

Público, o X da questão?

A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil

Luciana Sepúlveda Köptcke

Fundação Oswaldo Cruz

RESUMO: O texto enfatiza a importância de constituir as práticas em curso no campo da avaliação e dos estudos de público nos museus brasileiros em objeto de estudo histórico e social, de forma a refletir sobre o sentido atribuído a estas práticas pelos atores do campo cultural e sua contribuição para os museus. Neste sentido, após definir o entendimento sobre museu, missão, vocação, estudos de público e sua relação com as políticas de democratização da cultura, a análise avança apresentando algumas experiências na área dos estudos de público e avaliação em museus brasileiros nos últimos 10 anos. Conclui propondo uma agenda de pesquisa com três eixos: análise do contexto de produção dos estudos, análise e sistematização dos resultados acumulados e análise dos seus usos, visando apoiar uma prática consciente, crítico-reflexiva e questionadora entre gestores, profissionais e formadores da área museológica.

PALAVRAS-CHAVE: Museus, estudos de público; política cultural; democracia cultural.

RÉSUMÉ: Le texte soutient qu'il est important de réfléchir sur les études de public et des évaluations dans les musées, à fin de développer une politique des publics critique et réflexive. Ainsi, après avoir défini ce que l'on entend par musée, mission institutionnelle, études de publics et ses rapports avec les politiques de démocratisation de la culture, on discute les présupposés politiques et scientifiques de ces pratiques considérant quelques expériences brésiliennes dans ce domaine depuis une décennie. En guise de conclusion, on présente une agenda de recherche pour les études des publics au Brésil à partir de trois axes : l'analyse des contextes de production des études, l'analyse des résultats et ses conséquences pour le monde des musées ; l'analyse des usages sociaux des résultats.

MOTS-CLÉ: musées; études de public; politique culturelle; démocratie culturelle.

Missão, Função, Vocação de museu?

Vocação, substantivo feminino de origem latina, remete a dois movimentos complementares: o ato de chamar e a escolha de quem responde ao chamado. A construção semântica usual do termo aponta a vocação como uma tendência, disposição ou pendor para alguma coisa, o que por extensão acabou designando talento ou aptidão (Aurélio, 1975:1482). É comum dizer, “fulano tem vocação para as Artes” como quem diz “tem talento ou leva jeito” para determinada atividade.



No universo das reflexões museológicas, falar em missão é discorrer sobre o sentido da existência da instituição, propondo uma finalidade prioritária, definida a priori. Entende-se aqui que a vocação é de natureza diferente, pois constitui um processo dialético e histórico. O ponto de partida é o projeto político, manifesto na missão que orienta as ações e as formas de atuar. Esta atuação no mundo é apropriada de modos variados pela sociedade, a observação das formas de apropriação retroalimentam o projeto e a missão original e a releitura da missão sugere mudanças no projeto de origem. Uma nova etapa do processo se inicia. Este processo de construção contínua nem sempre é perceptível de imediato.

O que vem à mente ao se falar em museu no início da segunda década do século XXI? A percepção da instituição resulta da justaposição de papéis, significados e modelos redesenhados ao fio do tempo, cristalizados nas definições, a exemplo da que segue, publicada no sítio do Instituto Brasileiro de Museus, em 2005:

O museu é uma instituição com personalidade jurídica própria ou vinculada a outra instituição com personalidade jurídica, aberta ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento e que apresenta as seguintes características:

I - o trabalho permanente com o patrimônio cultural, em suas diversas manifestações;

II - a presença de acervos e exposições colocados a serviço da sociedade com o objetivo de propiciar a ampliação do campo de possibilidades de construção identitária, a percepção crítica da realidade, a produção de conhecimentos e oportunidades de lazer;

III - a utilização do patrimônio cultural como recurso educacional, turístico e de inclusão social;

IV - a vocação para a comunicação, a exposição, a documentação, a investigação, a interpretação e a preservação de bens culturais em suas diversas manifestações;

V - a democratização do acesso, uso e produção de bens culturais para a promoção da dignidade da pessoa humana;



VI - a constituição de espaços democráticos e diversificados de relação e mediação cultural, sejam eles físicos ou virtuais. Sendo assim, são considerados museus, independentemente de sua denominação, as instituições ou processos museológicos que apresentem as características acima indicadas e cumpram as funções museológicas.¹

A definição acima marca as formas institucionais possíveis para o museu, afirma sua natureza pública, situa o objeto de sua prática e suas finalidades, sinalizando a vocação para comunicar, expor, documentar, investigar e interpretar. Bastante abrangente, deve ser compreendida não só como o reflexo de um projeto político, mas como o resultado de um processo de disputa simbólica onde se enfrentam usos e expectativas sociais constituídos historicamente.

Nascido em terras européias, no bojo das revoluções ou no coração das dinastias esclarecidas, o museu herdou do iluminismo a crença na razão como operadora da verdade, da justiça social e política e a missão de construir e preservar um patrimônio cultural comum a todos os homens civilizados. A instituição com grande notoriedade e prestígio no século XIX, acompanhou de perto a expansão colonialista dos países Europeus antes de entrar em crise, nos anos 30 e 40, servindo aos regimes totalitários como instituições de propaganda e de estigmatização política, étnica e social. Posteriormente, competindo com os meios de comunicação de massa, os museus perderam prestígio social e investimentos, ao mesmo tempo em que sofreram duras críticas do movimento da contra cultura de 68. Percebidos por intelectuais e artistas como inadaptados, ultrapassados e reprodutores de uma cultura elitista, será neste período que um movimento de ressignificação desponta em diferentes pontos do globo, recuperando prestígio, investimentos financeiros e vigor simbólico para a instituição (Ballé, 2000: 138).

¹ Definições sobre Museu. Disponível em :<[http:// www.museu.gov.br](http://www.museu.gov.br)> Acesso em 09/02/2012.



Os museus se formaram na esfera pública, articulando práticas e discursos sobre elementos da cultura. Constituíram-se como espaços de construção de conhecimento; de ressignificação de objetos; de interação social; de exercício de autoridade simbólica, servindo à construção da memória, à afirmação identitária, à popularização da ciência, à educação estética e na virada do século XX ao XXI, à inclusão social. Como camaleões, transformam-se, reinventam-se e redefinem, em permanente negociação, seu papel social. O museu, tal qual o concebemos hoje, é a combinação do humanismo da Renascença, das Luzes do século XVIII e da democracia do século XIX (Alexander *apud* Poulot, 2000: 25), no entanto, segundo Ballé (2000:141), ao final do século XX, o museu entrou definitivamente na sociedade, revendo as relações estabelecidas com o ambiente e afirmando sua vocação pública.

O sentido da instituição e sua forma de operar mudam com o tempo e respondem à realidade de cada contexto político, social e cultural. Assim, com a Revolução Francesa, em 1789, surge o museu como espaço de ressignificação, transformando objetos monárquicos, feudais ou religiosos em “bens nacionais”. Vinte e nove anos após, no Brasil, o Decreto de criação do Museu Nacional em 1818, anuncia o projeto de desenvolvimento das ciências naturais nos trópicos, promovendo a construção de um patrimônio simbólico a serviço das elites que deveriam sustentar a implantação da Corte Portuguesa no Rio de Janeiro e dotar a mais nova metrópole com os equipamentos culturais necessários (Koptcke, 2005:191).

O Museu Nacional de História Natural do Rio ilustra uma experiência particular do projeto ideológico destas instituições que, no século XIX posicionadas como agentes de reforma social, atuaram como instrumentos civilizatórios para o Estado (Sandell, 2003:45). Sandell observa que no início de 2000, o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido convidava os museus a reconsiderar seu papel no combate a questões como más condições de saúde, alta criminalidade, problemas de fracasso escolar e desemprego, indicadores da exclusão social. Em



diferentes países, estas instituições buscam estabelecer parcerias com os setores de saúde, assistência social, educação, dentre outros, visando colaborar para o alcance de metas de inclusão social (2003:46). No início do século XXI, observa-se a intensificação e ampliação das expectativas do Estado e da sociedade com relação ao museu. Para além de templo, escola, fórum, centro cívico e ator de desenvolvimento urbano e econômico, as instituições museais acompanham o movimento geral de gestão intersetorial nas políticas públicas. No entanto, não só obedecem ao contexto sociocultural e político, como respondem à dinâmica do subcampo de produção simbólica onde se situam: museus de arte respondem às relações entre os artistas, críticos, gestores, acadêmicos, públicos, artesãos, fornecedores que operam neste espaço de produção de forma imbricada e interdependente (Becker, 1988).

Neste sentido, o papel de um museu de Arte Moderna no Rio de Janeiro não será o mesmo de um museu de História Natural ou de Antropologia. A relação entre o museu, educação e escola refletirá, por exemplo, em um programa disciplinar específico, no prestígio intelectual e social do campo de saber em determinado período, entre outros fatores que definem a prática interna e a posição ocupada pelo museu no universo em questão.

Como se vê, os papéis sociais atribuídos aos museus são múltiplos, resultando de uma delicada tessitura de fatores relativos tanto à riqueza e tradição cultural acumuladas de um país ou região, quanto à situação econômica, educacional e política de cada grupo político e social onde se desenvolvem estas instituições. De forma que, falar do papel, da missão ou da função social do museu em geral não é possível. É sempre um recorte com base em alguma experiência situada no espaço e no tempo, atualizado pela noção de vocação, enquanto processo permanente e dialético da vida institucional.



Os Estudos de Público e a construção discursiva

O entendimento das dinâmicas que caracterizam o museu nos países ocidentais, toma como ponto de partida a possibilidade do museu intervir e sofrer intervenções de outras instituições, das políticas de Estado e dos demais atores não só do seu campo específico como de toda a sociedade. Neste sentido, as relações reais e desejadas dos museus com seu público funcionam como molas propulsoras de mudanças para a instituição. Argumenta-se, neste texto, que não apenas as expectativas sociais delineiam outro conceito de museu e renovadas práticas e serviços referentes aos visitantes e não visitantes (público a conquistar), mas que ao colocar no público a centralidade da vocação institucional, ganham vulto os estudos voltados para estes e suas visitas, construindo um vasto campo discursivo apropriado pelos diversos atores envolvidos.

Não há museu sem público – e representação sobre estes. A construção dos visitantes dos museus no plano das representações sempre existiu. Colecionadores, curadores, pesquisadores, artistas, profissionais de museus, educadores, gestores culturais, pais ou visitantes elaboram, de forma mais ou menos explícita, imagens parciais de um público ideal e de um comportamento desejável. Os responsáveis pelos estudos e avaliações nos museus, um corpo cada vez mais especializado, passam a participar das disputas simbólicas referentes aos diversos visitantes, não visitantes e usos sociais da instituição.

A construção do campo dos estudos e avaliações ocorre principalmente dentro das universidades e dos museus, às vezes de forma integrada, com a participação dos gestores públicos, algumas vezes responsáveis pela demanda estruturada e sistemática de dados.

As primeiras iniciativas de registro e identificação dos visitantes foram feitas por meio dos livros de visitante preenchidos pelos porteiros responsáveis pelas salas ou ainda pelos visitantes que assinavam o livro de ouro do museu. No Brasil, o



registro do público remonta ao final do XIX, início do XX, como ilustra a presença de dados sobre o número dos visitantes aos museus por mês e ano, no Primeiro Anuário Estatístico do Brasil (AEB), referente ao período 1908-1912 (Koptcke, 2005:188).

Diferentes campos disciplinares encontraram nas instituições museais terrenos de observação, contribuindo, ao longo dos últimos 80 anos, com a reflexão sobre a relação dos museus com a sociedade e suas formas de apropriação. As questões referentes à aprendizagem humana foram abordadas pela psicologia no início do século XX, definindo a visita como uma situação de educação fora da escola. Para os profissionais dos museus imbuídos de sua missão educativa, os estudos ofereceriam novas abordagens para a elaboração de exposições mais eficazes, no que se refere à aprendizagem. Após a segunda guerra, os estudos de público se beneficiaram das pesquisas sobre o tempo livre e sobre os meios de comunicação de massa, situando a visita dentre as escolhas do tempo livre e observando como a informação circula e como grupos e indivíduos se influenciam reciprocamente. Nesta linha, a teoria da comunicação abre uma possibilidade importante para abordar visitantes na sua relação com as exposições nos museus, culminado com os estudos de recepção iniciados a partir dos anos 70.

As ciências sociais explicitaram com o trabalho de Bourdieu e Darbel (1965) a construção social das escolhas no campo cultural, no âmbito de uma problemática da dominação e da violência simbólicas. As práticas avaliativas e os estudos de público nos museus refletem, simultaneamente, as problemáticas e as teorias em curso nos diferentes campos do conhecimento bem como as expectativas sociais e as transformações na política cultural e na oferta museal, caracterizando uma espiral de demandas, retroalimentação e transformação. Os estudos de público podem ser descritos como processos de obtenção de conhecimento sistemático sobre os visitantes de museus, atuais ou potenciais, com o propósito de empregar o



dito conhecimento na planificação e pôr em marcha atividades relacionadas com os distintos grupos de visitantes.

Segundo a abordagem e os pressupostos teóricos escolhidos, as questões, metodologias e finalidades destes estudos formatam práticas passíveis de múltiplas categorizações. Cada tipo de estudo agrega características, nuances e perspectivas particulares que renovam e ampliam a percepção e a construção discursiva sobre o público.

Neste sentido, Octubre (2007:96-97) propõe organizar os estudos relacionando os objetivos, o alvo e as perguntas. Com referência ao alvo, foram identificados quatro interlocutores para os quais os estudos costumam voltar-se: os efetivos visitantes das instituições culturais sejam, o público ou praticante; os grupos que por suas características sociais e culturais assemelham-se àqueles que visitam museus e constituem um público potencial a conquistar e o “não público”, ou seja, aqueles que se diferenciam dos potenciais visitantes e dos praticantes efetivos em seu perfil sociocultural e demonstram pouco ou nenhum interesse ou familiaridade quando indagados a respeito destas instituições. Finalmente, a população de referência que representa o universo a partir do qual se podem construir parâmetros de observação dos comportamentos estudados. Dependendo do alvo, os objetivos variam. Assim, junto ao público efetivo, tratando das práticas reais de visita, os objetivos são sintetizados em três grupos principais: as sociografias, que visam descrever o perfil e as modalidades de apropriação das instituições; os estudos de fluxo, que pretendem acompanhar a dinâmica das visitas ao longo do tempo, contabilizando quantas pessoas realizam tal prática; e os estudos de recepção, que buscam compreender as formas de apropriação e o sentido das práticas junto aos visitantes. Junto ao “público potencial”, a abordagem do marketing cultural foca na segmentação, buscando identificar necessidades e expectativas particulares a cada grupo de forma a adequar a oferta cultural, atraindo novos visitantes. Com relação ao não público, trata, principalmente, de



conhecer as representações e atitudes daqueles que não visitam, não demonstram interesse nem valorizam a prática museal.

Quadro 1 – Categorização dos estudos de público segundo alvo, objetivos e perguntas*

ALVO	OBJETIVOS	PERGUNTAS
<p>O público: os visitantes de um museu, visitantes de uma exposição ou de uma atividade particular no museu; praticantes efetivos.</p>	<p>Sociografia do público: Conhecer os perfis e as práticas de visita do público; Identificar fatores facilitadores e empecilhos do acesso aos museus; Acompanhar, caso os estudos se repitam, a evolução das práticas e a resposta à oferta cultural;</p> <p>Fluxo de frequência: Acompanhar o volume de visitas e sua variação;</p> <p>Análise de recepção: Compreender as modalidades concretas de apropriação das exposições, materiais ou atividades oferecidas pela instituição;</p>	<p>Qual o perfil dos visitantes? O nível escolar e o tipo de estudos interferem na frequência de visitas? A companhia de visita modifica as expectativas e a experiência da visita?</p> <p>Como as visitas se repartem ao longo do ano? Que eventos, internos ou externos ao museu, favorecem a intensificação das práticas?</p> <p>O que os visitantes esperam encontrar no museu X sobre o tema Y?</p> <p>O que os visitantes aprenderam durante a visita? Como interagem com os elementos da exposição? (Leem os textos? Utilizam mídias diversas? Demandam auxílio aos mediadores?)</p> <p>Qual o grau de satisfação dos visitantes diante da oferta?</p>
<p>Público potencial: grupos que possuem características socioculturais</p>	<p>Identificar fatores que facilitariam a visita destes grupos;</p> <p>Conhecer os hábitos culturais e</p>	<p>O que fazem estes grupos em seu tempo livre?</p> <p>O que costumam fazer com os</p>



semelhantes àquelas dos públicos efetivos dos museus, visitam instituições similares, podendo tornar-se visitantes ou público de uma dada instituição.	as preferências destes segmentos para melhor adequar a oferta e atrair estes segmentos; Conhecer as representações acerca dos museus e dos temas que tratam.	filhos? O que esperam de uma atividade de lazer educativo? Que temas parecem prioritários para serem abordados em um museu? Que tipo de arte mais atrai estes grupos?
Não público: grupos que não costumam frequentar museus e manifestam disposição desfavorável a esta prática;	Conhecer os fatores externos (ex: falta de equipamento próximo) e atitudinais (ex: disposições de gosto, hábitos, preconceitos, experiências negativas) que impedem a visita; Identificar as características e expectativas que favoreçam a prática de visita, orientando ofertas mais adequadas ao perfil destes frequentadores.	O que pensam sobre os museus? O que costumam fazer no tempo livre? Qual o perfil sociocultural deste público? Qual a influência dos amigos e familiares nas práticas culturais destes grupos?
População: Universo agrupando a população de certa localidade (cidade, estado, país) que serve como referência para estudar as características dos diferentes grupos de frequentadores.	Analisar como se situam os visitantes e o público potencial dos museus com relação à escolaridade, raça/cor; renda, estado civil, etc. comparados à população de referência? Conhecer as representações acerca dos museus e dos temas que tratam;	Como percebem as instituições culturais? Que valores atribuem à arte, à saúde ou à ciência? Qual a representação que a população acalenta sobre os museus?

* Esta tabela faz referência ao trabalho de Octobre,(2007).

Logo, se no século XIX as categorias de públicos restringiam-se aos estudiosos e curiosos, pesquisadores estrangeiros, visitantes ilustres, escolares e a massa ou popular, a fala dos especialistas e seus estudos introduzem novas categorias. Além do público real, potencial e do não público, fala-se também em neófito ou expert,



considerando a familiaridade com os museus como dispositivo cultural. Distingue-se o primovisitante do fidelizado, referindo-se à assiduidade das visitas a uma instituição em particular, o público de proximidade ou de vizinhança dos turistas nacionais ou estrangeiros, o público escolar do espontâneo, o solitário daquele que visita em companhia de amigos ou de familiares.

A construção de um público fragmentado no seu perfil e nas formas de visita respalda-se na psicologia cognitiva, sugerindo uma análise com foco na experiência de visita com seus contextos pessoal, físico e social (Lynn, Direking 1992). Também nas ciências sociais ecoará a desconstrução da idéia de um público geral, homogêneo e estável, apresentando o público da cultura como coalisões e agrupamentos efêmeros, fenômenos particulares da vida coletiva, diferentes de fazer parte da multidão ou de uma associação instituída (como um sindicato patronal) (Mouchtouris, 2003:7,8,16,17; Fabiani, 2007:21-22). O público deixa de ser um grupo construído de uma vez por todas para tornar-se um organismo vivo que se forma e se desfaz, composto de grupos sociais diferentes a cada período, sugerindo o uso do termo “públicos” no plural.

Observa-se a especialização deste campo de estudo a partir dos anos 70 nos Estados Unidos e na Europa, retratando os últimos 42 anos, a história recente de uma prática e seus resultados, onde se fala de uma “política de públicos” (Fourteau, 2000: 236) percebida como uma “nova sensibilidade que leva em conta os públicos na elaboração das políticas culturais”.

Da democratização à inclusão social

A ideia da cultura como direito estabelece para as políticas culturais metas de democratização. O acompanhamento destas políticas e suas metas gerou a demanda por estudos que pudessem medir a mudança e inspirou a construção de teorias compreensivas das transformações social e cultural, para explicar como e por que elas se processam (Sandell, 2003:46-47). No entanto, constata-se que os



estudos e pesquisas apresentam diferentes entendimentos e aplicações da ideia de democratização, democracia ou inclusão social. A explicitação destes conceitos facilita o entendimento daquilo que é medido, permitindo análises e usos mais pertinentes dos resultados pelos diferentes atores do campo.

A ideia contemporânea de democracia se constrói na modernidade europeia com o fortalecimento do pensamento racional e da ciência, questionando a concentração de poder e os privilégios garantidos pelas tradições. Os interesses comuns presidirão os parâmetros do bem público, promovendo a igualdade dos indivíduos diante dos direitos civis, mesmo que ainda socialmente desiguais. A ordem social percebida como uma criação humana se transformará em objeto das ciências sociais e humanas ao final do século XIX e início do XX.

Na França, o ministério de André Malraux, a partir de 1959, estende a ideia de democratização ao campo cultural (Octobre, 2007:92). Caberá ao Estado garantir a todos os segmentos sociais as condições de acesso a bens, equipamentos e práticas, empreendendo uma verdadeira “evangelização cultural” a fim de fortalecer a identidade do povo, sua integração cultural e coesão social. As políticas públicas em curso serão respaldadas no campo científico pelo trabalho o *Amor pela Arte*, de Bourdieu e Darbel (1969), abordando as desigualdades diante dos bens culturais e a análise de sua função social e simbólica no âmbito de uma problemática da dominação (Fabiani, 2007:19). A produção de Bourdieu e Darbel, assim como a pesquisa *As práticas culturais dos franceses*, (Donnat, 1998) realizada a cada 10 anos, a partir de 1973 até o final dos anos 90, ilustram o investimento da gestão pública na realização de pesquisas por reconhecidos especialistas, visando apoiar a retórica da democratização, visto que trata de um processo que só pode ser percebido quando se mede e compara. Mas o que se entende, mede e compara para caracterizar a democratização da cultura?



Observam-se pelo menos três abordagens dos processos de democratização ou das ações propostas para sua realização com base na acessibilidade. A primeira diz respeito ao acesso material que concerne à existência física e a distribuição territorial equânime dos equipamentos; a proposição de tarifas populares; a consideração das necessidades especiais dos visitantes (rampas, elevadores, textos em braile, etc.) nos espaços e equipamentos da cultura. A segunda faz referência à acessibilidade social e simbólica, às chances efetivas dos diferentes segmentos sociais de frequentarem os diversos espaços culturais. Se a resposta ao primeiro nível se situa nas ações de renovação, construção, multiplicação dos equipamentos e atenção às políticas tarifárias, no segundo nível trata-se de agir sobre as condições de produção do desejo de cultura, combatendo as causas da desigualdade. Busca apreender o sentido das práticas para aqueles que as praticam no contexto de um grupo social e compreender as vantagens sociais, culturais/simbólicas e econômicas que delas podem derivar para os diferentes grupos. Logo, a democratização diz respeito tanto à oferta (garantia da facilidade de acesso para aqueles que praticam ou que desejariam praticar) quanto à apropriação, à escolha e à fruição diversificada de variados elementos da cultura por diversos grupos sociais.

A terceira abordagem mescla objetivos de aumento numérico de praticantes (volume dos que frequentam um equipamento) e a diversificação da estrutura social dos públicos em questão, gerando mal-entendidos e frustrações, pois não se observa uma relação de reversibilidade causal entre a diversificação da estrutura social dos públicos de um equipamento e seu aumento numérico. Da mesma forma, o aumento do número de visitas a um equipamento não significa o aumento de praticantes, mas pode apenas revelar a intensificação da prática entre os visitantes antigos.

A questão da democracia nos museus entendida pelo viés do acesso reuniu iniciativas nos mais diversos campos e setores e inspirou ações de educação



permanente, de popularização da ciência, de educação estética, de construção e expressão da memória. Foi também neste contexto que surgiram as práticas de mediação cultural visando promover relações significativas entre o público e os objetos e equipamentos da cultura. No entanto, atividades como oficinas, estágios, cursos, ou a criação de um comitê assessor com participação de visitantes ou da comunidade não garantiram por si a diversificação da estrutura social ou o aumento do número de visitantes, sugerindo a necessidade de buscar novos referenciais explicativos para aprofundar o entendimento sobre as práticas de mediação cultural.

Com os ecomuseus e museus comunitários, integrando a dimensão intangível do patrimônio, incorporou-se igualmente o direito à diversificação dos espaços museais e dos acervos musealizáveis como possibilidade de ampliar e renovar o acesso à produção cultural no e pelo museu, por diversos segmentos sociais e comunidades culturais. O foco das políticas começa a deslocar-se da democratização do acesso à cultura para a construção de uma democracia cultural, onde o cidadão não exerce apenas o direito de acessar os bens culturais, mas o de produzir, manifestar, expressar, celebrar sua criatividade, sensibilidade e memória nos museus, entendidos enquanto espaços públicos de compartilhamento legítimo da diversidade cultural.

Entretanto, a problemática da democratização e da democracia cultural não esgotaram os desafios colocados para os museus. A cultura ganhou reconhecimento político no combate às iniquidades, com o entendimento multicausal da exclusão social. Incluir socialmente implica garantir a todos a possibilidade de expressão e leitura do mundo, do acesso e entendimento crítico do infundável corpo de conhecimento produzido, de oportunidades de emprego, de boas condições de saúde, de relações sociais e afetivas saudáveis, indo além do conceito restrito de pobreza. A abordagem intersetorial dos problemas sociais alargou o espectro de atores necessários para sua resolução. A ideia de que os



museus podem promover a inclusão social coloca outros papéis para a instituição que não se restringe a promover o acesso a seu acervo para aqueles em risco de exclusão social, mas deve desempenhar um papel direto no combate às desvantagens e discriminações sofridas por estes grupos (Sandell, 1998:45).

Fabiani (2007:20) defende a necessidade de se construir novos instrumentos teóricos para abordar a dinâmica da apropriação dos espaços culturais, considerando que a teoria sociológica da legitimidade cultural encontra limites diante de uma realidade social que reconhece de forma explícita a cultura como campo de disputa, onde não caberia mais imaginar uma hegemonia da cultura erudita, implementada pela lógica da distinção e da boa vontade cultural. Neste sentido, não haveria um público da cultura homogêneo, obediente, estável, mas uma diversidade de relações entre grupos sociais e experiências culturais.

Os Estudos de público no Brasil, um objeto de investigação

A história social dos estudos de público e da avaliação museal no Brasil resta a ser contada, do mesmo modo que necessitam serem sintetizadas e sistematizadas as lições aprendidas com estes estudos e pesquisas. Com o propósito de colaborar com a construção de uma agenda de pesquisa, realizou-se uma consulta não exaustiva às páginas encontradas no Google acadêmico no Brasil a partir de 2000, com os descritores estudos de público em museu e museus e públicos, obtendo 72 resultados. Ademais, foram analisadas 22 publicações, dentre livros, revistas e relatórios disponíveis. A leitura dos documentos revelou características referentes ao tipo de publicação, ao tipo de estudo com relação ao alvo e aos objetivos e sugeriu questões para pensar a dinâmica destas práticas e sua construção como objeto de pesquisa.

Com relação ao tipo de publicação, foram identificadas seis categorias. A primeira reúne os textos publicados em Coletâneas/anais de trabalhos apresentados em eventos: seminários, *workshop*, encontros e congressos. Alguns eventos são



organizados pelos museus com financiamento institucional e apoio de agências de fomento, a exemplo do Encontro de Pesquisa em Educação, Comunicação e Divulgação científica em Museus- EPECODIM (2001), com apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa do Rio de Janeiro e do Conselho Nacional de Pesquisa Científica. Outros são fomentados para os museus por instituições internacionais como o Workshop de Educação da Vitae (2003) ou os encontros do *Committee for Education and Cultural Action -Ceca do International Council of Museums -ICOM*, que ocorrem regularmente. Os trabalhos também são apresentados em eventos de diferentes áreas do conhecimento onde há pesquisas utilizando o museu como campo de investigação a exemplo do Encontro de pesquisa da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais; o Encontro Nacional de Pesquisa em Ciências da Informação - Enancib, a Associação Nacional de Pesquisa em Educação - ANPED, a Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais - ANPOCS, o Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências - ENPEC, o Congresso Brasileiro de Pesquisas Ambientais e o Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação - Intercom. Muitos dos textos sobre avaliação e estudos de público em museus foram apresentados e posteriormente publicados em anais de eventos regulares de divulgação da ciência como a Red Pop, Rede Latino Americana de Popularização da Ciência, e o Congresso Internacional de Museus e Centros de Ciência. A análise do foco, dos objetivos e dos resultados destes estudos pode trazer informações sobre a relação dos museus com os diferentes campos de conhecimento e de práticas, pois permitem comparar com periodicidade regular (a periodicidade do evento) a presença e a natureza de trabalhos apresentados. Trata de uma produção heterogênea, oriunda tanto da academia quanto das práticas, bastante abrangente por reunir o resultado de estudos concluídos e o relato de experiências recém-iniciadas. Registra a reflexão dos profissionais que atuam na área museal e revela questões mais próximas da prática cotidiana.



O segundo grupo agrega os relatórios de pesquisa, de circulação restrita aos profissionais das instituições que realizam estes estudos. Esta categoria sugere o interesse dos museus em produzir dados para o planejamento de suas ações. Foram encontrados relatórios densos como a avaliação de exposições e da ação educativa no Museu Lasar Segall de São Paulo, em geral com o apoio de uma agência de fomento, Vitae ou FAPESP. Além do foco no público efetivo, dentre os Relatórios, encontramos os trabalhos com foco na população, como as pesquisas realizadas no âmbito do CDHP- curso de habilidade em pesquisa - da Escola Nacional de Ciências Estatísticas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. O CDHP oferece às instituições a possibilidade de obter um estudo populacional – em geral oneroso e tecnicamente complexo. Indicam o interesse das instituições museais por estes estudos e as estratégias encontradas para sua realização.

A terceira categoria se refere aos artigos publicados em periódicos. Embora não exista uma publicação periódica especializada nos estudos de público e avaliação em museus, muitas instituições museais editam regularmente periódicos onde estes trabalhos encontram espaço. Tal é o caso dos Anais do Museu Nacional, dos Anais do Museu Paulista ou da revista MAST Colloquia do Museu de Astronomia e Ciências Afins. Encontramos ainda publicações de outras instituições que atuam no campo museal como a revista Musas, editada pelo Departamento de museus do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional- IPHAN (atual Instituto Brasileiro de Museus), a Revista eletrônica do programa de pós graduação em museologia da Universidade do Rio de Janeiro - Unirio e a revista Jovem museologia. As revistas da área das ciências sociais, como a *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, a revista *História, Ciências, Saúde Manguinhos*, a *Horizontes Antropológicos* (Porto Alegre), a *Mouseion* e a *Revista do Patrimônio Histórico* do IPHAN também reúnem estes estudos assim como aquelas voltadas para a educação e aprendizagem como *Inovação e ensino de ciências* e *Ciência e Cognição*. A análise das publicações periódicas sugere o grau de prestígio de um campo do



saber e dos grupos que nele atuam. Revela, ainda, as abordagens consagradas, as inovações e os tópicos inexistentes ou não publicados pelas diferentes comunidades científicas.

A quarta categoria agrupa os trabalhos acadêmicos, teses de doutorado, dissertações de mestrado e monografias. Foram identificados 16 trabalhos dentre os quais três trabalhos de conclusão de curso, nove dissertações de mestrado e quatro teses de doutorado, concluídos entre 2000 e 2011, nos cursos de artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, sociologia da Universidade Federal do Paraná, bens culturais e projetos sociais da Fundação Getúlio Vargas, turismo, no Centro Universitário UMA de Belo Horizonte, artes da Universidade de Brasília, sociologia do Instituto Superior de Ciências do Trabalho da Empresa, comunicação na Escola de Comunicação da UFRJ e ciências da informação no Instituto Brasileiro de Ciências da Informação Tecnológica- UFRJ, comunicação e artes além de pedagogia na USP.

Assim como os trabalhos publicados em periódicos, as teses revelam a dinâmica dos estudos sobre os freqüentadores de museus no âmbito da academia e sua relação com o movimento mais abrangente de afirmação ou renovação das teorias explicativas dentro dos diferentes campos do conhecimento.

O quinto grupo tratou dos textos publicados em livros e capítulos de livros. Foram quatro os livros que trataram do público de museus dentre aqueles identificados na busca realizada: Educação e Museu: a construção social do caráter educativo dos museus, Acces/Faperj (2003); Avaliação e Estudos de Público de museus e Centros de Ciência, Museu da Vida (2003); Museus, coleções e patrimônio, narrativas polifônicas, DEMU/IPHAN (2007); Museu lugar do público, Museu da Vida, Fiocruz (2009). Este tipo de publicação aponta as estratégias institucionais de criar espaço para esta produção, indicando o crescimento do interesse pelos estudos de público.



O sexto grupo reuniu duas publicações especializadas: o Boletim do Observatório de Museus e Centros Culturais, com duas edições publicadas em 2008 pelo Museu da Vida e o Departamento de Museus e Centros Culturais do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, e os Cadernos do Museu da Vida (Núcleo de Estudos de Público e Avaliação em Museus), com três edições publicadas pelo Museu da Vida entre 2008 e 2010. Como o anterior, este grupo de publicações caracteriza um grau intenso de especialização institucional nas pesquisas de público e avaliação em museus.

Referente ao alvo, os estudos de públicos efetivos são a grande maioria. Dentre estes, as famílias, os jovens, adolescentes e crianças, os portadores de necessidades especiais, os educadores, os educandos ou escolares, os mediadores, os pesquisadores, os públicos *estimulados*, os visitantes espontâneos, o público fidelizado e os neófitos constituem as categorias apresentadas. Alguns estudos de público potencial foram realizados junto a estudantes universitários, escolares, visitantes de jardins ou moradores de um bairro. Não foi encontrado nenhum estudo de não público. Com relação aos estudos populacionais destacam-se, a partir de 2000, aqueles de áreas geográficas da cidade do Rio de Janeiro, no bojo dos estudos realizados pela Escola Nacional de Ciências Estatísticas, no âmbito do Curso de desenvolvimento de habilidades em pesquisa - CDHP, como o estudo das pesquisas Conhecimento do Museu da Vida junto aos moradores de bairros vizinhos ao museu, COMVIDA (2002) e a pesquisa domiciliar sobre percepção e visita a museus - VAMUS (2008).

Com relação às abordagens ou áreas do conhecimento, dentre os analisados, a produção mais intensa foi aquela relacionada às teorias da aprendizagem, à cognição, à psicologia cognitiva, à didática da matemática e da física. Entretanto, identificaram-se textos oriundos de áreas diversas, como a psicologia social, a história cultural, as ciências da informação, a teoria da comunicação e a teoria da



recepção; as ciências sociais, a antropologia e a sociologia da cultura; a teoria da arte, a museologia, o turismo ou a filosofia. Os objetivos dos estudos relacionam-se ao campo de conhecimento. Neste sentido, foram identificados objetivos referentes à educação e à relação ensino-aprendizagem: identificar as concepções prévias sobre um determinado conceito ou assunto, avaliar um material ou as ações educativas; conhecer o perfil e as práticas educativas dos professores antes, durante e depois das visitas; avaliar a parceria escola-museu. As sociografias, com base nas ciências sociais e na sociologia da cultura, visam conhecer o perfil, as formas de apropriação, as expectativas, o hábito de visitas a museus e as práticas de lazer de públicos efetivos dos museus, do público potencial ou de uma população adstrita a um bairro ou cidade. Estudar a transferência da informação da exposição para o público retrata um enfoque das ciências da informação, enquanto que analisar a forma de apropriação de uma exposição recuperando o sentido atribuído à visita e a forma de visitar é um objetivo partilhado pela teoria da recepção e pela psicologia sociocultural. Revisar a produção bibliográfica sobre “os públicos” dos museus foi objetivo da museologia, das ciências sociais e da teoria da comunicação enquanto que discutir as relações entre diferentes segmentos sociais e o museu ao longo do tempo e identificar fontes documentais que informem sobre as práticas de visita e visitantes dos museus resultam de uma abordagem histórica. Descrever a visita como uma experiência recupera a abordagem filosófica e sua contribuição para a psicologia cultural.

O presente texto propôs a análise exploratória de um corpo documental não representativo da produção no período em questão. Foram identificadas categorias referentes ao tipo de publicação, ao alvo, ao campo disciplinar e aos objetivos dos estudos cuja descrição revela a natureza e sugere o perfil de um campo de conhecimento em construção. No entanto, preferiu-se guardar a análise de frequências, sinalizando tendências sobre a natureza dos estudos, onde e por quem são produzidos dentre outras variáveis para um futuro estudo sistemático da produção brasileira no período observado.



Uma agenda de pesquisa para os estudos de público coloca a necessidade de descrever e questionar o contexto de produção destes estudos: quem são os atores? Com que finalidade são realizados os estudos? O que favorece, em determinado momento, o investimento nestas práticas? A que ponto os estudos de público e a avaliação em museus dependem do investimento público na organização da oferta e da demanda? Qual a importância da academia? O aumento da formação de pós graduação – doutores e mestres - dentre os quadros das instituições museais brasileiras ocasionou aumento das práticas de estudo de público e avaliação nos museus? Os resultados dos estudos servem efetivamente para a gestão dos museus no Brasil? A política cultural implementada pelo Estado promove a realização de estudos de público e avaliação? A educação continua a ser o campo mais importante da pesquisa em museus? Os museus de ciência tendem a desenvolver estudos e avaliações referentes à educação e à relação ensino aprendizagem enquanto os demais privilegiam estudos com foco na ampliação quantitativa e no desenvolvimento de novas audiências? A abordagem intersetorial nas políticas públicas de saúde, educação, inclusão e desenvolvimento social definem novos papéis para os museus? Provocam a realização de uma nova geração de estudos com outras problemáticas?

Além de refletir sobre o contexto de surgimento dos estudos de público, sobre como se desenvolvem e sobre os fatores promotores ou inibidores de seu crescimento, uma agenda de investigação sobre estas práticas precisa debruçar-se sobre a natureza do conhecimento que constroem: O público dos museus são múltiplos? Os museus são mais democráticos hoje do que no século XIX ou na década de 30? A maneira e o sentido da apropriação dos espaços e obras da cultura variam segundo a situação de visita? É possível aprender no museu? O que e como se aprende no museu? A escola favorece o acesso aos museus para crianças oriundas de grupos menos familiarizados com esta instituição? O professor constrói um papel pedagógico adaptado ao tipo de visita oferecida? Como os



museus contribuem com as políticas de promoção da saúde, de popularização da ciência e tecnologia, da educação popular?

Um terceiro bloco de reflexão deve indagar sobre o uso efetivo do conhecimento construído por estes estudos. Para que servem os estudos de público? Contribuem com a mensuração da democracia nos museus? Explicitam a situação do acesso à produção cultural erudita? Colaboram com o planejamento e a gestão dos museus, gerando informações que ajudem a ampliar o consumo cultural e a fortalecer os setores produtivos da cultura? Promovem a percepção do papel dos museus nas políticas sociais inclusivas? Geram dados sobre a mobilização e a participação de diversos grupos na fruição, na produção e na criação cultural? Podem revelar o potencial dos museus para atuar como determinantes culturais da saúde? Como ferramentas para a qualidade de vida e para a justiça social?

Espera-se que as questões acima provoquem muitas outras, contribuindo com a construção de uma agenda de pesquisa para os estudos de público. Tais estudos e o conhecimento que produzem intervêm na concepção de ser/estar público e nas expectativas sociais face aos museus. Sua análise poderá revelar a relação entre a missão institucional e a realização de pesquisas e avaliação em museus, permitindo observar seus efeitos na orientação da política cultural, ou ainda, do plano museológico do museu estudado, explicitando como operam tanto na construção vocacional da instituição quanto no plano discursivo das políticas culturais.

Considerações finais

A análise do surgimento dos estudos de público revela a imbricação entre as expectativas sociais referentes aos museus, os campos de pesquisa das diferentes ciências que encontraram nesta instituição um objeto de estudo, as escolhas políticas e as especificidades de cada tipo de museu e sua forma de operar no cotidiano. Neste sentido, acredita-se que os estudos de público incidem na dinâmica vocacional das instituições e participam da disputa pela hegemonia



discursiva sobre quem e como se apropria socialmente os museus. Em seguida, a análise exploratória de 22 publicações e 16 trabalhos de conclusão de curso – graduação e pós graduação - dentre o total de 94 documentos levantados sobre públicos e avaliações em museus, permitiu identificar algumas características deste campo no Brasil a partir de 2000. Finalmente, sugeriu uma agenda de investigação sobre os estudos de público composta por três eixos: análise do contexto de produção; análise da natureza do conhecimento construído e análise dos usos social, político, cultural e gerencial destes estudos visando apoiar uma prática consciente, crítico-reflexiva e questionadora.

REFERÊNCIAS

Abreu, Regina. Chagas, Mário Souza. Santos, Myriam Sepúlveda. (org.), *Museus, coleções e patrimônios: narrativas polifônicas*, Rio de Janeiro: Garamond, MINC/IPHAN/DEMU, 2007. 256p.

Abreu, Roberto da Silva. *Eu não sabia que podia entrar: com a palavra, o visitante do Museu Casa de Rui Barbosa*, Dissertação de mestrado profissional, Programa de Pós- Graduação em Bens Culturais e Projetos sociais, Rio de Janeiro: FGV, 2009. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/pos/tesesdissertacoes>> Acesso em: 16 /02/2012.

Almeida, Adriana Mortara. *Avaliações da Exposição de Longa Duração Lasar Segall: construção e poética de uma obra e sua ação educativa, Relatório Geral*, Museu Lasar Segall, IPHAN/MINC, Vitae: Apoio à Cultura, Educação, e Promoção Social, 2001. 261 p. mimeo.

Amazonas, Archimedes Ribas Amazonas. *Representações sobre os museus de salvador: um estudo junto ao público universitário*, dissertação de mestrado, Programa multidisciplinar de pós-graduação da Faculdade de Comunicação, Salvador: UFBA, 2009. Disponível em: <http://bibliotecadigital.ufba.br/tde_busca/proc> Acesso em : 16/02/2012.

Avaliação e Estudos de Públicos no Museu da Vida, Caderno do Museu da Vida, Rio de Janeiro: Museu da Vida; 2003.

Berquó, Ana Fátima. Lima, Diana Farjalla Correia. Informação especial no Museu- acessibilidade: a inclusão social da pessoa com deficiência visual, Enancib- Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, XII ENANCIB: Políticas de Informação para a sociedade. Disponível em: <<HTTP://enancib.ibict.br/index.php/xii/enancibXII/paper/viewPaper/887>> Acesso em 15/02/2012.

Ballé, Cathérine, Les musées, émergence d'un nouveau modèle? In : *Publics & Projets Culturels : un enjeu des musées en Europe*, Paris : L'Harmattan, pp. 137-145, 2000.

Becker, Howard, Les mondes de l'art, Paris : Flammarion, 1988.



Bourdieu, Pierre, Darbel, Alaiominiue, avec Schnapper, D., *L'amour de l'art, les musées de l'art européens et leur public*, Paris : éd. Minuit, 1969. 249 p.

Carvalho, Rosane Maria Rocha de. *As transformações da relação museu e público sob a influência das tecnologias da informação*, 2006. Disponível em <[HTTP://www.marketing-e-cultura.br/website/pratica/prat001-b.php?cod_artigo=31](http://www.marketing-e-cultura.br/website/pratica/prat001-b.php?cod_artigo=31)> Acesso em: 17/02/2012.

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 apresentada ao curso de doutorado em ciência da Informação. Rio de Janeiro: ECA IBICT UFRJ, 2005.

Coelho, Ana Rita. *Experiências de visita a um centro de ciência: um estudo qualitativo sobre o público não escolar do Pavilhão do conhecimento Ciência Viva*, dissertação de mestrado, Departamento de sociologia, Instituto superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, 2008.

Costa, Carina Martins. *Uma casa e seus segredos: a formação de olhares sobre o Museu Mariano Procópio*, Dissertação, Programa de Pós-Graduação em História Política e bens culturais e projetos sociais, Rio de Janeiro: FGV, 2005. Disponível em : <<http://cpdoc.fgv.br/pos/tesesdissertacoes>> Acesso em: 17/02/2012.

Cougo, Marcela. *Museus e sua utilização como atrativo turístico: um estudo em Belo Horizonte, MG*. Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Turismo e meio ambiente do Centro Universitário UNA. Belo Horizonte: UNA, 2007. Disponível em:< [Http://mestradoemtma.com.br/?page_id=61](http://mestradoemtma.com.br/?page_id=61)> Acesso em: 17/02/2012.

Curci, Vanessa. *Reflexões sobre as diferentes relações entre público e museus na cidade de São Paulo, trabalho de conclusão do curso de pós- graduação em gestão de projetos culturais e organização de eventos*, São Paulo: CELACC ECA USP, 2009.

Disponível em: < http://www.teses.usp.br/index.php?option=com_jun > Acesso em: 16/02/2012.

Damico, Sérgio, Mano, Sônia, Köptcke, Luciana, Sepúlveda, *Quem são e o que pensam os visitantes dos finais de semana do Museu da Vida: comparativo entre os resultados das pesquisas de 2005 e 2009 do observatório de Museus e Centros Culturais- OMCC*, Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz/ Casa de Oswaldo Cruz/ Museu da Vida, 2010. (Cadernos Museu da Vida; 3).

Donat, Olivier. *Les Pratiques Culturelles des français*, Enquête 1997, Paris: La Documentaton Française, 1990.

Encontro sobre a Pesquisa em Educação, Comunicação e Divulgação Científica em Museus, Rio de Janeiro: Museu da Vida e MAST, 2001.

IV Encontro Regional da América Latina e Caribe- CECA/ICOM Parcerias: Educação e Museus, Fundação Armando Alvares Penteado, Museu de Arte Brasileira, CECA/ICOM, 2005.

Fabiani, Jean Louis, *Après la culture légitime, Objets, publics, autorités*, Paris: L'Harmattan, 2007.



Falcão, Douglas, Coimbra, Carlos Alberto., Cazelli, Sibebe, *Museus de Ciência e tecnologia e inclusão social*, In: *MAST Colloquia, O caráter político dos museus*, vol. 12, Rio de Janeiro: MAST, 2010, pp. 89-116.

Ferreira, Ana Elisa Estrela. *Exposição de arte e a percepção do público*. Trabalho de conclusão de curso, Departamento de Artes Visuais, Brasília: UNB, 2009; Disponível em: < http://bdtd.bce.unb.br/tdesimplificado/tde_busca > Acesso em: 16/02/2012.

Fourteau, Claude, *La politique des publics au Louvre*, In : *Publics & Projets Culturels : un enjeu des musées en Europe*, Paris : L'Harmattan, pp. 236-249, 2000.

Guimarães, Vanessa, Silva, Gilson, Antunes, (org.) *Workshop: Educação Museus e Centros e Ciência*, Rio de Janeiro: Vitae- Apoio à Cultura, Educação e Promoção Social, 2003.

Gouvêa, Guaracira Marandino, Marta, Leal, Maria Cristina, (org.) *Educação e Museu: A construção Social do Caráter Educativo dos Museus de Ciência*, Rio de Janeiro: Access, 2003. 233p.

Grispum, Denise. *Educação para o patrimônio: museu de arte e escola: responsabilidade compartilhada na formação de públicos*, tese de doutorado, Faculdade de Educação, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2000.

Gutierrez, Marcela do Nascimento. *O museu de São Carlos e seu caráter educativo: relato de uma experiência com crianças do ensino fundamental*, trabalho de conclusão do curso de licenciatura plena em pedagogia, CECH, UFSCAR. São Carlos: Universidade Federal de São Carlos, 2008. Disponível em: < <http://www.saocarlos.usp.br/index.php?option=com> > Acesso em: 18/02/2012.

História, Ciências Saúde, Manguinhos, vol. 12, Museus e Ciências (suplemento), Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz, 2005.

Holanda, Aurélio Buarque de. *Novo Dicionário Aurélio*, 1ª edição, Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S.A., 1975.

Köptcke, Luciana Sepúlveda. Cazelli, Sibebe, Lima, José Matias de. *Observatório de Museus e Centros Culturais, Pesquisa Piloto Perfil- Opinião 2005. I Boletim*, ano 01, agosto 2006.

Köptcke, Luciana, Sepúlveda, Bárbaros, escravos e civilizados: o público dos museus no Brasil, In: Chagas, M., S., (org.) *Museus: antropofagia da memória e do patrimônio- Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, n. 31, Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Artístico e Histórico Nacional, 2005. pp. 184-205.

Köptcke, Luciana, Pereira, Marcele, Regina Nogueira. *Museus e seus arquivos: em busca de fontes para estudar os públicos*, In: *História, Ciências, Saúde, Manguinhos*, v. 1, n.1, Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, Casa de Oswaldo Cruz, 2010- v.:il. pp. 809-828.

Köptcke, Luciana, Sepúlveda. Cazelli, Sibebe. Lima, José Matias de. *Museus e seus visitantes: relatório de pesquisa Perfil- Opinião 2005*, Brasília: Gráfica e Editora Brasil, Fundação Oswaldo Cruz, IPHAN/ DEMU, 2009.

Falk, John. Dierking, Lynn. *The Museum Experience*, Washington, DC: Whalesback Books, 1992.

Montenegro, Aline, Magalhães. Bezerra, Rafael Zamorano. Benchetrit, Sarah Fassa. (org.) *Museus e Comunicação: Exposições como objeto de estudo*, Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010.



Marandino, Marta. Almeida, Adrina Mortara. Valente, Maria Esther Alvarez. (org.) *Museu lugar do público*, Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2009.

Martins, Luciana Conrado. *A construção da educação em museus: o funcionamento do dispositivo pedagógico museal por meio de um estudo comparativo entre museus de artes plásticas, ciências humanas e ciência e tecnologia*, tese de doutorado, Faculdade de Educação, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011. Disponível em: < http://www.teses.usp.br/index.php?option=com_jun > Acesso em: 16/02/2012.

Octobre, Sylvie, Connaître les populations et les publics, In : Eidelman, Jaqueline. Roustand, Mélanie. Goldstein, Bernadette. (org.) *La Place des publics: des usages des études et recherches par les musées*, Paris : La documentation française, 2007, pp.91-105.

Pesquisa Perfil-Opinião, São Paulo, II Boletim, Brasília: Fiocruz/IPHAN/ Departamento de Museus e Centros Culturais, dezembro 2008.

Pesquisa conhecimento do Museu da Vida – COMVIDA/ Escola Nacional de Ciências Estatísticas. Rio de Janeiro: IBGE, 2002. 85p. (Relatórios de Pesquisa Escola Nacional de Ciências Estatísticas; .n 9).

Pesquisa Domiciliar sobre percepção e visita a museus – VAMUS/ Escola Nacional de Ciências Estatísticas. Rio de Janeiro: IBGE, 2008. (Relatórios de Pesquisa Escola Nacional de Ciências Estatísticas; .n 22).

Poulot, Dominique, La naissance d'une tradition européenne, In: *Publics & Projets Culturels : un enjeu des musées en Europe*, Paris : L'Harmattan, pp. 24-37, 2000.

Radtke, Caren Aline Morsch. Viegas, Danielle Herbele. Caminhos e descaminhos para um Museu: relato de uma visita ao Museu de Arte do Rio Grande do Sul, In: *Mouseion*, vol. 2, n.3, jan-jun./2008.

Sandell, Richard, Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change, In *Museum and society*, 1 (1): 45-62. 2003.

Sapiras, Agnes. *Aprendizagem em museus: uma análise das visitas escolares no museu biológico do Instituto Butantan*, dissertação de mestrado, Faculdade de Educação, São Paulo: USP, 2007. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/index.php?option=com_jun > Acesso em: 16/02/2012.

Silva, Margarida Brandina Pantaleão da. *Ação pedagógica: uma questão a ser re pensada nos museus de arte*, dissertação para obtenção do título de Mestre em História, teoria e crítica de arte, Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003. Disponível em : < http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/1/filtersea_sear >

Silva, Juliana de Souza. *As artes visuais e seu público: um breve estudo sobre as condições históricas de acesso à arte*, dissertação de mestrado do programa de pós-graduação em Artes, Brasília: UNB, 2008. Disponível em: < http://bdtd.bce.unb.br/tde/simplificado/tde_busca > Acesso em: 16/02/2012.

Tojal, Amanda Pinto da Fonseca. *Políticas Públicas culturais de inclusão de públicos especiais em museus*, tese de doutorado em ciência da informação, Escola de Comunicação, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007. Disponível em: < http://www.teses.usp.br/index.php?option=com_jun > Acesso em: 16/02/2012.



Vaz, Adriana. *Artistas Plásticos e Galerias de Arte em Curitiba: consagração simbólica e comercial*, dissertação apresentada para obtenção do título de mestre em sociologia, Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2004. Disponível em: < dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/handle/1884/284/ > Acesso em: 16/02/2012.

Artigo recebido em fevereiro de 2012. Aprovado em março de 2012

