



A COMUNICAÇÃO SENSORIAL NOS ESPAÇOS CULTURAIS BRASILEIROS

Viviane Panelli Sarraf¹

Resumo

Artigo originário da pesquisa de doutorado “A Comunicação dos Sentidos nos Espaços Culturais Brasileiros: estratégias de mediações e acessibilidade para pessoas com suas diferenças”. Apresenta os resultados de investigação sobre os benefícios da comunicação e mediação sensoriais nos espaços culturais. A investigação em espaços culturais brasileiros resultou em análises e conclusões que levaram a um cenário positivo a caminho de uma comunicação humana e livre de barreiras que se proponha acessível e inclusiva para todos os indivíduos, independente de características físicas, sensoriais, cognitivas, psíquicas, psicológicas e sociais.

Os resultados apresentam análises de espaços culturais que contribuem com as mudanças para democratização do patrimônio cultural por meio das estratégias de comunicação e mediação sensoriais.

Palavras-chave: Comunicação Sensorial. Teoria da Mídia. Espaços Culturais. Mediações. Acessibilidade.

A comunicação sensorial e o desenvolvimento do ser humano

Toda comunicação começa e termina no corpo. É no corpo do indivíduo que ocorre a primeira comunicação, natural e inerente à condição humana, chamada por Harry Pross² de mídia primária. As características da comunicação pela mídia primária são: a presença, isto é, o indivíduo no contexto, que é o ambiente onde ocorre a comunicação e o uso dos diversos sentidos, na vinculação criada pela comunicação: o som – a audição, o gosto – o paladar, o cheiro – o olfato, o toque – o tato e os demais sentidos do ser humano, não excluindo a visão,

¹ Pesquisadora de Pós Doutorado e Professora Colaboradora do Programa de Pós Graduação Interunidades em Museologia do Museu de Arqueologia e Etnologia da USP; coordenadora do GEPAM – Grupo de Estudo e Pesquisa de Acessibilidade em Museus da USP e pesquisadora do CISC. E-mail: vsarraf@gmail.com

² Harry Pross é um dos principais autores que estudou a comunicação sensorial, estando presente com suas ideias em todo o texto desta tese e em diversos artigos e aulas do meu orientador Norval Baitello Junior.

V COMcult

o que custa o virtual?

a cinestesia ou propriocepção, a sinestesia³ e outros sentidos inerentes aos humanos, que vêm sendo pesquisados e descobertos pela neurologia (especula-se a percepção de calor, fome, dor e outras sensações como novos sentidos).

Ainda dentro da teoria da mídia de Harry Pross, na comunicação pela mídia secundária e terciária, que se caracterizam pelo surgimento da escrita e dos meios de comunicação em massa, os sentidos da visão e da audição também são envolvidos, no entanto os demais sentidos caracterizados pela proximidade e pela presença são descartados progressivamente.

A importância na manutenção da comunicação pela mídia primária no indivíduo jovem e adulto, uma vez que, durante a infância, o indivíduo explora o mundo sensorialmente de forma natural e pouco censurada, tem uma razão clara: a perpetuação da condição humana e a noção de alteridade.

Segundo os estudos de psicologia influenciados pela etologia, representados nesse texto pelo pensamento de Boris Cyrulnik (2004, p. 35): “Antes do primeiro olhar, antes do primeiro sopro, o recém-nascido humano é apanhado por um mundo em que a sensorialidade já está historizada. É nesse mundo que ele terá que se desenvolver”.

Desde o período da gestação, que para o Cyrulnik compõe parte do primeiro capítulo da história do indivíduo, o desenvolvimento humano ocorre pela descoberta e exploração dos sentidos. O tato, o olfato, o paladar e a audição são os sentidos que estabelecem vínculos entre o feto e o ambiente intrauterino da mãe, em que ele começa a desenvolver sua capacidade comunicativa. Os sentidos alimentam esse feto, pois é por meio do odor de um alimento consumido pela mãe, o som de seu corpo e posteriormente, no ambiente externo, o movimento e sonoridade do líquido amniótico e a sensação tátil de conforto que ele se prepara para interagir com o mundo exterior que irão se compor os demais capítulos de sua vida.

Ainda segundo Cyrulnyk, a memória sensorial adquirida durante a gestação é utilizada para estabelecer os primeiros vínculos de comunicação no mundo. É essa memória que compõe a sabedoria do corpo. Essa sabedoria é o primeiro sinal do desenvolvimento do sentido da cinestesia ou propriocepção, que é o sentido que nos torna capazes de termos

³ O estímulo de um sentido estimula outro: sinestesia é o nome técnico, do grego *syn* (junto) + *aisthanesthal* (perceber). Um tecido espesso de percepção é produzido colocando-se fio sobre fio. Uma palavra semelhante é síntese, na qual o tecido do pensamento é produzido, tecendo-se ideia por ideia, e que, originalmente, era o nome dos trajes leves de musselina usados pelos romanos antigos (ACKERMAN, 1992, p. 340).

V COMcult

o que custa o virtual?

consciência da organização e equilíbrio de nosso corpo sem a visão, portanto um sentido composto pelos demais sentidos, excluindo apenas a visão.

A propriocepção é um sentido fundamental à condição humana, pois é por meio dele que temos consciência de nossa corporeidade, que somos compostos de uma parte física e não somente da intelectual, imagética e imaginativa.

É pela consciência completa de nossa natureza humana que é possível desenvolver a alteridade, a noção e consciência do outro, do diferente, de tudo que se encontra fora do universo pessoal, nossas diferenças e as características que nos distinguem. Assim, é possível que os indivíduos convivam socialmente de forma saudável.

O uso de todos os sentidos na comunicação humana e, principalmente, em espaços culturais, que são ambientes presenciais, é de extrema importância para que a manutenção da condição humana, o equilíbrio das percepções e a perpetuação da alteridade sejam mantidas, mesmo em uma época em que as relações homem-máquina e a primazia da comunicação pela mídia terciária⁴, na qual a comunicação é condicionada aos aparelhos e aparatos de comunicação a distância, regem os relacionamentos e formas de comunicação humana e social.

A individualidade humana, que é a flor final dessa complexidade, é ao mesmo tempo tudo o que há de mais emancipado e de mais dependente em relação à sociedade. O desenvolvimento e a manutenção da sua autonomia estão ligados a um número enorme de dependências educativas (longa escolaridade, longa socialização), culturais e técnicas. Quer isto dizer que a dependência/interdependência ecológica do homem se encontra em dois graus sobrepostos e interdependentes, que são o do ecossistema social e o do ecossistema natural. Facto este que só agora se começa a descobrir (MORIN, 1973, p. 26).

Segundo Baitello⁵, a motivação da comunicação é a necessidade de ligação, isto é, o estabelecimento de vínculos entre indivíduos. A necessidade de ligação e estabelecimento de vínculos configura o “pertencimento”, necessidade de fazer parte (de um grupo, de uma sociedade, de um ambiente, de uma cultura, de uma nação), de ser acolhido e poder estabelecer trocas nesses contextos. Seguindo esse pensamento, a comunicação precisa do

⁴ Segundo a teoria da mídia de Harry Pross, apresentada e analisada em aulas, artigos, livros e traduções do orientador Norval Baitello Junior.

⁵ Norval Baitello Junior foi o orientador da tese que origina o livro e o grande inspirador e motivador de minha pesquisa sobre comunicação sensorial e espaços culturais. Grande parte da base teórica e filosófica deste texto foi indicada em aulas e reuniões de orientações.

V COMcult

o que custa o virtual?

outro, da alteridade, para então criar vínculos, isto é, preencher o vazio existencial inerente ao ser humano. Sempre estaremos em busca de preencher nosso vazio por meio da capacidade de comunicação, pois essa busca significa mobilizar os outros para nos ajudar, para estar conosco, para compartilhar.

Quando o indivíduo é gerado, e nos seus primeiros anos de vida é constantemente estimulado pelos outros (a mãe, o pai, os outros familiares e pessoas com quem se relacionam prioritariamente por meio dos sentidos), ele começa a desenvolver sua capacidade de comunicação, reconhecendo um parente próximo pelo odor, ou pelo som de sua movimentação; forma suas preferências alimentares pelo uso indiscriminado do paladar; explora tudo, chacoalha e coloca na boca para saber como são as coisas, do que são feitas, que gosto e aroma têm e se emitem sons. Escuta as vozes de seus parentes, suas risadas, suas histórias com atenção e utiliza a memória dessa comunicação primária para enriquecer sua comunicação em desenvolvimento.

Quando são bebês, aprendem a controlar seu corpo para estabelecer comunicação: por exemplo, produzindo fezes como presente para os pais, querendo oferecer seu primeiro produto ao pai, à mãe, aos avós ou cuidadores que tudo lhe ofertam: alimento, higiene, acolhimento e principalmente estimulação sensorial (tátil, auditiva, visual, olfativa e gustativa). Também aprendem a dar risadas e chorar para comunicar necessidades ou desejos aos parentes e cuidadores, querendo dizer que precisam de alimento, banho, troca de roupa e estímulo sensorial. Nessa fase, a comunicação sensorial é essencial, pois a visão é o sentido humano mais atrasado no alcance da maturidade.

Um bebê humano começa a desenvolver sua visão após o nascimento, aprende a enxergar com clareza os objetos e pessoas que ficam por mais tempo e mais próximos a eles e vão ampliando seu campo visual lentamente nos primeiros meses e anos de vida, enquanto os sentidos de proximidade, como o olfato e o tato, são peças fundamentais no aprendizado da primeira comunicação humana.

Considerando que toda comunicação começa e termina no corpo e que a primeira capacidade inerente à comunicação humana é aquela produzida e percebida pelos meios primários, usando o corpo como mídia, sem depender de aparatos externos, é possível perceber com maior clareza o poder dessa comunicação no desenvolvimento social e cultural

V COMcult

o que custa o virtual?

dos indivíduos que usam sua voz como som, chorando ou gritando, para estabelecer ligação com seus pares e preencher o vazio inerente à sua existência, além de usarem o tato para tocar os objetos que lhe causam curiosidade, para chamar atenção de outra pessoa e para preencher o vazio que impede a comunicação de proximidade com alguém próximo.

Ao longo de seu desenvolvimento, o indivíduo compreende que é possível manipular o odor de seu corpo tomando banho e se perfumando para produzir cheiros agradáveis para expressar a necessidade de preencher seu vazio e assim estabelecer ligação olfativa com seu pretendente, mas também produz odores diferentes de forma voluntária ou involuntária para chamar atenção de seus parentes e médicos a respeito de um problema de saúde. O olfato, ainda, é considerado o sentido mais acurado nas relações de memória emocional, conforme o detalhado estudo da especialista em psicologia do olfato Rachel Herz: “And more than any of our other sensory experiences, smell is exceptional in its ability to conjure emotional memories and viscerally transport us in time and place” (2007, p. 60)⁶.

A comunicação pelo paladar, que começa na relação afetiva da amamentação, nas primeiras horas após o nascimento, é naturalmente manipulada para causar desejos e dependências. Produzimos e oferecemos alimentos para estabelecer vínculos por meio de paladar com o outro. No caso da produção, a impressão de suas características únicas é possível pela combinação de temperos, cozimento, manipulação de instrumentos que resultam em sabores únicos e inconfundíveis em nosso paladar (o pudim da avó, o feijão da mãe, o sanduíche do pai).

A comunicação pela mídia primária ocorre em um ambiente contextual, presencial, portanto completo, estabelecendo a vinculação entre os indivíduos envolvidos no processo comunicacional. O termo “ambiente” deriva da palavra “ambos”. Sendo assim, a origem etimológica e o significado de “ambiente” deflagram a presença de mais de um indivíduo. Dessa maneira, um ambiente se caracteriza pelo lugar onde o convívio entre diferentes ocorre.

Os espaços culturais são considerados ambientes de comunicação pela mídia primária, pois pressupõem a presença e convívio de mais de um indivíduo para estabelecer vínculos de comunicação e preencher vazios, ou seja, são espaços onde a presença e a formação de grupos

⁶ “E, mais que nossas outras experiências sensoriais, o olfato é excepcional em sua habilidade de invocar memórias emocionais e viscerais, transportando-nos em tempo e lugares” (tradução da autora).

V COMcult

o que custa o virtual?

é condição de existência. Estão totalmente focados no indivíduo, nos grupos e comunidades e difundem a cultura e o patrimônio para usufruto dos diversos públicos.

Esses espaços, entretanto, encontram-se imersos em características de comunicação a distância, pelas mídias secundária e terciária. As estratégias de mediação escritas, a apresentação do patrimônio cultural como imagens meramente visuais e os recursos de informação e interação que usam a interface virtual são predominantes nas formas de comunicação em espaços culturais.

Utilizando o modelo de comunicação a distância dentro de seus ambientes perpetuam a comunicação vertical, que se caracteriza por relações de poder baseadas na transmissão e recepção de informação, condicionando seu relacionamento com o público de forma unidirecional, impondo barreiras para a criação de sentidos e pertencimento.

Experiências de comunicação e mediação sensorial em espaços culturais brasileiros

Apresentamos nessa parte análises de alguns espaços culturais que realizaram experiências de acesso ao patrimônio cultural por meio dos sentidos de percepção e comunicação dos indivíduos.

Exposição “Hélio Oiticica – O Museu é o Mundo” – Casa França Brasil, Paço Imperial, MAM – RJ, Central do Brasil e demais espaços público – Rio de Janeiro

A exposição “Hélio Oiticica – O Museu é o Mundo” percorreu algumas capitais brasileiras desde o ano de 2010. A análise das estratégias de comunicação sensorial da exposição se concentrará na edição carioca da mostra, uma vez que foi nessa edição que as obras tiveram sua natureza sensorial mais potencializada em espaços extramuros e pelo fato de Oiticica ter criado muitas das obras que compuseram a exposição inspiradas nos hábitos culturais da cidade carioca, o que agregava valor contextual a essa edição.

A exposição se espalhou em diversos locais da capital carioca; no Paço Imperial, estavam expostos: desenhos, pinturas, esculturas sensoriais – os Bólides, instalações interativas – os Penetráveis, roupas performáticas – os Parangolés, documentos e filmes do artista; na Casa França-Brasil, o espaço abrigou: Penetráveis, Parangolés, documentos e

V COMcult

o que custa o virtual?

filmes. Na estação Central do Brasil, ficou a obra “Mesa de Bilhar – Apropriação *d’après* O Café Noturno de Van Gogh”, com seus objetos de livre uso pelo público, que foi exposta pela primeira vez desde a sua criação, em 1966.

Na Praça do Lido em Copacabana, ficou o “Bólido Areia Água”, instalação que consiste em uma caixa de areia e água aberta à interação, feita em 1970 e montada novamente para essa exposição. Outras instalações ocuparam espaços no Centro Cultural Cartola no Morro da Mangueira, no Aterro do Flamengo e próximo à passarela de acesso do Museu de Arte Moderna, na Cinelândia.



Penetrável Éden – Casa França Brasil –
Exposição O Museu é o mundo, 2010

Fonte: Viviane Panelli Sarraf

V COMcult

o que custa o virtual?

Um dos maiores diferenciais dessa exposição em relação às demais produzidas sobre a obra do artista é que os curadores respeitaram todas as orientações de Hélio Oiticica ao remontar as instalações e obras, que deixou anotações detalhadas sobre a montagem, manutenção e uso de quase todos os seus trabalhos.

A diferença em seguir as instruções do artista ficou perceptível para quem conhecia sua obra, pois as possibilidades de interação e caracterização estavam completas, não deixando nenhum detalhe ou intenção de seus trabalhos perderem a força integradora. Para aqueles que não conheciam as obras do artista, as possibilidades de interação e participação coletiva proporcionada pelas montagens foram extremamente enriquecedoras, desvinculando o caráter inacessível de muitos trabalhos de arte contemporânea expostos dentro de espaços fechados.

A experiência de vestir um Parangolé (roupa performática criada pelo artista), na companhia de educadores que conheciam sua proposta original e participavam da ação sem estabelecer níveis de hierarquia, foi um grande diferencial que proporcionou enriquecimento de vivência da arte, muito mais significativa do que assistir a um vídeo do artista no qual um habitante do Morro da Mangueira dança vestido com o trabalho.

Outros fatos de interação observados foram a fruição das diversas mensagens sensoriais proporcionadas pelos Penetráveis (instalações interativas), em que pessoas desconhecidas estabeleciam contato e parcerias para experimentar e refletir sobre o trabalho que pressupunha o uso coletivo; e a surpresa dos transeuntes em se depararem com uma mesa de sinuca, em pleno saguão da estação Central do Brasil, proporcionando uma pausa para diversão e boemia, em homenagem a Van Gogh, aceitando o convite de deixar a correria de lado por alguns momentos de descontração com desconhecidos. Os visitantes imitavam os gestos e formas de interação de outros ali presentes, pois achavam interessante sua forma de relação com a proposta, olhavam para o outro, se esbarravam, atitudes improváveis fora daqueles ambientes e nos espaços culturais em geral.

V COMcult

o que custa o virtual?

Os trabalhos sensoriais de Oiticica devolveram a condição humana dos visitantes dos espaços culturais e públicos ocupados pela mostra. As experiências vivenciais e sensoriais proporcionaram conhecimentos válidos e suficientes sobre a obra do artista de forma indiscriminada, sem esperar que o público tivesse conhecimentos teóricos sobre arte contemporânea e sobre o movimento neoconcreto, o qual foi integrado por Oiticica, conhecimentos dispensáveis para a fruição integral dos trabalhos do artista, segundo seus objetivos.

Exposição “ComTato” – Museu de Arte de Joinville

A exposição “ComTato”, que ficou em cartaz no segundo semestre de 2010 no Museu de Arte de Joinville, tinha como proposta aguçar os sentidos de percepção geralmente excluídos da apreciação da arte para o público geral.

Nesse caso, o projeto expositivo foi elaborado em parceria entre a diretoria do museu e um consultor com deficiência visual. A proposta de apresentar esculturas para toque beneficiou todos os visitantes do museu, que eram submetidos à condição de perda da visão. O local onde a mostra estava instalada era o antigo porão da casa que abriga o museu, adaptado para ficar totalmente escuro.



Exposição ComTato – Detalhe de esculturas para acesso tátil. Museu de Arte de Joinville, 2010

Fonte: Viviane Panelli Sarraf

A ideia inicial foi elaborada pelo coordenador da área de livros braille da biblioteca pública da cidade, em parceria com o diretor do museu na ocasião, durante uma visita à sala especial do museu que apresentava as peças do escultor Mário Avancini, natural de Joinville.

V **COMcult** **o que custa o virtual?**

O visitantes com deficiência visual, percebeu que sua necessidade de tocar as obras para apreciá-las poderia abrir outros caminhos de percepção das esculturas. O próprio serviço educativo do museu informou para ele que o artista Mário Avancini afirmava, enquanto ainda estava vivo, a necessidade de apreciação tátil de suas obras, pois, em seu processo criativo, conferia atenção especial às texturas e relevos, deixando a parte visual em segundo plano.

Por conta da simpatia com a ideia por parte direção do museu, as obras da sala especial de Mário Avancini ganharam uma nova proposta expositiva, que transgredia o acesso tátil às esculturas, para um patamar de discussão sobre as diferenças e sobre a primazia da visão nos espaços de artes e a inclusão das pessoas com deficiência nos espaços culturais da cidade, o que até a ocasião era incipiente. O bibliotecário participou intensamente da escolha das obras e do design da exposição, colaborando com o treinamento dos educadores do museu sobre orientação espacial, relacionamento com pessoas com deficiência visual e estratégias para orientar as pessoas sem deficiência no espaço escuro, para amenizar a perda de referencial espacial por conta da limitação visual causada propositalmente pela expografia da mostra.

A exposição foi composta por doze esculturas do artista Mário Avancini, produzidas entre as décadas de 1970 e 1990, com uso de diferentes materiais. As esculturas foram dispostas sobre mesas de madeira simples em alturas acessíveis ao toque em um espaço com duas salas completamente escuras. As pessoas com deficiência visual puderam explorar todas as obras por meio do tato. Para esses visitantes reconhecerem o espaço e se locomoverem no escuro não representava um problema, pois em seu cotidiano aprenderam a viver com esses desafios.

Para o público geral, o desafio foi grande, pois além da dificuldade em vencer o medo de se locomover e reconhecer os elementos em um espaço completamente escuro, só era possível apreciar as esculturas com o tato. O acesso sensorial à arte, que aparentemente pode ser uma conquista, pelo estranhamento diante da proposta de perda da visão, chegou a alarmar alguns visitantes, pois a apreciação da arte e dos elementos cotidianos ainda é predominantemente condicionada ao sentido da visão.

Com essa proposta, foi possível perceber que a iniciativa da exposição “ComTato” trouxe novas perspectivas de atuação para o Museu de Arte de Joinville e promoveu

V cult

o que custa o virtual?

mudanças fundamentais sobre a importância da comunicação sensorial em espaços culturais, seja para incluir públicos anteriormente excluídos desse universo, seja para promover formas diferentes e multimodais de perceber e conhecer a arte e a cultura.

SESC Arsenal – Bulixo - Cuiabá

O Sesc Arsenal está localizado no município de Cuiabá, entre a zona central e a região portuária da cidade ainda degradada e com poucas iniciativas de revitalização ativas. O projeto Bulixo ocorre toda quinta-feira, desde o ano de 2003. É um evento que tem como objetivo a preservação da cultura popular mato-grossense por meio de uma feira ao ar livre, que oferece, sobretudo, o resgate da culinária regional com preços acessíveis, venda de artesanato e apresentações musicais com grupos folclóricos.

O termo bulixo ou bolicho é comum no vocabulário cuiabano e se refere a um pequeno comércio de venda onde se encontram produtos variados: de limpeza, alimentos típicos, utensílios e objetos importados do Paraguai. O bulixo também é conhecido como local onde a comunidade se reúne todas as manhãs para comprar pão e se informar sobre acontecimentos de sua comunidade.

O programa que ocorre há dez anos recebe uma quantidade significativa de público familiar com crianças pequenas, adolescentes e jovens de várias classes sociais que o frequentam em busca de conhecimento, lazer e acesso à cultura por meio das diversas opções de alimentos regionais, dos mais antigos, como os bolos de arroz e queijo, o arroz com pequi e o Maria Izabel, até os de influência mais recente, como o Sobá – massas tipo lámen de origem oriental, o *stroganoff*, as tapiocas e os contemporâneos *cupcakes* e brigadeiros de copinho com ingredientes nativos.

V COMcult

o que custa o virtual?



Barraca de venda de alimentos típicos no Bulixo –
Sesc Arsenal, 2013

Fonte: Viviane Panelli Sarraf

Nessa proposta, a comunicação sensorial por meio do paladar e do olfato pelo aroma natural do preparo dos alimentos, é aguçada e pode ser acessada por grande parte dos cidadãos, uma vez que os responsáveis pela programação do Sesc Arsenal colocam como condição aos comerciantes a prática de valores acessíveis.

Com essa oferta, o Sesc Arsenal propõe a comunicação sensorial por meio do paladar, sentido que está ligado à memória afetiva, ao conhecimento de outras culturas e à afirmação da identidade. O paladar é o sentido que permite a ativação de uma das primeiras relações com o mundo externo ao ambiente intrauterino, o aleitamento materno e que evolutivamente é usado para a descoberta de novos alimentos e sabores, experimentação indiscriminada dos novos objetos que se apresentam (que explica o hábito dos bebês e crianças pequenas colocarem tudo na boca e lamberem o chão, a terra e a areia) e identificação do que é conhecido e desconhecido em termos de propriedades gustativas – condimentos, texturas, aromas, formas de cozimento e outros aspectos perceptíveis pelas papilas gustativas.

A percepção do paladar se completa pelos outros sentidos envolvidos no ato da alimentação, é um sentido social, no qual os atos de compartilhar e partilhar ficam completamente a favor do convívio e do desenvolvimento da alteridade. Tanto no ato de comer quanto no de perceber através da boca (textura, temperatura, procedência), o indivíduo usa o órgão, composto por língua, palato, bochechas, dentes, gengiva e pela saliva. Esse conjunto também desempenha a comunicação verbal extremamente importante e dependente dos hábitos de alimentação, que pode ser comprovada pela atuação da fonoaudiologia aplicada à fala e problemas de respiração e garganta que usam no tratamento ações de

V COMcult

o que custa o virtual?

consumo de diferentes alimentos, como treino da deglutição, respiração e desenvolvimento da fala.

Analisando a proposta de ação cultural do evento Bulixo do Sesc Arsenal de Cuiabá e teorias e estudos sobre a comunicação pelo paladar, é possível enfatizar a importância desse programa inédito de preservação do patrimônio imaterial mato-grossense e sobretudo brasileiro, que, por meio de um sentido pouco potencializado pela comunicação e ação cultural nos espaços de cultura, atinge diversos públicos, proporcionando um ambiente de convívio, desenvolvimento da alteridade e do pertencimento.

Conclusão

O desenvolvimento do pertencimento cultural, um dos principais desafios e missão dos espaços culturais, pode ter a comunicação sensorial como aliada, uma vez que a percepção por meio dos diversos sentidos não pressupõe conhecimentos intelectuais, domínio de linguagens ou idiomas e familiaridade com ofertas culturais; ela é livre das barreiras inerentes à origem elitizada dos espaços culturais e tem o poder de envolver e cativar toda a diversidade de públicos, privilegiando suas múltiplas inteligências e aptidões.

Os espaços culturais que reconhecem a comunicação e mediação sensorial como estratégias de formação de públicos e como premissas indispensáveis para sua atuação de extensão cultural consideram que o relacionamento e a comunicação com o indivíduo extrapolam o predomínio da visão, como sentido prioritário de percepção, usando estratégias de mediações acessíveis, com o objetivo de estabelecer vínculos afetivos que resultam no equilíbrio dos sentidos na fruição do patrimônio cultural.

Referências

- ACKERMAN, Diane. **Uma História Natural dos Sentidos**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992.
- BAITELLO, Norval. **A Era da Iconofagia**. São Paulo: Hacker, 2005.
- _____. **O pensamento sentado: Sobre glúteos, cadeiras e imagens**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2012.
- _____. Las capilaridades de la comunicación. In: Sartori, R.B. *et alli*. **Diálogos Culturales: Interdisciplinas para la comunicación**. Valdivia, Chile: Ministério de Educación/Universidad Austral de Chile/São Paulo: Annablume, 2007.

V COMcult

o que custa o virtual?

- _____. **Vítimas de um bombardeio de imagens. E da violência.** Entrevista de Marcos Bragato, especial sobre o evento “Imagem e Violência” – Encontros com Dietmar Kamper, Vicente Romano e Norval Baitello Jr. na Pontifícia Universidade Católica, na segunda quinzena de agosto, 1999, **Jornal da Tarde**. São Paulo. Disponível em: <<http://cisc.org.br/portal/en/biblioteca/viewdownload/7-baitello-junior-norval/12-vitimas-de-um-bombardeio-de-imagens-e-da-violencia.html>>. Acesso em: 06/2009
- _____. **Imagem e violência: a perda do presente.** São Paulo em Perspectiva – Violência e mal-estar na sociedade, São Paulo: Fundação SEADE, v. 13, n. 3, p. 81-84, jul./set. 1999.
- BYSTRINA, Ivan. **Tópicos de Semiótica da Cultura.** São Paulo: CISC – Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, 2005.
- CLARK, Stuart. **Vanities of the Eyes.** Oxford: Oxford University Press, 2007.
- CYRULNIK, Boris. **Do sexto sentido: o homem e o encantamento do mundo.** Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- _____. **Os Patinhos Feios.** São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- HERZ, Rachel. **The Scent of Desire: Discovering our enigmatic sense of smell.** New York: Harper Perennial, 2008.
- IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus. Informações sobre museus e espaços culturais brasileiros. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/sbm/cnm_apresentacao.htm>. Acesso em: 2011 a 2013.
- KAMPER, Dietmar. Corpo. In: WULF, Christoph (Org.). **Cosmo, Corpo, Cultura. Enciclopedia Antropológica.** Milano: Ed. Mondadori, 2002.
- KAMPER, Dietmar. **O Corpo vivo, o corpo morto.** Texto apresentado no Seminário Internacional “Imagem e Violência”, promovido pelo Cisc – Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, no Sesc Vila Mariana, em São Paulo, durante os dias 29, 30, 31 de março e 1º de abril de 2000. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewdownload/3-kamper-dietmar/19-o-corpo-vivo-o-corpo-morto.html>>. Acesso em: 08/2011
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **O olho e o espírito.** São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- _____. **O visível e o invisível.** São Paulo: Perspectiva, 2009.
- MONTAGU, Ashley. **Tocar: o significado humano da pele.** São Paulo: Summus, 1988.
- MORIN, Edgar. **O Paradigma Perdido – A natureza humana.** Lisboa: Publicações Europa América, 1993.
- OITICICA, Hélio Filho (Org.). **Hélio Oiticica: o museu é o mundo.** Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2011.
- PROSS, Harry. **La violencia de los símbolos sociales.** Barcelona: Anthropos, 1989.
- _____. **Estructura simbólica del poder.** Barcelona: GG MassMedia, 1980.
- PROSS, Harry; BETH, Hanno. **Introducción a la ciencia de la comunicación.** Barcelona: Editorial Anthropos, 1987.
- PROSS, Harry; ROMANO, Vicente. **Atrapados en la red mediática: Orientación em la Diversidad.** Hondabirra: Argitaletxe HIRU, 2000.
- ROMANO, Vicente. **Ecología de la comunicación.** Hondarribia: Hiru, 2004.
- SARRAF, Viviane Panelli (2013). **A Comunicação dos cinco sentidos nos espaços culturais brasileiros: estratégias de mediações e acessibilidade para as pessoas com suas diferenças.** Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- SERRES, Michel. **Os Cinco Sentidos.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001 (Filosofia dos corpos misturados, v. 1)
- SESC ARSENAL. Informações sobre a instituição e o evento Bulixo. Disponível em: <http://www.sescmatogrosso.com.br/unidade/Arsenal/?cod_unidade=2>. Acesso em: 01/2013.
- VIRILIO, Paul. *L’art à perte de vue.* Paris: Éditions Galilée, 2005.

V COMcult

o que custa o virtual?

WULF, Christoph. O Ouvido. **Revista GHREBH** – Cultura do ouvir, São Paulo: CISC – Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, n. 9, p. 56-67, mar/maio 2007.

ZIELINSKI, Siegfried (Org.). **Variantology**. Köln: Walther König, 2005.

_____. **Arqueologia da mídia**. São Paulo: Annablume, 2006.