

A linguagem semiótica do museu: o Carrossel de Tobias e o processo semiótico da imagem para a representação cultural¹

Talita de Azevedo DÉDA²

Ítalo Jorge Menezes MEDEIROS³

Universidade Tiradentes, Aracaju, SE

Resumo

O Museu é um espaço caracterizado pela preservação da memória cultural de um povo vivenciada, através dos discursos imagéticos e verbais em uma estrutura comunicativa dotada de uma linguagem semiótica. Nesse contexto, encontra-se a imagem como um elemento que transcende o real e produz um efeito e um sentido em que observa, diante da sua capacidade em criar representações mentais e reais e de servir como uma das estratégias cruciais na comunicação dos museus. Diante do exposto, esse artigo busca discutir como o museu funciona enquanto ferramenta de comunicação e linguagem semiótica através das relações sígnicas presentes, tendo como base a exposição Carrossel de Tobias do Museu da Gente Sergipana e como metodologia de estudo, a semiótica da imagem enquanto elemento de representação e interpretação cultural na produção de significados a partir da comunicação imagética.

Palavras-chave: Museu; Semiótica; Imagem e Carrossel de Tobias

Introdução

Caracterizado como um espaço que expõe tradições e busca rememorar o passado, o museu enquanto estrutura comunicativa funciona como uma ferramenta de comunicação constituída de signos, tanto pela sua força expressiva em representar elementos culturais, como também, pela sua capacidade em produzir significados. Crippa (2013) enfatiza que as linguagens do museu podem ser observadas por uma instância semiótica, configurada na medida em que é ferramenta de interpretação de culturas e de modalidade de suas articulações, através de textos, discursos e artefatos significantes, interações, situações e formas de vida estudadas através de modelos gerais que revelam diferenças gerais e específicas.

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho – Portugal, Professora dos Cursos de Comunicação Social – Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Tiradentes - UNIT/SE; email: talitadedda@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 5º período do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Tiradentes - UNIT/SE, email: italovc2007@gmail.com

Nesse contexto, o museu funciona como um elemento mediador entre comunicador e público através de um discurso cuja sua função informativa é produzir um sentido através de um conteúdo cultural exposto e assim, exercer a sua função social enquanto agente disseminador da memória coletiva e da identidade de um povo.

Sendo assim, essa pesquisa busca estudar o Museu da Gente Sergipana, em específico uma das suas exposições, o Carrossel de Tobias, como um espaço que busca através do discurso heterogêneo de texto e imagem e das estratégias multimídias expor um ícone da cultura sergipana, através de um processo de comunicativo repleto de signos e de estruturas significantes. Desta forma, o objetivo do artigo é perceber como o museu funciona como uma ferramenta de comunicação e linguagem semiótica através da produção de significados, tendo como base a semiótica da imagem enquanto elemento de representação e interpretação cultural a partir da comunicação imagética.

Para consolidar a pesquisa será utilizado como base do estudo metodológico o conceito da imagem e a sua relação sígnica apresentado por Joly (2006), a semiótica da imagem fotográfica abordada por Barthes (1984) e o museu enquanto elemento semiológico discutido por Lotman (1984) e Crippa (2013) para substanciar a pesquisa e ampliar as discussões sobre a semiologia presente nos museus.

A imagem e o processo representativo

É possível perceber a importância do campo visual para a comunicação humana observando a origem dos processos comunicativos. Nas primeiras civilizações, onde ainda não havia um sistema organizado e uniformizado de comunicação verbal ou escrita, o homem utilizava de representações gráficas para transmitir mensagens: “Por todo o lado através do mundo, o homem deixou vestígios das suas faculdades imaginativas sob a forma de desenhos feitos na rocha e que vão desde os tempos mais remotos do paleolítico até a época moderna” (JOLY, 2006). Desde então já se tinha uma consciência instintiva do poder de semelhança de uma imagem com o seu objeto e o seu caráter representativo, que é a sua característica principal: imitar e esquematizar visualmente objetos e pessoas do mundo real (JOLY, 2006) e assim a comunicação e a troca de informações acontecia mesmo antes do surgimento do alfabeto. Para compreender a importância da imagem nos processos comunicativos, faz-se necessário uma breve explanação de sua definição.

Para definir um conceito, Joly (2006, p.20) afirma que a imagem toma de empréstimo alguns traços ao visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece. Ideia também compartilhada por Drigo (2010) ao afirmar que a imagem pode ocorrer de forma imaginária (como representações mentais) ou concreta (como representações visuais):

“Desenhos, pinturas, gravuras, fotografias e imagens cinematográficas, televisivas e holo e infográficas são representações visuais, enquanto as imagens que aparecem como visões, fantasias, imaginações, esquemas, modelos ou, em geral, como representações mentais, pertencem ao domínio das imagens da nossa mente.” (DRIGO, 2010, p.84).

Desta forma, para reconhecer, interpretar e até mesmo produzir uma imagem concreta, o homem recorre a representações mentais adquiridas pela vivência, tendo como base o sentido da visão, que registra na mente do indivíduo características visuais do universo ao redor e formam uma espécie de biblioteca visual de formas e signos (JOLY, 2006).

O auxílio na expansão desse repertório de representações mentais e do pensamento cognitivo começa desde a infância: os livros infantis são ricos em ilustrações para que as crianças possam fazer as associações entre verbal e visual (JOLY, 2006). Ainda tomando como exemplo a literatura infantil ilustrada, onde predomina o universo de fantasias, repleto de sujeitos, objetos e situações irreais, é possível notar uma característica pontuada por Neiva (1993, p.13):

“A imagem é essencialmente presença, e sendo possibilidade pura, nada lhe é impossível, mesmo quando o objeto supostamente representado não tem como ser materialmente construído. A imagem não é determinada exclusivamente pela possibilidade do presente.”

Logo, a imagem tem a capacidade de transcender o real e produzir um mundo virtual. Tal capacidade não se restringe apenas à ativação do imaginário do espectador, vai além das próprias estruturas de seu suporte, a exemplo do *trompe-l'oeil*, técnica de pintura da época renascentista: as imagens eram feitas em paredes seguindo as proporções corretas de espaço e perspectiva na intenção de projetar o objeto para frente, convergiam no olhar, criando uma espécie de espelho opaco erguido diante do olho, e adquiriam uma presença real tamanha que estimulava a reação tátil do espectador, como se fosse possível tocá-las, o que representa a anulação do espaço físico representativo (BAUDRILLARD, 1997 *apud* DRIGO, 2010). Esse excesso de realismo compõe uma das características da imagem artística, a sua contemplação: “êxtase do objeto real em sua forma imanente, é o que

acrescenta ao encanto formal da pintura, o encanto espiritual do engano, da mistificação dos sentidos” (BAUDRILLARD, 1997 *apud* DRIGO, 2010. p 86).

A imersão no mundo virtual criado pela imagem se tornou mais intensa com os avanços tecnológicos, possibilitando a interação do indivíduo com este universo através de equipamentos específicos: capacetes e luvas que permitem visão em 360 graus do ambiente virtual e a interação com objetos inexistentes, e hologramas que projetam imagens tridimensionais no ambiente (JOLY, 2006). Estas são chamadas novas imagens, que pelas características sintéticas produzidas em computador permitem, segundo a autora, “manipulações ilimitadas das imagens, que podem oferecer possibilidades fantásticas para a ficção, para a publicidade ou para os vídeo-clips”. (JOLY, 2006, p.28)

Nesse contexto, Panofsky (1975, p.190) define: “Imagens existem no interior de classes onde acontecem transfigurações. Isso é o que chamamos de estilo, enquanto sintoma do estado geral do espírito de toda uma época.” (*apud* Neiva, 1993). Logo, o significado de uma imagem depende não somente da sua figuração, como também da época em que foi produzida (NEIVA, 1993). Mental ou física, genuína ou manipulada, a imagem sempre ilustrou traços da identidade de uma civilização ou era da sociedade evidenciando seus aspectos culturais no espaço e tempo ao longo da história.

Diante da imagem enquanto representação cultural e da sua força imaginativa, cabe salientar outro processo da qual ela encontra-se inserida, o da imagem fotográfica, cujos princípios ontológicos estão concentrados na sua poética natural e no seu poder de continuidade e permanência sincrética do espaço visual, em se tornar como algo referente real e perene (BARTHES, 1984). Já que uma das suas características principais da imagem fotográfica é a sua capacidade em se tornar algo referencial, documental e servir como testemunha de um acontecimento social.

Neste contexto, Barthes (1984) considera que a imagem fotográfica tem a capacidade de poder tomar nessa presença a perenidade no seu sentido mais humanamente fatídico - o facto de a fotografia estar, ao longo da sua existência, como um modo de ser na forma essencial do registro de instantes da vida humana.

“O que a fotografia reproduz ao infinito só ocorreu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir se essencialmente. Nela, o acontecimento jamais se sobrepassa para outra coisa: ela reduz sempre o corpus do que tenho necessidade ao corpo que vejo, ela é o particular absoluto, a contingência soberana, fosca e um tanto boba o Tal (tal foto e não a foto) em suma a Tique, a ocasião, o encontro, o real em sua expressão infatigável” (BARTHES, 1984, p.13)

Nessa natureza poética da imagem, o autor enfatiza que a fotografia possui um objetivo prático, emocional e intencional sintetizados em fazer, suportar e olhar. A partir disso, pode - se analisar a produção de sentidos realizada diante do campo visual exposto. “Diante da objetiva, sou, ao mesmo tempo, aquele que eu me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julga e aquele de que ele se serve para exibir sua arte”. A fotografia transforma o sujeito em objeto (BARTHES, 1984, p.26)

Partindo dessa ideia, a imagem fotográfica além de funcionar como uma “coisa representativa” que manifesta um sentido, também atua como linguagem, pois informa, surpreende, faz significar, ou seja, manifesta informações e emana projeções tanto para quem a produz, como para quem a sente. É justamente por perceber essa força representativa e motora da imagem fotográfica que parte da comunicação visual dos museus é codificada através de figuras que representam ora um contexto cultural, ora um passado distante e que é revivido a partir das imagens apresentadas e sentidas conforme a interpretação do visitante. Sendo assim, é importante perceber a ação comunicativa dos museus.

A comunicação nos Museus

Para estudar os traços culturais das diversas sociedades, atuais ou passadas, é necessário recorrer ao acervo de instituições de memória, como os museus, que possuem o intuito de preservar o patrimônio cultural, tais como pinturas, esculturas, fotografias, moedas, ferramentas, roupas, diários, revistas, jornais e testemunhos das construções e monumentos públicos (NETTO; SILVA. 2013). Os museus nem sempre tiveram tal propósito e estrutura: a princípio eram usados para expor coleções particulares e nem todas as pessoas tinham acesso, como explica Soares (2011, S/P):

“Antes da institucionalização dos museus, existiam as galerias para mostra e os gabinetes para guarda de peças e, entre os séculos XVII e XVIII, muitas coleções particulares e exposições restritas a grupos seletos de convidados tornaram-se públicas. [...] A visita das exposições destinava-se a visitantes credenciados, não havendo exposições públicas.”

Somente após tornarem-se públicos, adquiriram o propósito de guardiões da memória coletiva e com o passar do tempo, passaram a seguir temas, a se especializar, fragmentando as exposições e mantendo o foco em conteúdos como artes, folclore, história e ciências (SOARES. 2011).

Tais instituições exercem sua comunicação com a sociedade através de exposições: “O museu formula e comunica sentidos a partir de seu acervo, cada exposição suscita novos significados [...] comunicando sua interpretação de mundo, através dos objetos que selecionaram ao seu público.” (CURY, 2006 *apud* NETTO; SILVA, 2013). Os objetos que compõem as exposições possuem um caráter altamente informativo, servindo como vestígios e testemunho da realidade à qual o ser humano pertenceu, ou pertence (BOTTALLO, 2007).

Para otimizar esse poder informativo, é necessário recorrer a processos de comunicação dinâmicos que venham a “sistematizar as formas de apreensão do conhecimento e de recriação das diversas memórias” (BOTTALLO, 2007, p.7), e para realizar tal feito, Crippa (2013, p.150) define que a organização das exposições e a disposição dos objetos, organizados pelos pesquisadores e funcionários responsáveis, de forma a criar uma narrativa é a principal forma de dinamizar o processo comunicativo, exaltando a mensagem e o propósito de cada exposição.

Desta forma cria-se um fluxo de informações com base em ferramentas auxiliares ao objeto exposto, como legendas e textos descritivos (NETTO; SILVA, 2013). A junção do material expositivo com os textos explicativos, de acordo com o contexto da exposição, ativam o imaginário do visitante, estabelecendo uma conexão entre espacialidade e temporalidade do objeto referido com o presente momento da exposição, levando o visitante a ter uma percepção sobre uma realidade que pertence a outro tempo e espaço, transcendendo assim os limites do ambiente físico (CRIPPA, 2013).

Outra relação entre estrutura e comunicação vem da sua arquitetura, visando uma estrutura que referencie a sociedade ao seu redor. Quanto aos museus contemporâneos, há ao mesmo tempo a busca em mesclar traços inovadores, se comunicando não só com a região em que se inserem, como também, com diversas culturas exteriores, derrubando as próprias fronteiras espaciais e alcançando uma unidade comunicacional mais abrangente:

“O museu globalizado se revela, em primeiro lugar, pelas intervenções no perfil arquitetônico que, com frequência, o transforma em ícone metropolitano, fornecendo identidade a lugares que não a possuíam e tornando-se referência para fluxos de turistas na sociedade global.” (CRIPPA, 2013, p. 138).

Atualmente também ocorre a associação das instituições museológicas com as diversas mídias existentes, buscando uma nova forma de interação com o seu público e uma nova imagem como meio de comunicação em si, difundindo todo o seu acervo didático sem fazer distinção entre as classes sociais, como ocorria nos primeiros museus fundados, se

aproximando mais da massa e se lançando assim na indústria cultural e de lazer (BOTTALLO, 2007).

Tendo em vista as estratégias de comunicação de um museu, é possível torná-lo objeto de estudos semióticos, a partir do momento em que é um meio de comunicação detentor de objetos que servem como rastros que provam os traços da realidade de diversas civilizações, em diversos momentos da história, que trazem consigo significados e são dispostos de forma intencional a criar uma rede semântica que traduza a cultura de uma sociedade.

Também é de interesse da semiótica estudar as relações entre os diversos tipos de linguagem existentes no museu, que vão desde textos e imagens, à arquitetura e organização interna, à medida que culminam na criação e na projeção de novos significados, complementando o sentido essencial de uma exposição, de uma instituição e de uma sociedade como um todo. (CRIPPA, 2013)

Sendo assim, na perspectiva de traduzir a cultura local e se formar como um patrimônio do povo sergipano foi inaugurado em 2011, o Museu da Gente Sergipana cujo espaço atua como um “Caleidoscópio multifacetado de onde se pode vislumbrar a nossa gente” (MUSEU DA GENTE SERGIPANA, 2013, p.12) e traz em sua proposta narrativa museográfica a interatividade e propostas multimídias na busca da valorização da memória cultural coletiva.

“Sua idealização trouxe consigo a busca de se traduzir em um espaço o significado da sergipanidade que são traços culturalmente fisionômicos caracterizadores da gente sergipana, seja através da diversidade de manifestações folclóricas e artísticas culturais, história, geografia, culinária, festas, patrimônio arquitetônico, hábitos, costumes e modos de vida.” (MUSEU DA GENTE SERGIPANA, 2013, p.12)

O Museu da Gente Sergipana está sediado no antigo prédio do Colégio Atheneu Dom Pedro II, conhecido como Atheneuzinho, fundado pelo então Presidente da Província de Sergipe D’el Rey Graccho Cardoso cujas as atividades foram iniciadas em 1926 (MUSEU DA GENTE SERGIPANA, 2013). O espaço abriga exposições temporárias com mostras de arte regional, nacional e internacional, auditório, átrio e 14 exposições permanentes, entre elas: a renda do tempo midiática que conta a história política e social de Sergipe através de um painel formado por renda irlandesa e um acervo digital com artigos e livros publicados; o labirinto negro com iluminação especial e vidro cujos elementos revelam sobre a identidade cultural sergipana, através de elementos econômicos, causos e lendas sergipanas; nossos cabras que conta um pouco sobre as personalidades históricas e

artísticas sergipanas; nossos trajés, seção aonde o visitante pode experimentar as indumentárias que marcam as manifestações folclóricas de Sergipe através de um jogo interativo sensível aos movimentos corporais, entre outras exposições, cuja mais recente é o Carrossel de Tobias.

O Carrossel de Tobias e a Semiologia da Imagem

Inicialmente criada como uma exposição temporária do Museu da Gente Sergipana, a exposição Carrossel de Tobias apresenta traços da memória coletiva sergipana marcada por uma época em que as comemorações natalinas de Aracaju aconteciam no Parque Theophilo Dantas, localizado no centro da cidade, onde a atração principal era o Carrossel de Tobias. Brinquedo que marcou a infância de várias gerações durante mais de um século de história desde a sua chegada em 1904.

O Carrossel foi construído nos Estados Unidos e comportava cerca de 300 passageiros. Era movido a vapor, gerado por uma caldeira que emitia um barulho de apito pelo suspiro. No início dos anos 40, o Carrossel foi adaptado para funcionar a energia elétrica.

“ O Carrossel de Tobias foi um equipamento de entretenimento ícone de um tempo em que a sociedade aracajuana reverenciava a data máxima da cristandade, o Natal, com a tradicional missa do galo na Catedral Metropolitana, visitas ao presépio e prestigiando a animada Feirinha de Natal do Parque com suas inesquecíveis atrações: os barcos de puxar, a roda gigante, os jogos de pescaria, o footing das famílias e jovens, o cachorro quente de seu João e o Egitinho, conjunto de bares onde a boemia e intelectuais da época mantinham ponto de encontro” (SANTOS, 2013, S/P)

A exposição foi criada a partir de um acervo fotográfico de Murilo Melins, Vilder Santos, Lineu Lins, Marcel Nauer e acervo do Instituto Banese sobre as festividades familiares no período natalino e do Carrossel de Tobias, cujo espaço reproduzido tem como meta a reconstrução dos hábitos culturais da época e faz com que o visitante se transporte para o local através dos seus discursos verbais e visuais.

No espaço foi montada uma réplica do Carrossel a partir dos objetos restaurados do brinquedo, além da exposição de algumas peças originais que em virtude do estado deteriorado, não foram totalmente reparadas. É interessante enfatizar que o Museu dentro do seu processo semiológico criou um ambiente representativo composto não só por imagens, mas também, por textos que rememoram a época e referenciam o Carrossel, além

de um ambiente sonoro similar ao do brinquedo, uma iluminação intimista e imagens da praça projetadas nas paredes ao redor para que o próprio visitante se transporte para o local e época retratada.



Figura 1- Réplica do Carrossel de Tobias. Fonte: Museu da Gente Sergipana (www.museudagentesergipana.com.br)

Essas estratégias comunicativas são cruciais para a imersão do visitante no ambiente, o que faz transparecer o museu, entendido como uma maquete de reprodução fiel de um projeto de “embalagem” da memória (CRIPPA, 2013), pois além das imagens expostas em uma força icônica e simbólica e dos seus elementos plásticos, a exposição apresenta textos introdutórios sobre a história do Carrossel, sua chegada, apogeu e decadência, poemas que descrevem o brinquedo e para compor a sua força de identidade cultural, depoimentos de pessoas que viveram e brincaram, além de todo processo de pesquisa para a construção da exposição e da recuperação dos elementos artísticos em uma linha do tempo expositiva que reconstrói a ação do Carrossel.



Figura 2 - Linha do tempo histórica. Fonte: Museu da Gente Sergipana (www.museudagentesergipana.com.br)

Estes elementos funcionam como uma semióse, pois apresentam uma narrativa que descreve traços da realidade e que trazem consigo significados a partir da interpretação da cultura local, sustentadas pelas articulações discursivas entre texto, imagem e artefatos significantes que provocam uma interação com o público e evidenciam a linguagem semiótica disposta no museu.

Essa semióse é provocada pelo museu que segundo Lotman (1985) apud Crippa (2013) na sua ação comunicativa atua como um exemplo de heterogeneidade vital e constitutiva da cultura, pelo modo como organiza e estratifica concreções de sentido diversas, significadas pela arquitetura, obras, objetos, suportes, sinalização, textos explicativos, posturas de curadores, funcionários e visitantes.

Desta forma, mesmo aqueles que não viveram a época ou que não conheceram o Carrossel de Tobias, passam a “mergulhar” no contexto e a reconhecer com um elemento lúdico que não só é transfigurado como representação cultural, mas que faz parte de uma identidade local e que foi preservado e valorizado pela memória coletiva.

Nessa perspectiva Lotman (1984) argumenta que o termo cultura é estabelecido como “o conjunto de informações não-hereditárias, que as diversas coletividades da sociedade humana acumulam, conservam e transmitem cuja sua associação com memória migra para uma direção contra o esquecimento”. Desta forma, Oliveira (2011) esclarece que nesse processo de lembrança, a comunidade recupera fragmentos e sequências e expulsa os elementos indesejáveis, evidenciando um mecanismo de transformação permanente, em que informações são conservadas, produzidas, selecionadas e transmitidas.

Além da construção de uma réplica do Carrossel, um dos elementos representativos e icônicos da exposição são as imagens fotográficas que buscam retratar os costumes locais

e referenciar o reinado pleno do brinquedo natalino. Na reconstrução fotográfica são ressaltadas as expressões, olhares e toda força emotiva, ou pelo menos os seus aspectos emotivos em alto grau. Uma produção de sentido que é destacada por Barthes (1984, p.45) quando se assemelha ao *studium* “a aplicação a uma coisa, o gosto por alguém, uma espécie de investimento geral, ardoroso, mas sem acuidade particular” cujo autor interpreta como um campo vasto para o desejo indolente e de campo diversificado.

Todo referencial icônico do acervo apresenta fotografias em Preto e Branco cuja mensagem plástica (JOLY, 2006) é evidenciada através das angulações, centralizações, textura, linhas e formas que denotam as particularidades do momento festivo e a sua cultura. Dos signos plásticos presentes, os que mais se destacam são as cores, que não só funcionam como elementos indiciais, mas reforçam a força significativa da menção ao passado, por isso as tonalidades sépia, preto e branco marcam o sentido de temporalidade .

Nesse contexto representativo, as imagens buscam enfatizar a infância, o lúdico e o cultural utilizando a relação imaginativa da imagem, uma vez que o plano de expressão imagético ancorado pelo plano de conteúdo dos textos que sustentam a interpretação comunicativa. Todo o processo sógnico do que a imagem pode afetar foi utilizado para mencionar a relação de pertencimento e identidade, uma vez que o visitante que viveu a época pode não só lembrar, mas passa a vivenciar o contexto e principalmente a significar.



Figura 3 - Exposição fotográfica sobre Carrossel de Tobias. Fonte: Museu da Gente Sergipana (www.museudagentesergipana.com.br)

Diante disso, pode se associar que cada imagem irá apresentar um *punctum* que segundo Barthes (1984, p.68) é o “acaso que punge, um detalhe representativo, uma mancha, uma picada” um detalhe que pode ser notificado a partir das disposições dos elementos na imagem fotografada. Nesse caso pode ser percebido na exposição do material deteriorado para evidenciar a marca do tempo, ou da época da sua decadência.

A exposição além de apresentar imagens que atuam como registro do passado e objetos lúdicos que reconstroem o evento referenciando sua estrutura original, também expõe projeções visuais nas paredes do interior da sala e um acervo digital que descreve as perceptivas históricas, sociais e todo processo de pesquisa e restauração do Carrossel. Esta exposição se torna exemplo então do conceito de novas imagens, definido por Joly (2006), abordado anteriormente, já que são projetadas imagens da praça, das festas, das pessoas e do Carrossel de Tobias na sua potencia significativa como um elemento da cultura local. As imagens estão sempre na altura do olhar humano, no ângulo de visão em primeira pessoa com o propósito de anular o espaço físico onde a imagem está projetada para criar um plano virtual irreal, mas ao mesmo tempo análogo ao original, visando aumentar o realismo da experiência para o visitante.

Conclusão

A partir dessa abordagem, é possível relacionar o museu como elemento de linguagem semiótica justamente pela sua capacidade expressiva em projetar significados, a partir da sua polifonia de textos e imagens, da qual a comunidade podem visualizar os signos, e por que não socioculturais, já que fazendo uma menção entre signo e realidade cultural movidas por expressões e efeitos de sentidos que podem ser particulares ou em grupo.

Cabe salientar que a relação com a imagem é a consciência instintiva do poder de semelhança com o seu objeto e o seu caráter representativo, como enfatiza Joly (2006) diante da sua característica principal: a de imitar e esquematizar visualmente objetos e pessoas do mundo real.

Fica perceptível como o museu articulou o seu discurso comunicativo com o público para afetar um sentido e provocar os significados a partir de um objeto icônico, cuja força simbólica é evidenciada pela sua característica cultural. Todo modo de reconstrução foi pensado para provocar o seu público através da junção entre a tecnologia atual e a cultura

local e seus elementos tradicionais, proporcionando uma nova perspectiva sob os signos visuais, trazendo uma nova forma de conservação da cultura, tendo como um dos elementos principais a imagem enquanto ferramenta documental e de linguagem semiótica.

Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. 185 p.

BOTTALLO, Marilúcia. **Poder, cultura e tecnologia: O museu de arte e a sociedade de comunicação**. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/novosolhares/article/viewFile/8196/7560>> Acessado em 26 de junho de 2014.

CRIPPA, Giulia. **Museus e linguagem: uma análise semiótica das interações entre museus e cidades**. 2013. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/letras/article/view/11729/7160>> Acessado em 02 de julho de 2014.

DRIGO, Maria Ogécia. **Imagem e Cognição em Cena: um estudo com a relação Iconicidade/Indexicalidade**. 2010. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6883/5013>> Acessado em 26 de junho de 2014.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 10. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2006. 152 p.

NEIVA, Eduardo. **Imagem, História e Semiótica**. 1993. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/anaismp/v1n1/a02v1n1>> Acessado em 26 de junho de 2014.

MUSEU DA GENTE SERGIPANA. **Catálogo/organização** Ézio Déda. Aracaju: Instituto Banese, 2013.33p.

NETTO, Carlos Xavier. de A.; SILVA, Tais Virgínia G. da. **Práticas informacionais expositivas: um estudo sobre o museu casa de José Américo**. 2013. Disponível em <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/viewFile/15393/10213>> Acessado em 26 de junho de 2014.

LOTMAN, Iúri. **Sobre o Problema da Tipologia da Cultura**. In: SCHNAIDERMAN, Boris(Org).**Semiótica Russa**. São Paulo: Perspectiva, 1979. p.31-41

OLIVEIRA, Ana Paula S. **Vozes , Gestos e Minúcias: A Reconstrução da Guerra pelas Lembranças dos Habitantes de Canudos**. 2011. Disponível em: <http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/conteudo_nt_04APSilva.htm>. Acessado em 02 de julho de 2014.

SANTOS, Luiz Alberto dos. **Carrossel de Tobias: recuperação dos elementos artísticos**. In: **Catálogo Carrossel de Tobias no Museu da Gente Sergipana**. Aracaju: Instituto Banese, 2013.

SOARES, Marilda. **Semiologia da cultura material: lendo signos e representações sociais a partir dos objetos**. 2011. Disponível em <<http://percursoshistoricos.blogspot.com.br/2011/10/semiologia-da-cultura-material-lendo.html>> Acessado em 26 de junho de 2014