



XX ENANCIB

21 a 25 Outubro/2019 – Florianópolis

A Ciência da Informação e a era da Ciência de Dados

ISSN 2177-3688

GT-9 – Museu, Patrimônio e Informação

MUSEUS E PÚBLICO (S) : A CENTRALIDADE DA RELAÇÃO PÚBLICO (S) - MUSEU NOS DEBATES CONTEMPORÂNEOS DA MUSEOLOGIA

MUSEUMS AND PUBLIC(S): THE PUBLIC(S)-MUSEUM RELATION'S CENTRALITY IN THE CONTEMPORARY DISCUSSION OF MUSEOLOGY

Julia Nolasco Leitão Moraes - Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio
UNIRIO/MAST (PPG-PMUS)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Crescentemente a partir da segunda metade do século XX, os públicos dos museus foram assumindo novos lugares e papéis nas dinâmicas empreendidas pelas instâncias museais, exercendo expressiva influência sobre a tomada de decisões na prática cotidiana desses espaços. Hoje, o debate sobre públicos de museus implica em compreendermos como pode se dar a participação frente à musealização. Este artigo propõe analisar e discutir a centralidade dos públicos dos museus nos debates contemporâneos da Museologia e verificar até que ponto e de que modo essa se reflete em parcela da produção científica acadêmica brasileira, mais precisamente na pós-graduação. Para tal, procuramos identificar alguns dos principais termos que emergem dos estudos que problematizam a noção de público em museus, buscando reconhecer as diferenciações e nuances de acepções e significados. O desafio seguinte foi examinar quais os papéis e os lugares dos públicos diante das definições e reflexões sobre os museus na atualidade. Finalmente, o último movimento consistiu na identificação e mapeamento da produção científica realizada no âmbito das Pós-graduações em Museologia no País que, de alguma maneira, se debruça ou perpassa a relação público(s)-museu. Refletir sobre a centralidade dos públicos nas discussões contemporâneas da Museologia implica em expandirmos o olhar para além da perspectiva dos chamados Estudos de Público. É preciso compreender de que maneira as noções de público e museu se interconectam e influenciam. Como os diferentes níveis e formas de participação e protagonismo dos públicos tencionam o universo dos museus e da Museologia a operarem revisões sobre o processo de musealização.

Palavras-Chave: Públicos de museu; Participação; Debates contemporâneos da Museologia; Produção científica em Museologia.

Abstract: Increasingly from the second half of XX century, museum publics were assuming new places and roles in the museum's dynamics, exerting significant influence on decision making in the daily practice of these spaces. Now a days, discuss about publics museum implies understand how participation may happen face of musealization. This article intends to analyse and discuss the publics's museum centrality in contemporary debates in Museology and to verify to what extent and how this is reflected in the brazilian academic scientific production. To this end, we identify some of the main terms that emerge from studies that problematize the notion of museum's publics, seeking to recognize the differences of meanings. The next challenge was to examine the roles and places of publics face of museum definitions. Finally, the last movement was the identification and mapping of scientific production of postgraduate studies in Museology in Brazil that, somehow, looks at publics-museum relation. Think about the centrality of publics in contemporary discussions of Museology

implies expanding our gaze beyond the Visitor Studies perspective. It is necessary to understand how the notion of publics and museum interconnect and influence each other. How the difference levels and forms of public participation and protagonism intend the museums and Museology universe to revise the musealization process.

Keywords: Museum publics; Participation; Contemporary discussions of Museology; Academic scientific production in Museology.

1 INTRODUÇÃO

Crescentemente ao longo do século XX, em especial a partir de sua segunda metade, debates em torno da participação e do papel do público nos museus e a teorização e experimentação de novos modelos e metodologias nas ações de comunicação, informação e educação dessas instituições trouxeram à tona o desafio dos museus repensarem seus valores, práticas e modos de inserção e integração no cotidiano de diferentes grupos sociais. Gradativamente, foi crescendo a expectativa de que o foco de trabalho dessas instituições se deslocasse do acervo, exclusivamente, em direção às mediações, à ressignificação e o uso social do patrimônio por parte de múltiplos segmentos de público.

Diante do horizonte descortinado, no qual a participação dos públicos é conclamada em diferentes esferas e a comunicação é compreendida como um processo dinâmico necessariamente relacionado à cultura, mesmo a noção de público foi sendo questionada e problematizada, tendo como consequência, entre outras, a valorização de nuances semânticas empregadas nos termos com que hoje pode ser correlacionada ou associada na literatura e no dia-a-dia dos museus. Cury (2015) cita alguns desses termos¹ e aponta para as variações de sentidos e significados que expressam conceitos embutidos em seu emprego. Neste ponto, vale mencionar que concordamos com a autora no que se refere ao conceito expresso pelo uso do termo *públicos*, o que justifica sua adoção no âmbito deste texto: “(...) Público tem em si a ideia de conjunto e públicos esclarece sobre a diversidade e pluralidade que hoje reconhecemos existir, seja na pesquisa ou no museu.” (CURY, 2015).

Frente aos novos modos de compreensão e atuação dos sujeitos e grupos sociais no mundo contemporâneo, ao longo do século XX, foi emergindo a demanda para que os públicos assumissem novos lugares e papéis nas dinâmicas empreendidas pelas/nas/por meio das instâncias museais – institucionalizadas ou não -, exercendo expressiva influência em torno da tomada de decisões na prática cotidiana de pesquisadores, responsáveis por exposições e gestores desses espaços, hoje largamente definidos como a serviço da sociedade. Assim, não basta que sejam vistos como protagonistas apenas dos chamados estudos de público, quase sempre associados a visita e fruição – ou a não-visita e a não-fruição - das exposições, aos programas educativos, aos serviços de informação ou a seu perfil. Hoje, o debate sobre públicos de museus implica, necessariamente, em compreendermos como pode

¹ A citação dos diversos termos que fazem referência a noção de público e/ou que com ela se correlacionam é uma constante em textos que visam problematizar o conceito. No decorrer deste artigo, traremos alguns.

se dar a participação frente aos processos de musealização, os quais pressupõe revisão de metodologias e ferramentas, além da parceria entre os múltiplos agentes. É premente refletir sobre a participação do(s) públicos nas mais diversas ações desenvolvidas pelos museus (exposições, programas educativos, gestão, documentação, aquisição, descarte, conservação preventiva, etc.) e, sobretudo, como os públicos podem se beneficiar da relação com o patrimônio.

Este artigo propõe analisar e discutir a centralidade dos públicos dos museus nos debates contemporâneos da Museologia e verificar até que ponto e de que modo essa se reflete na produção científica acadêmica brasileira, mas precisamente na pós-graduação *stricto sensu* em Museologia. Para tal, num primeiro momento, buscaremos identificar na literatura especializada de língua portuguesa alguns dos principais termos que emergem dos estudos que procuram problematizar a noção de público(s) de museus, buscando reconhecer as diferenciações e nuances de acepções e significados. O desafio seguinte será examinar qual(is) o(s) papel(éis) e o(s) lugar(es) do(s) público(s) diante das definições e reflexões sobre os museus na contemporaneidade. Finalmente, o terceiro e último movimento consistirá na identificação e mapeamento quantitativo da produção científica realizada no âmbito das Pós-graduações em Museologia em funcionamento hoje no País que, de alguma maneira, se debruça ou perpassa os desafios apresentados aos museus e à Museologia diante da crescente importância atribuída à participação, recepção, e mediação dos públicos nos processos de valorização e interpretação do patrimônio.

Este trabalho é fruto dos levantamentos e análise preliminar do projeto de pesquisa “Papéis, lugares e expectativas dos públicos nos museus contemporâneos: comunicação, curadoria e gestão museológicas diante de novos olhares do/sobre os públicos dos museus”. Seu objetivo geral é compreender a relevância e de que modo se dá a participação dos públicos em aspectos relacionados a comunicação, tomada de decisões de curadoria e gestão de museus, a partir do cruzamento entre as perspectivas dos públicos, dos museus e dos debates teórico-acadêmicos atuais.

2 ACEPÇÕES E USOS DO TERMO PÚBLICO DE MUSEUS

Ao examinarmos estudos que se debruçam sobre a noção de público, dentro ou fora da literatura da Museologia, é bastante comum encontrarmos a referência de que a acepção do

termo variará conforme seu emprego como substantivo ou adjetivo. Deste modo, cabe destacar que a este artigo interessa particularmente o emprego do termo como substantivo, *público de museu*, embora reconheçamos que os usos tenham relação, especialmente ao considerarmos o momento de abertura dos museus ao público.

De acordo com o verbete da publicação *Conceitos-chave da Museologia* (DESVALLÉS; MAIRESSE, 2013)², o substantivo público designa “o conjunto de usuários do museu (o público dos museus), mas também, por extrapolação a partir do seu fim público, o conjunto da população à qual cada estabelecimento se dirige.” Destacando a presença da noção de público na maior parte das definições de museus atuais, a publicação reforça o lugar central do público no seio do museu e, por extensão, podemos imaginar aos debates da Museologia:

Presente em quase todas as definições atuais de museu, a noção de público ocupa um lugar central no seio do museu. (...) A noção de público associa estreitamente a atividade do museu a seus usuários, mesmo àqueles que deveriam se beneficiar de seus serviços, embora não o façam. Os usuários são os visitantes do museu – o público mais amplo – sobre quem somos levados a pensar em primeiro lugar, esquecendo que eles nem sempre ocuparam o papel central que o museu lhes confere hoje, porque existem vários públicos específicos. Lugar de formação artística e território da “república dos sábios” em sua origem, o museu só se abriu a todos progressivamente ao longo de sua história. Essa abertura, que conduziu a equipe do museu a se interessar cada vez mais pelos visitantes, mas igualmente pela população que não frequenta museus, favoreceu a multiplicação de possibilidades de leituras de seus usuários, para os quais se voltam novas formas de categorias ao longo do tempo: povo, grande público, público amplo, não-público, público distanciado, impedido ou fragilizado, utilizadores ou usuários, visitantes, observadores, espectadores, consumidores, plateia, etc. (...) essencialmente, a partir do final dos anos 1980, [fala-se] de uma verdadeira “virada em direção aos públicos” da ação museal, para mostrar a importância crescente da frequência e da tomada de consciência das necessidades e anseios dos visitantes...” (DESVALLÉS; MAIRESSE, 2013, P87)

Ao ater-nos a esta definição, é possível observar menção a vários termos que se relacionam à noção de público e que emergem em debates distintos no contexto dos estudos sobre museus e da Museologia e em suas interfaces com outros campos do conhecimento³:

² Optamos pela adoção da publicação *Conceitos-Chave da Museologia* como referência em detrimento a obra da qual é oriunda, *Dictionaire Encyclopedique de la Museologie*, como recurso metodológico justificado graças ao fato da primeira existir como versão traduzida para a língua portuguesa, possibilitando a elaboração de quadro comparativo entre termos que fazem referência público, e a segunda não contar com tradução. A publicação *Conceitos-Chave da Museologia* está disponível em: http://www.icom.org.br/wp-content/uploads/2014/03/PDF_Conceitos-Chave-de-Museologia.pdf

³ Como exemplo, é possível citar frequente emprego do termo usuário na interface da Museologia com a Ciência da Informação; comunidade com a Antropologia; visitante, não-público, público com deficiência, com a

usuários; visitantes; público mais amplo; públicos específicos; população que não frequenta museus; povo; grande público; público amplo; não-público; público distanciado, impedido ou fragilizado; utilizadores ou usuários; visitantes; observadores; espectadores; consumidores; plateia; e públicos⁴.

Como termos derivados surgem, ainda, na definição da publicação: publicidade; grande público; não-público; público fragilizado; público-alvo. Entre os correlatos são citados: utilizadores; clientela; usuários; audiência; ecomuseu; povo; fidelização; frequência; população; privado; visitantes; comunidade; sociedade; espectadores; avaliações; pesquisas; avaliadores; e turistas. Entre esses, chama atenção a presença de termos cujo emprego, em si, não poderia substituir a ideia de público em nenhuma das nuances de significação, tais como publicidade; ecomuseu; fidelização; frequência; privado; avaliações; e pesquisas. Entretanto, a presença desses entre os termos correlatos evidencia o protagonismo do conceito frente a diferentes linhas de investigação e ação da Museologia.

Destaca-se, ainda, que das noções correlatas apontadas, a presença do termo ecomuseu é reveladora do quão central é o conceito de público para os estudos da Teoria da Museologia e daqueles relacionados a história dos museus e da Museologia. Vale ressaltar que, na década de 1980, o trinômio edifício-público-acervo foi confrontado diante da perspectiva trazida pela Nova Museologia e o trinômio território-comunidade-patrimônio (Declaração de Quebec, 1984). Destacamos, ainda, que no âmbito do Comitê Internacional para Museologia –ICOFOM, que propõe discutir aspectos da Teoria da Museologia, do Conselho Internacional de Museus- ICOM, num intervalo de apenas 8 anos houve 4 encontros, sendo 3 seguidos, dedicados a discutir temáticas afetas ao público, dando origem a publicações próprias: “Museologia e audiência” (2005), “O museu dialógico e a experiência do visitante” (2011), “Empoderando o visitante: processo, progresso, protesto” (2012) e “O visitante especial: cada um e todos nós” (2013). Ademais, no encontro e nas publicações de 2015, dedicado às novas tendências na Museologia, parte significativa do que se manifesta relaciona-se com a temática dos públicos.

Em texto que apresenta estudo preliminar acerca da pesquisa acadêmica de recepção de público em museus no Brasil, Cury (2015) cita definição da versão anglo-saxã do

Educação; visitante, público-alvo, consumidor com a Comunicação; público-alvo, usuário, utilizador, turista, com o Turismo; entre outros.

⁴ Optamos por apresentar os termos conforme ordem de menção na publicação e duplicar a citação às noções de usuários e visitantes, tal como ocorre na definição.

Conceitos-chave da Museologia, o *Key Concepts of Museology*, e, ao traduzir os termos apresentados na publicação de língua inglesa, traz noções com outras nuances de significações: público numeroso⁵; público distante ou impedido, público com deficiência⁶; audiência⁷; e frequentador⁸. Assumindo a importância de uma discussão dos conceitos inerentes aos termos, Cury inicia-a ao aproximar e categorizar alguns deles: usuário e consumidor; espectador e expectador; visitante e não visitante; público e não público; audiência, frequentador e público potencial; público-alvo e cliente; público e públicos. Nas palavras da autora:

Iniciamos uma categorização de termos. Assim, aproximamos os termos usuário e consumidor, entendendo um direito de cidadania, considerando, inclusive, o caráter simbólico do uso e do consumo. Se levamos em conta a assistência (assistir a alguma coisa), podemos usar espectador e expectador. Nessa linha, Teixeira Coelho discrimina o espectador-modelo (o colaborador do artista, o cúmplice da obra) do espectador empírico (aquele que se opõe à obra, pois a entende de acordo com seus próprios interesses) (COELHO, 1999). Se relacionarmos público à assiduidade, encontramos os termos visitante e não visitante ou público e não público (quem vai e quem não vai ao museu). Visitante é um termo recorrente na literatura ou no cotidiano dos museus que, para Fernando Moreira, trata-se de um conceito esgotado, visto que espera-se do indivíduo um outro vínculo com a instituição (MOREIRA, 2007). Audiência, pela experiência do campo da comunicação, refere-se a um público frequentador e, ao mesmo tempo, ao público em potencial. Público-alvo é uma concepção mercadológica trazida da administração para especificar o cliente. Público tem em si a ideia de conjunto e públicos esclarece sobre a diversidade e pluralidade que hoje reconhecemos existir, seja na pesquisa ou no museu. (CURY, 2015)

Citado por Cury, Moreira (2007), autor português, também nos fornece importantes contribuições ao realizar reflexão sobre o conceito de público nos museus locais de Portugal. No artigo do autor, é possível identificar o uso dos seguintes termos: usuários; visitantes; público real; público efetivo; público potencial; utente; utilizador; e beneficiários. De acordo com o autor português, “globalmente, entende-se por público o conjunto de usuários de um

⁵ Na publicação brasileira Conceitos-chave da Museologia traduzida como *grande público*.

⁶ Na publicação brasileira Conceitos-chave da Museologia traduzida como *público distanciado, impedido ou fragilizado*. Destaca-se a noção de *público com deficiência* como usual na literatura brasileira sobre público de museus, especialmente em virtude da crescente produção científica que se dedica a problematizar a acessibilidade em museus a partir da perspectiva da pessoa com deficiência e do debate em torno da inclusão social.

⁷ Na publicação brasileira Termos-chave da Museologia traduzida como *plateia*.

⁸ O termo não aparece no verbete da publicação brasileira Termos-chave da Museologia. Entretanto, a noção de frequentação aparece entre os termos correlatos. Destaca-se que o termo *frequentador* e a ideia de frequentação são usuais na literatura brasileira sobre público de museus, o que possivelmente tem relação com o livro “O amor pela arte: os museus de arte da Europa e seu público”, de Pierre Bourdieu e Darbel (2003), referência muito adotada nos estudos sobre público em museus no Brasil.

serviço. No caso específico dos museus, os usuários são todos aqueles que utilizam um serviço posto à disposição pela instituição museu” (MOREIRA, 2007, p. 101). A partir disso, o autor chama atenção para o fato de que o público dos museus corresponde não somente aos visitantes (noção que remete à presença na instituição, de acordo com o autor), mas também aqueles que são beneficiados por seus serviços, mesmo que esses possam nunca ter colocado os pés na instituição:

(...) o público dos museus corresponde não só aos visitantes (pessoas que entram ou entraram no museu), mas também à parcela daqueles que, de alguma maneira, sem uma relação presencial no museu, usufruíram dos serviços ou bens por ele disponibilizados (p.e. encomenda de livros ou outros materiais por catálogo, visitas a exposições itinerantes, destinatários de ações pedagógicas levadas a efeito nas escolas...) (MOREIRA, 2007, p. 101)

O entendimento em torno da ideia de público de museu que se expande para além daqueles que estiveram em suas instalações (e, podemos imaginar, visitaram seu site – visitante virtual), incorporando também aqueles que são beneficiados por suas ações evidencia o que já foi introduzido anteriormente nesse artigo: o deslocamento do foco das ações dos museus do acervo, exclusivamente, para a apropriação social do patrimônio e suas ressignificações à luz dos distintos contextos dos sujeitos.

Por outro lado, ainda de acordo com o autor, ao referirmo-nos ao público de museus, é preciso fazer outra distinção: público real ou efetivo (“conjunto de indivíduos que já visitou ou utilizou o museu”) e público potencial (“todas as pessoas que, pelas suas características específicas são suscetíveis de se tornarem público real ou efetivo”). Deste modo, de acordo com Moreira (2007, p. 101), há dois eixos a considerar ao se utilizar o conceito de público: “um que se reporta ao espaço (interacção com o museu dentro ou fora de portas, logo, visitante ou não visitante) e outro relativo ao tempo (interacção já efetuada ou em potência, logo, público real ou potencial)”.

Em artigo sobre museus, seus arquivos e as fontes para estudar os públicos, Köeptcke e Pereira (2010) analisam o processo de construção do conhecimento sobre a relação dos museus com os seus diversos visitantes e usuários, contextualizando o surgimento dos públicos como categoria de entendimento e objeto de estudo nas ciências sociais. De acordo com as autoras,

Pesquisas no campo da cultura (Bourdieu, Darbel, 2003; Donnat, Cogneau, 1990) sugerem que, de fato, ser público de alguma atividade cultural constitui um fenômeno particular da vida coletiva, diferente de fazer parte da multidão que se forma aleatoriamente ou de ser membro de uma associação, como um clube de xadrez ou uma escola de música

(Moutchouris, 2003). No entanto, a observação das práticas e dos praticantes da cultura evidenciou não se tratar de um público único, homogêneo, com comportamentos, expectativas ou atitudes idênticas e permanentes ao longo do tempo (Becker, 1988; Lahire, 2004). (...) A perspectiva da história social da cultura ou da sociologia dos processos culturais entende que o público não é um grupo construído de uma vez por todas, mas um organismo vivo que se forma e se desfaz, constituindo-se de grupos sociais diferentes, segundo as convenções estáticas partilhadas entre produtores e consumidores de arte em determinado período (Becker, 1974, 1988). (...) Os processos responsáveis pela formação de um público resultam da interação entre as condições sociais de acesso à educação, os meios de produção e de oferta nos subcampos da cultura e as predisposições individuais, social e culturalmente construídas, que, em algum momento da trajetória de uma vida, permitem o desenvolvimento de uma certa prática ou gosto cultural (a operacionalização do *habitus* diante do horizonte de possíveis, de Bourdieu). (KÖEPTCKE; PEREIRA, 2010, p. 813-814)

Neste sentido, segundo as autoras, é preciso empregar o termo no plural – públicos - e considerar a miríade de categorias identificadas pelos estudos realizados no âmbito dos museus: público familiar, cativo, espontâneo, potencial, neófito, *habitué*, especial, turistas, de vizinhança, escolar, não público; entre outros. Observamos que à exceção de turistas e não público, os termos – categorias, segmentos - mencionados por Köeptcke e Pereira (2010) apresentam-se como qualificativos (adjetivos) do substantivo público.

As definições e especialmente os termos e as nuances aqui apresentadas estão profundamente relacionadas à noção que se tem hoje sobre os museus e sua vocação: justificam-se, ao menos em termos discursivos, por estarem a serviço da sociedade. Assim, no próximo item apresentaremos apontamentos sobre os públicos como objeto de interesse e pesquisa dos museus e da Museologia e, ao mesmo tempo, noção fundamental para compreender as transformações ocorridas nos museus e na Museologia na segunda metade do século XX.

Antes, no entanto, tal como proposto por Cury (2015), é oportuno arriscar aproximações a partir dos termos elencados até aqui, salientando que essas configuram-se como possibilidades e não categorizações e/ou definições fixas, tendo em vista o fato da língua ser viva, portanto, possibilitar a transformação dos conceitos no decorrer do tempo e de seus usos e significações.

Quadro 1: Termos/categorias e acepções/contextos de uso relacionados a público

Termos / categorias	Possíveis acepções e/ou contextos de uso – Termo alude a...
Audiência; plateia	Sujeito coletivo / distancia-se da noção de visitante
Beneficiários	Que se beneficia dos serviços e das ações dos museus, direta ou indiretamente
Clientela; cliente	Que pressupõe e requer a prestação de serviço, em geral a partir de perspectiva mercadológica
Consumidores	Que utiliza / que opera trocas
Frequentedor; público cativo	Assiduidade;
Observadores; espectadores; expectador	Ação de observar, assistir
População que não frequenta museus; não-visitante; não-público	Aquele que não frequenta, não visita e, justamente por isso, incita a pensar por quê
Povo; população; comunidade; sociedade	Sentido mais geral, amplo, a partir do qual poderão surgir agrupamentos
Público mais amplo; público amplo; público numeroso	Quantitativo, genérico
Público distanciado, impedido ou fragilizado; público distante ou impedido, público com deficiência	Que demanda a transposição de barreiras de diferentes ordens, em geral externas ao museu
Público espontâneo	Que não teve sua visita previamente agendada pelo museu
Público <i>habitué</i>	Detentor de <i>habitus</i> cultural de visita (BOURDIEU; DARBEL, 2003)
Público; públicos	Conjunto / Homogeneidade X heterogeneidade, diversidade
Público-alvo	Ação direta voltada a...
Público-real; público-efetivo; público potencial	Dimensão do que é X dimensão do que pode vir a ser
Públicos específicos; grande público	Especificidade X amplitude
Turista; Público familiar; público neófito; público especial; público escolar; público de vizinhança	Segmento específico
Usuários; utilizadores; utente	Uso, prestação de serviço
Visitante virtual	Presença em meio digital / usuário digital
Visitante; visitantes	Presença no espaço e/ou nos serviços do museu/ Sujeito e sua realidade específica como centro; conjunto de sujeitos com suas realidades específicas

3 Noção de público e os papéis atribuídos aos museus

A partir das definições de público de museu citadas no item anterior, é possível verificar pistas, mais ou menos claras, dos aspectos que estão presentes nos principais eixos de discussão, investigação e ação que permeiam ou se debruçam sobre a centralidade do(s) públicos de museus na contemporaneidade: público e a definição de museu; público como conjunto de usuários de um serviço, potencial beneficiário; visitante-sujeito e sua experiência;

visitante-presença e usuário-serviço; público e usos sociais do patrimônio, recepção, avaliação; público e não-público; frequência; públicos específicos; público e autonomia; público como organismo vivo, que se faz e desfaz, constituído a partir de agrupamentos sociais heterogêneos.

De acordo com Köptcke e Pereira (2010, p.813), o interesse em conhecer ou sistematizar a reflexão sobre os públicos dos museus está estreitamente relacionado às expectativas da sociedade quanto à missão de tais instituições. Esta foi se modificando ao longo do tempo, assim como a compreensão do papel desempenhado pelos públicos frente ao que se concebe que seja museu. Neste sentido, vale trazer para a discussão pretendida neste artigo que, no momento, o Conselho Internacional de Museus – ICOM reconhece a necessidade e enfrenta o desafio de se construir nova definição de museu que busque refletir de maneira mais plural e contemporânea as múltiplas representações dessa instância polissêmica. Ao atentarmos para antiga definição e a comparamos com aquela alternativa que deverá ser votada em setembro de 2019 para constar nos Estatutos do órgão, fica nítida a diferença de compreensão acerca do papel e do lugar ocupado pelos públicos nos museus de acordo com os debates contemporâneos da Museologia.

O texto atualmente vigente, votado em 2007, define museu como:

instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e exibe o patrimônio tangível e intangível da humanidade e de seu meio, para fins de educação, estudo e deleite (ICOM, 2007)

Nesta, apesar do museu ser definido como instituição aberta ao público e que realiza uma série de ações específicas a serviço da sociedade e seu desenvolvimento, para fins de educação, estudo e deleite, observa-se que há, implícito, a premissa de uma atuação unilateral, em via de mão única. Nela, o museu é o centro ou é de onde parte a ação; a ideia de estar “aberto ao público” revela que tal abertura não implica em participação, intervenção, colaboração, protagonismo por parte do público, quiçá dos públicos, mas é algo que existe substancialmente no plano material: é facultada a entrada de público pelos portões do museu, o qual, de acordo com sua primazia discursiva, estabelece prioridades e toma decisões.

O texto a ser votado em 2019 chama atenção pelo tom assertivo, que acaba por revelar e acentuar uma definição de museu que se ancora basicamente na expressão de um desejo:

Museus são espaços democratizantes, inclusivos e polifônicos para diálogo crítico acerca dos passados e dos futuros. Reconhecendo e abordando os

conflitos e desafios do presente, mantêm artefatos e espécimes em confiança para a sociedade, salvaguardam memórias diversas para futuras gerações e garantem direitos iguais e acesso igualitário ao patrimônio para todas as pessoas. Museus não são para o lucro. Eles são participativos e transparentes, e trabalham em parceria ativa com e para diversas comunidades para coletar, preservar, pesquisar, interpretar e melhorar a compreensão sobre o mundo, visando contribuir para a dignidade humana e a justiça social, igualdade global e bem-estar planetário⁹. (ICOM, 2019)

Verifica-se que o termo *público* não aparece nesta definição. No entanto, emergem noções e/ou debates que revelam o deslocamento do objetivo central dos museus e sinalizam o imperativo de se pensar essas instâncias sob perspectiva da participação, inclusão, diversidade cultural, crítica, etc. Nesta definição, de caráter essencialmente ideológico, embora apareçam os substantivos *sociedade*, *pessoas* e *comunidades*, que não são estranhos ao debate em torno dos públicos, nota-se que os termos empregados como qualificativos sobressaem: espaços democratizantes, inclusivos e polifônicos; diálogo crítico; memórias diversas; direitos iguais e acesso igualitário; (museus) participativos e transparentes; parceria ativa.

As diferenças entre o que subjaz a primeira e a segunda definições, independentemente do desfecho sobre a aceitação da segunda, são sintomáticas. De acordo com Moreira (2007, p.102), nas últimas décadas, “(...) vamos assistir a uma mudança no contexto museológico caracterizada pelo surgimento de um conjunto muito alargado de novos museus, com novas preocupações e novas formas de intervenção”. Tal mudança não se restringe apenas às novas propostas de museus, mas também se estende em direção à “(...) emergência de novas preocupações e atitudes ao nível dos grandes museus clássicos de referência”. Segundo o autor, “(...) o conceito de público passa a incorporar aqueles que utilizam o museu ou, sobretudo no caso dos novos museus, que se utilizam do museu, independentemente da forma que essa utilização assuma. Ou seja, o conceito de público passa a repousar na ideia central de utilizador” (MOREIRA, 2007, p. 102-103).

A associação público-utilizador não é recente e está enraizada desde, pelo menos, às discussões que convergem para a noção de museu integral e na amplamente conhecida Carta

⁹ Tradução nossa para “Museums are democratizing, inclusive and polyphonic spaces for critical dialogue about pasts and the futures. Acknowledging and addressing the conflicts and challenges of the present, they hold artefacts and specimens in trust for society, safeguard diverse memories for future generations and guarantee equal rights and equal access to heritage for people. Museums are not for profit. They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret, exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality and planetary wellbeing”. Disponível em: <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/>

de Santiago do Chile, de 1972. De acordo com Varine (1995, p. 18), o que existe de mais inovador no documento são sobretudo as noções de museu integral, “(...) isto é, levando em consideração a totalidade dos problemas da sociedade”, e aquela do museu enquanto ação, instrumento dinâmico de mudança social. Ora, esta concepção abre caminhos para o entendimento de que não é o museu quem opera a mudança social, mas sim aqueles que do museu – instrumento - se apropriam e a partir disso, empoderados, tornam-se mais capazes de mudar sua realidade.

Ao tratar da origem da Nova Museologia, De Carli (2008, p. 25-26) enfatiza que a fonte de controvérsia com a Museologia tradicional tem raiz na conceituação da missão do museu na sociedade e na coparticipação da comunidade no museu. Segundo a autora,

Na origem da Nova Museologia, o museu não traslada seu interesse do objeto para a comunidade; o interesse do museu se traslada do objeto para o patrimônio integral, e conseqüentemente para a relação patrimônio-comunidade, binômio inseparável, e eixo de todo o modelo proveniente da Nova Museologia. Isto significa que o museu deve envolver a comunidade de forma participativa na preservação, pesquisa e comunicação de seu próprio patrimônio. É aí onde se encontra o ponto de desacordo mais crítico com a museologia tradicional, pois para poder trabalhar com o patrimônio integral e a comunidade, o museu deve realizar grandes mudanças em suas funções e na conceituação de sua missão. (DE CARLI, 2008, p. 25-26)

Passado quase meio século desde a o conceito de museu integral e a paulatina emergência de diferentes adjetivos que qualificam a(s) Museologia(s) – Tradicional, Nova, Sócio, Comunitária, Crítica, Social, Cyber, etc. – é preciso admitir que a noção de museu foi tensionada por inúmeros debates, agentes, teorias do campo social, campos do conhecimento e experiências empíricas que deram origem à diversidade de modelos, tipologias, propósitos, bases políticas e filosóficas que verificamos hoje no universo museal. Um ponto, entretanto, parece ser comum a todas as acepções de museu e vertentes da Museologia: a ideia de museu profundamente marcada pela dimensão de potência estabelecida a partir da relação público/visitante/usuário/utilizador/comunidade/... com o patrimônio.

Verifica-se, deste modo, que o papel daquilo que aqui chamamos de públicos é alterado substancialmente e o que há por trás disso é a perspectiva da participação, a qual pode se dar de diferentes formas, conforme a realidade em que esta poderá se dar: inventário participativo; *folksonomia*; gestão participativa; elaboração de planos museológicos a partir de metodologias participativas; curadoria participativa; inclusão de públicos específicos na concepção, desenvolvimento e avaliação de programas educativos e exposições; campanhas

de financiamento coletivo; salvaguarda compartilhada; engajamento em prol de ações de cuidados específicos voltados ao patrimônio ou às pessoas que podem se beneficiar dele; uso dos espaços e das instalações dos museus para fins terceiros; uso de redes sociais e seus mecanismos de etiquetagem (*tag*) e compartilhamento para construção de narrativas e ressignificações participativas em tempo real em exposições; etc.

Cabe destacar que o uso institucionalizado pelos museus da inteligência artificial e das redes sociais de interação e compartilhamento é capaz de alargar as possibilidades de participação dos públicos, sob a lógica da interação TODOS-TODOS (LEVY, 2010), em que o museu deixa de ser o único emissor de mensagens e se torna mais um ponto na rede de produção de enunciados e significações. De acordo com Leshchenko (2015, p. 239)

Desde que a tecnologia foi introduzida nas exposições dos museus (por exemplo, quiosques de informação), a intenção era expandir o engajamento dos visitantes com os códigos e as narrativas dos museus. A mídia digital usada pelos museus hoje em dia está criando novos métodos de comunicação em museus (*twitter-torus*, *#TateTout*, *#museumsalon*, etc.) e participação em narrativas digitais. Essas plataformas ampliam as dimensões temporais e espaciais do museu tradicional por meio da comunicação, possível via *World Wide Web* e do uso de dispositivos pessoais. A introdução da “realidade aumentada” também está aprofundando a interação com objetos reais dos museus via *gamification* (Edwards, 2013).

Verificamos, assim, que o lugar e o papel ocupado pelos públicos de museus nas discussões contemporâneas da Museologia é central: ao discutirmos sobre os públicos, discutimos sobre a noção de museus, aquilo que idealizamos e implementamos sobre eles e, conseqüentemente, sobre a Museologia. E, pensar sobre públicos, hoje, é refletir sobre formas como pode se dar a participação.

4- PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE PÚBLICOS NO CONTEXTO DA PÓS-GRADUAÇÃO EM MUSEOLOGIA NO BRASIL

Este item tem como objetivo apresentar a identificação e o mapeamento da produção científica realizada no âmbito das Pós-graduações *stricto sensu* em Museologia em funcionamento hoje no País que, de alguma maneira, se debruça sobre os desafios apresentados aos museus e à Museologia diante da crescente importância atribuída à participação, recepção, e mediação do(s) público(s) nos processos de valorização e interpretação do patrimônio. Os levantamentos foram realizados em julho de 2019.

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

Para tal, consideramos o universo de quatro cursos de pós-graduação stricto sensu em Museologia no País: Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS, níveis Mestrado e Doutorado, do convênio UNIRIO-MAST; Programa de Pós-graduação Interunidades em Museologia – PPG-MUS, nível de Mestrado, da USP; e o Programa de Pós-Graduação em Museologia- PPG-MUSEU, nível Mestrado, da UFBA.

A partir das páginas institucionais dos Programas, foram levantadas as seguintes informações: dissertações e teses defendidas e respectivos palavras-chave e resumo; áreas de concentração; linhas de pesquisa; docentes do quadro permanente e de colaboração; projetos de pesquisa vinculados; e Edital de seleção dos cursos.

A seguir, apresentamos tabela com ano de criação, área de concentração, linhas de pesquisa, número de trabalhos defendidos e professores (permanentes e colaboradores) que atualmente fazem parte dos Programas.

Quadro 2: Estrutura Programas de Pós-Graduação em Museologia

Curso / Programa / IES -	Ano de criação	Área de concentração	Linhas de pesquisa	Nº de trabalhos defendidos	Nº de professores
Mestrado / PPG-PMUS / UNIRIO - MAST	2006	Museologia e Patrimônio	L.P.1: Museu e Museologia L.P.2: Museologia, patrimônio integral e desenvolvimento	118	20
Doutorado / PPG-PMUS / UNIRIO - MAST	2010	Museologia e Patrimônio	L.P.1: Museu e Museologia L.P.2: Museologia, patrimônio integral e desenvolvimento	23	14
Mestrado / PPG-MUS / USP	2012	Informação não encontrada	L.P.1: História dos processos museológicos, coleções e acervos L.P. 2: Teoria e método da gestão patrimonial e dos processos museológicos L.P. 3: Salvaguarda do patrimônio cultural e coleções museológicas	63	15
Mestrado / PPG-Museu / UFBA	2013	Museologia e Sociedade Contemporânea	L.P.1: Museologia e desenvolvimento social L.P.2: Patrimônio e comunicação	24	16

A partir da descrição das linhas de pesquisa dos Programas, assim como dos Projetos de Pesquisa vinculados, identificou-se que o termo público só aparece em uma linha de pesquisa, do PPG-Museu/ UFBA, na qual se inclui abordagens sobre mediação cultural, estudos de público e uso de tecnologias de informação e comunicação nos museus, e em 2 projetos de pesquisa, sendo um do PPG-PMUS/UNIRIO-MAST¹⁰, cujo foco é design de exposições e a percepção do acervo pelo público, e outro do PPG-MUS/USP, que toma o público como questão central, a partir de estudos sobre comunicações, público e recepção.

Quadro 3: Menção ao termo público entre linhas e projetos de pesquisa

Curso / Programa / IES	Linha de pesquisa	Trecho da descrição/ementa da linha de pesquisa	Projeto de pesquisa
Mestrado e Doutorado / PPG-PMUS / UNIRIO - MAST	L.P.1: Museu e Museologia	Não há menção ao termo público na descrição da linha de pesquisa	Design de Exposições: suas relações de influência na percepção do acervo pelo público e na comunicação do discurso expositivo
Mestrado / PPG-MUS / USP	L.P. 2: Teoria e método da gestão patrimonial e dos processos museológicos	Não há menção ao termo público na descrição da linha de pesquisa	Estudo sobre comunicações, público e recepção
Mestrado / PPG-Museu / UFBA	L.P.2- Patrimônio e comunicação	Inclui abordagens sobre mediação cultural, estudos de público , bem como o uso e o manejo do ciberespaço e museus digitais, além do emprego de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's)	Não há informações sobre projetos de pesquisa vinculados ao Programa no site

Entretanto, ao verificarmos a presença de outros termos de busca que tem relação com público, a configuração é diferente. *Sociedade(s)*, por exemplo, que aparece no quadro 1 deste trabalho, aparece com frequência expressiva na descrição da linha de pesquisa (L.P.1- Museu e Sociedade; L.P.2- Sociedade, cultura e patrimônio: identidade e diferenças culturais; Museologia, sociedade e o patrimônio integral) e os projetos de pesquisa (Patrimônio,

¹⁰ O projeto de pesquisa “Papéis, lugares e expectativas dos públicos nos museus contemporâneos: comunicação, curadoria e gestão museológicas diante de novos olhares do/sobre os públicos dos museus”, a partir do qual este artigo tem origem, é coordenado por professora do PPG-PMUS/UNIRIO-MAST, porém não consta no site do Programa, desatualizado, motivo pelo qual não fizemos sua referência no quadro.

Museologia e Sociedades em Transformação; As Comunidades Imaginadas: cultura, sociedade e patrimônio simbólico; Patrimônio Ambiental: as relações sociedade, cultura e meio ambiente) da Pós-graduação em Museologia e Patrimônio da UNIRIO. Não aparece, contudo, nos demais Programas.

Em contrapartida, há outros termos e, sobretudo, ideias que revelam haver nessas linhas e projetos alguma convergência conceitual com o debate acerca da relação público-museu e participação¹¹. Isso pode revelar o quanto o debate que, de algum modo, se debruça e ou perpassa a relação público-museu é amplo e como este é central no âmbito da Museologia contemporânea.

Tomando como fonte os editais de seleção para alunos dos Cursos¹² do último ano e a indicação de bibliografia, foram encontradas duas referências que trazem o termo público no título, respectivamente Doutorado do PPG-PMUS/ UNIRIO-MAST e Mestrado do PPG-MUS/USP:

- LE MUSÉE ET LES PUBLICS. Actes du 8^e. Colloque Icône-Image/Musées de Sens - CEREP, Université de Bourgogne, CNRS. Paris: NIL, 2012.
- KÖEPTCKE, L. S. Bárbaros, escravos e civilizados: o público dos museus no Brasil. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Brasília, n. 31, p. 185-205, 2005.

Entre a bibliografia indicada pelos Editais de todos os cursos há, entretanto, referências que não trazem o termo público no título, porém que se debruçam e ou perpassam debates que convergem para o binômio público-museu e/ou que com eles contribui. Há, por exemplo, textos sobre ecomuseu; museu inclusivo, interculturalidade e patrimônio integral; o Código de ética para museus; objeto da Museologia; Teoria da Museologia; Museologia Social; entre outros.

A fim de mapear as 205 dissertações e 23 teses defendidas nos 3 Programas de Pós-Graduação em Museologia, foi realizado levantamento de títulos, palavras-chave e resumos dos trabalhos disponíveis para consulta nos sites das instituições. Para fins de tabulação e análise, a partir da tabela-1 deste artigo e dos termos adotados para fazer referência a públicos de museus, foram adotados 9 termos de filtragem, os quais foram aplicados às palavras-chave e aos resumos dos trabalhos: público(s), usuário(s), visitante(s),

¹¹ Por razão de espaço neste artigo, não foi possível apresentar quadro com a menção a termos e/ou ideias que convergem para o debate acerca da relação público-museu

¹² Não foi encontrado o Edital 2018-2019 do curso de Mestrado do PPG-PMUS/ UNIRIO-MAST, apenas de Doutorado.

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

comunidade(s), sociedade(s), frequentador(es), utilizador(es), consumidor(es), e espectador(es). O resultado é o que segue:

Quadro 4: Termos relacionados a público adotados em dissertações e teses

Curso / Programa / IES -	Público como palavra-chave	Público no resumo	Usuário como palavra-chave	Usuário no resumo	Visitante como palavra-chave	Visitante no resumo	Comunidade como palavra-chave	Comunidade no resumo	Sociedade como palavra-chave	Sociedade no resumo
Mestrado / PPG-PMUS / UNIRIO - MAST	5	14	0	0	1	8	1	11 ¹³	1	16 ¹⁴
Doutorado / PPG-PMUS / UNIRIO - MAST	0	1	0	0	1	1	0	2	0	2
Mestrado / PPG-MUS / USP	5	16	0	0	0	4	0	7	0	10
Mestrado / PPG-Museu / UFBA	0	3	1	0	0	2	1	4	0	4
TOTAL	10	34	1	0	2	15	2	24	1	32

Verificamos que o termo público é o mais citado entre as palavras-chave e os resumos dos trabalhos. Sociedade é o termo que aparece em seguida entre os resumos, porém com apenas uma menção entre as palavras-chave, o que faz sobressair seu caráter genérico. No que diz respeito ao emprego dos termos público(s) e visitante(s), notamos que é relativamente

¹³ Foram identificados outros 3 usos do termo comunidade, porém 2 referem-se ao conceito “comunidade política imaginada”, de Benedict Anderson, e 1 ao projeto “Comunidades Imaginadas: cultura, sociedade e patrimônio simbólico”, desenvolvido no âmbito do PPG-PMUS, motivo pelo qual foram excluídos da contagem expressa na tabela.

¹⁴ ¹⁴ Foi identificado 1 outro uso do termo sociedade, porém refere-se ao projeto “Comunidades Imaginadas: cultura, sociedade e patrimônio simbólico”, desenvolvido no âmbito do PPG-PMUS, motivo pelo qual foram excluídos da contagem expressa na tabela.

frequente virem acompanhados de qualificativos: público/visitante idoso, criança, cego, com deficiência, turista, etc. Chama atenção, também, que, muito embora a noção de público seja definida a partir da ideia de um conjunto de usuários, o termo usuário só aparece 1 única vez, entre as palavras-chave de um trabalho (estudo de usuários) cujo título traz a terminologia Estudo de público e não público.

Os levantamentos realizados buscaram mapear as linhas e os projetos de pesquisa, a bibliografia de referência para as seleções, as dissertações e as teses dos Programas de Pós-Graduação em Museologia que adotam os termos identificados no quadro 1 desse artigo. Admitimos, contudo, que, tendo em vista a complexidade e o espectro de abrangência da relação públicos-museu no âmbito das discussões contemporâneas da Museologia, outras abordagens podem aparecer nos Programas sem que tenhamos conseguido identificar pelos filtros adotados. Como exemplo, poderíamos citar pesquisas que tocam em nosso objeto porém sem que necessariamente utilizem os termos identificados: museus e democracia cultural, inclusão social, branding, mídias sociais, divulgação científica e artística, etc.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procuramos analisar e discutir a centralidade dos públicos dos museus nos debates contemporâneos da Museologia. Para tal, apresentamos alguns apontamentos sobre a noção de público de museus, a partir do quais foi possível identificar termos associados, empregados conforme contextos específicos. Além disso, ao trazer definições de museu e tópicos históricos relacionados ao deslocamento do foco dos museus do acervo, exclusivamente, para as mediações, o uso social e a resignificação do patrimônio, examinamos qual(is) o(s) papel(éis) e o(s) lugar(es) do(s) público(s) diante das definições e reflexões sobre os museus na contemporaneidade. Por fim, no último item realizamos levantamento sobre informações relativas às Pós-graduações em Museologia, identificando linhas e projetos de pesquisa, bibliografia de referência para as seleções, dissertações e teses que convergem e/ou perpassam o debate em torno da relação públicos-museu.

Refletir sobre a centralidade dos públicos nas discussões contemporâneas da Museologia implica em expandirmos o olhar para além da perspectiva dos chamados Estudos de Público, frequentemente relacionados a visitação, frequência, perfil, percepção, avaliação, recepção, motivação, etc. É preciso compreender de que maneira as noções de público e

museu se interconectam e influenciam. Como os diferentes níveis e formas de participação e protagonismo dos públicos tencionam o universo dos museus e da Museologia a operarem revisões sobre o processo de musealização. Admitir como é possível tratar de e sobre públicos sem utilizar nenhum dos termos constantes do quadro 1 deste artigo. Ao mesmo tempo, reconhecer que a noção de público pressupõe considerar a dialética entre o individual e o social, homogêneo e heterogêneo, real e potencial, entre muitas outras. O desafio é bastante complexo e as possibilidades de abordagem são muitas.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte – os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: EDUSP, 2003.

Conceitos-chave da Museologia. DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (Edit); SOARES, Bruno; CURY, Marília (trad). São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus: Pinacoteca do Estado de São Paulo : Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

CURY, Marília Xavier. A pesquisa acadêmica de recepção de público em museus no Brasil: estudo preliminar. **Anais do XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação**. João Pessoa, PB: Ancib e UFPB, 2015. v. GT 9. p. 1-20.

DECARLI, Georgina. **Un museo sostenible: museo y comunidad en la preservación activa de sua patrimonio**. Costa Rica: EUNA, 2008

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (Org). **Dictionnaire encyclopédique de muséologie**. Paris: Armand Colin, 2011

ICOFOM Study Series 35. VIEREGG, Hildegard K. (Org.). 1ed. München: ICOM, 2005.

ICOFOM Study Series 40. DESVALLÉES, Andre; NASH, Suzzane. (Org.) 1ed. Taiwan: ICOM, 2011.

ICOFOM Study Series 41. DESVALLÉES, Andre; NASH, Suzzane. (Org.) 1ed. Paris: ICOM, 2012.

ICOFOM Study Series 42. DESVALLÉES, Andre; NASH, Suzzane. (Org.) 1ed. Paris: ICOM, 2013.

KOPTCKE, Luciana Sepúlveda; PEREIRA, Marcele Regina Nogueira. Museus e seus arquivos: em busca de fontes para estudar os públicos. **Hist. cienc. saude-Manguinhos**, Rio de Janeiro , v. 17, n. 3, p. 809-828, 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-59702010000300014&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em julho de 2019

XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2019
21 a 25 de outubro de 2019 – Florianópolis – SC

LESHCHENKO, Anna. Digital Dimensions of the Museum: defining Cybermuseology's Subject of Study. In: MAIRESSE, François; DAVIS, Ann. (Org.). **ICOFOM Study Series 43**. 1ed.Paris: ICOFOM (ICOM/UNESCO), 2015, v. 1, p. 237-241.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3ª Ed– São Paulo: Editora 34, 2010.

MOREIRA, Fernando João de Matos. Uma reflexão sobre o conceito de público nos museus locais. **Musas – Revista Brasileira de Museus e Museologia**, n. 3, IBRAM, Rio de Janeiro, 2007. pp.101-108

VARINE, Hugues. A respeito da Mesa-Redonda de Santiago. In: ARAÚJO, Marcelo Mattos; BRUNO, Maria Cristina Oliveira (Org). **A memória do pensamento museológico contemporâneo** - documentos e depoimentos. São Paulo: Comitê Brasileiro do ICOM, 1995.

SITES:

<https://icom.museum/en/>

<http://www.unirio.br/ppg-pmus/front-page>

<https://sites.usp.br/ppgmus/>

<http://www.ppgmuseu.ffch.ufba.br/>