

**Os visitantes do Pelourinho como públicos dos museus do Centro
Histórico de Salvador:
caracterizando experiências sensoriais**

Celina Rosa Santana

Mestranda em Museologia pela Universidade Federal da Bahia, Brasil. Técnica em conservação e restauro da Universidade Federal da Bahia, Brasil.

E-mail: celina.rosa@ufba.br

Aiala Gonçalves Nascimento da Silva

Mestranda em Museologia pela Universidade Federal da Bahia, Brasil. Museóloga do Museu Tempostal, Brasil.

E-mail: aiala.dimus@gmail.com

Luciana Ferreira da Costa

Doutora em História e Filosofia da Ciência - Especialidade Museologia - pela Universidade de Évora, Portugal. Professora da Universidade Federal da Paraíba, Brasil.

E-mail: lucianna.costa@yahoo.com.br

Resumo

A pesquisa tem como objetivo analisar possíveis relações entre visitantes do Pelourinho e público dos museus estabelecidos no Centro Histórico de Salvador, a partir da análise sensorial. A pesquisa está centrada no Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade Federal da Bahia e no Museu Tempostal. Em termos metodológicos, a pesquisa é de cunho bibliográfico, descritiva, apoiada na abordagem quali-quantitativa. No que se refere aos procedimentos de coleta de dados, aplica questionário por meio de aplicativo de mensagem. Os resultados obtidos apontam que a visita aos museus do Pelourinho não se configura como uma atividade de interesse da maioria dos participantes da pesquisa, e que outras diversas atrações do Centro Histórico de Salvador despertam maior interesse dos públicos, provavelmente em função do apelo aos sentidos da visão, da audição, do olfato, do paladar e do tato. Conclui que os museus têm papel fundamental e contributivo no turismo cultural de Salvador, mas que ainda carecem deste reconhecimento e ações mais contundentes de investimento e divulgação da sua existência, história e potencialidade da diversidade dos acervos neles encontrados. Além disso, considera os estudos de públicos como instrumento de gestão pública e da gestão interna dos museus e que a análise sensorial como aliada para pensar as pesquisas com os mais diversos tipos de públicos.

Palavras-chave: Museus; Estudo de público; Análise sensorial; Turismo. Pelourinho – Salvador.

*“Ao experimentar a arte ocorre um intercâmbio peculiar: eu empresto minhas emoções e associações ao espaço e o espaço me empresta sua aura, a qual incita e emancipa minhas percepções e pensamentos”
(Juhanni Pallasmaa)*

1 INTRODUÇÃO

À partida, constituiu-se objetivo do presente relato analisar possíveis relações entre os visitantes do Pelourinho¹ e os públicos dos museus estabelecidos neste sítio histórico, a partir da análise sensorial.

Por ser o Pelourinho um patrimônio cultural, internacionalmente conhecido, grande número de pessoas transita em suas ruas diariamente, sejam os soteropolitanos, sejam os turistas. Estes públicos visitam os diversos espaços turísticos do Pelourinho, como igrejas e coventos, teatros, cinemas, galerias, antiquários, ateliês e museus, entre os mais de três mil imóveis dos séculos XVI a XIX ali sediados e, nesse contexto, consideramos importante refletir acerca da relação dos públicos com os museus localizados no Centro Histórico do Pelourinho, de modo a evidenciar a possível relação por meio dos sentidos ou, seja, da experiência sensorial.

Conhecer os públicos que visitam os museus pode ser um desafio para estas instituições em sua histórica, longa e variada tipologia. No Brasil, essa prática no âmbito dos museus, segundo Gomes (2016), por vezes se limita a apenas quantificar seus públicos por gênero, idade, região e escolaridade. Aspectos importantes de serem evidenciados, no entanto, a autora adverte que “as pesquisas precisam, para além do aspecto quantitativo, contemplar o aspecto qualitativo, pois através deste se apreende mais e melhor a subjetividade tão própria da humanidade” (GOMES, 2016, p. 66).

Os aspectos quantitativo e qualitativo são amplamente contemplados em pesquisas científicas desenvolvidas na área da Museologia, no contexto dos Estudos de público em museus, os quais, conforme pesquisa de Costa (2018), são considerados tendência temática, frente ou agenda de pesquisa desta área de conhecimento que detém vasta produção científica sobre o assunto. Contudo, outras áreas de conhecimento, como a Ciência da Informação também se dedicam a estudar os públicos dos museus, a exemplo dos estudos de Carvalho (1998; 2005; 2009), Costa e Brigola (2014), Moraes (2019), dentre outros.

Tanto que o artigo em relato teve origem na disciplina Tópicos Especiais: Estudo de Público em Museus do Programa de Pós-Graduação em Museologia (PPGMUSEU) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), ministrada pela terceira autora no semestre letivo 2022.1 e no contato e discussões com referenciais teórico-práticos da referida disciplina, aliadas às inquietações provenientes da atuação e experiência profissional,

¹ É a parte mais conhecida do Centro Histórico de Salvador. O Pelourinho, ou Pelô como é mais conhecido, engloba, também, a região da Sé, Pilar e o bairro de Santo Antônio, além do Carmo. O Pelourinho está intimamente relacionado à fundação de Salvador e ao desenvolvimento do Brasil na época colonial.

das duas primeiras autoras, em museus localizados no Pelourinho, especificamente, no Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade Federal da Bahia (MAE/UFBA) e no Museu Tempostal do Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (IPAC), motivando-nos a empreender, conjuntamente, este estudo.

Assim, o referido estudo está aportado, além da teoria acadêmico-científica, no cotidiano nas ruas e ladeiras do Pelourinho, participando, portanto, da rotina do Centro Histórico de Salvador. Dito isso, percebendo o trânsito de pessoas por suas ruas e ladeiras, seja por motivos de lazer ou trabalho, percebendo pessoas sentadas em bares e restaurantes, pessoas comprando lembranças da cidade, sempre nos inquietou a situação do MAE e do Museu Tempostal quanto ao número de públicos que recebem, visto que diariamente o Pelourinho recebe milhares de pessoas.

A hipótese que forjamos para este estudo é a de que o visitante do Pelourinho se configura como público potencial do MAE/UFBA e do Museu Tempostal, mas não se torna público efetivo em função dos estímulos oferecidos por outras atrações do bairro do Centro Histórico de Salvador.

Diante do exposto, estabelecemos como pergunta norteadora da pesquisa: Quais as possíveis relações entre os visitantes do Pelourinho e o público do MAE/UFBA e do Museu Tempostal, por meio dos seus sentidos?

Com vistas a responder esta pergunta, a pesquisa tomou como base a metodologia da análise sensorial. Trata-se de uma metodologia utilizada para recordar, mensurar, analisar e interpretar reações percebidas pelos sentidos da visão, do olfato, do paladar, do tato e da audição (MINIM, 2006). Por meio desta, buscamos evidenciar e refletir sobre a relação públicos-museus a partir da experiência sensorial.

Em termos de estrutura do artigo, nesta primeira seção, Introdução, apresentamos o objetivo da pesquisa em relato, a contextualização, justificativa, afiliação do estudo e a problematização do fenômeno estudado. Na segunda seção, apresentamos o referencial teórico que aborda os conceitos de público ou públicos e suas diferenciações no contexto da área da Museologia, seguida de considerações sobre a análise sensorial. Na terceira seção, abordamos o Pelourinho. Na quarta seção, discorremos sobre a Análise sensorial. Já na quinta seção, descrevemos os procedimentos metodológicos da pesquisa. Na seção seguinte, a sexta, seguem os resultados e análises a partir dos dados levantados por meio da aplicação do instrumento de coleta de dados, cruzando-os, em alguns momentos, com a literatura que aportou a pesquisa, e, como arremate a seção dedicada às conclusões da pesquisa que constam da sétima seção. Por último, são apresentadas as referências das fontes citadas no presente artigo.

2 O PÚBLICO E SUA CENTRALIDADE NOS MUSEUS

O estudo de público parece ser, ainda, um instrumento pouco utilizado pelos museus no Brasil (GOMES, 2016), porém, constitui-se como tendência temática, frente ou agenda de pesquisa amplamente discutida na área da Museologia (COSTA, 2018).

O objetivo deste tipo de estudo é de conhecer o perfil dos visitantes dos museus, sendo, para estes espaços, um instrumento de gestão que pode subsidiar

ações mais adequadas ao público (COSTA; BRIGOLA, 2014) ou aos públicos, dando conta da “diversidade e pluralidade [do público] que hoje reconhecemos existir, seja na pesquisa ou no museu” (CURY, 2015, p. 9).

Inicialmente, consideramos importante evocar o significado do termo “público”, que vem do Latim *publicus*, “relativo ao povo”, e de *populus*, “povo”, possivelmente derivado do Etrusco². Segundo o Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (1985, p. 391), o termo está associado a: relativo ou destinado ao povo; coletividade; que é do uso de todos; o povo em geral; aquilo que se opõe ao privado, grupo de pessoas que partilham os mesmos interesses ou fazem parte de uma mesma atividade.

No livro *Conceitos-chave de Museologia*, Desvallés e Mairesse (2013) esclarecem que o termo público admite duas interpretações: como adjetivo e substantivo. Aqui nos centramos na acepção enquanto substantivo, que dá conta de que público designa “o conjunto de usuários do museu (o público dos museus), mas também, por extrapolação a partir do seu fim público, o conjunto da população à qual cada estabelecimento se dirige.” Os autores destacam, ainda, a noção de protagonismo do público “no seio do museu” (DESVALLÉS; MAIRESSE, 2013, p. 87).

Antecedendo a obra supracitada, Moreira (2007) assevera que:

[...] o público dos museus corresponde não só aos visitantes (pessoas que entram ou entraram no museu), mas também à parcela daqueles que, de alguma maneira, sem uma relação presencial no museu, usufruíram dos serviços ou bens por ele disponibilizados (p.e. encomenda de livros ou outros materiais por catálogo, visitas às exposições itinerantes, destinatários de ações pedagógicas levadas a efeito nas escolas...) (MOREIRA, 2007, p. 101).

A partir do exposto por Moreira, podemos concluir que a relação público-museu pode ocorrer de múltiplas formas. Por sua vez, Köptcke (2012, p. 214) expõe a seguinte máxima: “não há museu sem público”. A autora discorre sobre a importância de desenvolver estudos sobre a relação público-museu numa perspectiva de conhecer, sistematicamente, os visitantes.

Nesse sentido, há quatro tipos de interlocutores que costumam ser alvo dos estudos de público: o *público*, que se caracteriza por ser visitante efetivo; o *público potencial*, que são grupos que se assemelham por um perfil social e cultural e que poderiam ser visitantes de museus; o *não público*, que são grupos de pessoas que demonstram pouco ou nenhum interesse pelos museus; e a *população de referência*, que corresponde ao “universo a partir do qual se podem construir parâmetros de observação dos comportamentos estudados” (OCTOBRE, 2007 *apud* KÖPTCKE, 2012, p. 216).

Se por um lado, é facilmente compreendido que o público efetivo é aquele que de fato frequenta o museu, por outro é necessário detalhar a diferença, principalmente, entre público potencial e o não público. Podemos dizer que ambos se aproximam, porém, distanciam-se pelas razões que o levam a não frequentar museus ou estabelecer possível relação. Segundo Octubre (2007 *apud* KÖPTCKE, 2012), o

² Informação extraída de <https://origemdapalavra.com.br/palavras/publico/>. Acesso em 30 jun. 2022.

público potencial possui características socioculturais semelhantes, com hábitos similares ao do público efetivo. As motivações que podem interferir na ida aos museus podem ser as mais diversas, como o desconhecimento da existência do museu ou, até mesmo, devido ao valor do ingresso, falta de acessibilidade, falta de divulgação, falta de sinalização, dentre outras questões. Acreditamos que se trata de um público sobre o qual os museus deveriam se aproximar, direcionar ações de comunicação e estabelecer diálogo constante e efetivo a fim de torná-lo público efetivo. Defendemos que não basta que os museus se contentem, apenas, com o público real ou efetivo. É preciso lançar mão de estratégias de atração do público potencial e do não público.

O não público é aquele que pode se manifestar contrário a visitar museus. Como sinaliza Gomes (2016, p. 10), o não público é aquele grupo “que parece não se interessar pela visita a museus”. Logo, podemos dizer que o não público sabe da existência dos museus, mas por quaisquer razões não se sente atraído a frequentá-los.

Se comparado ao público potencial, para o qual, por vezes, basta maior investimento em ações de divulgação, tanto por parte do poder público quanto pelos próprios museus, ou então uma revisão dos valores cobrados em ingressos, para torná-lo público efetivo, o não público, possivelmente, será atraído por estes tipos de estratégias de atração, por isso se faz necessário entendimento e investimentos ainda maiores para atraí-lo, na tentativa de mudar a sua condição em relação ao museu.

A busca por compreender os públicos, reforçamos, não é uma tarefa exclusiva da área da Museologia. Diversas áreas do conhecimento se dedicam a estudos que analisam o perfil e os hábitos de usuários, interagentes ou sujeitos informacionais como encontramos em estudos na Ciência da Informação; de clientes ou consumidores como na Administração; Turistas como na área do Turismo. Uma coisa é certa, todos os estudos têm a mesma proposta de conhecer as características dos públicos de modo a estabelecer uma melhor relação e oferecer produtos e serviços mais adaptados aos anseios destes.

Nesse sentido, sabemos que é importante e possível analisar os públicos que frequentam outros espaços que não os museus, ao que podemos citar como exemplo as cidades com patrimônios edificados, a exemplo de Ouro Preto (em Minas Gerais) e Salvador (na Bahia), as quais, mais tarde, foram reconhecidos como patrimônio da humanidade. Daí, poderemos refletir e trazer conclusões sobre possível relação entre os públicos que costumam frequentar esses lugares de grande fluxo (turistas, famílias, escolares, idosos, etc.) e os que visitam ou não visitam os museus com sede em cidades como as citadas, além de muitas outras.

3 E VIVA PELÔ! PELOURINHO PATRIMÔNIO DA HUMANIDADE³

A Cidade de São Salvador da Bahia de Todos os Santos foi fundada em 1549 com a chegada de Tomé de Souza. A cidade foi a primeira capital do Brasil entre os anos de 1549 a 1763. É nesse primeiro período da cidade que, aos poucos, surge o que hoje conhecemos como o Centro Histórico de Salvador.

O Centro Histórico de Salvador se caracteriza, principalmente, pela fidelidade ao

³ Trecho da música do Olodum. Egito Madagascar. Salvador: Gravadora: 1987. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LZYE-zP7Mk8>.

projeto seiscentista e pelos seus monumentos. Ficou internacionalmente conhecido pela arquitetura colonial portuguesa, tendo sido declarado como Patrimônio Mundial pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) em 1985 (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, CIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, [s.d.]).

Entre os séculos XVI e XXI, a cidade de Salvador sofreu inúmeras transformações sociais e com essas os usos das construções também foram ressignificados. Primeiro, as construções serviram de residência da alta burguesia no período colonial e no Império; depois, com a chegada da República, foram transformadas em cortiços (LEMOS, 1981), até o abandono total com casarões em decadência por falta de recursos de seus proprietários para manutenção dos imóveis.

Como citado anteriormente, o Centro Histórico de Salvador é um patrimônio cultural que atrai milhares de turistas e emprega parte de sua população em espaços como restaurantes, casas de shows, igrejas, lojinhas e museus, como podemos observar na Figura 1:

Figura 1 – Centro Histórico de Salvador



Fonte: <https://pelourinhodiaenoite.salvador.ba.gov.br/o-centro-historico/>

Para além das edificações históricas, o Pelourinho, ou Pelô como é popularmente conhecido, constitui-se de um espaço de herança cultural formada, sobretudo, pela miscigenação das culturas de povos originários, europeus e africanos. Tais características podem ser vistas nas cores das fachadas das casas, nas pessoas trajando as cores de seus santos e orixás, no cheiro e no gosto do dendê, no perfume de alfazema, nas contas dos filhos de Gandhi, no caboclo e na cabocla, no batuque do Olodum, no ouro das igrejas e em figuras conhecidas pelo mundo inteiro, como as baianas de acarajé e os capoeiristas. Todos esses elementos compõem o cenário da região.

De acordo com Santos (2012), a imagem de Salvador como centro turístico foi construída a partir de um processo sócio-histórico, e acreditamos que, também, cultural e geográfico, que se estabeleceu ao longo dos séculos.

Nas décadas de 1950 e 1960, as expansões econômica e industrial proporcionaram a reestruturação da cidade, tornando-a um dos mais importantes pólos econômico e cultural do Brasil. No entanto, nesse período a região do Pelourinho era considerada uma região marginalizada e abandonada pelos órgãos públicos. Algo que motivou uma elite cultural da época a reivindicar a revitalização do Centro Histórico da cidade. É desse período que se começa a construção do discurso da “baianidade”. O citado discurso teve a contribuição de diversos agentes da cultura, inclusive do reconhecido escritor Jorge Amado, que retratou esse discurso em seus livros (SANTOS, 2012). Os personagens de Jorge Amado, que ganharam vida em novelas, filmes e peças teatrais e que são internacionalmente conhecidos, relacionam-se diretamente com o Centro Histórico da cidade. O discurso contribuiu para um imaginário popular sobre a cultura local e o estímulo para atração de turistas para a cidade de Salvador.

Nos anos 1980, como aponta Guerreiro (2005), o Pelourinho foi se tornando um grandecentro comunitário e cultural para o movimento negro da cidade. Na década de 1990, inicia-se a sua revitalização com a restauração de casarões e a transformação do bairro em um centro turístico da Bahia.

Na perspectiva de Guerreiro (2005, p. 19), Salvador é:

uma das cidades que mais investem nas conexões entre cultura e turismo e busca se diferenciar no mercado turístico pela singularidade e diversidade de sua produção artístico-cultural. A partir de meados da década de [19]80, a música e a dança, a religião, a literatura, a gastronomia, a capoeira, passam a dominar o marketing publicitário, pois jogam um papel importante na formulação de estratégias turísticas, que permitem atrair fluxos nacionais e internacionais.

Salvador tem um fluxo intenso de turistas que circulam por toda cidade diariamente. Segundo o secretário Municipal de Cultura e Turismo (SECULT)⁴, em entrevista concedida em dezembro de 2019 a um jornal local, afirmou que a cidade recebeu, no ano de 2018, o total de 9,3 milhões de turistas. Até março de 2019, já havia recebido cerca de 3,5 milhões de pessoas estimando, assim, um aumento de 2% para aquele ano⁵ (SUZARTE, 2019).

Ainda com relação ao turismo em Salvador, a Prefeitura Municipal realiza, periodicamente, a denominada “Pesquisa de perfil e satisfação do turista Salvador – BA”, tendo, entre outros objetivos, “levantar informações sobre a demanda atual, identificando o perfil socioeconômico do turista nacional e internacional que visita Salvador/BA” (SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO, 2019). Os dados dos anos de 2018 e 2019 revelam que, em média, 70% dos turistas não visitaram museus quando estiveram na cidade. Essa mesma pesquisa, no quadro “Gastos por serviços”, aponta que uma média de 2,5% dos valores gastos na viagem à cidade foram para espetáculos musicais, danças, teatros e museus, representando a menor porcentagem em referência as demais, como por exemplo, gastos relativos a guias de turismo. Essas informações podem apontar, talvez, o pouco interesse dos turistas em visitar os museus

⁴ Cláudio Tinoco, Secretário da Gestão Municipal entre 2016–2020.

⁵ Os dados correspondem ao período pré-pandemia.

da cidade.

No que se refere aos moradores da cidade, o último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta que Salvador é a terceira cidade mais populosa do Brasil, com total de 2.675.656 habitantes em 2010, perdendo apenas para São Paulo e para o Rio de Janeiro. A estimativa para o ano de 2021 era de 2.900.319 habitantes (IBGE, 2017). Esses números são importantes para termos informações do quantitativo de pessoas que circulam pelo Pelourinho.

O Pelourinho é um bairro que concentra diversas outras atividades, configurando-se como um espaço onde coexistem escolas, bancos, bibliotecas, centros culturais, fundações, galerias, teatro, cinema, casas de shows, lojas comerciais, igrejas, conventos, antiquários, restaurantes, sorveterias e, como abordado neste artigo, museus, é claro. Nesse sentido, é visível a quantidade de pessoas transitando nas ruas e largos, ora tirando fotos das fachadas dos prédios, ora assistindo shows, adquirindo lembranças (pulseiras, fitinhas do Senhor do Bomfim, etc.), realizando práticas religiosas contemporâneas, mas que refletem, também, tradições do passado.

Dentre os inúmeros espaços supracitados, os museus do Pelourinho têm como principal característica a reutilização de prédios históricos para abrigar suas exposições e salvaguardar seus acervos, visto que não é possível a realização de novas construções por se tratar de um conjunto patrimonial tombado. Em consulta ao site Pelourinho Dia e Noite⁶, do Governo do Estado da Bahia, identificamos 22 espaços museológicos concentrados na região: Museu Eugênio Teixeira Leal; Museu de Imprensa da Associação Baiana; Memorial de Medicina da UFBA; Museu da Catedral Basílica de Salvador; Museu da Misericórdia; Museu Afro Brasileiro da Universidade Federal da Bahia (MAFRO/UFBA); Museu Udo Knoff de Azulejaria; Museu Abelardo Rodrigues; Museu da Cidade; Casa do Carnaval; Fundação Casa de Jorge Amado; Centro Cultural Praça da Sé; Casa do Benin; Museu Nacional da Enfermagem (MuNean); Museu da Energia; Memorial das Baianas; Museu da Gastronomia Baiana; Memorial dos Governadores; Centro Cultural Solar Ferrão; Museu Nacional da Cultura Afro-brasileira (MUNCAB); Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade Federal da Bahia (MAE/UFBA); e Museu Tempostal.

Esses museus, em sua maioria, têm o seu funcionamento a partir de regras institucionais como horários de abertura e fechamento, controle de entrada, restrição para consumo de alimentos e para prática do fumo, por vezes limitação de interação com os acervos, inclusive com proibição de fotografá-los. Acreditamos que esses fatores podem fazer com que os museus não se relacionem com a informalidade das manifestações culturais do Centro Histórico de Salvador, embora compreendamos a preocupação com a preservação e salvaguarda do acervo.

Nesse contexto, no universo dos 22 museus identificados por meio do acesso ao site Pelourinho Dia e Noite, citado anteriormente, a pesquisa em relato se concentrou em dois museus: no MAE/UFBA e no Museu Tempostal.

3.1 Museu aberto pra visitaçã⁷: O MAE e o Tempostal

⁶ Disponível em: <http://pelourinhodiaenoite.salvador.ba.gov.br/museus/>. Acesso em 26 jun. 2022.

⁷ Trecho da música do cantor Chico César. Museu: Urban Jungle: 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mloPl68oj1U>. Acesso em: 10 jun. 2022.

Iniciamos esta seção abordando o MAE/UFBA e, em seguida, o Museu Temporal. O MAE/UFBA está sediado em um sítio arqueológico onde estão os vestígios arquitetônicos do Colégio dos Jesuítas⁸ e onde posteriormente foi construída a primeira Faculdade de Medicina do Brasil (Figura 2). O atual subsolo da edificação foi redescoberto pelo arquiteto restaurador Mário Mendonça e adaptado para acomodar o museu, o qual foi idealizado pelo arqueólogo Valentin Calderón, porém estabelecido apenas após sua morte em 1983 (MUSEU DE ARQUEOLOGIA E ETNOLOGIA, [s.d.]).

Figura 2: Fachada do prédio da Faculdade de Medicina e acesso ao MAE



Fonte: Fotografia de Celina Rosa

O MAE/UFBA se caracteriza como um museu universitário responsável pela salvaguarda de coleções arqueológicas e etnográficas representativas do período pré-colonial, colonial e contemporâneo de grupos que contribuíram para a formação da diversidade e identidade brasileiras. Com origem a partir de trabalhos de campo acadêmicos, doações, permutas e compras, o acervo do museu tem como principal característica a diversidade de suportes (MUSEU DE ARQUEOLOGIA E ETNOLOGIA, [s.d.]).

Figura 3: Pátio interno do MAE



Fonte: Fotografia: Mara Vasconcelos

Figura 4: Detalhe da exposição



Fonte: Fotografia: Celina Rosa

⁸ Construído a partir de meados do século XVI.

A história do Museu Tempostal se deu a partir de 1947 com a chegada, em Salvador, do colecionador Antônio Marcelino do Nascimento (1929-2006). Em sua residência, em frente ao Museu de Arte Sacra da Universidade Federal da Bahia (MAS/UFBA), o colecionador mantinha exposições em domicílio e quando conseguia pauta em espaços públicos como praças e shopping centers.

A primeira sede do Museu Tempostal foi inaugurada em 27 de julho de 1974, na Rua do Sodré, 223, residência do colecionador Nascimento, na qual havia muitos objetos e mobiliário representativos da sua memória.

Já na década de 1990, precisamente, no ano de 1997, o Governo do Estado da Bahia, por intermédio da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB), adquiriu a coleção de Antônio Marcelino do Nascimento a fim de preservá-la.

Assim, a nova sede do Museu Tempostal foi inaugurada em 05 de novembro daquele ano, então instalada em um sobrado do século XIX, antiga residência do comerciante português Conde Pereira Marinho, localizado no Centro Histórico de Salvador, ou seja, no Pelourinho. Podemos visualizar a fachada do Museu Tempostal na Figura 5:

Figura 5 - fachada do Museu Tempostal



Fonte: Pelourinho Dia e Noite

O Museu Tempostal possui um acervo formado por cartões-postais, fotografias e estampas, sendo 33 mil procedentes da coleção de Antônio Marcelino do Nascimento. O acervo data do final do século XIX e meados do século XX, sendo posteriormente ampliado por doações de outros colecionadores. O Museu Tempostal detém um acervo de imagens de valor histórico, artístico e documental, não só da Bahia e do Brasil, mas, também, de diversos países do mundo, acerca das mais variadas temáticas (Figura 6). Como exemplo, destacamos a Coleção Bahia Antiga que é fonte privilegiada de informação para pesquisas historiográfica, antropológica e sociológica, representada não só por fotógrafos e editores nacionais, mas também por editores estrangeiros.

Figura 6 - Acervo do Museu Tempostal



Fonte: <https://www.salvadorbahia.com/experiencias/museu-tempostal/>

Tanto o MAE/UFBA como o Museu Tempostal possuem exposição permanente com objetos do acervo e realizam exposições temporárias com temas relacionados ao seu conteúdo. As exposições permanentes e temporárias, em geral, seguem um padrão: utilização de vitrines e painéis informativos fixados em paredes e a utilização de aparelhos de som e televisores para complementação expográfica.

No que se refere à presença digital para divulgação e interação com o público, ambos os museus possuem páginas nas redes sociais, a exemplo do Facebook e Instagram, porém somente o MAE/UFBA dispõe de site. As redes sociais do Museu Tempostal são atualizadas pelo IPAC, já as redes sociais do MAE têm sua atualização pela própria equipe do museu.

Como estamos a realizar pesquisa de estudo de público, cumpre evidenciar barreiras de comunicação ou divulgação, de acesso e acessibilidade em ambas os museus. Tanto o MAE/UFBA como o Museu Tempostal não dispõem de material de divulgação em pontos turísticos de Salvador, não utilizam meios de comunicação como em massa como o rádio e a televisão, não possuem equipe de comunicação social, não dispõem de informações textuais nem mediação com tradução para línguas estrangeiras, não possuem ambiente para café ou restaurante, não disponibilizam internet wi-fi para o visitante, não há climatização em seu ambiente e não oferecem acesso ou suporte para Pessoa com Deficiência (PCD).

Para além das barreiras supracitadas, o MAE, especificamente, não possui sinalização na fachada do prédio e não abre aos finais de semanas. Em sua estrutura, oferece aos visitantes uma loja de souvenir e sanitários. O Museu Tempostal, por sua vez, abre aos sábados, mas não possui loja.

É importante salientar que ambas as instituições não realizam pesquisa de público, apenas há a contabilização da entrada dos visitantes de formas diferenciadas. O MAE/UFBA cobra ingresso e realiza o registro do acesso por meio do Livro de assinaturas que fica localizado na entrada do Museu e do controle de ingressos vendidos. Os dados obtidos, de caráter quantitativo, são sistematizados no relatório anual de atividades da instituição. A divisão dos pagantes em entrada inteira e meia entrada e os agendamentos prévios de grupos escolares são as únicas formas de obter dados qualitativos em

relação ao seu público. A partir dos relatórios anuais, é possível visualizar quais os grupos escolares, público principal do museu, realizam visitas com pico de visitação nos meses de abril e novembro. Atribuímos este pico à comemoração do Abril Indígena ao Dia da Consciência Negra, respectivamente. Os relatórios dos anos de 2018 e 2019⁹ do MAE apontam uma visitação de 4.741 e 4.906 pessoas, respectivamente.

Diferentemente do MAE/UFPB, o Museu Tempostal não cobra ingresso do público. Contabiliza as entradas apenas pelo Livro de assinaturas, cujos dados são registrados em relatórios mensais de atividades. Os relatórios deste museu evidenciam que o público predominante também são os grupos escolares, com maior concentração no mês de março. No Museu Tempostal, os relatórios de 2018 e 2019 registraram, respectivamente, 3.125 e 3.219 pessoas. Temos conhecimento de que estes dados já têm uma lacuna temporal, mas se mostram válidos de ser registrados aqui, visto que o ano de 2020 marca a emergência de saúde pública ocasionada pela pandemia de COVID-19, que exigiu o fechamento dos museus em todo o mundo.

4 VISITA EM SENTIDOS: A EXPERIÊNCIA DO EXTERNO SE SOBREPÕE AO INTERNO

Nas mesmas ruas onde estão localizados o MAE e o Tempostal, há locais de visitação que podem concorrer com os museus e que são bastante conhecidos, a exemplo da Catedral Basílica de Salvador com a sua arquitetura barroca; das lojinhas de souvenir com diversas lembranças da cidade; do Bar O Cravinho famoso por receber visitantes e também os nativos/locais que costumam parar para uma dose da bebida mais famosa da Bahia que leva o mesmo nome do bar; do restaurante Cantina da Lua, chefiada pelo escritor, jornalista, poeta e agitador cultural Clarindo Silva; da Praça do Cruzeiro e toda a riqueza dourada da talha barroca da Igreja de São Francisco; do Elevador Lacerda e da Sorveteria A Cubana, ambos oferecem a vista da Baía de Todos os Santos. Há, também, outros elementos da ordem do intangível, como a sonoridade dos tamborese o ritmo da capoeira e do samba de roda, além dos cheiros dos quitutes em quase todos os cantos.

Uma coisa é certa, o corpo é o instrumento que se relaciona, mesmo involuntariamente, com os elementos dos lugares. A cidade é lida pelo corpo como um conjunto de condições interativas e o corpo expressa a síntese dessa interação por meio do ato de ver, ouvir, cheirar, provar e tocar. É através da soma desses sentidos que se percebe o mundo ao redor de múltiplas maneiras. Os sentidos se misturam e por meio deles é possível captar estímulos presentes no ambiente e assim podemos compreender os espaços, as coisas, as pessoas, a realidade em nossa volta. Sobre a relação corpo-cidade, o arquiteto finlandês Juhani Pallasmaa, no livro “Os olhos da pele”, apontou:

Eu confronto a cidade com meu corpo; minhas pernas medem o comprimento da arcada e a largura da praça; meus olhos fixos inconscientemente projetam meu corpo na fachada da catedral, onde ele perambula sobre molduras e curvas, sentindo o tamanho de recuos e projeções; meu peso encontra a massa da porta da

⁹ Foi escolhido para verificação do número de visitantes dos referidos museus o mesmo período abarcado pela “Pesquisa de perfil e satisfação do turista Salvador – BA”.

catedral e minha mão agarra a maçaneta enquanto mergulho na escuridão do interior. Eu me experimento na cidade; a cidade existe por meio de minha experiência corporal. A cidade e meu corpo se complementam e se definem (PALLASMAA, 2011, p. 38).

A reflexão de Pallasmaa poderia ser a descrição de uma visita ao Centro Histórico de Salvador, onde o corpo em questão não seria apenas um centro, mas também estaria fisicamente no ponto central da história de uma cidade na qual, para além do conjunto arquitetônico construído, se faz presente uma forte carga simbólica. Entrar no Pelourinho, nesse sentido, pode significar imersão numa experiência sensorial.

Pallasmaa (2011), apresenta uma abordagem de estudo do ambiente construído baseado em aspectos sensoriais que mediam a sua relação com o corpo do indivíduo. Neste sentido, a análise sensorial do lugar se caracteriza por utilizar parâmetros sensoriais para investigar como as pessoas experimentam e reagem ao espaço construído, consciente e inconscientemente.

A sensação, segundo Lima (2010), é uma ocorrência do psicológico que se manifesta a partir de estímulos externos sobre os órgãos dos sentidos. É por meio das sensações que o indivíduo se relaciona com o próprio organismo e, conseqüentemente, com tudo que está à sua volta, pois, “quanto mais os sentidos de uma pessoa estiverem desenvolvidos, mais variadas e delicadas serão suas sensações” (LIMA, 2010, p. 23).

De forma consciente ou não, é perceptível a utilização dos sentidos enquanto uso de algumas construções militares, religiosas, na área da saúde e até mesmo em museus. As construções religiosas, por exemplo, por vezes, recorreram a essa prática para atrair ou reconquistar o seu público. Tanto que os templos góticos são construções altas que projetavam o som dos cânticos para parecerem celestiais e no mesmo sentido se utilizam de vitrais coloridos que preenchem o ambiente de luzes e cores. Já no período barroco o desenho das plantas dos templos religiosos e a introdução de elementos iconográficos integrados faziam as vezes de material didático para os fiéis analfabetos.

Nesse sentido, a chamada arquitetura sensorial busca por meio de sons, aromas, conforto térmico, iluminação, entre outros fatores que envolvem os sentidos humanos, provocar sensação de conforto e bem-estar na relação homem e espaço construído. Sobre o exposto, Coelho (2019, p. 21) destaca que

[...] o espaço arquitetônico sensível é formado por uma série de elementos objetivos, presentes frequentemente em nosso dia a dia, que fazem parte das edificações e do meio ambiente em geral e quando reunidos resultam em um espaço sensorial e perceptivo, que possibilita diversas maneiras de interação entre a arquitetura construída e o ser humano.

Para além de um espaço bonito e harmônico, a arquitetura sensorial leva em consideração todos os sentidos do corpo humano para fazer uma pessoa reagir a um ambiente, é a busca intencional para que os espaços interajam com as pessoas de forma emocional. O objetivo é permitir que cada pessoa tenha sensações ao interagir com os espaços, como apontam Polli, Rigon, Brito e Almeida (2021, p. 7):

como consequência, o espaço construído participa da vida humana, sendo que, em vez da mera visão, ou dos cinco sentidos clássicos, ele pode integrar várias esferas da vivência sensorial, que interagem e fundem entre si na totalidade da experiência. Trata-se de uma multissensorialidade, cujas características do espaço são medidas, por exemplo, igualmente pelos olhos, ouvidos, nariz, pele, língua, esqueleto e músculos, ou seja, por todo o corpo humano.

Como visto, o ser humano é sensorial, e se relaciona com os espaços construídos por meio de seus múltiplos sentidos. Esse pode ser um estímulo que contribua para preferências por determinados espaços a outros, e pode endossar a hipótese de que os visitantes do Pelourinho se interessam mais por outros tipos de atividades do que pela ida aos museus. Nesse contexto, a seguir, são apresentados os dados obtidos através do questionário, a fim de cotejá-los com os conceitos aqui apresentados e contribuir para a análise.

5 ABORDAGEM METODOLÓGICA

A pesquisa em relato é de cunho bibliográfico e descritivo, sob abordagem metodológica quantitativa e qualitativa.

A pesquisa foi ambientada no MAE/UFBA e no Museu Tempostal, já descritos na seção 3.1.

Os sujeitos da pesquisa foram determinados pelos que já visitaram Salvador e pelos que pretendem conhecer a cidade, de modo a compreender se os museus fazem parte do interesse subjetivo das pessoas que já visitaram ou que pretendem visitar, precisamente, o Pelourinho.

Como instrumento de coleta de dados, utilizamos um questionário, composto por duas perguntas objetivas. Na primeira pergunta, o respondente deveria colocar em ordem de preferência as atividades que já realizou ou gostaria de realizar no Pelourinho, a partir do elenco de 10 atividades sugeridas. Na segunda pergunta, que deveria ser respondida somente se na primeira pergunta a opção “visitar museus” estivesse entre as cinco primeiras alternativas, o respondente deveria indicar quais museus já conheceu ou teria interesse de conhecer.

Imaginando que, ao nos apresentarmos enquanto estudantes do PPGMUSEU da UFBA, possivelmente, poderíamos influenciar na escolha da opção “visitar os museus” por parte dos indivíduos, buscamos, em um primeiro momento, o auxílio de guias turísticos para aproximação junto aos possíveis respondentes do questionário. Essa estratégia, porém, não foi exitosa, visto que não houve uma colaboração efetiva dos guias. Optou-se, então, por um segundo formato: o envio do questionário por meio de aplicativo de mensagens instantâneas, sob aquela determinação já citada, ou seja, pessoas que já visitaram Salvador ou que pretendem conhecer a cidade. Logramos êxito com a segunda estratégia. Assim, a aplicação do questionário ocorreu durante o período de uma semana no mês de junho de 2022. Obtivemos um total de 17 respostas ao questionário.

As perguntas e as opções de respostas foram estruturadas com base em ações

que envolvem os diferentes sentidos (visão, paladar, audição, olfato e tato), elementos importantes para a análise sensorial do lugar.

A análise sensorial se baseia na utilização dos parâmetros sensoriais para compreender a relação entre pessoas e espaços construídos. Porém, vai além, por poder contemplar estudos sobre produtos, especificação e controle de qualidade, detecção de cheiros e sabores, dentre outras aplicabilidades. A análise sensorial visa responder três tipos de questões: 1) descrição; 2) discriminação; e 3) preferência (DUARTE, 2016).

No caso da pesquisa em relato, detemo-nos na questão “preferência”. Assim, buscamos confirmar a hipótese registrada na Introdução, de que há interferência sensorial sobre as escolhas do visitante do Pelourinho em visitar ou não visitar os museus. Consideramos que a análise sensorial do lugar pode ser uma metodologia alinhada aos estudos de público em museus, de modo a evidenciar as preferências sensoriais do público e não público e então poder utilizar os resultados e envidar estratégias de atração pelos sentidos.

A análise dos dados coletados, por meio do questionário, levou em consideração aspectos sensoriais, uma vez que estes fazem parte da análise que nos aportamos na realização da pesquisa.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção, expomos os resultados e discussões a partir dos dados obtidos, lembrando que coletamos 17 respostas do nosso instrumento de coleta de dados. As respostas foram categorizadas em “Muito interesse”, quando a escolha do respondente estivesse entre 1 e 5, e “Pouco interesse” quando a escolha estivesse entre 6 e 10.

Na primeira pergunta do questionário (Na sua visita ao Pelourinho, quais as suas prioridades), as opções mais incidentes no nível de interesse entre 1 e 5 (Muito interesse), obtivemos: “Ir a restaurantes” (13 incidências); “Visitar Igrejas históricas” (12 incidências); “Olhar a paisagem da cidade baixa e Bahia de Todos os Santos” e “Conhecer os monumentos” (11 incidências) e “Comer acarajé” (10 incidências).

Ainda na primeira questão, as opções menos incidentes no nível de interesse entre 1 e 5 (Pouco interesse) foram: “Ouvir as histórias do local” (sete incidências); “Visitar os museus” e “Dançar ao som da percussão do timbal” (cinco incidências) e “Ver e tirar fotos com personagens conhecidos como as baianas ou os capoeiristas” (uma incidência).

Os resultados obtidos por meio do questionário apontam que cerca de 70% dos respondentes colocaram “Visitar os museus” como uma opção fora do âmbito “Muito interesse”. O dado obtido dialoga com a pesquisa de satisfação do turista da Secretaria Municipal de Salvador, apresentada anteriormente, cujos dados de 2018 e 2019 apontavam que uma média de 80% dos entrevistados não havia visitado museus quando estiveram na cidade. Os resultados expostos podem ser visualizados no Quadro 1:

Quadro 1 - Respostas quanto às preferências dos visitantes do Pelourinho

| 1. Na visita ao pelourinho quais as suas prioridades? Numere de 1 a 10. (Sendo "1" o que não pode deixar de fazer e "10" o que pode ficar fora da lista). | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---|---|---|---|----------------------|---|---|---|----|-------|--|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | total | | |
| Comer acarajé | | | | | | | | | | | | | 179 |
| | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 17 | | |
| | 10 - Muito interesse | | | | | 7 - Pouco interesse | | | | | | | |
| Comprar nas lojinhas | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | | 4 | | 17 | | |
| | 10 – Muito interesse | | | | | 7 - Pouco interesse | | | | | | | |
| Visitar Igrejas históricas | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 4 | 2 | 4 | 1 | | 2 | | 1 | 2 | 17 | | |
| | 12 – Muito interesse | | | | | 5 - Pouco interesse | | | | | | | |
| Conhecer os monumentos | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 3 | | | 17 | | |
| | 11 – Muito interesse | | | | | 6 - Pouco interesse | | | | | | | |
| Visitar os museus | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 1 | | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 17 | | |
| | 5 – Muito interesse | | | | | 12 - Pouco interesse | | | | | | | |
| Olhar a paisagem da cidade baixa e Bahia de Todos os Santos | | | | | | | | | | | | | |
| | 3 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | | 17 | | |
| | 11 – Muito interesse | | | | | 6 - Pouco interesse | | | | | | | |
| Ir aos Restaurantes de culinária baiana | | | | | | | | | | | | | |
| | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | | | | 17 | | |
| | 13 – Muito interesse | | | | | 4 - Pouco interesse | | | | | | | |
| Dançar ao som da percussão do timbal | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 17 | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|--|---|---|---|----------------------|---|---|---|---|----|
| | 5 – Muito interesse | | | | | 12 - Pouco interesse | | | | | |
| Ouvir as histórias do local | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | 2 | 2 | 2 | 1 | | 4 | 3 | 2 | 17 |
| | 7 – Muito interesse | | | | | 10 - Pouco interesse | | | | | |
| Ver e tirar fotos com personagens conhecidos como as baianas/capoeiristas | | | | | | | | | | | |
| | | | | | 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 6 | 17 |
| | 1 – Muito interesse | | | | | 16 - Pouco interesse | | | | | |

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

No que se refere a segunda questão, que determinava a resposta apenas para o respondente que na primeira questão marcou a opção “visitar museus” entre 1 e 5, o que totalizou, para fins de análise, cinco respostas.

Os resultados dão conta de que, dentre as 11 opções de museus, a Casa do Carnaval foi o equipamento cultural que mais incidiu entre os respondentes como que já visitaram ou que gostariam de visitar. Esse museu se caracteriza justamente por uma proposta de utilização de tecnologia e de interatividade com o público, o que ocorre por meio de uma experiência “visual e sensorial”, abordando a história da folia a partir de recortes temáticos de festividades da cultura popular. Em seguida com três incidências cada, aparecem o Museu Udo Knoff de Azulejaria e Cerâmica, o Museu Afro-Brasileiro (MAFRO) da UFBA e o Museu da Gastronomia. No Quadro 2, podemos observar detalhadamente cada incidência às 11 opções elencadas.

Relacionando os dados obtidos com as médias anuais de visitação do MAE e do Museu Temporal de aproximadamente de três a quatro mil pessoas, observadas no mesmo período em que Salvador recebeu cerca de nove milhões de turistas, podemos concluir o baixo índice de entrada nos museus pelos visitantes de fora de Salvador. Além disso, é interessante também cotejá-los com a população de quase três milhões de habitantes da cidade, que também poderiam ser considerados público potencial dos museus.

Outros dados obtidos a partir da aplicação do questionário se relacionam com a análise dos aspectos sensoriais oferecidos pelo Pelourinho e de possíveis relações com os estudos de público em museus. Essa proposta é ainda inicial, e deve ser objeto de uma pesquisa mais aprofundada, portanto, algo que não se esgota nesta pesquisa. Sublinhamos que a análise sensorial, aqui utilizada, propedêuticamente, não tem intenção de substituir ou ser aplicada como metodologia de análise de público, mas ser um instrumento auxiliar para análise qualitativa dos dados.

Quadro 2: Museus que conhece ou que gostaria de visitar

| Total de escolha | Se você sinalizou visitar museus entre os cinco primeiros itens, quais você conhece ou gostaria de visitar? |
|------------------|---|
| 5 | Casa do Carnaval |
| 3 | Museu Udo Knoff de Azulejaria e Cerâmica |
| 3 | Museu Afro-Brasileiro (MAFRO) da UFBA |
| 3 | Museu da Gastronomia |
| 2 | Museu de Arqueologia e Etnologia (MAE) da UFBA |
| 2 | Casa do Benin |
| 1 | Museu Nacional da Cultura Afro-Brasileira (Muncab) |
| 1 | Centro Cultural Solar Ferrão |
| 1 | Museu Tempostal |
| 1 | Museu da Misericórdia |
| 0 | Museu Nacional de Enfermagem (MuNEAN) |

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Nesse sentido, observamos que as opções de atividades que envolvem o paladar foram as que mais estiveram entre a escala de maior interesse entre os respondentes, seguidas das opções onde a visão estava em destaque, como “olhar a paisagem” e “visitar igrejas e conhecer monumentos”. Já as opções que buscavam envolver a audição, como “ouvir as histórias locais” e “dançar ao som do timbal”, obtiveram baixa incidência de escolha por parte dos respondentes, tendo, portanto, uma média de interesse similar com os que optaram pelos museus.

Ainda sobre as atribuições de sentidos para as opções de escolhas, a opção “Ver e tirar fotos com personagens conhecidos como as baianas/capoeiristas” foi a menos incidente dentre as demais. Esta tinha como finalidade relacionar a visão aos personagens que representam a baianidade, o que parece não ter sido uma opção de interesse para os respondentes.

Dentre os 11 museus elencados na segunda pergunta do questionário, apenas o Museu Nacional de Enfermagem (MuNEAN) não figurou com incidência entre as escolhas. Por sua vez, os demais museus oscilaram entre uma a três escolhas por parte dos respondentes.

Especificamente no tocante ao MAE e ao Museu Tempostal, constatamos que ambos incidiram com apenas duas e uma escolha, respectivamente. Esse resultado pode ser o reflexo da semelhança entre os referidos museus, como mencionado anteriormente, como o desconhecimento da proposta dos museus, as regras institucionais que estabelecem horários de abertura e fechamento, além de delimitações quanto à interação com as obras e, sobretudo, falta de divulgação e até mesmo inibição maior com o público nas mídias sociais.

Para além disso, é relevante apontar, também, a possibilidade de os museus serem invisibilizados em meio a todos os outros monumentos do Pelourinho. Inclusive, um dos respondentes, mesmo não tendo marcado a opção “Visitar museus” no intervalo de muito interesse, mostrou-se surpreso ao saber que no Pelourinho há

museus e em grande número. Este respondente relatou, ainda, não ter visto nenhum indicativo (placas de sinalização) da existência e direção destes museus quando de sua visita ao Pelourinho. Esse fato retoma as questões de acesso ao MAE e ao Museu Tempostal, como, por exemplo, a falta de sinalização e até de divulgação dos museus em mídias de massa e em mídias sociais, apesar do MAE e do Museu Tempostal terem perfil em mídias sociais. Questões que, provavelmente, é uma barreira que reflete nos demais museus localizados no Pelourinho.

Diante do exposto, acreditamos ser possível concluir, a partir dos dados e análise aqui relatados, que o público do MAE e do Museu Tempostal é aquele que já tem conhecimento da existência dos referidos museus e, portanto, visita-os em função do interesse por sua tipologia, especialmente, os grupos escolares previamente agendados. Consideramos, porém, que o visitante do Pelourinho pode ser considerado público potencial dos museus ali localizados, uma vez que estes estão sediados em um lugar que nos permite fazer uso dos sentidos da visão, do olfato, da audição, do paladar, do tato em sua máxima potencialidade com relação ao patrimônio cultural.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relato de pesquisa teve como objetivo analisar possíveis relações entre visitantes do Pelourinho e público dos museus estabelecidos no Centro Histórico de Salvador, a partir da análise sensorial.

É fato que Salvador é uma cidade que recebe, anualmente, um fluxo intenso de turistas interessados em conhecer a cultura local. Esse conjunto pode corresponder a população de referência para o estudo de público potencial para os museus localizados no Centro Histórico. O coração cultural da cidade de Salvador é o Pelourinho. Seu traçado, edifícios e atividades culturais remetem, principalmente, ao período colonial da história de Salvador. As ruas, os largos e as praças são testemunhos dos usos e costumes locais materializados ora nos solares e sobrados, nas igrejas e conventos, fortes e palácios, ora expressa nas mais diversificadas linguagens artísticas, expostas nas fachadas, nas ruas, ou no interior dos seus edifícios históricos. Compõem, ainda, o Pelourinho às festas, a culinária, a música, a dança, dentre outras formas de expressão e saberes.

Os museus com sede no Pelourinho têm características semelhantes entre si, estando muitas vezes localizados em prédios históricos. Museus estes passíveis de regras institucionais que contrastam com a informalidade das manifestações culturais do Centro Histórico da cidade. Nesse sentido, o estudo de público pode ser visto como um instrumento importante de gestão e de conhecimento do perfil, da frequência, preferências da diversidade de públicos que visitam e, também, dos que não visitam os museus, podendo, a partir dos estudos de público, envidar estratégias de atração e manutenção dos públicos.

Os casos do MAE e do Museu Tempostal corroboram as reflexões da literatura científica que indicam que muitos museus brasileiros não realizam de forma efetiva estudos de público, diferentemente das pesquisas de cunho acadêmico-científico, sobretudo, na área da Museologia.

O estudo de público aqui relatado visou agregar as percepções da análise sensorial do lugar como um parâmetro para avaliar as escolhas subjetivas do visitante

inserido em um contexto de estímulos dos sentidos. A partir dos dados obtidos e analisados por meio da pesquisa, em cruzamento com os dados sobre população soteropolitana e sobre o turismo na cidade, dos relatórios anuais do MAE e do Museu Tempostal, e o cruzamento com as perspectivas da análise sensorial, é possível concluir que a experiência em uma visita ao Pelourinho pode ser mais atrativa do que a de visitar os museus da região. O que se explica por vários fatores como o desconhecimento da existência dos museus, a falta de sinalização, falta de divulgação, dentre outras questões.

Percebemos, assim, que o Pelourinho pode oferecer ao visitante uma experiência que envolve os seus cinco sentidos: o olfato e o paladar por meio da culinária baiana que introduz a cor e o cheiro do dendê; a visão e o tato por meio das edificações históricas e do caminhar nas pedras que pavimentam as ruas; e a audição por meio do som das batidas das percussões.

Por último, consideramos que o uso da análise sensorial do lugar, pensada para ambientes construídos, demonstra ser um instrumento que dialoga perfeitamente com os estudos de público em museus, podendo, constituir-se como aliado para abordar aspectos além de perfis sociodemográficos ou de contabilização de visitas.

Como sugestão de novas pesquisas, acreditamos que estudos futuros poderão contemplar as exposições dos museus arrolados na pesquisa relacionando-as aos aspectos sensoriais dos públicos, já que a análise sensorial, ratificamos, pode se configurar como um aliado importante para os estudos de público.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **Exposição em Museus e a relação com o público: o processo de comunicação e transferência da informação** Mestrado em Ciência da Informação. 1998. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro/Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 1998.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **As transformações da relação museu e público: a influência das tecnologias da informação e comunicação no desenvolvimento de um público virtual.** Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro/IBICT, 2005.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. A relação do museu com o público do seu jardim: a contribuição dos estudos de público. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 10., 2009, João Pessoa. **Anais** [...] João Pessoa: UFPB-Universidade Federal da Paraíba, 2009.

COELHO, Julia Richard Bicudo. **Arquitetura sensorial: o relacionamento dos sentidos humanos com as construções arquitetônicas.** 2019. 111 f. Monografia (graduação). Universidade Presbiteriana Mackenzie. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/handle/10899/21081>. Acesso em 25 jun.2022.

COSTA, Luciana Ferreira da. **Museologia no Brasil, século XXI: atores, instituições, produção científica e estratégias**. João Pessoa: CCTA, 2018.

COSTA, Luciana Ferreira da; BRIGOLA, João Carlos Pires. Hábito cultural de visitar museus: estudo de público sobre o Museu do Homem do Nordeste, Brasil. **Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR**, Penedo, v. 4, Número Especial, p. 124-141, 2014. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/1501>. Acesso em 25 jun.2022.

CURY, Marília Xavier. A pesquisa acadêmica de recepção de público em museus no Brasil: estudo preliminar. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 16., João Pessoa. **Anais [...]**, João Pessoa: UFPB, 2015. p. 1-20.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução: Bruno Brulon Soares, Marília Xavier Cury. ICOM: São Paulo, 2013. Disponível em: http://www.icom.org.br/wp-content/uploads/2014/03/PDF_Conceitos-Chave-de-Museologia.pdf. Acesso em: 30 jun. 2022.

DICIONÁRIO AURÉLIO DE LÍNGUA PORTUGUESA. 1. ed. 9ª imp. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

DUARTE, Natalia. **Análise sensorial**. 2016. Disponível em: https://www.academia.edu/27989957/An%C3%A1lise_Sensorial. Acesso em: 2 jul. 2022.

GUERREIRO, Goli. A cidade imaginada: Salvador sob o olhar do turismo. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, ano 6, n. 11, p. 06-22, jan./jun. 2005, Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/234555749.pdf>. Acesso em 25 jun. 2022.

GOMES, Talita Veiga. **Estudo de público e não público em museus soteropolitanos**. 2016.193 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Salvador**. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/salvador/panorama>. Acesso em 24 jun.2022.

KÖPTCKE, Luciana Sepúlveda. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Museologia & Interdisciplinaridade**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília, v.1, n. 1, jan./jul. 2012, p. 209-235. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/12643>. Acesso em: 26 jun. 2022.

LEMOS, Carlos Alberto Cerqueira. **O que é patrimônio histórico**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981.

LIMA, Mariana R. C. **Percepção visual aplicada à arquitetura e à iluminação**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2010.

MINIM, Valéria Paula Rodrigues. **Análise sensorial**: estudos com consumidores. Viçosa: UFV, 2006.

MORAES, J. N. L. Museus e público(s): a centralidade da relação público(s)-museu nos debates contemporâneos da museologia. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 20., 2019, Florianópolis. **Anais** [...]. Florianópolis: UFSC, 2019.

MOREIRA, Fernando João de Matos. Uma reflexão sobre o conceito de público nos museus locais. **Musas** – Revista Brasileira de Museus e Museologia, n. 3, IBRAM, Rio de Janeiro, 2007. p.101-108. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/01/Musas3.pdf>. Acesso em 24 jun. 2022.

MUSEU DE ARQUEOLOGIA ETNOLOGIA. **Sobre**. Salvador, Universidade Federal da Bahia, [s.d.]. Disponível em: <http://www.mae.ufba.br/content/sobre>. Acesso em 26 jun. 2022.

PALLASMAA, Juhani. **Os olhos da pele**: a arquitetura e os sentidos. Porto Alegre: Bookman, 2011.

POLLI, Paula Gabbi; RIGON, Matheus José; BRITO, Leonardo de Oliveira; ALMEIDA, Maristela Moraes de. Análise sensorial do lugar na perspectiva de Juhani Pallasmaa: um estudo de caso na Praia do Pontal, Florianópolis (SC). **Revista 5% Arquitetura + Arte**, ano16, v. 01, n. 22, p. 1-23, jul./dez., 2021. Disponível em: <http://revista5.arquitetonica.com/ojs/index.php/revista5/article/view/176/240>. Acesso em 25 jun. 2022.

SANTOS, Jucelia Bispo dos. Espaços públicos e construção de discursos: o Pelourinho como expressão da baianidade. **Cordis**. Comunicação, Modernidade e Arquitetura, n. 8, jan./jun. pp. 175-212, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/cordis/article/view/12927>. Acesso em: 26 jun. 2022.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO. **Pesquisa de perfil e satisfação do turista**. Salvador: Prefeitura Municipal, 2019. Disponível em: http://www.observatorioturismo.salvador.ba.gov.br/images/perfil-turista/Pesquisa_Perfil_Turista_Consolidado_2019_-_Relatorio_e_Grficos_Amostra_Total.pdf. Acesso em 26 jun. 2022.

SUZARTE, Jaqueline. Salvador deve receber 3,6 milhões de turistas durante o verão, diz secretário. **A Tarde**, Salvador, 14 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://atarde.com.br/bahia/bahiasalvador/salvador-deve-receber-36-milhoes-de-turistas-durante-o-verao-diz-secretario-1103850>. Acesso em 26 jun. 2022.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. **Historic Centre of Salvador de Bahia**. World Heritage Convention. [s.d.]. Disponível em: <https://whc.unesco.org/en/list/309/>. Acesso em 26 jun. 2022.

THE VISITORS OF PELOURINHO AS PUBLICS OF THE MUSEUMS OF THE HISTORIC CENTER OF SALVADOR: CHARACTERIZING SENSORY EXPERIENCES

Abstract

The research aims to analyze possible relationships between visitors of Pelourinho and the public of museums established in the Historic Center of Salvador, based on sensory analysis. The research is centered on the Museum of Archeology and Ethnology of the Federal University of Bahia and the Tempostal Museum. In methodological terms, the research is bibliographic, descriptive, supported by a qualitative-quantitative approach. As for the data collection procedures, it applies a questionnaire through a message application. The results obtained indicate that the visitation to Pelourinho's museums is not configured as an activity of interest to most of the research participants, and that other several attractions of the Historic Center of Salvador arouse greater interest of the public, probably because of the appeal to the senses of sight, hearing, smell, taste and touch. It concludes that museums have a fundamental and contributive role in Salvador's cultural tourism, but that they still lack this recognition and more convincing actions of investment and promotion of their existence, history and potentiality of the diversity of collections found in them. Moreover, it considers the public studies as a tool for public management and internal management of museums and that the sensory analysis as an ally to think about the research with the most diverse types of public.

Keywords: *Museum; Public study; Sensory analysis; Tourism; Pelourinho – Salvador.*

Artigo recebido em 05/08/2022. Aceito para publicação em 10/12/2022.