobre a mediação da informação, englobando aspectos teóricos e práticos. Novembro de 2015. In: Almeida Junior, O.F. **Infohome** [Internet]. Marília: OFAJ, 2015. Disponível em: https://ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=939. Acesso em: 16 nov. 2020.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F.; SANTOS NETO, J. A. Mediação da informação e a organização do conhecimento: interrelações. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 98-116, maio/ago. 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/16716>. Acesso em: 10 nov. 2020.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F.; SANTOS, C. A. Mediação, informação, competência em informação e criticidade. In: FARIAS, G. B.; FARIAS, M. G. G. (org.). **Competência e Mediação da Informação**: percepções dialógicas entre ambientes abertos e científicos [recurso eletrônico]. São Paulo: Abecin, 2019, p. 96-113. Disponível em: <https://portal.abecin.org.br/editora/article/view/218>. Acesso em: 14 nov. 2020.
- BELLUZZO, R. C. B.; SANTOS, C. A.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. A competência em informação e sua avaliação sob a ótica da mediação da informação: reflexões e aproximações teóricas. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 60-77, maio/ago. 2014. Disponível em: http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/19995/pdf_21. Acesso em: 24 nov. 2020.
- BEZERRA, A. M. C. S.; ALMEIDA, G. B. C.; MOTA, D. A. R. Museu como unidade de informação e preservação da memória: uma análise na Fundação Memorial Padre Cicero em Juazeiro do Norte. **Folha de Rosto**. Revista de Biblioteconomia e Ciência da informação, n. especial, v.3,

n. esp., p. 96-104, 2017. Disponível em:

<https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/256/175>. Acesso em 10 nov. 2020.

BOYLAN, P. Gestão do pessoal. *In*: Como gerir um museu: manual prático. **Conselho Internacional de Museus - ICOM**, 2004, p. 160-174. Disponível em:

<https://www.sisemsp.org.br/blog/wp-content/uploads/2012/09/Manual-Como-gerir-um-museu-ICOM-Unesco.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

CÓDIGO DE ÉTICA DO ICOM PARA MUSEUS. 2006. Disponível em:

http://www.mp.usp.br/sites/default/files/arquivosanexos/codigo_de_etica_do_icom.pdf. Acesso em: 12 out. 2020.

DIB, S. F.; SILVA, N. C. Competências em unidades de informação: metodologia para o desenvolvimento de equipes. **Perspectivas em Ciência da Informação**. Belo Horizonte: Ed. ECI, v. 14, n.2, p. 17-29, maio/ago. 2009. Disponível em:

<https://www.scielo.br/pdf/pci/v14n2/v14n2a03.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

DUARTE-CÂNDIDO, M. M. **Gestão de museus, diagnóstico museológico e planejamento: um desafio contemporâneo**. 2014. Porto Alegre: Medianiz.

DUDZIAK, E. A. Information literacy: princípios, filosofia e prática. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 1, p. 23-35, jan./abr. 2003. Disponível em:

<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/8194>. Acesso em 16 nov. 2019.

GOMES, I.; CAZELLI, S. Formação de mediadores em museu de ciência: saberes e práticas. *Ensino, Pesquisa, Educação, Ciência - Epub* (Belo Horizonte) v. 18, n. 1, Belo Horizonte Horizonte, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/epec/v18n1/1983-2117-epec-2016180102.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2020.

HOY, M. Relationships, trust and learning: experiences of emerging professionals working in collecting institutions. *In*: PUBLISHED ONLINE: Springer Science+Business Media B. V. 2011. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10502-011-9158-x>. Acesso em: 01 out. 2020.

ICOM, 1972I. (1). MESA-REDONDA DE SANTIAGO DO CHILHE – ICOM, 1972. *Cadernos De Sociomuseologia*, 15(15). Disponível em:

<https://www.revistamuseu.com.br/site/br/legislacao/museologia/3-1972-icom-mesa-redonda-de-santiago-do-chile.html>. Acesso em: 16 nov. 2020.

LE BOTERF, G. **Desenvolvendo a competência dos profissionais**. Guy Le Boterf; Tradução: Patrícia Chittoni Ramos Reuillard. Porto Alegre: Artimed, 2003.

LIMA, R. G. G. R.; KOPTCKE, L. S. A relação entre Ciência da Informação, curadoria de exposições e educação em museus: uma reflexão. **Revista Museologia & Patrimônio**, v. 1. n. 1, 2018. p. 218-234. Disponível em:

<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/view/678>. Acesso em: 10 out. 2020.

LONGO, R. A importância do conhecimento e do profissional da informação para a estratégia corporativa num contexto de complexidade. *In*: SOUTO, L. F. (org.). **Gestão da informação e do conhecimento: práticas e reflexões**. Rio de Janeiro: Interciência, 2014. v. 1, p. 153-172.

LOUREIRO, J. M. M. A Documentação e suas diversas abordagens: esboço acerca da unidade museológica. *In*: MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS — MAST. Marcus Granato, Claudia Penha dos Santos e Maria Lucia N. M. Loureiro. — Rio de Janeiro: MAST, 2008.

MARTINS, M. C. Mediação. *In*: CADERNO DA POLÍTICA NACIONAL DE EDUCAÇÃO MUSEAL. Instituto Brasileiro de Museus. Brasília, DF: IBRAM, 2018, p. 84-88.

PADILHA, R. C.; CAFÉ, L.; SILVA, E. L. O papel das instituições museológicas na sociedade da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 19, n. 2, p. 68-82, abr./jun. 2014. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1889/1395>. Acesso em: 01 nov. 2020.

PAULA, T. R. F. **A mediação em museus: um estudo do projeto “Veja com as mãos”**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciência da informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2012. 128p. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/De_Paula_T_R_F_mestrado_CI_2012.pdf. Acesso em: 10 nov. 2020.

PINHEIRO, L. V. R.; FERREZ, H. D. **Tesouro brasileiro de Ciência da Informação**. Rio de Janeiro; Brasília: IBICT, 2014. 208 p.

PRIMO, J. Museologia e patrimônio: documentos fundamentais. **Cadernos De Sociomuseologia**, n. 15, v. 15, 1999, p. 5-14. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/329>. Acesso em: 16 nov. 2020.

RIBEIRO, F. Memória, informação e Ciência da Informação. *In*: OLIVEIRA, E. B.; RODRIGUES, G. M. (org.). **Relações e interdependências Memória: interfaces no campo da informação**. Brasília: Universidade de Brasília, 2017, p. 118-139.

SANTOS, C. D. *et al.* Comportamento informacional e a competência em informação utilizadas como estratégia em organizações do conhecimento. *In*: SEMINÁRIO DE COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO: cenários e tendências, 3., 2014, Marília. **Anais [...]** Marília: UNESP, 2014.

SANTOS NETO, J. A.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. A Competência em informação e o bibliotecário mediador da informação na biblioteca universitária. *In*: BELLUZZO, R. C. B.; FERES, G. G.; VALENTIM, M. L. P. (org.). **Redes de conhecimento e competência em informação: interfaces da gestão, mediação e uso da informação**. Rio de Janeiro: Interciência, 2015, p. 359-370.

SCHEINER, T. C. O museu como processo. **Caderno de diretrizes museológicas 2**. Mediação em museus: curadorias, exposições, ação educativa. Belo Horizonte: Secretaria do Estado de

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

Minas Gerais, v. 2, p. 33-47, 2008. Disponível em: <http://www.youblisher.com/p/251662-Caderno-de-diretrizes-museologicas/>. Acesso em: 26 nov. 2020.

SOUZA, D. M. V. Informação e construção de conhecimento no horizonte museológico. **DataGramZero**. v. 10. n. 6, dez. 2009. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/52961>. Acesso em 01 nov. 2020.

THE INTERNACIONAL COUNCIL OF MUSEUMS – ICOM. Disponível em: <http://icom.museum/>. Nova definição de museu. 2019. Disponível em: <http://icom-portugal.org/2019/09/10/sobre-a-proposta-da-nova-definicao-de-museu/>. Acesso em: 04 out. 2020.

THE INTERNATIONAL COMMITTEES FOR THE TRAINING PERSONNEL. ICTOP. ICTOP HISTORY. 2016. Disponível em: <http://ictop.org/about-ictop/ictop-history/>. Acesso em: 14 nov. 2020.

VARINE, H. de. O museu comunitário é herético? Rede de museus: memória e movimentos sociais. Hugues de Varine. 2010. Disponível em: <http://redemuseumemoriaemovimentossociais.blogspot.com/2010/09/museu-comunitario-e-heretico-hugues-de.html>. Acesso em 16 nov. 2020.

VISSER, J. The Museum of the future. A Job Description for Future Museum Professionals. 2013. Disponível em: <https://themuseumofthefuture.com/2013/01/21/a-job-description-for-future-museum-professionals/>. Acesso em 25 out. 2020.

ZARIFIAN, P. **Objetivo competência**: por uma nova lógica. São Paulo: Atlas, 2008.