



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM MUSEOLOGIA

MARÍLIA GABRIELLA DE MAGALHÃES DA MOTA

TIPOLOGIA E AVALIAÇÃO DE PÚBLICO NO MUSEU
HANSEN BAHIA – SÃO FÉLIX

Cachoeira
2010

MARÍLIA GABRIELLA DE MAGALHÃES DA MOTA

**TIPOLOGIA E AVALIAÇÃO DE PÚBLICO NO MUSEU
HANSEN BAHIA – SÃO FÉLIX**

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Museologia, Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Museologia.

Orientador: Profa. Ms. Cristina Ferreira Santos de Souza.

Co-orientador: Profa. Dra. Camila Fernanda Guimarães Santiago.

Cachoeira
2010

M917 Mota, Marília Gabriella de Magalhães da

Tipologia e avaliação de público no Museu Hansen Bahia – São Félix /
Marília Gabriella de Magalhães da Mota. - Cachoeira: UFRB/CAHL, 2010.
59 f.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Recôncavo da
Bahia. Centro de Artes, Humanidades e Letras, 2010.

Orientadora: Prof^a Ms. Cristina Ferreira Santos de Souza

Co-orientadora: Prof^a Dra. Camila Fernanda Guimarães Santiago

1. Comunicação Museológica. 2. Público de Museu. 3. Relação
Comunidade/Museu. 4. Museu Hansen Bahia. I. Souza, Cristina Ferreira
Santos de. II. Santiago, Camila Fernanda Guimarães. III. Universidade
Federal do Recôncavo da Bahia. Centro de Artes, Humanidades e Letras.
IV. Título.

CDD 069

CDU 069:76

MARÍLIA GABRIELLA DE MAGALHÃES DA MOTA

**TIPOLOGIA E AVALIAÇÃO DE PÚBLICO NO MUSEU
HANSEN BAHIA – SÃO FÉLIX**

Monografia apresentada como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Museologia, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

Aprovado em: ____/____/____

Banca Examinadora

Suzane T. de Pinho Pepe – representante _____

Mestre em Arqueologia e História da Arte.

Université Catholique de Louvain – Bélgica.

Ayrson Heráclito Novato Ferreira _____

Mestre em Artes Visuais.

Universidade Federal da Bahia.

Archimedes Ribas Amazonas _____

Mestre em Cultura e Sociedade.

Universidade Federal da Bahia.

AGRADECIMENTOS

Ao fim de uma longa caminhada percebemos que não caminhamos sozinhos e que pessoas especiais sempre estiveram ao nosso lado nos ajudando. Realizo um grande sonho e nele a alegria da vitória se mistura com as expectativas dos próximos desafios. E por todos àqueles que me ajudaram a torná-lo realidade, agradeço primeiramente: a Deus, por ter sustentado a todos nós até aqui; à minha mãe e ao meu avô, que sempre estiveram presentes na minha vida, pessoas à quais devo minha eterna gratidão, parte do que sou hoje é de fato responsabilidade deles, o amor incondicional e verdadeiro.

Agradeço a minha irmã Isabela, por sua dedicação e paciência estando ao meu lado em momentos difíceis do dia-a-dia, ao meu pai e aos meus irmãos Neto e Guilherme que sempre torceram por minha vitória. Amo vocês no sentido mais profundo da palavra.

À minhas tias Olívia, Ana Rita, Magali e Adriana que sempre estão dispostas a me ajudar no que for preciso. À Samanta e Caroline, primas queridas e amigas do coração que sempre me incentivaram a nunca desistir e a crescer cada vez mais.

Aos amigos e colegas da turma 2006.2 de museologia, em especial ao quinteto fantástico, Izabella, Evânia, Lise, Laíz e Juliane, vocês fizeram a diferença nos meus dias, aprendi muito com todas vocês.

À minha amiga Jaqueline, pela força nos momentos difíceis e disposição nos momentos de alegria. À Márcia e Lara, pessoas especiais à quais devo toda admiração, carinho e respeito.

Às professoras Cristina e Camila, pela paciência e orientações, muito obrigada! Aos professores e funcionários da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia que me ensinaram muito, e principalmente para àqueles que realmente fazem a diferença no curso de Museologia.

A todos que concederam informações valiosas e tornaram esse estudo possível, a todos os entrevistados.

Enfim, muito obrigada a todos e a todas que de maneira direta e indireta torceram por mim e estiveram ao meu lado me apoiando. Aqui estão os meus sinceros agradecimentos.

MOTA, Marília Gabriella de Magalhães. *Tipologia e Avaliação de Público no Museu Hansen Bahia – São Félix*. 59 f. il. 2010. Monografia (graduação) – Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2010.

RESUMO

Este estudo monográfico avaliou o público da Fundação Hansen Bahia da cidade de São Félix, com a finalidade de obter informações e dados quantitativos para a comunicação museológica, tornando-se possível através de pesquisas e levantamentos feitos na própria Instituição e junto à comunidade, utilizando como subsídio uma bibliografia específica. Foram selecionadas algumas pessoas que residem e trabalham em São Félix para a realização desse estudo. Todas elas possuem vínculo com a cidade ou com a Instituição. Os dados coletados são provenientes de entrevistas feitas individualmente. As entrevistas não seguiram um questionário pré-estabelecido, foi percorrido um roteiro tendo em vista uma base para seqüência e prosseguimento das questões a serem levantadas. Considerando as contribuições de diversos autores que embasam o estudo, foram definidas algumas questões que possibilitaram e orientaram este trabalho. Analisada a pesquisa, torna-se necessário destacar as possibilidades de alterar essa realidade, uma vez que não interessa só constatar o problema. Avançar no sentido de encaminhar medidas para a transformação desse quadro é o que se propõe. O Museu pode ser um espaço para aprendizados não só baseado em seu histórico, vida e obra do artista, como também pode ser um disseminador de diversos interesses do público.

Palavras-Chave: Comunicação Museológica; Público de Museu; Relação Comunidade/Museu; Museu Hansen Bahia.

MOTA, Marília Gabriella de Magalhães. Typology and Evaluation of the Public Museum Hansen Bahia - São Félix. 59 f. il. 2010. Monograph (Graduation) – Center for the Arts, Humanities and Letters, Federal University of Bahia Recôncavo, 2010.

ABSTRACT

This monographic study evaluated the Foundation's public Hansen Bahia City of San Felix, in order to obtain information and quantitative data to museological communication, making it possible through research and surveys conducted at the institution and in the community, using as grant a specific bibliography. We selected some people who live and work in San Félix to conduct this study. All of them have ties with the city or to the institution. The data collected are from interviews conducted individually. The interviews did not follow a predetermined questionnaire, we traveled a road map towards a basis for continuation and sequence of questions to be raised. Considering the contributions of several authors that support the study, some issues have been defined and directed that enabled this work. After examining the research, it is necessary to highlight the possibilities of changing this reality, since it does not matter only at the problem. Next steps forward towards the transformation of this situation is what is proposed. The Museum can be a place for learning not only based on their history, life and work of the artist, but can also be a disseminator of various interests of the public.

Keywords: Communication Museological; Public Museum; Value community / museum; Hansen Bahia Museum.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	08
2. HISTÓRICO	13
2.1 Museu e seu público	13
2.2 Museus de arte e seu surgimento no Brasil – Séc. XX	14
2.3 Museu Hansen Bahia e a Trajetória de Karl Heinz Hansen	19
2.4 Tipologia de museu: Caracterização de museus de Arte	21
2.5 A pesquisa de visitante como meio de construção dos perfis de público visitante e potencial	23
3. COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA E A PESQUISA E AVALIAÇÃO DE PÚBLICO – discutindo as visões dos autores com base em suas obras	26
4. IMAGENS E SIGNIFICADOS	34
4.1 A Comunicação Museológica no Museu Hansen Bahia – São Félix	38
5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	46
5.1 Pesquisa e o Perfil dos Entrevistados	46
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	54
ANEXO – TERMO DE CONCESSÃO	58

1. INTRODUÇÃO

Este estudo monográfico, de tema Tipologia e Avaliação de Público no Museu Hansen Bahia – São Félix, tem como proposta avaliar o público da Fundação Hansen Bahia da cidade de São Félix com o propósito de obter informações e dados quantitativos para a comunicação museológica, que torna-se possível através de pesquisas e levantamentos feitos na própria Instituição e junto à comunidade, utilizando como subsídio uma bibliografia específica.

Primeiramente, a opção pelo Museu Hansen Bahia teve como objetivo destacar o público predominante e assíduo, a fim de relacionar de forma comparativa e quantitativa com o público da comunidade local. Posteriormente, após uma mudança no foco de investigação, tornou-se importante verificar os possíveis motivos de distanciamento entre o público e a Instituição e tentar identificar as possíveis falhas e soluções de aproximação entre o público e o Museu Hansen Bahia – São Felix. As investigações sobre o público do Museu permitem verificar características sociais, as atitudes em relação ao museu, assim como gostos e preferências.

Anteriormente a esse estudo, foi realizado um trabalho na disciplina Tipologia de Museus e Avaliação de Público, ministrada pela professora Cristina Ferreira, que teve como propósito fazer um levantamento dos museus e seu público nas cidades de Cachoeira e São Félix. Essa pesquisa foi realizada no ano de 2008 através de questionários aplicados à população das cidades em destaque. Como seguimento, foi elaborado um relatório final exibindo os resultados das entrevistas. Essa pesquisa serve como subsídio para o desenvolvimento desta monografia, pois os dados obtidos possibilitaram um melhor desenvolvimento da pesquisa atual¹.

Uma das Instituições investigadas, o Museu Hansen Bahia de São Félix, é o objeto de estudo da presente pesquisa. Foi feita uma visita técnica e realizada uma entrevista com a curadora da Instituição, Lêda Déborah, que concedeu algumas

¹ MOTA, Marília Gabriella de Magalhães da; MARQUES, Izabella Fagundes. **Pesquisa de Museus: uma análise do perfil de público.** Cachoeira: UFRB, 2008.

informações a respeito da Instituição e de seu acervo. Nessa entrevista, algumas questões foram levantadas e os dados obtidos fundamentam o estudo.

Uma das questões feitas abordou o público-alvo do Museu, tendo como resposta que são, em sua maioria, estudantes da região e turistas estrangeiros. No período da pesquisa foi declarado que a Instituição passava por uma fase complicada quanto à comunicação museológica, pois não possuía uma equipe especializada e nenhum projeto voltado para educação patrimonial.

Em outro momento da pesquisa, realizada em 2008, foram entrevistadas pessoas da comunidade. As entrevistas foram feitas por meio de questionários elaborados em sala de aula pelos alunos sob orientação da professora.

Várias questões foram feitas, como por exemplo: o que é museu? E o que pôde ser percebido ainda com muita intensidade é a velha idéia de museu como um local que guarda coisas antigas, objetos que caíram em desuso.

Um ponto bem notado foi que a noção de que museu é algo que não faz parte da cultura de determinada classe afasta as pessoas das instituições. Fato que deve sua construção na educação, momento em que deverão ser esclarecidas questões desse tipo. As pessoas vêem o museu como “lugar para elite”, e sentem-se excluídos dessa forma.

Outro agravante, percebido no período do estudo com a população local, é a falta de conhecimento, por parte da população, dos museus que têm na cidade, a antiga história de que “o que é nosso é mais valorizado por quem é de fora” é concreto nesse âmbito. Ou seja, os moradores da cidade, que deveriam melhor usufruir do conhecimento que as instituições têm a oferecer, são os menos informados ou menos interessados.

A falta de esclarecimento a respeito dos museus da cidade se deve a falta de instrução dessas pessoas. Uma solução possível para esse fato é a educação, momentos em que se deve instruir, mostrar e divulgar o quão são importantes esses locais e o quanto eles contribuem para a história e desenvolvimento das pessoas. O museu como ambiente de lazer é desfrutado por poucos, que deixam esse tipo de atividade para último caso. Não se pode negar que uma minoria aprecia visita a museus, mas o número ainda não chega perto do ideal.

Outro ponto que foi percebido nessa pesquisa é o desejo de uma maior interação, nos museus, entre visitante e acervo. Algumas pessoas gostariam de ver um museu mais criativo, com maior dinamismo.

Dessa maneira, tendo como referência a análise desses dados e tendo como perspectiva a situação vivenciada pela população, é dado um prosseguimento da pesquisa focando o público local, sendo este frequentador ou não da Instituição, a fim de identificar as causas e conseqüências de um possível distanciamento da comunidade em relação ao Museu alvo do estudo, o Museu Hansen Bahia de São Félix.

Foram selecionadas algumas pessoas para a realização desse estudo. Todas elas possuem vínculo com a cidade ou com a Instituição. Os dados coletados são provenientes de entrevistas feitas individualmente.

Neste sentido, são propostos alguns passos que são: ordenação dos dados, classificação dos dados e análise final. A ordenação dos dados engloba tanto as entrevistas como o conjunto de material de observação e dos documentos. Essa etapa inclui transcrição de gravações, releitura do material, organização dos relatos em determinada ordem e organização dos dados da observação. A classificação dos dados compõe a leitura repetida dos textos, prolongando uma relação interrogativa com eles, atividade que ajuda o pesquisador a, processualmente, estabelecer as categorias empíricas, confrontando-as com as categorias analíticas teoricamente estabelecidas, buscando as relações dialéticas entre ambas. A análise final de qualquer investigação tem que ter uma direção para uma vinculação estratégica com a realidade.²

As entrevistas não seguiram um questionário pré-estabelecido, foi percorrido um roteiro tendo em vista uma base para sequência e prosseguimento das questões a serem levantadas. Foi utilizado o termo de concessão gratuita de direitos sobre depoimento oral (ver anexo) para que cada entrevistado pudesse ter a opção de participar ou não da pesquisa.

² MINAYO, Maria Cecília de Souza (organizadora). **O desafio do Conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 4^oed. Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1996.

A pesquisa, com ou sem questionário pré-estabelecido, possui as vantagens da obtenção de resultados rápidos, da flexibilidade nas perguntas e nas respostas, deixando os entrevistados mais à vontade para argumentar, e o baixo custo.³

Uma das razões em não optar por um questionário foi pelo fato do Museu Hansen Bahia – São Félix, não receber visitantes locais em fluxo suficiente, sendo a maioria turistas estrangeiros.⁴ Dessa forma, foi encontrado como alternativa buscar referências na comunidade, através de representantes locais e agentes multiplicadores do patrimônio que auxiliassem na análise das causas do distanciamento entre a população local e o Museu.

Escolhidos os entrevistados, foi solicitado qual melhor horário para que pudessem participar da entrevista. A entrevista foi feita individualmente, em ambiente restrito e tranquilo, sendo entregue o termo de concessão para a assinatura do entrevistado.

O trabalho monográfico é estruturado desde o histórico do Museu Hansen Bahia e aportes teóricos a uma bibliografia selecionada para seu desencadeamento.

No Histórico é abordado o Museu e o público e seu desenvolvimento ao longo dos tempos, desde quando surgiu o interesse pelo estudo de público reconhecendo sua importância para um bom desenvolvimento dos museus até os dias atuais. Nesse mesmo capítulo são tratados os Museus de Arte e seu surgimento no Brasil no século XX, incluindo o Museu estudado, O Museu Hansen Bahia, e a chegada de Karl Heinz Hansen, seu fundador, no país.

O capítulo seguinte trata dos aportes teóricos. Serão expostos os autores, livros, artigos e outros métodos utilizados para embasamento da pesquisa. Nesse ponto, a questão da comunicação museológica é abordada, conceituando pesquisa de público e avaliação. A relevância do estudo de público é mostrado nesse capítulo com base em autores que abordam o assunto.

O capítulo seguinte aborda as imagens e sua influência diante do público local. As obras do artista Hansen retratam a cultura e costumes locais e, consequentemente, da cidade de São Félix, fato não percebido por muitos. Alguns autores e

³ Koptke, Luciana Sepúlveda. **Oficina Públicos de Museus** – outubro, 2008.

⁴ Dados extraídos dos livros de registro do Museu Hansen Bahia – São Félix. Em 04/05/2010.

seus estudos são citados, como Chartier e Panofsky⁵. A comunicação museológica do Museu Hansen Bahia – São Félix também é analisada nesse capítulo.

Dando seguimento, é mostrada a apresentação dos resultados, descrevendo a pesquisa e o perfil dos entrevistados. As entrevistas são analisadas de modo a relacionar as visões e opiniões dos entrevistados.

Para concluir o trabalho, são feitas as considerações finais, em que um resumo mostra os pontos que foram trabalhados no estudo monográfico e a contribuição que este proporcionou.

⁵ PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 2002; CHARTIER, R. **A história cultural entre práticas e representações**. Lisboa: Di, 1990

2. HISTÓRICO

2.1 Museu e seu Público

É percebido certo preconceito em relação à palavra museu. Ela é frequentemente associada a tudo que é ultrapassado, obsoleto, sem vida. É muito utilizada a expressão "peça de museu", por exemplo, ao se fazer referência à coisa velha e sem utilidade.⁶

A origem dos museus é marcada pelo colecionismo e o diletantismo (amador das belas artes) e a sua institucionalização foi lenta e de forma gradual. Primeiro passou de um local reservado para expor a poucos coleções particulares e mais tarde transforma-se em instituição voltada para a comunicação do patrimônio cultural preservado. (CURY, 2003, p.366).

Na Idade Média, alto clero, reis e senhores feudais possuíam tesouros como vasos de ouro e prata, jóias, armas, substâncias medicinais, roupas, etc. Estas coleções garantiam poder e representavam fortuna num período em que não havia moeda estável e sistema bancário. Nesse período, algumas obras de arte já eram expostas ao público por intermédio da Igreja que as usavam para propagar a fé em seus templos. Vitrais, mosaicos, gravações em madeira, etc., tinham o objetivo de educar para a religião seus fiéis.

No Renascimento, com o desenvolvimento intelectual da época e estabilidade na economia, as coleções eram mais voltadas para a cultura. Seus donos as exibiam para serem estudadas e admiradas por estudiosos que, por vezes, eram convidados a examiná-las. Com isso, o conteúdo das coleções passou a ter mais qualidade. As exposições ao público ainda não existiam, esse tipo de evento ainda

⁶ 6

GASPAR, Alberto. MUSEUS E CENTROS DE CIÊNCIAS - CONCEITUAÇÃO E PROPOSTA DE UM REFERENCIAL TEÓRICO. Tese para obtenção do título de doutor na área de Didática. São Paulo, 1993. Disponível em: <<http://www.casadaciencia.ufrj.br/Publicacoes/Dissertacoes/gaspar-tese.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2010.

contava com as igrejas para apreciação de obras de arte e raridades. Contudo, o interesse pela antiguidade clássica fez resgatar antigas esculturas do Império Romano, recuperadas e por possuir dimensões próprias para locais abertos, passam a serem exibidas em locais públicos, dando acesso popular a essas obras. Como afirma Cícero Antônio Fonseca de Almeida em seu texto *O “coleccionismo Ilustrado” na gênese dos museus contemporâneos*:

Os príncipes e reis detentores de coleções artísticas e científicas consideravam esses objetos como bens pessoais, que satisfaziam seus gostos estéticos particulares, e que poderiam ser vendidos ou alienados de acordo com seus desejos. Mas era cada vez mais crescente uma ‘cultura da curiosidade’, bem caracterizada pelos ‘Gabinetes de Curiosidades’ ou ‘Câmaras de Artes e Maravilhas’, espaços que reuniam antiguidades clássicas de toda natureza, as ‘antiquilhas’, curiosidades naturais (fósseis, corais Tc), flores e frutos vindos das partes mais remotas do planeta, animais ‘monstruosos’ ou ‘fabulosos’, peças de ourivesaria e objetos etnográficos recolhidos por viajantes, aos quais inclusive se atribuía poderes mágicos (...) Pouco a pouco, portanto, os museus e Gabinetes de Curiosidades passaram a se preocupar mais diretamente com a organização científica das coleções, substituindo a ‘cultura da curiosidade’ por uma atitude mais especializada... (ALMEIDA, 200, p.127-130)

Com o crescimento dessas coleções, surgiu a necessidade de seus colecionadores encontrarem um local onde pudessem expô-las e guardá-las. A partir desse momento, surgem as chamadas galerias, salas que pudessem ser bem iluminadas destinadas às obras de arte. Logo, essas galerias passaram a ser local de estudo para artistas e ambiente para estudo e reflexão de nobres. Com o tempo, o significado da palavra deixou de designar lugar de inspiração, estudo e reflexão, para lugar de conteúdo, onde se guardam coleções.

Marília Xavier Cury, no início de seu livro *Exposição: concepção, montagem e avaliação*, discute sobre essa questão dos conceitos:

São muitos os conceitos que se relacionam à museologia e aos museus e é difícil localizar a sua origem para analisarmos o seu contexto de aparecimento. São palavras às vezes parecidas que, quando usadas, podem confundir. Musealização é uma delas. Temos outras: museal, museológico, museália, museável, musealisável e musealidade. De fato, às vezes nos deparamos com elas, colocadas em textos como partes do desenvolvimento de uma lógica museológica... (CURY, 2006, p.22).

O Conselho Internacional de Museus - ICOM definiu museu, no ano de 1974, como: “um estabelecimento permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberto ao público, que coleciona, conserva, pesquisa, comunica e exhibem, para estudo, a educação e o entretenimento, a evidência material do homem e seu meio ambiente”.⁷

Os museus evoluíram com o passar do tempo, o que antes se resumia em ações meramente conservadoras, onde se depositavam objetos que eram postos como algo de maior importância, passou a ter como foco principal o público. “Nesse caso, seu objetivo é tanto manter uma obra, criar condições para que essa obra entre no circuito imaginário da cultura mediante sua exposição adequada ao público”. (COELHO, 1997, p.270). Dessa forma, Museus são vistos como bens culturais de uso público que precisam ser mantidos, organizados e preservados em ação conjunta com a sociedade e/ou parcerias com o governo.

Para cumprir esse papel, os museus devem estar a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento. Comprometidos com a gestão democrática e participativa, eles devem também ser locais para investigação e interpretação, de mapeamento, documentação e preservação cultural, de comunicação e exposição dos testemunhos do homem e da natureza, com os objetivos de propiciar a ampliação do campo das possibilidades de construção identitária e a percepção crítica acerca da realidade cultural brasileira.

Nas primeiras décadas do século XX, o modelo de comunicação mais aceito era o que o visitante era encarado como um “recipiente vazio”, no qual as informações seriam introduzidas. No decorrer do mesmo século, outros modelos começam a ser desenvolvidos, passando assim a evidenciar a complexidade da relação comunicacional, valorizando as mensagens, os códigos e, mais tarde, a figura do receptor como sujeito ativo do processo. Paralelamente, as pesquisas de público adquirem novos modelos e aperfeiçoam a percepção da experiência museal. Estudos que baseavam-se também em teorias e métodos relacionados a pedagogia e a psi-

⁷ . COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. São Paulo: Iluminuras, p. 269, 1997.

cologia, respaldados em teorias comportamentais no início do século passado, e mais recentemente em teorias sóciointeracionistas. (MORTARA, 2005, p.32).

No Brasil, o primeiro museu data de 1862, o Museu do Instituto Arqueológico Histórico e Geográfico Pernambucano. Sob a guarda do Museu, que é aberto ao público, estão documentos e relíquias que são fontes valiosas para a história de Pernambuco, como uma coluna em pedra com o brasão e a coroa portuguesa datada de 1535.⁸

2.2 Museus de Arte e seu surgimento no Brasil – séc. XX

Lisbeth Rebollo Gonçalves, em seu livro *Entre Cenografias: O Museu e a exposição de arte no século XX*, ressalta a questão da tipologia predominante nas exposições de arte no século XIX que é percebida em todo cenário cultural até meados dos anos de 1920. Os museus de arte moderna trouxeram uma nova tipologia de apresentação das obras, como a cenografia com paredes brancas. Nos novos museus surge também a cenografia com perfil mais teatral, utilizando-se de cores e se valendo de ambientações.

É observado pela autora como as exposições se apresentam no século XX, como se configura enquanto campo de ação crítica e de recepção estética, sendo considerada uma forma artística. Ainda é analisada a exposição sob concepção do evento e como meio de comunicação no contexto cultural em que se insere. “Adota-se o conceito de ‘cenografia’ no lugar do conceito de ‘museografia da exposição’” (GONÇALVES, 2004, p.20).

No âmbito dos novos cenários de arte, considera-se também a questão da arquitetura nos museus, o seu papel na recepção estética, de seu entorno arquitetônico, que se torna algo de muita importância para a qualidade “teatral” de uma exposição.

⁸ INSTITUTO ARQUEOLÓGICO, HISTÓRICO E GEOGRÁFICO PERNAMBUCANO. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/notitia/servlet/newstorn.ns.presentation.NavigationServlet?publicationCode=16&pageCode=306&textCode=832&date=currentDate>>. Acesso em: 23 mar. 2010.

Quando as exposições de arte são pensadas como meio de comunicação entre o espectador e a arte, verifica-se que na perspectiva da imaginação social seu âmbito é ilimitado, sendo amplos os limites do contexto cultural que articulam seu espaço comunicante. Como meio de comunicação, as possibilidades que as exposições de arte oferecem são, portanto, tão extensas quanto a dimensão cultural: seja de uma determinada época, de uma tendência, de um movimento, da trajetória de um grupo ou de um artista individualmente, e assim por diante. (GONÇALVES, 2004, p.32).

A compreensão da arte e seu contexto histórico e social pelo público é o que fundamenta a construção da exposição. A comunicação da exposição da arte pode oferecer recursos de apoio ao visitante através das informações documentais como cronologias, dados técnicos, textos sobre a obra em exibição que apontem as fases ou estéticas.

Na segunda metade do século XX, surgem espaços para exposições de arte contemporânea através de mostras temporárias com a influência das transformações de linguagem. “Dessa forma elas respondem ao problema da natureza efêmera da obra dessa arte”. (GONÇALVES, 2004, p.43).

A grande maioria dos museus brasileiros foram todos fundados durante o século XX, sendo um dos mais importantes, pela qualidade do acervo, o MASP - Museu de Arte de São Paulo, fundado em 1947. O MASP possui uma das mais importantes e abrangentes coleções de arte ocidental da América Latina, em que se sobressaem os conjuntos referentes às escolas italiana e [francesa](#). Possui uma seção de [arte brasileira](#) e pequenos conjuntos de [arte africana](#) e [asiática](#), [artes decorativas](#), [peças arqueológicas](#) etc., totalizando aproximadamente 8 mil peças. O museu também abriga uma das maiores [bibliotecas](#) especializadas em [arte](#) do país.⁹

O Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM) é também uma instituição cultural de muita relevância no Brasil. Localiza-se na cidade do Rio de Janeiro. O museu foi inaugurado em 1948 e é fruto do contexto cultural e econômico que o Brasil vivenciou no segundo pós-guerra, em que se observou a

⁹**Museu de Arte de São Paulo.** Disponível em: <http://wapedia.mobi/pt/Museu_de_Arte_de_S%C3%A3o_Paulo>. Acesso em 14 abr. 2010.

diversificação dos equipamentos culturais deste país e a aquisição de um valioso patrimônio artístico.

No Brasil, a década de 1940 foi um período marcado pela intensa participação da iniciativa privada no processo de criação de uma rede de equipamentos culturais de alto nível e pela consolidação do apreço pela estética modernista entre colecionadores e intelectuais em geral. O período de grande prosperidade que o Brasil experimentava, propiciado pelo avanço da industrialização, contrastava com a difícil situação financeira vivenciada pela Europa após o término da Segunda Guerra Mundial.¹⁰

Constata-se, de imediato, que existe, na modernidade brasileira, um olhar para o futuro, um desejo de ruptura, inovação e experimentação. Mas ao mesmo tempo, há uma nostalgia do passado, um olhar para as raízes culturais que marcaram o processo de formação histórica da nação (...) A arte aparece como meio onde se trata de difundir a consciência nacional, onde se busca a criação de um sentimento de especificidade cultural, revelador de identidade. (GONÇALVES, 2007, p.24-25)

A Semana de Arte Moderna de 1922, realizada em São Paulo, representou um marco da Arte Contemporânea no Brasil.

As noções estéticas a partir de modelos europeus, principalmente na área de artes plásticas, surgiram como uma chance de restauração para a arte brasileira: cubismo, expressionismo, idéias futuristas, dadaísmo, construtivismo, surrealismo. A influência francesa resultou em inspirações que de forma direta ou indireta entusiasmou os artistas modernos brasileiros (uma parte da elite que só apresentaram aberturas a partir da década de 20), além da influência da Alemanha e da Suíça francesa.

Especialmente Paris, ofereceria ambiente adequado para pintores e escultores. Os brasileiros, diferentemente dos argentinos, mantinham um contato breve com o exterior, regressavam a seu país depois de curtas temporadas na Europa.

¹⁰ Notas sobre a história dos museus. Disponível em: <<http://www.museus.art.br/historia.htm>>. Acesso em: 14 abr. 2010.

A exposição de artes plásticas da Semana de 22 apresentou intenções de modernidade, e foi no decorrer da década que diversos artistas encontraram caminhos dentro da tendência contemporânea pós cubista.¹¹

A criação do Salão Baiano de Belas Artes, em 1949, representou a primeira iniciativa oficial para a arte moderna. Nos seis salões que aconteceram, coexistiam novas tendências e corrente acadêmica. A fundação do Museu de Arte Moderna da Bahia, sob a direção de Lina Bo Bardi, parece ter sido um catalizador dessa segunda geração de modernos. Também foi criado, em 1963, o Museu de Arte Popular.¹²

A Fundação e Museu Hansen Bahia também marcou essa geração de Museus no século XX.

2.3 Museu Hansen Bahia e a trajetória de Karl Heinz Hansen

Karl Heinz Hansen, nasceu em Hamburgo, na Alemanha, em 19 de abril de 1915. Foi gravador, escultor, pintor, ilustrador, poeta, escritor, cineasta e professor. Seus primeiros trabalhos artísticos surgiram em 1940. Dedicou-se em especial à Xilogravura, arte tradicional no seu país. Adotou como tema principal o homem. Após a Segunda Guerra Mundial, em que serviu como soldado, veio ao Brasil em 1950 com a esperança de encontrar por aqui um futuro melhor, convencido por um amigo brasileiro, diplomata que conheceu na Suécia.

Quando chegou ao Brasil, em 1955, Hansen trabalhou na Editora Melhoramentos como artista gráfico, em São Paulo, período em que desenvolveu criativamente uma série de xilogravuras, publicou “Primeiro Encontro com a Arte”, livro escrito para crianças, de grande aceitação. Ainda em 1955, Hansen mudou-se para a Bahia para expor na antiga Galeria Oxumaré. A temática da “boa terra” o seduziu a ponto de decidir abandonar tudo em São Paulo para morar em Salvador. Naturalizou-se brasileiro, mais especificamente baiano, e passou a usar o nome de

¹¹ AMARAL, Aracy A.. **Artes plásticas na semana de 22**. 5ª São Paulo: Editora 34, 1998.

¹² TRÌPODI, Aldo. Considerações sobre a arte moderna na Bahia e arte conceitual. Disponível em: <<http://www.fundacaocultural.ba.gov.br/04/revista%20da%20bahia/Artes%20Plasticas/conside.htm>> Acesso em: 15 abr. 2010.

Hansen Bahia. Em 1957, ilustra a publicação “Flor de São Miguel”, com textos de Jorge Amado, Vinícius de Moraes e do próprio artista. No ano seguinte Hansen realizou ilustrações para “Navio Negreiro”, de Castro Alves. Em 1959, quando viu que a Bahia não havia dado o retorno financeiro que precisava, o xilógrafo voltou para a Alemanha e retornou ao Brasil em 1966. Em 1975, Hansen Bahia e sua mulher Ilse conhecem as cidades de Cachoeira e São Félix.

Entre suas obras, as mais conhecidas são os livros de gravuras ou xilografias inspiradas em temas bíblicos e nos escritos de Jorge Amado, Castro Alves, Luís Viana Filho e François Villon.

Até sua morte, em 1978, fez as exposições "Novos Trabalhos" (1973) e "Retrospectiva" (1976), em Brasília. Nesta última mostra, promovida pela embaixada da Alemanha no Touring Club Brasil, Hansen ofereceu sua obra à cidade de Cachoeira. Em 1976, doou à cidade de Cachoeira várias obras importantes de seu acervo e criou a Fundação Hansen Bahia, através de testamento. Nesse período, a prefeitura da cidade concedeu um imóvel para instalação da sede própria da Fundação e cinco anos após a sua morte, a Fazenda Santa Bárbara, sua última residência, localizada na cidade de São Félix, foi doada à Fundação por sua viúva, Ilse Hansen, após o falecimento em 1983. As cinzas de Hansen estão depositadas ao lado dos restos mortais de sua esposa no Memorial Póstumo na Fazenda Santa Bárbara.

A primeira sede da Fundação Hansen Bahia foi inaugurada na Casa Natal de Ana Nery, em 1978. Atualmente, a instituição possui duas unidades em funcionamento: o Museu, Galeria, Auditório e Salas de aulas, na Rua Treze de Maio, nº13, em Cachoeira, e a casa dos Hansen, onde fica o Memorial Póstumo, na Fazenda Santa Bárbara, em São Félix.

Esta fundação é uma instituição cultural e educativa sem fins lucrativos, destinada a colaborar no fomento da produção cultural da região, mantida através de convênios com órgãos oficiais e da iniciativa privada. O conselho curador é presidido pelo Presidente da Fundação, que sempre será o Secretário de Cultura do Estado da Bahia, e tem como membros os Diretores Gerais da Fundação Cultural e do Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural do Estado da Bahia (IPAC), da Escola de Belas Artes da UFBA, do Instituto Cultural Bahia-Alemanha, os

prefeitos de Cachoeira e São Félix, o Reitor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e dois membros da família Costa Pinto. Os demais conselheiros são eleitos dentre as pessoas de reconhecida idoneidade moral e cultural que se comprometem em ajudar a preservar a obra do artista.

O Museu Hansen Bahia, em São Félix, é localizado no alto da Fazenda Santa Bárbara. Um museu casa que se enquadra na categoria Tradicional¹³, mas não ortodoxo, pois mantém um roteiro livre e possui elementos como vitrines que dão ênfase ao objeto, próprio dos museus tradicionais.

As exposições dividem-se em temporárias e permanentes, algumas temporárias seguem por um sistema de rotatividade e são trocadas a cada ano, no aniversário de Hansen.

O acervo é distribuído pelos cômodos da casa, é composto de gravuras, fotografias, livros, documentos, mobiliário e objetos de uso pessoal, além de uma biblioteca com cerca de 1.000 títulos, onde se encontram dezenas de livros publicados ou ilustrados por Hansen, que além de xilógrafo foi um artista gráfico.¹⁴

2.4 Tipologia de museu: Caracterização de museus de Arte

Com as transformações constantes do mundo atual, o que acaba de ser criado, há poucos instantes deixa de ter sentido, dando lugar ao novo. A difusão tecnológica abrange cada vez mais um maior número de pessoas. Com isso, como pensar nos museus, que são locais voltados para a preservação e a guarda dos objetos retirados do contexto que os originaram. No entanto, hoje, encontramos museus de vários tipos, existem museus que acolhem desde as mais modernas inovações, até museus de pequeno porte voltados para um acervo original e que tenha como alvo uma comunidade próxima. Como afirma Miriam Sepúlveda dos

¹³ No Museu Clássico ou Tradicional, a museologia se dá da seguinte forma: Edifício + Coleção + Público. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Ecomuseu>>. Acesso em: 14 set. 2010.

¹⁴ Hansen Bahia, o artista alemão que adotou nossa “nação”. Disponível em: <<http://www.fundacaocultural.ba.gov.br>>. Acesso em: 26 mar. 2010. FUNDAÇÃO HANSEN BAHIA. **Exposição Itirenante Hansen Bahia**: restauração do acervo: 73 obras. [s.l.]: Caixa Econômica Federal, 2009. 1 folder.

Santos em seu livro *A Escrita do Passado em Museus Históricos*: “No entanto... diversas concepções de ‘museu’ oriundas de tempos remotos são capazes de se manter e conviver com os padrões correntes e dominantes no mundo atual” (SANTOS, 2007, p.17).

As atuais diferenças entre os museus têm vínculo nas divisões das disciplinas, que passaram a exigir distintos olhares. Antes, os museus eram ecléticos, assim como os cientistas e artistas do Renascimento que desenvolveram estudos em diversos campos do conhecimento. No século XIX, os grandes museus de história natural apresentavam exposições de Ciências Naturais, Exatas, Antropologia, Arqueologia e, eventualmente, Arte. Durante o século XX, a maior parte deles foi fragmentada em diferentes museus e centros de pesquisa: Zoologia, Botânica, Geologia, Arqueologia, Antropologia, entre outros.

Os diferentes tipos de museus atraem vários tipos de públicos, o que sugere diversas maneiras de olhar e diferentes abordagens de pesquisa. Em pesquisa de público, as diferenças de abordagem vão depender da tipologia do museu.

No caso dos museus de arte, especificamente de artes visuais, as pesquisas são mais voltadas para conhecer o gosto e a percepção das obras pelos visitantes, podendo ser utilizado o exemplo clássico do estudo de Bourdieu e Darbel em museus de arte europeus.

A minuciosa pesquisa desenvolvida por Bourdieu e sua equipe possui um caráter pioneiro, qual seja, o de colocar em evidência a dimensão eminentemente social dos meios de apropriação dos bens culturais existentes nos museus – dimensão essa que se constitui em privilégio apenas daqueles dotados da faculdade de se apropriarem das obras. (BOURDEU: DARBEL, 2003, p.10)

O Museu Hansen Bahia – São Félix, alvo da investigação, pode ser classificado com um Museu Casa, Biográfico e Artístico. Além de expor várias obras de arte do artista, possui um acervo singular que remete ao cotidiano da família Hansen, objetos pessoais e móveis da residência dão um aspecto real, o que o torna especial por transmitir ao público a sensação de aproximação com o artista. Lá também se encontra uma oficina de xilogravura, onde o artista passava

grande parte do seu tempo realizando e criando suas mais conhecidas obras de arte.

O mergulhar no passado, no privado, permitirá ao visitante um melhor conhecimento sobre a pessoa que admira, ou perceber, em certos momentos, o porquê de determinada atitude e de certa forma de vida, porque ao evocar o homem, legitima-se ou nega-se a sua vivência, mas conhecem-se sempre os factores que influenciaram a formação da sua personalidade. Neste tipo de museu, mais do que apresentar o quadro de um pintor, o livro daquele escritor, o mobiliário, deve-se contar a história do homem, grupo ou acontecimento, numa inter-relação de histórias que tornam as casas-museu muito importantes do ponto de vista educativo (...) A casa-museu pode viver só dos seus materiais originais, não necessitando de uma integração constante de acervo. Os seus objectos não valem pela sua unidade ou raridade, mas pelo conjunto e pela relação com aqueles que habitam ou habitaram a casa.¹⁵

2.5 A pesquisa de visitante como meio de construção dos perfis de público visitante e potencial

O entendimento de público de museu está diretamente ligado à prática que se faz da instituição museológica, práticas que vem a definir possíveis públicos dos museus. É uma das principais tarefas dos museus definir o público que se quer atingir. À medida que os museus implantam programas educativos vão definindo seu público-alvo. Os objetivos e as formas de abordagem são formulados com a intenção de atender à necessidade e especificidade de cada público.

Os estudos de público e as avaliações de exposições em museus consideram o visitante um participante ativo da relação museal. Através da observação, entrevistas, questionários, depoimentos, etc., esses estudos trazem a “voz” do visitante, na busca do aperfeiçoamento do processo comunicacional que pode ser especialmente promovido pelas exposições. As avaliações mostram que cada visitante constrói sua própria exposição ao fazer o percurso de acordo com sua vontade, motivações, necessidades, entre outras variáveis. Assim, na elaboração da exposi-

¹⁵ CASA-MUSEU – DEFINIÇÃO | CONCEITOS E TIPOLOGIAS (p.31-34). Disponível em <<http://antonioponte.files.wordpress.com/2008/05/microsoft-word-texto.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2010.

ção, procuram-se conhecer, cada vez mais o perfil, os conhecimentos prévios, os desejos e as necessidades do visitante/receptor. (MORTARA, 2005:32)

O público dos museus de arte tem sido o sujeito das pesquisas desenvolvidas por alguns autores, que buscam avaliar perfis e o desenvolvimento da compreensão estética. Como exemplo disso é a pesquisa desenvolvida por Pierre Bourdieu e Alain Darbel, com o público visitante de Museus da Europa, e cujos resultados foram apresentados em sua obra *O Amor Pela Arte: os museus de arte na Europa e seu público*. Porto Alegre: Editora Zouk, 2003. A obra de Bourdieu foi baseada em pesquisas de campo realizadas em museus europeus na década de 1960 a fim de mapear as características sociais e culturais do público visitante de museus, capaz de fornecer uma ampla divulgação das técnicas utilizadas na pesquisa bem como dos resultados obtidos.

Bourdieu começa sua discussão teórica pelo dado estatístico de que a classe culta tem acesso privilegiado aos bens culturais nos museus. A idéia de que como o acesso a museus não impõe obstáculos econômicos grandes, é levantada a questão de que este acesso privilegiado seria em decorrência de “necessidades culturais” diferenciadas. O autor desconstrói esse primeiro ponto mostrando que pode haver uma possibilidade pura de acesso às obras dos museus, mas não uma possibilidade efetivamente real.

Tudo parece indicar que as diferentes estruturas das distribuições das atitudes, segundo os níveis de instrução ou as classes sociais, podem ser obtidas por translação a partir de uma dessas variáveis, como se o princípio de todas as diferenças sistemáticas em matéria de competência artística e, sobretudo, talvez, de atitude em relação a cultura, que separam visitantes de diferentes países, não fosse outra coisa senão o que poderia ser designado por *capital cultural nacional*: este seria avaliado pelo grau de desenvolvimento do sistema de ensino... assim como pela importância do capital artístico que por sua vez, depende da antiguidade e da vitalidade das tradições artísticas... (BOURDIEU, 2003, p.66)

O "capital cultural" a que Bourdieu se refere pode ser conceituado mais como um bem simbólico que um bem prático e pode ser definido pela posição acadêmico-escolar somada ao prestígio que eles conferem, assim como ao conhecimento e o dos princípios que definem a maneira legítima de abordar a obra de arte.

São inúmeras as necessidades que permeiam alguns museus para melhores desempenhos. As necessidades ainda existem por motivo de recursos humanos, materiais, financeiro e até mesmo pela falta de conhecimento básico dos responsáveis pela conservação, exposição e aplicação e elaboração do plano museológico em determinadas instituições.

Os estudos de público e avaliações nos museus trazem o visitante como participante ativo da relação museal. Esses estudos, que podem ser desenvolvidos por meio de observação, entrevistas, questionários, depoimentos, trazem a tona a opinião do visitante do museu, o que pode facilitar na busca do aperfeiçoamento do processo de comunicação favorecido pelas exposições.

Cada visitante pode construir sua própria exposição ao determinar o percurso que pretende seguir, de acordo com seu gosto e necessidades. Sendo assim, torna-se necessário, na elaboração de uma exposição, buscar conhecer o perfil e conhecimentos prévios do visitante.

As pesquisas em museus, normalmente, são baseadas em modelos de comunicação, explícitos ou não, que vão nortear as teorias e metodologias. As motivações, os interesses e opiniões dos visitantes são fundamentais para a compreensão do processo de comunicação que ocorre no museu. ¹⁶

¹⁶ MORTARA, Adriana Almeida. Os visitantes do Museu Paulista: um estudo comparativo com os visitantes da Pinacoteca do Estado e do Museu de Zoologia. Anais do Museu Paulista. São Paulo. N. Sér. v.12. p. 269-306. jan./dez. 2004.

3. COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA E A PESQUISA E AVALIAÇÃO DE PÚBLICO – discutindo as visões dos autores com base em suas obras.

A comunicação museológica e a pesquisa de público têm como principal objetivo fazer refletir sobre a vertente da museologia que trata da comunicação e das formas de usufruto do Museu pelo público, sabendo que é o público que dá forma social ao museu, face aos propósitos institucionais. O processo de comunicação em museus pode ser uma estratégia e possibilidade para que a instituição alcance a aproximação do público.

A comunicação é entendida como participação, informação, transmissão, ligação, passagem, conveniência e é uma das maneiras pelas quais os homens se relacionam entre si. É a forma de interação humana, realizada pelo uso de signos (...) Teremos dado o primeiro passo para uma comunicação positiva e eficiente quando aprendermos a exprimir os nossos objetivos em termos de respostas por parte daqueles que irão receber as nossas mensagens – os nossos destinatários. Portanto, a comunicação compreende a produção de mensagens por alguém e a recepção por outro. Alguém pinta, alguém vê o quadro; alguém fala, alguém ouve. (SANTOS, 2000, p. 99/124).

As mensagens transmitidas ganham sentido ao serem compreendidas e interpretadas por quem as recebe. Dessa forma, a comunicação só tem efeito quando recebida por outra pessoa, a qual participa e relaciona de forma a surgir a interação necessária.

Avaliação é um termo de expressão que, através dos posicionamentos que a mensuração e verificação proporcionam, realiza um processo de comparação. Podem-se verificar os seguintes conceitos: medida é a determinação da posição de um determinado fenômeno através de um processo que consiste em atribuir símbolos a dimensões de fenômenos com o objetivo de caracterizar a posição do fenômeno com a máxima precisão possível. Avaliação é o valor deste status, auferido

na medição comparando com um padrão apropriado socialmente. É um processo que consiste em fazer determinações qualitativas, aparentando-se com a medida ou é uma forma especial dela. É o processo de atribuição de símbolos a fenômenos com o objetivo de caracterizar o valor do fenômeno, geralmente com referência a algum padrão de natureza social, cultural ou científica. Percebe-se, hoje, que a avaliação é uma atividade subjetiva, envolvendo mais do que medir, a atribuição de um valor de acordo com critérios que envolvem diversos problemas técnicos e éticos.¹⁷

Entende-se que a relação público/museu abre espaços para diversas formas interpretativas e para o sentimento de apropriação pelo público do patrimônio cultural, portanto, é objetivo da pesquisa e avaliação de público fazer refletir sobre a qualidade comunicacional no museu, sobre a capacidade dos museus de despertar a consciência, estimular questionamentos e pensamentos críticos sobre o patrimônio cultural, em suas diversas formas e representações.

Foram constantes as críticas ao longo da década de 1970, procedentes dos mais variados campos do saber, aos museus. Dizia-se que as instituições museais representavam os lugares das histórias oficiais, do autoritarismo das elites ou ainda das sociedades sem história. Com o crescimento dos meios de comunicação de massa, era previsto o seu desaparecimento. Atualmente, é possível observar que muitos denominam como sendo a era dos museus e, embora o papel desempenhado por eles ainda seja criticado, principalmente por aqueles que têm restrições à indústria cultural, é percebido por todos o sucesso dos museus junto ao público e tornou crescente o número de análises que o consideram um espaço dinâmico e criador de narrativas culturais múltiplas, capazes de atender a um público. Ressaltando que este sucesso dos museus é bem percebido na Europa e nos Estados Unidos, no entanto, no Brasil ainda se mostra recente.

É notória, na última década, no Brasil, uma sequência de estudos importantes que fornecem e divulgam análises estimulantes sobre a constituição dos museus no século XIX, sua relação com as instituições acadêmicas e seu papel na constituição da nação. Alguns estudos têm sido produzidos pelos próprios

¹⁷ Conceitos de avaliação, uma primeira reflexão. Disponível em: <<http://direducacional.sites.uol.com.br/texto1.html>>. Acesso em: 05 abr. 2010.

profissionais de museus que procuram compreender o papel desempenhado pelos museus no mundo contemporâneo. No entanto, ainda não é significativo o número dos estudos que procuram relacionar as práticas desenvolvidas pelos museus com as mudanças atuais, como a debilidade de políticas públicas, fortalecimento do liberalismo econômico e consolidação de um mercado transnacional. Os que analisam os processos de globalização ou mesmo de formação de contextos pós-coloniais destacam as mudanças ocorridas nas esferas da economia, da política, do trabalho e mesmo da cultura, porém ainda não incluíram os museus brasileiros como parte desses processos. A contribuição existente é composta, em grande parte, de análises pontuais sobre determinado tipo de museu, ou práticas específicas. Nelas, os museus brasileiros estão longe de serem caracterizados como instituições culturais de grande sucesso. Alguns observam a indiferença do público diante das modificações implementadas nos museus e do conteúdo simbólico dos objetos, que deveriam representar valores e práticas consolidados socialmente. Outros estudos enfatizam a situação precária dos museus que não apresentam condições de montar exposições atrativas ao público e outros ainda os problemas relacionados ao público.¹⁸

Nos últimos 30 anos, órgãos de prospectiva e os próprios museus intensificaram seus estudos sobre o público com o intuito de direcionar e aperfeiçoar as formas de organização e comunicação das exposições. Inicialmente, os estudos, que permitiram identificar o público-alvo e novos públicos a atrair, quantificaram o número de visitantes, simplesmente; depois, determinaram-se os tipos de visitantes por profissão, classe social, escolaridade, faixa etária, sexo. Essas pesquisas tornaram-se aos poucos mais complexas, procurando conhecer a opinião dos visitantes sobre a exposição e o modo pelo qual se dá a visita. Os livros de visita foram complementados por observações e entrevistas com os

¹⁸ SANTOS, Myriam Sepúlveda. **Museus brasileiros e política cultural**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, 2004.

A primeira versão deste artigo foi apresentada na *Nottingham Trent University* em 2000 e publicada no *Journal of Latin American Cultural Research* (Santos, 2001), a partir de uma pesquisa desenvolvida entre 1998 e 2000. Na versão atual, há uma reconstrução da análise anterior a partir da inclusão de novos dados.

visitantes. Estudos comportamentais, informados por psicólogos, trouxeram informações novas sobre as relações entre os visitantes e as exposições.¹⁹

O público de museu é composto por visitantes (público externo), e também pode ser considerado público do museu o corpo de funcionários (público interno). Existe o público assíduo, que frequenta museus constantemente, e o público considerado visitantes, que vão ao museu uma vez ou esporadicamente.

Os museus devem adotar a pesquisa de público como algo fundamental, visando prioritariamente a qualidade ou melhoria do atendimento. Através dessa prática, é possível conhecer a perspectiva do público ou possível público. A pesquisa de público pode contribuir muito com novas estratégias de comunicação museológica, novos significados podem ser atribuídos, no sentido social, às exposições e na busca em atingir o maior número de visitantes.

Idéias deturpadas do tipo: “museus são locais de coisas velhas”, precisam ser desmistificadas. Uma generalização é feita por uma parte do público, principalmente dos não-visitantes, surge daí a necessidade de maiores esclarecimentos.

A partir das descobertas do gosto e das preferências do público é possível obter uma relevante melhoria referente à comunicação museológica.

É importante compreender a que ponto a prática e o conhecimento de elementos culturais podem beneficiar e produzir melhoria de vida para indivíduos. Para analisar especificamente a referente população, é de suma importância essa inserção, desde que a história deles possa ser identificada e reconhecida, assumindo uma realidade dentro das instituições locais. Sem contar que museus se encontram, aos poucos, como ambientes que possibilitam intensa interação social.

A pesquisa de Bourdieu e Darbel tem servido muito como referência em Pesquisa de Público. Nesses estudos, os autores confrontam as características sociais e de escolaridade do público com suas atitudes sobre museus e preferências artísticas. Para os pesquisadores, não surpreende que a “classe

¹⁹ COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. São Paulo: Iluminuras, p.325, 1997.

cultura”, a que tem acesso à cultura e competência artística, era a mais representada no público desses mesmos. A necessidade de arte e acesso à arte surgem como privilégios criados e legitimados por essa mesma classe. Em oposição a esta, estão as “classes populares”, que não sentem necessidade de arte “cultura” nem dispõem dos códigos para decifrar as obras de arte.²⁰

Muitos estudos vêm sendo desenvolvidos referentes à Comunicação Museológica como forma de desenvolver uma maior interação e aproximação do público aos museus.

Marília Xavier Cury trata sobre o tema em seu livro *Exposição Conceção, Montagem e Avaliação* (2006). No capítulo II: *Processo de Conceção e Montagem de Exposição*, em uma de suas abordagens, ganha um enfoque especial a exposição em museus como essencial produto de comunicação museológica:

Sistema de comunicação museológica é um conjunto de partes que formam um sistema por constituírem uma interdependência, condição para atingir o objetivo exposição, a partir da operação de uma série de ações/atividades. Mas o sistema de comunicação museológica, assim como qualquer outro sistema, não deve constitui-se pela soma das partes, dos elementos, mas sim pela interação desses, constituindo o todo... (CURY, 2006, p.52)

Para Marília Xavier Cury, a exposição é o principal processo de musealização, “é a parte que visualmente se manifesta para o público e a grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural” (CURY, 2006, p.35). Nesse sentido, a exposição é o meio mais eficaz em que os museus se mostram para as pessoas e afirmam a sua missão institucional.

Cury diz que o distanciamento entre os museus e a sociedade tem raízes na historicidade da idéia do museu público, gerada a partir da institucionalização de coleções privadas. Por estas coleções terem sido criadas a partir de valores pessoais do proprietário inicial, da forma em que via e entedia o mundo, expostas para poucos, sua difusão ao público geral não significou a democratização, pois o

²⁰ COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. São Paulo: Iluminuras, p.325-326, 1997.

sentido inicial permanecia. Essa mudança só veio acontecer com a alteração do sentido de coleção para acervo.

A palavra coleção associa-se a voluntarismo, em que um sujeito elege objetos como parte reveladora de sua existência, seja por lazer, capricho, amuleto ou vaidade (...) orientam-se, também, pelo gosto pessoal, gerando desmesurado acúmulo e obsessão pelo quantitativo e pelas raridades (...) A escolha da palavra acervo para segmentos conectados, segundo um projeto museológico, é aqui intencional, dada a sua proximidade com a palavra latina cervix, indicadora da parte posterior do pescoço e que apóia. O acervo pressupõe processo cotidiano para o reconhecimento e a formulação de sentidos...²¹

No entanto, para a autora, a institucionalização das coleções obteve mudanças pouco significativas em relação à distância entre o público e os Museus. As exposições abertas ao público revelavam sistemas de pensamentos restritos, contemplados apenas para os interessados, parte de uma “elite cultural”. Não obstante, os museus seguiam como verdadeiros templos e seus objetos continuavam a ser contemplados.

Os museus assumem uma postura democrática com o passar do tempo, ganha destaque a função educacional dos museus, o papel das exposições como ligação entre os museus e a sociedade e o museu como instrumento dinâmico de mudança social. Essas vertentes deram início a partir do Seminário Regional da UNESCO sobre a Função Educativa dos Museus no Rio de Janeiro, em 1958, e a Mesa Redonda de Santiago do Chile, em 1972. “Essa mesma postura democrática levou à reflexão das formas pelas quais as instituições museais se aproximam de seu público”. (LOURENÇO, 1999, p.37).

Izabel Victor em *Os Museus e a Qualidade* (2005), baseia seu estudo na nova visão da museologia, que encontra sentido na participação das pessoas e dos diferentes grupos na comunidade na perspectiva da Nova Museologia.

A nova visão processual da museologia encontra sentido na participação das pessoas e dos diferentes grupos na comunidade (...) colecionar, recolher e difundir são operações que um museu de novo tipo assume em

²¹ CURY apud LOURENÇO, Maria Cecilia França. **Museus acolhem o moderno**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999, p. 35-36.

parceria com a comunidade em processos socializantes que contribuem para a qualificação da cultura (...) O que precisamos avaliar é o impacto na sociedade e a eficácia dos processos de mudança gerados pelo conhecimento construído em ordem à satisfação das pessoas, e dos diversos grupos na comunidade. (VICTOR, 2005, p.1-3)

Para a autora o movimento na Nova Museologia, “em resposta aos desequilíbrios sociais que marcaram a segunda metade do século XX” (p.2), possibilita um meio alternativo para a museologia, mas ainda faltam instrumentos de avaliação capazes de valorizar essa mudança. Pois ainda se mostra presente a avaliação tradicional dos museus com abordagens que focam o público, “... ‘amarrada’ à imagem física do edifício e ao ‘espetáculo’ dos objetos encenados para ‘deleite’ de visitantes”. (VICTOR, 2005, p.2).

Outra autora que realiza estudos sobre o tema é Letícia Julião, na *Pesquisa Histórica nos Museus* (2006), do Caderno de Diretrizes Museológica, ela trabalha com a questão educacional do objeto contextualizado. Para a autora, o papel das pesquisas nos museus visa à preservação, à investigação e à comunicação, e deve haver um equilíbrio de modo a alicerçar a interação entre usuário e acervo.

Julião, ao discutir a importância da pesquisa a partir dos acervos a fim de que o museu fortaleça “seu caráter científico-documental...” e assuma “... seu compromisso com a formação de uma consciência crítica”, assegura que

A pesquisa é a função capaz de garantir vitalidade à instituição museológica, regendo praticamente todas as suas atividades. É ela que confere sentido ao acervo, que cria a base de informação para o público, que formula os conceitos e as proposições das exposições e de outras atividades de comunicação no museu. Sobretudo, amplia as possibilidades de acesso intelectual ao acervo, oferecendo instrumentais cognitivos para o uso ou apropriação efetiva dos bens culturais. (JULIÃO, 2006, p.102).

Dessa forma, é feito o questionamento de que tipo de pesquisas os museus estão realizando em seus acervos a fim de possibilitar o acesso intelectual a todos os tipos de públicos por meio das exposições.

Julião afirma que o museólogo precisa ter cautela ao transmitir o conhecimento, deve despertar no público a visão crítica, alicerçando a interação

entre acervo e público, de forma a questionar exposições conservadoras que só exibem os objetos e fazem a transmissão básica de informações, não mostrando dessa forma a realidade sobre os objetos.

A maioria das instituições museológicas tem relegado para segundo plano as atividades de pesquisa. Em decorrência disso é possível observar um crescente empobrecimento dos processos comunicativos nessas instituições, exemplificando em exposições que... se apresentam profundamente conservadoras (...) É fundamental a implementação de um programa de pesquisa institucional permanente, capaz de restituir-lhes o papel de espaço destinado à construção e disseminação do conhecimento na sociedade. (JULIÃO, 2006, p.94)

O acesso ao Museu é livre, aberto a todos sem restrições, no entanto encontra-se limitado a algumas pessoas. O que estabelece essa separação, entre frequentadores assíduos dos outros, pode encontrar resposta em um discurso já antigo, mas que ainda se faz presente: a ideia de museu como algo restrito para a “elite”. Ponto que ainda nos tempos atuais gera uma espécie de limitação.

4. IMAGENS E SIGNIFICADOS

Há o desconhecimento e certa falta de entendimento da população das cidades de Cachoeira e São Félix em relação às obras de Hansen (seus quadros e gravuras), informação dada pela museóloga da Instituição.²² Apesar desse afastamento, as obras do artista representam uma ligação muito nítida com a realidade local. Em seus quadros estão representados a cultura e costumes do povo baiano e respectivamente da comunidade de São Félix, através das manifestações culturais como a capoeira, o candomblé, as baianas, a música. As obras de Hansen “dialogam” com os moradores locais no sentido de proporcionar uma manifestação de reconhecimento de identidade com essas pessoas, pelo fato da representatividade que propõe.

A exposição desses novos tempos é um espaço público, de permanente diálogo com a comunidade. Tem papel significativo no processo de construção simbólica e da identidade na sociedade. É necessário que os objetos mostrados sejam reconhecidos como representantes de um consenso quanto a seu estatuto de patrimônio cultural; ela não somente se torna visível, mas dá visibilidade ao sujeito que com ela interage. (GONÇALVES, 2004, p.16)

É necessário um olhar crítico sobre essa linguagem (imagem) e, também, é indispensável uma reflexão em relação a sua importância, não só para a memória como também para a pesquisa. No Brasil, na década de 30, Gilberto Freire (sociólogo-historiador), sugeria que as imagens, tradições orais e anúncio de jornal fossem considerados fontes históricas. A “iconografia” ou “iconologia”, métodos que interpretam imagens através de uma análise de detalhes, foram lançadas no mundo da arte durante as décadas de 1920 e 1930. Outra antiga discussão é o fato de que somos herdeiros de uma tradição textual e partidários do entendimento de que, em Ciências Humanas, a pesquisa “se faz com textos”. A imagem é um documento autônomo, um sistema simbólico, traduzido pelo indivíduo, que em

²² Entrevista concedida dia 04/05/2010.

função de sua cultura e de sua história pessoal, incorporou modos de representação e potencialidades de leitura que lhes são próprios.²³

A leitura de uma imagem é uma ação em que a percepção vai em busca de um significado ao lançar olhares sobre um objeto. Diante de tal concepção se faz necessário verificar as condições e os processos que sustentam as operações de produção de sentido.

Segundo Chartier, em *A história cultural entre práticas e representações* (1990), a leitura da imagem é resultante das representações através das quais indivíduos e os grupos dão sentido ao mundo, da leitura que fazem deste, do modo como se operam os processos de produção de sentido. Esses sentidos podem ser diversamente apreendidos, manipulados e compreendidos, pois as representações se fazem em luta e, nesse processo, a questão central reside na manutenção do ordenamento social, na hierarquização da estrutura social.

Erwin Panofsky, em seu livro *Significado nas artes visuais* (2002), afirma que a contextualização da obra de arte no seu tempo deve ser feita para não perder o significado. Para o autor, a capacidade expressiva da arte vai além da percepção puramente formal, as cores, formas, linhas, volumes, tem um sentido mais profundo, nos quais se identificam vários tipos de sentimentos que determinada obra pode proporcionar.

Nesse livro Panofsky discute a distinção entre tema/significado e forma.

De fato, ao falarmos do 'tema e oposição à forma', referimo-nos, principalmente, à esfera dos temas secundários ou convencionais, ou seja, ao mundo dos assuntos específicos ou conceitos manifestados em imagens, estórias e alegorias, em oposição ao campo dos temas primários ou naturais manifestados nos motivos artísticos... (PANOFSKY, 2002, p.51)

O reconhecimento dessas imagens, histórias e alegorias fazem parte do campo da iconografia, que para ser uma análise mais precisa e obter exatidão requer uma identificação correta dos motivos.

²³ RUBIM, Sandra Regina. **Memória e Iconografia na construção de uma identidade coletiva paranaense**. 2008. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/958-2.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2010.

A idéia de Panofsky se apresenta como métodos inovadores, e é afirmado que a iconografia é um ramo da História da Arte. Segundo o autor, a iconografia estuda os significados das obras de arte, que são construídos em três níveis. No primeiro, tema primário ou natural, verifica-se a identificação das formas puras e constitui na identificação de objetos (como pessoas, árvores, prédios, animais e eventos (refeições, procissões, guerras, etc.) , podendo se subdividir em factual e expressional, esse método faz uma relação entre a obra de arte com o que há de expressivo, podendo ser chamada também como Descrição Pré-Iconográfica. No segundo nível, Tema Secundário ou Convencional, articulam-se motivos artísticos e suas combinações com temas e conceitos, ou análise iconográfica no sentido estrito (reconhecer uma ceia como a Última Ceia). Por último, o Significado Intrínseco ou Conteúdo, que produz um significado profundo, intrínseco, no qual a forma é associada aos princípios, que revelam as formas de expressão de uma época, técnicas características de um país, período ou artista, valores simbólicos. Esse nível corresponde ao que Panofsky denomina iconologia, "um método interpretativo que está baseado em qualquer (...) método histórico, psicológico ou crítico..." (PANOFSKY, 2002, p.54). "É nesse nível que as imagens oferecem evidência útil, de fato indispensável, para os historiadores culturais" (BURKE, 2004, p. 45).

A iconografia para Panofsky é a descrição e a classificação das imagens. "...nos informa quando e onde temas específicos foram visualizados por quais motivos específicos... é de auxílio incalculável para o estabelecimento de datas, origens e, às vezes, autenticidade". (PANOFSKY, 2002, p.53). A iconografia é capaz de descrever os elementos que constituem o conteúdo intrínseco de uma obra de arte, para assim, tornar tais conteúdos explícitos e favoráveis para a comunicação.

Panofsky afirma que a iconologia pode ser comparada a uma iconografia interpretativa, que dessa forma converte-se em uma parte do estudo da arte não limitando, assim, "... ao papel de exame estatístico preliminar (...) Iconologia, portanto, é um método de interpretação que advém da síntese mais que da análise". (PANOFSKY, 2002, p.54)

Panofsky conclui que, regra geral, não se pode aspirar ao conhecimento do 'Significado Intrínseco' das obras de arte sem se passar pelas etapas anteriores de análise, embora advirta que a ordem destas leituras possa ser alterada consoante a natureza específica das obras de arte... (XAVIER, 2001, p.15)

Boris Kossoy, em seu livro *Fotografia e História* (2001), mostra como o conceito de documento vem sendo modificado e adaptado às necessidades atuais. O “aprisionamento multissecular” (KOSSOY, 2001, p.18) aos documentos escritos e como exclusiva forma de saber, abre espaço para a valorização da imagem como fonte de conhecimento e informação. “Há que tomar a palavra ‘documento’ no sentido mais amplo, documento escrito, ilustrado, transmitido pelo som, a imagem, ou de qualquer maneira” (KOSSOY, 2001, p.19).

Kossoy foca seu livro no universo das fotografias, que surgiu inicialmente como possibilidade de informação e conhecimento no auxílio de pesquisas nas diversas áreas da ciência, também como forma de expressão artística. Eram documentadas expressões culturais de determinada comunidade, como seus costumes, habitação, religião, assim como registros de paisagens e arquiteturas.

Ainda é possível perceber o preconceito quanto à utilização da fotografia como fonte histórica ou como instrumento de pesquisa, primeiro porque a escrita como meio de conhecimento predomina, e segundo pela dificuldade em aceitar e interpretar a informação que está ali exposta. Mas o que o autor chama de “revolução documental” amplia o significado do conceito de documento, mostra que uma imagem pode ser tão importante e ter a mesma utilidade que uma fonte escrita.

Ulpiano Bezerra de Meneses discute a questão da imagem como documento no texto *Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público*. Meneses classifica documento histórico e objeto histórico em duas categorias. “A primeira é a categoria sociológica do objeto histórico que, em muitos museus, constitui presença exclusiva ou de clara prevalência. A segunda é a categoria

cognitiva do documento histórico, suporte físico de informação histórica”. (MENESES, 2007, p.6)

O autor classifica o objeto histórico como de ordem ideológica e não cognitiva, fato que não o impede de ser utilizado como produção de conhecimento, pelo contrário, são fontes importantes para entender a sociedade que os produziu enquanto objetos históricos.

No entanto, qualquer objeto pode funcionar como documento... fornecer informações jamais previstas em sua programação. Se, ao invés de usar uma caneta para escrever, lhe são colocadas questões sobre o que seus atributos informam relativamente à sua matéria-prima e respectivo processamento, à tecnologia e condições sociais de fabricação, forma, função, significação etc. – este objeto utilitário está sendo empregado como documento. (MENESES, 2007, p.8)

Para o autor, não são as informações ocultas nos objetos, prontas para serem extraídas que os fazem um documento. O historiador precisa retirar do objeto as informações contidas nele. Meneses afirma, no entanto, que toda ação feita a documentos é de natureza retórica, e o documento material não deve fugir a regra, em que qualquer pesquisa histórica é caracterizada.

4.1 A Comunicação Museológica no Museu Hansen Bahia – São Félix

O estudo de Panofsky sobre a Iconografia poderia ser aplicado sobre as obras de Hansen na medida em que elementos que formam o conteúdo intrínseco de determinada obra possam ser propícios para a comunicação ao se tornarem explícitos. Dessa forma, também se aplicaria à Iconologia, de forma a aprofundar no estudo de interpretação dessa obra. Isto poderia contribuir favoravelmente na ampliação da relação do público com o acervo, oferecendo maior entendimento e compreensão.

O conteúdo intelectual e a cultura da sociedade em que está inserida determinada obra de arte são essenciais para interpretar a mensagem. Assim, as

obras de Hansen não podem ser analisadas e compreendidas sem o contexto histórico no qual as mesmas foram produzidas.

Ao exemplificar o método iconográfico, Peter Burke destaca a necessidade dos estudiosos juntarem imagens que foram produzidas para serem interpretadas em conjunto, a necessidade de observar os detalhes que podem trazer “significados culturais” (BURKE, 2004, p.49), utilizar textos (selecionados pelos estudiosos ou identificar textos das imagens) além de outras imagens que possam colaborar na interpretação.

Muitos fatores são determinantes para uma comunicação museológica clara e eficiente. O papel das exposições para uma boa comunicação nos museus é de grande responsabilidade pelo fato de mensurar e mediar a relação entre os visitantes e o que está sendo exposto.

Para efeito de análise das posturas de comunicação adotadas pelos museus, adotaremos, inicialmente, duas tendências: a funcionalista e condutivista e a interacionista.

A primeira coloca o emissor e o receptor em posições assimétricas. O emissor é ativo, tem a iniciativa e produz estímulo. O receptor é passivo, é atingido pelo estímulo e reage a ele. Há, segundo esse modelo, uma relação de causa e efeito entre o emissor e o receptor, e a mensagem causa um impacto observável e suscetível de ser avaliado. O processo de comunicação pode, após essa avaliação, ser revisto e ajustado ao receptor para o alcance do 'efeito desejado'. O receptor é um indivíduo atomizado e 'puro' e participa de um processo mecânico fundamentado na idéia de que comunicação é transmissão de informações, fazer chegar uma informação de um pólo a outro.²⁴

Dessa forma, a mensagem através da exposição é capaz de causar impacto e estímulo necessário para uma avaliação.

Cury conceitua o que chama de sistema de comunicação museológica como o “conjunto teórico, procedimentos metodológicos (...) necessários para o desenvolvimento de processos de comunicação de conhecimento por meio de exposições. Ainda, exposições como produto e a recepção por parte do público”. (CURY, 2003, p.372).

²⁴ CURY, Marília Xavier. **Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus**. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, 2003.

O museu comunica seus significados através de seu acervo. “Se cultura e comunicação estão imbricadas à cultura material – aquela que se estabelece a partir da relação dos homens com a materialidade – e comunicação em museus – aquela mediada por instituições preservacionistas também estão.”²⁵

A comunicação museológica se concretiza a partir do momento que ela é incorporada e se torna fonte de outros discursos.

As pessoas vão ao museu e têm contato com conhecimentos, significados e valores. Isso tudo é posto por elas mesmas em confronto com os conhecimentos, significados e valores que elas já têm. Muitas vezes elas modificam o que já sabem, entendem e sentem e outras não, pelo contrário, confirmam (...). O processo de (re)significação parte do indivíduo-sujeito e se torna efetivamente apropriado quando gera outra significação que é compartilhada no e com o contexto social.²⁶

No Museu Hansen Bahia de São Félix, classificado com museu casa, onde residiu o artista Hansen, encontram-se várias de suas obras em exposição, além de objetos pessoais distribuídos por cômodos da casa.²⁷

No momento estão em exposição 78 obras restauradas, essa restauração teve o patrocínio do Consulado Geral da República Federal da Alemanha no Recife. Dentre as obras estão 59 xilogravuras.

²⁵ CURY, Marília Xavier. **Comunicação Museológica – Uma perspectiva Teórico- Metodológica de Recepção**. Trabalho apresentado ao NP 01 – Teorias da Comunicação, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. São Paulo, s/d.

²⁶ Idem 14

²⁷ A exposição do Museu é concebida pela curadora da Instituição, Lêda Déborah.



Figura 1
Hansen. “Via Crucis do Pelourinho” – xilogravura, 1967.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.

Na entrada principal do Museu, encontra-se o livro de registro, no qual os visitantes, além de colocarem seus nomes, cidades de origem e data, como normalmente é feito, colocam também a faixa etária e considerações a respeito da exposição. Logo no corredor, estão dispostas as obras de Hansen. No momento estão na exposição obras recém restauradas.

Dentre as obras estão “Navio Negreiro”, que retrata a tortura de uma raça sobre outra, inspirada no poema de Castro Alves, a “Via Crucis do Pelourinho”, “Candomblé”, “Amigas no Banho”, “Os cavaleiros do Apocalipse”, entre outras.²⁸



Figura 2
Hansen. “Via Crucis do Pelourinho” – xilogravura, 1967.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.

²⁸ FUNDAÇÃO HANSEN BAHIA. **Exposição Itirenante Hansen Bahia: restauração do acervo: 73 obras.** [s.l.]: Caixa Econômica Federal, 2009. 40p.



Figura 3
Hansen. “O Grande Candomblé” – xilogravura, s/d.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.



Figura 4
Hansen. “Amigas no Banho” – xilogravura, s/d.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.



Figura 5
Hansen. “Amigas em Vermelho” – xilogravura, s/d.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.



Figura 6
Hansen. “Cangaceiro a Cavallo” – xilogravura, s/d.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.



Figura 7
Hansen. “Os Cavaleiros do Apocalipse” – xilogravura, s/d.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.

Mais uma obra que foi restaurada é um quadro feito por Ilse, esposa de Hansen, que ficava na parte externa na casa e agora localiza-se dentro do Museu, no final do corredor principal.



Figura 8
Ilse, “Rainha de Sabá” - Pintura a óleo, 1968.
Museu Hansen Bahia.
Foto: Marília Gabriella Mota.

Historicamente, a curadoria é responsável pela composição, manutenção e exibição de coleções. Em instituições de interesse público, cabe-lhe também cuidar da relevância dos conteúdos apresentados, pois os espectadores devem usufruir de uma experiência com conteúdo cognitivo e estético ao visitarem as mostras em cartaz. A Curadoria do Museu cuida da vida do acervo. Busca lacunas na coleção, constrói parcerias para aquisição de peças, enxerga novas linhas a serem implementadas. Os profissionais desse setor também planejam a circulação do acervo por outras instituições, divulgando o Museu e ampliando as interpretações sobre o próprio acervo.²⁹

O Museu Hansen Bahia realiza oficinas de xilogravuras, de conservação e de documentação frequentemente. Esses cursos são ministrados por professores da Faculdade de Belas Artes – UFBA e o IPAC. Nesses eventos, o público tem a oportunidade de manter uma relação mais próxima com a Instituição e dessa forma conhecer melhor a história e trajetória de Hansen.

²⁹Museu de Arte Moderna – MAM. **Conheça o MAM**. Disponível em: <<http://www.mam.org.br/2008/portugues/curadoria.aspx>>. Acesso em: 05 mai. 2010.

5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

5.1 A Pesquisa e o Perfil dos entrevistados

São ineficientes ainda os estudos no Brasil que ofereçam meios para refletir a evolução das práticas culturais e de lazer na qual se inserem as visitas nos museus e instituições afins. Esse tipo de estudo é de grande relevância por difundir algo que já se tornou importante para o bom desenvolvimento dos museus, fato comprovado através de estudos realizados no exterior. Alguns autores trabalham e desenvolvem esse tipo de estudo no Brasil, como Letícia Julião, Izabel Victor, Marília Xavier Cury, Ulpiano Bezerra de Menezes.

Considerando as contribuições de diversos autores que embasam o estudo, foram definidas algumas questões que possibilitaram e orientaram este trabalho monográfico. Este capítulo tem como objetivo expor os resultados das entrevistas realizadas, mostrando as opiniões e informações que nortearam a pesquisa. A comunicação museológica soluciona a distância do público à instituição? A prática da visita é um problema social? Como reverter a idéia de museu como local sem atrativos? O público do museu pode ser considerado um grupo em construção? Quais as dificuldades interferem na aproximação do Museu com o público?

O contexto pessoal é de fundamental importância para a escolha do museu ou da exposição a ser visitada e também para determinar as expectativas do visitante. Também os interesses, as crenças e os conhecimentos prévios sobre os museus e os conteúdos das exposições influenciarão a visita e o que lhe sucederá, variando conforme cada pessoa. (MORTARA, 2005, p.37)

Várias tipologias de museus caracterizam temas diversos, o que contribui na variedade de gostos e preferências no momento que se opta por uma visita em determinado museu.

O método utilizado para este estudo foi a entrevista individual. A primeira etapa foi a verificação da disponibilidade e agendamento com os entrevistados. Em seguida, foram executados os encontros e as entrevistas para obtenção dos dados necessários para o desenvolvimento do trabalho.

Os entrevistados residem ou trabalham na cidade de São Félix, esse foi um dos requisitos para obter melhores informações, por comporem e fazerem parte da realidade da comunidade local. Dentre eles são três professoras de escolas municipais, duas estagiárias do Museu Hansen Bahia, a museóloga do Museu Hansen Bahia, a museóloga da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e a secretária do Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente.

Um fato bem observado pela maioria dos entrevistados é o distanciamento entre a comunidade e o Museu. Muitos atribuem este ponto a própria Instituição, por se manter longe e não trabalhar com a sua divulgação. A museóloga da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)³⁰, que trabalhou no Museu Hansen por alguns meses afirma que “o museu não possui nenhum trabalho efetivo de ação cultural e educativa voltado para a comunidade”. A estagiária do Museu Hansen Bahia e estudante de museologia da UFRB³¹ fala que a Instituição deveria participar de eventos culturais e oficinas de xilogravura, que deixaram de existir. Ela afirma que o propósito do Museu ao ser criado mantinha a intenção de interagir com o público, coisa que hoje não é percebida. Antes tinha as oficinas e festejos, como o de Santa Bárbara, quando era oferecida a comida típica do caruru. Havia também um evento em Salvador intitulado “Semana de São Félix”, era o período em que o Pelourinho transformava-se na cidade de São Félix, onde se apresentavam várias atrações, como o samba de roda e comidas típicas. A entrevistada completa: “Atualmente não é percebido nenhuma relação entre o Museu com a comunidade. Tem moradores da cidade que nem sabem da existência do Museu”.

Esse mesmo ponto levanta outras opiniões, como a da estudante de Jornalismo da UFRB³², também secretária do Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente na cidade de São Félix, que já visitou o Museu algumas

³⁰ Entrevistada Elane Guimarães em: 12/04/2010.

³¹ Entrevistada Laíz Silva em: 13/04/2010.

³² Entrevistada Joseane Vitena em: 12/04/2010.

vezes por motivo de trabalhos e fotografias. Para ela, o afastamento da Instituição com a comunidade é pelo fato da população não ter se acostumado com museus e não procurar por essa cultura, por outro lado, ela afirma que os museus poderiam ter mais iniciativa para aproximar a comunidade, “pecam no sentido de não fazer a comunidade se sentir incluída”. Outros motivos para esse distanciamento, na opinião de Joseane, pode ser pelo fato de, o Museu Hansen Bahia, possuir exposições de um único artista e também a distância da localização do Museu.

Outra estagiária do Museu Hansen Bahia e estudante do curso de museologia da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia³³ foi entrevistada e ela reafirma a opinião dos outros entrevistados, que não há interação entre o Museu e a comunidade; para ela, o Museu não é visto como difusor de conhecimento. A estagiária acrescenta que a divulgação do Museu é percebida através de exposições itinerantes e catálogos que são distribuídos. Mas ela ressalta que essa divulgação não é percebida entre a comunidade, os convites de divulgação são enviados somente a particulares.

Maria de Fátima dos Santos quando foi perguntada a respeito da relação do Museu com o público, afirmou que não há divulgação e nem integração com a comunidade, para ela esse afastamento é bem evidente e que é necessário sair e buscar o público através da divulgação e o contato direto com os moradores locais. Não culpa a comunidade pelo distanciamento, pois para ela cabe ao museólogo esta função. Maria de Fátima ainda afirma que “O museu é um equipamento cultural que deve estar inserido na comunidade. O museu pode ser um vetor diante de prioridades da comunidade, como educação, saúde, etc., o museu pode interagir levando informações à comunidade, informações de fatores importantes para eles”.³⁴

Maria de Fátima, museóloga da Instituição estudada, conta experiências semelhantes que viveu quando trabalhou em outra Instituição, onde através de parcerias com secretarias e a prefeitura local conseguiu realizar alguns trabalhos significativos com a comunidade, levando informações por meio de palestras, de serviços médicos, etc., e dessa forma levou o Museu até a população.

³³ Entrevistada Queilane dos Santos em: 13/04/2010.

³⁴ Entrevista com a museóloga do Museu Hansen Bahia, Maria de Fátima – São Félix/BA, em: 04/05/2010.

Ao se falar com a museóloga Maria de Fátima sobre a comunicação museológica na Instituição, foram apontados alguns pontos considerados necessitar de uma atenção maior. Em relação à exposição do Museu, Maria de Fátima dá um destaque às etiquetas. Para ela, as etiquetas deveriam possuir mais conteúdo, ser mais desenvolvidas, mais detalhadas, e não apenas conter título e dimensões. Ela ainda acrescenta que ver a forma como as etiquetas são trabalhadas como “comerciais”, e não informativas. A museóloga fala sobre a falta de contextualização dos objetos pelas etiquetas, “com o exemplo da obra “O Grande Candomblé”, não há informação sobre os orixás, isso deveria ser mais estudado para uma boa comunicação”.

Ao ser questionada a respeito da forma como são feitas as visitas, a museóloga afirma que as visitas são guiadas, mas há a pretensão de uma mudança, pois a mesma valoriza o roteiro livre, sem direcionamento e sem a intervenção de monitores, a não ser que sejam solicitados pelo visitante, aspecto que conta com o apoio do diretor do Museu, Raimundo Vidal.

Alguns pontos durante a entrevista com a museóloga Maria de Fátima foram apontados como falho, como informações de determinadas obras que não se encontram disponíveis para o aperfeiçoamento dos monitores. Alguns temas são de fácil compreensão, entretanto, outros são mais complexos. Os monitores não têm informações suficientes para alguns esclarecimentos, “o processo de informação e comunicação é aparada na pesquisa”. Mas, afirma que são deficiências que devem e podem ser corrigidas. “O Museu é uma casa de informação e a atenção em dar esse suporte é de extrema importância”. A museóloga expõe o quanto se preocupa com a idéia que os visitantes levam a respeito do Museu. Por muito tempo, o Museu não teve o apoio de museólogos e várias questões estão sendo restabelecidas agora.

No momento, está sendo executado um projeto com as escolas locais, desenvolvido pelas estagiárias do Museu. Primeiramente foi feito o contato com a escola, a direção e professores, após isso são marcadas visitas para apresentação em *power point* que explana a história do museu e a importância da Educação Patrimonial. Na próxima etapa, os alunos serão levados ao Museu Hansen Bahia para conhecer a história de Hansen de perto.

Foi entrevistada, também, a professora Maria José Soares da Cruz, que leciona no Colégio Estadual Rômulo Galvão na cidade de São Félix. Professora Maria José conheceu Hansen pessoalmente, costumava ir à fazenda Santa Bárbara quando o artista ainda residia no local. Há 6 anos levou seus alunos para conhecer o Museu, nesse período estava sendo desenvolvido um projeto de levar os estudantes à Instituição. Em relação ao distanciamento com a comunidade, ela afirma ser bem percebido. A professora vê como uma das causas do distanciamento, o deslocamento da Fundação em Cachoeira (que já não se encontra no local inicial), para ela, isso prejudicou a comunicação, pois “quando os visitantes iam à Fundação na cidade de Cachoeira eram informados sobre o Museu Casa em São Félix”. Maria José considera o Museu importante por sua história e afirma que há uma grande necessidade de divulgação.

Em relação ao público dominante do Museu, público que visita com frequência o local, tanto os estagiários, como a museóloga, afirmam ser de turistas estrangeiros em sua maioria. O público recorrente, que vai ao Museu, mas não apresenta uma forma contínua de frequência, é, em sua maioria, os moradores locais, da cidade de São Félix e outros municípios próximos. Fato que confirma a problemática do distanciamento. A museóloga da UFRB³⁵ justifica tal afirmação: “O Museu Hansen tem fama internacional, daí o fato de turistas estrangeiros se interessarem mais pelo local, sendo em sua maioria europeus”. A média mensal é de 100 visitantes, número que decaiu ao longo de 3 a 4 anos, quando o Museu era mais visitado.

Outra problemática apontada como um fator que dificulta as visitas pela maior parte dos entrevistados é o difícil acesso ao local. A professora Luíza Amarolina de Santana, que trabalha na Escola Municipal Arlindo Rodrigues, em São Félix, vê esse fator como um empecilho para as crianças chegarem ao Museu. Para a museóloga Maria de Fátima, a questão do acesso dificulta a visita e reduz muito a frequência.

³⁵ Entrevista com a museóloga da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Elane Guimarães – Cachoeira/BA, 12/04/2010.

Houve pouca divergência entre as respostas dos entrevistados, o fator distância entre o Museu e a comunidade foi bem percebido e observado por todos. O que mostra ser um problema real a ser reparado.

... a relação será ainda mais facilitada quando as exposições forem desenhadas de acordo com a cultura do país/região do museu que a abriga, levando-se em conta o contexto pessoal dos visitantes, que está sempre embebido de sua experiência cultural. (MORTARA, 2005: 50)

A população precisa estar inserida, sentir-se parte importante e ativa do Museu. Para isso, há a necessidade de esclarecimentos e contextualização da linguagem expográfica.

A monitoria apresenta desconhecimento quanto às obras do artista, mostrando ser preciso um estudo mais aprofundado da vida e obra de Hansen. A museóloga do Museu, Maria de Fátima, retrata bem esse ponto em sua fala: “Informações de determinadas obras não estão disponíveis, não chegam ao conhecimento dos monitores”. A pesquisa mostra-se necessária nesse aspecto.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste estudo foi analisar a avaliação do público do Museu Hansen Bahia - São Félix, através da pesquisa junto ao público visitante. Posteriormente, tendo como base um trabalho previamente desenvolvido na disciplina Tipologia de Museus e Avaliação e Público, ficou estabelecido o deslocamento do foco para a população local, mudança justificada pela necessidade de reflexão sobre essa distância em relação ao Museu. O propósito do estudo então passou a ser a análise e a verificação de um possível distanciamento entre a Instituição e a população local. Por conseguinte, foi estabelecida a metodologia que auxiliou à apreender de forma significativa o estudo realizado. A entrevista foi o meio utilizado para adquirir informações e levantar questões a serem discutidas.

Ao selecionar as pessoas que seriam entrevistadas, houve a preocupação em buscar referências na comunidade que pudessem auxiliar na análise das causas do distanciamento, para isso, foram buscados representantes locais e agentes multiplicadores do patrimônio.

Diversos autores foram utilizados como referência e subsídio da pesquisa de público no Museu Hansen Bahia - São Félix. A comunicação museológica é um assunto bem debatido, pois suas definições trazem possíveis soluções e explicitam a importância dessa ação em locais como os Museus, mostrando o quanto sua deficiência pode ser prejudicial para o bom desenvolvimento da Instituição.

O público, assunto tratado em diversos pontos e tema principal no estudo, mostra-se, antes e atualmente, como fator de interação principal em exposições. O que torna o trabalho de pesquisa de suma importância, possibilitando assim uma reflexão diante das análises realizadas.

Depois de analisada a pesquisa, é necessário mostrar as possibilidades de se alterar essa realidade, uma vez que não interessa só constatar o problema. Avançar no sentido de encaminhar medidas para a transformação desse quadro é o que se propõe.

Reverter a difícil situação do distanciamento pode ser possível através da divulgação da Instituição. É necessário que se torne explícito a função social do Museu, no sentido de aproximar o maior número de público. Medidas de divulgação devem ser analisadas e aplicadas de uma forma que atinja o maior número de pessoas, como em escolas e locais públicos.

Uma maior interação entre o Museu e o público acaba sendo um atrativo a mais, essa foi uma questão também debatida em diversos pontos da pesquisa. Os museus tradicionais não mais atraem os visitantes, um dinamismo se faz necessário na atualidade. Há a necessidade de um contato maior e um significado mais evidente e presente na vida do público, de modo que os acolham e os façam sentir parte do Museu.

O que pôde ser percebido é que o Museu Hansen Bahia – São Félix encaminha para possíveis melhorias no que se refere à aproximação com o público. Há o interesse por parte da coordenação nesse sentido, projetos em vigor e novos projetos estão sendo pensados para buscar essa melhoria. O reconhecimento de possíveis falhas pode ser considerado com um passo importante nesse processo.³⁶

O Projeto Museu Escola, que está em desenvolvimento pelas estagiárias do Museu Hansen, tem como objetivo aproximar ao Museu as crianças e adolescentes moradores locais. Essa iniciativa em ação educativa pode trazer benefícios e suprir de alguma forma o afastamento com a comunidade.

O Museu pode ser um espaço para aprendizados não só baseado em seu histórico, vida e obra do artista, como também pode ser um disseminador de diversos interesses do público. A saúde, a educação e outras áreas podem estar inseridas no Museu, abrangendo e relacionando o público às suas necessidades básicas e, dessa forma, difundindo a Instituição tornando-a integradora do patrimônio cultural. Oficinas, palestras, cursos e atendimentos podem auxiliar nesse processo e vincular serviços úteis à comunidade ao Museu.³⁷

³⁶ Dados baseados nos relatos da entrevista com a Museóloga do Museu Hansen Bahia – São Félix.

³⁷ Dados baseados nos relatos da entrevista com a Museóloga do Museu Hansen Bahia – São Félix.

REFERÊNCIAS:

ALMEIDA, Cícero Antonio Fonseca de. **O Coleccionismo Ilustrado na Gênese dos Museus Contemporâneos**. Anais do Museu Histórico Nacional, Rio de Janeiro, 2001. v. 3.

AMARAL, Aracy A.. **Artes plásticas na semana de 22**. 5º ed. São Paulo: Editora 34, 1998.

CHARTIER, R. **A história cultural entre práticas e representações**. Lisboa: Difel, 1990.

DIAS, Luciana Tavares. **Museu, Educação e Sociedade: uma intrínseca relação**. Disponível em: <http://museologia.incubadora.fapesp.br/portal/acervo/alunos_2004/luciana_biblio/document.2005-01-10.4386658418>. Acesso em: 17 mai. 2010.

Bahia, Hansen (1915 - 1978). Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br>>. Acesso em 26 mar. 2010.

BOURDIEU, Pierre Félix; DARBEL, Alain. **O Amor Pela Arte: os museus de arte na europa e seu público**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2003.

BURKE, Peter. **Testemunha Ocular: História e Imagem**. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

CONCEITOS de avaliação, uma primeira reflexão. Disponível em: <<http://direducacional.sites.uol.com.br/texto1.html>>. Acesso em: 05 abr. 2010.

CURY, Marília Xavier. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Annablume, 2006.

**Comunicação Museológica – Uma perspectiva Teórico-
Metodológica de Recepção**. Trabalho apresentado ao NP 01 – Teorias da

Comunicação, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. São Paulo, s/d.

_____ **Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus.** História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, 2003.

FUNDAÇÃO HANSEN BAHIA. **Exposição Itirenante Hansen Bahia:** restauração do acervo: 73 obras. [s.l.]: Caixa Econômica Federal, 2009. 40p.

FUNDAÇÃO HANSEN BAHIA. **Exposição Itirenante Hansen Bahia:** restauração do acervo: 73 obras. [s.l.]: Caixa Econômica Federal, 2009. 1 folder.

GASPAR, Alberto. **Museus e Centros de Ciências:** Conceituação e Proposta de um referencial teórico. Tese para obtenção do título de doutor na área de Didática. São Paulo, 1993. Disponível em: <<http://www.casadaciencia.ufrj.br/Publicacoes/Dissertacoes/gaspar-tese.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2010.

GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. **Entre Cenografias:** O Museu e a exposição de arte no século XX. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/FAPESB, 2004.

HANSEN Bahia, o artista alemão que adotou nossa “nação”. Disponível em: <<http://www.fundacaocultural.ba.gov.br>>. Acesso em: 26 mar. 2010.

INSTITUTO ARQUEOLÓGICO, HISTÓRICO E GEOGRÁFICO PERNAMBUCANO. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/notitia/servlet/newstorm.ns.presentation.NavigationServlet?publicationCode=16&pageCode=306&textCode=832&date=currentDate>>. Acesso em: 23 mar. 2010.

JULIÃO, Letícia. Pesquisa Histórica nos Museus. In: **Caderno de diretrizes museológicas:** 2ª ed. Brasília: MinC/IPHAN/DEMU - Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais / Superintendência de Museus, 2006, p.93-106.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e História.** 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LOURENÇO, Maria Cecília França. **Museus acolhem o moderno**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. **Memória e cultura material**: documentos pessoais no espaço público. 2007. Disponível em: <http://www.marilia.unesp.br/Home/Pesquisa/cultgen/Documentos/memoria_cultura_material_ulpiano_meneses.pdf>. Acesso em: 27 set. 2010.

MORTARA, Adriana Almeida. **O contexto do visitante na experiência museal**: semelhanças e diferenças entre museus de ciência e de arte. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 12 (suplemento), p. 31-53, 2005.

_____. **Os visitantes do Museu Paulista**: um estudo comparativo com os visitantes da Pinacoteca do Estado e do Museu de Zoologia. Anais do Museu Paulista. São Paulo. N. Sér. v.12. p. 269-306. jan./dez. 2004.

MOTA, Marília Gabriella de M. da; MARQUES, Izabella Fagundes. **Pesquisa de Museus**: uma análise do perfil de público. Cachoeira: UFRB, 2008.

MUSEU de Arte Moderna – MAM: Conheça o MAM. Disponível em: <<http://www.mam.org.br/2008/portugues/curadoria.aspx>>. Acesso em 05 mai. 2010.

MUSEU de Arte de São Paulo. Disponível em: <http://wapedia.mobi/pt/Museu_de_Arte_de_S%C3%A3o_Paulo>. Acesso em: 14 abr. 2010.

MUSEU Hansen Bahia: Quem foi Hansen Bahia. Disponível em: <<http://www.ufrb.edu.br>>. Acesso em: 29 mar. 2010.

MUSEU HANSEN BAHIA (São Félix – BA). **Hansen Bahia**: catálogo. São Félix, 2010.

NOTAS sobre a história dos museus. Disponível em: <<http://www.museus.art.br/historia.htm>>. Acesso em: 14 abr. 2010.

SANTOS, Myriam Sepúlveda. **A escrita do passado em museus históricos**. São Paulo: Garamond, 2007.

_____ **Museus brasileiros e política cultural.** Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, 2004.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais.** São Paulo: Perspectiva, 2002.

RUBIM, Sandra Regina. **Memória e Iconografia na construção de uma identidade coletiva paranaense.** 2008. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/958-2.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2010.

SANTOS, Fausto Henrique dos, **Metodologia aplicada em museus.** Editora Mackenzie. São Paulo. 2000.

TRÌPODI, Aldo. **Considerações sobre a arte moderna na Bahia e arte conceitual.** Disponível em: <<http://www.fundacaocultural.ba.gov.br/04/revista%20da%20bahia/Artes%20Plasticas/conside.htm>>. Acesso em: 15 abr. 2010.

VICTOR, Izabel. Os Museus e a Qualidade. **Cadernos de Sociomuseologia,** Lisboa, v. 23, n. 23, 2005.

XAVIER, Pedro do Amaral. **A morte: símbolos e alegorias.** Lisboa: Livros Horizontes, 2001. (capítulo I)

ANEXO:**TERMO DE CONCESSÃO GRATUITA DE DIREITOS SOBRE DEPOIMENTO ORAL**

Cedente: _____

Nacionalidade: _____ Estado Civil: _____

Profissão: _____

RG: _____ CPF: _____

Declaro ceder sem quaisquer restrições quanto aos seus direitos patrimoniais e financeiros a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista gravada de caráter histórico e documental que prestei a pesquisadora MARÍLIA GABRIELLA DE MAGALHÃES DA MOTA, estudante da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, em ____/____/____, na cidade de _____. Fica conseqüentemente autorizado a utilizar, divulgar e publicar, a mencionada entrevista, integralmente ou em parte, editado ou não, sem restrições de prazos e limites de citações, desde a presente data, preservando a integridade e indicação de fonte e autor. Da mesma forma, autorizo o uso de terceiros ouvi-la e usar citações.

Abdicando direitos meus e de meus descendentes, subscrevo.

Cachoeira, ____ de _____ de 2010

Assinatura