UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE MUSEOLOGIA

ENTRE A MUSEOLOGIA CRÍTICA E A PÓS-CRÍTICA: uma proposta metodológica para a formação de público na Casa da Cultura da América Latina

MAYA MORENO MACARIO

BRASÍLIA
2019

MAYA MORENO MACARIO

ENTRE A MUSEOLOGIA CRÍTICA E A PÓS-CRÍTICA: uma proposta metodológica para a formação de público na Casa da Cultura da América Latina

Monografia apresentada como requisito básico para obtenção do título de bacharel em Museologia pela Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília.

Orientador: Prof. Dr. Clovis Carvalho Britto.

BRASÍLIA
2019

M115 MACARIO, Maya Moreno

Entre a Museologia Crítica e a Pós-Crítica: uma proposta metodológica para a formação de público na Casa da Cultura da América Latina / Maya Moreno Macario; orientador Clovis Carvalho Britto. -- Brasília, 2019.
89 p.

Monografia (Graduação - Museologia) -- Universidade de Brasília, 2019.

1. Museologia Crítica. 2. Museologia Pós-Crítica. 3. Formação de Público. 4. Ações Extramuros. 5. Transmediação. I. Carvalho Britto, Clovis, orient. II. Título.

FOLHA DE APROVAÇÃO

"Entre a Museologia Crítica e a Pós-Crítica: uma proposta metodológica para a formação de público na Casa da Cultura da América Latina."

Aluna: Maya Moreno Macario

Monografia submetida ao corpo docente do Curso de Graduação em Museologia, da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília – UnB, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em Museologia.

Banca Examinadora:

Aprovada por:

Clóvis Carvalho Britto- Orientador
Professor da Universidade de Brasília (UnB)
Pós-Doutor em Estudos Culturais no Programa Avançado de Cultura Contemporânea - UFRJ

Monique Batista Magaldi – Membro
Professora da Universidade de Brasília (UnB)
Doutora em Ciência da Informação - UnB

Rose Moreira Miranda – Membro
Servidora no IBRAM
Mestrado em Ciência da Informação - UFRJ

Ana Lúcia de Abreu Gomes - Membro
Professora da Universidade de Brasília (UnB)
Doutora em História - UnB

Brasília-DF, 5 de julho de 2019.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é fruto de quatro anos de estudos, reflexões e análises críticas do fazer museológico. Durante a graduação aprendi, desde os primeiros dias do primeiro semestre, que a museologia é feita por meio de pessoas, para pessoas. Essa constatação, tão presente durante esses cinco anos, torna possível colocar em evidência as pessoas que contribuíram para que esses anos de minha vida tenham sido transformadores, proporcionadores de autoconhecimento e propiciadores de reflexões críticas sobre o campo.

Sendo assim, é imprescindível agradecer àquelas e àqueles com os quais tive a oportunidade de aprender de perto: Marijara Queiroz, Andrea Considera, Bernardo Arribada, Deborah Santos, Rafaela Medeiros, Alessandra Garcia, Yris Lira, Luciana Portela, Celina Kuniyoshi, Girlene Chagas, Rose Miranda, Ana Abreu e Monique Magaldi. Especialmente às três últimas, que me motivaram e me inspiraram no final do curso, além de aceitarem compor a banca deste trabalho. Agradeço também ao professor Cayo Honorato, pela orientação na Iniciação Científica e por ter me apresentado a teoria pós-crítica na museologia. Principalmente, agradeço ao meu professor e orientador Clovis Carvalho Britto, pelo diálogo de igual para igual e pela orientação atenciosa, enriquecedora e crítica.

Agradeço também às minhas amigas e amigos de curso, os quais acreditaram em mim e me incentivaram a seguir com uma pesquisa inovadora no campo, além de servirem de inspiração e sempre serem companhia para os desafios que o campo oferece: Andressa Araújo, Bruna Toscano, Luisa Moretti, Matheus Furtado, Lídia Mamede, Dariane Resende, Safira Alvarenga, Fernanda Félix, Alana Ribeiro, Arthur Gomes, Maria Carolina, Paola Lira e Marina Anchises. De longe, mas sempre próximos, agradeço aos meus amigos de vida, que sempre demonstraram interesse em aprender mais sobre o campo da museologia e que cotidianamente me dão apoio em todos os projetos que me envolvo: Vitória Wolghemuth, Rachel Nihari, Celimar Barros, Matheus Adamian, Natália Bento, Luisa Mancini, Louise Campos, Manoella Campos e Júlia dos Anjos.

É preciso também agradecer aos meus pais pelo amor incondicional, o qual é o principal motivo pelo qual eu cheguei até aqui com a competência e dedicação que tenho. À minha mãe, Nayara, por ser exemplo de profissional, acadêmica e

professora, por me apoiar em todos os meus desejos e por ser minha primeira confidente. Ao meu pai, Henry, pelo exemplo de disciplina, comprometimento e profissionalismo, por estar sempre presente e por me apresentar as melhores soluções. Ainda, agradeço ao meu padrasto, José Pimenta, pelo incentivo e apoio durante todo esse processo de estudos. Ao meu irmão, Theo, por sempre acreditar em mim e pelo eterno interesse em tudo o que eu faço e penso em fazer, e por me dar a honra de lhe servir de exemplo. À minha avó Nilza, pelo exemplo de persistência e profissionalismo no âmbito acadêmico e na vida. Por fim, agradeço ao meu companheiro de vida, Tauan, por todos os empurrões, palavras de incentivo e diversas ajudas que possibilitaram a elaboração deste trabalho. Este trabalho também é seu. Por estar sempre junto, por ter participado tão ativamente desse meu ciclo de universitária, por me amparar nos momentos de ansiedade e por sempre me ajudar a encontrar o melhor caminho para mim.

Finalmente, agradeço aos funcionários da Casa da Cultura da América Latina, por serem tão solícitos e interessados na proposta que foi desenvolvida. Por serem tão perseverantes e aplicados nesse processo desafiador que é trabalhar com cultura no Brasil.

RESUMO

Esta pesquisa parte de uma inquietação acerca dos fatores que potencialmente podem transformar o espaço museológico a partir de uma abordagem crítica e pós-crítica. Para isso, seu objetivo é contribuir com o campo de pesquisa, sobre a formação de público em instituições museológicas, por meio de ações que incluam setores da sociedade que costumam estar à margem dos museus. Desse modo, o trabalho visa analisar os potenciais fatores que tornam a Casa da Cultura da América Latina um possível museu distribuído e uma eventual desenvolvedora de ações educativas extramuros e de transmediações. Além disso, propõe uma metodologia para este fim, a partir da construção de um paralelo entre as metodologias aplicadas na pesquisa da Tate Encounters, da Tate Britain, e na Pinacoteca de São Paulo. Ela possui abordagem mista, no que se refere à coleta de dados, por meio de pesquisa bibliográfica, a realização de entrevistas e a elaboração de uma proposta metodológica, que tem como fim a formação de públicos. Ao final do estudo, observou-se que a aplicação de uma metodologia com abordagem crítica ou pós-crítica só é possível e eficaz quando a própria instituição museológica se entende como tal, em todas as suas instâncias.

Palavras-chave: Museologia Crítica. Museologia Pós-Crítica. Formação de Público. Ações Extramuros. Transmediação.

ABSTRACT

This research is based on a concern about the factors that can potentially transform a space into a critical and, as soon as, post-critical museum. To this end, its objective is to contribute to the field of research, on the formation of the public in museological institutions, through actions that include sectors of society that are usually on the margins of museums. Thus, the work aims to analyze the potential factors that make the Casa da Cultura da América Latina a possible distributed museum and a possible developer of educational actions outside walls and transmediations. In addition, it proposes a methodology for this purpose, by means of the construction of a parallel between the methodologies applied in the research of Tate Encounters, Tate Britain, and Pinacoteca de São Paulo. It has a mixed approach, as regards data collection, through bibliographical research, interviews and preparation of a methodological proposal, whose purpose is the formation of audiences. At the end of the study, it was observed that the application of a methodology with a critical or post-critical approach is only possible and effective when the museological institution itself is understood as such in all its instances.

Keywords: Critical Museology. Post-Critical Museology. Public Formation. Actions Outside Walls. Transmediations.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fachada da Casa da Cultura da América Latina..... 54

Figura 2 – Edifício Anápolis 55

Figura 3 – Mapa do Setor Comercial Sul com Edifício Anápolis destacado 58

Figura 4 – Galeria CAL 63

Figura 5 – Galeria Acervo 64

Figura 6 – Cartaz na entrada da CAL..... 70

Figura 7 – Divulgação do cartaz no perfil do Instagram da CAL 70

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – A metodologia e suas correspondências teóricas 68

Quadro 2 – A aplicação e seus obstáculos 73

LISTA DE SIGLAS E ABREVIAÇÕES

CAL	Casa da Cultura da América Latina
Cine CAL	Cinema da Casa da Cultura da América Latina
DPMUS	Departamento de Processos Museais
FLAAC	Festival Latino-Americano de Arte e Cultura
Ibram	Instituto Brasileiro de Museus
LSBU	London South Bank University
MINOM	Movimento Internacional para uma Nova Museologia
NAE	Núcleo de Ação Educativa
PISC	Programa de Inclusão Sociocultural
PRUMEX	Projeto Público de Mediação Extra Institucional
SCS	Setor Comercial Sul
UnB	Universidade de Brasília

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 13

CAPÍTULO 1 – CONTEXTUALIZANDO AS TEORIAS MUSEOLÓGICAS CRÍTICA E PÓS-CRÍTICA 23

1.1 Da “Museologia Tradicional” à Nova Museologia 23

1.2 A Museologia Crítica 26

1.3 A crítica das teorias críticas – a Museologia Pós-Crítica 29

CAPÍTULO 2 – COMO OS MUSEUS SE RELACIONAM COM O PÚBLICO 37

2.1 A relação público-museu dos museus atuais 37

2.2 Permitir e engendrar o acesso às instituições museais 41

2.3 A formação de público 45

CAPÍTULO 3 – PARA FORMAR PÚBLICOS NA CASA DA CULTURA DA AMÉRICA LATINA 53

3.1 A Casa da Cultura da América Latina 54

3.2 A relação da CAL com o público 59

3.3 A proposta metodológica – possibilidades e entraves para a aplicação 67

CONSIDERAÇÕES FINAIS 75

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 78

APÊNDICES 81

INTRODUÇÃO

Centrada nas áreas de Museologia[1], Educação Museal[2], Expografia[3] e Formação de Público[4], esta monografia busca contribuir com a pesquisa acerca da relação da Museologia com a Educação e, como essa junção pode ser eficaz para formar públicos, com o intuito de ampliar o acesso e incluir setores da sociedade que não se sentem pertencentes e representados pelos museus. Para essa contribuição, será traçado um delineamento teórico com o intuito de analisar como foi a transformação da teoria museológica nesse sentido e como uma abordagem inovadora pode contribuir com os museus.

Há uma intenção de explorar como as instituições museológicas podem aproveitar o espaço geográfico onde estão inseridas, ao estabelecer diálogos com a comunidade do entorno, seja ela de qualquer condição social. Assim, serão analisados exemplos de ações de cunho educativo que, mesmo não sendo seu objetivo final, possibilitaram a formação de públicos. A partir da construção de um paralelo entre as metodologias aplicadas na pesquisa Tate Encounters, desenvolvida na Inglaterra, e as ações realizadas na Pinacoteca de São Paulo, pretende-se analisar a Casa da Cultura da América Latina, em Brasília, enquanto instituição potencial de aplicação de ações com metodologia semelhante.

A experiência de pesquisa a ser analisada, intitulada “Tate Encounters: Britishness and Visual Culture”, foi apoiada pela Academia, financiada pelo governo inglês e teve como principal característica ser colaborativa e interdisciplinar, sendo alojada na Tate Britain, na London South Bank University e na University Chelsea

---

[1] Segundo o “Conceitos-chave de museologia”, etimologicamente, a museologia é “o estudo do museu” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2014, p. 61).

[2] A educação museal pode ser definida como um conjunto de valores, de conceitos, de saberes e de práticas que têm como fim o desenvolvimento do visitante; como um trabalho de aculturação, ela apoia-se notadamente sobre a pedagogia, o desenvolvimento, o florescimento e a aprendizagem de novos saberes (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2014, p. 38).

[3] O termo expografia começou a ser usado na França para designar as técnicas ligadas às exposições, estejam ela situadas dentro de um museu ou espaços não museais. Distingue-se da cenografia, a qual é entendida como o conjunto de técnicas de organização do espaço expositivo (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2014, p. 43).

[4] O termo utilizado aqui é o de público enquanto substantivo, que se refere ao conjunto de usuários do museu, enquanto público mais amplo. A noção de público associa estritamente a atividade dos museus a seus usuários, mesmo àqueles que deveriam se beneficiar de seus serviços, embora não o façam (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2014, p. 87).

College of Art. Sua metodologia, a ser detalhada no decorrer da monografia, buscou reunir a prática da teoria, tendo como objetivo responder à problemática central do projeto: analisar, por meio de um estudo de caso da Tate Britain, os motivos da ausência dos públicos constituídos pela categoria Política Negros e Minorias Étnicas (DEWDNEY; WALSH, 2016, p. 3).

A Tate é o museu de arte moderna do Reino Unido, localizado em Londres, composto por quatro galerias: Tate Britain, Tate Liverpool, Tate St. Ives e Tate Modern. A Instituição foi palco de significativas mudanças organizacionais e culturais ao longo das últimas décadas, como reação às mudanças políticas, econômicas e sociais em escala global, fato este que deu uma certa magnitude ao valor simbólico do patrimônio e da arte contemporânea na Inglaterra. No que tange à sua relação com o público, mesmo sendo uma instituição público-privada,

> Tate pode auto-identificar quais públicos ela procura, mas também está ciente de que precisa entender que o público faz parte da sociedade e é no espaço entre essas duas necessidades que a pesquisa identificou e começou a desvendar uma série de problemas em como os termos "audiência" e "público" estavam sendo usados e como, dentro das definições concorrentes, os visitantes estavam sendo reconhecidos erroneamente como representantes sociais (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p.3, tradução nossa)[5].

A Tate Britain, especificamente, sofreu uma crise de representação devido ao não reconhecimento de diferentes identidades e narrativas nas práticas culturais em relação à Coleção Nacional de Arte Britânica. Por conta de uma crise da lógica estética de expor modernista[6], curadoria[7] e expografia estavam indo contra o fluxo da globalização, que trazia a demanda de reconhecimento da diversidade cultural e o desenvolvimento de novos públicos. Tais fatores, aliados à prática governamental e

[5] "Tate can self-identify what audiences it seeks, but is also aware that it needs to understand that audiences are part of society and it is in the space between these two needs that the research identified and began to unravel a series of problems in how the terms 'audience' and 'public' were being used and how, within competing definitions, visitors were being misrecognized as social representatives." (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 3).

[6] Segundo Dewdney e Walsh (2016), a estética modernista centrava seu discurso de acordo com um gosto estético, centrado no objeto.

[7] Segundo Desvallées e Mairesse, a curadoria no Brasil há diferentes concepções. Ela tanto pode ser considerada enquanto pesquisa de uma coleção, ou como o processo que integra todas as ações em torno da coleção ou do objeto museológico (2004, p.33).

institucional de monitoramento de público a partir de um viés estritamente quantitativo[8], contextualizam a inserção da pesquisa Tate Encounters na Tate Britain.

A pesquisa teve duração de três anos, sendo desenvolvida entre 2007 e 2010, e teve financiamento e apoio do Arts and Humanities Council. O projeto foi coordenado por Andrew Dewdney, professor de Desenvolvimento Educacional da London South Bank University, e contou com outros cinco co-investigadores especialistas em cultura visual, história da arte, estudos organizacionais, estudos museológicos e arte multimídia. Além disso, a pesquisa contou com 12 estudantes voluntários e suas famílias, todos imigrantes, os quais documentaram suas visitas à Tate Britain durante dois anos, sendo assim considerados seus co-pesquisadores.

Tendo como principais eixos de pesquisa a Identidade Britânica, a Coleção Nacional de Arte Britânica e as práticas visuais contemporâneas, a Tate Encounters buscou levantar questões problemáticas no contexto museológico britânico, as quais estão presentes em museus do mundo todo, ao estarem inseridos em uma sociedade com amplo acesso à informação e em emergente difusão cultural e identitária.

A pesquisa revelou, a partir do estudo da coleção da Tate Britain, que a identidade britânica representada em suas exposições não reflete a diversidade cultural identitária vivenciada por grupos sociais que são considerados minorias – no caso da Tate Encounters, as minorias étnicas e raciais. Ainda, a pesquisa mostrou, a partir de um estudo organizacional, que não há uma definição única de público operando dentro da Tate Britain. As diferentes concepções de público que perpassam os diversos setores da instituição evidenciam uma visão de público enquanto "audiência", atendida por estratégias de marketing, em contraposição ao conceito de público para o departamento de Educação, o qual fomenta uma experiência afirmativa e direta com o público, levando em conta suas subjetividades individuais.

Dessa forma, segundo Dewdney e Walsh (2016), a Tate Encounters teve como foco a reflexão acerca da política institucional, das barreiras de acesso, das tipologias de público e das acepções de Britanicidade cultivadas dentro da Tate Britain. Para isso, a pesquisa desenvolveu um método denominado Museologia Pós-crítica, enquanto novo pensamento da área museológica que exige um alinhamento de

[8] O monitoramento de público quantitativo perpetua uma prática museológica que desconhece e ignora a existência de público minoritários.

acadêmicos e profissionais com o fim de repensar o papel dos museus no século XXI a partir do viés da transculturalidade[9] e da transmediação[10]. Assim, ao estudar os públicos dos museus, considerando uma variedade cultural e social global, integrando-os no processo museológico como um todo, pretende-se repensar o discurso institucional, as práticas expográficas e a formação de acervo dos museus de arte (DEWDNEY; WALSH, 2013).

Todavia, outros processos museológicos em diversas instituições também são significativos para a compreensão dessas mudanças. Ao pesquisar sobre o desenvolvimento da pesquisa que elaborou a teoria pós-crítica, foi necessário traçar uma reflexão teórica que abrangesse todas as transformações do fazer museal. Com isso, a partir da análise do surgimento de uma abordagem crítica da museologia, foi possível enquadrar como sendo da Museologia Crítica o caso das ações extramuros desenvolvidas pela Pinacoteca do Estado de São Paulo. Essas ações são elaboradas pelo Núcleo de Ação Educativa (NAE) desde 2002, o qual tem como objetivos desenvolver ações educativas a partir de obras do acervo, promover a qualidade da experiência do público no contato com as obras, garantir a ampla acessibilidade ao museu e incluir e transformar em frequentes públicos aqueles que habitualmente não são frequentadores (AIDAR; CHIOVATTO, 2011, p.10).

No contexto de criação do NAE, em 2002, a Pinacoteca realizou

> [...] uma pesquisa de perfil de público espontâneo cujos resultados comprovaram uma situação que podia ser percebida no convívio diário com o museu e seus visitantes: que estes possuem um perfil bastante específico e privilegiado, com altíssima escolaridade e renda familiar entre média e alta, além de não serem moradores do entorno ou mesmo de regiões próximas aos museus, distinguindo-se, assim, do público que frequenta seus arredores (AIDAR; CHIOVATTO, 2011, p.12).

[9] A partir da descoberta da Tate Encounters de que o grupo de estudantes categorizados como “outro” que não o britânico branco rejeitava e resistia às categorias racializadas, e não se viam representantes de uma determinada identidade ou cultura. Assim, a transculturalidade reflete o comportamento de ir além das noções fixas de identidades culturais (DEWDNEY; WALSH, 2016).

[10] Transmediação, de acordo com Dewdney e Walsh (2016), emerge num mundo global e midiatizado, tomando em relação àquele que identificamos como a posição subjetiva do transcultural, produz o que o projeto define como transvisual, caracterizado como um novo modo de ver que procura, ou exige, uma forma de resposta expressiva (p.12).

Foi a partir dos resultados dessa pesquisa de perfil de público que o NAE criou o Programa de Inclusão Sociocultural (PISC), o qual desenvolve ações educativas com grupos em situação de vulnerabilidade social[11], com pouco ou nenhum contato com instituições oficiais de cultura. As ações são extramuros, ou seja, são atividades da Pinacoteca, mas que acontecem principalmente fora do museu. Segundo Aidar e Chiovatto (2011), as ações, enquanto extramuros, visam aprofundar os vínculos da instituição com grupos em vulnerabilidade social do entorno do museu e, ao mesmo tempo, experimentar uma abordagem educativa museológica que tivesse o museu e o patrimônio como eixos condutores.

A pesquisa da Tate Encounters, no Reino Unido, e as ações extramuros realizadas pela Pinacoteca, no Brasil, trazem uma transformação no modo de realizar ações museológicas, tendo como foco a integralização de diferentes grupos da sociedade e a consequente formação de público. Assim, de certa forma, as ações, mais especificamente as realizadas na Tate, tiveram como objetivo problematizar o discurso curatorial, além de colocar em pauta uma mudança no quadro técnico do museu em questão, ao problematizar sobre as diferentes visões de público de cada departamento do museu e como essas discrepâncias impactavam na comunicação interna e, consequentemente, para com o público.

Já a Casa da Cultura da América Latina, local em que esta pesquisa foi realizada, está localizada no Setor Comercial Sul de Brasília. É, há 30 anos, um importante local de encontro para práticas e trocas culturais da cidade com o principal objetivo de promover as culturas ibéricas, latinas e africanas, além de ser espaço de promoção de extensão e pesquisa da Universidade de Brasília. Entretanto, como a maioria dos museus brasileiros, suspeita-se que a CAL, apesar dessa possibilidade de se constituir como uma interface entre a universidade e a cidade, termine ignorando as relações que potencialmente pode constituir com o entorno no qual está inserida por privilegiar, entre outros fatores, em seu discurso curatorial e formatos de exposição, o que Dewdney e Walsh (2016) chamaram de modernismo estético.

[11] De acordo com Aidar, as pessoas em vulnerabilidade social que usufruem desse Programa são aquelas que passam por uma exclusão social, no sentido que se refere aos processos pelos quais um indivíduo ou grupo tem acesso limitado às ações, sistemas e instituições tidas como referenciais e consideradas padrão da vida social, e por isso encontram-se privados da possibilidade de uma participação plena na sociedade em que vivem (AIDAR, 2011).

O Setor Comercial Sul em si é um local que vem sofrendo uma revitalização e um movimento de ocupação cultural, o qual conta com a participação de diferentes coletivos, os quais os principais estão trabalhando em parceria com a CAL. Mais especificamente no ano de 2018, o SCS passou a abrigar dois projetos que têm a ocupação de espaços públicos como mote, por meio da promoção de eventos gratuitos. O projeto chamado Beco Elétrico, por exemplo, foi organizado por cinco coletivos e produtores de festas da cidade, com o objetivo de dar visibilidade ao Beco da Casa de Cultura da América Latina, e também à própria Instituição.

Além disso, o fato de o prédio no qual a CAL está inserida ser um edifício comercial que recebe diferentes pessoas todos os dias e que abarca diferentes serviços comerciais, como a UnB Idiomas, evoca a multiplicidade e a diversidade do público que frequenta o entorno da Instituição museológica e que pode se tornar um público frequente.

Dessa forma, tendo em vista o paralelo a ser feito entre esses dois casos em que públicos não frequentadores de instituições culturais foram evidenciados a partir de um enfoque metodológico crítico e pós-crítico, no que tange à abordagem reflexiva, orientada pela prática e centrada na formação de público e na quebra de padrões discursivos, essa pesquisa visa analisar os potenciais fatores que tornam a Casa da Cultura da América Latina um possível museu crítico ou pós-crítico, e uma eventual desenvolvedora de ações educativas extramuros e de transmediações, com o intuito de interligar a Instituição com o entorno e de formar público a partir da ressignificação de discursos institucionais e curatoriais.

Assim, o objeto a ser pesquisado parte da inquietação acerca dos fatores que potencialmente podem transformar um espaço museológico a partir de uma abordagem crítica e pós-crítica. O principal fator motivador para a realização desta pesquisa é a necessidade de colocar em questão a existente lacuna teórico-metodológica da área museal no que concerne à associação de estudos de público dos museus na construção de ações educativas que incluam setores da sociedade que não os frequentam.

São diversos os debates teóricos encontrados que evidenciam uma lacuna nas pesquisas de público. Autoras como Adriana Mortara Almeida (2005) e Luciana Sepúlveda Köptcke (2012), por exemplo, discutiram as metodologias da aplicação de pesquisa de público e suas consequências na relação entre o visitante e sua devida

fruição nas exposições museológicas. Ainda, Marília Xavier Cury, em “Os usos que o público faz dos Museus” (2004), realizou um levantamento das pesquisas acadêmicas realizadas na linha de recepção de público, com o intuito de discutir o papel do museu na contemporaneidade a partir da sua participação ativa na dinâmica cultural, relacionando-a à comunicação e à educação museal.

A partir dessas bibliografias, é possível afirmar que a promoção de estudos de público nas instituições museais nos últimos anos parece estar pautada apenas na abordagem quantitativa, ignorando a subjetividade e a pluralidade dos visitantes dos museus. Tal prática evidencia uma lacuna que, se contestada e acrescentada a abordagem qualitativa, poderia acrescentar mudanças desde o âmbito da gestão museológica, até o discurso curatorial e a agenda de exposições.

Ao realizar um delineamento do perfil de um público potencial da Casa da Cultura da América Latina, a pesquisa irá contribuir com a pesquisa já iniciada pelo Departamento de Processos Museais, do DPMUS/Ibram, em 2012, o qual realizou um levantamento estatístico dos motivos indicados pelos indivíduos para a não-frequência aos museus e as condições sociais e econômicas com as quais tal opção se relaciona para, por fim, buscar uma definição do perfil do “não público” do Distrito Federal.

É notável, a partir dos casos que serão analisados nesta monografia, o potencial formador de público das ações educativas de museus de arte, especificamente quando essas têm o enfoque de atingir o público potencial do museu, a comunidade do entorno e aqueles que são, de alguma forma, marginalizados das ações museológicas, classificados como não-público. Tal marginalização, assim como evidencia a pesquisa dos Tate Encounters, se dá, entre outros fatores, devido à persistência de um discurso institucional e curatorial pautado no apelo estético, na valorização do “gosto” (DEWDNEY; WALSH, 2013).

Dessa forma, é evidente a importância da discussão acerca das ações extramuros enquanto instrumento de quebra dessa sacralização das instituições museológicas, no que tange à aproximação de forma efetiva do público com o museu. Mais ainda, é imprescindível, para os profissionais da esfera cultural e museológica, o debate sobre o papel das instituições museológicas e do educador de museu enquanto potencial mediador e desenvolvedor de ações que possibilitem a comunidade efetivamente se apropriarem do processo museológico e participarem

ativamente para garantir a representatividade e o empoderamento desse público (BARBOSA; CASTANHO, 2016, p.382).

O projeto Tate Encounters, caso que constitui a base metodológica desta pesquisa, e a iminente discussão sobre um novo conceito denominado “Museologia Pós-crítica” são pouco conhecidos no campo museal brasileiro. Bem como a abordagem da Museologia Crítica é pouco estudada, sendo mais presente e discutida em outras regiões da América Latina e no Canadá. Dessa forma, este trabalho pretende envolver e discutir sobre a realidade de instituições museais brasileiras, evidenciando a potencialidade de desenvolvimento de novas metodologias a fim de contestar as práticas atuais e propor novas maneiras de agenciar públicos e evidenciar o papel social das instituições museológicas.

Já a escolha das ações educativas extramuros realizadas enquanto caso de estudo, se deu devido à acessibilidade às publicações do PISC a partir do site eletrônico da Pinacoteca e, além disso, devido à conclusão de que a Instituição foi a que mais se destacou após um levantamento realizado acerca do desenvolvimento de atividades extramuros pelos museus brasileiros. Ainda, o fator determinante de consideração da Pinacoteca enquanto instituição a ser analisada, foi a relação de suas ações com o debate sobre como o museu está inserido geograficamente e como as pessoas que frequentam o entorno lidam com os museus.

A partir de pesquisa estabelecida no âmbito de Iniciação Científica, a hipótese é que os fatores principais que incluem a Casa da Cultura da América Latina, no contexto de análise para uma possível execução de metodologia aplicada na experiência da Tate Encounters, compreendem: sua localização no Setor Comercial Sul, setor da cidade que atualmente protagoniza uma efervescência cultural alternativa; a gestão enquanto Programa de Extensão da Universidade de Brasília; o acervo artístico diverso, abrangendo desde produção regional brasiliense até acervo etnográfico; o quadro técnico aberto para avaliações e críticas; a presença de coletivos sociais residentes na Casa, entre outros. Tais fatores serão analisados e comparados ao longo do processo de pesquisa e justificarão a proposta de realização de uma investigação centrada no viés pós-crítico, a partir de uma pesquisa de público.

Por fim, esse estudo objetiva contribuir com a pesquisa sobre a formação de público em instituições museológicas, por meio de ações educativas que incluam setores da sociedade que costumam estar à margem dos museus. Assim, este

trabalho está de acordo com o Eixo 1, “Teoria e Prática Museológica”, do curso de Museologia da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília (UnB), devido à busca em delinear o desenvolvimento teórico da museologia até o surgimento das abordagens críticas e pós-críticas e devido a consequente proposta de uma prática museológica que se enquadre nessas duas abordagens.

Visto isso, o trabalho tem como objetivos específicos: (1) apresentar o conceito da Museologia Pós-crítica e suas intersecções com o conceito da Museologia Crítica; (2) apresentar as metodologias de realização de ações da Museologia Pós-Crítica, no Reino Unido, e de ações extramuros da Museologia Crítica, na Pinacoteca do Estado de São Paulo, no Brasil; (3) analisar os fatores que permitem a potencial aplicação de uma metodologia de cunho crítico e pós-crítico na Casa da Cultura da América Latina.

A proposta metodológica desta pesquisa se constituiu a partir de uma revisão de literatura acerca da metodologia utilizada pela pesquisa Tate Encounters, além de comparar a metodologia de execução das ações extramuros da Pinacoteca de São Paulo, a partir de suas publicações acerca da temática.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é explicativa, analítica e comparativa, uma vez que explicou a base metodológica criada a partir do surgimento do viés da Museologia Pós-crítica no Reino Unido e seu enquadramento enquanto abordagem crítica no Brasil, e analisou os fatores que possibilitam a Casa da Cultura da América Latina desenvolver ações seguindo a metodologia anteriormente explicada.

Para o desenvolvimento de análise da CAL enquanto potencial instituição crítica e pós-crítica, foram realizadas entrevistas com seu corpo técnico, com a finalidade de estruturar quais os conceitos de “público” utilizados por eles. Com o intuito de pesquisar o perfil de público frequentador da Instituição, foi utilizada a metodologia de observação pautada na etnografia, além de analisar os dados referentes a uma aplicação de questionários com o público frequentador do Setor Comercial Sul, com o intuito de delinear um perfil do público potencial da CAL.

Assim, metodologicamente, esta monografia irá trazer ações desenvolvidas por ambas as pesquisas analisadas. As ações que envolvem entrevistas ao corpo técnico, ou até a qualquer público são baseadas na experiência da Tate Encouters. Já em relação à aplicação de pesquisas e estudos de público e o mapeamento do Setor Comercial Sul enquanto local potencial para investir na formação de público, a

metodologia se assemelha com a da Pinacoteca. Tais escolhas foram feitas devido à particularidade do objeto de pesquisa enquanto análise de uma instituição como um laboratório de público, com o intuito de reconhecer o público frequentador, sondar suas estratégias de comunicação e, por fim, formar públicos.

Já os dados da minha pesquisa foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica. No que tange às fontes sobre a pesquisa da Tate Encounters, o documento analisado foi o relatório final da pesquisa, o livro “Post-Critical Museology”. Já em relação à comprovação das fontes que irão pautar a descrição das ações da Pinacoteca, foram analisadas as publicações disponibilizadas pela própria Instituição. Na Casa da Cultura da América Latina, no entanto, os documentos analisados foram os resultados da aplicação das entrevistas com o seu corpo técnico, da aplicação de questionários, da análise dos dados coletados dos livros de assinatura das galerias e de uma observação ativa do espaço geográfico em que a CAL está. Dessa forma, a natureza da minha pesquisa é quali-quantitativa.

Essa pesquisa está dividida em três capítulos. O primeiro irá traçar um delineamento teórico sobre a transformação da museologia enquanto teoria, a fim de contextualizar o surgimento da Museologia Crítica e da Museologia Pós-critica. Já o segundo capítulo irá tratar sobre a forma como os profissionais de museus pensam e se relacionam com seus públicos e quais são os fatores, de acordo com exemplos de museus que seguem abordagens da Museologia Crítica e da Pós-Crítica, que devem ser levados em consideração para a formação de público. Por fim, o terceiro capítulo será destinado à apresentação da Casa da Cultura da América Latina, dos fatores que implicam a possível aplicação de uma metodologia crítica e pós-crítica, e a proposta dessa metodologia, com o intuito de refletir sobre quais foram as facilidades e os percalços da aplicação de uma metodologia com esse feitio.

CAPÍTULO 1 – CONTEXTUALIZANDO AS TEORIAS MUSEOLÓGICAS CRÍTICA E PÓS-CRÍTICA

Com o objetivo de compreender o contexto de surgimento da Museologia Pós-Crítica e quais são suas principais características que se contrapõem as outras abordagens da prática museológica, este capítulo irá traçar um pensamento sobre a teoria museológica, no que concerne seus modos de pensar a gestão, as formas de aquisição e como os museus pensam sobre e se relacionam com seus públicos, seja a partir de ações educativas, ações de divulgação, e as formas de se expor e construir discursos curatoriais.

Para isso, é preciso introduzir e contextualizar as transformações da teoria museológica, trazendo autores primordiais para a consolidação da área, como por exemplo Peter Van Mensch (1982), André Desvallés e François Mairesse (2014). Já no que tange à construção de um pensamento acerca da abordagem crítica da museologia, autoras como Carla Padró (2003) e Nada Guzin Lukic (2017) foram referenciadas, devido a suas reflexões acerca das novas tendências da museologia denominada enquanto crítica. Lukic, mais especificamente, foi a autora que embasou uma reflexão acerca das intersecções e transições entre a abordagem crítica e a pós-crítica, esta última referenciada a partir da publicação que dissertou sobre a experiência da Tate Encounters, a qual concebeu o surgimento da museologia pós-crítica.

1.1 Da "Museologia Tradicional[12]" à Nova Museologia

Segundo Desvallées e Mairesse (2014), o termo denominado Museologia remete ao "estudo do museu", mais especificamente, segundo Georges Henri Rivière, a uma ciência aplicada, à ciência do museu, que o estuda em sua história e no seu papel na sociedade. A Museologia se diferencia do termo "museografia", o qual designa todo o conjunto de práticas ligadas à Museologia. Já a partir dos anos de

[12]A museologia dita aqui como "tradicional" reúne diversas escolas de pensamento, nas quais as práticas museológicas estão centradas no objeto e nas funções sociais e museológicas.

1980-1990, com a criação do ICOFOM, a Museologia é apresentada como o estudo da relação entre o homem e a realidade, sendo esse no qual o museu, fenômeno determinado no tempo, constitui-se em uma das materializações possíveis. Por fim, é possível dizer que a Museologia inclui um campo vasto que compreende o conjunto de tentativas de teorização ou de reflexão crítica ligadas ao campo museal.

No período pós-guerras, os museus entraram em processo de mudança ao se adequarem à modernização no qual eles se desprendem do viés unicamente de pesquisa e de preservação, e começam a investir com mais enfoque em suas exposições e na relação com o público. Começa-se a surgir outros tipos de museus, descentralizados das elites culturais, valorizado também pela nova ideia de conservação "*in situ*", no qual o meio físico original do objeto é posto em relevância em seu processo museal. Com isso tudo, há uma ampliação da noção do que seria o objeto museológico atrelada à noção de patrimônio e relacionadas às questões antropológicas e culturais.

Nesse contexto, no ano de 1958, ocorreu o Seminário Regional da Unesco, no Rio de Janeiro, no qual foi formulado um documento com enfoque na função educativa dos museus, tendo em vista que a educação exercida anteriormente era a formal, a qual considerava o museu como uma extensão da escola. Além disso, atrelado ao pensamento sobre a função educativa dos museus, foi pensada uma expografia mais didática e com mais uso de tecnologias.

Porém, segundo Suely Cerávolo (2004), o caráter preservacionista e educativo dos museus era desconsiderado quando se dava o questionamento de que o museu era uma instituição estratificada no sentido de não corresponder às necessidades da sociedade como público. Esse descontentamento contribuiu com a falta de participação e representação da sociedade no processo museal para a criação de novas alternativas para a área da Museologia - como consequências da elaboração da Carta de Santiago em 1972, com o objetivo de refletir sobre o patrimônio cultural e sobre a construção de uma identidade cultural, a qual é suporte essencial para o desenvolvimento social.

A Mesa Redonda de Santiago, realizada no Chile no ano de 1972, formulou o documento já citado, o qual era centrado na ideia de que a ação dos museus estava definida a partir do conceito de Museu Integral, ou seja, a instituição teria o dever de proporcionar à sociedade uma visão conjuntural de seu meio material e cultural ao

trabalhar com o patrimônio global, passando a ser um meio para a mudança e desenvolvimento social e assumindo sua função social.

Peter Van Mensch, em sua tese “Towards a methodology of museology”, de 1982, ao referenciar o desenvolvimento da teoria museológica, disserta que o museólogo croata Tomislav Sola é um dos principais críticos da museologia tradicionalista, ao afirmar que o museu tradicional, mesmo sendo caracterizado como moderno, se mostra como um “templo da vaidade”. Para Carla Padró (2003), a cultura institucional[13] do museu na “Museologia Tradicional” apresenta o museu como um lugar de saber disciplinar e elitizado, na qual o museólogo se baseia na visão historicista, positiva e enciclopédica, a partir da reprodução de valores ultrapassados do que é exposto aos visitantes, sem incitar interação, produzindo visitantes passivos e profissionais privados de “voz”.

Tendo em vista essa contraposição ao “museu tradicional”, latente no campo após a Segunda Guerra Mundial, é preciso fazer uma reflexão sobre o surgimento do termo Nova Museologia, o qual foi introduzido, segundo Mensch, em três épocas diferentes e em três lugares diferentes[14], sempre ligado à mudança do papel dos museus na educação e na sociedade como um todo. A partir disso, as práticas do museu foram consideradas ultrapassadas e toda a atuação profissional da área foi criticada, incitando-a a renovar-se na perspectiva de um novo compromisso social (MENSCH, 1982, p.45).

Entretanto, segundo constava no estatuto das iniciativas do MINOM[15], fundado em 1985 como resultado da Declaração de Quebec de 1984, o contexto da atuação do novo movimento da museologia incluía como seu papel principal proporcionar uma população com mais autoconhecimento, a partir de uma abordagem interdisciplinar em que o ser humano é considerado em seu ambiente natural, social e cultural. Nessa

[13] Carla Padró conceitua como cultura institucional os conjuntos de conteúdos compartilhados de normas, valores e crenças de membros de organizações e como eles adotam as orientações para as relações entre seus membros (PADRÓ, 2003, p. 52).

[14] Primeiramente o termo foi citado pelos americanos Mills e Grove em 1958, em sua contribuição para o livro de De Borghegyi “O Museu moderno e a Comunidade, seguido de Benoist, em 1971, no contexto do movimento de modernização de museus, depois em 1980 por André Desvallées, ao utilizar o termo “muséologie nouvelle” em um artigo sobre museuologia para o suplemento da Encyclopaedia Universalis. Por último, o termo foi introduzido na Inglaterra por Peter Vergo, no livro de sua autoria “A Nova Museologia”, em 1989 (MENSCH, 1982, p. 45).

[15] MINOM – Movimento Internacional para uma nova Museologia, é uma organização internacional filiada ao ICOM (International Council of Museums), fundado em 1985, em Lisboa, após a 1° Conferência Internacional dos Ecomuseus e da Nova Museologia, ocorrida em 1984, em Quebec, Canadá (MENSCH, 1982).

nova atividade museológica, os métodos e as práticas são em prol do envolvimento ativo da população, caracterizando uma estrutura museológica flexível e descentralizada, que se adequava ao território e à população envolvida.

Ainda, segundo Mensch, o estatuto do MINOM estava ciente de que a utilização do termo “novo” não devia ser interpretada apenas no sentido de modernizar o museu por meio de métodos modernos de pesquisa, documentação e gestão, mas em relação aos seus objetivos e iniciativas. Entretanto, para Mensch, a distinção entre o uso do adjetivo “novo” e “crítico”, no que concerne o surgimento da abordagem crítica na museologia, sendo esse adjetivo colocado de maneira não tão sistemática quanto o “novo” (MENSCH, 1982, p. 46-47).

1.2 A Museologia Crítica

O termo “Museologia Crítica” foi, segundo Peter Van Mensch (1982, p. 46), introduzido pela primeira vez em 1984 por Lynne Teather para caracterizar a abordagem museológica adotada pela Reinwardt Academie, bem como foi citada por Hawes ao afirmar que o museólogo deve empenhar-se pelo “museu crítico”.

Já no Reino Unido, o termo “curadoria crítica”[16] surgiu para se referir a uma atitude generalista semelhante ao que se referia às práticas da Nova Museologia, no que concerne, como afirma Antony Shelton (2013), à ausência de um método distinto que se contrapunha e submetia uma crítica sustentada ao antigo modo de se fazer museologia.

As abordagens críticas que emergiram de diversas fontes disciplinares e metodológicas, segundo Nada Guzin Lukic (2017), surgiram a partir da influência dos estudos culturais e pós-coloniais das décadas de 1980 e 1990 e foram aplicadas a questões de identidade durante as mudanças políticas, sociais e culturais do final do século XX. A abordagem crítica nos museus, mais especificamente, se voltou à forma de representação da cultura e à utilização do poder midiático dos museus.

Lukic chama atenção ao caráter precursor da Museologia, o qual considerava a abordagem crítica como um elemento fundador, assim como afirmam Mairesse e

[16] O termo, segundo Mensch, refere-se a uma nova prática curatorial que tem como objetivo envolver uma audiência não especializada.

Desvallées ao dissertar que a Museologia se refere a “um conjunto de tentativas de teorização ou reflexão crítica ligadas ao campo museal” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2014, p. 63).

Dessa forma, a partir da manifestação dos estudos pós-coloniais, emergente nas décadas de 1980 e 1990 nos Estados Unidos, no Canadá e na Europa, as teorias críticas surgiram nos museus com o intuito de questioná-los em relação às formas de representação do poder colonial e da musealização do outro, mais especificamente nos museus de etnologia e antropologia. Em sequência, na América do Norte, a partir dos anos 2000, as abordagens da museologia com um viés colaborativo se tornaram regra em museus canadenses, com o intuito de buscar parcerias para a elaboração de uma prática museológica interdisciplinar.

Já no que concerne à teorização crítica do caráter midiático dos museus, surge o questionamento das indústrias culturais dominantes e o emergente fenômeno de “Disneylandisation” dessas instituições, no que se refere às abordagens museológicas modeladas nas indústrias de entretenimento, na comercialização da cultura e no turismo em massa. Esse fenômeno explica a tendência do surgimento de museus espetacularizados, nos quais os objetos são considerados produtos e o público é visto como consumidor.

Tendo em vista esse contexto, Lukic afirma que

> O museu é um campo de pesquisa nas ciências sociais e um sintoma, uma representação das transformações da sociedade. A etnologia e a antropologia provocam reflexões críticas sobre a postura do pesquisador e sua subjetividade em um contexto de trabalho de campo. Esta perspectiva desafia a museologia e os museus confrontados com os problemas da diversidade social e suas representações bem como os estudos de público (LUKIC, 2017, p. 118, tradução da autora)[17].

Para Carla Padró (2003), a Museologia Crítica tem sido uma resposta para a compreensão do museu como um lugar de divisão entre especialistas e novatos, visitantes cultos e visitantes consumidores, produtores de conhecimento e tradutores.

[17] “le musée est un terrain de recherche em sciences sociales et un symptôme, une représentation des transformations des sociétés. L’ethnologie et l’anthropologie suscitent les réflexions critiques sur la posture de chercheur et sa subjectivité dans um contexte de travail de terrain. Cette perspective interpelle la muséologie et les musées confrontés aux problématiques de la diversité des sociétés et de leurs représentations, ainsi que les études des publics”

Segundo ela, essa contraposição só ocorrerá a partir da efetivação de uma determinada cultura institucional.

Assim, segundo ela, o “museu crítico” surge como um lugar de dúvida, de pergunta, de controvérsia e de democracia cultural. O museólogo passa a ser encarregado de questionar a origem do museu e de suas coleções a partir de um conhecimento relacional, afirmativo e interdisciplinar, tendo o compromisso de contestar os problemas da museologia tradicional e da museologia democratizadora. Já as práticas museológicas girarão em torno da narrativa, da interpretação e da representação e os profissionais passam a ser entendidos como trabalhadores culturais. A estrutura gestora é pós-moderna, com departamentos flexíveis, adaptáveis e colaborativos, idealizadores de projetos em rede. Por fim,

> O papel do museu será atuar como aquele que possibilita diferentes visões. Aqui, seríamos confrontados com a falácia da instituição, porque a cultura institucional é colocada em escrutínio e é revisada a partir do papel interpretativo do museu, em vez de seu papel patrimonial conservador ou seu papel gerencial (PADRÓ, 2003, p. 59, tradução da autora)[18].

Padró trabalha o conceito da museologia crítica a partir da análise de três visões da instituição cultural, sendo elas: a Museologia formalista, que compreende o visitante como um sujeito passivo, fortalecendo a divisão entre visitantes e profissionais do museu; a Museologia Analítica, na qual o visitante já é considerado um sujeito entre ativo e passivo, assumindo uma posição de assimilador de conteúdo, e a divisão entre profissionais e visitantes segue vigente; e a Museologia Crítica, na qual os profissionais são entendidos como produtores de conhecimento, rompendo com a divisão entre público e privado, a fim de fomentar uma cidadania mais crítica, ao invés de só consumista, ao assumir um perfil social e democrático (PADRÓ, 2003, p. 60).

[18] “el papel del museo será precisamente actuar como aquel que possibilita múltiples miradas. Aquí, estaríamos ante la falácia de la institución porque la cultura institucional es puesta em escrutínio y es revisada desde el papel interpretativo del museo, más que su papel conservador patrimonial o su papel gestor.”

Ao dissertar sobre a abordagem crítica em museus de etnologia e antropologia, Lukic (2017) afirma que a mesma abordagem pode ser aplicada em outras tipologias de museus, pelo fato de que

> o museu é uma figura central das sociedades contemporâneas. As mutações de museus e sociedades acompanham a transformação das teorias utilizadas em suas análises. Assim, a crítica mais ou menos virulenta e negativa do museu dos estudos culturais e pós-coloniais dá lugar a uma crítica ao atual museu, que assume outras dimensões[19] (LUKIC, 2017, p. 118, tradução da autora).

Assim, segundo Lukic, os museus atuais, mais especificamente os de arte, estão inseridos na indústria cultural vigente, os quais atuam a partir de um relacionamento com o público baseado na aferição de sua felicidade e bem-estar. Tais museus inseridos nesse contexto estão cada vez mais extravagantes e espetacularizados, como mencionado anteriormente, contribuindo com a lógica consumista na qual a estética é mais valorizada que o conteúdo e sua fruição.

Com o intuito de trazer uma contraposição a essa lógica contemporânea, a autora canadense traz o exemplo da Tate Gallery que, ao enfrentar problemas de migração e de diversidade, começa a questionar a operacionalização ou aplicação dessas abordagens críticas em seus museus. Sendo assim, ela afirma que, a partir do desenvolvimento de uma experiência colaborativa e transdisciplinar, começa a ser trazida à tona uma crítica das teorias críticas, representando um poder político, cultural e econômico.

1.3 A crítica das teorias críticas – a Museologia Pós-Crítica

A Museologia Pós-Crítica emergiu dos métodos utilizados na experiência da Tate Encounters, que surgiu após a aplicação de uma pesquisa demográfica na Tate Britain, na Inglaterra, a qual demonstrou que os visitantes da instituição não representavam a sociedade como um todo. Esse resultado, comprovado a partir de

[19] “le musée est une figure centrale des sociétés contemporaines. Les mutations des musées et des sociétés accompagnent la transformation des théories qui servent à leur analyse. Ainsi, la critique plus ou moins virulente et négative du musée des études culturelles et postcoloniales cede la place à une critique du musée actuel qui prend d’autres dimensions.”

um tipo de estudo de público, impulsionou o financiamento do governo para a elaboração da Tate Encounters, e possibilitou a parceria com a London South Bank University. Essa universidade foi selecionada como principal colaboradora institucional do projeto, não apenas pela existência de uma especialização em pesquisas e estudos sociológicos de raça, mas também pelo perfil demográfico de seus alunos. Dessa forma, publicada pela Tate Gallery em 2012, a publicação referência da pesquisa, levanta, entre outras indagações, a questão dos estudos externos dos museus e a operacionalização desses estudos nos museus de arte.

Essa preocupação constante com a museologia e seu ensino abre, com o desenvolvimento de um pensamento crítico e pós-crítico, novas perspectivas de pesquisa colaborativa. Assim, o museu que é criticado e que se autocritica pela primeira vez co-constrói o pensamento crítico com os meios de pesquisa, com a comunidade e com os seus diversos públicos.

Segundo Andrew Dewdney, David Dibosa e Victoria Walsh, os coordenadores da pesquisa Tate Encounters, a abordagem crítica nos museus de arte emergiu de uma crítica da prática museológica estabelecida e da história da arte convencional, questionando a visão de que pode haver um padrão universal robusto pelo qual o valor dos objetos pode ser determinado e atribuído. Já a abordagem pós-crítica, concebida a partir da experiência da pesquisa na Tate, adotou as críticas já existentes, mas ao fazê-lo, testou contra o que Thrift chama de “empirismo radical” ou “uma poética de liberação de energia” na experimentação de como a Tate registrou o encontro (THRIFT, 2008, p. 12 apud DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 223).

A abordagem da pesquisa, que caracterizou a metodologia pós-crítica, foi organizada a partir de diversas dimensões práticas, de forma organizada e conduzida de forma colaborativa e totalmente incorporada ao site da pesquisa. A metodologia desenvolvida foi transdisciplinar e adotou um método reflexivo para a coleta de dados e sua análise, o qual será mais aprofundado nos próximos capítulos dessa monografia. Essa reflexividade, referência em pesquisas sociológicas recentes, com o intuito de reconhecer a agência do pesquisador, ofereceu à pesquisa um meio de reconhecer o que estava sendo examinado e o método de aferição precisavam ser entendidos como objeto e sujeito da pesquisa, causa e efeito.

Dessa forma, os resultados obtidos puderam ser verificados ao longo da duração da pesquisa, a fim de reconhecer e modificar hipóteses e abordagens de

aferição de dados. Esse avanço de uma posição reflexiva por meio da prática exigiu o abandono progressivo de posições críticas que só poderiam ser teoricamente sustentadas. Assim, as perspectivas que se desenvolveram desse processo emergiram tanto da prática do museu quanto da argumentação teórica, o que coloca em evidência o principal objetivo da Tate Encouters: o impasse entre teoria e prática museológica.

Segundo os autores, essa divisão latente entre teoria e prática e entre o museu e a academia é constituída de uma falha epistêmica que é manifestada de maneira mais evidente em dois pontos:

> Em primeiro lugar, dentro da academia há uma divisão entre reflexão teoricamente informada em pesquisa e conhecimento operacional contingente no ensino, e no museu entre o know-how de práticas operacionais e o know-why do conhecimento estratégico. Em segundo lugar, há uma divisão entre teoria e prática entre a academia e o museu, na qual o museu é colocado como a esfera operacional concreta considerada como objeto de reflexão abstrata pela academia (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 221, tradução da autora).[20]

Essa divisão não é quebrada, devido à persistência de uma visão “não crítica”, em consequência da continuidade de um pensamento convencional no qual a academia acaba produzindo um conhecimento encomendado, aplicado e especulativo sobre os museus. Já por parte dos museus, entretanto, há um auto reconhecimento da instituição enquanto organização de práticas diversas, a serem estudadas pela academia e pelos seus métodos disciplinares. Essa compreensão se dá pelo fato de os museus não se dedicarem à produção de conhecimento abstrato sobre si mesmo e de sua esfera operacional, apesar da demanda em sua missão de qualquer museu que exige o desenvolvimento de pesquisa.

De acordo com os pesquisadores da Tate, a principal razão de os museus não responderem e aplicarem práticas da teoria crítica da museologia se dá pelo fato de que o projeto crítico só pode superar essa divisão entre teoria e prática produzindo mais teoria. Além disso, os gestores de museus parecem não enxergar relevância

[20] Firstly, within the academy there is a division between theoretically informed reflection in research and contingent operational knowledge in teaching, and in the museum between the know-how of operational practices and the know-why of strategic knowledge. Secondly, there ir a theory/practice division between the academy and the museum, in which the museum is posited as the concrete operational sphere considered as the object of abstract reflection by the academy.”

imediata na teoria crítica e procuram, em contraponto, constituir um corpo profissional de conhecimento sobre o museu por meio de consultas externas lideradas pela visão de marketing, reafirmando o contexto de difusão de museus espetacularizados e a consequente relação público-instituição baseada em objetivos consumistas.

Dessa forma, a pesquisa Tate Encounters buscou quebrar com essa divisão epistemológica ao implementar uma metodologia reflexiva, transdisciplinar e colaborativa, principalmente com estudantes universitários e pesquisadores, de forma a aproximar a teoria da prática e quebrar com essa ausência de diálogo entre essas duas esferas que deveriam ser complementares. Esse fator conflitante será discutido e analisado ao longo da monografia, a partir da reflexão suscitada pela Tate e a devida aplicação em outra instituição, mesmo que de missões e contextos de existência diferentes.

Essa tentativa metodológica dos pesquisadores em aproximar a prática da teoria se deu devido à tendência epistemológica adotada do sociólogo Bruno Latour[21], no que tange o assentimento de que os museus são constituídos de diversas esferas organizacionais e operacionais que se manifestam a partir de “operações em rede”. A partir dessa afirmação, a pesquisa vai colocar em evidência o conceito de “museu distribuído”, o qual é designado para explicar as dimensões interligadas, híbridas e performativas de um museu, levando em consideração dois tipos diferentes de rede.

Estas diferenças entre os tipos de rede é que distinguem um museu distribuído de um museu virtual, por exemplo, pelo fato de que o museu virtual está inserido apenas no conceito de rede técnica, dependente da internet, enquanto o museu distribuído leva em consideração, além da tecnicidade que dispensa a necessidade de um ator-rede, a rede enquanto ferramenta descritiva, que demanda a existência de um ator-rede para a organização de uma prática.

Essa existência do museu enquanto pertencente a uma rede, ou várias redes, se dá atualmente pela existência e persistência da tecnologia e do consequente surgimento de novas mídias que estão constantemente modificando a relação mediadora e a comunicação entre pessoas e o valor cultural. Essa dicotomia entre as

[21] Bruno Latour é um antropólogo, sociólogo e filósofo da ciência francês, desenvolvedor da Teoria ator-rede (Actor Network Theory), teoria bastante utilizada pelos coordenadores da pesquisa da Tate Encounters com o objetivo de explicar o surgimento de fatos científicos e para explicar novos paradigmas da comunicação que surgiram com a eclosão da cultura contemporânea.

diferentes abordagens que eram levadas em consideração de acordo com a fisicalidade ou virtualidade espacial é colocada em questão.

Quanto às modificações das relações institucionais com os públicos e audiências dos museus, a interatividade aplicada com o auxílio de novas mídias tem sido cada vez mais utilizada com o intuito de repensar a audiência e o público. Assim, consequentemente, a pesquisa traz o conceito de “remediação”, no que tange o surgimento de uma dupla lógica que coloca em questão o imediatismo, que tende a apagar os vestígios da mediação com jogos imersivos, por exemplo, e a hipermídia, que torna a mediação altamente presente com o intuito de suscitar uma experiência hipermidiática.

Entretanto, é preciso destacar que a tendência dos museus inseridos nessa explosão das novas mídias, que a utilização de certas tecnologias como audioguias, aplicativos e dispositivos de realidade aumentada, são meios neutros em relação à mensagem recebida e à experiência do usuário, utilizadas apenas com o intuito de ampliar a experiência dos usuários, sem complementar devidamente com a qualidade e com os níveis de fruição com que o conteúdo está sendo passado. Dessa forma, o conceito de remediação é abrangente e útil para o entendimento dos novos rumos que a tecnologia está suscitando para a esfera de atuação dos museus, seja no que tange à gravação digital de eventos, quanto à digitalização de acervos, por exemplo.

A pesquisa da Tate, em contraposição, adotou o conceito de “transmediação” ao desenvolver um modelo para trazer seu trabalho sobre espectadores contemporâneos como uma experiência transcultural, complementando a discussão em voga sobre as novas mídias e como elas se manifestam e modificam os museus. Dessa forma, os autores trazem o conceito de transmediação segundo Siegal, no qual essa abordagem utiliza entendimentos de um sistema e os move para outro contexto, que

> em vez de privilegiar uma leitura "correta" de um dado texto de mídia baseado na aquisição de conhecimento especializado, abre caminho para o aprendiz criar novas estruturas de significados baseados em seu conhecimento implícito de léxico de mídia no campo expandido da cultura visual. e, por implicação, de seus mundos de vida estendidos

> e de sua língua[22] (SIEGAL, 1995, p. 455 apud DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 202, tradução da autora).

Esses processos de transmediação estão implicados nas práticas cotidianas, em diversas esferas, por meio de uma série de atividades, onde quer que a mídia de recepção e de autoria esteja envolvida. No museu de arte, a transmediação está envolvida como parte da encenação de objetos e nas estratégias expográficas para a fruição por parte dos visitantes. Essa prática não é reconhecida pela curadoria dos atuais museus de arte moderna e contemporânea, pelo fato de não reconhecer que a remediação é agora o padrão digital e estético, estruturante da visão.

Visto isso, a prática curatorial modernista precisa se ressignificar com o intuito de compreender a transmediação como uma prática possível a partir da qual seu próprio conhecimento poderia ser mediado entre sistemas de signos, além de fornecer um meio para a relação transnacional com o público.

Por conseguinte,

> Remediação e transcultural são as novas posições de padrão histórico da visualidade contemporânea. Tal interseção é um local dentro do museu distribuído. Tal compreensão começa a dar sentido à relação entre objetos históricos feitos em condições técnicas e sociais de forma diferente, ainda que continuando com o presente e o espectador contemporâneo. Todo espectador chega diante do objeto culturalmente consagrado com uma história diferente, senso de tempo e posição dentro das redes e, no entanto, todo espectador está diferentemente sujeito aos processos de mediação homogeneizantes. Este reconhecimento final apresenta um desafio para a autoridade cultural tradicional do museu, bem como para todas as instituições de literacia mediática, porque coloca o espectador na mesma posição em relação aos processos culturais de remissão como profissional de museu (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 204, tradução da autora).[23]

---

[22] “rather than privileging a 'correct' reading of a given media text based upon the acquisition of expert knowledge, poens the way out for the learner to create new structures of meanings drawing upon their implicit knowledge of ohter media lexicons in the expanded field of visual culture and, by implication, from their extended life worlds and from their language.”

[23] “Remediation and transcultural are the new historical default positions of contemporary visuality. Such an intersection is a location within the distributed museum. Such an understanding begins to make sense of the relationship between historical objects made in technical and social conditions both different form, yet continuous with the present and the contemporary spectator. Every spectator arrives in front of the culturally consecrated object with a different history, sense of time and position within networks and yet every spectator is differentially subject to the homogenizing processes of mediation. This ner recognition presents a challenge to the traditional cultural authority of the museum as well as to all institutions of media literacy, since it places the spectator in the same position with respect to the cultural processes of remediation as museum professional”

Essa nova prática transmidiática, ao considerar toda a subjetividade de cada visitante e compreender que a mediação pode criar novos entendimentos do que está sendo exposto nas instituições museológicas, seria, segundo os pesquisadores, a resposta para a problemática da falha de conexão e relação dos museus e seus públicos. Pois, segundo eles, os museus de arte e os museus em geral ainda não encontraram formas de se conectar, de maneira concisa e prática, com o conhecimento de seus públicos incorporados e distribuir seu conhecimento acumulado de maneiras significativas para os profissionais dos museus.

Por fim, os pesquisadores levantam alguns fatores que podem ser os motivos para o desconhecimento das instituições sobre seus públicos. O primeiro seria a aderência profissional para uma taxonomia de comunicação que continua a distinguir a arte como uma categoria especial de objetos acima de outros e, categoricamente, separa objetos de seres humanos, fortalecendo um distanciamento entre museus de arte e público. Segundo, é a contínua dependência de uma taxonomia social, baseada em classe, raça e etnia como meio de entender a audiência e a frequência do museu. Terceiramente, seria a prática organizacional de um modelo não transacional de comunicação no valor de uso do próprio museu, em que o conhecimento do espectador é considerado privado e individual, enquanto o conhecimento do dito especialista é considerado público. Assim,

> Todos esses fatores significam um profundo desconhecimento da posição do público e do potencial das novas mídias para aproximar o espectador do museu e o museu do público e, ao fazê-lo, tornar visíveis as redes do museu distribuído para todos os interessados. (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 204).[24]

São essas questões e fatores que acabam distanciando a comunidade dos museus de arte, especificamente, que serão analisadas e discutidas ao longo dos próximos capítulos, seja por um viés teórico crítico, ou pelo viés da teoria pós-crítica.

O fato de que a abordagem pós-crítica tenha sido pioneira na Inglaterra, inserida em um contexto social e político diferente do brasileiro, justificaria o uso da

[24]"All of these factors amount to a profound misrecognition of the position of audience and of the potential of new media to bring the viewer closer to the museum and the museum closer to the public and, in doing so, to make networks of the distributed museum visible to all concerned."

teoria apenas como uma base metodológica, a ser comparada e utilizada apenas como referência e ponto de partida para repensar como um museu de arte brasileiro poderia repensar seu público e agir para a formação de público. Visto isso, a partir da observação, por meio de pesquisa bibliográfica e análise de casos, sendo que a maioria das novas abordagens de conexão e relação dos museus brasileiros estão encaixadas em uma abordagem crítica, as análises e discussões a serem feitas ao longo dessa monografia irão se pautar nessa relação e intersecção entre essas duas abordagens.

CAPÍTULO 2 – COMO OS MUSEUS SE RELACIONAM COM O PÚBLICO

Após traçar uma reflexão sobre as teorias museológicas e suas transformações, este capítulo irá tratar mais especificamente sobre como os profissionais de museus pensam e se relacionam com seus públicos e quais são os fatores, de acordo com exemplos de museus que seguem abordagens da Museologia Crítica e da Pós-Crítica, que devem ser levados em consideração para a formação de público, seja por meio de ações de divulgação, discursos curatoriais e institucionais ou ações educativas específicas para este fim.

Para isso, autores de diversas áreas serão abordados. Para tratar sobre como as relações entre os museus atuais e seus públicos são estabelecidas, foram abordados autores como Cayo Honorato (2016) e Carmen Mörsch (2016). Já para dissertar sobre o acesso, autores como Barbosa e Castanho (2016), Paula Hilst Selli (2012) e Gabriela Figurelli (2010) foram citados. Quanto ao caso da Pinacoteca, publicações de Mila Milene Chiovatto e Gabriela Aidar (2011 e 2015), devido aos seus cargos de Coordenação de Ações Educativas e Coordenação dos Programas Educativos Inclusivos, respectivamente, irão embasar as discussões acerca do acesso aos museus e as explanações acerca da metodologia de desenvolvimento das ações extramuros. Já para descrever a experiência da Tate Encounters, os autores Andrew Dewdney, David Dibosa e Victoria Walsh (2012), pesquisadores coordenadores do projeto na Tate Britain, irão dar o embasamento para a análise da metodologia da experiência.

2.1 A relação público-museu dos museus atuais

Antes de fazer uma análise sobre como os casos da Tate Britain e da Pinacoteca trouxeram uma reflexão diferenciada acerca da relação público-museu, é preciso discutir sobre como esta é estabelecida nos museus atuais, sem uma prévia imposição ou desenvolvimento de uma ação ou experiência que aprimore esse fator, tão central para a existência museológica.

Segundo Dewdney e Walsh (2016), no artigo “Da diversidade cultural aos limites do modernismo estético – políticas culturais da coleção nacional, mecanismos de exibição e exposição” e, assim como já foi citado no capítulo anterior, os museus de arte na atualidade convivem com um grande problema que se institui com a contínua fidelidade ao formato modernista de exibição. Esse formato coloca em sobreposição a fruição estritamente estética da obra de arte e se contrapõe à atual preocupação das instituições culturais acerca da ampliação das formas de participação do público.

Essa forma de exibição, constantemente utilizada pelos setores de curadoria e expografia de museus de arte ao evidenciar o conteúdo estético do objeto em detrimento da sua relação com o sujeito e suas diferentes interpretações, evidencia uma autoridade curatorial que consolida uma hierarquia organizacional e a consequente separação entre esferas de curadoria e educativo, objeto de arte e público. Segundo os autores, na conjuntura contemporânea, a presença de públicos transculturais e alfabetizados pela linguagem das novas mídias ameaça essa separação institucionalizada de valores, desafiando essa autoridade curatorial apoiada na forma de expor do modernismo estético (DEWDNEY; WALSH, 2016, p. 2).

Assim, no que se refere ao que a pesquisa da Tate Encouters nomeou como “cisão entre colecionismo e recepção, objeto e sujeito” (Idem, p. 11), essa fragmentação de valores também se manifesta nas diferentes concepções sobre qual é o conceito de público e qual o público das instituições museológicas. Pode-se dizer que há uma ausência de consenso institucional sobre qual seria o conceito de público, devido às diferentes visões que os diversos setores e departamentos dos museus têm em razão de suas diferentes funções que demandam diferenciados comportamentos ao lidar com o público.

No que concerne ao Departamento de Marketing da Tate Britain, por exemplo, a noção que os funcionários têm de público é a de “audiência”, no que tange a significação dos visitantes da instituição enquanto consumidores ou clientes. Já o Departamento de Educação usa a terminologia “público”, ao considerar todas as subjetividades dos visitantes que participam de encontros diretos com a equipe educativa. Essa contraposição entre as nomenclaturas “audiência” e “público” impacta na denominação de um público alvo nas práticas de divulgação e marketing, logo, naquela noção de público que a curadoria atende ao montar o discurso curatorial das

exposições, sempre levando em conta uma fruição estética que acaba por espetacularizar as exposições de arte, seus objetos e as relações objeto-público.

Assim, é importante trazer as conclusões tiradas pela experiência da Tate, as quais deduzem que os públicos são modelados pelos museus. Pois, ao examinar as abordagens tomadas pelo museu para com um público minoritário, revelou-se uma visão limitada de política cultural e a noção de que os públicos são modelados a partir das perspectivas que o museu pode vir a ter do que é “diferença”. Ainda, pôde-se afirmar que os museus de arte, e talvez os museus em geral, ainda não encontraram formas de se conectar, de maneira concisa e prática, com o conhecimento de seus públicos incorporados e, assim, incorporar tais conhecimentos acumulados de maneira significativa aos profissionais do museu.

Ademais, ainda no que diz respeito às diferentes concepções do que se entende como público por parte dos museus, segundo Honorato, “avançar uma democracia cultural não me parece possível sem uma compreensão daquelas complexidades das diferentes concepções de público, em suas dimensões históricas e culturais.” (HONORATO, 2013, p. 2).

Essa ausência de discernimento sobre qual é seu público e qual o seu conceito por parte dos museus pode ser explicada pela carência de políticas internas que determinem a aplicação de estudos de público, e, além disso, a abstração da necessidade de instaurar métodos de estudo de público qualitativos, ao invés de apenas quantitativos, os quais são geralmente utilizados pelos museus devido às habituais técnicas que se preocupam em apenas contar o público, como o uso de livro de assinaturas, contagem manual, e outros meios.

É preciso citar a referência a Hooper-Greenhill feita por Aidar, Cândido e Martins (2015), no que tange à necessidade de estabelecer processos investigativos que

> dêem conta da compreensão dos processos de ressignificação que o visitante estabelece em contato com os objetos expositivos. Para ela, a forma mais adequada de captar esse processo é a extrapolação dos instrumentos quantitativos em direção a abordagens mais sociológicas e qualitativas (AIDAR; CÂNDIDO; MARTINS, 2015, p. 310).

Pois, tal prática de estudo de público, voltada apenas aos dados quantitativos, contribui com a falta de conhecimento sobre as demandas sociais e subjetividades de seus frequentadores, bem como não apontam as parcelas que não visitam suas instituições. Essa falta de conhecimento sobre quem visita ou quem não visita acaba por contribuir com ações educativas que atuam a partir de uma abordagem transmissora, considerando o público como passivo, ao invés de considerar uma abordagem cultural[25], na qual os receptores constroem suas experiências, contribuindo com um processo de troca e participação durante as práticas educativas.

As práticas de mediação em museus que seguem discursos, de acordo com a denominação de Carmen Mörsch (2016), afirmativos, no que tange à realização de eventos e oficinas a públicos já interessados ou especializados, ou reprodutivos, que assumem o papel de educar um público desinteressado ou não conhecedor da arte, acabam por corroborar com a falta de acesso que as instituições museológicas, sobretudo as de arte, enfrentam. Ainda, mesmo os públicos específicos, com suas características e necessidades próprias, ao serem estabelecidos pela instituição como um grupo de visitantes que demandam tratamento diferenciado, costumam ser tratados pela mediação institucional de uma forma homogênea, sendo assim, segundo Honorato (2015, p. 215), “a tipologização dos públicos é uma forma de controlar o processo educacional”.

Dessa forma,

> Embora se façam em nome dos públicos, de um modo geral, os educativos [...] têm desaparecido com os públicos. Isso significa que as concepções de público sustentadas por essas instâncias, invariavelmente limitadas a totalidades presumidas (da população ao público em geral) ou empirias mensuráveis (dos públicos específicos ao público-alvo), não têm sido capazes de compreender as complexidades dessa noção que por sua vez tem sofrido um processo radical de decomposição, quem sabe, de reconfiguração (HONORATO, 2013, p. 1).

Ou seja, essa privação de atenção para com as subjetividades dos visitantes, tanto por parte das ações de marketing, como das ações educativas, é prejudicial a

[25] Segundo Hooper Grenhill, citada no artigo “Ampliando audiências por um museu menos excludente” de Coimbra, Cazelli, Corrêa e Gomes, essa abordagem dita como cultural se contrapõe à abordagem transmissora, no que tange os métodos de comunicação em museus (2013, p. 4).

diversas práticas dos museus, visto que, segundo Gonzáles Rey, “desconsiderar afetos e emoções envolvidos no processo educativo é negar sujeitos que interagem nesse processo ou observar esse processo de forma descolada da realidade.” (REY, 2012, apud BARBOSA; CASTANHO, 2016, p. 382).

Além disso, é preciso levar em conta que os museus não consideram as consequências que a sua localização geográfica incide na visitação e no acesso à instituição. Pois, segundo Damasceno (2018), o posicionamento dos museus nas cidades não é natural, assim, a compreensão da disposição dos museus e espaços museológicos é providencial para os estudos de público, visto que

> as análises sobre a visitação dos museus e dos diferentes equipamentos culturais se concentram mais especificamente sobre a capacidade das instituições em atrair públicos visitantes através de eficientes ações comunicativas, e menos sobre as condições sociais nas quais a visitação é possível ou inviabilizada. Com isso, reproduz-se a arraigada visão de que os museus “pairam” sobre a sociedade. Assim, parece que os conflitos e as contradições sociais localizam-se da porta para fora dessas insignes instituições, reforçando assim a ideologia da naturalidade dos museus (DAMASCENO, 2018, p. 25).

Isto é, ignorar as possíveis repercussões sociais que o fato de ocupar um local na cidade geram tanto sob a população do entorno, quanto àqueles que visitam ou deixam de visitar a instituição, corrobora com um posicionamento passivo do museu, enquanto instituição cultural que tem como missão dar acesso e contribuir com mudanças sociais, seja a partir de um impacto econômico ou cultural, gerando empoderamento e contribuindo com a noção de pertencimento de uma parcela da sociedade.

2.2 Permitir e engendrar o acesso às instituições museais

É preciso enfatizar que o cumprimento da função social dos museus e da necessidade de uma ação museológica estar direcionada para a intervenção social com o fim de transformar um contexto social não se dá apenas a partir da abertura de exposições e de um museu para a visitação pública. O acesso se dá a partir da tomada de consciência de uma instituição sobre quem são seus visitantes e quem não a visita,

a fim de ampliar seus meios de acesso e, assim, formar públicos antes excluídos desse contexto.

Segundo Selli (2012), ao citar pesquisas de Adriana Mortara Almeida e, após realizar uma pesquisa composta de conversas com 95 crianças sobre o acesso e a formação de público em museus e instituições na cidade de São Paulo, pode-se inferir que os museus, de maneira geral, continuam de certa forma inacessíveis para grande parte da população. Ainda, Barbosa e Castanho (2016) afirmam que o reconhecimento do distanciamento simbólico do museu e seus conteúdos em relação aos atores sociais presentes no entorno dele são destacados pela metáfora de “museu ilha”.

Aidar e Chiovatto (2011), as quais compõem o Núcleo de Ações Educativas da Pinacoteca do Estado de São Paulo, trazem o conceito de acessibilidade como sendo uma acepção mais ampla, indo além do acesso físico e cognitivo, ampliando para setores da sociedade que são excluídos de processos da cultura. Assim, trazem o conceito de exclusão social, no que se refere ao processo pelo qual um indivíduo ou grupo tem acesso limitado a determinadas ações ou práticas culturais e, assim, são privados de participarem de atividades da sociedade em que vivem. Elas argumentam, por fim, que as instituições culturais, sejam elas museus ou não, podem e devem executar um papel em uma rede de elementos geralmente excludentes ou, em contraponto, serem ferramentas para a inclusão social.

Dessa forma, de acordo com Annamari Laaksonen, da Fundação Interarts de Barcelona, construir o acesso está relacionado a tornar possível, facilitar e, por consequência, é um requisito para a participação, e esta, por sua vez, é indispensável para garantir o exercício dos direitos humanos[26]. Ou seja, segundo Gabriela Aidar, desenvolver projetos de inclusão social é buscar dar um passo além no desenvolvimento de públicos, pois contribui com a procura da promoção de mudanças qualitativas no cotidiano dos indivíduos envolvidos em ações educativas com grupos geralmente excluídos das instituições culturais, como pessoas em vulnerabilidade social, que é o caso das ações desenvolvidas pelo Programa de Inclusão Sociocultural da Pinacoteca.

[26] LAAKSONEN, Annamari, 2011, p. 50, apud AIDAR, 2011, p. 2.

Além disso, no que concerne à democracia cultural, Selli traz o conceito de Botelho, no que tange ao pensamento de uma cultura mais ampla e diversificada. Já em contraposição ao que Bourdieu traz sobre acesso irrestrito, a autora traz o conceito de Bernard Darras sobre “ecologia das culturas”. Esse conceito tem o intuito de ir além das opções já consideradas e para manter a cultura das elites ou democratizar a todo custo essa mesma cultura das elites, bem como relativizar a exclusividade do patrimônio elitista, tornando-o inclusive mais inteligível e integrado à cultura visual vigente (SELLI, 2012, p. 14).

Dessa maneira,

> As formas de concepção da cultura sugeridas por Botelho e Darras, se incorporados ao dia a dia dos museus e suas exposições, poderia contribuir para uma maior aproximação entre este e seu público, especialmente nos casos dos museus de arte, ao passo que encaminham em direção a possibilidade do público de reconhecer-se no museu, ou seja, de surgir um sentimento de percepção entre cidadão e bem cultural (SELLI, 2012, p. 15).

Ou seja, investir na democratização cultural não seria induzir a sociedade a fazer ou a participar de certas atividades, mas sim de oferecer a todos a possibilidade de escolher entre usufruir ou não o conteúdo exposto. Para escolher, portanto, o indivíduo precisa conhecer e perceber que é possível. Assim, para dar acesso, os profissionais de museus precisam conhecer seu público, saber quais suas demandas e como atendê-los, a fim de garantir o direito de escolha.

É possível deduzir, após a leitura da experiência da Tate Encounters, assim como já foi citado no capítulo 1, que são três os fatores que contribuem para o desconhecimento do público por parte dos museus: o uso profissional da comunicação que continua a distinguir a arte como uma categoria especial de objeto acima de outros; a contínua dependência de uma taxonomia social baseada em classe, raça e etnia como meio de entender a audiência, ou o público, e a frequência de visitação; por fim, a prática organizacional de um modelo não transacional de comunicação, que considera o conhecimento do espectador como individual e privado, e o conhecimento do especialista, por sua vez, considerado público (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012).

A partir da reflexão sobre a necessidade de considerar uma cultura democrática e a demanda de conhecer seu público, é preciso pensar em formas de estudos de público que, de acordo com Crespo (2006), estão de acordo com a abordagem crítica da Museologia, no que tange seus processos de avaliação e aferição de dados, sendo eles: o estudo de mercado, no que tange ao desenvolvimento de estratégias para garantir atração e fidelização do público; a observação de público nas visitas às exposições; e a avaliação de aprendizagem e formação do visitante, pautada na produção de um feedback museu-público, e vice versa, sendo essa metodologia a que mais se adequa à abordagem crítica e, mais especificamente, com museus de arte contemporânea, devido à possibilidade de valoração da qualidade de uma troca em constante processo de criação.

Entretanto, é preciso levar em consideração outras formas de conhecer o público, mais especificamente os frequentadores do entorno do museu, que estejam de acordo com uma abordagem que siga os preceitos da Museologia Crítica, com o intuito de estudar maneiras de formar novos públicos e, ao mesmo tempo, contribuir com o desenvolvimento social de uma população. Esse foi o meio que o Programa de Inclusão Sociocultural (PISC) da Pinacoteca do Estado de São Paulo encontrou para desenvolver ações com grupos de pessoas em vulnerabilidade social, as quais frequentavam o entorno da Pinacoteca e, devido às barreiras sociais, não frequentavam a Instituição.

Após a realização de um estudo de público espontâneo, percebeu-se que o perfil dos visitantes do museu se difere do perfil dos frequentadores do entorno, dessa forma, formou-se o PISC e foi feito um mapeamento do entorno, a fim de mapear as organizações sociais da região para possíveis parcerias em ações educativas (AIDAR; CHIOVATTO, 2011a, 2011b, 2015).

Além disso, é possível citar também a experiência da Tate Encounters, que também se iniciou a partir de um estudo de público da Tate Britain, o qual demonstrou que o perfil demográfico dos frequentadores da Instituição não representa a sociedade como um todo. Dessa forma, devido a um impulso da política cultural do governo britânico para tornar os museus mais acessíveis e inclusivos, os dados do estudo justificaram o financiamento do governo que possibilitou a execução da pesquisa da Tate Encounters, a qual teve como questionamento inicial quem são os segmentos

sociais ausentes da Tate Britain e por que eles usavam ou não os museus (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 206).

Dessa forma, é fundamental para um museu, com toda a sua função social e basilar de dar acesso ao patrimônio, conhecer seu público frequentador para, então, traçar quais são as parcelas da sociedade que estão ausentes e por quê, e, assim, delinear ações que possam dar acesso à esses segmentos, gerando a participação e permitindo o engajamento que a instituição museológica tem o potencial e dever de fornecer.

2.3 A formação de público

Depois de discutir sobre a importância de conhecer seu público para dar acesso e de possibilitar meios para a inclusão social, é necessário discorrer sobre os meios com os quais uma instituição museológica pode formar público. Quais as práticas, sejam elas educativas ou não, podem criar um processo de participação e permitir o empoderamento de indivíduos que, por estarem à parte das instituições ditas como elitizadas e sacralizadas, não têm a noção de pertencimento quando as visitam. Para isso, trarei dois exemplos de experiências que, cada uma em sua maneira e segundo abordagens críticas ou pós-críticas da Museologia, contribuíram com a formação de público: as ações extramuros desenvolvidas pelo PISC, da Pinacoteca do Estado de São Paulo, e a pesquisa da Tate Encounters, realizada na Tate Britain, Inglaterra.

Para isso, trarei os casos de acordo com os seguintes fatores: (1) a conscientização sobre os efeitos que a localização geográfica dos museus geram; (2) o estudo e a reformulação organizacional de gestão; (3) as metodologias de ações de comunicação ou educativas com o intuito de gerar o agenciamento a um público específico e a consequente formação de público visitante para a instituição museológica.

Primeiramente, é preciso levar em conta a urgência da conscientização por parte das instituições museológicas dos seus contextos sociais e demográficos. Aonde, geograficamente, elas estão inseridas e quais são as redes que elas compõem, devido às suas parcerias políticas e financeiras, de pesquisa ou de cessão de acervo.

No caso da Pinacoteca, foi preciso analisar as discrepâncias entre os perfis dos visitantes da instituição e dos frequentadores do entorno, sendo que a Pinacoteca está inserida em uma área que, embora com uma boa infraestrutura de serviços e equipamentos públicos e privados, conta com a presença massiva de uma população em condições precárias de subsistência. Esta está localizada no Parque da Luz, no antigo centro de São Paulo, local que vem passando por um controverso processo de revitalização urbana, com perspectivas de exclusão dos setores populares (AIDAR; CHIOVATTO, 2011).

Mesmo não sendo imprescindível para comprovar a discrepância social entre os visitantes da Pinacoteca – os quais possuem um perfil específico e privilegiado, com escolaridade alta e renda familiar entre média e alta - e os frequentadores da região, a pesquisa de público espontâneo permitiu uma percepção maior acerca das lacunas da instituição em relação ao acesso. A partir disso, o Programa de Inclusão Sociocultural do NAE, fundado em 2002, realizou um mapeamento das organizações sociais da região, com o intuito de planejar meios para estabelecer relações construtivas com os grupos em vulnerabilidade social do entorno com parcerias de agentes e entidades locais que já realizassem iniciativas comunitárias com o público em questão.

Dessa forma, ir além das pesquisas de público cotidianas do museu foi importante para a instituição perceber as lacunas sociais, admitir a existência de barreiras para o acesso e, assim, estabelecer uma estratégia para vincular as ações educativas do museu com outras ações comunitárias já realizadas por organizações sociais da região, de forma a estabelecer uma rede.

Assim como o PISC, no que se refere à necessidade de conscientização sobre os efeitos sociais e culturais que sua localização engendra, pode-se dizer que os coordenadores da pesquisa da Tate Encounters também prezaram pela atuação em rede, no que tange à parceria com a London South Bank Universitiy. A universidade, além de ser próxima geograficamente da Tate Britain, foi selecionada como principal colaboradora institucional do projeto, não apenas pelo fato de ter especializações em pesquisas e estudos sociológicos de raça, mas também pelo perfil demográfico de seus alunos, pois, segundo os autores, o perfil do público da Tate Britain e dos alunos da LSBU era diametralmente inverso.

Além disso, é possível dizer que, do ponto de vista das novas mídias e da emergência do museu distribuído, as abordagens museológicas nas esferas curatoriais, de marketing e educacional estão cada vez mais não lineares e cada vez mais em rede.

Outro ponto que contribui para o processo de atenuação das barreiras de acesso e a consequente formação de público é o estudo e a reformulação organizacional da estrutura da gestão museológica. No caso da Tate Encounters, houve uma iniciativa, por parte da co-pesquisadora Isabel Shaw[27], de realizar um estudo organizacional, com o objetivo de examinar quais e como as noções de Britanicidade são reproduzidas por meio das práticas profissionais pelas quais a coleção é continuamente produzida. Ou seja, o intuito do estudo organizacional foi analisar como as vozes dos profissionais acerca das diferentes percepções de britanicidade são expressas no acervo, nas exposições e nas relações com o público. Esse estudo organizacional resultou na percepção já mencionada de que existem diferentes concepções de público na Tate Britain.

Por outro lado, é importante mencionar a existência do Programa Consciência Funcional, dentro do NAE da Pinacoteca, o qual tem o objetivo de promover a formação continuada dos funcionários do museu. Nesse caso, a reformulação organizacional da gestão se deu por meio de uma conscientização de que os funcionários também devem ser considerados público do museu. Assim, de acordo com Figurelli (2010), ao ser direcionada para o interior da instituição, a ação educativa tem seu efeito ampliado, pelo fato de contribuir tanto para o aprimoramento da ação do museu junto à comunidade, quanto para o desenvolvimento do funcionário do museu, o qual também é um sujeito da sociedade e, portanto, público do museu.

Reconhecer os trabalhadores da instituição museológica como um dos público-alvo de suas ações educativas é necessário para uma contínua formação no que tange aos conhecimentos provenientes do acervo museológico, ao discurso curatorial de exposições temporárias e, consequentemente, contribui com a melhoria do atendimento ao público. É necessário tornar obrigatória a formação interna, objetivando uma associação de valores significativos a esses trabalhadores,

[27] Isabel Shaw fez parte do programa de pesquisa da Tate Encounters e realizou três trabalhos com o intuito de mapear as dimensões do estudo organizacional da Tate Britain (SHAW, Isabel. Situating Method: Accountability and Organisational Positionings. Edition [4], Tate Online, 2008. Disponível em: <http://www2.tate.org.uk/tate-encounters/edition-4/papers.shtm>. Acessado em: abril, 2019).

desenvolvendo sua criticidade, elevando sua autoestima, a noção de temporalidade e o senso de pertencimento.

Essa noção advinda de uma reestruturação e estudo da estrutura organizacional das instituições museológicas pode contribuir para o desenvolvimento de um museu que esteja de acordo com o "Museu Crítico". Segundo Padró (2003), assim como já foi citado no Capítulo 1, o museu crítico deve ser um lugar de dúvida e de democracia cultural e, para isso, o museólogo deve questionar a genealogia do museu e de suas coleções. Além disso, os profissionais têm o compromisso de criticar os problemas da "Museologia Tradicional", sendo assim considerados produtores culturais, atuando como facilitadores de uma narrativa e trabalhando em setores que seguem a estrutura pós-moderna: flexíveis, adaptáveis, colaborativos e em rede.

Assim, após o entendimento de seus impactos sociais e geográficos gerados a partir de sua localização e a devida importância dada ao estabelecimento de redes de atuação com seus próximos, além da reorganização e estudo de sua estrutura gestora, pautada em um modelo pós-moderno, é preciso repensar as metodologias de ação para com o público, com o intuito de estabelecer conexões tendo em vista o museu distribuído e agenciar grupos sociais específicos, formando, assim, públicos de museus.

Segundo Shaw,

> a posição ambivalente da Tate Encounters como um projeto de pesquisa dentro de uma organização que também é o foco de estudo requer uma metodologia reflexiva que continuamente representa posições e relações organizacionais existentes e potenciais[28] (SHAW, 2008, p .5. Tradução da autora).

Essa metodologia reflexiva foi adotada na Tate para a coleta de dados e para sua análise. Essa reflexividade tornou-se uma referência nas pesquisas sociológicas recentes como um mecanismo para reconhecer que a agência do pesquisador é um ingrediente ativo na formação de significado no projeto, na execução e interpretação de dados, além de oferecer à pesquisa um meio de reconhecer que o que estava

[28] "Tate Encounter's ambivalent position as a research project within an organization that is also the focus of study, requires a reflexive methodology that continually accounts for existent and potential organizational positionings and relations"

sendo examinado e o método de análise precisavam ser entendidos como objeto e sujeito, causa e efeito, sendo possível recorrer aos dados e modificá-los ao longo de toda a pesquisa.

Além disso, a configuração da pesquisa foi desenvolvimentista e dialógica, no que tange à possibilidade de mudança dos métodos de pesquisa durante o processo de estabelecimento de relações entre a Tate e os co-pesquisadores. Com isso,

> a análise da pesquisa da Tate Encounters trouxe uma crítica histórica particular do museu de arte que identificou as ausências e exclusões de histórias particulares e a oclusão do papel da audiência em fazer sentido através de uma série de separações entre as práticas curatoriais e intelectuais do conhecimento, e um novo limite de prática[29] (DEWDNEY; DIBOSA; WALSH, 2012, p. 226. Tradução da autora).

A vinculação total da pesquisa ao site da Tate Britain e a criação de um domínio para abrigar os artigos e os produtos audiovisuais da pesquisa foi de extrema importância para o estabelecimento da Tate enquanto um museu distribuído e, logo, para a formação de público. Foram produzidos vídeos a partir do trabalho etnográfico prático do projeto pelos participantes e co-pesquisadores, contribuindo para o empoderamento desses indivíduos e para o amplo acesso dos produtos da pesquisa a pessoas do mundo inteiro, conectados por meio das novas mídias.

Já a metodologia da Pinacoteca, ao estabelecer e realizar as ações extramuros, foi menos distribuída, no que diz respeito ao uso de novas mídias e a conexão por meio das redes, e menos reflexiva, no que tange à fluidez de alteração dos métodos de análise e geração de dados. Entretanto, inserida em uma abordagem crítica da Museologia, a metodologia do PISC, ao realizar as ações, foi totalmente transdisciplinar, dialógica e participativa.

O trabalho do PISC é desenvolvido em cinco frentes, sendo elas: (1) o desenvolvimento de parcerias visitas educativas aos grupos, com o propósito de definir os objetivos das parcerias e planejar visitas educativas que correspondam às

[29] "The analysis of the Tate Encounters research brought a particular historic critique of the art museum which had identified the absences and exclusions of particular histories and the occlusion of the role of audience in making meaning through a series of separations between curatorial and intellectual knowledge practices, to a new practice threshold"

demandas de cada grupo específico; (2) o curso de formação para educadores sociais, o qual capacita educadores atuantes em ONGs e serviços de assistência e desenvolvimento social públicos ou privados que desenvolvam programas socioeducativos, além de gerar subsídios para a elaboração, execução e avaliação de projetos educativos voltados à inclusão sociocultural; (3) o desenvolvimento do material Arte+ para apoio para educadores sociais, o qual conta com textos explicativos acerca dos processos de inclusão sociocultural em museus, educação museal, conceitos de arte e outras temáticas, sendo que todas as publicações estão disponíveis no site da Pinacoteca; (4) as pesquisas de público e avaliações, com o fim de avaliar as ações educativas desenvolvidas e elaborar instrumentos para "dar voz" aos envolvidos diretos nas ações; (5) as ações educativas extramuros em si (AIDAR; CHIOVATTO, 2011).

Com as ações educativas extramuros, o interesse das coordenadoras do PISC

> residia na possibilidade de aprofundar os vínculos com os grupos em situação de vulnerabilidade social do entorno do museu e ao mesmo tempo experimentar uma abordagem educativa museológica que tivesse o museu e o patrimônio como eixos condutores, mas que pudesse acontecer em outros espaços, de maneira radial e em conexão direta com o cotidiano dos grupos, fora do espaço muitas vezes sacralizador do museu (AIDAR; CHIOVATTO, 2011, p. 15).

Essas ações educativas extramuros, além de ocorrerem fora do Museu, têm a possibilidade de inverter a lógica inicial de trabalho de departamentos de educação em museus, ao se pautarem sobretudo na produção e na prática do que na apreciação meramente estética do trabalho de arte. E, ainda, os educadores também trabalharam com questões intangíveis, no que tange às subjetividades de cada participante, que se somaram aos resultados materiais elaborados pelos integrantes. Os trabalhos finais foram expostos em uma exposição na Pinacoteca, agenciando assim os participantes enquanto artistas e curadores, motivando uma visibilidade positiva, a autoafirmação e o reconhecimento cultural.

Essa exposição foi importante para a Pinacoteca em si, devido à relevância da apresentação dos processos educativos em exposições museológicas, a fim de tornar visíveis suas ações internas e externas e ainda estender sua perspectiva educativa

para além dos participantes dos projetos, envolvendo os demais agentes da Instituição e o público espontâneo.

Entretanto, pelo o que foi observado, embora tenha contado com os trabalhos produzidos pelos participantes das ações extramuros, a exposição e seu acervo não foram implementados no discurso curatorial das exposições de longa duração do Museu e, logo ao discurso institucional. Assim, embora tenha sido continuada em outros locais, o resultado da ação não foi totalmente integralizado pelo museu, caracterizando assim mais uma ação elitizada, no que tange à eclosão de uma visibilidade apenas institucional, visto que a exposição teve bastante visibilidade nas grandes mídias, portanto, foi pouco integradora com o público específico participante.

Apesar disso, a experiência das ações educativas extramuros desenvolvidas pela Pinacoteca servirá de exemplo para a implementação de uma metodologia de formação de público na Casa da Cultura da América Latina, a ser descrita no terceiro capítulo, no que diz respeito à importância de se conectar com organizações sociais que se encontram geograficamente próximas, com o intuito de gerar diálogo com grupos sociais que frequentam o entorno da Instituição, mas não a visitam.

Dessa forma, o entrelaçamento das duas metodologias – a partir da análise do trabalho do PISC, a ação educativa extramuro; e a transmediação, conceito da abordagem pós-crítica, utilizado na experiência da Tate Encounters – é de grande proveito para a elaboração de práticas museológicas com o fim de formar público. A adoção da transmediação tanto nas ações de comunicação quanto incorporadas no discurso curatorial das exposições, ao considerar as subjetivações dos visitantes enquanto sujeitos transculturais, atreladas a ações extramuros, enquanto ações que têm como intuito estabelecer conexões entre o museu e o seu entorno, podem possibilitar o aprimoramento de práticas museológicas e a consequente formação de público.

Isto posto, é possível vislumbrar que não só ações educativas são necessárias para a construção de um processo de formação de público, mas também, e o mais importante, é a mudança e conscientização do discurso político institucional. É necessário que os profissionais de museus se empoderem tanto em relação à sua localização enquanto espaço cultural inserido geograficamente em uma cidade com problemáticas sociais e financeiras, quanto em relação à sua estrutura organizacional, gerando um entendimento mútuo sobre qual é o seu público e quais as suas lacunas,

considerando como público também seus funcionários. Dessa forma, as ações educativas e práticas de transmediações poderão estabelecer conexões e vínculos com comunidades apartadas culturalmente da realidade dos museus, transformando assim as instituições culturais em museus distribuídos, os “museus do futuro”.

CAPÍTULO 3 – PARA FORMAR PÚBLICOS NA CASA DA CULTURA DA AMÉRICA LATINA

Após discutir sobre como os museus se relacionam com seus públicos e traçar uma reflexão teórica a partir de dois casos de instituições museológicas que utilizaram uma metodologia alternativa para a formação de público – a partir da abordagem crítica, na Pinacoteca, e a partir da abordagem pós-crítica, na Tate – este capítulo tem como objetivo trazer um estudo de caso de aplicação de uma metodologia que abarca vieses tanto críticos, quanto pós-críticos, dessa vez na Casa da Cultura da América Latina.

A CAL foi escolhida devido a diversos fatores que foram observados e que, a princípio, facilitariam a aplicação de uma metodologia crítica e pós-crítica, como: o contexto de existência integrado com uma universidade, a localização em um centro que está passando por um período de revitalização cultural e o próprio potencial social que é inerente à existência de uma casa de cultura, ou um centro cultural. Entretanto, foram observados alguns empecilhos para a aplicação, no que se refere a dificuldades financeiras, falta de pessoal e falta de integração entre pessoas que frequentam o entorno da Instituição e a própria.

Foram feitas entrevistas com funcionários chaves da Casa, os quais são: Gisele Brito, secretária executiva; Alex Calheiros, diretor de Difusão Cultural; Helena Lamenza, designer gráfica; Raniel Fernandes, museólogo; Estefânia Dalia, técnica em assuntos educacionais; e Demerson Rodrigues, porteiro. A escolha por entrevistar esses funcionários se deu devido ao fato de eles lidarem com diferentes tipos de público na Casa e, ainda, por serem os que estavam trabalhando interruptamente no tempo em que a pesquisa foi feita, acompanhando de perto o desenvolvimento do Pibic e das atividades do educativo em implementação.

As entrevistas foram feitas seguindo um roteiro de tópicos, sendo assim caracterizadas como entrevistas qualitativas, com o objetivo de estabelecer ou descobrir diferentes perspectivas, ou pontos de vista sobre fatos (BAUER; GASKELL, 2002). Os tópicos analisados foram: atuação da pessoa na Instituição; quais são os públicos da CAL; qual a relação que esta estabelece com esses públicos; se há a concepção de que os funcionários são considerados público; qual a rede que a CAL

tenta construir e qual a rede ideal; e qual seria o papel do educativo para formar novos públicos.

Dessa forma, os fatores a serem discutidos neste capítulo terão como embasamento a análise dessas entrevistas, a exploração dos dados retirados do Livro de Assinaturas das galerias e a comparação da metodologia a ser proposta com as abordagens teóricas da museologia crítica e da museologia pós-crítica, já citadas anteriormente.

3.1 A Casa da Cultura da América Latina

A Casa da Cultura da América Latina foi inaugurada no dia 15 de julho de 1987, durante o I Festival Latino-americano de Arte e Cultura (FLAAC), provisoriamente com sede na Casa Oscar Niemeyer. Atualmente, a CAL funciona no Setor Comercial Sul, no Edifício Anápolis, contando com três galerias, o Auditório Pablo Neruda, uma pequena biblioteca e três salas para guarda de acervo, além das dependências administrativas.

Figura 1 – Fachada da Casa da Cultura da América Latina

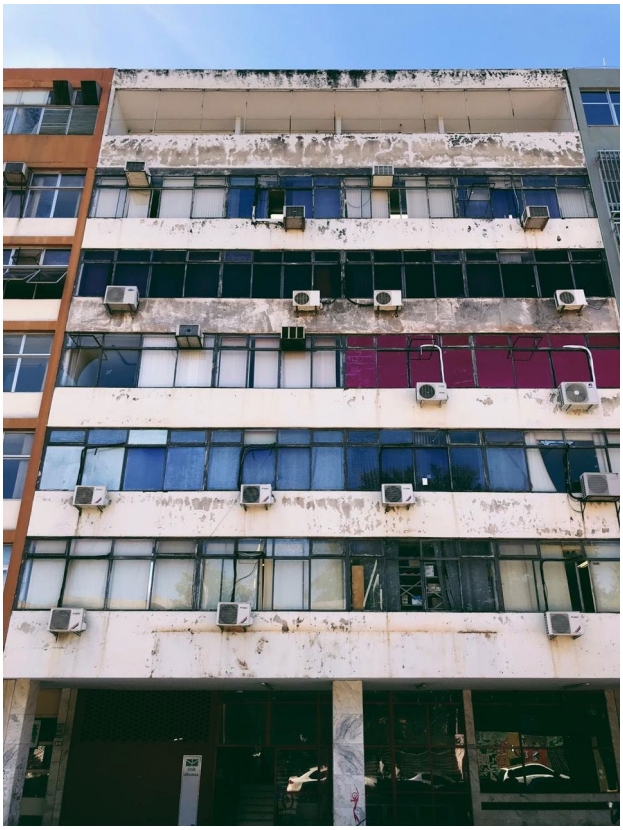

Figura 2 – Edifício Anápolis

O projeto da Casa foi regulamentado em 31 de outubro de 1988, segundo a resolução n° 022 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade de Brasília, o qual dispõe sobre as atividades de extensão e que deliberou:

> Art 22 – A Casa da Cultura da América Latina integra o Programa de Ação Cultural como órgão permanente, responsável pelo Festival Latino Americano de Arte e Cultura (FLAAC) e outras promoções continuadas ou eventuais que venha a ser propostas em seu âmbito (UnB, 1988 apud ROCHA, 2013, p. 36).

Ainda, em sua monografia sobre a coleção da CAL, Poliana Rocha citou que o objetivo principal da Instituição, em sua formação, seria:

> Preservar e valorizar a cultura latino-americana pela intensificação do intercâmbio cultural do Brasil com os demais países da América Latina e Caribe, por meio de programas contínuos ou ações de caráter transitório. Dentre outras atribuições, cabe a Casa da Cultura

> providenciar o registro e a manutenção de acervos para o seu Museu, Arquivo e Biblioteca; realizar exposições, cursos, seminários, festivais, feiras, enfim eventos sobre aspectos da temática latino-americana, registrando-os – pela produção ou reprodução com os mais diversos tipos de materiais impressos ou audiovisuais, como foto, filmes, vídeos e fitas fotográficas (UnB, 1988, p. 83 apud ROCHA, 2013, p. 37).

Atualmente, a missão da Casa da Cultura da América Latina é, de acordo com o arquivo da Casa, “promover e divulgar a arte e a cultura latino-americana, especialmente a brasileira, nesse campo de inserção e o diálogo com o nosso continente latino-americano”. Constituída por um acervo de mais de 2500 peças que compõem a Coleção de Artes e a Coleção Etnográfica, integrada por obras de artistas modernos e contemporâneos e objetos de etnias indígenas do Brasil e da América Latina.

Dessa forma, é possível dizer que a CAL se qualifica enquanto um museu, de acordo com a definição de instituição museológica descrita na lei n° 11.904 de 2009, bem como é classificada, pelos próprios funcionários, como um centro cultural. Ou seja,

> Instituições criadas com o objetivo de se produzir, elaborar e disseminar práticas culturais e bens simbólicos, obtendo status de local privilegiado para práticas informacionais que dão subsídios às ações culturais. São espaços para se fazer cultura viva, por meio de obras de arte, com informação, em um processo crítico, provocativo, grupal e dinâmico (NEVES, 2012, p. 2).

É preciso reiterar que a CAL, enquanto uma instituição constituída pela Universidade de Brasília, é mantida por esta, fazendo parte de uma das diretorias do Decanato de Extensão, a Diretoria de Difusão Cultural, sob direção do Professor Alex Sandro Calheiros. Essa Diretoria tem como sede o edifício da CAL e coordena diversos eventos e projetos no âmbito do chamado Programa Casas Universitárias de Cultura, com o intuito de apoiar a participação de professores e estudantes de graduação da UnB e seus respectivos projetos de extensão, que promovam e estimulem a difusão, o debate, a reflexão crítica, a produção e a formação artística e cultura local, nacional e internacional. Esses projetos são executados nos espaços da Casa da Cultura da América Latina e da Casa Niemeyer, via edital do Programa.

Esse viés de existência da Casa, vinculada e articulada por meio do Decanato de Extensão universitário, caracteriza sua gestão enquanto uma extensão da universidade, ou seja, voltada para a comunidade. Ainda, devido à sua caracterização enquanto difusora cultural latino-americana, é possível concluir que é de seu feitio a vinculação e realização de parcerias com Embaixadas dos países da América Latina e do Caribe, bem como com secretarias do Governo do Distrito Federal. Ao menos, era o esperado, devido à sua missão e razão de existência.

Além dessas parcerias com as embaixadas, atualmente, nessa gestão do Prof. Alex Calheiros, a CAL conta com um Programa de Residências, o qual funciona a partir de edital e de convites, com o intuito de abrigar coletivos que atendam demandas sociais. O diretor solicita o envio de um projeto, contendo a programação das atividades a serem desenvolvidas e, no final, um relatório com as ações desenvolvidas. Esse processo está sendo aprimorado, pois houve a necessidade de reforçar essa demanda de uma reciprocidade entre a CAL e os residentes, a fim de evitar que os coletivos apenas ocupem o espaço da Casa e não deem nada em troca, nem ao menos divulgação ou feedback para a Instituição.

No momento, a CAL abriga diversos coletivos, sendo os principais: o Instituto LGBT, o qual é dedicado à memória da comunidade LGBT+ e sua relação com a dança; o Coro de Refugiados, um projeto de música da UnB que abarca o público dos refugiados com o intuito de ensinar a língua portuguesa e de promover um espaço de integração social; o Terra em Cena, que vincula teatro com cinema e atua em comunidades de reforma agrária e quilombolas em meio urbano; e o No Setor, responsável pelo movimento de revitalização cultural no Setor Comercial Sul por meio da promoção de eventos culturais e festas durante a noite, e o trabalho social com pessoas em vulnerabilidade social que moram nas ruas do SCS.

Assim, no que tange à articulação de uma rede que poderia ser comparada à rede que caracteriza um museu distribuído da museologia pós-crítica, a CAL não se encaixaria no conceito, devido à falta de pessoal e de capacitação para possibilitar a construção de redes construídas a partir da tecnologia e das novas mídias, assim como será descrito no próximo subitem.

Entretanto, há a realidade dos contingenciamentos de gastos e cortes de pessoal, a qual torna o funcionamento da Casa bastante árduo e exaustivo. Após o ano de 2017, assim como diversos departamentos da UnB, a CAL teve uma perda

grande no quadro de funcionários, bem como de estagiários e técnicos administrativos, deixando a gestão dos setores da Casa na mão de poucas pessoas, sendo uma pessoa designada para duas ou mais funções primordiais de gestão.

A sua localização no Setor Comercial é, pelo o que foi observado, um fator desafiador e prejudicial, devido às dificuldades que a gestão encontra em estabelecer uma relação com o seu entorno. O Edifício Anápolis é um prédio muito frequentado, compartilhado por anos com escritórios de advocacia, com salas da UnB idiomas e com outros projetos geridos pela comunidade universitária.

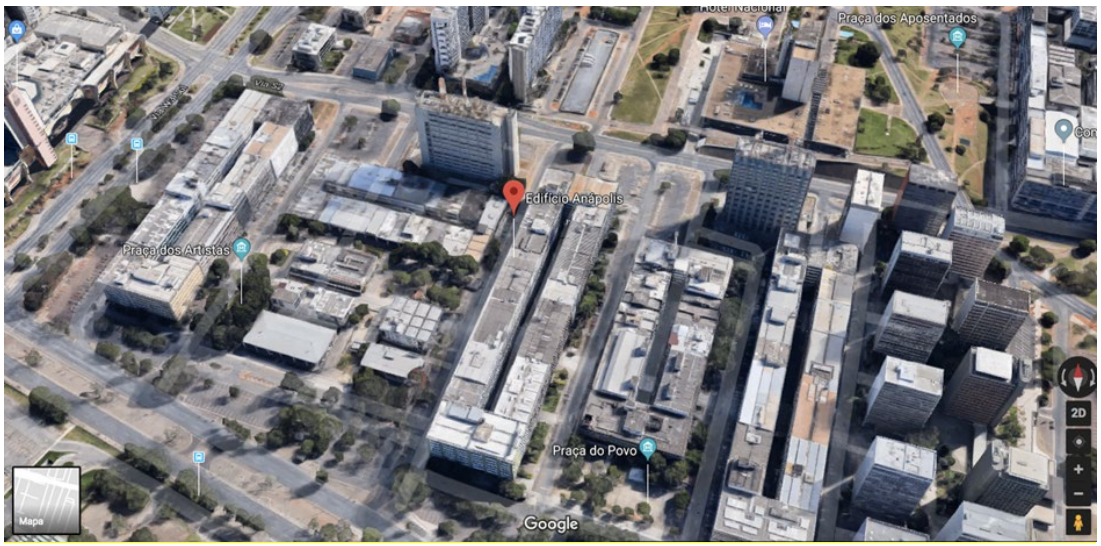

Figura 3 – mapa do Setor Comercial Sul com Edifício Anápolis destacado

O Setor Comercial Sul, referenciado no mapa da Figura 3, é uma área da cidade de Brasília que é bastante movimentada durante o horário comercial, frequentada por mais de 200 mil pessoas e veículos. Já durante a noite, o local é frequentado por usuários de drogas, pessoas em situação de rua e pessoas em vulnerabilidade social. O prédio, por ser compartilhado e por ser propriedade da Universidade de Brasília, não conta com uma fachada que condiz com uma instituição cultural, com sinalização e aspectos arquitetônicos que comuniquem a existência de uma casa de cultura. Dessa forma, os transeuntes do local também não têm noção de que ali existe uma Casa da Cultura e a Instituição não encontrou ainda meios para sinalizar sua existência e atrair esse público do entorno.

Além disso, mesmo sendo uma extensão da UnB, pode-se observar que não há uma grande visitação por parte da comunidade acadêmica à CAL. Mesmo estando localizada em uma área central, perto da rodoviária, o público principal e que deveria ser também produtor de conteúdo da Casa, parece não a frequentar com periodicidade. Ainda, a partir da observação do desenvolvimento da pesquisa de uma estudante colega, Maria Eduarda, de Iniciação Científica sobre acessibilidade na CAL, pode-se observar que a Instituição não possui equipamentos que possibilitem a visita de pessoas com deficiência e, por não obter uma equipe de educativo e não fomentar a capacitação das pessoas da portaria, não oferecem uma acessibilidade cognitiva a quem visita. Dessa forma, há muitas barreiras que dificultam o acesso à Instituição e a consequente formação de público.

3.2 A relação da CAL com o público

A relação da Casa da Cultura da América Latina com seus públicos[30], sejam eles visitantes frequentes, o "público potencial"[31] ou o "não público"[32], pôde ser analisada por meio das entrevistas realizadas com os funcionários. Dessa forma, será debatido como as concepções que os funcionários têm sobre quem são os públicos da Instituição divergem em certos pontos, e convergem em outros, além de trazer a compreensão que eles têm da noção de público interno, de ação educativa enquanto formadora de públicos e sobre as consequências que sua localização geográfica implica no entorno e em suas atividades.

Primeiramente, ao perguntar para os funcionários qual é o público da CAL, é preciso refletir que, segundo Köptcke, não há museu sem público e que curadores, pesquisadores, profissionais de museus, gestores culturais e outros agentes relacionados à esse âmbito sempre irão elaborar, explicitamente, imagens e representações de um público ideal, de um comportamento desejável, reiterando uma

[30] O uso do temo "públicos", no plural, é baseado na concepção de que o público deixa de ser um grupo construído, para se tornar um organismo vivo que se forma e desfaz, composto de grupos sociais diferentes a cada período (KÖPTCKE, 2012, p. 219).

[31] Segundo definição de Köptcke (2012, p. 219), o público potencial seriam grupos que possuem características socioculturais semelhantes àquelas dos públicos efetivos dos museus, por visitarem instituições similares, podendo tornarse visitantes ou público de uma dada instituição.

[32] Já o dito "não público" se insere nos grupos que não costumam frequentar museus e manifestam disposição desfavorável a esta prática (KÖPTCKE, 2012, p. 220).

disputa simbólica referente aos diversos visitantes, não visitantes e usos sociais de uma instituição (KÖPTCKE, 2012, p. 214).

A partir da análise das entrevistas aos funcionários da Casa da Cultura da América Latina, pode-se observar que há um consenso de que o público da CAL é muito diverso, mas que pelo fato das exposições serem focadas em sua maioria em arte contemporânea, o público efetivo, o que mais frequenta, é um grupo interessado e especializado em artes, artistas, amigos dos artistas e dos curadores que expõem, além dos estudantes de artes visuais. Entretanto, o diretor Alex Calheiros afirma que "o público que frequenta aqui tem se diversificado bastante em função do programa de residência"[33]. O público começou a se diversificar e, ainda, ele apontou que agora há uma grande presença da comunidade LGBT+ devido ao Instituto LGBT, por exemplo.

O museólogo Raniel Fernandes levanta uma divergência no consenso, afirmando que

> o principal público é essa comunidade universitária, também formada por estudantes e por professores, um público também transeunte, um público que passa pela instituição e deseja entrar no espaço, além de um público que transita no edifício (FERNANDES, 2019).[34]

Enquanto o porteiro Demerson Rodrigues e Gisele Britto, a secretária administrativa e responsável pela produção cultural da Instituição, afirmam que a comunidade universitária em sua maioria parece desconhecer a existência da Casa. Gisele Britto conta "coisa mais espantosa que eu já vi aqui é que realmente os estudantes da UnB e alguns professores e servidores não sabem que a CAL existe."[35]

Essa concepção por parte do museólogo, que atua basicamente no acervo, pode ser explicada devido ao fato de que a principal interação que ele tem com o público externo é com os estudantes de museologia e com pesquisadores, os quais têm como objetivo comum pesquisar e conhecer o acervo museológico.

---

[33] Dado informado em entrevista com Alex Calheiros, Diretor de Difusão Cultural, realizada no dia 11 de janeiro 2019, na Casa da Cultura da América Latina.
[34] A partir de entrevista com Raniel Fernandes, museólogo, no dia 10 de maio de 2019, na Casa da Cultura da América Latina.
[35] Dado coletado a partir de entrevista com Gisele Britto, secretária administrativa, no dia 13 de dezembro de 2018, na Casa da Cultura da América Latina.

Por outro lado, é consenso também que a noção de que o público local, os transeuntes do Setor Comercial Sul, é uma parcela que deveria ser atendida pela Casa, mas não é, sendo caracterizada então como um público potencial da Casa. Todos os entrevistados afirmaram que antigamente a frequência dessa parcela da população era maior, devido à existência do Cine CAL, evento que acontecia durante o horário do almoço e que ofertava filmes com temáticas diversas, a partir da parceria com as embaixadas. Entretanto, o próprio diretor afirmou que não havia muita visitação e que, devido à péssima estrutura e à falta de infraestrutura para uma projeção cinematográfica decente, o Cine CAL está suspenso temporariamente.

Ainda, o porteiro e a secretária administrativa afirmaram a existência de uma barreira entre a comunidade local e a CAL. Demerson Rodrigues conta que

> Tem pessoas que tem um certo preconceito, um certo receio, porque aqui tá mais voltado para a parte LGBT, então tem muita gente que não tem muita aceitação. Aí tem gente que já passa, já olha de 'rabo de olho', que não quer, que não tem nenhum interesse. Às vezes até rola um deboche, mas vai de cada um. O público que mais faz isso é o público que trabalha no Setor Comercial Sul (RODRIGUES, 2019).[36]

Ele ainda afirma que o maior problema da CAL é a divulgação. Fisicamente, como ele observou, não há uma sinalização de que ali é um centro cultural e do que o espaço está ofertando para a comunidade no momento. Por parte da comunicação, Helena Lamenza também afirma que há uma falta na parte de divulgação e confirma que a maior dificuldade está na falta de recursos, fato que impossibilitou a equipe de continuar uma divulgação física, com cartazes espalhados tanto no SCS, quanto na UnB. Além disso, a falta de pessoal especializado em novas mídias dificulta a ampliação do alcance que as redes sociais da CAL podem possibilitar.

A Casa cede espaço para exposições por meio de convocatórias e editais e o auditório para a comunidade que necessitar utilizar o espaço. Entretanto, sobre a relação que a Instituição tem com o público, Gisele Britto afirma que "realmente, a interação com o público é mínima". É latente a falta que faz a existência de uma equipe educativa, no que tange ao acolhimento dos visitantes e ao desenvolvimento de ações

[36] Relato coletado a partir de entrevista com Demerson Rodrigues, no dia 29 de maio de 2019, na Casa da Cultura da América Latina.

para chamar público. Entretanto, Estefânia afirma que a CAL estabelece uma boa relação com seus visitantes, principalmente após a conquista recente dos editais dos projetos de extensão e da residência dos coletivos na casa, os quais ofertam ações e acabam chamando públicos para a Casa.

Helena Lamenza, a designer gráfica, declara que a maior necessidade do setor de comunicação da CAL é entender mais quem é o público da Instituição. Por isso, ela reconhece que

> seria interessante fazer uma pesquisa justamente para entender quem é o nosso público e como a gente pode conversar com ele, por quais caminhos seria mais eficiente chegar até ele e, assim, formar novos públicos (LAMENZA, 2019).[37]

Ela reitera que existe uma dificuldade em atingir certos grupos, como por exemplo a comunidade universitária, já que não há mais verba para a impressão de cartazes, meio que garantia a recepção das divulgações da casa antigamente.

Assim, no que pode ser observado, não existe um método eficaz de estudo de público qualitativo na CAL. Há a presença de livros de assinatura na porta de cada uma das três galerias. Esses livros são organizados para conter espaços para coletar o nome, o e-mail, o telefone e a data da visita. Essas informações de contato são coletadas pela equipe da produção, transcritas para um sistema de *mailing* e essa lista é usada para divulgação via e-mail. Dessa forma, esse é o único instrumento de contagem e controle dos visitantes da Casa, sendo caracterizada, de acordo com Köptcke (2012), como um estudo de público com o objetivo de avaliar o fluxo de frequência e o volume das visitas.

Como forma de análise do quantitativo de visitantes e da eficácia do método de estudo de público, foi observado o quantitativo de visitações da última exposição realizada na CAL, a “Não-dito”, de curadoria de Ana Lira, a qual ficou exposta durante o período de 14 de fevereiro de 2019, até o dia 24 de maio de 2019. No livro de assinaturas da galeria CAL, localizada no subsolo, como explicitado na Figura 4, foi observado um quantitativo de 223 assinaturas, sendo a primeira assinatura do dia 23

[37] Fala retirada da entrevista com Helena Lamenza, designer gráfica, no dia 10 de maio de 2019, na Casa da Cultura da América Latina.

de março e a última do dia 24 de maio. Já no livro da Galeria Acervo, localizada no segundo andar, referenciada na Figura 5, contou com um quantitativo de 132 assinaturas, durante o mesmo período. O livro de assinatura da Galeria Vitrine não foi analisado, por estar comportando outras exposições durante esse período.

Figura 4 – Galeria CAL

Figura 5 – Galeria Acervo

Essa discrepância quantitativa entre os totais de visitantes na mesma exposição, durante o mesmo período, pode significar diversos entendimentos. Primeiramente, pode-se observar que a visibilidade da Galeria CAL, localizada no subsolo, é muito maior do que a do segundo andar. A falta de um educativo e de uma equipe de mediação poderia suprir essa falta de acompanhamento com esse instrumento. Assim, esse único método que possuem de contar seu público, acaba sendo inviabilizado, devido à ausência de uma metodologia eficaz para acompanhar e garantir o fornecimento de dados dos visitantes que realmente será utilizado para formar públicos, além do uso para compor listagem de divulgação.

Já no que tange à noção de público interno, a partir da reflexão feita nos capítulos anteriores sobre a importância da capacitação dos funcionários e integração destes na agenda de atividades de um espaço museológico, pode-se concluir que essa noção entre os funcionários é de que eles não se consideram público, mas há uma emergência latente na nova gestão de conscientizar e integrar esse público na agenda de formação da Casa.

A técnica em assuntos educacionais e nova responsável pela formação e capacitação da Instituição, Estefânia Dália, afirma que

> tem muita procura de formação de fora para trazer para dentro, mas a comunicação interna ainda é frágil, a demanda é muito grande, então eu por exemplo não consigo usufruir de nenhuma exposição aqui, nenhuma, te afirmo com certeza. Eu produzo as exposições, monto as exposições, mas não tenho tempo de descer, olhar, curtir a exposição, isso não acontece. [...] E por parte dos terceirizados, isso é uma coisa que eu já venho tentando amarrar, da gente fazer uma atividade de sensibilização, para a gente incorporar essas pessoas para o que acontece aqui, para elas ficarem mais conscientes do que é a CAL (DÁLIA, 2019).[38]

Ela afirma que geralmente quem está mais atualizado das temáticas trabalhadas na Casa são as pessoas envolvidas na produção. Já o diretor, afirma que, por não terem uma equipe educativa, é impossível realizar ações para a formação de todos os funcionários sobre as exposições que estão acontecendo, como visitas guiadas com os curadores.

Já Demerson Rodrigues, um dos agentes de portaria, afirma que se considera parte do público da CAL, mas que sente falta de uma formação por parte da equipe da produção. Ele declara que

> a gente não tem informação nenhuma para mediar uma exposição, qualquer que seja. Inclusive, quando a gente está lá em cima, o pessoal pergunta, a gente fala aquilo que a gente realmente buscou saber a partir do que os artistas escreveram no texto... aí a gente sempre procura estudar um pouco, eu aproveito e faço isso, para poder atender o público (RODRIGUES, 2019).[39]

Ou seja, há uma conscientização de que os funcionários fazem parte do público efetivo da Casa, mas a concepção de que são necessárias uma formação e uma integração desse público na agenda de atividades institucionais está limitada ao entendimento de capacitar para melhor acolher o público. Assim, a Instituição ainda não está inserida em uma concepção crítica da museologia, no que concerne à noção de que os funcionários e visitantes são aprendizes e produtores de conhecimento, e não apenas transmissores e receptores, respectivamente.

---

[38] Relato coletado por meio de entrevista com Estefânia Dália, técnica em assuntos educacionais, no dia 22 de maio de 2019, na Casa da Cultura da América Latina.
[39] Relato coletado a partir de entrevista com Demerson Rodrigues, no dia 29 de maio de 2019, na Casa da Cultura da América Latina.

A conquista de verba para a execução de projetos de extensão vinculados às Casas de Cultura administradas pela Diretoria de Difusão Cultural permitiu o desenvolvimento do Projeto Público de Mediação Extra Institucional (PRUMEX), a partir de outubro de 2018, tendo atuado até março de 2019. Esse grupo composto por alunos de diversos cursos da UnB, como artes plásticas, ciências sociais e relações internacionais, coordenado por duas professoras do Instituto de Artes da UnB.

Esse grupo atuou durante três meses realizando pesquisas sobre a Casa da Cultura da América Latina e sobre o Setor Comercial Sul, além de realizar um mapeamento do entorno. No final desse período, o grupo realizou um relatório apresentando um questionário, que teve como objetivo verificar se as pessoas que frequentam o SCS conhecem a CAL e quais são suas percepções sobre esta, para então desenvolverem atividades de mediação entre esses espaços.

Dessa forma, de acordo com o relatório consultado[40], foram obtidas 106 respostas ao questionário, o qual foi aplicado em três situações diferentes: aplicações diretas nas ruas do SCS, aplicação durante a abertura das exposições “Não Dito” e “Morte do Plano Piloto” e aplicação via internet. O questionário continha partes referentes ao perfil socioeconômico, a questões sobre arte e cultura, sobre a CAL especificamente e sobre o Setor Comercial Sul.

Assim, a partir da análise dos dados obtidos pelo PRUMEX e de investigações realizadas no SCS, observa-se que a relação da CAL com o entorno já foi mais forte, devido à existência de eventos e espaços que atraiam os transeuntes do local, como o Cine CAL e o espaço destinado à *lan house* com internet e computadores disponíveis para uso gratuito. Uma pessoa em situação de rua, durante uma conversa informal, informou que utilizava muito o espaço por conta da internet e que conseguiu estudar para fazer o vestibular da UnB, dizendo que sente falta desse espaço e que hoje frequenta a Casa apenas quando há eventos que envolvam comida e bebida, geralmente ofertados pelo Instituto LGBT.

A falta de infraestrutura, assim como foi levantado pelo diretor, impossibilita a continuidade de ações que seriam responsáveis por trazer o público do entorno para a Casa. Dessa forma, os dados do PRUMEX informam que 58% das pessoas

[40] O relatório gerado pelos estudantes do PRUMEX ainda não foi divulgado oficialmente. Para a pesquisa, as professoras coordenadoras do projeto foram consultadas para que os dados necessários fossem utilizados.

entrevistadas têm conhecimento de que há uma casa de cultura no SCS, mas que apenas 37% das pessoas já visitaram a Instituição. As pessoas que não visitam sugerem mudanças nas dinâmicas da CAL, como o retorno de atividades realizadas anteriormente, e prezam pelo aumento da interação da Casa com o público.

3.3 A proposta metodológica – possibilidades e entraves para a aplicação

O surgimento de uma abordagem crítica na teoria e na prática museológica, assim como já foi explicitado nos capítulos anteriores, proporcionou o desenvolvimento de um entendimento de que os museus da atualidade devem se tornar comunidades de aprendizado, devem fomentar uma cidadania mais crítica e repensar suas formas de gerir o acervo e de se comunicar com o público. Já o surgimento da abordagem pós-crítica possibilitou o entendimento de que os museus acompanham as mutações teóricas e, assim, é possível trazer uma ruptura da separação secular entre a teoria museológica e a prática museal.

A partir dessa noção estabelecida, foi possível desenvolver uma metodologia que, depois de ser aplicada passo a passo, deve ser cíclica e continuada. Essa metodologia objetiva a formação de público, impactando tanto a estrutura gestora da instituição, quanto o discurso curatorial desenvolvido pela equipe. Ela é crítica no que tange à transformação do museu ou centro cultural como um lugar de dúvida e de democracia cultural, no qual seus funcionários e visitantes são também produtores de conhecimento. Ainda, é pós-crítica ao se qualificar enquanto uma metodologia colaborativa e transdisciplinar, com possibilidades de incorporação da pesquisa às redes vinculadas ao museu, pautada em uma posição reflexiva por meio da aproximação da teoria à prática museal.

Visto isso, o Quadro 1 a seguir explicita a metodologia proposta e as suas correspondências teóricas de acordo com a Museologia Crítica e a Museologia Pós-crítica, sendo essas baseadas com as experiências do PISC da Pinacoteca e da pesquisa da Tate Encounters da Tate Britain.

Quadro 1 – A metodologia e suas correspondências teóricas.

	Correspondência teórica	
Passos metodológicos	*Museologia Crítica*	*Museologia Pós-crítica*
1. *Reestruturação e estudo da estrutura organizacional*	Formação continuada dos funcionários do museu	Estudo organizacional
2. *Estudo de público espontâneo*	Estudo de público espontâneo (sociografia do público)	
3. *Estudo de público potencial*	Mapeamento geográfico	Atuação em rede (museu distribuído)
4. *Ação educativa*	Ação extramuros	Transmediação

Fonte: Maya Moreno Macario (2019)

A primeira etapa da metodologia proposta seria a Reestruturação e estudo da estrutura organizacional da instituição. Essa etapa tem como base o que a Tate Encounters trouxe, a partir da realização dos estudos organizacionais aplicados por Isabel Shaw. Já no que se refere ao viés crítico, essa reestruturação pode ser realizada por meio da instauração de um programa de consciência funcional, como foi realizado na Pinacoteca, com o intuito de estabelecer uma formação contínua dos funcionários da instituição museológica.

Em uma tentativa de aplicação na Casa da Cultura da América Latina, foi possível perceber, por meio de um estudo realizado com os funcionários por intermédio de entrevistas, que a comunicação interna da Casa é frágil, fato que impacta na atuação da instituição como um todo, criando lacunas que enfraquecem as ações museológicas voltadas ao público. Ainda, pelo fato de a CAL ser uma extensão da UnB, sua estrutura organizacional tende a ser fixa, devido às diretrizes demandadas pelo Decanato de Extensão, o qual muitas vezes não está a par das necessidades organizacionais da Casa. Por fim, no que tange à formação funcional da equipe, não há um investimento formal nesse quesito, como já foi explicado no subitem anterior.

O objetivo dessa reestruturação, se fosse aplicada, seria a inserção da Casa em uma abordagem crítica, em relação ao desenvolvimento de uma estrutura gestora pós-moderna, com departamentos flexíveis, adaptáveis e colaborativos, com o potencial de realizar projetos em rede, tanto internamente, quanto externamente. Essa estrutura seria melhor planejada a partir da formulação de um Plano Museológico, com o fim de estabelecer diretrizes e reestruturar o organograma da instituição.

Já a etapa de Estudo de Público Espontâneo foi pensada a partir da observação de que ambos os casos da abordagem crítica e da pós-crítica tiveram como pontapé inicial a realização de um estudo de público espontâneo, com o objetivo de conhecer os perfis e as práticas de visita daqueles que já frequentam a CAL e, assim, identificar as lacunas e barreiras de visitação. Esse estudo pode ser caracterizado como uma sociografia do público efetivo, de acordo com Köptcke (2012) e teria como propósito, ao ser aplicado continuamente, acompanhar a evolução das práticas e as respostas às novas possíveis ofertas culturais da instituição.

Com o fim de saber quem era o público efetivo da CAL e para comparar com as concepções que os funcionários têm sobre o seu público efetivo, foi realizada uma tentativa de aplicação de um questionário qualitativo, o qual visava saber o perfil demográfico dos visitantes, reconhecer um padrão da frequência de visitação e saber qual era a relação dos visitantes com o Setor Comercial Sul. Esse questionário foi elaborado em dezembro de 2018 e aprovado pelo Diretor da CAL, Alex Calheiros, e pelo museólogo, Raniel Fernandes. Ambos deram a orientação de deixar com os porteiros da CAL, com o intuito de eles aplicarem o questionário a quem fosse visitar as exposições. Assim foi feito, entretanto, os porteiros informaram que, devido às regras da empresa terceirizada, eles não poderiam exercer mais essa função, sem um pedido formal da direção. Dessa forma, a solução foi tornar o questionário que antes seria aplicado fisicamente, em eletrônico, por meio da plataforma Google Forms. Em meados de março de 2019, foi elaborado um cartaz[41] para a divulgação do estudo, juntamente com a disponibilização de um código para o redirecionamento para site da plataforma utilizada.

[41] A arte do cartaz para divulgação do estudo de público está no Apêndice C.

Figura 6 – Cartaz na entrada da CAL

Figura 7 – Divulgação do cartaz no perfil do Instagram da CAL

Fonte: publicação no perfil da CAL no Instagram (2019)

Mesmo com a divulgação do questionário, a partir de cartazes fixados nas três galerias da CAL, junto com os livros de assinatura e com a divulgação no Instagram, assim como explicita as Figuras 6 e 7, a resposta ao questionário foi mínima, totalizando 15 respostas em um mês e meio, desde a publicação do instrumento de estudo de público. Dessa forma, não foi possível obter dados suficientes para uma

análise eficaz do perfil dos visitantes que costumam visitar a CAL. Pode-se inferir que há uma falha na comunicação da Instituição com o seu público, por meio das redes sociais, além da falta de sinalizações no prédio, o que dificulta a identificação da CAL enquanto centro cultural aberto para visitação. Além disso, observou-se que, por meio dos dados quantitativos obtidos por meio dos livros de assinatura, a visitação às exposições é mínima, caracterizando uma agenda de ofertas culturais com baixo alcance do público potencial da Instituição.

Já no que se refere ao Estudo de Público Potencial, a abordagem crítica foi referência devido à realização de um mapeamento geográfico na Pinacoteca, com o intuito de identificar os fatores que facilitariam certos grupos de se tornarem frequentadores do Museu e, também, com o fim de mapear as associações e instituições que poderiam ser contactadas para a realização de parcerias. Quanto à abordagem pós-crítica, pode-se dizer que, na experiência da Tate Encouters, a realização de um estudo demográfico dos estudantes das universidades parceiras possibilitou uma aproximação da academia ao museu, possibilitando o contato com o público potencial e estabelecendo redes, caracterizando a instituição como um museu distribuído, conforme foi conceituado nos capítulos anteriores.

O PRUMEX, ao realizar a aplicação de um questionário no Setor Comercial Sul, se aproximou da ideia de estudo de público potencial. O questionário possibilitou a identificação de qual é a relação dos transeuntes do SCS com a CAL, quais são as representações que estes têm criado sobre a prática de visitar instituições culturais, além de reconhecer e coletar depoimentos sobre fatores que devem ser melhorados no que se refere à dinâmica cultural da CAL e sua relação com o público.

Além dessa participação do PRUMEX, a observação passiva do entorno, no que se refere à quadra em que a CAL está localizada e o Setor Comercial Sul como um todo, possibilitou a interação com pessoas em situação de rua e trabalhadores da região, que, ao iniciarem uma conversa, acabavam por demonstrar a noção que eles tinham sobre a Casa da Cultura. Uma pessoa em situação de rua, mais especificamente, demonstrou que visitaria mais a CAL se tivessem mais eventos convidativos para essa parcela da população. Admitiu que, quando tem abertura de exposições, aparece para curtir a música e comer o que tiver sendo oferecido, mas no dia a dia, se não for convidada a entrar ou se não tiver uma interação com os funcionários , não se sente pertencente à instituição.

Dessa forma, um estudo de público potencial pode ser feito de várias formas, desde a aplicação de questionários, até a observação passiva ou ativa. Essa etapa é imprescindível para que a instituição reconheça os hábitos culturais do público potencial observado, a fim de mapear e traçar estratégias para realizar ações que integrem esses grupos e, assim, formar público.

Essas ações podem ser de cunho educativo, e é nesse ponto que entra a última etapa da metodologia proposta, a ação educativa. Esta pode se enquadrar na abordagem crítica se executar ações extramuros, as quais têm como objetivo aprofundar vínculos com grupos do entorno, trabalhando com a subjetividade de cada participante, de forma a agenciar os indivíduos enquanto artistas e curadores, logo, pertencentes ao centro cultural. Assim, a partir das observações com o intuito de identificar o público potencial, pode-se inferir que o grupo que aparenta ter maior facilidade para ser trabalhado e integrado às atividades da CAL são as pessoas em situação de rua. Visto que já há um trabalho social com esses indivíduos em vulnerabilidade social por parte do coletivo residente na Casa, o No Setor.

As ações extramuros, após serem realizadas com eficácia, podem ser complementadas a partir da estipulação de uma metodologia de mediação que siga o conceito pós-crítico de transmediação. Ou seja, a equipe educativa, ou qualquer outra pessoa inserida no contexto de atendimento ao público, deve considerar os visitantes enquanto sujeitos transculturais. Assim, ao invés de fornecer um entendimento correto do conteúdo a ser mediado, os futuros mediadores devem abrir caminhos para o aprendiz criar novas estruturas de significados baseados em seu conhecimento e noção cultural e social. Ao vincular as ações extramuros com um grupo específico, por exemplo, com as pessoas em situação de rua, os mediadores do PRUMEX (ou de qualquer outro grupo educativo que vá ser implementado na CAL) devem atuar educacionalmente no espaço da CAL relacionando o conteúdo das exposições com os outros eventos ofertados pelos coletivos residentes, de forma a facilitar a transmediação.

Portanto, o museu deve se “customizar”, ou seja, de acordo com Mário Moutinho (2008, apud AIDAR; CÂNDIDO; MARTINS, 2015), os museus devem ser exatamente um novo museu para cada visitante. Assim,

> Aqui se trata, portanto, não apenas do museu ter uma oferta educativa e de serviços diferenciados para seus distintos públicos, mas de deixar "vazios" para serem ocupados pela experiência do visitante. Estes "vazios" podem ser provocações, perguntas ou espaços de participação, entendidos como apropriação do museu (AIDAR; CÂNDIDO; MARTINS, 2015, p. 311).

Essa pesquisa foi uma tentativa de aplicação metodológica e, de acordo com a síntese demonstrada no Quadro 2, evidenciou obstáculos em sua aplicação.

Quadro 2 – A aplicação e seus obstáculos

	Aplicação da metodologia	
Passos metodológicos	*O que foi viável aplicar*	*Obstáculos*
1. *Reestruturação e estudo da estrutura organizacional*	Estudo da estrutura organizacional	- Comunicação interna frágil - Não há uma conscientização de público interno - Estrutura organizacional não flexível
2. *Estudo de público espontâneo*	Tentativa de aplicação de um estudo de público qualitativo	- Utilização de livro de assinaturas somente para dados quantitativos - Falta de infraestrutura para gestão do instrumento - Visitação rarefeita
3. *Estudo de público potencial*	Observação etnográfica do espaço do SCS	- Falta de interação da CAL com a população do entorno - Falta de infraestrutura e apoio da instituição para a realização de métodos viáveis de análise
4. *Ação educativa*	Tentativa de integração durante atuação da equipe do PRUMEX	- Falta de um eixo teórico e metodológico a ser seguido pelo grupo - Falta de comunicação entre funcionários e extensionistas

Fonte: Maya Moreno Macario (2019)

Essa metodologia, que ora é crítica, ora é pós-crítica, ao ser aplicada deve ser cíclica e continuada, pois sempre há um público potencial a ser transformado em efetivo, e a estrutura gestora se reformula de acordo com que esses públicos são inseridos. Assim, a formação de novos públicos pode impactar na forma com que a equipe gestora atua na sua formação, no discurso institucional e curatorial construído e na realização de novas ações museológicas pautadas nessa noção crítica e pós-crítica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dificuldade enfrentada durante a pesquisa de encontrar bibliografia relacionada às teorias críticas e pós-críticas museológicas referentes a casos do Brasil evidencia uma ausência de pesquisas brasileiras que buscam criticar a prática museológica, fato que evidencia a divisão entre museu e academia, prática e teoria tão contestada pelos autores da teoria pós-crítica. Identificar a linha tênue que separa a Museologia Crítica da Pós-crítica foi um dos maiores desafios da pesquisa, pelo fato de existirem poucas referências que levam em consideração estudos de caso para explicarem o desenvolvimento de uma teoria.

A reflexão sobre como os museus atuais se relacionam com os seus públicos e quais são as barreiras que os museus enfrentam ao constituir essas redes e conexões com diversos tipos de público possibilitou o entendimento de que é preciso conhecer seu público, antes de tudo, para saber quem são as parcelas da sociedade que são frequentadores efetivos e quais são aquelas que são potenciais frequentadores, a fim de dar acesso e formar novos públicos. Dessa forma, é imprescindível a aplicação de estudos de público de cunho qualitativo, tanto com o intuito de analisar a recepção daqueles que frequentam, tanto para identificar fatores que facilitariam a visita de grupos que são frequentadores em potencial, além de traçar fatores externos que impedem a visita, com o fim de identificar as características que favorecem a prática da visita (KÖPTCKE, 2012, p. 218).

A partir da aplicação da metodologia proposta, foi possível concluir que a abordagem crítica e pós-crítica pode ser aplicada em todas as tipologias de instituições museológicas, desde que elas se entendam como crítica e pós-crítica. Esse entendimento é providencial para que seja possível a reformulação da estrutura gestora e, logo, para que as ações educativas realmente sejam realizadas para atingir os públicos potenciais e o não público.

Foi possível analisar, a partir da reflexão para construção de uma metodologia que mesclasse as duas abordagens, que as instituições museológicas precisam se reaproximar da teoria, com o intuito de acabar com essa divisão entre teoria e prática. Ainda, as instituições devem se tornar museus distribuídos, no que tange ao estabelecimento de redes, sejam elas virtuais ou estabelecidas a partir de parcerias

institucionais, com o intuito de criar conexões híbridas e performativas no âmbito museológico.

Essa pesquisa levantou questões que podem se desdobrar em futuras pesquisas, mais especialmente pesquisas com o caráter de pesquisa-ação, com o intuito de aplicar a metodologia proposta em uma instituição, a fim de envolver toda a equipe e realmente reestruturar sua disposição gestora e realizar as ações educativas extramuros e de transmediação. Foi possível perceber que essa aproximação e reflexão levantada na CAL, devido ao contato estabelecido durante as entrevistas, refletiu na construção de considerações por parte dos funcionários, sobre o que seria essa metodologia e o que ela impactaria se fosse aplicada na CAL. Acredita-se que o espaço está aberto para a continuidade da pesquisa.

Ainda, a partir do levantamento teórico sobre as abordagens crítica e pós-crítica, percebeu-se que a aplicação destas, no contexto museológico, pode influenciar em outros âmbitos do museu. No que se refere ao acervo, a abordagem pós-crítica se insere no atual movimento museológico de digitalização de acervo e disponibilização em redes como o Tainacan[42], caracterizando como mais uma forma de estabelecer um museu distribuído. Já na curadoria e na expografia, fica latente a contribuição pós-crítica que induz o fim do modernismo estético que evidencia o gosto em detrimento do conteúdo nas exposições, e a cessão do uso exagerado de mecanismos ditos como sendo de remediação e hipermediação (como os dispositivos visita guiada, de realidade aumentada e cenografias) como forma de aumentar a interação do visitante.

Nas ações de divulgação e marketing, essa concepção pós-crítica já está sendo utilizada pelos grandes museus brasileiros, no que se refere à utilização de novas mídias como forma de interação social e instrumento de captação de feedback, além de fomentar uma participação que acaba gerando novas temáticas a serem trabalhadas e exploradas pela equipe do museu. Por estarem inseridos em uma nova era digital e na indústria cultural, os museus devem estar cientes do seu papel enquanto instituição pós-crítica, centrados no caráter reflexivo, interdisciplinar, dialógico e cooperativo do fazer museal. Por fim, essas abordagens impactam

[42] O projeto Tainacan é uma parceria entre o Laboratório de Políticas Públicas Participativas do MediaLab da Universidade Federal de Goiás, com o Ministério da Cultura e o Instituto Brasileiro de Museus, com o fim de desenvolver uma plataforma comum para a produção e organização de acervos digitais em rede.

também na gestão museológica, por suscitar um constante repensar da estrutura organizacional. A consideração desses vieses pode possibilitar o fim das hierarquias, que acabam por dificultar a comunicação interna e a coesão institucional, e a construção de departamentos conectados que trabalham em conjunto.

Entretanto, é fato que para que o fazer museal seja adaptado de acordo com as abordagens crítica e pós-crítica, a instituição deve se entender como tal e agir como demandam essas abordagens, englobando todos os aspectos e pessoas envolvidas nesse processo museológico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIDAR, Gabriela. **Aspectos da inclusão sociocultural em museus**: a experiência da Pinacoteca de São Paulo. 3° Encontro Baiano de Museus – Museus, território e inclusão sociocultural, 2011.

AIDAR, Gabriela; CÂNDIDO, Manuelina M. D.; MARTINS, Luciana Conrado. A experiência museal: discutindo a relação dos museus com seus visitantes na contemporaneidade. In: **Museologia e Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 2, n. 6, março/abril, 2015. p. 308-315.

AIDAR, Gabriela; CHIOVATTO, Milene. **Como avaliar o sensível?** A experiência da Pinacoteca do Estado de São Paulo em avaliação para ações de inclusão sociocultural. Pinacoteca de São Paulo – São Paulo, 2015.

AIDAR, Gabriela; CHIOVATTO, Milene. Interligar o museu e seu entorno: a ação educativa extramuros da Pinacoteca do Estado de São Paulo. In: **Revista de Ciências da Educação**, n. 25, UNISAL, Americana – São Paulo, 2011.

ALMEIDA, Adriana Mortara. **O contexto do visitante na experiência museal:** semelhanças e diferenças entre museus de ciências e de arte. História, Ciências, Saúde - Manguinhos, v. 12, p. 31-53, 2005.

BARBOSA, Orlando Coelho; CASTANHO, Marisa Irene Siqueira. Educadores de museu: a produção de sentidos acerca de uma experiência extramuros. In: **Pesquisas e Práticas Psicossociais**, v. 11, São João del-Rei – RJ, 2016.

CERÁVOLO, Suely Moraes. **Delineamento para uma teoria da museologia.** Anais do Museu Paulista. São Paulo. N. Sér. V.12. pag. 237 a 268. Jan./dez. 2004.

CLIFFORD, James**.** Museus como zonas de contato. In: **Revista Periódico Permanente**, vol. 4, n. 6. São Paulo: USP, fev. 2016, 37 p.

CRESPO, Maria del Mar Flórez. **La museología crítica y los estudios de público en los museos de arte contemporáneo:** caso del museo de arte contemporáneo de Castilla y León, MUSAC. De arte/Revista de História del Arte, v. 5, 2006 - Universidade de León, Espanha. p. 231-243, 2006.

CURY, Marília Xavier. **Os usos que o público faz dos museus:** a (re)siginificação da cultura material e do museu. MUSAS - Revista Brasileira de Museus e

Museologia/Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, vol. 1, n. 1, 2004. IPHAN - Rio de Janeiro, 2004, p. 87-106.

DAMASCENO, Wagner Miquéias. **O lugar dos museus e o direito à cidade**: um estudo sobre espaço, tempo e trabalho. Cadernos de Sociomuseologia n°11, vl. 55 – Centro de Estudos Interdisciplinares em Educação e Desenvolvimento, Portugal, 2018.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. eds. **Conceitos-chave de museologia.** ICOM. São Paulo: Armand Colin, 2013.

DEWDNEY, Andrew; DIBOSA, David; WALSH, Victoria. **Post-Critical Museology**: Theory and Practice in the Art Museum. London; New York: Routledge, 2012.

DEWDNEY, Andrew; WALSH, Victoria. Da diversidade cultural aos limites do modernismo estético – políticas culturais da coleção nacional, mecanismos de exibição e exposição. In: **Revista Periódico Permanente**, vol. 4, n. 6. São Paulo: USP, fev. 2016, 16 p.

FIGURELLI, Gabriela Ramos**. O Público esquecido pelo Serviço Educativo** – estudo de caso sobre um programa educativo direcionado aos funcionários de museu. 2010, 165 p. Faculdade de Arquitetura, Urbanismo, Geografia e Artes - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Lisboa, 2010.

HONORATO, Cayo. **Mediação extrainstitucional.** Museologia & Interdisciplinaridade, v. III, n.6, p. 205-220, março/abril de 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **O "não público" dos museus:** levantamento estatístico sobre o "não-ir" a museus no Distrito Federal. Relatório Final de Pesquisa. Coordenação de Pesquisa e Inovação Museal, DPMUS/Ibram - Brasília, DF. 2012.

KÖPTCKE, Luciana Sepúlveda. **Público, o X da questão?** A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil, In: Museologia e Interdisciplinaridade, Brasília, v. 1, n. 1, jan/jul de 2012, p. 209-235.

MENSCH, Peter Van. **Towards a methodology of museology**. Phd Tesis. University of Zagreb - Croácia, 1982.

MÖRSH, Carmen. Numa encruzilhada de quatro discursos Mediação e educação na documenta 12: entre Afirmação, Reprodução, Desconstrução e Transformação. In: **Revista Periódico Permanente**, volume 4, número 6. 2016.

NEVES, Renata Ribeiro. Centro Cultural: a Cultura à promoção da Arquitetura. In: **Revista on-line Especialize**, Instituto de Pós-graduação e Graduação, Goiânia, GO, julho, 2013.

PADRÓ, Carla. La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio. In: **Museología crítica y Arte contemporáneo** - Zaragoza: Prensas Universitárias de Zaragoza, 2003. P. 51-70

ROCHA, Poliana Ferreira. **Coleção Stella Maris da Casa da Cultura da América Latina**: análise da aquisição e do descarte (2001-2013). Universidade de Brasília – UnB, DF. 2013.

SELLI, Paula Hilst. **Reflexões sobre o acesso a museus e instituições culturais**. Palíndromo, PPG em Artes Visuais – CEART/UDESC, n° 7, 2012.

SHELTON, Anthony. **Critical Museology:** A manifesto. Museum Worlds: Advances in Research 1. Berghahn Books, 2013, p. 7-23.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Termos de Autorização de uso das entrevistas

Termo de Autorização de Divulgação da Entrevista

Autorizo a divulgação, sem fins lucrativos, pela Universidade de Brasília, na forma impressa para utilização em seu Trabalho de Conclusão de Curso da entrevista por mim concedida a Maya Moreno Macario em 22 de maio de 2019.

Brasília, 05 de junho de 2019.

Estefânia Dália

Nome do entrevistado

Termo de Autorização de Divulgação da Entrevista

Autorizo a divulgação, sem fins lucrativos, pela Universidade de Brasília, na forma impressa para utilização em seu Trabalho de Conclusão de Curso da entrevista por mim concedida a Maya Moreno Macario em 10 de maio de 2019.

Brasília, de de 2019.

Helena B. Lamego

Nome do entrevistado

Termo de Autorização de Divulgação da Entrevista

Autorizo a divulgação, sem fins lucrativos, pela Universidade de Brasília, na forma impressa para utilização em seu Trabalho de Conclusão de Curso da entrevista por mim concedida a Maya Moreno Macario em 10 de maio de 2019.

Brasília, de de 2019.

Raniel de O. Fernandes

Nome do entrevistado

Termo de Autorização de Divulgação da Entrevista

Autorizo a divulgação, sem fins lucrativos, pela Universidade de Brasília, na forma impressa para utilização em seu Trabalho de Conclusão de Curso da entrevista por mim concedida a Maya Moreno Macario em 13 de dezembro de 2018.

Brasília, de de 2019.

Nome do entrevistado

Termo de Autorização de Divulgação da Entrevista

Autorizo a divulgação, sem fins lucrativos, pela Universidade de Brasília, na forma impressa para utilização em seu Trabalho de Conclusão de Curso da entrevista por mim concedida a Maya Moreno Macario em 11 de janeiro de 2019.

Brasília, 19 de JUNHO de 2019.

Nome do entrevistado

APÊNDICE B – Questionário de estudo de público a ser aplicado

Questionário público espontâneo - CAL

Data: __/__/_____ Horário: __:__

Nome: _____

Email: _____

Idade:
( ) Até 18 anos ( ) Entre 46 e 55 anos
( ) Entre 19 e 25 anos ( ) Entre 56 e 65 anos
( ) Entre 26 e 35 anos ( ) Acima de 66 anos
( ) Entre 36 e 45 anos

Gênero:
( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro. Qual?_____

Raça
( ) Branca (o) ( ) Parda (o)
( ) Preta (o) ( ) Indígena
( ) Outra. Qual? _____

Profissão: _____

Região em que reside: _____

É a primeira vez que visita a CAL?
( ) Sim ( ) Não

Por quais meios ficou sabendo da Casa da Cultura da América Latina?
( ) Redes Sociais (Facebook, Instagram, email)
( ) Indicação ( ) Jornais (TV, Impresso)
( ) Outros. Quais? _____

Razão da Visita:
( ) Exposição ( ) Eventos da CAL e dos Coletivos
( ) Conhecer a CAL ( ) Pesquisa do acervo
( ) Outra. Qual? _____

Com que frequência vem ao Setor Comercial Sul (SCS)?
( ) Sempre ( ) Regularmente
( ) De vez em quando ( ) Raramente
( ) Nunca

Por qual motivo você frequenta o Setor Comercial Sul?

( ) Trabalho ( ) Lazer
( ) Moradia ( ) Trânsito
( ) Outro. Qual?_____

Frequenta outras instituições culturais no Setor Comercial Sul? Se sim, quais?
( ) Não frequento ( ) Museu dos Correios
( ) SESC ( ) Fundação Cultural Palmares
( ) Outras. Quais? _____

Frequenta eventos culturais no SCS? Se sim, quais?
( ) Não frequento ( ) Quinta Cultural
( ) Samba Urgente ( ) Quartas Musicais
( ) Setor Tropial Sul ( ) Beco Elétrico
( ) Outros. Quais?_____

APÊNDICE C – Cartazes de divulgação do questionário *on-line*

PESQUISA DE PÚBLICO

CAL

Responda nosso questionário pelo link:

bit.ly/questionariocal

Ou acesse pelo Qr Code: