



Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO  
Centro de Ciências Humanas e Sociais – CCH



Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST/MCT

**Programa de Pós Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS**  
**Mestrado em Museologia e Patrimônio**

# **A EXPOSIÇÃO INVISÍVEL:**

## **Divulgação e exposição permanente do Museu Nacional de Belas Artes**

*Nelson Moreira Junior*

*UNIRIO / MAST - RJ, Fevereiro de 2010*

## ***A EXPOSIÇÃO INVISÍVEL:***

### ***Divulgação e exposição permanente do Museu Nacional de Belas Artes***

*por*

***Nelson Moreira Junior,***

*Aluno do Curso de Mestrado em Museologia e Patrimônio*

*Linha 01 – Museu e Museologia*

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa  
de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio.

Orientador: Professora Doutora Priscila de Siqueira  
Kuperman

*UNIRIO/MAST - RJ, Fevereiro de 2010*

FOLHA DE APROVAÇÃO

# **A EXPOSIÇÃO INVISÍVEL:**

## **Divulgação e exposição permanente do Museu Nacional de Belas Artes**

Dissertação de Mestrado submetida ao corpo docente do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio, do Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO e Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST/MCT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Museologia e Patrimônio.

*Aprovada por*

**Prof. Dra.** \_\_\_\_\_  
**PRISCILA DE SIQUEIRA KUPERMAN**

**Prof. Dra.** \_\_\_\_\_  
**TEREZA CRISTINA MOLETA SCHEINER**

**Prof. Dr.** \_\_\_\_\_  
**MOHAMMED EL HAJJI**

**Rio de Janeiro, 2010**

**Dados internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**

M838 Moreira Junior, Nelson.

A exposição invisível: divulgação e exposição permanente do Museu Nacional de Belas Artes/Nelson

Moreira Junior – 2010.

113 f. :il.; 30 cm.

Referências f. 114 - 119

Orientador: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Priscila de Siqueira Kuperman.

Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio)

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro/Museu

de Astronomia e Ciências Afins/Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio, Rio de Janeiro, 2010.

1. Museu e Museologia. 2. Público. 3. Ressonância. 4. Mídia. I. Kuperman, Priscila de Siqueira. II. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. *Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio*. III. Museu de Astronomia e Ciências Afins (*Brasil*). IV. Título.

CDD – 069

## AGRADECIMENTOS

Nomear os que ajudaram na concretização deste trabalho é tornar visível a contribuição, o carinho, a dedicação, a compreensão e a atenção inestimáveis de minha esposa, Claudia, de minha orientadora Priscila Kuperman, da coordenadora Teresa Scheiner e de minha irmã Esther. Tive também o apoio dos meus colegas Anaildo Baraçal, Telma Lasmar, Maria José de Oliveira (*in memoriam*) e Carlito Rodrigues. Dos inolvidáveis mestres Nilson Moraes, Sibeles Cazelli, Mario Chagas, Rosane Carvalho e demais professores, além dos alunos e colegas do Programa. De incentivadores como Cecília Nóbrega, Jorge Biolchini e de minha cunhada Elizabeth, entre vários outros que porventura posso estar esquecendo.

A Nelson Moreira  
(*in memoriam*) e  
Isabel Borlido  
Moreira,  
eternamente  
visíveis.

## RESUMO

MOREIRA JUNIOR, Nelson. A exposição invisível: divulgação e exposição permanente do Museu Nacional de Belas Artes, 2010. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2010. 113 p. Orientador: Prof. Dr. Priscila de Siqueira Kuperman.

Tendo o Museu Nacional de Belas Artes como objeto de estudo, a dissertação investiga estímulos ao incremento da sua frequência, procurando possibilitar maior visibilidade ao seu precioso acervo, com foco na exposição permanente. Desenvolve estudo de caso a partir de um recorte do acervo da Instituição e analisa a perda de ressonância da coleção em comparação com exposições temporárias estrangeiras, no final do século XX e início do século XXI. Situa a presença do Estado na cultura nacional e discute políticas culturais de dois ex-diretores. Aborda conceitos da teoria do conhecimento ligados ao campo do Museu e da Museologia. Examina o noticiário de mídia impressa e televisiva como uma construção de realidade de exposições temporárias do Museu, na última década do século XX. Desenvolve e analisa uma pesquisa de público através da qual problematiza a questão identitária do passado e suas representações, com reflexos nos valores e emoções do imaginário coletivo.

Palavras-chave: Museu, Museologia, Público, Ressonância, Mídia.

## ABSTRACT

MOREIRA JUNIOR, Nelson. The invisible exhibition: disclosure and permanent advertisement of the National Museum of Fine Arts, 2010. Dissertation (Master) Graduate Program in Museology and Heritage. UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2010. 113 p. Supervisor: Prof. Dr. Priscila de Siqueira Kuperman.

This dissertation approaches the National Museum of Fine Arts as object of study, and investigates the stimuli applied to increase public attendance, striving to give more visibility to its precious collection, in particular the permanent exhibitions. A case study is presented focusing the museum collection, analyzing its loss of resonance [within Brazilian society] in comparison to foreign temporary exhibitions, at the end of the twentieth and beginning of the twentieth first century. It situates the presence of the State within the national culture and discusses the cultural policies of two former directors of the institution. Concepts from the theory of knowledge are also addressed, related to the field of Museology and to the Museum. The media news are examined as instruments of construction of realities in temporary exhibitions at the Museum, in the last decade of the twentieth century. The dissertation undertakes and provides the analysis of a public survey, through which identity issues related to the past and its representations in Brazilian museums are put into quest, with corresponding reflections on the values and emotions of the collective imaginary.

Key Words: Museum, Museology, Public, Resonance, Media.



## SUMÁRIO

	Pág.
<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>Cap. 1 RESSONÂNCIA</b>	<b>13</b>
1.1 - Visões do Museu	20
<b>Cap. 2. MUSEU E MUSEOLOGIA EM PERCEPÇÃO</b>	<b>45</b>
<b>Cap. 3. QUANDO O MUSEU É NOTÍCIA</b>	<b>65</b>
<b>Cap. 4. PESQUISA</b>	<b>87</b>
4.1. Perfis	94
<b>SUGESTÕES</b>	<b>113</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>117</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>123</b>
<b>GLOSSÁRIO</b>	<b>129</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>130</b>
<b>A - Formulário Frequentador</b>	<b>131</b>
<b>B - Formulário Não Frequentador</b>	<b>135</b>
<b>C - Planilhas</b>	<b>139</b>

# INTRODUÇÃO

## Motivações

Este trabalho pretende apresentar contribuições para incrementar a visitação aos museus de arte, a partir de uma análise das exposições permanentes ou temporárias ocorridas num determinado período de tempo no Museu Nacional de Belas Artes, além de procurar indicar temas para pesquisas em museus de arte.

Jornalista e publicitário de formação, atuamos na assessoria de imprensa tendo em vista a divulgação dos eventos do museu, bem como de sua imagem institucional junto a vários públicos. Resumidamente, realizamos uma intermediação entre o público e o museu e entre o museu e o público. Assim foi no Museu da República, onde ingressamos em 1987 e posteriormente no Museu Nacional de Belas Artes, nosso destino profissional a partir de 1989.

Depois que passamos a trabalhar naquelas instituições, observamos que dispunham de um conteúdo de informação dos mais consistentes, mas que ainda havia espaço para aprimorar a comunicação dos seus eventos - quer fossem exposições permanentes ou temporárias, espetáculos de teatro, música, cinema, apresentação de resultados de pesquisa científica ou mesmo de detalhes dos seus significantes acervos.

No nosso início de carreira no Museu da República, por exemplo, praticamente todos os *releases* – um texto contendo todas as informações, tanto fatos como curiosidades sobre o que pretendemos divulgar<sup>1</sup> – que enviávamos para a mídia geravam interesse e posteriormente, matérias. Eram exposições, cursos, palestras, desfiles de moda, etc, que ganhavam as páginas de revistas, dos jornais, rádios e televisões.

Ainda antes disso, chamados para uma entrevista de seleção para a vaga de assessor de comunicação na referida instituição, mesmo focados nos

---

<sup>1</sup>ZOBARAN, Sergio; CÂMARA, Leopoldo. **A segunda imprensa**: guia para divulgador e divulgados. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.p.52.

cadernos culturais de jornais e revistas e ainda que morando nos arredores do Museu, encontramos dificuldade de localizá-lo.

Ou seja, na segunda metade dos anos 1980, o Museu da República era um ilustre desconhecido. Havia um desafio pela frente.

Na busca de um tema para pesquisa, portanto, prevaleceu a ideia de algo que já se relacionava com nossas atividades desenvolvidas em assessoria de imprensa.

Além disso, sabe-se que a definição do Conselho Internacional de Museus (ICOM), para o termo “Museu”, aprovada pela 22ª Assembléia Geral, realizada em Viena (Áustria), em 24 de agosto de 2007, não deixa dúvida sobre a importância do acervo para uma instituição museológica e a promoção da sua divulgação:

*Museum. A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment. (ICOM Statutes, adopted by the 22nd General Assembly (Vienna, Austria, 24 August 2007)<sup>2</sup>*

Reforçando a motivação para nossa investigação, cabe lembrar uma entrevista concedida à revista *Época* pelo então Ministro da Cultura, Gilberto Gil: “[...] noventa e três por cento da população brasileira jamais foi a uma exposição de arte”<sup>3</sup>.

Pelo prédio do Museu Nacional de Belas Artes, cujo centenário<sup>4</sup> foi comemorado em 2008, passaram algumas das mais significativas exposições temporárias já vistas no país; e os seus salões assistiram a mudanças importantes no curso contemporâneo desta história.

---

<sup>2</sup> Museu: um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e expõe a herança tangível e intangível da humanidade e seu entorno com propósitos (finalidades, objetivos, intentos) de educação, estudo e diversão (prazer). Estatutos do ICOM, adotados na 22ª Assembléia Geral, em Viena, Áustria, 24 de agosto de 2007 (tradução nossa). ICOM Definition Of a Museum. Disponível em: <<http://archives.icom.museum/definition.html>> Acesso em 7 de jan. 2010.

<sup>3</sup> O PRESIDENTE pediu, eu fico. *Revista Época*. São Paulo. p.57, 28 jan. 2008.

<sup>4</sup> Em setembro de 2008 comemorou-se o centenário do edifício hoje ocupado pelo Museu Nacional de Belas Artes

Nos tempos das mostras temporárias de Claude Monet, Auguste Rodin, Fernando Botero, Salvador Dali e outras, o sucesso alcançado se traduziu em enorme afluxo de público ao Museu Nacional de Belas Artes, na Cinelândia. Ou seja, cumpriu-se com êxito uma das funções museológicas, a de divulgação.

O fenômeno inverteu a dinâmica de abertura das mostras, pois se antes as grandes exposições temporárias começavam primeiro em São Paulo, num período de tempo abarcado entre 1995 e 1998 estes eventos passaram ser inaugurados primeiramente no Rio de Janeiro. Essa reviravolta no panorama das exposições, entretanto, deixou marcas no panorama cultural de uma época.

Ter vivenciado aqueles tempos na condição de funcionário da assessoria de imprensa do Museu e, portanto, participado dos resultados de esforços de divulgação de exposições *blockbusters* que levaram centenas de milhares de pessoas aos salões do Museu de Belas Artes, nos possibilitou constatar, naquela fase, uma ênfase nas mostras temporárias em detrimento da coleção da Instituição.

Este é o motivo pelo qual agora - quando se vive outro momento no cenário das exposições -, busca-se analisar fatores que possam atrair mais pessoas para visitarem as mostras permanentes do Museu Nacional de Belas Artes. Este estudo de caso poderá subsidiar futuras ações da assessoria de imprensa de museus de arte e também encontrar soluções que agreguem sugestões ao trabalho de direção de instituições museológicas na captação de públicos.

# CAPÍTULO 1

## Ressonância

Uma pergunta perfeitamente pertinente poderia ser: por que voltar duas vezes para ver a mesma exposição permanente num Museu de arte? O caminho para a resposta pode estar no conceito de *ressonância*, do antropólogo José Reginaldo Gonçalves, que vai se relacionar com nosso trabalho:

É preciso responder por que essas representações feitas por meio de objetos materiais continuam a exercer sua magia e despertar fascínio sobre as pessoas. A pergunta expressa na epígrafe deste artigo deve ser objeto de reflexão. Uma sugestão é que **os objetos materiais, ao contrário do que pensamos usualmente, não se restringem à função de suportes de significados**<sup>5</sup> (grifo nosso).

A confrontação do raciocínio de Gonçalves com o título desta pesquisa - "A exposição invisível: divulgação e exposição permanente do MNBA" -, parece sugerir que invisibilidade revela uma ausência de ressonância.

Seguindo o pensamento de Gonçalves<sup>6</sup>,

[...] um patrimônio não depende apenas da vontade e decisão políticas de uma agência de Estado. Nem depende exclusivamente de uma atividade consciente e deliberada de indivíduos ou grupos. Os objetos que compõem um patrimônio precisam encontrar 'ressonância' junto ao seu público.

Vamos visitar, resumidamente, o contexto da criação do Museu Nacional de Belas Artes - numa história que se confunde com a formação de um acervo artístico seminal e com o início do ensino da Arte no Brasil - e a sua relação intrínseca com o momento do Estado brasileiro àquela época, tratando também dos seus desdobramentos até o presente.

Sem perder de vista que os museus são lugares de grande potência, seja de comunicação ou representação, vamos buscar as raízes da invisibilidade da exposição permanente e, analisando aspectos da divulgação, abordaremos a comunicação de mostras temporárias de grande público, do tratamento que

---

5 GONÇALVES, Jose Reginaldo dos Santos. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro: IPHAN/DEMU, 2007. p.100 Col. Museu, memória e cidadania.

6 Idem, p. 214.

obteve por parte da mídia impressa e televisada nos anos 1990; e por fim desenvolveremos uma pesquisa quantitativa para aferir o perfil do público freqüentador.

Ampliando a questão da ressonância, buscamos o visitante potencial, ou seja, aquele que ainda poderá visitar o Museu um dia. Este fator despertou nossa atenção, motivo pelo qual perscrutamos o não-freqüentador de museus em busca de subsídios para o nosso esforço.

Neste percurso surge para nós a relevância de investigar a identificação ou a rejeição do brasileiro para com sua história, tema presente em algumas das representações artísticas contidas nas galerias do MNBA.

Conseqüentemente, em relação ao projeto original, ampliamos o título e focamos na realidade sociocultural, buscando pesquisar os *clippings* de jornais ou televisão e inquirindo o público de uma exposição.

Para delimitar nosso campo, decidimos abordar o período de duas administrações que se mostraram marcos divisórios no tocante à política cultural, na história recente do Museu: a de Heloisa Lustosa e a de Paulo Herkenhoff.

Para melhor contextualizar nosso estudo, consideramos relevante recapitular, sinteticamente, o período envolvendo os primórdios do MNBA, inaugurado pelo presidente Getúlio Vargas em 1937. A nova instituição instalou-se desde a sua criação no edifício da Escola Nacional de Belas Artes, na Avenida Rio Branco, 199.

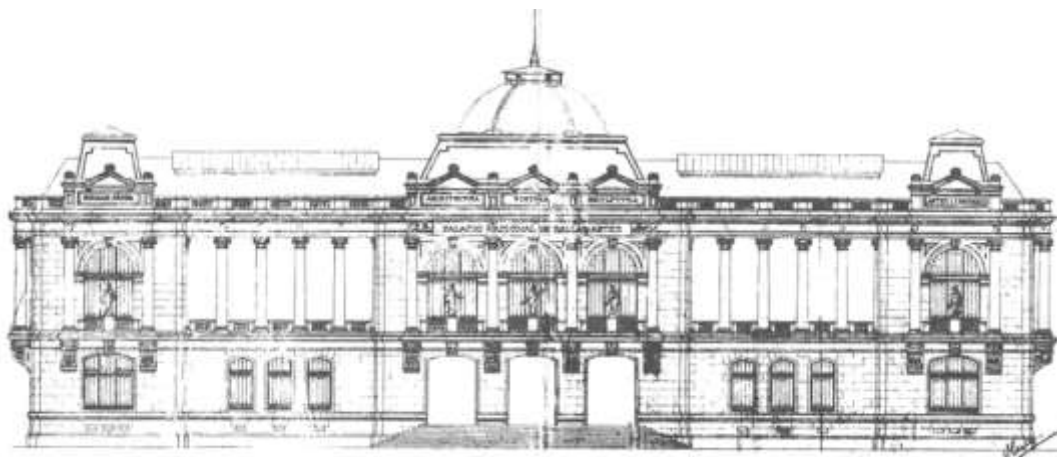


Figura 1. Maquete da Escola Nacional de Belas Artes (ENBA)

Os anos 1930 foram marcados pelo surgimento de governos autoritários, exemplificados pela ascensão ao poder de Adolf Hitler, na Alemanha, e Benito Mussolini, na Itália. O mundo entrara em crise por causa do *crash* da Bolsa de Nova York, no ano anterior.

No Brasil, o início daquela década foi palco para o surgimento ou o desenvolvimento de vários movimentos políticos. Conhecidos como “camisas-verdes”<sup>7</sup>, devido a cor do uniforme que envergavam, os quadros da Ação Integralista Brasileira (AIB), fundada em 1932, eram formados por membros da classe média com forte inspiração nacionalista. Seus principais dirigentes foram Plínio Salgado, Miguel Reale e Gustavo Barroso.

De outra coloração ideológica e mais antigo, o Partido Comunista foi fundado em 25 de março de 1922, em Niterói. Oriundos do proletariado: gráficos, barbeiros, alfaiates, jornalistas e vassoureiros, entre outros, seus integrantes pregavam <sup>8</sup> “a criação de uma cultura socialista e um modo proletário de fazer política” em contraposição ao poder – o capitalismo e a burguesia -, vigente. Seu líder mais conhecido foi Luis Carlos Prestes.

Radicalmente opostos, cada um a seu modo, comunismo e integralismo, junto com outras vertentes políticas, proporcionaram novas formas de pensar o Estado e suas políticas, na transição da República Velha para o Estado Novo.

O gaúcho Getúlio Vargas chefou o Governo provisório depois da Revolução de 1930, colocando um ponto final no revezamento de poder e na prática política que ficou conhecida, no país, como “política do café-com-leite”<sup>9</sup>, rompendo uma tradição que já vinha do século 19, a chamada República Velha.

Vargas assumiu apoiado por um desejo de mudança na política mantida pela oligarquia do campo e deu início a uma nova fase. Em pauta constava a

---

7 AÇÃO INTEGRALISTA BRASILEIRA. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=A%C3%A7%C3%A3o\\_Integralista\\_Brasileira&oldid=24527458](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=A%C3%A7%C3%A3o_Integralista_Brasileira&oldid=24527458)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

8 PARTIDO COMUNISTA BRASILEIRO. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Partido\\_Comunista\\_Brasileiro&oldid=23321990](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Partido_Comunista_Brasileiro&oldid=23321990)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

9 GETÚLIO VARGAS. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Get%C3%BAlio\\_Vargas&oldid=24573979](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Get%C3%BAlio_Vargas&oldid=24573979)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

modernização do Estado brasileiro <sup>10</sup>, que incluía providências como a implantação do Ministério da Indústria e Comércio, do Instituto Nacional do Açúcar e do Alcool, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), dentre vários outros.

Porém, sob a desculpa da ameaça de tomada do poder pelos comunistas a implantação do Estado Novo, em 1937, torna Getúlio Vargas um ditador, tendo este governado até 1945.

Neste período, as cidades passam por modificações e o consumo se intensifica. São criados, entre outros: o Conselho Nacional do Petróleo, a Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), a Fábrica Nacional de Motores (FNM), o Instituto de Resseguros do Brasil, a Companhia Vale do Rio Doce, a lei da sociedade anônima, o Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP) e a Força Aérea Brasileira (FAB).

Se os anos 1930 foram decisivos para a América Latina, não o foram somente devido aos processos de industrialização e modernização das estruturas econômicas, mas também, ou mesmo mais, no campo político, devido à irrupção das massas na cidade <sup>11</sup>.

Chama a atenção constatar que, passadas décadas, algumas destas empresas estão hoje entre as maiores patrocinadoras da área da Cultura na gestão do presidente Luis Inácio Lula da Silva. O Conselho Nacional do Petróleo, por exemplo, foi o embrião da Petrobrás.

No plano cultural – mais especificamente o museológico –, aquele momento trouxe a criação de museus como o da Inconfidência (1937) e o Museu Imperial (1940). E marcos, como o surgimento do Serviço do Patrimônio Histórico Nacional (SPHAN), em 1937, dirigido inicialmente pelo advogado e escritor mineiro Rodrigo Mello Franco de Andrade, até 1979.

O SPHAN surge no bojo de uma tensão daquele tempo: o embate entre o fervor do desenvolvimento, que abria nos espaços nas cidades muitas vezes à custa da demolição de edificações, prédios, casarões de valor histórico e do outro lado, uma noção preservacionista (Gonçalves).

---

<sup>10</sup> Idem

<sup>11</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008. p.219.



As narrativas sobre patrimônio cultural como alegorias da formação nacional – “As estórias narradas por intelectuais nacionalistas sobre o patrimônio cultural brasileiro são basicamente, estórias de apropriação narradas para responder a uma situação de perda e com propósito de constituir a nação” 12.

Um exemplo relevante desta confrontação, décadas antes, foi o que se assistiu no Rio de Janeiro do prefeito Pereira Passos, que levou à frente sua política do “bota abaixo” para apagar da paisagem da capital da República inúmeros prédios históricos, provocando resistências. Em 1922, um dos opositores desta iniciativa, o jornalista e escritor Gustavo Barroso, fundou o Museu Histórico Nacional.

Durante o Estado Novo, quando era Ministro da Educação Gustavo Capanema, a questão do Patrimônio se institucionaliza. Tendo à frente Rodrigo Mello Franco de Andrade, é criado o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. O decreto-lei no. 25 de 30 de novembro de 1937 instituía o tombamento, uma medida de proteção legal de bens moveis e imóveis, capaz de conter as demolições de edifícios públicos, considerados referencias para a memória nacional 13.

A história do SPHAN possui outro divisor administrativo importante, a direção do pernambucano Aloísio Magalhães, entre 1979 e 1983. Considerado um dos maiores *designers* brasileiros do século 20, no início da década de 1970 Aloísio desenvolveu trabalhos para a identidade visual da Petrobras 14, além dos logotipos da Usina Hidrelétrica de Itaipu Binacional, da Light, do Banco Central; e teve uma participação importante na criação da primeira escola superior de design no país, a ESDI (no Rio de Janeiro).

Dirigindo o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, já no alvorecer de uma distensão política no âmago da ditadura militar (perpetrada a partir de 1964), as diretrizes de Aloísio Magalhães buscavam a diversidade, abraçando não só a ideia do patrimônio de “pedra e cal”, como eram chamadas as construções históricas, mas incorporando também as manifestações da cultura popular, como o folclore.

---

12 GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **A Retórica da Perda**; os discursos do patrimônio cultural no Brasil. RJ: Ed. UFRJ/IPHAN. 1996.p.31.

13 LIMA FILHO, Manuel Ferreira; ECKERT, Cornelia; BELTRÃO, Jane (Orgs.). **Antropologia e patrimônio cultural**: diálogos e desafios contemporâneos. Blumenau: Nova Letra, 2007. p.24.

14 PETROBRAS. Disponível em <[http://w2.petrobras.com.br/minisite/marcaspetrobras/portugues/historiadamarca/hist\\_marca1994.asp](http://w2.petrobras.com.br/minisite/marcaspetrobras/portugues/historiadamarca/hist_marca1994.asp)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

Defendendo uma “abertura lenta, gradual e segura”, o final governo do general Ernesto Geisel proporcionou uma fresta de liberdade<sup>15</sup>, no crepúsculo da ditadura militar. Aloísio Magalhães pode então tomar medidas importantes para dar curso e agilidade à sua política. Em 1979<sup>16</sup>, o IPHAN é desmembrado, surgindo o SPHAN (Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), atuando como um órgão normativo e a Fundação Nacional Pró-Memória (FNPM), que funcionou como órgão executivo. Com o fim da ditadura militar, em 15 de março de 1985, já no governo de Jose Sarney, é criado o Ministério da Cultura, expressando assim um reconhecimento deste setor, que antes era tratado conjuntamente com a Educação. Contudo, em 1990, seu sucessor Fernando Collor ataca duramente a área cultural, extinguindo tanto o SPHAN quanto a FNPM, dando lugar ao Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural (IBPC). No governo subsequente de Itamar Franco, uma medida provisória de 1994 muda o IBPC para Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, a sua denominação atual(IPHAN).

Sob o governo de Fernando Henrique, conectado com a tendência internacional de diminuição da presença do Estado na economia, registrou-se pouco investimento na área cultural, enquanto que, no campo trabalhista, os servidores do setor amarguraram anos à sombra. Para se manter no posto de trabalho, passou a valer mais do que nunca o que o antropólogo Reginaldo Gonçalves<sup>17</sup> apurou ser um dos traços do servidor do IPHAN:

A palavra ‘causa’ é frequentemente usada por funcionários e técnicos do Sphan – especialmente os mais antigos. Um dos meus informantes, um antigo e altamente qualificado técnico daquela instituição, disse-me que trabalhar no Sphan é como trabalhar por uma causa. “As pessoas gostam ou simplesmente não trabalham. É uma causa. As pessoas trabalham porque gostam. O trabalho é duro e não se ganha bem”.

Além disso, com a chegada das mega-exposições internacionais ao MNBA, em maioria projetos concebidos externamente, sucedeu outro fenômeno, a sub-valorização de parte dos servidores da Casa. Prevalencia em grande

---

15 GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **A Retórica da Perda**: os discursos do patrimônio cultural no Brasil. RJ: Ed. UFRJ/IPHAN. 1996. p.107/108.

16 INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2010. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Instituto do Patrim%C3%B4nio Hist%C3%B3rico e Art%C3%ADstico Nacional&oldid=21295388](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Instituto_do_Patrim%C3%B4nio_Hist%C3%B3rico_e_Art%C3%ADstico_Nacional&oldid=21295388)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

17 GONÇALVES, op. cit.,p.59.

medida a ideia de que a mão-de-obra especializada contratada fora – geralmente por salários bem mais altos do que os praticados no Museu - era mais apta para as funções do que os servidores. As exposições, grandes empreendimentos, surgiam como um pacote que, desembrulhado, continha museólogos, divulgadores, arquitetos, montadores, etc., relegando muitas vezes o corpo funcional da Instituição:

Quem precisa de mim? É uma questão de caráter que sofre um desafio radical no capitalismo moderno. O sistema irradia indiferença. Faz isso em termos dos resultados do esforço humano, como nos mercados em que o vencedor leva tudo, onde há pouca relação entre risco e recompensa. Irradia indiferença na organização da falta de confiança, onde não há motivo para se ser necessário. E também na reengenharia das instituições, em que as pessoas são tratadas como descartáveis. Essas práticas obvia e brutalmente reduzem o senso de que contamos como pessoa, de que somos necessários aos outros <sup>18</sup>

Voltando aos idos de 1937, outro fato cultural aconteceu em 13 de janeiro daquele ano: a lei nº 378 cria o Museu Nacional de Belas Artes, muito embora a sua inauguração só tenha ocorrido em 19 de agosto de 1938, com a presença do então presidente Getúlio Vargas.

Um detalhe relevante, mais adiante, relaciona a História com o MNBA em 1943, data da primeira grande manifestação contra a ditadura do Estado Novo de Vargas. É que o movimento conhecido como *Manifesto dos Mineiros*, encabeçado por figuras proeminentes da política mineira, como Bilac Pinto, Virgílio de Melo Franco, Edgar da Matta Machado, Adauto Lúcio Cardoso, Artur Bernardes, Afonso Arinos de Melo Franco, Pedro Nava, Adolfo Bergamini, Afonso Pena Júnior, Alaor Prata, e Magalhães Pinto, entre vários outros, contou ainda com a participação de um advogado, Pedro Aleixo, por sinal pai da futura diretora do Museu Nacional de Belas Artes, Heloisa Aleixo Lustosa de Andrade.

Com a recente criação do IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus), em 11 de maio de 2009, o cenário da Cultura volta a se transformar. Uma política de Estado específica é destinada ao setor museológico. É a primeira vez que uma

---

18 SENNET, Richard. **A corrosão do caráter**. Rio de Janeiro-São Paulo: Edit. Record, 1999, p.174

autarquia federal atrelada ao Ministério da Cultura é forjada para se dedicar exclusivamente às instituições museológicas. Dentre outras funções, deverá formular uma política cultural para os museus brasileiros<sup>19</sup>, um universo que engloba mais de 2.500 instituições pelo país afora. O atual ministro da Cultura, Juca Ferreira, anunciou que o orçamento do IBRAM aumentará em 2010 de R\$ 45 milhões para R\$ 70 milhões<sup>20</sup>.

O quadro parece bastante animador, todavia, podemos enxergar à frente uma possível distorção com novos aportes de verbas para o setor. Sem o necessário e contínuo fomento à formação de público, numa política permanente, poderemos ver o surgimento de inúmeros museus; entretanto, será desolador observar nestes novos espaços salas e galerias quase vazias.

Finalmente, após este breve estudo, concluímos que a Cultura no Brasil sempre sofreu uma forte influência do Estado, principalmente após 1930. Quando o mesmo se omitiu, no plano do Museu Nacional de Belas Artes, nosso objeto de estudo, algumas das funções museológicas, como a pesquisa, caminharam no rumo da invisibilidade - enquanto outras ganharam evidência e visibilidade, como as exposições temporárias ou eventos.

## 1.1 Visões do Museu

De tão distintas, procederemos a uma análise das políticas culturais dos dois ex-diretores eleitos para nossa pesquisa. Elas manifestam visões diferentes e espelham momentos diversificados da atuação do Estado no setor museológico.

Administrando o MNBA durante o primeiro governo eleito por voto popular depois do período militar, a gestão da professora mineira Heloisa Lustosa - entre 1990 e 2003 - aconteceu numa fase marcada por grande exposição do MNBA ao público, momento no qual ela dizia que “queria botar o Museu no mapa”.

Bem antes disso, Heloisa foi por quase dez anos diretora executiva do MAM-RJ, que em 1978 pegou fogo destruindo praticamente todo o acervo. O

---

19 VIEIRA, Felipe. **Semana Nacional de Museus em revista**. No. 1. setembro 2009.

20 Diretores de Museus desabafam com o governo. **Agência Estado**. Disponível em <[http : / /www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)>. Acesso em: 04 dez. 2009.

incêndio consumiu todas as obras da importante exposição “Arte Agora III – América Latina: Geometria Sensível”, que incluía um dos mais significativos conjuntos de obras do uruguaio Joaquim Torres Garcia. O mesmo trágico destino tiveram obras de Joan Miró, Pablo Picasso (um famoso Retrato de Dora Maar), Salvador Dali, Max Ernst, René Magritte, Ivan Serpa e Manabu Mabe, assim como vários outros. Das mais de mil peças que estavam no local apenas cinco sobreviveram ao incêndio. O prédio do Museu também sofreu graves danos <sup>21</sup>.

No seu vasto currículo inclui-se uma passagem pela Funarte (Fundação Nacional de Artes), instituição federal ligada ao Ministério da Cultura. Já no MNBA, Heloisa Lustosa foi uma das diretoras que maior tempo permaneceu à frente da Instituição.

Os seus antecessores na direção do Museu foram: Oswaldo Teixeira (o primeiro diretor), de 1937 até 1961; José Roberto Teixeira Leite, de 1961 até 1964; Alfredo Galvão, de 1964 até 1970; Celso Kelly, em 1970; Maria Elisa Carrazoni, 1970 a 1976; Edson Motta, de 1976 a 1981; e Alcidio Mafra, de 1981 até 1990<sup>22</sup>.

No período da sua administração, Heloisa Lustosa imprimiu um novo ritmo ao prédio da Avenida Rio Branco, 199, introduzindo a criação de novos espaços expositivos, a instalação de uma lanchonete, a abertura de uma loja para venda de livros, catálogos, objetos, etc.

Imediatamente posterior à gestão de Heloisa Lustosa, no início de 2003, quando assumiu o comando do MNBA o consagrado crítico de arte Paulo Herkenhoff, a Instituição vivenciou um momento de muitas obras de reforma do prédio, de acordo com a política de incentivo ao setor promovida pelo governo federal.

Antes de introduzir este período vale notar uma mudança de atitude do Governo, a partir de 2003, para com a cultura. Se ao longo da gestão anterior - no governo Fernando Henrique Cardoso - os patrocínios ficavam ao sabor de departamentos de marketing das empresas privadas, num período marcado pelo

---

<sup>21</sup>MACHADO, Sheila, 8 de julho de 1978 - O incêndio no MAM do Rio. **JBonline.terra.com.br** Disponível em: < <http://www.jblog.com.br/hojenahistoria>>.. Acesso em: 16 jan. 2010.

<sup>22</sup> Dados fornecidos pela administração do MNBA

slogan oficial “Cultura é um bom negócio”; após a assunção do governo de Luis Inácio Lula da Silva, as estatais passaram a participar ativamente deste processo.

Por trás da fachada neoclássica do Museu Nacional de Belas Artes, esta orientação implicava num grande diferencial, pois às empresas privadas quase não interessava promover obras envolvendo a infra-estrutura, como por exemplo, a necessária reforma de toda a parte hidráulica do Museu, um edifício que completou 100 anos em 2008 - atividade interna que raramente gerava retorno de patrocínio. Idem, por não gerar visibilidade, a substituição da parte elétrica, segurança e outros serviços básicos.



Figura 2. Galeria de Moldagens

Calabre<sup>23</sup> lembra que a política de patrocínio ao tempo do Ministro Francisco Weffort se tornou

---

23 CALABRE, Lia. **Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas.** Trabalho apresentado no III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado entre os dias 23 a 25 de maio de 2007, na Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador-Bahia-Brasil. Disponível em:

O momento da consagração desse novo modelo que transferiu para a iniciativa privada, através da lei de incentivo, o poder de decisão sobre o que deveria ou não receber recursos públicos incentivados. Ao longo da gestão Weffort, a Lei Rouanet se tornou um importante instrumento de marketing cultural das empresas patrocinadoras. A Lei foi sofrendo algumas alterações que foram subvertendo o projeto inicial de conseguir a parceira da iniciativa privada em investimentos na área da cultura. As alterações ampliaram um mecanismo de exceção, o do abatimento de 100% do capital investido pelo patrocinador. Em síntese isso significa que o capital investido pela empresa, que gera um retorno de marketing, é todo constituído por dinheiro público, aquele que seria pago de impostos. O resultado final é o da aplicação de recursos que eram públicos a partir de uma lógica do investidor do setor privado.

Estavam criadas as condições para o desenvolvimento de uma grande concentração no direcionamento dos patrocínios, a visibilidade prevalecia nos critérios de escolha e com isso, projetos que não proporcionavam um robusto retorno de marketing tinham menos chances de ser contemplados. Outra deformidade: esta situação favorecia patrocínios que ficassem circunscritos aos estados do sudeste brasileiro, reforçando desigualdades.

A gestão de Paulo Herkenhoff, que igualmente passara pela Funarte, foi marcada pelo início, provavelmente, de um dos maiores e mais profundos trabalhos de restauração e reforma dos espaços já vistos no MNBA. O aporte de recursos via Ministério da Cultura e de empresas estatais se constituiu numa clara demonstração da importância que o patrimônio cultural passou a ter no governo do atual presidente e no prestígio do seu ministro da Cultura, Gilberto Passos Gil Moreira.

Mas não se deve menosprezar essa simbologia. Gil deu ao cargo uma dimensão que, em duas décadas de existência, ele ainda não tivera. E espantou a poeira dos apáticos oito anos de Francisco Weffort, quando as diretrizes culturais ficaram nas mãos dos gerentes de marketing das empresas.

A maior vitória de Gil, aliás, foi avocar para o ministério a formulação dos critérios de patrocínio a serem adotados por empresas públicas - que, na gestão anterior, escolhiam os patrocinados por indicação política ou idiosincrasias. Hoje, a regra são os editais, que podem ser questionados, mas não são obscuros <sup>24</sup>.

---

<<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/MesasCoordenadasSelecionadas.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

24 GOIS, Ancelmo. Adorno de luxo do governo, Gil não fez pouco. **Globo Online**. Rio de Janeiro, 31 jul. 2008. Disponível em <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/>. Acesso em 31 jul. 2008.



Durante os anos de 2004, 2005 e 2006 quem passasse pela Avenida Rio Branco poderia observar a colocação de tapumes que cobriram praticamente todas as fachadas - da Avenida Rio Branco, da Rua Araújo Porto Alegre, da Rua México e da Rua Heitor de Melo - do prédio do Museu Nacional de Belas Artes. Este trabalho teve seu início com a elaboração de um diagnóstico da situação do prédio realizado a cargo de uma Fundação ligada à Coppe/UFRJ.

As obras, ainda em curso e com prazo de finalização somente para 2011, indicavam também uma grande mudança na orientação do Estado para o setor, pois se buscava implantar uma política cultural para os museus. Para tanto, um Departamento de Museus (DEMU) foi implantado dentro do IPHAN.

Como vontade governamental, esforços foram mobilizados. Houve um grande deslocamento de recursos do Ministério da Cultura, da Petrobrás, da Caixa Econômica Federal, do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES) para viabilizar reformas de fachada, das cúpulas, de hidráulica, de rede elétrica, de espaços expositivos, da parte de segurança e outras, remexendo numa edificação praticamente centenária.

A administração Paulo Herkenhoff se encerrou no início de 2006, quando pediu demissão por divergências com setores do Ministério da Cultura.

Dentro da administração de Heloisa Lustosa, subordinada a ministros da Cultura como o cineasta Ipojuka Pontes e o escritor Sergio Paulo Rouanet (no período Collor de Melo), ao advogado Nascimento Silva, ao filólogo Antonio Houaiss e ao embaixador Jerônimo Moscardo (todos estes três durante a presidência de Itamar Franco), e na última gestão, ao sociólogo Francisco Weffort (nos oito anos do presidente Fernando Henrique Cardoso), estabeleceu-se um marco, quando uma sucessão de exposições temporárias com artistas estrangeiros, iniciada em 1995 com a do escultor francês Auguste Rodin, trouxe nada menos do que 226 mil visitantes <sup>25</sup> ao Museu, um recorde à época.

Das filas que se produziram neste evento e que se multiplicaram em mostras temporárias posteriores, com autores estrangeiros, como a do espanhol Salvador Dali, do colombiano Fernando Botero e a recordista, a do francês

---

<sup>25</sup> Dados fornecidos pela administração do MNBA.



Claude Monet (432 mil visitantes, em 1997)<sup>26</sup>, o MNBA e o Rio de Janeiro experimentaram um novo fenômeno, já citado por Bourdieu:

[...] o museu pode tornar-se, durante um instante, o lugar da peregrinação diante do qual se empurram as multidões maciças de fieis que, em Nova York, Washington, Tóquio ou Paris, esperam em longas filas para lançar uma rápida piscadela – ‘a semelhança do que ocorria outrora quando se beijava um crucifixo ou um relicário – a uma obra-prima exposta ao fervor coletivo: no entanto, esses encantamentos não podem suscitar o maravilhamento a não ser entre aqueles que, nos arroubos fugazes da exaltação popular, pretendem ver uma forma – sem dúvida dessacralizada – de reconhecimento do sagrado <sup>27</sup>.

Nas filas, dentro e fora do prédio, algumas com dois quilômetros de extensão, havia milhares de pessoas de diversas classes sociais, chegadas de diferentes bairros da cidade do Rio de Janeiro, e possuidoras de níveis de educação distintos. Em muitos depoimentos apurados a partir dos *clippings* examinados, alguns dos visitantes pareciam querer ansiosamente observar as obras de arte destas exposições, pelas quais pareciam nutrir uma espécie de adoração, como explica Gonçalves <sup>28</sup>:

Esses bens, por sua vez, nem sempre possuem atributos estritamente utilitários. Em muitos casos, servem evidentemente a propósitos práticos, mas possuem, ao mesmo tempo, significado mágico-religiosos e sociais, constituindo-se em verdadeiras entidades, dotadas de espírito, personalidade, vontade, etc.

Já a gestão de Paulo Herkenhoff, o curador da Bienal Internacional de São Paulo de 1998, foi um momento sublinhado pela contenção e prudência em relação à política de exposições. O MNBA se tornou mais introspectivo, voltando-se para questões internas. O prédio do Museu entrou em obras, e como toda intervenção mais profunda que se faça num prédio, foi necessário um levantamento prévio da situação. Para isso, em 2003, no início do mandato do Diretor, contratou-se uma consultoria, já mencionada acima.

---

<sup>26</sup> idem

<sup>27</sup> BOURDIEU, Pierre, DARBEL, Alain. **O amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público.

São Paulo: Universidade de São Paulo; Zouk. 2003. p. 132

<sup>28</sup> GONÇALVES, Jose Reginaldo dos Santos. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Op. Cit., p.214.

O trabalho de diagnóstico da situação do edifício do MNBA demorou um ano e somente em 2004 iniciaram-se as obras de reforma e restauração do prédio, tarefa que se estende até os dias de hoje. Entretanto estas reformas, por razões de segurança, impuseram o fechamento de vários espaços de visitação, gerando uma queda drástica da visitação.

A direção de Heloisa Lustosa, como dissemos, iniciou-se na presidência de Fernando Collor de Mello, passando pelo seu substituto, Itamar Franco, além de todo o tempo da presidência exercida por Fernando Henrique Cardoso - cobrindo um período que se estendeu desde 1990 até o começo de 2003. Sua trajetória foi interrompida com a eleição do presidente Luis Inácio Lula da Silva.

Ao tempo de sua administração, os patrocínios eram voltados primordialmente para promover eventos e se originavam de empresas como a IBM, Embratel, Petrobras, Sul América, Unibanco, Gradiente, Volkswagen, Bradesco, Banco Real, Organizações Globo, Fundação Roberto Marinho, Varig, entre outras. A prefeitura do Rio de Janeiro e o Ministério da Cultura também participaram, pela área pública <sup>29</sup>.

Durante oito anos, o presidente Fernando Henrique Cardoso foi o arauto da luta contra o Estado brasileiro. Ao assumir o poder, anunciou o fim da Era Vargas. Não por acaso. Getúlio Vargas foi o governante que montou as bases do Estado moderno. Nada ocorria por acaso. Ao discurso antiestatal sucedeu o programa de privatização <sup>30</sup>.

As organizações Globo, como a Fundação Roberto Marinho, a TV Globo e jornal O Globo, já vinham apoiando iniciativas no Museu, como a reabertura da Galeria Nacional do Século XIX, em 1991. Para a reabertura deste espaço, que abriga a principal mostra permanente do Museu, contou-se com uma forte campanha publicitária incluindo chamadas na programação da televisão.

Na gestão de Heloisa Lustosa houve inúmeras mostras temporárias; neste período, por vezes a Instituição chegou a abrigar oito exposições num único mês (como em 1995 e 1998).

---

29 Conf. Pesquisa em diversos catálogos de exposições do período.

30 DIAS. Mauricio. **A desconstrução de uma mentira**. São Paulo. Revista Carta Capital, p. 32.15 de abril 2009.

A este ritmo, marca de uma época, inúmeras personalidades e *socialites* passaram a freqüentar o MNBA, onde eram realizados coquetéis, desfiles de moda (como a Semana Leslie de Moda, em agosto de 1994), shows e peças de teatro. Reflexo deste período de efervescência de eventos foi a inauguração do Projeto Música no Museu, em 1997, cuja estréia se deu nos espaços do Museu Nacional de Belas Artes, trazendo os apreciadores de música clássica para os salões do Museu e estabelecendo uma rotina que se espalhou por diversas outras instituições culturais no Brasil e, hoje, até mesmo no exterior.

Dentro do esforço de busca de visibilidade, e focando na comodidade dos visitantes, Heloisa Lustosa inaugurou cafeteria e depois uma loja, que funcionaram a pleno vapor durante as grandes exposições temporárias, vendendo souvenirs, catálogos, boletins e publicações diversas, posters, camisetas, pins e outros materiais de divulgação.

No café, localizado na Galeria de Moldagens II, os clientes eram animados por um piano e podiam desfrutar de um lanche rápido; posteriormente, o espaço passou a servir também refeições. Em situações especiais, o Museu abrigou um restaurante que servia pratos da culinária espanhola, como na mostra do artista surrealista espanhol Salvador Dali.

Para a exposição Monet, uma das salas de exposição temporária do Museu foi adaptada para ambientar o jardim de Giverny – localidade onde o pintor Claude Monet passou o final de sua vida – e ali se recebiam as inúmeras crianças que visitaram a mostra.

Ainda dentro desta fase, na busca de recursos, alguns espaços da Instituição passaram a ser alugados para os interessados em realizar eventos. Assim, sucederam-se acontecimentos como a Semana Leslie de Moda, um embrião do atual Fashion Rio, hoje realizado nas dependências do MAM/RJ. Casamentos, recepções, almoços e jantares comemorativos de empresas, bancos, coquetéis de lançamento de carros importados e de produtos diversos também aconteceram nas suas dependências. Tanta repercussão contribuiu para tornar o MNBA uma grande mídia, ou como comenta Scheiner “... o museu instituído do séc. XIX começa, muito lentamente, a preparar-se para o que

poderíamos considerar a sua grande transformação: tornar-se um meio de comunicação de massa”<sup>31</sup>.

Enquanto isso, o curador capixaba Paulo Herkenhoff tocava as importantes obras de reforma do prédio visando recuperar o enfoque museológico da Instituição. Para isso foram requalificados os setores de conservação e restauro. Nestas obras da reserva técnica, houve inclusive a assessoria de técnicos estrangeiros, como os do renomado Getty Museum, situado na Califórnia, EUA.

Herkenhoff atendeu ao anseio de técnicos da Casa e estimulou uma curadoria interna para a reabertura de uma nova mostra permanente, com o acervo de arte moderna da Instituição: a Galeria de Arte Moderna e Contemporânea, ocupando cerca de 2.000 m<sup>2</sup> de área, no 3º piso do Museu Nacional de Belas Artes. Esta exposição permanente foi inaugurada em dezembro de 2006 por sua sucessora, a museóloga Mônica Xexéo.

Estabelecendo uma distinção entre a política cultural dos dois ex-diretores, podemos destacar, por exemplo, trechos de uma entrevista de Paulo Herkenhoff ao jornal Folha de São Paulo: “No Rio, a diretora do MAM durante o incêndio virou diretora do Museu Nacional de Belas Artes. Resultado: o museu viveu o tempo todo à beira de um incêndio”<sup>32</sup>.

Uma pesquisa prévia nos *clippings* indica que este argumento foi usado algumas vezes pelo diretor Paulo Herkenhoff, sugerindo pistas para a sua política cultural, que se inseriria no que Gonçalves denomina "a retórica da perda"<sup>33</sup>: "...argumento que os discursos de patrimônio cultural funcionam a partir da figura da 'perda'"

Entre a visibilidade estabelecida ao MNBA por Heloisa Lustosa e uma introspecção institucional desenvolvida por Paulo Herkenhoff, pode-se visualizar como que dois museus.

---

31 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Museu: gênese, ideia e representações na cultura ocidental. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro/Escola de Comunicação. Rio de Janeiro, 1998, p.75

32 GIOIA, Mario, MARTI, Silas. Um jantar na FIESP resolveria o MASP. **Folha de São Paulo**. São Paulo, p.E3, 29 jan. 2008.

33 GONÇALVES, Jose Reginaldo dos Santos. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Op. Cit., p154.

Sob a orientação de Heloisa Lustosa, a Instituição ganhou o afluxo de novos públicos. Um exemplo prático foi a cerimônia de premiação do visitante de número cento e cinquenta mil, ocorrida durante a mostra Rodin. Na ocasião, a homenageada foi uma estudante de Bangu, bairro da zona oeste da cidade do Rio de Janeiro. Nas entrevistas à imprensa a adolescente disse que jamais havia pisado antes no Museu Nacional de Belas Artes.

Por outro lado, havia uma crítica de que a maratona de exposições prejudicava a qualidade do que era exibido:

Um terceiro fator que desanimou a criatividade foi a atrofia do mecenato estatal e dos movimentos artísticos independentes na cultura. As políticas privadas e públicas reconfiguradas sob critérios empresariais, preferiram, em vez da originalidade que aspire criar seus receptores, a capacidade de retorno dos investimentos feitos em espetáculos e exposições. Cada vez pergunta-se menos o que traz de novo essa obra ou esse movimento artístico. Interessa saber se esta atividade se autofinancia, gera lucros e prestígio para a empresa que a patrocina. Poucos artistas conseguem interessar um patrocinador sem oferecer-lhe impacto na mídia e benefícios materiais ou simbólicos <sup>34</sup>.

O artista plástico Hilton Berredo, por exemplo, escreveu um artigo dizendo que

O MNBA é federal e devia cuidar de valorizar o nosso passado cultural em mostras permanentes e temporárias, mas perde-se numa programação que às vezes é acadêmica, às vezes tardomoderna e outras vezes contemporânea, num esforço geleificante muito original <sup>35</sup>.

Assim, a entrada de Paulo Herkenhoff e a implantação gradativa de um novo ritmo no calendário de exposições, sob o olhar de um crítico de arte, aparentemente pode ter trazido mais seletividade e afinidade maior com parâmetros museológicos, tais como a pesquisa e a conservação.

Acreditando que o conhecimento da trajetória no tempo do MNBA é um alicerce fundamental da discussão de suas questões museológicas e patrimoniais, faremos aqui um esboço de sua história como instituição, e

---

34 GARCIA Canclini, Nestor. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008. p.36.

35 BERREDO, Hilton. Os candidatos ignoram as artes plásticas. Opinião. **O Globo**. Rio de Janeiro, 3 de setembro de 1996.

também do prédio que o abriga, entendido como uma obra de criação artística característica de seu tempo, e inspirada em suas finalidades, o que nos leva à terceira apresentação: a de seu acervo. Finalmente, apresentaremos as linhas-mestras de sua estrutura administrativa e funcional.

Situado na Cinelândia, em plena Avenida Rio Branco, o suntuoso prédio do Museu ocupa um quarteirão inteiro e guarda boa parte da história da arte produzida no Brasil, desde os seus primórdios até os dias de hoje. Nas proximidades estão alguns dos principais marcos culturais da cidade, como a Biblioteca Nacional, o Teatro Municipal e a Câmara dos Vereadores.

Criado em 13 de janeiro de 1937, através da lei nº. 378, o Museu Nacional de Belas Artes foi inaugurado em 19 de agosto de 1938, com a presença do então presidente Getúlio Vargas <sup>36</sup>. Desde então, a partir desta data o MNBA passou a dividir o mesmo prédio com a Escola Nacional de Belas Artes, para a qual a edificação foi construída, em setembro de 1908.

O autor do projeto foi um dos mestres da Escola, o arquiteto Adolfo Morales de Los Rios (1858-1928), que pensou num edifício elaborado no estilo *fin-de-siècle*, lembrando certos palácios renascentistas franceses (influência do Museu do Louvre, de Paris, por exemplo), além de apresentar características formais neoclássicas.

A crescente expansão do acervo ensejou a construção de um prédio para abrigá-lo. O edifício foi erguido para ampliar o espaço da primeira pinacoteca criada com as obras trazidas da Europa por Joaquim Lebreton, chefe da missão Artística Francesa de 1816, que chegou ao Rio de Janeiro a convite do príncipe regente D. João para estabelecer o ensino artístico de uma futura Escola Real de Ciências, Artes e Ofícios, cujo nome passaria a ser Academia Imperial de Belas Artes.

Com a proclamação da República, em novembro de 1889, a Academia Imperial de Belas Artes transformou-se em Escola Nacional de Belas Artes, sendo que em 1890, sob a direção de Rodolfo Bernardelli, os esforços se voltaram para uma campanha em prol de uma nova sede para a ENBA.

---

36 MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES (Brasil). O **Museu Nacional de Belas Artes**. São Paulo: Banco Safra, 1985. p.7.

Uma quadra nos terrenos junto ao Morro do Castelo foi cedida na gestão do então prefeito Paulo de Frontin, local onde já havia sido aberta a Avenida Central, a atual Avenida Rio Branco. A área media 5.180 metros quadrados, tendo 74 metros de frente para a então Avenida Central.

O arquiteto e professor da Escola, Adolfo Morales de los Rios, foi designado para desenhar a nova sede. Morales, anteriormente já tinha realizado relevantes trabalhos de arquitetura no interior e no Rio de Janeiro – incluindo vários projetos para a Avenida Central, como por exemplo, o edifício para o Supremo Tribunal Federal.

O projeto da Escola Nacional de Belas Artes foi aprovado em 30 de março de 1906, sendo em seguida lançada a pedra fundamental sobre a qual seria construída a sua sede. Segundo o arquiteto Adolfo Morales de los Rios, em primeiro de setembro de 1908, o edifício foi considerado terminado. Motivo pelo qual na fachada consta a inscrição de 1908, com os dizeres Escola Nacional de Belas Artes<sup>37</sup>.



Figura 3. Fachada do MNBA (foto Jaime Acioly)

---

37 MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES (Brasil). O **Museu Nacional de Belas Artes**. Op. Cit. p.7

Todavia, somente em 1909 é que Rodolfo Bernardelli considera o projeto de Morales de los Rios apto para a inauguração, que iria contar com a presença do presidente da República, Dr. Nilo Peçanha, e de outras altas autoridades. Para marcar a solenidade, foram cunhadas medalhas comemorativas com a efígie de Rodolfo Bernardelli, de autoria do gravador Augusto Giaberti.

Porém, o seu projeto sofreu alterações. A partir de alguns desenhos em ferro-prussiato, encontrados no Arquivo Nacional, observa o arquiteto Jose Silva Ribeiro<sup>38</sup>, ex-funcionário do MNBA, foi possível observar que a ideia original de Adolfo Morales de los Rios foi bastante simplificada, como por exemplo, a não execução das estátuas nos nichos e modificações no coroamento de prédio.

Quanto ao estilo arquitetônico, Morales de los Rios se inspirou no Museu do Louvre, correspondendo à concepção do século XIX do “Museu Palácio”, como acontecia nos museus europeus. A fachada principal tem essa referência predominante, inspirando-se no Renascimento francês; enquanto que as duas fachadas laterais seguem o Renascimento italiano e a fachada posterior possui caráter tipicamente eclético. Trata-se de um dos mais imponentes edifícios da primeira geração de edifícios da Avenida Rio Branco.

Como elementos decorativos, além de ornatos, frontões e colunas, a construção recebeu em suas *loggias* frontais um friso de medalhões pintados por Henrique Bernardelli contendo o busto de membros da Missão Artística Francesa, bem como de outros artistas franceses e brasileiros. O frontão é sustentado por cariátides de Rodolfo Bernardelli e a decoração é complementada por colunas de ordem coríntia, prossegue o arquiteto Ribeiro<sup>39</sup>.

Indicando um lugar de estudos e pesquisa, incrustadas na fachada lateral da Rua Heitor de Mello, podem-se observar as inscrições Vitruvius, Vassari, C. Blanc, Pacheco, Scamozzi, Violet Le Duc, Milizzia e Bermudez. Na fachada lateral da Rua Araújo Porto Alegre aparecem Leonardo da Vinci, Vignoli, Winkelmann, Mansart, Juan de Arphe, Ruskin, L. B. Alberti e Stendhal. A fachada posterior, com poucos vãos, foi completada com painéis em baixo relevo, executados pelo escultor escocês Edward Cadwell Spruce, tendo uma

---

38 Entrevista e texto de janeiro 2004.

39 Ibidem.



simbologia representativa dos ensinamentos artísticos da Antigüidade Clássica (greco-romana) e egípcia.

Uma intervenção importante aconteceu no início da década de 1920, quando uma parte da área interna do prédio sofreu uma significativa reforma, planejada pelo professor Arquimedes Memória. Dentro do novo desenho, foram executados o hall do 2º pavimento e as duas escadas laterais decoradas em estilo Luís XVI, o hall no 3º pavimento, além da reforma e redução do Salão de Conferências, hoje auditório Leandro Joaquim, e a construção da atual galeria Eliseu Visconti.

O arquiteto José Ribeiro declara que, no âmbito arquitetônico da cidade do Rio de Janeiro, o prédio do Museu Nacional de Belas Artes é um dos poucos exemplos remanescentes do ecletismo na cidade, em escala monumental e volumétrica, juntamente com o Teatro Municipal e a Biblioteca Nacional – construções da mesma época -, e que esta concepção eclética depois se espalhou por toda a cidade no projeto urbanístico de Pereira Passos.

Ribeiro<sup>40</sup> lembra ainda que a construção do prédio da Escola Nacional de Belas Artes está inserida em um momento histórico caracterizado pela ascensão da cidade do Rio de Janeiro como centro comercial da virada do século. As drásticas modificações ocorridas no espaço urbano carioca, com a demolição de quadras inteiras cuja arquitetura espelhava a memória do passado colonial, proporcionaram a revolução visual de grande escala no centro da cidade com a finalidade de sintonizar a mesma com grandes metrópoles européias, que sofreram transformações semelhantes ao longo do século XIX.

Concluindo, Ribeiro recapitula que a Escola Nacional de Belas Artes e sua pinacoteca funcionaram juntas até 1937, quando foi então criado pela lei n.º 860 -T no livro de Belas Artes fls. 92, datado de 24 de maio de 1937.

Entre suas funções, o MNBA destina-se à aquisição, pesquisa, conservação e divulgação de obras de arte que evidenciem a evolução da produção artística brasileira e estrangeira.

---

40 Entrevista e texto de janeiro 2004.

Motivo de admiração por sua extensão e significado, o acervo do Museu Nacional de Belas Artes é formado a partir da pequena coleção de quadros trazidos ao Brasil por Joachim Lebreton (1760-1819), chefe da Missão Artística Francesa, que chegou ao Brasil em 1816. A Missão tinha por objetivo a implementação do ensino oficial de artes e dar forma a um sistema acadêmico. A este conjunto se juntou posteriormente boa parte do acervo da Escola Nacional de Belas Artes.

Sua coleção de maior visibilidade - e motivo de grande procura pelos visitantes - é a que abarca a produção do século dezanove, sendo que uma parte significativa deste conjunto se encontra na Galeria Nacional do Século XIX, a mais antiga galeria permanente de arte do Rio de Janeiro, atualmente em reforma e fechada ao público. Especificamente dentro deste conjunto, destacamos, devido ao recorte que selecionamos para nosso trabalho, as pinturas das batalhas.

O quadro **Batalha do Avaí**<sup>41</sup>, pintado por Pedro Américo - datada de 1872/ 1877, um óleo sobre tela medindo 66 m<sup>2</sup> de área – ilustra um evento da Guerra do Paraguai e mostra inúmeros personagens históricos, como o Duque de Caxias, o general Osório, entre outros. Suas dimensões monumentais refletem o momento de exaltação de feitos heróicos, mesmo que à custa da humilhação dos paraguaios, como se observa na composição. Seguindo o mesmo traçado ideológico, a obra **Batalha dos Guararapes** - pintada em 1879, por Vitor Meireles<sup>42</sup>, um óleo sobre tela medindo cerca de 50 m<sup>2</sup> - retrata o conflito com os holandeses nas proximidades de Olinda, em Pernambuco, no século dezessete. Trata-se de um trabalho reverenciado pelo Exército Brasileiro devido ao fato histórico que enseja a luta de combatentes brasileiros, negros, índios, mulatos, contra o invasor, incorporados no que se pode considerar o embrião do nosso Exército, e claro, realçando o nacionalismo.

---

41 ACERVO **Museu Nacional de Belas Artes**. Apresentação Edemar Cid Ferreira, Heloisa Aleixo Lustosa; tradução Isa Mara Lando, Owen Beith, Stanley Heilbrun. São Paulo: Instituto Cultural Banco Santos, 2002. p.63.

42 Ibidem, p.61.



Figura 4. “Batalha do Avaí”, Pedro Américo.

As duas obras foram encomendadas pelo Império. Inclusive na Batalha do Avaí consta, no alto da moldura, o brasão com os dizeres PII, referência ao monarca Pedro II.

Naquele final do século XIX no Brasil, quando foram produzidas as Batalhas, vivia-se uma época marcada por forte sentimento nacionalista, de tentativa de aglutinação da população em torno da construção da pátria, haja vista que haviam passado poucas décadas da independência de Portugal. Este espírito do tempo tinha raízes que podiam ser identificadas com as ideias da Revolução Francesa, que acontecera em 1789.

Complementando ainda a questão da representação em nível institucional, lembraremos Canclini, quando afirma que os museus são fontes convergentes para a construção da ideia de nação:

A identidade é uma construção que se narra [...]. Os livros escolares e os museus, assim como os rituais cívicos e os discursos políticos, foram durante muito tempo os dispositivos com que se formulou a identidade de cada nação (assim, com maiúscula) e se consagrou sua retórica narrativa 43.

---

43 CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. 6ª. ed. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2006. p.129.

Uma das grandes referências daquele período era a obra do pintor francês Eugène Delacroix, que retratou anos antes “Marianne” de busto nu, portando a bandeira francesa em uma mão e uma baioneta na outra, comandando as massas revolucionárias na Revolução Francesa. A tela, pintada em 1830, se encontra exposta no Museu do Louvre (Paris).

Esta tradução de uma época, plena de tintas nacionalistas, posteriormente influenciou artistas de outras nações em formação, como era o caso do Brasil, e pode ter inspirado a realização das Batalhas de Pedro Américo e Vitor Meireles.

A arte produzida naquela época possuía ressonância junto ao público: registrou-se uma grande presença de visitantes nas exposições. Além disso, possivelmente conectado com o surgimento de um mercado de arte, assistiu-se ao aparecimento das primeiras galerias de arte, ao alvorecer de uma crítica de arte seminal, bem como de um nascente colecionismo, em consequência da implantação da Academia Imperial de Belas Artes.

De acordo com o pesquisador Rafael Cardoso <sup>44</sup>,

A burguesia brasileira começou a colecionar arte nacional [...] Bem timidamente, é verdade. Criou-se um público para a arte, do nada. Sempre gosto de lembrar que o Salão de 1879 foi freqüentado por quase 300 mil visitantes, numa época em que a população do Rio era de 300 mil pessoas. Era como se, hoje, a Bienal de São Paulo tivesse 19 milhões de visitantes!

Retornando à trajetória do acervo, com o passar do tempo, o núcleo de obras que formou a coleção do Museu Nacional de Belas Artes recebeu o acréscimo de outras pertencentes à coleção de Dom João VI, tendo por intuito formar a Pinacoteca da Academia Imperial de Belas Artes. O crescimento do acervo foi se dando através de aquisições e, principalmente, de generosas doações por parte de colecionadores e artistas. Concorreu para esse aporte uma rotina dos alunos da então Escola Nacional de Belas Artes. Subsidiados pelos governantes em seus estudos na Europa, eles deveriam enviar obrigatoriamente certo número de trabalhos produzidos para o Brasil.

---

44 TRIGO, Luciano. **Rafael Cardoso**: A História no espelho da arte. Disponível em <<http://colunas.g1.com.br/maquinadeescrever/2008/12/12/a-historia-no-espelho-da-arte>>. **G1.globo.com**. Acesso em: 12 dez. 2008.

Além desses, o museu era abastecido pelas obras premiadas nas Exposições Gerais de Belas Artes, promovidas pela Academia Imperial, bem como as oriundas do Salão Nacional de Belas Artes, realizado pela Escola Nacional de Belas Artes. Os Prêmios de Viagem ficavam no MNBA por força da legislação vigente, por isso a Instituição possui tantos no seu acervo. Esta premiação foi instituída ainda nos tempos do Império e só foi extinta nos anos 1970.

Outra fonte que impulsionou a expansão da coleção foi o mecenato praticado por personagens como os Barões de São Joaquim, Luís Resende, ou o milionário Guilherme Guinle, entre muitos outros que doaram acervos completos de artistas notáveis. Num interessante capítulo à parte, os Barões são responsáveis pela vinda do rico acervo de 20 telas de Louis Eugène Boudin<sup>45</sup>, precursor do Impressionismo e professor de Claude Monet. Trata-se simplesmente da maior coleção de Boudin num acervo público fora da França.

Possuidor da maior e mais importante coleção pública de arte brasileira do século XIX, o Museu Nacional de Belas Artes é possivelmente a única instituição artística brasileira capaz de oferecer, ao visitante que percorre seus espaços, o vislumbre de boa parte da história das artes plásticas no Brasil - em apenas um espaço - percorrendo desde os seus primórdios até a contemporaneidade.

Entre pinturas, esculturas e arte sobre papel, o acervo do MNBA conta atualmente com mais de 20 mil peças. A estes segmentos, acrescentam-se outras coleções de menores dimensões, a saber: arte decorativa (incluindo imaginária, mobiliária, cerâmica e diversos), numismática e medalhística, arte popular brasileira, arte popular estrangeira, arte africana e arte indígena. Somando-se todas as peças, entretanto, o seu acervo abrange cerca de 60 mil itens, incluindo coleções de pintura, arte sobre papel, escultura, coleções bibliográficas, documentos e outros, tudo isso distribuído em 18 mil m<sup>2</sup> de área construída.

---

45 MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES, Rio de Janeiro. **L.E. Boudin no Museu Nacional de Belas Artes.** Pesquisa e textos Zuzana Paternostro. Apresentação Alcídio Mafra de Souza. Rio de Janeiro, 1982. 72p.

Para detalhar um pouco mais esta vasta coleção vamos categorizá-la. Lembramos que os números de peças aqui apresentados foram apurados no primeiro semestre de 2009, mas que estão em constante evolução devido à própria dinâmica de expansão de acervo, quer seja via compra ou por doações, que nunca param de chegar.

O acervo de pintura brasileira dispõe de aproximadamente 2.300 obras, abrangendo diversos segmentos da produção dos séculos XVII ao XXI<sup>46</sup>. O segmento de arte brasileira do século XIX é o maior e mais importante do Brasil. Todos os grandes artistas nacionais daquela fase estão contemplados na coleção: Vitor Meirelles, Pedro Américo, Almeida Júnior, Rodolfo Amoedo, Rodolfo Bernardelli, Zeferino da Costa, Eliseu Visconti, entre muitos outros.

Os autores com obras em exposição na Galeria Nacional do Século XIX (atualmente fechada para obras de reforma, lembre-se) dão uma ideia da diversidade, muito embora a ideia dos especialistas responsáveis à época fosse privilegiar a qualidade. Em suas paredes podiam ser vistas obras do integrante da Escola Fluminense de pintura, filho de mãe negra e escrava, o pintor Manuel da Cunha; do autor de naturezas-mortas, o negro Estevão Silva, que conquistou o prêmio de aquisição na Exposição Geral de Belas Artes, em 1890<sup>47</sup>; dos italianos Nicola Facchinetti, Eliseu Visconti e Giovanni Battista Castagneto <sup>48</sup>; dos franceses Felix Emile Taunay e Jean Baptiste Debret; do catarinense Vitor Meireles; do paraibano Pedro Américo; dos paulistas José Ferraz de Almeida Junior e Georgina de Albuquerque; do baiano Rodolfo Amoedo; do mineiro Belmiro de Almeida; do pernambucano Jose Jerônimo Telles Junior; do alemão Johan Georg Grimm; do niteroiense Antonio Parreiras; do espanhol Domingo Garcia & Vasques; do carioca Décio Villares e do gaúcho Pedro Weingartner, dentre vários outros.

A mesma Galeria, quando aberta, exibia uma representatividade da produção artística da nação brasileira, ainda que com nuances e calcada no modelo europeu. Podiam ser vistas, por exemplo, trabalhadoras negras de um engenho de mandioca, no registro - “Engenho de Mandioca”, - de Modesto

---

46 Fonte: Sistema de Informatização do MNBA, o SIMBA

47 MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES, (Brasil). **O Museu Nacional de Belas Artes**. São Paulo: Banco Safra, 1985. p. 66

48 Ibid.p.66

Brocos<sup>49</sup>; o cotidiano do centro da cidade do Rio de Janeiro flagrado em “Rua 1º de Março”, obra de Gustavo Dall’Ara; o baile de carnaval estampado em “Baile à fantasia”, de Rodolfo Chambelland; a paisagem fluvial do interior, captada por João Batista da Costa; a vila dos pescadores pintada em “Marinha”, de Mario Navarro da Costa; a obra “Colonos”, de Di Cavalcanti; a fuga dos judeus em “Êxodo”, de Lasar Segall; a agricultura e seus trabalhadores, em “Café” - uma das pinturas mais conhecidas de Candido Portinari; além da rotina de operários numa fábrica pelos olhos de Djanira da Mota e Silva, em “Estudo decorativo”; ou ainda a “Paisagem de Niterói”, do artista mulato Antonio Firmino Monteiro.



Figura 5. “Engenho de mandioca”, Modesto Brocos

Enquanto isso, na galeria de Arte Brasileira Moderna e Contemporânea estão em exposição trabalhos de afro-descendentes como Emanuel Araújo; ou da japonesa Tomie Ohtake, por exemplo <sup>50</sup>.

A coleção estrangeira, com cerca de 810 obras, possui conjuntos notáveis como as 20 paisagens e marinas do pintor pré-impressionista francês Louis-Eugène Boudin; as oito paisagens de Pernambuco do pintor holandês do século XVII, Franz Post; além dos inúmeros quadros de mestres italianos e franceses dos séculos XVII, XVIII e XIX, tais como Gianbattiste Gaulli, Il

<sup>49</sup> Ibid., ibidem, p. 68

<sup>50</sup> ABREU, Laura Maria Neves de, DIAS, Mariza Guimarães, XEXÉO, Pedro Martins Caldas. **Galeria de Arte Moderna e Contemporânea**. Rio de Janeiro. MNBA, 2009. 268 p.



Baciccia, Giovanni Battista Tiepolo, Francesco Guardi, Nicolas Antoine Taunay e Jean Baptiste Debret, entre outros.

O conjunto de esculturas do Museu de Belas Artes, composto por centenas de obras, se inicia nos idos da Academia Imperial de Belas Artes, no século XIX. Vários acréscimos foram feitos através de doações e de trabalhos dos alunos da Academia. Em 1880, por exemplo, a Imperatriz Tereza Cristina adquiriu na Itália o busto de Antinous, em mármore, obra romana do II século da Era Cristã, considerada a peça mais valiosa da coleção. Esta obra se encontra exposta no nicho do 3º andar.

A maioria dos trabalhos estrangeiros é do século XIX, refletindo, evidentemente, o gosto e a política cultural de uma época. No acervo de escultura brasileira há exemplos importantes como a Coleção Rodolfo Bernardelli. Doadada ao museu após sua morte, pelo seu irmão e herdeiro Henrique Bernardelli, esta é constituída de 525 obras do autor, entre esculturas, desenhos, documentos pessoais e fotografias, compondo um dos mais significativos legados do autor reunidos em uma só instituição.

Com grande peso na coleção, o acervo de desenho brasileiro constitui mais de 30% do acervo, com aproximadamente seis mil trabalhos. Seu núcleo principal é formado pelas grandes coleções dos artistas do século XIX<sup>51</sup>, como Rodolfo Amoedo, Vitor Meirelles e os irmãos Henrique e Rodolfo Bernardelli. Produzidos nos séculos XX e XXI, são destaques as coleções de Djanira, Oswaldo Goeldi, Tomás Santa Rosa, Calixto Cordeiro, Daniel Senise, entre outros.

A coleção de desenho estrangeiro, com cerca de 540 obras, foi formada igualmente à época da então Academia Imperial de Belas Artes, com a aquisição, em 1866, de um número significativo de obras de Auguste Henri Victor Grandjean de Montigny, primeiro professor oficial de arquitetura no Brasil e integrante da Missão Artística Francesa. Entre os diversos artistas representados na coleção, destacam-se os italianos Annibale Carracci e Pompeo Battoni, os portugueses Domingos de Sequeira e José Vital Branco Malhoa, o holandês Johan Barthold Jongkind, o alemão Johan Moritz Rugendas

---

51 MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES (Brasil). O **Museu Nacional de Belas Artes**. São Paulo: Banco Safra, 1985. 396 p.



e os franceses Nicolas Antoine Taunay, Honorè Daumieri, Gustav Doré, só para citar alguns dos mais significativos.

Abarcando mais de quatro mil obras de artistas brasileiros, a coleção de gravura inclui nomes de grande projeção tais como Carlos Oswald, Osvaldo Goeldi, Fayga Ostrower, Iberê Camargo, Roberto Magalhães, Carlos Scliar, Edith Bhering e Modesto Brocos, dentre outros. No capítulo estrangeiro figuram cerca de 1.700 gravuras, de artistas como William Hogarth, William Turner, Gustav Doré e outros.

Para gerenciar o portentoso acervo do MNBA, sempre em crescimento ao longo do tempo, foram criados departamentos específicos, como o de Conservação e restauro, instalado há cerca de 40 anos. O Arquivo Histórico contém material produzido pela rotina de trabalho do museu, textos de exposições e salões de arte, correspondência com artistas e pesquisadores do Brasil e do exterior, além de documentos relativos às artes plásticas do Rio de Janeiro do final do século XIX e início do século XX.

Mais voltado para o público, o setor educativo promove uma ampla compreensão do patrimônio cultural brasileiro em exposição permanente e temporária no MNBA. Para tanto, formula ações educativas visando os diversos segmentos da sociedade, mantendo uma interação especial com docentes da rede pública e privada, tanto do ensino fundamental, quanto do médio e do superior.

Espaço destinado à conservação, a reserva técnica trabalha com o armazenamento e a administração do acervo, é o local onde ficam guardadas as obras de arte do acervo do museu, quando não estão expostas ao público.

Considerada uma das mais completas do país no segmento de artes plásticas, a Biblioteca e Mediateca Araújo Porto Alegre dispõem de um rico acervo bibliográfico, audiovisual e documental, mantendo intercâmbio de correspondência e publicações com algumas das instituições mais importantes do Brasil e do exterior, incluindo galerias de arte e museus regionais. Entre as cerca de 13.000 publicações nacionais e estrangeiras do acervo, encontram-se livros de Artes Plásticas e de assuntos como Arquitetura, Museologia, Numismática, História do Brasil, da cidade do Rio de Janeiro, e biografias de

diversos artistas, além de obras de referência, catálogos de exposições e recortes de jornais (*clippings*). O acervo áudio-visual é composto por cerca de 12.000 *slides*, 50 vídeos, dezenas de DVDs e ainda cerca de 500 fitas-cassetes<sup>52</sup>, com gravações de palestras, depoimentos diversos, etc. Toda a documentação textual e fotográfica que registra a história do MNBA, a partir da Academia Imperial de Belas Artes até a criação do Museu, está reunida no acervo documental da Biblioteca<sup>53</sup>.

Finalmente, no cenário da comunicação social dos espaços museológicos, pode-se afirmar que a partir da abertura política do país, em 1985, com o fim do governo do general Figueiredo, as instituições culturais passaram a desfrutar de mais liberdade para divulgar suas atividades; assim, conseqüentemente, cresceu bastante o papel da assessoria de imprensa. A coleta sistemática e contínua do *clipping* de jornais e revistas e o estabelecimento de uma rotina de serviços encarregados de comunicar externa e internamente as atividades institucionais, a partir do início dos anos 1990, marcou a estruturação do setor no MNBA, embora atividades esparsas de divulgação já tenham sido registradas antes. Carvalho<sup>54</sup> comenta: “Cada vez mais um trabalho organizado, planejado, direcionado faz da Assessoria de Imprensa uma área de muita visibilidade e responsável pela construção da percepção da opinião pública sobre o cliente ou assessorado”.

Medindo 2.000m<sup>2</sup> de área e 8m de pé direito, a Galeria Nacional do Século XIX se tornou conhecida por abrigar o maior e mais precioso acervo artístico dos séculos XVII, XVIII e XIX no Brasil, em exposição permanente. Dentre as importantes obras que integram esta galeria, estão os chamados "quadros monumentais": Batalha do Avaí (1872, autoria de Pedro Américo) e Batalha dos Guararapes (1879, autoria de Vitor Meirelles), obras que estão incluídas entre as quatro maiores pinturas de cavalete do mundo e são grandes chamarizes para a visita.

---

52 MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES. Disponível em: <[http://www.mnba.gov.br/4\\_biblioteca/biblioteca.htm](http://www.mnba.gov.br/4_biblioteca/biblioteca.htm)> Acesso em 2 jun. 2009.

53 Lembremos que Manuel de Araújo Porto Alegre - pintor, cenógrafo, arquiteto, caricaturista, poeta, diplomata e ex-diretor da Academia Imperial de Belas Artes foi um pioneiro dos estudos de história e crítica de arte no Brasil.

54 CARVALHO, Claudia. **Manual prático de assessoria de imprensa**. Claudia Carvalho, Lea Maria Aarão Reis. Rio de Janeiro: Eisevier, 2009. p. 97

Antes de fechar para a readequação dos seus espaços, a Galeria Nacional do Século XIX abrigava cerca de 150 trabalhos, entre pinturas e esculturas, através das quais se traçava um verdadeiro roteiro histórico da produção artística brasileira, desde o seu início até o século XIX. As peças têm assinatura, entre outros, de Jean Baptiste Debret, Nicolas Antoine Taunay, Eliseu Visconti, Estevão Silva, Rodolfo Amoedo, Giovanni Battista Castagneto, Belmiro de Almeida, José Correia Lima, José Ferraz de Almeida Junior, Nicola Facchinetti, Modesto Brocos, Zéphérin Ferrez, Antonio Parreiras e Rodolfo Bernardelli.



Figura 6. Galeria Nacional do Século XIX

Situado no andar térreo, além do pátio interno com jardins de Burle Marx existe um grande painel de azulejos de Djanira, transposto do túnel Santa Bárbara, e produzido em homenagem aos operários mortos durante a sua obra de construção<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Conforme dados da assessoria de imprensa do MNBA.

No segundo andar, podiam-se ver as obras da coleção de pintura italiana barroca, englobando assinaturas de Corrado Giaquinto, Andrea Vaccaro, Giambattista Tiepolo, e Marco Liberri, apenas para citar alguns. No mesmo piso, estavam expostas obras da coleção flamengo-holandesa - reunindo nomes como Frans Post, Abraham Brueghel, Roeland Savery, David Teniers, entre outros - e também as salas Boudin e Taunay, perfazendo uma seleção de pintores que passaram pelo Brasil no século XIX, além de espaços para exposições temporárias, onde se destaca a sala Bernardelli.

O terceiro andar concentra a maior parte do acervo do MNBA. Dividindo este piso com a Galeria do Século XIX está a Galeria de Arte Brasileira Moderna e Contemporânea <sup>56</sup>, que abriga 180 obras de arte em 1.700 metros quadrados de área de exposição. Esta é uma área que foi requalificada em 2006, na administração da museóloga Mônica Xexéo, para abrigar um período de produção artística compreendido desde o início do século XX até o contemporâneo. Em seus espaços podem ser vistas obras de Eliseu Visconti, Georgina de Albuquerque, Di Cavalcanti, Portinari, Tarsila do Amaral, Alberto da Veiga Guignard, Pancetti, Santa Rosa, Manabu Mabe, Iberê Camargo, Sergio Camargo, Franz Weissman, Amílcar de Castro, Oswaldo Goeldi, Manabu Mabe, Beatriz Milhazes, e Daniel Senise, exemplificando somente alguns autores.

Após traçar um resumo da história do Museu Nacional de Belas Artes, abordando e tecendo considerações sobre o seu acervo, e pontuando com o período de duas administrações, passaremos mais à frente ao estudo dos seus frequentadores, dentro de nossa proposta de trabalho de reforçar a captação de público e contribuir para gerar mais visibilidade às mostras permanentes de um museu de arte.

---

<sup>56</sup> ABREU, Laura Maria Neves de, DIAS, Mariza Guimarães, XEXÉO, Pedro Martins Caldas. **Galeria de Arte Moderna e Contemporânea**. Op. Cit.

## CAPÍTULO 2

### Museu e Museologia em percepção

Inserido na linha de pesquisa Museu e Museologia, nosso trabalho se volta para aspectos contextualísticos, de representação, de significados, de políticas culturais e de comunicação, em um determinado recorte de tempo, no espaço do MNBA. Um museu que, como tal, integra histórica e culturalmente uma determinada sociedade, portanto configurando uma noção de preservação, que a museologia estuda. Por este motivo, consideramos oportuno, na sequência, atravessar este campo, através de um viés histórico e científico de alguns de seus autores.

Tal qual a construção de um edifício, no qual cada teórico acrescentou, acrescenta ou ainda vai acrescentar um elemento que dará sustentação suficiente para que se avance piso por piso, assim se pode descrever a marcha da teoria sobre Museu e Museologia, nossa linha de pesquisa.

Na origem do vocábulo Museu, precisamos retroceder há mais de 2.000 anos atrás, pois o grego *museion* recua ao templo das musas, filhas de *Mnemósyne*<sup>57</sup>, que zelam tanto pelas Artes quanto pela História. Esta deusa Memória concedia aos adivinhos e aos poetas o poder de retornar ao passado e de lembrá-los para a coletividade.

Afastando-nos destes primórdios e avançando no tempo, vamos traçar uma linha de tempo a partir de um recorte sucinto das ideias da museóloga Tereza Scheiner<sup>58</sup>, para quem, traçando uma escala temporal,

a museologia enquanto saber que se preocupa com as questões e estudos da ideia de Museu em suas diversas representações é um trabalho que tomou impulso a partir dos anos 1970. À época informalmente passou a ser conhecida como a disciplina que se voltava para a análise 'da história e trajetória dos museus, seu papel na sociedade, seus métodos específicos de pesquisa, conservação, educação e organização, seu relacionamento com o ambiente físico e a

---

57 BELLAIGUE, Mathilde. **O desafio museológico**. Paris, 1992. Conferência apresentada durante o V Fórum de Museologia do Nordeste, Salvador, Brasil, novembro de 1992. 7 p. Tradução de Tereza Scheiner. Boletín ICOFOM LAM no. ..., documentado, p.2.

58 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p.132.

classificação dos diferentes tipos de museus. Nos anos 80, é estendida como área de análise das relações entre Homem e Realidade e/ou entre Museu e Realidade, através do objeto - para finalmente ser concebida, já nos anos 90, como o campo do conhecimento relativo ao estudo das relações entre o Homem e o Real.

Analisando esta trajetória, temos que a ânsia pelo conhecimento, espontâneo, sem amarras, impulsionado por uma vontade contínua e abarcando toda a extensão da realidade (que é múltipla), tal qual se delineiam alguns traços da filosofia, marca o ponto de partida que nos faz compreender em maior extensão e profundidade o contexto maior dos inúmeros grupos humanos, ao longo dos diversos períodos de tempo.

Ou seja, ao se aproximar da filosofia, a teoria da Museologia contemporânea alcança novos horizontes metodológicos, que a relacionam à teoria do conhecimento, deixando para trás a ideia de Museu como instituição, cuja referência é o modelo ocidental, cartesiano - e na qual se postula que a cultura deve dominar a natureza; este modo de ver o Museu, de caráter um tanto técnico e não em processo, é substituído por uma nova visão, onde o Museu passa a ser percebido como "processo continuado de experiências do homem para o homem, em permanente contradição"<sup>59</sup>.

Nesta epistemologia emergente, pode-se introduzir uma nova forma de estudo da relação Homem e Museu, sob a ótica de um conjunto de conhecimentos relativos a um determinado objeto, vinculados a sistemas de pensamento específicos, ou seja, tangenciando a Ciência. Segundo Scheiner <sup>60</sup>, é desta visão que se encontra o fundamento ontológico da Museologia: a percepção do Real

Enquanto isso, ao analisar o relacionamento dos conceitos de Museu e Museologia com outros campos de conhecimento - e foi a ênfase na racionalidade que estimulou a segmentação do saber em várias disciplinas -, Scheiner <sup>61</sup> recorda que "o séc. XIX é o tempo em que, como tão bem explica Foucault, o campo epistemológico se fragmenta em diferentes direções - o tempo em que se configuram aquelas que, mais tarde, seriam conhecidas como as ciências humanas". A partir de então, observa-se um relacionamento da

---

59 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p.5

60 Idem, p. 17.

61 Ibid., in Loc. Cit., p.63 .

Museologia com os saberes de campos pares, como a antropologia e a sociologia, chegando aos dias de hoje, quando o Museu é percebido como uma instância imaterial e a Museologia, como campo interdisciplinar, abrigando varias correntes das ciências humanas e alimentando-se no profícuo relacionamento com estes saberes.

Cabe lembrar que paralelamente ao surgimento de múltiplas formas de compreensão do mundo a partir do século XIX, os museus se desdobraram, passando a abrigar coleções específicas refletindo o pensamento da época. Assim, surgiram museus especializados em belas artes, história, antropologia, numismática <sup>62</sup> traduzindo e refletindo este período que o homem e a sociedade ocidental atravessavam. Desta maneira, se corrobora o pensamento desta autora para quem os museus são criados para que a sociedade possa se sentir neles refletida.

Permeando várias das considerações acima desenvolvidas, vale ressaltar, ainda que resumidamente, a abordagem da realidade. A partir do viés do filósofo alemão Friedrich Nietzsche (1844-1900), cujas ideias projetaram novas perspectivas ao pensamento, Scheiner <sup>63</sup> infere que

se a verdade já não é mais um conceito absoluto, mas antes percebida como constatação da diferença e do caos, torna-se possível imaginar, filosoficamente, um Museu plural, um Museu que seja simultaneamente a representação de um mundo concreto, exterior ao indivíduo, e uma presentificação do seu mundo interior.

Na medida em que os museus não apenas exibem objetos, mas se constituem em representações simbólicas, abrem-se as portas para novas possibilidades de atuação do Museu, saindo do espectro da sociedade, do homem ou da cultura e descortinando-se as amplas possibilidades do Real. Nesta escala, torna-se mais claro o relacionamento entre o homem e Museu.

Ainda de acordo com Scheiner, o campo da Museologia se aproxima do estudo “das relações entre Homem e Realidade e/ou entre Museu e Realidade, através do objeto - para finalmente ser concebida, já nos anos 90, como o

---

62 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p. 64.

63 Ibidem, p.83.

campo do conhecimento relativo ao estudo das relações entre o Homem e o Real”<sup>64</sup>.

A pesquisadora compreende “a **Museologia como um campo do conhecimento organizado no final do século XX** e que, por isto, deve ser analisado a partir das realidades científicas e filosóficas da contemporaneidade”. A museologia também poderia estar compreendida dentro das “ciências do impreciso”, conforme a formulação de Moles, ou seja, aquelas ciências que se constituem na interseção de diferentes saberes, sem delimitações precisas e sempre entendidas em processo. Scheiner coloca que “**a Museologia deve ser compreendida como o campo do conhecimento dedicado ao estudo e análise do fenômeno Museu**, enquanto representação da sociedade humana, nos diferentes tempos e espaços sociais”<sup>65</sup>.

Por sua vez, o fenômeno Museu ressurgue indefinidamente sempre que, deixando de lado a mera materialidade de objetos e exposições, por exemplo, este possa suscitar ideias, alavancadas pela memória, pela capacidade de reter ideias, impressões, conhecimentos anteriormente adquiridos, uma característica do ser humano. O Museu seria, assim, "mais que representação, um evento ou acontecimento" - possível de ocorrer a partir de atividades inerentes ao ser humano, fazendo-se presente nas impressões e conhecimentos adquiridos pelo indivíduo ou pelo corpo social.

Conforme Scheiner<sup>66</sup>, após o surgimento da escrita o museu instituído passa a incorporar três traços recorrentes: servir de espaço para reunião dos testemunhos materiais da natureza e do saber humano; constituir-se num local de reflexão e busca do conhecimento e não apenas ser um lugar de fruição cultural; e finalmente, estimular a produção intelectual, vinculado à filosofia e às ciências.

Dentre as várias representações do fenômeno Museu no plano concreto, podem-se identificar exemplos que permitem aos teóricos reconhecer diferentes modelos conceituais de Museu. Um dos vários modelos existentes, o **museu**

---

64 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p.132.

65 Algumas visões da museologia Escola de Museologia - Unirio. Disponível em: [http://www.unirio.br/museologia/escolademuseologia/algumasvisoes\\_1.htm](http://www.unirio.br/museologia/escolademuseologia/algumasvisoes_1.htm). Acesso em 21nov. 2010.

66 SCHEINER, Tereza. Op. Cit., p.21.



**tradicional** tem como base conceitual o objeto, e portanto, sua existência depende da cultura material, de evidências materiais, e na interpretação destes elementos, das suas coleções. É importante lembrar que os objetos também têm por função identificar a noção do tempo, desta forma possibilitando narrar seu percurso na História. Uma boa percepção do museu tradicional pode ser obtida com o Museu do Louvre (1793), erigido a partir do desejo iluminista de espalhar o conhecimento da arte e da ciência; ou com o British Museum (1753), organizado a partir de documentos tangíveis da ciência e da arte. Espaços grandiosos que se sucediam ao gabinete de curiosidades e nos quais objetos e coleções, aliados a lembranças, recordações e formas de expressão e comunicação, dispostos de forma organizada, poderiam provocar sentidos, por meio de explicações configuradas sob a forma de narrativas de mundo.

Prosseguindo no âmbito das categorias teóricas nas quais se inscrevem as diversas possibilidades de museus, e chegando ao século XX, foi a partir das pesquisas de Sigmund Freud com o inconsciente que se possibilitou a criação do **museu interior**; e também o **museu exploratório** <sup>67</sup> - definido pela relação com a exploração da mente e dos sentidos. Mais tarde surge o conceito de **museu de território**, elaborado a partir das teorias da Gaia ciência, formuladas pelo cientista inglês James Lovelock <sup>68</sup>, dando nova interpretação às experiências de museus a céu aberto, já existentes desde o final do século XVIII.

A seguir, complementarmente, realizamos uma abordagem tópica de questões e conceitos ligados ao Museu e à Museologia. Ao longo do curso de Mestrado percebemos que as contribuições para o campo de saber da Museologia surgiram a partir de inúmeros encontros, debates, discussões, teses, antíteses e sínteses, desde a sua gênese aos dias de hoje.

Desta forma, mapeando-se uma parte do desenvolvimento da teoria da Museologia, vamos retornar ao tempo do surgimento do ICOFOM (*International*

---

67 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p.80.

68 A hipótese de Gaia foi sugerida por Lovelock, com base nos estudos de Lynn Margulis, para explicar o comportamento sistêmico do planeta Terra. A Terra é vista, nesta teoria, como um superorganismo. JAMES E. LOVELOCK. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=James\\_E.\\_Lovelock&oldid=24107430](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=James_E._Lovelock&oldid=24107430)>. Acesso em: 21 nov. 2010.

*Committee for Museology*)<sup>69</sup>, oficialmente constituído em 1977, quando as forças político-ideológicas se dividiam entre Estados Unidos e União Soviética, ou seja, em plena Guerra Fria. É neste momento que se inicia o fortalecimento da Museologia como campo teórico.

O Comitê Internacional de Museologia congrega hoje cerca de mil especialistas em museus, pertencentes a dezenas de países e seu foco são as pesquisas e os estudos teóricos de questões filosóficas e científicas envolvendo o universo do Museu e da Museologia. Valiosa instância de reflexão, o ICOFOM espelha o avanço do campo disciplinar da Museologia; seus integrantes, através das reflexões produzidas, aportaram inúmeras contribuições ao campo, agregando com isso identidade ao campo de saber Museologia.

Para detalhar um pouco sobre este vasto e rico campo vamos refletir, a partir de um recorte situado nos anos 1980, sobre autores como George Ellis Burcaw, Judith Spielbauer, professora de museologia e antropologia do Departamento de sociologia e antropologia na Miami University, em Oxford (Ohio, EUA); Tereza Scheiner, professora do Departamento de Estudos e Processos Museológicos da UNIRIO e do Mestrado em Museologia e Patrimônio; e Anita Shah - professora da Osmania University, Hyderabad, Índia - , entre outros, com os quais travamos contato ao longo do curso.

E para espelhar um pouco do que transparecia dos encontros importantes reunindo teóricos do campo da Museologia temos o depoimento de Spielbauer<sup>70</sup>: *"The papers prepared for this symposium demonstrate clearly that while museology is not yet the ideal we all strive for, it is certainly alive, well and growing"*<sup>71</sup>.

Vale lembrar que perto do final do século passado, o patamar tecnológico da época ainda era desprovido de recursos, tais como *internet*, e que por certo era muito difícil a promoção de encontros internacionais para o debate, ou seja, havia razões econômicas, logísticas e operacionais,

---

69 ICOFOM. Disponível em: [http://www.icofom.com.ar/img/icofom\\_header2\\_r1\\_c1.jpg](http://www.icofom.com.ar/img/icofom_header2_r1_c1.jpg). Acesso em 18nov.2010.

70 SPIELBAUER, K. Judith. **Methodology of museology and professional training**. ICOFOM STUDY SERIES NO. ....London, UK. July 1983. p.145

71 "Os documentos preparados para este Simpósio demonstram claramente que enquanto a Museologia ainda não é o ideal, todos nós nos esforçamos para, e ela é certamente viva, está bem e em crescimento" (tradução nossa).

dificultando o congresso. Além disso, as diferentes nacionalidades dos participantes faziam com que congregar todos os pensadores exigisse muito esforço e persistência.

Naquela ocasião do início da década de 1980, o antropólogo americano George Ellis Burcaw<sup>72</sup> afirmava que “museologia é o estudo da instituição Museu como é corrente e profissionalmente compreendido”, ou seja, ele parece moldar um conceito científico a partir do saber prático, do campo profissional.

Ainda com relação ao aspecto prático do campo científico, Spielbauer<sup>73</sup> registra que

Certas disciplinas são relevantes para a prática nas atividades dos museus enquanto outras são afetas à formação e compreensão geral. Estas combinações podem ser vistas como um todo dependendo de quanto cada teoria museológica é vista como uma diretriz de todos os diversos gêneros e formas entre museus e suas respectivas atividades.

Para entender um pouco mais sobre as relações entre Museu e Museologia faz-se necessário deter-nos diante de alguns conceitos abrigados debaixo destas denominações.

Nascido em 1921 na cidade de Houston, no Texas, George Ellis Burcaw se pós-graduou obtendo mestrado de Preservação Histórica e a partir da década de 1940 trabalhou em diversas instituições acadêmicas, como a Universidade de Chicago, a Universidade do Arizona, a Universidade de Paris, a Universidade de Wisconsin, e a Universidade da Pensilvânia, até os anos 1960. Sua experiência incluiu a direção de vários museus americanos. Um de seus livros mais conhecidos é *Introduction to Museum Work*, de 1975.

Ao analisar a ideia de Ciência, Ellis Burcaw<sup>74</sup> afirma concordar com a então definição do ICOM (International Council of Museums), a qual via como bastante útil.

*Museology is the study of the museum institution, as present status and probable future development, as well as the unique responsibilities of the museum to society. These include the*

---

72 BURCAW, George Ellis. s/t. **Methodology of Museology and Professional Training**. ICOM/ICOFOM. **ICOFOM Study Series NO**. London, July 1983. 13p, p.13.

73 SPIELBAUER, K. Judith. In Loc. Cit., p.140.

74BURCAW, George Ellis. In Loc. Cit., p.13.

*museum's role, its priorities, organization, attitudes, toward objects and collecting, and the fundamentals or procedure. Museology defines what a professional, public museum is, why it exists, and how, generally, it operates* 75.

Naquele momento, por volta de 1980, Ellis aborda, numa colaboração bastante estreita entre o ICOFOM e a formação de pessoal, o Museu enquanto Instituição. Ele não acreditava na Museologia enquanto disciplina teórica ou filosófica: discutia se haveria uma ou várias Museologias, se a Ciência ou teoria da Museologia tinha uma razão maior e se esta podia permanecer separada do Museu; e ainda qual o real sentido do de “estar a serviço da realidade”.

Ao raciocinar Museologia enquanto Instituição Museu, dificilmente poderia haver avanços no campo teórico, pensava. Uma Instituição pode/poderia ser objeto de estudo de diversas outras disciplinas, como já o eram, por exemplo, a teoria da Administração, o Direito, a Sociologia, Ciências constituídas. Sendo assim pode-se afirmar que, neste caso, a Museologia como Ciência não se sustentaria, pois que era estudada por outro campo disciplinar, configurando-se uma perda de identidade (uma Ciência necessita de metodologia, de possuir características próprias, que a individualizem).

Diante da perspectiva do tempo, todavia, cabe ressaltar que se o presente trabalho procura discorrer sobre algumas etapas da construção do pensamento Museológico, as colocações de George Ellis Burcaw são significativas porque registram um momento na história da evolução da conceituação sobre Museologia.

Naquela ocasião, Ellis criticou a forma como era empregado o termo **museologia**, que para ele não se aplicava adequadamente aos museus privados, comerciais e amadores então existentes e nem aos museus do passado ou do futuro. Numa demonstração de conservadorismo, dizia que museologia era um termo que se aplicava aos museus contemporâneos. Ou seja, se o termo museologia foi criado, pertence e é necessário ao profissional

---

75 Museologia é o estudo da instituição Museu, no estado atual e provável futuro desenvolvimento, bem como das responsabilidades exclusivas do Museu para com a sociedade. Estas incluem o papel do Museu, suas prioridades, organização, atitudes em direção a objetos e à coleta, bem como seus fundamentos ou procedimentos. A Museologia define o que é um museu público e profissional, porque ele existe e como, em geral, ele opera (tradução nossa).

de museus <sup>76</sup>, não deve ser apropriado por aqueles que buscam a filosofia materialista ou por quem precisa de um nome para sua Ciência.

Sem poder situar ao certo a Museologia como Ciência, Ellis, com bastante dúvida, também se questiona se haveria lugar para uma nova Ciência Social, que alguns teóricos chamavam de museologia e que estaria voltada para a relação do homem com objetos tridimensionais e os vestígios da realidade material, dos quais a Ciência dos Museus seria manifestação ou aplicação prática a serviço da sociedade. Ele arrisca colocar que Museologia não seria mais Ciência de Museu.

O ponto de partida do britânico Geoffrey D.Lewis é uma indagação<sup>77</sup>:

Será que a natureza do trabalho desenvolvido nas instituições museológicas se constitui na soma das pluralidades interdisciplinares ou esta tarefa é baseada num corpo organizado de conhecimentos, que justificaria a autonomia da museologia como disciplina?

Naquele período, Lewis pertencia aos quadros da Universidade de Leicester, Reino Unido, uma reconhecida e mundialmente consagrada escola de Museologia. E apostando na segunda ideia, no conhecimento organizado, possivelmente vislumbrando algum horizonte teórico, o Diretor do Departamento de Estudos daquela Universidade percebe na Museologia uma instância capaz de garantir a coesão e objetividade de sua contribuição à sociedade.

Entretanto, recai no enfoque prático quando formula que num universo complexo como o dos museus, a sistemática museológica foi introduzida para facilitar a organização do conhecimento no campo museológico, simplificando o desenvolvimento e a operação dos trabalhos.

Nas suas posições quanto à Museologia como campo do saber, Lewis se volta para a organização do conhecimento museológico visando o desenvolvimento e a operação deste tema, e relembra que a sistemática museológica poderia ser dividida em:

- Museologia geral, ou a teoria na qual a prática museológica se baseia;

---

76 BURCAW, George Ellis. Methodology of Museology and Professional Training. Op. Cit., p.14.

77 LEWIS, Geoffrey D. The systematics of museology, its application to ICOM's International Committees and the role of ICOM. **Museological Working Papers** 2. 1982. p.1.

- Museologia especial, ou seja, a teoria específica desenvolvida para aplicação em diferentes disciplinas dentro do contexto museológico; e finalmente,
- Museologia aplicada, qual seja, a teoria na prática museológica, ou seja, a museografia.

Lewis parece articular um pensamento envolvendo sistemas hierárquicos, que se iniciam de forma genérica para em seguida buscarem especialização, de tal forma que posteriormente seja necessário estabelecer referências cruzadas e aporte de novos conhecimentos.

Enquanto isso, num estudo comparativo, George Burcaw considerava que a natureza do conhecimento museológico deveria ser pragmática<sup>78</sup>, histórica e filosófica. Para ele, o saber museológico tem larga aplicação e também possui aspectos específicos. Já o conhecimento aplicado da museologia teria um vasto corpo de habilidades, técnicas, método de trabalho, utilização de outras disciplinas, atividades, ocupações e tecnologia.

Resumindo: para Ellis, a museologia define o que é o Museu, enquanto que a museografia, ou seja, a escolha das palavras, dos objetos, dos espaços de uma exposição, aponta como o Museu trabalha.

O conhecimento conjugando aspectos da teoria e da prática parecia ser a tônica das discussões, conforme apontava Spielbauer, indicando que o parâmetro do conhecimento museológico reside na definição inicial de museologia: “É ponto pacífico que se trata de um vasto saber, mesclando teoria e prática”<sup>79</sup>.

A exemplo do que acontecia com a definição de museologia, as dificuldades surgem no nível conceitual da teoria bem como no estabelecimento do papel e relevância das diferentes abordagens teóricas; daí, portanto, os gêneros e formas de conhecimento incluídas na disciplina.

Neste momento, havia muita complexidade e dúvidas em relação aos campos que compreendem o conhecimento museológico bem como ao sistema

---

78 BURCAW, George Ellis. Methodology of Museology and Professional Training. ICOM/ICOFOM. **ICOFOM STUDY SERIES NO....** London, July 1983. 13p.p.20.

79 SPIELBAUER, K. Judith - **Methodology of museology and professional training**. Op. Cit., p.133-145, p.136.

da museologia. Buscavam-se então subsídios em outras áreas de conhecimento e Spielbauer<sup>80</sup> relata que a informação deve ou deveria ser incorporada como fundamento teórico da museologia, conforme já pesquisavam neste sentido outros teóricos, como Ilse Jahn, pesquisadora de museologia da Universidade Humboldt, em Berlim (Alemanha) e o holandês Peter van Mensch, pesquisador ligado à Universidade de Leiden (nos Países Baixos) autores de esquemas que ilustram estas possibilidades.

Dando seguimento ao raciocínio, cabe introduzir uma ponderação sobre a troca de experiências, quando se nota um intercâmbio de informações entre colegas pesquisadores de várias nacionalidades, com efeito sobre a contribuição para o desenvolvimento do campo disciplinar.

A aplicação específica da informação, sua forma e relevância dependem de cada situação específica. Certas disciplinas são relevantes para a prática nas atividades dos museus, enquanto outras são afetas à formação e compreensão geral, declara Spielbauer<sup>81</sup>. Estas combinações podem ser vistas como um todo, dependendo do grau de cada conjunto de ideias. Mas aqui, a teoria museológica é vista como uma diretriz para todos os diversos gêneros e formas de museus e suas respectivas atividades.

Analisando quais os objetivos do saber museológico, Spielbauer aponta um consenso interessante tanto para os objetivos deste conhecimento quanto para a formação profissional. Segundo ela, o conhecimento deve ser orientado para aumentar a compreensão do fenômeno Museu através do desenvolvimento da estrutura teórica que possa ser transferida para a prática museológica. Os objetivos têm um foco no Museu e antecipam o futuro do Museu como fenômeno, como um instrumento social em efetivo crescimento.

Avançando na teorização, anos depois, a pesquisadora brasileira Tereza Scheiner alertaria que o campo de conhecimento da Museologia não deve se basear apenas na prática, ou estar teoricamente subordinado à História ou à Ciência da Informação<sup>82</sup>. A busca de independência, a individualização pode ser

---

80 SPIELBAUER, op. cit., p.140.

81SPIELBAUER, K. Judith - **Methodology of museology and professional training**. Op. Cit.,p.133-145, p.140.

82 SCHEINER, Tereza. **Muséologie et philosophie du changement**. ICOM Study Series. Paris, França: ICOM, v. 8, 2000, p.24.

importante para firmar o campo do conhecimento. Todavia, mais do que isso, outra meta deve ser buscar a oxigenação, vivenciar o processo - postura essa que implica estar conectado em questões emergentes e relevantes para o campo, como o saber que agora vem das redes de comunicação; não se prender apenas ao saber oficial da Academia.

Se, como preconiza Scheiner, o conhecimento não deve estar apenas no âmbito oficial, convém abandonar a ideia de Museu como espaço autorizado/oficial de conhecimento e informação. Em contrapartida, uma das vias sugeridas parece perceber o modelo de instância relacional, onde as coisas estão em processo, em evolução, são dinâmicas.

Historiando a disciplina em sua análise da década de 1980, Lewis <sup>83</sup> aponta a precocidade da Museologia como campo disciplinar, e também constata o fato de estar se constituindo há pouco tempo; todavia, em outra mão, recorda que o campo da Museologia se encontra em busca de caminhos, procurando se afirmar. Pertinente aos primeiros passos de uma marcha, o campo disciplinar Museologia se encontrava diante de um horizonte de dúvidas.

Neste momento, Lewis avalia a existência de um certo relativismo, identificando a Museologia como uma ciência do contemporâneo e não da modernidade: “não se pode ver esta Ciência cheia de certezas” <sup>84</sup>. Exaltando o papel do grupo do qual participava, encoraja: “é justamente neste caminho que o ICOFOM pode contribuir para os museus e seus profissionais” <sup>85</sup>.

Adotando uma postura mais prudente, quase no mesmo período, numa época em que o mundo ainda se dividia entre capitalismo e comunismo, Burcaw não acreditava ainda na museologia como disciplina teórica ou filosófica. Sua visão se baseava em aspectos mais práticos, profissionais, focado no papel e nas responsabilidades que um museu deveria desempenhar junto à sociedade, em detrimento do campo teórico.

Em contraponto, praticamente uma década depois, tangenciando uma visão mais avançada sobre o campo disciplinar, o raciocínio da museóloga

---

83 LEWIS, Geoffrey D. The systematics of museology, its application to ICOM's International Committees and the role of ICOFOM. ICOM. ICOFOM. **Museological Working Papers**, 2. 1982. p.2.

84 Ibidem. p.2.

85 Ibidem, p.2.



francesa Mathilde Bellaigue englobaria *Holos* (o todo), e *Pan* (tudo), para tentar definir papéis no âmbito dos museus, respeitado o devido limite. No contexto da conferência internacional intitulada ECO 92, que reuniu líderes mundiais em busca de soluções para o meio ambiente, no Rio de Janeiro, no ano de 1992, o texto de Bellaigue debatido em Salvador, Bahia (novembro de 1992), ressalva que Museu não é algo que possa englobar tudo, pois essa impressão pode ser transmitida devido ao fato de que o Museu promove interfaces entre disciplinas. Como delimita Bellaigue, “é um todo, mas não é tudo”<sup>86</sup>.

Spielbauer<sup>87</sup> preconizava que a informação deve ou deveria ser incorporada como base do marco teórico da museologia, tais como Jahn e Van Mensch já tinham aventado. A aplicação específica da informação - ponderava Spielbauer -, sua forma e relevância dependem de cada situação em particular. Certas disciplinas são relevantes para a prática das atividades dos museus, enquanto outras são afetas à formação e compreensão geral. Estas combinações podem ser vislumbradas como um todo, dependendo do grau de cada linha teórica museológica. Aqui a teoria é vista como uma diretriz de todos os diversos gêneros e formas entre museus e suas respectivas atividades.

Resumindo suas ideias acerca de realidade, Lewis <sup>88</sup> avaliava que o ICOFOM deveria estabelecer marcos teóricos para a museologia e apoiar seu desenvolvimento. Para tanto, o grupo de trabalho envolvido deveria não só testar hipóteses como também examinar minuciosamente práticas em busca de fundamentos teóricos. Visualizando certa fragilidade no campo da prática, ele alertava também para a realidade de que muitos trabalhos são produzidos empiricamente nos museus, desprovidos de um corpo teórico; portanto, neste sentido, segundo Lewis, a museologia não seria uma disciplina totalmente coerente.

---

86 BELLAIGUE, Mathilde. **O desafio museológico**. Curso bases teóricas de la museologia – documentado. Paris, 1992. Conferência apresentada durante o V Fórum de Museologia do Nordeste, Salvador, Brasil, novembro de 1992. p.5. Tradução de Tereza Scheiner.

87 SPIELBAUER, K. Judith - **Methodology of museology and professional training**. London, UK. July 1983. Op. Cit., p 133-145, p143.

88 LEWIS, Geoffrey D. The systematics of museology, its application to ICOM's International Committees and the role of ICOFOM. Op. Cit., p74.

Mais à frente, aprofundando a observação sobre *real* e *realidade*, o trabalho de Bellaigue<sup>89</sup>, naquele momento atuando como museóloga responsável pelo Ecomuseu da comunidade de *Le Creusot*, na França, desenvolve a questão tomando por base algumas definições da teórica Anna Gregorova, pesquisadora do escritório central de museus e galerias de arte de *Bratislava*, na República Checa, para quem “a museologia é o estudo da relação científica do Homem com a realidade”.

A ideia representava avanços, pois este conceito deslocava a Museologia do campo prático dos museus; porém, ainda suscitava incertezas vez que sobre esta relação se fundamentam outras Ciências, tais como a Psicologia, a Filosofia, a Antropologia Cultural e a Ecologia. Ou seja, apesar de a nova teoria representar um novo patamar, ainda assim necessitava-se aprofundar e individualizar a Museologia.

Esta nova concepção tangenciava a definição do real, a relação entre o Homem e a natureza, o objeto de estudo da maior parte das ciências, entretanto a Museologia realiza isso não de forma fragmentada e sim numa concepção abrangente, no plano material, imaterial, natural e cultural, passado e presente.

Ao final dos anos 1990, Scheiner<sup>90</sup>, aborda a realidade como dobra do real, salientando que “se as coisas se transformam e se o sentido está na relação, o Museu poderá então ser percebido enquanto dobra, enquanto fenômeno, enquanto processo – livre, plural, em permanente e contínua mutação”.

Bellaigue afirma que parte da missão da Museologia seria “elaborar o sentido e as finalidades do Museu”<sup>91</sup>, fazendo uma conexão com as ideias de Z. Z. Stránský, diretor do departamento de museologia do museu moravo de *Brno*, na antiga Checoslováquia, para quem o Museu faz “uma aproximação científica entre o Homem e a realidade”. Nesta concepção mais elaborada, Museu seria um local onde estas questões poderiam ser respondidas ou desenvolvidas.

Stránský foi um dos que mais contribuíram para o campo do saber da Museologia, na medida em que agregou a Filosofia como base para a

---

89 BELLAIGUE, Mathilde. **O desafio museológico**. Op. Cit., p.1.

90 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p.26.

91 BELLAIGUE, Mathilde. **O desafio museológico**. Op. Cit., p.2.

constituição da Museologia, estabelecendo que a musealidade é um aspecto específico da realidade, e com isso impulsionando a Museologia como uma Ciência contemporânea, com cerca de 20 anos de existência. Scheiner comenta:

Consideramos a contribuição de Stránský essencial para a definição dos fundamentos da Teoria Museológica. Não apenas por ter sido o primeiro teórico do ICOFOM a expressar, de maneira aberta, sua convicção de que o Museu é um fenômeno, cujo objeto de estudo é a musealidade/ mas também porque ele nos lembra a todos, que para desenvolver a Museologia é necessário trabalhar com os paradigmas emergentes da Ciência contemporânea <sup>92</sup>

Demarcando uma importante perspectiva, Stránský advertia que “considerar a Museologia como ciência não garante aos teóricos o seu estatuto científico, só possível de obter através da legitimação pelos pares de outros campos do conhecimento” <sup>93</sup>.

Voltando ao pensamento de Bellaigue, faltando a perspectiva do sentido, perde-se substância, o Museu atua como um mero depositário de objetos. Reside neste ponto uma importante crítica: para Bellaigue o Museu apenas dedicado à conservação dos objetos, produz uma fragmentação do conhecimento, uma visão truncada e estilhaçada do real, como a maioria dos campos de saber o realiza. Como uma das conseqüências, poderia afastar o visitante dos museus; assim sendo ela alerta para a necessidade de se fazer uma “conservação dinâmica”<sup>94</sup>.

Visão bastante peculiar e oriunda da outra parte do globo, para a museóloga e consultora indiana Anita Shah a dúvida é como interpretar a realidade sem criar polêmica. Abordando o caso do museu<sup>95</sup> erguidos em homenagem ao marajá *Nizam*, que governou um estado indiano no período que antecedeu a independência da Inglaterra, ela explica que o museu glorifica o

92 SCHEINER, Tereza - **Museu e museologia, definições em processo**. In texto elaborado, a convite, para o livro sobre Definição de Museu, a ser editado pelo ICOFOM. , Rio de Janeiro, novembro de 2005[inédito em português].p.4.

93 STRANSKY, Zibnek, Apud SCHEINER, Tereza. In Op. Cit., p.3

94 BELLAIGUE, Mathilde. **O desafio museológico**. Curso bases teóricas de la museologia – documentado. Paris, 1992. Conferência apresentada durante o V Fórum de Museologia do Nordeste, Salvador, Brasil, novembro de 1992. 7 p. Tradução de Tereza Scheiner. Op.Cit., p.3.

95 SHAH, Anita. The museum as an environment for education and interpretation. ICOM STUDY SERIES, 8. Paris: ICOM, 2000. p.1.

monarca, exaltando seus feitos no sentido do “progresso”, como a edificação de prédios públicos - universidades, hospitais, estações de trens, escolas e outras significativas instituições públicas e sociais. Entretanto, o seu acervo, constituído de doações de chefes de várias instituições e comunidades como prova da admiração pelo marajá, não permite em momento algum conhecer o outro lado daquela realidade. Além disso, existe outro aspecto agravante: o rei muçulmano inflingiu terrores à maioria hindu e esta sombra permaneceu na memória do povo, entre 1947 e 1948, na era *Mahatma Ghandi*.

Uma das questões que se levanta a partir deste exemplo é como interpretar a realidade sem criar polêmica, e aqui se trata de uma dúvida que poderia ser perfeitamente cabível em qualquer museu do planeta. Sendo o museu o espaço onde os museólogos tentam promover a harmonia social e a unidade na diversidade cultural, fica aberta a questão: devemos manipular a história para atingir nossos ideais ou mostrar a realidade nua e crua?

Como interpretar a realidade nesta situação?

O caso, longe de ser raro neste campo, enseja o debate sobre a interpretação da realidade, aspecto nada trivial no contexto museológico - o que comprova a complexidade desse meio, envolvendo as experiências do passado e do presente e a projeção de significados que interagem entre si.

Próximos do final de nossas resumidas considerações teóricas, nos vimos diante de uma representação imaterial que pode remeter justamente à origem.

Nesta relação Museu e Museologia, sendo esta última definida por Scheiner como “o campo do conhecimento dedicado ao estudo e análise do Museu”<sup>96</sup>, encontramos – em nosso entendimento - uma conceituação essencial dentre aquelas que definem as diversas manifestações do fenômeno Museu. Estamos nos referindo ao Museu Interior, que se relaciona com as ideias do austríaco Sigmund Freud, o pai da psicanálise, um estudioso da mente humana, atuante na virada do século 19 para o século 20.

---

96 SCHEINER, Tereza - **Museu e museologia, definições em processo**. Op. Cit., p.9.

Segundo Scheiner, este Museu é a soma de emoções, sensações, dores, alegrias, ou seja, um conjunto de sensações internas que ficam impressas na memória de cada indivíduo, constituindo ao longo de toda uma vida um patrimônio emocional relevante. Vale lembrar que em sua natureza o ser humano é seletivo, e que “apenas memorizamos, documentamos e preservamos aquilo que afeta nossa mente e nossos sentidos, aquilo com o que nos identificamos e através do que nos situamos no mundo”<sup>97</sup>. Museu Interior é aquilo que nos identifica como seres individuais e nos situa no mundo. Incomensurável, volátil, volúvel e em expansão, agrega sonhos, mitos pessoais ou coletivos, memórias do que já se foi, do que foi esquecido, bem como aquelas ocultas. Pode-se inferir então que a soma dos museus interiores forma o museu social, o Museu como conhecemos: “o museu interior é a base fundadora para a constituição de todas as demais formas de museu” (Scheiner)<sup>98</sup>.

Além do Museu Interior, entre as várias outras representações do fenômeno Museu existe o chamado Museu Tradicional, cuja base conceitual é o objeto.

Sua origem remonta ao paleolítico e se desenvolve no tempo, ganhando a forma hoje conhecida a partir do Renascimento, com o gabinete de curiosidades, posteriormente derivado nas coleções dos séculos 15, 16, 17 (de caráter específico, alojando estátuas, medalhística, etc), transformando-se depois, no século 18 num espaço de difusão do saber, como foi o caso do British Museum. No plano brasileiro, podemos citar o Museu Paulista, inaugurado em 7 de setembro de 1895 como um museu de ciências naturais e que mais tarde tornou à sua vocação original de museu histórico<sup>99</sup>. Em sua evolução, o modelo tradicional na sua expressão mais ortodoxa “usa o objeto como instrumento primordial de trabalho e como fonte primária de investigação e de interpretação dos fenômenos, naturais e culturais”<sup>100</sup>, se consolidando em Museu Tradicional Ortodoxo na passagem do século 18 para o 19. Também é conhecido como “museu oficial” ou “acadêmico”.

---

97 Ibidem, p.9.

98 Ibid., passim

99 Museu Paulista. Disponível em: <

[http://www.saopaulo.sp.gov.br/conhecasp/cultura\\_museus\\_paulista](http://www.saopaulo.sp.gov.br/conhecasp/cultura_museus_paulista)>. Acesso em: 8 de jan 2010

100 SCHEINER, Tereza. Apolo e Dioniso no Templo das Musas. Op. Cit., p.65.

Finalmente, chegando ao presente, o perfil deste museu ortodoxo de arte se reflete, por exemplo, no Museu Nacional de Belas Artes <sup>101</sup>. Encoberto pelos oitizeiros plantados na calçada da avenida Rio Branco em frente, o pequeno frontão discretamente incrustado na fachada, é inspirado nos templos gregos ou nos panteões romanos, e sinaliza um museu tradicional ortodoxo. Complementando esta visão, no seu interior as exposições obedecem um roteiro definido, como um circuito, e a concentração das coleções no terceiro piso – sua configuração atual – exhibe núcleos de exposição integrados e delimitados, conjugando no mesmo andar a Galeria de Arte Brasileira Moderna e Contemporânea e a Galeria de Arte Brasileira do Século XIX.

Recordamos que, criado em 1937, por Getúlio Vargas, seu modelo arquitetônico segue o dos tradicionais museus congêneres, com quatro galerias em torno de um pátio interno, com painel mural de azulejos produzido pela artista Djanira. Atualmente, o Museu é ligado ao Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), uma autarquia recente do Ministério da Cultura, sendo que desde a sua origem possui caráter estatal, como, aliás, várias outras instituições museológicas espalhadas pelo país (o paradigma francês).

Marcado pelo embasamento conceitual no objeto, a base de todas as suas coleções, o MNBA acolhe um enorme acervo de artes plásticas, possui especialistas no seu corpo funcional e recebe visitantes. É um produto cultural realçando a contemplação dos objetos musealizados e dentre suas exposições permanentes, atualmente apenas a Galeria Brasileira de Arte Moderna e Contemporânea se encontra aberta ao público.

Porém, é a partir do peso do maior acervo da arte brasileira do século XIX que se pode traçar o seu perfil, ou seja, a coleção - como lembra Scheiner - desenha e consolida a definição conceitual do MNBA<sup>102</sup>. Tornou-se rotina da recepção ouvir visitantes que ao solicitar informações, fazem menção a obras como “A primeira Missa no Brasil”, “Batalha dos Guararapes”, “Batalha do Avaí”, entre outras, integrantes da coleção daquele século.

As coleções do MNBA são agrupadas por períodos, por escolas, muitas

---

101 MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES (Brasil). O **Museu Nacional de Belas Artes**. São Paulo: Banco Safra, 1985. P.7

102 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p.46.

93. Idem. Op. Cit., p.65.

vezes levando em conta o critério cronológico nas exposições que realiza. O acervo de artes plásticas é pesquisado, documentado, conservado, interpretado e exibido por especialistas, para que seja visto pela sociedade, como é o caso da Galeria Nacional do Século 19, no momento passando por obras de reforma e inacessível ao público. O Museu também adquire e promove a difusão de obras que evidenciem a trajetória da produção artística do Brasil e do exterior, possibilitando e fomentando a interação constante e modos de fruição estética desta coleção.

Tocante à sua tipologia, trata-se de um Museu de arte, voltado para a percepção visual do caráter artístico na produção brasileira, principalmente do século XIX, mas com importantes extensões nas dos séculos posteriores. Complementarmente, abriga significativos segmentos de arte estrangeira.

Considerado “um espaço de tradição, um espetáculo, um lugar político, uma promoção social, uma arena para processos de ação sociocultural, uma especulação, uma corporação, uma experiência, bem como alegoria ou metáfora para a explanação, criação e manutenção de outras dimensões de conhecimento”<sup>103</sup>, o museu de arte é um local de múltiplos significados e marcado pela complexidade. Procurando arte, muitos visitantes ao adentrarem o MNBA buscam o encanto do belo, do maravilhoso, entre outros aspectos; e como afirma Scheiner <sup>104</sup>, “Cada visitante é assim um *voyeur* em potencial e pode possuir, pelo olhar, a coisa desejada”.

Cientes de que o objetivo do museu é alcançado ao apresentar obras e promover atividades que buscam uma experiência do visitante para se criar um sentido sobre a mesma, todavia, existem barreiras. Isto porque as coleções só estão acessíveis para aqueles visitantes que puderem ler seus códigos, compreenderem a arte ali exposta a fim de poder fruí-la em maior profundidade. Como ressalta Almeida <sup>105</sup>,

Nas trajetórias dos museus de arte e de ciência, ao longo do tempo, foi se consolidando a noção de que a arte pertence a

---

103.GROSSMANN, Martin. *O Museu de Arte hoje*. Disponível em: [http://forumpermanente.incubadora.fapesp.br/portal/.painel/artigos/o\\_museu\\_hoje](http://forumpermanente.incubadora.fapesp.br/portal/.painel/artigos/o_museu_hoje). Acesso em: 22.05.2010

104 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Op. Cit., p.79.

105 ALMEIDA, A. M.: 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, p.34.

um mundo acima da realidade cotidiana, superior a esta, e só pode ser compreendida por uma minoria iniciada e conhecedora de sua história.

Para muitos estudiosos, nestes locais os freqüentadores vivenciam experiências como as do campo religioso, aquelas nas quais o público medita a partir de uma fruição contemplativa em frente dos objetos, muitas vezes marcados por observações feitas em voz baixa. São momentos nos quais a barreira da educação fica mais evidente, pois muitos consideram

a arte neste ambiente uma manifestação extraordinária da realidade, que escapa ao cotidiano, o que gera nos freqüentadores não familiarizados com este contexto manifestações de inferioridade e até mesmo de desprezo numa atitude defensiva 106 .

Portanto, os museus de arte se tornam bem mais interativos para os freqüentadores com melhor nível de escolaridade e que já estejam habituados ao mundo cultural. Levando-se em conta o baixo nível de escolaridade ainda presente no Brasil, é de se pensar o quanto de trabalho ainda existe no horizonte na procura de novos públicos. Ou ainda, cabe a reflexão: que imensos contingentes de público inatingíveis hoje ainda restam para serem levados aos Museus de arte, e estes, desde que trabalhados, numa relação, poderão ainda muito contribuir para a renovação destes espaços.



## CAPÍTULO 3

### Quando o Museu é notícia

Para quantificarmos o espaço dedicado às mostras temporárias do MNBA realizamos um levantamento de matérias publicadas na imprensa sobre o período de duas das exposições blockbusters acontecidas no Museu, utilizando uma ferramenta – o *clipping* - na tentativa de se detectar alguns dos motivos que provocaram tanta ressonância e os comparamos com o espaço dedicado A outras mostras, como as de acervo da Instituição. Carvalho <sup>107</sup> lembra que, numa breve consulta ao dicionário *Michaelis*, *clipping* é definido como recorte de jornal: “A palavra *clip*, em inglês, quer dizer tosquia, corte”.

O material foi selecionado a partir de originais que se encontram na Biblioteca E Mediateca Araújo Porto Alegre, um local que recebe inúmeros pesquisadores, alunos e servidores da Instituição.

O recorte de tempo englobou o período da mostra do francês Auguste Rodin, que aconteceu entre abril e maio de 1995 e que deu origem ao fenômeno das exposições block-busters no Museu Nacional de Belas Artes. Em seguida nos voltamos para a exposição do espanhol Salvador Dali.

Dos 65 *clippings* examinados no mês de maio de 1995, apenas quatorze – ou seja, pouco mais de 20% - não enfocavam a exposição temporária então em curso. São matérias basicamente concentradas no Jornal do Brasil, O Globo, O Dia, Folha de São Paulo e Revista Claudia. Curiosamente, emulados pelo sucesso da exposição em cartaz no Museu, havia dois anúncios, ambos no jornal O Globo, inspirados na “febre” da exposição Rodin.

Focalizando outros assuntos que não a mostra temporária de Rodin – sempre no mês de maio de 1995 - apuramos uma nota abordando a realização de uma exposição futura do escultor mineiro Aleijadinho (no Caderno B, do Jornal do Brasil); outra sobre o lançamento do projeto de Informatização do Acervo do MNBA (Projeto Simba – ambas no Jornal do Brasil); uma sobre a reforma da Galeria Nacional do Século XIX, um espaço que abriga parte do acervo do Museu (na coluna de Zózimo Barroso do Amaral, no jornal O Globo),

---

107 CARVALHO, Claudia. **Manual prático de assessoria de imprensa**/Claudia Carvalho, Lea Maria Aarão Reis – Rio de Janeiro: Eisevier, 2009. 119 p. p. 23

e mais seis outras matérias sobre mostras temporárias, em cartaz ou inaugurando.

Além destas, identificamos uma matéria sobre o empréstimo de obras de arte, duas sobre acervo, uma de assuntos gerais envolvendo o Museu, além de outra referente a um empréstimo de obras do acervo do Museu para o Tribunal de Contas da União (TCU - no Caderno D, do jornal O Dia).

Em outra etapa, envolvendo a exposição do espanhol Salvador Dali, realizada nos meses de março, abril e maio de 1998, sucedendo a mostra recordista de público do francês Claude Monet <sup>108</sup>, obtivemos outra correlação de dados.

Nesta pesquisa foram analisados 104 *clippings*, enquadrados majoritariamente em março e abril, porém registrando também uma pequena parcela de recortes abrangendo os meses de janeiro e fevereiro, em matérias anunciando a realização da exposição Salvador Dali nos meses posteriores, daquele ano.



Figura 7. “A Madona de Port Lligat” (1949, Salvador Dali)

---

<sup>108</sup> Exposição com público de 432 mil visitantes, segundo dados fornecidos pela administração do MNBA.

De todo este conjunto de recortes verificado, apenas dois *clippings* – cerca de 2% do total - se voltavam para outras exposições temporárias ocorridas no mesmo período dentro do Museu, que não a mostra Dali.

Como por exemplo, na Revista Programa, do Jornal do Brasil (27/03/1998), foram noticiadas exposições paralelas à de Salvador Dali com a utilização de acervo do MNBA (mostras “Universo Fantástico” e “Sonho e Fantasia”), inspiradas no tema do surrealismo. A outra menção foi sobre uma exposição intitulada Arte do carnaval, no informativo Cultura Hoje, do Ministério da Cultura (em março/1998).

O restante - cerca de 98% dos *clippings* verificados -, conforme levantado no conjunto de jornais como O Globo, Jornal do Brasil, Tribuna da Imprensa, Gazeta Mercantil, Jornal dos Sports, além da Revista Veja Rio, Revista Veja, revela que o foco se voltou unanimemente para a cobertura da exposição do gênio do surrealismo.

Sob outro ângulo, observamos no noticiário pesquisado uma predominância de matérias de inclinação favorável à exposição na mídia do Rio de Janeiro, muito embora tenham sido publicadas críticas quanto ao nível das peças exibidas, conforme matéria na Revista Veja (25/03/1998), ou seja, na imprensa paulista. Além desta, um mini-editorial do jornal O Globo<sup>109</sup> também reconheceu a ausência de obras mais conhecidas do autor espanhol, mesmo tendo elogiado a exposição no seu todo:

Neste comentário sobre a mostra de Salvador Dali com referências às exposições anteriores nos mesmos moldes, podem-se notar menções a algumas das características da indústria cultural e sobre a massificação, como afirma Barbero<sup>110</sup>:

E essa será a ‘forma’ da arte produzida pela indústria cultural: identificação com a fórmula, repetição da fórmula. Reduzida a cultura, a arte se fará ‘acessível ao povo como os parques’, oferecida ao desfrute de todos, introduzida na vida como um objeto a mais, dessublimado.

---

109. OPINIÃO. **O Globo**. Rio de Janeiro. 3 de abril de 1998: [...] Finalmente, se dúvidas ainda restam sobre a importância de trazer ao Rio mostras como as de Rodin, Monet e Dali, é só comparar os originais com as reproduções à venda nas lojinhas de souvenir dos próprios museus ou nas livrarias. É uma educação para os olhos.

110 MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008, p.76.

A partir deste recorte de matérias, obtemos uma mostra do reflexo de política cultural desenvolvida na gestão da diretora Heloisa Lustosa, com grande ênfase na visibilidade. Notou-se forte apoio da mídia, que detectou um novo comportamento do público- como espelha a matéria “O filão de Rodin” (Jornal do Brasil, não paginado)<sup>111</sup> - bem como oportunidades de consumo no circuito da arte. A exposição de Auguste Rodin fez emergir igualmente a questão da formação de novos públicos para a Arte, e também um dado muito interessante: o custo da exposição se pagou com a bilheteria, fato bastante raro no país.



Figura 8. Fila para ver Rodin (1995)

Por outro lado, conferiu-se menor espaço da mídia dedicado às exposições permanentes da Instituição.

Lembramos que nesta avaliação é importante considerar o efeito multiplicador da mídia reverberando estas exposições e seus reflexos no afluxo

---

<sup>111</sup> CÔRTEZ, Celina. O Filão de Rodin. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 24 de maio de 1995. “Numa cidade que idolatra a praia e a vida noturna e não costuma transformar exposições em *points*, a fila que tem se formado ao redor do Museu Nacional de Belas Artes (MNBA) é de espantar.”

de visitantes que procuram o Museu Nacional de Belas Artes, acrescidos do poderoso reforço de anúncios destas exposições temporárias nas emissoras de televisão, como as citadas.

Por causa da grande repercussão e do alcance do veículo televisão, nos foi sugerido pela pesquisadora Tereza Scheiner, durante a qualificação, analisar a influência deste meio de comunicação junto às mostras permanentes de sucesso nos anos 1990.

Dentro da mídia televisão, os telejornais - da TV Globo, desfrutando de maior audiência - foram eleitos como objeto de análise em nossa pesquisa porque funcionam como expressão diária e coletiva de representação e construção da realidade. Além do que o telejornal é o produto de informação de maior impacto na atualidade. Para efeito de contagem, o tempo dedicado a cada matéria foi medido em segundos.

Assim, foi com grande esforço, envolvendo a conversão de fitas VHS para DVD – muitas em precário estado de conservação - que pudemos analisar os *clippings* eletrônicos sobre duas mostras temporárias-simbolo dos anos 1995 e 1998, responsáveis pelo grande fluxo de público ao Museu Nacional de Belas Artes. As falas de apresentadores dos telejornais ou dos entrevistados foram dispostas em resumos, como poderá ser observado mais à frente.

Diante da impossibilidade de se examinar todo o conjunto de *clipping* eletrônico das diversas mostras em cartaz no Museu naquele período, fizemos um recorte analisando primeiramente a exposição de Auguste Rodin, um marco na vida cultural da cidade do Rio de Janeiro, como corroboram as matérias dos telejornais. Em seguida, nos debruçamos sobre o material da exposição do colombiano Fernando Botero, que atraiu 52 mil visitantes<sup>112</sup>.

Em outra consideração sobre o veículo televisão, uma pesquisa do Instituto Vox Populi, encomendada pelo Grupo Máquina - uma das maiores agências de comunicação corporativa integrada do país - aponta este veículo como a principal fonte de informação do brasileiro<sup>113</sup>, enquanto o rádio (a título

---

112 Dados fornecidos pela administração do MNBA

113 Máquina da Notícia. Pesquisa. Disponível em: <[HTTP://www.maquina.inf.br](http://www.maquina.inf.br)> Acesso em: 2 dez 2009. A pesquisa ouviu 2.500 pessoas, entre 25 de agosto e 9 de setembro, maiores de 16 anos, no Distrito Federal e nas regiões metropolitanas de Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. O objetivo: identificar como o brasileiro se informa hoje em dia e qual o seu comportamento na frequência de consumo de mídia - especialmente após o surgimento e consolidação da *internet* como fonte de informação e

de curiosidade) é o veículo com maior credibilidade, com uma margem mínima de vantagem sobre a *internet*, que aparece em segundo lugar na preferência, dentro desta enquete.

Alias, sobre este veículo, o pesquisador Muniz Sodré coloca que

[...] de um modo geral, a mensagem da televisão assim como a do rádio – visa uma universalidade (atingir a todo e qualquer receptor indistintamente), em que “A busca de um suposto denominador comum, que renda o máximo de aceitação por parte do público, preside à elaboração da mensagem” 114

### EXPOSIÇÃO RODIN, EM 1995:

- Telejornal: RJ TV (matutino) - dia 11/04/1995 - tempo: 34 segundos

Resumo: “O público poderá ver a escultura mais famosa de Rodin, O pensador”

- Telejornal: Jornal da Globo (noite) - dia 11/04/1995 - tempo: 72 segundos

Resumo: enfoque no transporte de obras, sob olhar dos técnicos franceses. É a primeira vez que as obras de Rodin chegam ao Brasil. **“No lugar de obras pouco visitadas, o público vai poder ver obras de Rodin”** (o grifo é nosso)

- Programa Vídeo Show (programa vespertino) - dia 13/04/1995 – tempo: 100 segundos.

Resumo: Uma oportunidade única de ver as obras, que só saíram de Paris uma vez antes.

- Telejornal: Jornal Nacional (noite) - dia 17/04/1995 – tempo: 120 segundos, ou 2 minutos.

Resumo: Um grupo de convidados especiais visitou a mostra, como o ministro da Cultura, Francisco Weffort e Roberto Marinho, com dona Lily

---

relacionamento. O Vox Populi perguntou qual é o meio preferido dos entrevistados para se informar. Como primeira opção, a TV lidera com 55,9% [...].

114 SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. 8ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1980. p.62

Marinho, que declara “**vamos promover a vinda de escolas e alunos de todas as idades**”. (grifo nosso)

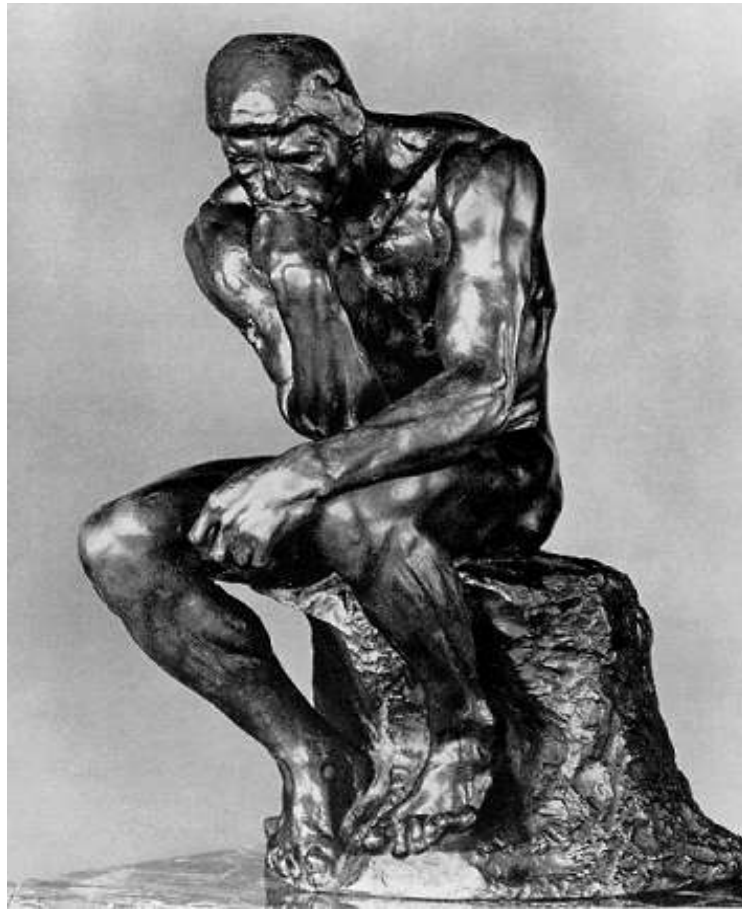


Figura 9. “O pensador”, de Rodin

- Jornal da Globo (noite) - dia 17/04/95 – tempo: 110 segundos  
Resumo: Ênfase no “O pensador” (a famosa escultura) e enfocando o jantar do Comitê organizador da exposição na casa de Roberto Marinho, com a presença do ex-presidente Jose Sarney.
- Bom dia, Rio (matutino) - dia 19/04/95 – tempo: 108 segundos  
Resumo: Entrevista com Romaric Buel (francês, um dos organizadores da exposição) que diz “a exposição é importante para todos os públicos, deficientes visuais, é uma exposição didática. Rodin é o maior escultor do mundo”. O encerramento desta edição do telejornal exhibe imagens da exposição.

- RJ TV (matutino) - dia 19/04/95 – tempo: 120 segundos, ou 2 minutos  
Resumo: registra a abertura da exposição, com uma pequena fila na porta. É feito um “ao vivo” entrevistando a então diretora Heloisa Lustosa.
- RJ TV 2ª edição (vespertino) - dia 19/04/95 – tempo: 126 segundos  
Resumo: **Público fascinado com a exposição** (grifo nosso). São esperadas 40 mil pessoas até o final da mostra. O interesse dos brasileiros surpreendeu o francês Jacques Vilain, curador da exposição.  
Obs. nesta fala do apresentador podemos introduzir o conceito de ressonância, conforme tratado por Gonçalves <sup>115</sup>: “[...] É preciso responder por que essas representações feitas por meio de objetos materiais continuam a exercer sua magia e despertar fascínio sobre as pessoas”.
- Jornal Nacional (noite) - dia 19/04/95 – tempo: 17 segundos
- RJ TV (matutino) - dia 08/05/95 – tempo: 75 segundos  
Resumo: Cegos do Instituto Benjamin Constant visitam a exposição Rodin. A atriz Cristiane Torloni faz um laboratório na exposição tocando as peças.
- Bom dia, Rio (matutino) - dia 26/05/95 – tempo: **420 segundos, ou 7 minutos** (grifo nosso)  
Resumo: A mostra de Rodin é o maior evento cultural do ano, bateu todos os recordes de público: são milhares de pessoas, seis mil por dia. Um fenômeno, **o custo da exposição já foi pago com a bilheteria. O grande público começa a se interessar pela arte.** (grifo nosso) O sucesso de público, expectativas foram superadas.  
Qual a razão do sucesso? (Neste momento falam dois convidados deste programa: Luis Sergio Bittencourt, pelo MNBA, onde era coordenador-técnico, e Cláudio Vasconcelos, pelo CCBB). O representante do Centro Cultural Banco do Brasil afirma que a exposição trouxe obras conhecidas, como “O pensador” e “O Beijo”.  
A entrevistadora da TV Globo indaga se a divulgação ajudou. Diz ele: “Certamente, Rodin foi muito divulgada pela mídia, o público passa a saber

---

115 GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro: IPHAN/DEMU, 2007. p.100. Col. Museu, memória e cidadania.



o que acontece na vida cultural da cidade. Vasconcelos termina dizendo que “a exposição Rodin é um marco cultural no Rio de Janeiro”.

- RJ TV (matutino) - dia 26/05/95 – tempo: 107 segundos  
Resumo: Ao vivo no local. Mais de 200 mil pessoas devem visitar a exposição Rodin. O número de visitantes por dia no MNBA é maior do que o registrado no Museu Rodin, em Paris, que é de quatro mil/dia. Tem **gente que espera 3 horas na fila**(grifo nosso) O horário de visitação foi estendido.
- RJ TV (matutino) - dia 27/05/95 – tempo: 23 segundos  
Resumo: A exposição Rodin é um sucesso: 15 mil visitantes por dia.
- Bom dia, Rio (matutino) - dia 29/05/95 – tempo: 88 segundos  
Resumo: Último dia da mostra. A fila dá volta em dois quarteirões. O carioca se mobilizando para ver um movimento cultural como esse, tem uma **Via Sacra** dentro do museu para ver as obras de Rodin (grifo nosso).  
Obs: poderemos relacionar o magnetismo da exposição, apontado neste trecho, com o que comenta Scheiner<sup>116</sup>: “Esses museus grandiosos funcionam um pouco como locais de peregrinação e culto, recebendo diariamente multidões que para ali se deslocam para comprovar, pela presença, a evidência do maravilhoso”
- Jornal Nacional (noite) - dia 29/05/95 – tempo: 80 segundos, ou seja, um minuto e vinte segundos.  
Resumo: Rodin se despede do Rio. O MNBA bateu recorde de visitação, em 40 dias de exposição foram 226 mil visitantes.

**Total de minutos de matérias sobre a exposição Rodin veiculadas, apenas na TV Globo: cerca de 26 minutos, ou 1.600 segundos.**

Aos nossos olhos, um dos grandes ganchos utilizados na divulgação da mostra Rodin foi o ineditismo da presença de tantas obras do autor no Brasil,

---

116 SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas**. Museu: gênese, ideia e representações na cultura ocidental. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro/Escola de Comunicação. Rio de Janeiro, 1998. p.29.

afinal é sabido que a mídia aprecia a novidade. Além disso, a qualidade do material exibido, bem com a presença de alguns dos seus trabalhos mais conhecidos, sendo que “O pensador” monopolizou as atenções. Posteriormente, com o sucesso da exposição, as próprias filas de visitantes passaram a alimentar as pautas, pois nunca se observara até então igual fenômeno na história mais recente do MNBA.

### EXPOSIÇÃO FERNANDO BOTERO, EM 1998



Figura 10. “O banheiro”, Fernando Botero (1989)

- RJ TV (matutino) - sem data – tempo: 110 segundos  
Resumo: Desencaixotamento das obras de arte, a conferência das peças pelos restauradores do Museu Nacional de Belas Artes
- Bom dia, Rio (matutino) - sem data – tempo: 87 segundos  
Resumo: Botero é um apaixonado por formas arredondadas. Valor das obras, cerca de US\$ 2 milhões, cada pintura.
- RJ TV (matutino) - sem data – tempo: 105 segundos, ou seja, 1 minuto e 45 segundos

Resumo: Ao vivo, falando da sensualidade das formas de Botero. Quem pesar mais de 100 kg não vai pagar entrada, prometem os organizadores da exposição (essa promoção, com uma balança colocada no saguão de entrada do Museu, foi usada como estratégia de atração do público para a mostra).

- Vídeo Show (programa vespertino) – duas notas - sem data – tempo total: 18 segundos
- RJ TV (matutino) - sem data – tempo: 130 segundos, ou 2 minutos e 10 segundos

Resumo: As obras de Botero nas ruas, suas esculturas ficam perto do público, algumas delas foram colocadas na calçada do MNBA. O telejornal finaliza exibindo obras de Botero sendo alocadas na calçada da rua Araújo Porto Alegre. Depoimento da diretora Heloisa Lustosa, que diz que a obra de arte vai ao encontro do público.

**Total da contagem de minutos da exposição Fernando Botero, apenas na TV Globo - 7 minutos e 30 segundos, ou seja, 450 segundos.**

Em nossa análise, os ganchos utilizados pela mídia na mostra Botero envolveram a exibição das formas arredondadas das obras de arte expostas, tangenciando o imaginário do público. O artista colombiano sempre trabalhou a questão do volume em suas obras, porém, aqui ficou conhecido como o “pintor das gordinhas”. Também fez sucesso a promoção inusitada, num museu de arte, envolvendo a colocação de uma balança no saguão de entrada do Museu para abonar o ingresso de eventuais visitantes acima de 100 kg. Outro dado importante foi a interessante ideia da colocação de esculturas gigantescas nas calçadas do entorno do Museu, um procedimento pouco usual (muito embora isso fosse desejo do artista colombiano) e que gerou muita repercussão na mídia. Lembramos que na ocasião surgiu uma pequena polêmica envolvendo as obras do artista expostas ao ar livre, porque poderiam ser depredadas ou manchadas por spray.

Na tentativa de traçar um quadro de políticas culturais, metas e objetivos alcançados, julgamos interessante abrir espaço para avaliações das gestões dos dois ex-diretores Museu Nacional de Belas Artes enfocados no período desta pesquisa.

Todavia, como Heloisa Lustosa e Paulo Herkenhoff se encontram em litígio judicial há tempos<sup>117</sup>, privilegiar um lado e deixar o outro de fora poderia comprometer o resultado final do trabalho - motivo pelo qual decidimos consultar fontes secundárias, colhendo impressões sobre o perfil administrativo dos ex-dirigentes e conseqüências para o afluxo de freqüentadores ao Museu, por meio de pesquisa nos veículos de mídia impressa, tanto jornal quanto revista, a partir dos arquivos de *clippings* da Biblioteca do Museu.

Igualmente, por falta de tempo hábil para organizar e estudar os milhares de *clippings* daqueles períodos de administração – os dois ex-diretores somados representam 15 anos de direção do MNBA - caberá maior centimetragem de mídia impressa para a diretora Heloisa Lustosa em relação a Paulo Herkenhoff. Isto, de certa maneira, reflete uma proporcionalidade, porque o tempo de gestão da professora mineira foi de 12 anos, enquanto que o crítico Paulo Herkenhoff, permaneceu como diretor do MNBA por apenas três anos.

Assim avaliava a diretora Heloisa Lustosa, em entrevista para a Revista *Veja*<sup>118</sup>:

Quando cheguei ao museu, em janeiro de 1991, ele estava reduzido a 2.000 metros quadrados de galerias. Hoje temos 10.500 metros quadrados e perspectivas de crescer, porque estamos com elevadores novos que vão permitir o acesso à cúpula. Não havia visitantes, no início dos anos 90. Com grandes exposições internacionais que abrigamos, chegamos a ter picos de 15.000 visitantes por dia.

Outra ênfase da ex-dirigente era na visitação, uma preocupação constante. Por exemplo: em artigo no *Jornal do Brasil*<sup>119</sup>, Heloisa discorria sobre o perfil dos estudantes que freqüentavam o MNBA:

---

117 ANGEL, Hildegard. Outra bela em litígio. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 22 de março de 2006.

118. Diretores de Museus do Iphan no Rio de Janeiro fizeram para *Veja Rio* um balanço de suas gestões. **Revista Veja Rio**. Rio de Janeiro. 15 de janeiro de 2000).

119 LUSTOSA, Heloisa Aleixo. MNBA em segurança. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. Caderno B. 15 de julho de 2003.

O mais raso nível de freqüência dos visitantes', citado por Wladimir (referindo-se ao ex-diretor executivo adjunto, Wladimir Alves de Souza, no período da administração do prof. Alcídio Mafra de Souza, antecessor de Heloisa Lustosa), e que permanecia quando assumi a direção, foi elevado a 15 mil pessoas/dia em alguns eventos especiais e mantido em altos índices permanentes, especialmente estudantes das redes pública e particular.

Sobre a sua visão de política cultural, a ex-diretora afirmava na entrevista que deu para a uma revista feminina<sup>120</sup>:

A meta era a preservação do acervo. Meta inquestionável, mas não o seu limite. Preservar obras, colocando uma redoma em cima, é uma visão equivocada. Um museu como esse é um investimento enorme, pelo prédio, acervo de mais de 15 mil obras, algumas ultrapassando individualmente US\$ 1 milhão. Tudo isso é muito dinheiro que sai do contribuinte. Portanto, é importante que ele veja resultado

A esta podemos agregar outras:

Estaríamos certos realizando mega-eventos ou estariam com razão aqueles que os catalogaram como 'síndrome blockbusters'? Mais uma vez acredito que estamos no bom caminho de uma instituição pública. O Museu Nacional de Belas Artes tem que estar comprometido, antes de tudo, em servir ao público, como um todo. Os mais ricos, usando seu poder aquisitivo, terão acesso a todas as oportunidades que os museus do mundo inteiro lhes oferecem. Trazer, aos que não tem essas possibilidades, o mesmo, parece-nos uma decisão inquestionável. Para que os blockbusters ou 'mega-eventos' sejam verdadeiramente acessíveis a todos, vamos continuar com ingressos baratos e gratuidade aos domingos [...] Sem dúvida, o grande responsável pelo encantamento definitivo junto aos cariocas foi a exposição Rodin. Fenômeno que surpreendeu até mesmo o mais otimista dos integrantes da equipe de trabalho, Rodin empolgou, emocionou, contagiou o povo de uma tal maneira que virou uma verdadeira febre: não se falava de outra coisa. Grupos de artistas plásticos se reuniram para entender a magia e, muito importante, quebrou-se a barreira de que a iniciativa privada não deveria apostar em grandes eventos de artes plásticas. E aí, outra descoberta: era possível convencer o povo de que havia mais essa alternativa para o programa de domingo <sup>121</sup>.

---

<sup>120</sup> Lustosa, Heloisa Aleixo. Temos que mudar a tradição do brasileiro de não visitar museus. **Revista Mulher de Hoje**. Rio de Janeiro. ed Bloch, s/data, possivelmente final dos anos 1990.

<sup>121</sup> Lustosa, Heloisa Aleixo. Um museu popular. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 12 de abril de 2000.

Este momento da administração de Heloisa Lustosa no caminho da popularização e de resultados, pode ser inserido dentro do que afirmou Canclini <sup>122</sup>:

A maior criatividade que pode ser observada nos museus é a arquitetônica, poucas vezes museográfica ou museológica. A agonia das vanguardas, a errática inovação estética e a escassez de novas ideias a respeito da função do museu tentaram ser resolvidas transformando-o em centro cultural ou social, onde as artes visuais convivam com livros, espetáculos, vídeos e recursos digitais multimídia...não é clonável em muitos países.

A visibilidade do MNBA emerge a partir das mostras temporárias, que contribuíram para a dessacralização da Instituição, conforme artigo publicado na revista Mulher de Hoje <sup>123</sup>:

Não era reconhecido como museu e não participava de eventos internacionais. O grande desafio era torná-lo conhecido. Ousei. Fiz aqui a semana Leslie, em 1995. Os desfiles de moda foram sucesso; milhares de matérias em jornais citaram o museu. Foi a maior divulgação que poderíamos desejar. Acabamos com a impressão de que o prédio era uma igreja e colocamos obras na entrada. Mas só depois da exposição das esculturas de Rodin pude pegar um táxi, pedir Museu Nacional de Belas Artes e ouvir: 'O do Rodin'.

Aqui observamos um dado curioso, o fato de que a diretora tenha se valido de um artista francês, no caso Rodin, para iniciar o processo de popularização do Museu Nacional de Belas Artes. O que enseja uma pergunta: **por que a arte estrangeira encanta mais do que a daqui?** (grifo nosso)

Enquanto isso, contraditoriamente, é sabido que em muitos países do exterior as mostras temporárias não alcançam tanto êxito como as que exibem o acervo <sup>124</sup>:

Em 1995, por exemplo, o Louvre, com seus Rembrandt, sua "Mona Lisa" e suas múmias, contabilizou 4 milhões de visitantes, **dos quais apenas 75 mil interessaram-se pelas exposições temporárias.** Mesmo em instituições como o MOMA (em Nova York) que dão maior ênfase às curadorias, a

---

<sup>122</sup> Garcia Canclini, Nestor. **Leitores, espectadores e internautas**; tradução Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008. p. 66.

<sup>123</sup> LUSTOSA, Heloisa Aleixo. Temos que mudar a tradição do brasileiro de não visitar museus. Op.Cit.

<sup>124</sup> A arte no vazio. **O Globo**. Rio de Janeiro. 15 julho 2001.

primazia é a prata da casa; a sala que ostenta as “Demoiselles d’Avignon”, de Picasso é quase uma Meca. (grifo nosso)

Marca de toda a sua administração, Heloisa Lustosa permaneceu muito voltada para a visitação, não dispensando recursos para atrair os freqüentadores, incluindo os de menor idade <sup>125</sup>:

Na mostra Monet expusemos caricaturas, óleos sobre tela do Museu Marmotan (Paris) e do Museu de Arte de São Paulo (MASP), obras dos amigos de Monet e uma réplica da sala de jantar do artista. A sala multivisão, com projeção de slides sobre a História da Arte e a vida do artista foi fundamental. Transmitiu todas as informações necessárias para o melhor entendimento do que estava sendo exposto. Pretendo que o leigo entre no museu, seja bombardeado com tal carga de informação que, ao deixar o espaço, não seja mais leigo[...] A sala multimídia foi criada porque sabemos que o computador é material de trabalho da geração atual. A sala Lineia falava a linguagem das crianças. Elas se encantaram, e a recordação de uma visita ao museu será tão agradável que vão querer voltar. O brasileiro não tem a tradição do interesse em visitar museus e cativar as crianças é a possibilidade que temos de mudar isso.

Por sua vez, esta visão mais abrangente das potencialidades de uma mostra traz proximidade com as conclusões de Desvallés: “O uso das mais avançadas tecnologias como forma de expandir as possibilidades de expressões museológicas é uma tendência mundial” <sup>126</sup>.

Em outro trecho da mesma entrevista à Revista Mulher de Hoje, a ex-diretora retorna o foco para o visitante, “Para estender a capacidade visual de apreensão dos visitantes, que permaneciam cerca de quatro horas no museu, criamos um restaurante e cafeterias. Assim, foi possível interromper a visita e retomá-la depois”.

Por outro ângulo, a gestão cultural do Museu lembrava padrões da iniciativa privada, em sintonia com o momento global de redução da presença do Estado: “**Minha visão de gerenciamento empresarial é respaldada pelo Ministério da Cultura** (grifo nosso) e estou planejando grandes exposições de artistas brasileiros”, declarou à publicação Mulher de Hoje.

<sup>125</sup> LUSTOSA, Heloisa Aleixo. Temos que mudar a tradição do brasileiro de não visitar museus. Op.Cit.

<sup>126</sup> DESVALLÉES, André. **ICOFOM Study Series 19**. 1991. p. 37-45.

Depois de ter deixado a direção, ela respondeu aos ataques que lhe dirigia o então diretor Paulo Herkenhoff escrevendo um artigo no Jornal do Brasil (“MNBA em segurança”, em 15 de julho de 2003), comentando como enfrentou a questão orçamentária: “Na falta de recursos disponíveis, buscamos na iniciativa privada, como em tantos outros projetos assim realizados, a verba necessária para a sua concretização”. Ou seja, dentro do quadro de inexistência de uma política que amparasse a Cultura, a solução adveio da iniciativa individual, mesmo com as conseqüências, conforme apontou Canclini <sup>127</sup>:

Um terceiro fator que desanimou a criatividade foi a atrofia do mecenato estatal e dos movimentos artísticos independentes na cultura. As políticas privadas e públicas reconfiguradas sob critérios empresariais preferiram em vez da originalidade que aspire criar seus receptores, a capacidade de retorno dos investimentos feitos em espetáculos e exposições. Cada vez pergunta-se menos o que traz de novo essa obra ou esse movimento artístico. Interessa saber se esta atividade se auto-financia, gera lucros e prestígio para a empresa que a patrocina.

Sobre o foco do MNBA, a entrevista da diretora<sup>128</sup> delineou:

Quando comecei meu trabalho aqui, eu pensei qual seria a vocação natural da Instituição. Tendo sido escola antes de museu, identificamos de imediato uma vocação natural para o ensino, para projetos didáticos. Eu achei importante manter isto. Por exemplo, a coleção do Século XX de arte brasileira não era tão representativa quanto a do século XIX. Nós, então, suprimos as lacunas através da doação dos artistas. E, pensando no futuro, criamos a Galeria do Século XXI para os artistas contemporâneos que, no final do milênio, trabalham técnicas que estarão presentes no início do próximo século.

E complementando, planejava: “[...] vamos manter nossa proposta de proporcionar ao visitante do Museu Nacional de Belas Artes uma visão panorâmica da história da arte, desde suas raízes até os nossos dias” <sup>129</sup>.

Quando traça o perfil do visitante, pode-se notar o peso da experiência de uma atenta observadora:

---

<sup>127</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. **Leitores, espectadores e internautas**; tradução Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, p.36. 2008.

<sup>128</sup> MACHADO, Marco Antonio. Museu Nacional de Belas Artes. **Jornal do Comércio**. Rio de Janeiro. 19 de maio de 1997

<sup>129</sup> LUSTOSA, Heloisa. Um museu popular. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 12 de abril de 2000.



[...] o público brasileiro, em geral, não tem muito acesso às informações. É um público que pode ser facilmente manipulado por marchands, por pessoas interessadas em vender alguma coisa e tirar proveito neste universo complexo que é o da arte. Então, se você tem uma instituição que usa de rigor técnico na seleção de seus eventos, esta instituição está prestando enormes serviços. Não passa por mim a ideia de dizer que o que exponho é bom.

Finalmente, num balanço da sua administração, delineou <sup>130</sup>:

A imagem de prestígio e confiabilidade do museu no Brasil e no exterior tornou possível a realização de grandes eventos nacionais e internacionais. Museus absolutamente exigentes em termos de segurança de suas peças, como o Prado e o Louvre, entre tantos outros, cederam obras e deixaram registrados elogios aos técnicos do museu,

Em outro sentido, o crítico Paulo Herkenhoff lamentava muito o quadro que encontrou no MNBA, onde fora precedido por Heloisa Lustosa. Numa entrevista ao jornal Estado de Minas<sup>131</sup>, logo após sua chegada ao comando do Museu, declarou: “O Império colecionou melhor do que a República Velha, melhor do que a que temos hoje. A última aquisição importante se deu no governo Sarney [...] Eu chego ao museu no final de março, com a sensação de ter chegado tarde”. Concluindo, ele definiu o MNBA como “um moribundo maquiado”.

Ao criticar o período da direção anterior, conforme a entrevista seguia,

Mas há grande precariedade técnica a ponto de botar em risco o patrimônio. Não sei se a situação é muito diferente da de Ouro Preto. Para ter ideia, não há brigada anti-incêndio, mas há quatro curtos-circuitos por ano. Choveu a 15 centímetros de um quadro de Velásquez. O compromisso ético de uma geração é receber um acervo, cuidar e legar as próximas gerações em melhor estado,

O ex-diretor parecia reverberar um discurso corrente sobre patrimônio histórico:

---

<sup>130</sup> LUSTOSA, Heloisa Aleixo. MNBA em segurança. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 5 de julho de 2003.

<sup>131</sup> MOURA, Rodrigo. Museu Nacional garimpa doações. **Estado de Minas**. Belo Horizonte, Minas Gerais. 7 de abril de 2003.

Nas narrativas de preservação histórica, a imagem da perda é usada como uma estratégia discursiva por meio da qual a cultura nacional é apresentada como uma realidade objetiva, ainda que em processo de desaparecimento<sup>132</sup>

A falta de recursos chamou sua atenção, conforme publicou o periódico mineiro: “A situação orçamentária do museu é ridícula”. Como resposta à situação, doou algumas obras de arte, “a primeira peça foi uma gravura de Louise Bourgeois. As primeiras doações de arte brasileira já aparecem: Alex Flemming doou uma peça. Emanuel Nassar também. São obras dos anos 80 e 90, o que confere espessura histórica”<sup>133</sup>.

O setor educativo parecia ser uma das prioridades, e para isso não escondia metas ambiciosas: “meu plano é trabalhar com 700 mil crianças da rede municipal de ensino”, fechava a entrevista ao periódico da capital mineira<sup>134</sup>.

Concedendo entrevista a um jornal carioca<sup>135</sup>, o diretor capixaba expressava sua preocupação com aspectos da função museológica, dentro da Instituição que passou a dirigir: “É preciso rever tudo. O museu precisa de estudos, de pesquisas e também de bons transportes”. E definia sua política: “Para mim o museu vale por sua coleção. E o MNBA tem o valor de possuir a maior coleção de arte do Brasil. O que pretendo é justamente valorizar este acervo e diminuir as exposições temporárias”.

Ao final da matéria, foram alinhadas as metas principais do plano diretor de Herkenhoff, das quais destacamos:

1. Transformar o prédio numa máquina museológica do século XXI, definindo espaços que possam dar fluxos a seqüência de andamento do museu, com a reconstrução da sala de reservas técnicas de papel [...].
2. Definição da política cultural do museu, ou seja, ampliar o acervo [...] No século XX tem muitas lacunas para serem vistas. E já estou bem perto de conseguir um título de Ismael Nery [...].
3. As exposições vão partir do acervo. E a arte brasileira será tratada com mais prioridade. O museu vai ser transformar num espaço real e não num hotel de exposições itinerantes.

---

132 GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **A Retórica da Perda**: Op. Cit. P.107/108.

133 MOURA, Rodrigo. Museu Nacional garimpa doações. Op. Cit.

134 Ibid.

135 ARAÚJO, Roberta. Transformação: palavra de ordem. **Tribuna da Imprensa**. Rio de Janeiro. Tribuna Bis. 17 e 18 de maio de 2003.

4. [...] Antes o museu ser um recipiente passivo. Sou um diretor que conheço a questão museológica, penso e discuto sobre arte. Quero dar ênfase ao museu em todas as suas unidades.

A falta de verbas que permeou a administração de Heloisa Lustosa mereceu outra perspectiva aos olhos da então estreante administração de Herkenhoff, conforme registrava a um jornal paulista de prestígio<sup>136</sup>:

Já estão suspensos os aluguéis dos espaços para atividades estranhas à vida do museu. A partir do apoio político que tenho recebido até aqui, sou otimista com relação a recursos, pois creio que ao contar com um plano diretor saberei o que propor e quanto vai custar. Vejo recursos para o fundamental no orçamento da União e vontade de agir do MinC, as possibilidades da Lei Rouanet e um certo aceno da prefeitura do Rio. Não estou constrangido com a falta de verbas, pois minha prioridade é melhorar imediatamente as condições básicas de segurança do museu.

Na seqüência, o diretor lançava dados sobre a política cultural do novo governo: “Compartilhar o acervo do MNBA com o Brasil não é nem mesmo uma escolha, é uma recomendação da política cultural do Presidente Luis Inácio Lula da Silva” <sup>137</sup>.

Por fim, como neste capítulo estamos abordando questões relativas ao planejamento, metas, avaliações e política cultural de dois ex-dirigentes de um dos mais importantes museus de arte brasileiros, cabe sublinhar um interessante prognóstico sobre o universo das artes plásticas. A avaliação está contida na introdução de uma pergunta da experiente jornalista Maria Hirszman - do jornal O Estado de São Paulo -, ao diretor Paulo Herkenhoff: “A história da arte brasileira mais parece uma colcha de retalhos. Especialistas em século 19 não dialogam com modernistas, que por sua vez têm pouca sintonia com os contemporâneos” <sup>138</sup>.

Como comparativo, apresentamos a seguir um breve resumo de planos ou ações da atual diretora do MNBA, a museóloga Monica Xexéo, lembrando

---

<sup>136</sup> HIRSZMAN, Maria. Os planos para o Museu Nacional de Belas Artes. **O Estado de São Paulo**. São Paulo. 6 de maio de 2003.

<sup>137</sup> Ibid.

<sup>138</sup> Ibidem, passim

que são transcorridos mais de cinco anos desde o início das obras de reforma do edifício do MNBA<sup>139</sup>.

[...] A ideia é atrair mais público para o museu, considerado um dos mais importantes do país. Entusiasmada com os planos para o futuro da casa, a diretora Mônica Xexéo espera ampliar o público que visita o espaço no ano que se inicia, além de tornar o MNBA uma referência nacional.

[...] Estamos preparando, na programação de 2010, uma série de atividades. Queremos qualificar o museu como o principal museu público do nosso país.

[...] Uma das realizações do MNBA em 2010 será o projeto *Nicho Contemporâneo* onde obras na fachada do prédio chamarão a atenção dos visitantes e passantes na Cinelândia, no centro do Rio. O projeto está previsto para o mês de maio.

[...] Ainda com a verba concedida pelo programa, o museu está recuperando a portaria e os banheiros de dois andares do prédio histórico e preparando audioguias em três idiomas (português, inglês e espanhol), disponíveis ao público a partir de abril.

Em busca de outras vozes para somar ao volume de informações oficiais/técnicas apuradas em nossa pesquisa, conformando assim um perfil mais rico para o nosso estudo, voltamos os olhos para aqueles funcionários que desempenharam um destacado papel - muito embora tenham estado quase que invisíveis nos meandros das exposições -, para o sucesso das chamadas exposições *block-busters* do MNBA.

Uma destas foi a museóloga Maria José de Oliveira, falecida recentemente, que trabalhou no setor de exposições temporárias do Museu entre 1994 e 2004, período em que vivenciou as mostras de Salvador Dali e Fernando Botero, entre inúmeras outras:

Foi uma coisa grande, ficamos felizes, deram importância para os montadores das exposições. Me senti gratificada profissionalmente. Os curadores tinham uma boa convivência com o pessoal das exposições temporárias, dávamos sugestões a eles. Aquele período representou uma valorização do MNBA, culturalmente foi um upgrade. Os funcionários passaram a ser mais reconhecidos profissionalmente, mas não teve o retorno financeiro.

---

139 BRITO, Julia. Museu de Belas Artes comemora 73 anos com exposições e projetos. **Imprensa RJ**. Disponível em: <<http://www.imprensa.rj.gov.br/detalheNoticiaMetropolitana.asp?ident=56478&flag=Noticia>>. Acesso em 01 de fev 2010.

Outro veterano servidor, atualmente afastado do Museu, o museólogo Carlito Rodrigues, também integrou o setor de exposições, de 1997 até 2004. Abaixo reproduzimos suas respostas a algumas das questões de nossa pesquisa:

- O que as grandes exposições temporárias da década de 1990 trouxeram para o MNBA?

Modificaram a ideia que a população tem a respeito do MNBA ser um mausoléu, levando diversas camadas sociais, principalmente os jovens, a ter um contato direto com obras importantes, que até então eram vistas apenas pelas camadas privilegiadas que podiam pagar uma viagem à Europa.

- Em sua opinião, o que elas acrescentaram?

O Rio de Janeiro passou a ser um local onde os curadores passaram a olhar com mais atenção. A fome do nosso povo por cultura foi um fator fundamental na escolha do circuito dessas exposições itinerantes. As filas gigantescas em torno do MNBA de visitantes foram extremamente significativas para os organizadores e seus patrocinadores. Penso que foi um legado para nossa população, acrescentando saber e uma experiência fundamental para nossos jovens estudantes e toda população, principalmente do Rio de Janeiro.

- No seu entendimento, estas mostras foram positivas ou negativas para a imagem do Museu? “Positivas”.

- Por quê?

Parte do corpo técnico do MNBA deixou de ser ortodoxo com a parceria dessas organizações. Aprendemos com essas intervenções uma museografia contemporânea, que serviu para orientar nas transformações técnicas necessárias para atrair o visitante, que passou a achar que Museu é também local de lazer, alegria, além de conhecimento.

- Você acha que o acervo do Museu, ficou relegado durante as grandes mostras, como Dalí, Rodin, Monet, Botero, etc?

Essas mostras internacionais, além de atraírem os estudantes brasileiros, o público do interior e de outros estados, chamaram atenção do MNBA para a América Latina e para o Mundo. O interesse internacional transformando o espaço do MNBA como uma opção dentro do circuito de mostras fora do eixo tradicional dos EUA e Europa.

- Você poderia resumir a sua visão sobre aquele tempo?

Foi um período áureo, além dessas mega-exposições, eram organizadas exposições de artistas como Miguel Barceló, Sorolla, Cascella e dos brasileiros Guignard, Inimá de Paula, João Câmara, Loio-Pérsio entre outros. Questionaram a infraestrutura do MNBA, para tantas mostras, mas era a receita um número elevado de visitantes. Toda semana tinha uma abertura de exposição. O MNBA estava definitivamente nas páginas dos principais jornais, era uma referência cultural. Esse tempo foi uma grande experiência, uma troca de informações. Alguns até torciam por um incêndio e com a mudança da Direção, acabaram transformando o MNBA num canteiro de obras, e por pouco sem autorização do IPHAN, não levantaram no pátio do MNBA uma obra faraônica para a reserva técnica.

Atendendo as ligações que chegavam ao Museu, promovendo uma importante interlocução com o público, Alessandra Lima, 34 anos, prestou serviço como telefonista entre novembro de 2007 e outubro de 2009 e assim respondeu às nossas questões:

- Com relação às ligações para o Museu no seu tempo, eram mais para elogiar ou reclamar?

Quando comecei a trabalhar as pessoas reclamavam da falta de informações sobre a programação, da mudança de horários das exposições, do horário de funcionamento da biblioteca, de galerias estarem fechadas, da reforma do prédio. Porém, em 2008, diminuíram as reclamações.

- E por que diminuíram?

Em 2008, quando melhorou a comunicação, via *internet*, pelo site do Museu, quando os funcionários passaram a saber da programação e avisavam o público, quando começou a abrir galerias com exposições no Museu.

- Quais eram as perguntas mais freqüentes nas ligações que faziam para o Museu?

Queriam saber das exposições temporárias, sobre a reabertura da Galeria do Século XIX. A maioria das ligações era pela manhã. As pessoas entravam no site e ligavam para confirmar. Eu acho que a maioria das ligações era feita por adultos, por turistas de fora do Rio, como Santa Catarina, Minas, do Nordeste e de São Paulo também. Alguns ligavam do interior do estado do Rio, como Petrópolis. Muitas pessoas estavam a trabalho no Rio e queriam conhecer o Museu.

## CAPÍTULO 4

### Pesquisa

Tendo por objetivo levantar dados que possam comprovar uma carência de ressonância das mostras permanentes junto aos visitantes, em nosso estudo de caso procedemos à realização de uma pesquisa qualitativa de público.

A pesquisa qualitativa não precisa gerar resultados que sejam representativos (isto é, válidos para toda uma população), ou, de fato, replicáveis apenas porque não se tem como recriar as mesmas circunstâncias da pesquisa uma vez após a outra – muita coisa está mudando dentro e fora da pesquisa. Um papel crucial da pesquisa qualitativa é o de criar o ambiente adequado no qual as ideias possam surgir e então se desenvolver e florescer. Deveriam ser dados todos os estímulos para que o inesperado viesse à tona. Isto se pode alcançar estabelecendo uma tensão: entre, de um lado, percorrer-se laboriosa e meticulosamente tudo o que os respondentes dizem e fazem e, de outro, ficar-se alerta para algo bastante novo, do qual os respondentes talvez ainda não tenham percepção em um nível consciente<sup>140</sup>.

Por sugestão os do antropólogo Helio Silva, nosso consultor à época - um pesquisador com larga experiência neste campo - optamos por fazer uma pesquisa de público no MNBA englobando cinquenta formulários, divididos entre vinte e cinco entrevistas com freqüentadores do Museu e outros vinte e cinco com os que não freqüentam.

Para definir este perfil de não freqüentadores, recorreremos a uma autora que há décadas desenvolve nos EUA estudos de avaliação em museus, pesquisando os motivos que levam o público a visitar estes espaços. Segundo Marilyn Hood<sup>141</sup> apurou no Museu de Arte de Toledo (EUA), tendo por base a assiduidade, podem-se visualizar três segmentos de público: os que visitam museus ao menos três vezes ao ano e que constituem os freqüentadores; os

---

140 Traduzido de: Wells, Stephen. **Wet towels and whetted appetites or a wet blanket?** The role of analysis in qualitative research. *Journal of the Market Research Society*, 33(1): 39-44. Stephen Wells. conf. material didático. MBA Marketing Coppead/UFRJ.2001.

141 ALMEIDA, A. M.: 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. 41. 2005.

eventuais, que ocorrem aos museus uma ou duas vezes anualmente; e por fim, o “não- público”, as pessoas que ficam até dois anos sem entrar num museu (todavia, conforme Almeida, ressalve-se que “no que se refere ao Brasil<sup>142</sup>, cabe a dúvida sobre a adoção da categoria de não-visitante para quem não foi a um museu por dois anos, tal como empregada pela autora sobre a comunidade de Toledo”).

Desta forma definimos os não freqüentadores como aquelas pessoas que visitam um museu (no Brasil) menos de três vezes nos últimos dois anos. Não importando se no mesmo período tenham ido a museus no exterior.

A fim de produzir dados e estatísticas primárias acerca do visitante do Museu, tomamos por base, em parte e com as devidas adaptações, o modelo de questionário aplicado na pesquisa de Marcia Carvalho<sup>143</sup>, a última neste gênero realizada no MNBA de que temos notícia. Assim, para poder traçar o perfil sócio-econômico e cultural do visitante do Museu, consideramos, entre outras, variáveis demográficas, econômicas, espaciais (moradia, tempo de casa até o museu, meio de transporte que o visitante usou para chegar ao museu), informativas (freqüência com que o visitante lê jornais e revistas, como o visitante lê jornais e revistas), como o visitante ficou sabendo da existência do museu.

Em nossa pesquisa não foi feita aplicação do teste piloto. Tentamos definir, por exclusão, a faixa de público que os museus não atendem, a fim de criar bases para uma política de incremento de visitação(o não visitante).

Os dois questionários produzidos foram divididos em três temáticas: perfil do visitante/do não-visitante; o relacionamento destes com o MNBA; e uma avaliação dos serviços e acessibilidade do Museu.

Na pesquisa com os não freqüentadores de museus, utilizamos instrumentos como *internet* ou telefone. O grupo selecionado, em sua maioria, tinha proximidade com o entrevistador, e cerca de 10% das pessoas

---

142 Cabe aqui lembrar o trabalho pioneiro no campo da pesquisa de público em museus no Brasil, desenvolvido em nível de pós-graduação pela pesquisadora Maria Cristina de Souza Silva, na década de 1980.

143 CARVALHO, Marcia M. **Perfil dos visitantes do Museu Nacional de Belas Artes**. Estatística Aplicada. Relatório final de curso. Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE. Rio de Janeiro. 1994.



entrevistadas foram eleitos de forma aleatória. Para compor o formulário utilizado em nossa pesquisa, partimos de variações do modelo aplicado por Bourdieu na pesquisa III e IV, bem como de modelos empregados na análise das entrevistas<sup>144</sup>. Houve ambivalência de questionários, ou seja, o mesmo questionário foi adaptado para utilização junto aos dois tipos de público enfocados na enquete.

Gostaríamos de colocar ainda outras observações sobre este trabalho.

Trata-se de uma pesquisa quantitativa, com maioria de perguntas fechadas e algumas abertas, que funciona como uma amostragem simplificada do universo de visitantes do MNBA. Esta enquete revelou tendências que caso necessário, podem ser aprofundadas em outro trabalho no futuro.

Entre os itens da pesquisa, listamos a posse de telefone celular, haja visto que este aparelho tem se tornado um grande adversário dos gastos com o consumo da cultura e do lazer, pois dependendo da faixa social a que pertencem as pessoas despendem um volume razoável de recursos na manutenção de suas contas, que depois acaba se refletindo na disponibilidade monetária limitada para outras atividades de lazer.

A enquete com os freqüentadores aconteceu em novembro de 2009 e teve como alvo visitantes do Museu durante alguns dias da semana, e vale lembrar que para realização destas entrevistas não contamos com o auxílio de assistentes. Remetemos formulários por *e-mail* para 80% dos não freqüentadores; para o restante 20%, utilizamos o telefone, e o trabalho foi concluído em dezembro de 2009.

Na enquete realizada dentro do MNBA o público foi escolhido aleatoriamente, ou seja, não tínhamos noção da classe social, bairro, ou local de residência. Tentamos manter certo equilíbrio no quesito idade, para evitar concentrar todos os consultados num só grupo. Turistas estrangeiros não foram entrevistados.

Bourdieu<sup>145</sup> nos lembra que

---

144 BOURDIEU, Pierre. **O amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Universidade de São Paulo; Zouk.,2003.

145 Ibidem p.30.

[...] além disso, uma amostra aleatória refere-se, em geral, a uma população-mãe bem definida e de dimensão bem delimitada enquanto o público virtual dos museus não tem limites precisos, nem espaciais, nem temporais, aliás, teoricamente, um museu pode recrutar seus visitantes na escala do universo. Daí, resultam riscos de distorção – de resto, mínimos – e uma certa limitação intrínseca da precisão de qualquer pesquisa relativa ao público dos museus

Finalmente, tentamos seguir a diversidade igualmente ao ouvir os não-freqüentadores. Apesar de terem aceitado submeter-se à sondagem, alguns visitantes e não-visitantes não responderam a determinadas questões.

Observamos que por ocasião da realização da nossa pesquisa o Museu sediava a exposição temporária intitulada “O mundo mágico de Marc Chagall – o sonho e a vida”. Para o esforço de divulgação, a mostra contou com o serviço de assessoria de imprensa, ou seja, divulgou-se com alvo em mídia espontânea. Além deste setor do MNBA, trabalhou-se conjuntamente com uma empresa de comunicação contratada pelo patrocinador, a Fiat Automóveis. Não houve verba para anúncios ou comerciais na mídia escrita, e eletrônica, o que poderia ter amplificado significativamente a repercussão da exposição

Diante deste quadro insuficiente, sugerimos em contrapartida uma ação de divulgação utilizando os *folders* impressos sobre o evento junto à rede de concessionárias Fiat na cidade do Rio de Janeiro. A ideia era aproveitar a grande capilaridade dos pontos de venda e a presença de clientes, freqüentadores, ou eventuais compradores de veículos para divulgar a mostra em cartaz no MNBA.



Figura 11. “Ao meio-dia, o verão” (1961, litografia, Chagall)

Inaugurada em Belo Horizonte, a exposição Chagall obteve um público de cerca de 57 mil visitantes na capital mineira<sup>146</sup>, enquanto no Rio de Janeiro (ver imagem de obra abaixo) chegou a contar mais de 20 mil visitantes, tendo sido a exposição temporária que registrou maior público no MNBA, em 2009.

Marc Chagall (Moshe Zakharovitch Shagal) nasceu em 06 de julho de 1887, num bairro de judeus pobres de Vitebsk, na Bielo-Rússia, àquele tempo pertencente ao Império Russo. Um dos pioneiros da Modernidade, participou das grandes transformações das Artes Plásticas no início do século XX, tornando-se um dos mais notáveis artistas de seu tempo. Apesar do intenso convívio com as tendências de vanguarda, a arte de Chagall adquire contornos pessoais desde a juventude. Desde cedo, sua expressão seguiu caminhos singulares.

A título de comparação, no gráfico abaixo, podemos observar uma relação de outras exposições temporárias de peso no MNBA<sup>147</sup>.

---

146 **Base 7**. Disponível em: < //http://www.base7.com.br/noticia/index/0/. Acesso em 28 jan 2010.

147 Dados fornecidos pela administração do MNBA.

Período	Público das Grandes Exposições	
	Exposição	Visitantes
1997	Claude Monet	432.000
1998	Salvador Dalí	250.000
1995	Auguste Rodin	226.000
2002	História em Quadrões	141.000
2000	Guignard	60.000
2002	Espanha do Século 18	54.010
1998	Fernando Botero	52.000
2000	Mostra Brasil + 500 Redescobri	49.591
1994	Antigüidades de Freud	25.000
2009	Marc Chagall	20.000
1994	Toulouse Lautrec	15.000
	<b>TOTAL</b>	<b>1.324.601</b>

Figura 12. Gráfico de visitação das grandes mostras temporárias

Num capítulo à parte, consideramos importante nos deter sobre uma das exposições temporárias citadas no gráfico acima, pois a mostra “História em Quadrões” obteve recorde de público<sup>148</sup> para exposição de um autor brasileiro, no caso o desenhista Mauricio de Souza. Fruto de uma pesquisa de dez anos, a exposição “História em Quadrões”, apresentada originalmente no MNBA entre 3 de março e 21 de abril de 2002, provocou tanto sucesso que acabou prorrogada até 19 de maio, totalizando dois meses e quinze dias de exibição. Na concepção do artista Mauricio de Souza, o objetivo era parodiar grandes clássicos da pintura universal, incluindo relevantes artistas nacionais.

Considerado o autor de maior sucesso na história em quadrinhos brasileira, Mauricio de Souza interpretou grandes nomes artísticos, utilizando para tanto em suas composições a pintura acrílica, uma técnica que possui brilho e força e que transmite grande vibração.

O público pode ver 47 quadros e uma escultura, parodiando “O pensador”, de Rodin, além de concepções de obras consagradas de artistas estrangeiros como Renoir, Van Gogh, Monet, Michelangelo, entre outros. Representando o imaginário brasileiro, foram copiados trabalhos de Portinari, Di Cavalcanti e Anita Malfatti.

<sup>148</sup> Dados fornecidos pela administração do MNBA.

Promovendo um bem sucedido entrelaçamento entre o *cartoon* e as artes plásticas, Mauricio de Souza logrou grande êxito em atrair nada menos do que 140 mil pessoas, o dobro de público de uma mostra anterior sediada no mesmo museu - a de Alberto da Veiga Guignard - um nome consagrado da arte nacional, e que recebeu 60 mil visitantes.

Oriunda de São Paulo, a exposição itinerante dos “Quadrões” contou 230 mil visitantes na Pinacoteca<sup>149</sup>. Um dos objetivos delineados pelos organizadores era o de apresentar as crianças ao conhecimento e às obras de arte, contribuindo para a formação de público. Meta atingida, ao circularem pelo MNBA, as crianças puderam ver outras obras do acervo, o que pode explicar porque uma das paródias de maior sucesso foi a da “Primeira Missa no Brasil”, a gigantesca e emblemática tela de Vitor Meireles.

Introduzindo o público infantil no universo da pintura e da escultura, nos espaços do MNBA, a exposição possibilitou um fascinante passeio pela história da arte, do Renascimento italiano até o Modernismo brasileiro. Sublinhando um aspecto importante, o caráter didático da curadoria contemplou a presença inspiradora da reprodução do trabalho original ao lado de cada paródia em exibição.

Conforme a jornalista Cleusa Maria noticiou<sup>150</sup>, a mostra “História em Quadrões” foi o recordista de público nos últimos 10 anos (período 1992/2002) no Museu Nacional de Belas Artes. Para se ter uma noção, a reinterpretação dos clássicos por Mauricio de Souza foi tão bem sucedida que ao longo da exposição temporária houve dias da semana em que mais de 6 mil pessoas circularam pelas galerias do MNBA.

Retornando à pesquisa de campo, vale lembrar que naquele período de realização da mostra Chagall, o MNBA apresentava uma exposição permanente, com seu acervo de obras reunido na Galeria de Arte Brasileira Moderna e Contemporânea, que exhibe obras de Portinari, Di Cavalcanti, Tarsila do Amaral, Pancetti, Iberê Camargo, entre vários outros.

---

149 **Base 7**. Disponível em: < //http://www.base7.com.br/noticia/index/0/. Acesso em 28 jan 2010.

150 MARIA, Cleusa. Informe de Arte. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 26 de agosto de 2002.

Durante uma boa parte do período da exposição Chagall, o acesso ao Museu foi gratuito, decisão tomada pela Direção da Instituição em função de problemas com a manutenção do ar condicionado em algumas galerias.

Em paralelo, dentro da exposição Marc Chagall havia um módulo com obras de artistas brasileiros que foram direta ou indiretamente influenciados pela sua arte, ou seja, nomes como Cícero Dias, Santa Rosa, Ismael Nery e Lasar Segall.

A exposição *O mundo mágico de Marc Chagall – o sonho e a vida* ocupou nada menos do que cinco salas do MNBA, tendo sido realizada entre 16 de outubro e 6 de dezembro de 2009. O horário de funcionamento da Instituição não foi modificado enquanto a mostra foi exibida, ou seja, de terça a sexta das 10h até 18h e aos sábados, domingos e feriados, das 12h até 17h.

#### 4.1 Perfis

Disposto de uma maneira simplificada, devido ao tamanho restrito desta amostragem, passaremos a descrever um perfil básico do visitante que foi entrevistado no Museu. Entre os objetivos desta enquete está o de aprimorar a divulgação e incrementar a visitação. Apresentamos abaixo alguns resultados obtidos:

- A maioria de visitantes entrevistados foi do sexo feminino;
- A faixa etária mais freqüente foi de pessoas entre 21 a 30 anos de idade (28%).

Pode-se inferir que neste segmento, o público manteve contato com varias das novas tecnologias, ou mídias, e portanto pode ser sensível a novas linguagens que possam ser exibidas nas exposições de arte. Que as pessoas neste extrato etário estejam mais receptivas, mais abertas às inovações. Podemos observar também que a segunda faixa predominante foi a de 41 a 50 anos – uma corrente de pessoas mais maduras, integrantes, em parte, do fenômeno demográfico intitulado “*Baby boomers*”<sup>151</sup>, ou seja, aqueles que

---

151Baby boomers na terceira idade. Disponível em: < galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17184/1/R2014-1.pdf>. Acesso em 07 jan.2010.

nasceram nos anos do pós-Segunda Guerra Mundial(entre 1946 e 1964) - conforme podemos notar no gráfico a seguir.

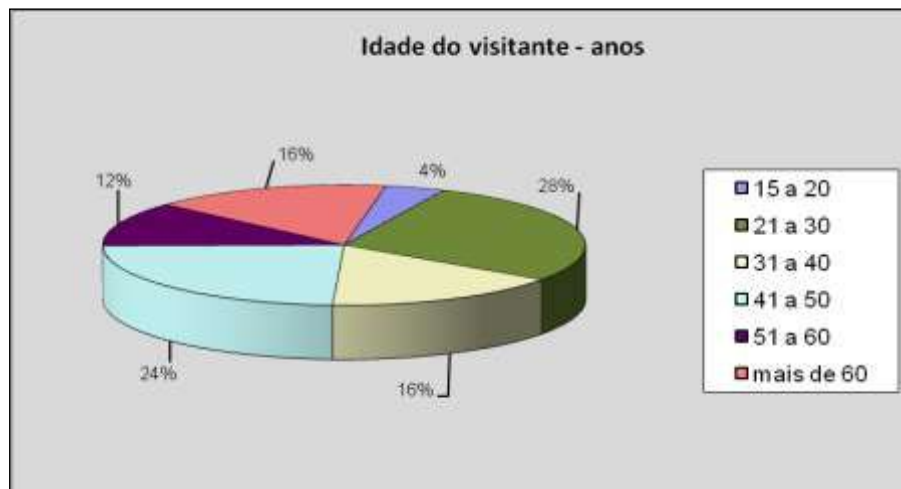


Figura 13. Faixa etária dos visitantes

- Quanto ao estado civil, foi apurado um percentual de 50/50 entre os visitantes “casados + união estável” e “solteiros/separados/viúvos”, denotando certo equilíbrio entre os grupos “acompanhados” e “sozinhos”:

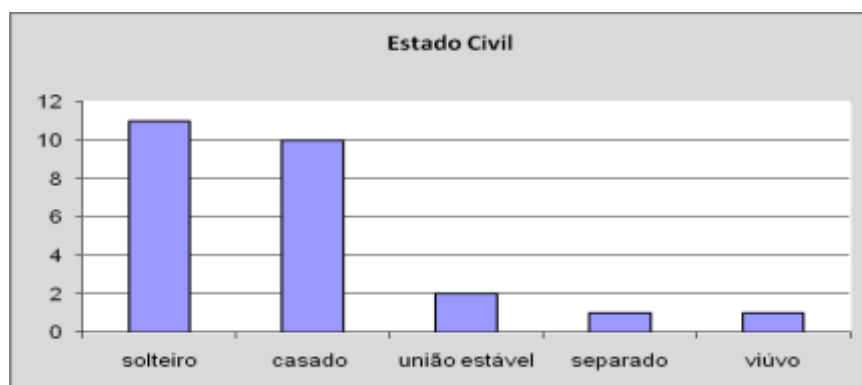


Figura 14. Estado civil dos visitantes

- A maioria (72%) mora com o cônjuge ou com pais ou parentes;
- 72% dos ouvidos nesta amostragem declararam não ter filhos e, entre os que têm filhos metade já os levou a um museu;
- As classes de renda que mais sobressaíram foram:
  1. Renda individual - 32% na faixa de R\$ 931 a R\$ 1.860,00; 24% na faixa de R\$ 6.976,00 a R\$ 11.625,00

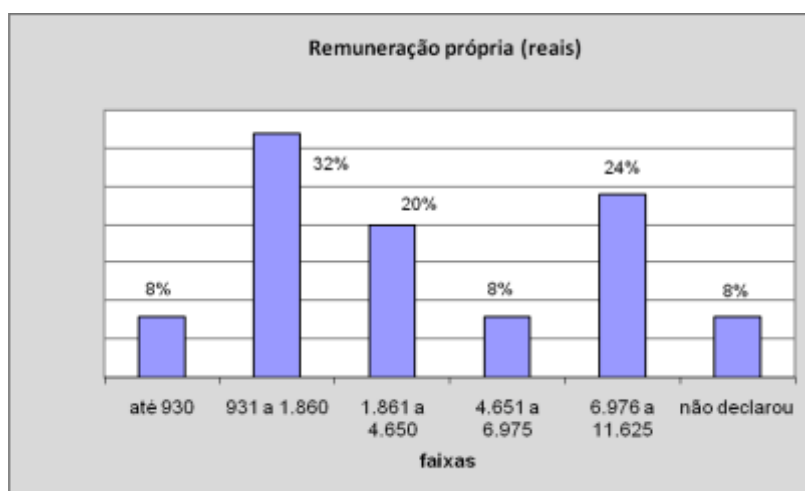


Figura 15. Faixas de remuneração

2. Renda familiar – prevaleceu a faixa de R\$ 6.976,00 a R\$ 11.625,00.

Obs. segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV)<sup>152</sup>, os integrantes da classe AB no Brasil são aquelas pessoas situadas na faixa salarial familiar acima de R\$ 4.807,00.

- Na questão da empregabilidade, 84% dos entrevistados exercem atividade remunerada;
- Sobre escolaridade, a enquete aponta que 92% dos entrevistados possuem nível superior ou pós-graduação. Isso nos leva a crer que o freqüentador do MNBA possui boa renda média associada à alta escolaridade.

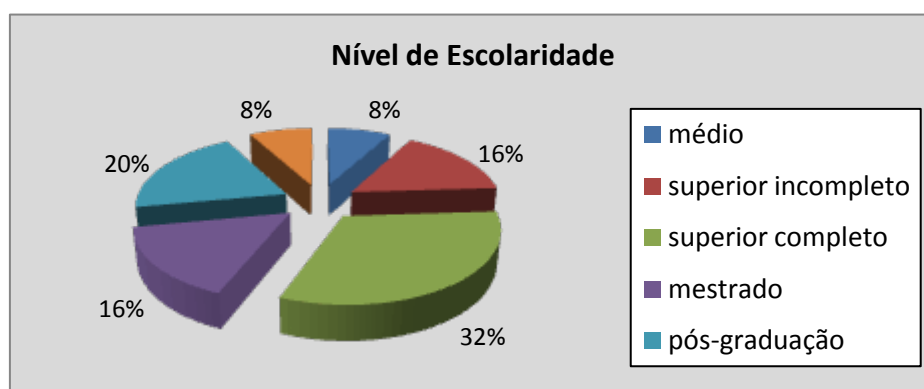


Figura 16. Nível de escolaridade

152 FGV. Disponível em: <http://www.fgv.br/cps/crise> Acesso em 07 jan 2010.



- Sobre hábitos e atitudes, podemos inferir que:
  1. O freqüentador costuma se informar através de jornal, revistas, rádio, televisão e *internet*.
  2. Possui celular e gasta mais de R\$ 50,00 por mês
  3. Apesar da disseminação do uso da *internet* para busca de informações, a leitura de jornal tradicional/ impresso é uma unanimidade. Sendo que a maioria lê jornal diariamente, conforme pode ser observado no gráfico a seguir

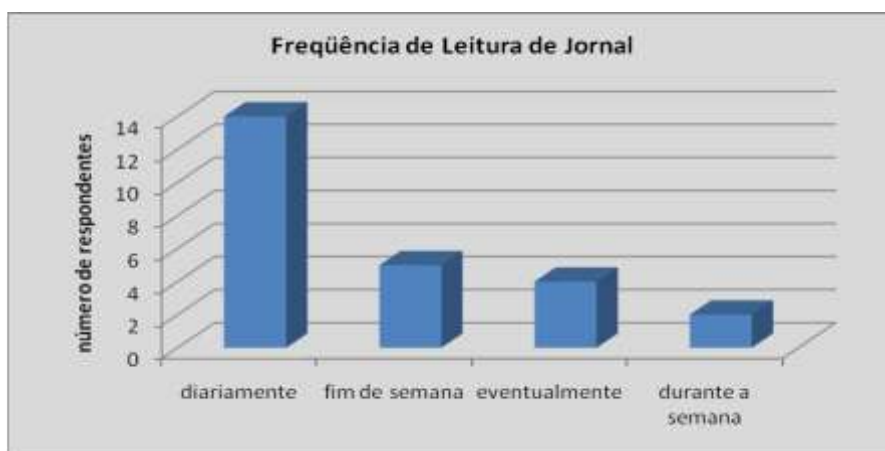


Figura 17. Leitura de jornal

No contexto do Museu de Belas Artes, obtivemos através da pesquisa algumas informações relevantes sobre a percepção do visitante entrevistado.

- As exposições temporárias, lembrando-se que estava em cartaz a exposição de Marc Chagall, foram o principal fator de atração dos visitantes, conforme pode ser observado no gráfico a seguir:



Figura 18. Motivação para visitar o MNBA

Porém, a exposição permanente, representada pela Galeria Brasileira de Arte Moderna e Contemporânea também exerceu relevante atratividade. Note-se que nesta galeria, inaugurada em 2006, existem destaques como o quadro “Café”, de Candido Portinari, a tela “Auto-retrato”, de Tarsila do Amaral e obras de artistas contemporâneos de projeção, como Beatriz Milhazes e Daniel Senise. Algumas doações recentes passaram a ser expostas no local, como obras de José Pancetti e Jorge Mori, além da arte contemporânea de Suzana Queiroga e Monica Barki

- A presença simultânea de artistas nacionais e estrangeiros nas mostras favorece a vinda dos visitantes, independente da sua preferência conforme demonstrado no gráfico a seguir:

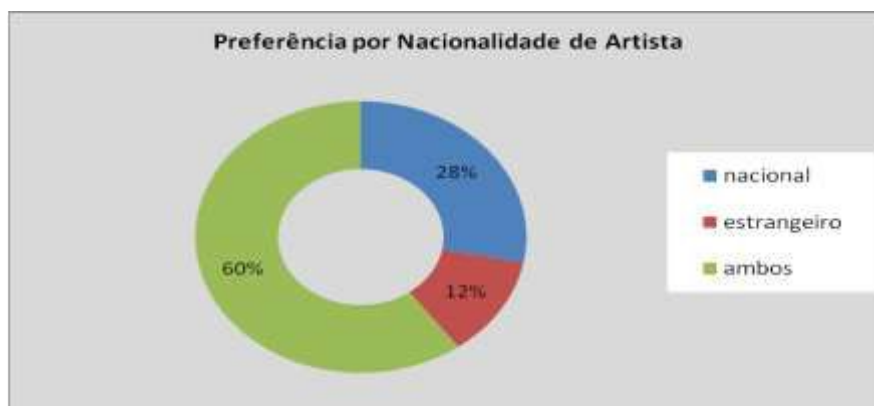


Figura 19. Preferência pela nacionalidade do artista

- Levando-se em conta a grande oferta de atrações culturais e de lazer gratuitas existentes na cidade do Rio de Janeiro, estas rivalizam com o Museu quanto à atratividade. Por isso, os visitantes consultados na pesquisa afirmaram que se não fossem ao MNBA buscariam majoritariamente fazer outros tipos de passeios tais como cinema, teatro e ao ar livre.
- Rotineiramente, o trabalho de divulgação do MNBA procura atingir a mídia impressa, falada e televisada, sendo acionada em função da programação. O contato com as redações é semanal e se volta para os grandes veículos da cidade do Rio de Janeiro, como por exemplo, os jornais O Globo, Jornal do Brasil, e O DIA, além das publicações gratuitas Destak e jornal Metro, que são oferecidas nas estações de metro. Por se tratar de mídia espontânea, as notícias sobre o MNBA não são publicadas todos os dias. Já na *internet*, os sites de cultura divulgam com mais regularidade a programação do Museu.

#### Sobre a **percepção do visitante acerca do MNBA:**

1. O Museu desfruta de uma boa impressão junto aos visitantes: as pessoas em sua maioria, acharam interessante o que viram nas galerias e salas de exposição. Sentiram-se bem, tiveram uma percepção agradável do local. O conteúdo das exposições parece ter agradado aos frequentadores, pois 60% consideraram-nas interessantes, enquanto que 24 por cento achou as mostras não só interessantes como também educativas. Apesar de não ter sido possível precisar, o conjunto envolvendo a expografia, curadoria e a montagem das mostras em cartaz foi aprovado. Pode-se deduzir também que o MNBA parece estar cumprindo o seu papel de levar informação ao visitante. Todos estes fatores contribuem para explicar porque a maioria absoluta dos entrevistados voltaria ao Museu. Soma-se a isso o fato de que 24% deles definiram o Museu como um local bonito.
2. Interessante também foi constatar que o frequentador considera o Museu como um lugar popular, diferentemente da imagem de austeridade que vem de sua origem de Escola de Belas Artes e da época de construção.

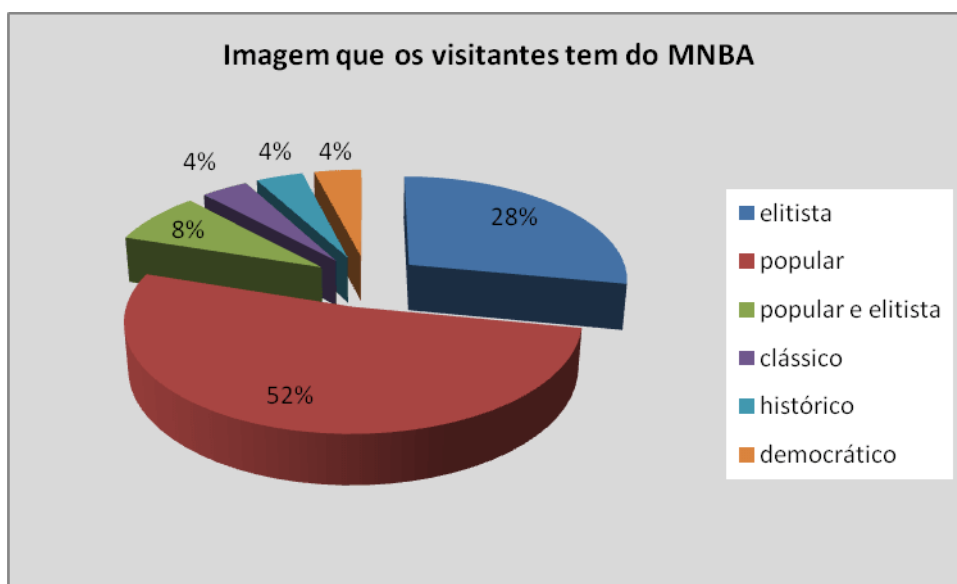


Figura 20. A imagem do MNBA perante o visitante

3. Prosseguindo na tentativa de se delinear uma **imagem do MNBA**, apurou-se que a maioria dos frequentadores o recomendaria para os amigos, ou seja, as pessoas próximas. Além disso, o Museu seria indicado também a pessoas pouco conhecidas, ou conhecidas eventualmente, tais como turistas. Isso denota que acreditam que o MNBA representa um bom passeio, ou um bom programa, aonde as pessoas não vão se decepcionar com o que poderão ver. Portanto, um dos mais fortes atributos do Museu é a qualidade.
4. No conjunto das técnicas exibidas nas exposições, chamaram a atenção do visitante principalmente os quadros, as pinturas, e em menor cotação, as esculturas. Este é um dado interessante visto que já esteve em voga junto a certos círculos artísticos a ideia de “a pintura morreu”, ou seja, o público continua apreciando a pintura. Não foram anotadas referências às instalações, mesmo com esta técnica constando do circuito de exposição do Museu.

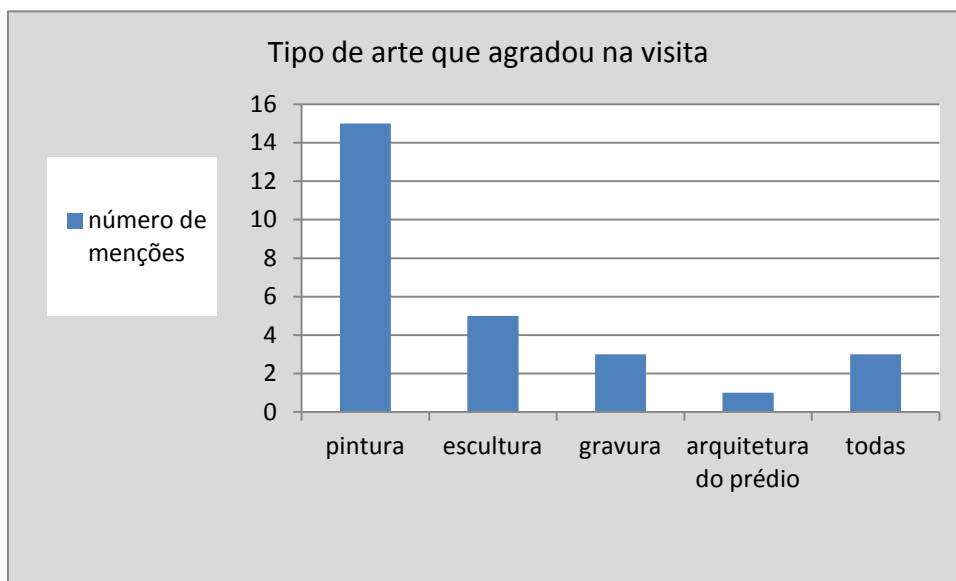


Figura 21. Técnicas que mais agradam o visitante

5. Não se sabe se o nome Museu Nacional de Belas Artes, por já definir o local, induz o visitante ao que poderá vislumbrar dentro dele, porém, informa a pesquisa, 40% dos visitantes captam a ideia de que se trata de um local associado mormente à arte e depois à cultura em geral. Ou seja, ao entrar na Instituição, o visitante sabe o que vai ver.

Diante do grande leque de opções de lazer e cultura nos dias de hoje em uma grande cidade como o Rio de Janeiro, vamos detalhar alguns **pontos fortes e fracos** no quesito serviço envolvendo o MNBA:

- Mesmo com a licitação da loja do Museu marcada para o início de 2010, já se pode sondar o que o visitante gostaria de encontrar naquele espaço. O catálogo, um produto que tem permanência, lidera a preferência de compra do visitante, pois 40% dos pesquisados afirmam que se tivessem que levar algo do Museu este produto seria um catálogo.
- Fator importante na decisão de compra de produtos ou serviços, o preço do ingresso do Museu foi testado na pesquisa. 88% dos ouvidos disseram que a entrada do Museu não é cara. Lembramos que foi avisado aos pesquisados que domingo a entrada é franca e os visitantes - nos dias desta enquete - estavam também cientes de que a entrada era gratuita por conta de problemas com a ventilação nas salas de exposição naquele período. A

direção precisa repensar qual será a estratégia de preços do ingresso ao museu.

- Em meio a várias mídias existentes nos dias de hoje, a *internet* vem ocupando cada vez mais espaços. O site do museu necessita de divulgação, pois 64% das pessoas escutadas ignoram a sua existência. Como já se constatou que a maioria dos visitantes se informa por mídia jornal ou pelo boca-boca, este é um campo que pode ser trabalhado. Enquanto isso, dos 36% que sabem de sua existência, houve um equilíbrio entre os que acham que tem difícil leitura e os que não acham, embora muitos também não tenham respondido sobre isto.
- A maioria dos freqüentadores do Museu entrevistados, 60%, mencionou que é antes ou após o trabalho, que costumam acessar a *internet*. Por estarem acessando a *internet* em casa, infere-se que boa parte deles deve fazer uso de banda-larga, ou seja, indica que são pessoas com bom nível de renda.
- No momento de se programar para uma visita a um Museu, levam-se em conta alguns fatores, como por exemplo, o seu horário de funcionamento. No caso do Belas Artes, houve uma divisão: um pouco mais da metade (52%) dos consultados acha o horário adequado. Ou seja, visitar o MNBA de terça a sexta, entre 10h e 18h e aos sábados, domingos e feriados, de 12h até 17h está de bom tamanho. Em outra mão, os outros 48% não considera satisfatório, e sugerem que o horário da visita seja estendido para que possam visitar após o horário de trabalho.
- Entre os transportes populares, o visitante costuma utilizar o metrô, de custo mais elevado. O tradicional ônibus figura em segundo lugar como meio de transporte utilizado para se visitar as exposições. A combinação da utilização ônibus/metrô pode sugerir que muitos freqüentadores venham de casa. Chegar a pé é a terceira forma de acessar o Museu, podendo apontar que alguns dos freqüentadores trabalhem nas redondezas.
- Sendo a localização um fator decisivo na escolha de um programa, a situação do MNBA é bastante favorável. Localizado no centro, próximo a duas estações de metro (Cinelândia e Carioca), com vários pontos de ônibus praticamente à sua porta, com dezenas de opções de linhas, e contando com

o fluxo intenso da Avenida Rio Branco para se buscar taxis, 96% das pessoas ouvidas disseram ter sido fácil chegar ao Museu.

Encerrando a avaliação sobre o grupo dos freqüentadores do MNBA, um depoimento define bem a sensação de boa parte dos consultados. Ao perguntar o que registrava da sua visita ao Museu Nacional de Belas Artes, uma das pessoas declarou: “apaixonei-me, emocionei-me”.

Passaremos abaixo ao estudo dos não-visitantes, dentro das limitações de uma pesquisa com 25 indivíduos, realizado em dezembro de 2009, durante três semanas, na enquete que utilizou um formulário enviado pela *internet*.

- A maioria (52%) dos pesquisados possuía entre 51 e 60 anos de idade e em seguida vem o grupo situado entre 41 e 50 anos (20%), o que nos leva a crer que se trata de pessoas com mais experiência de vida. Vide gráfico abaixo.



Figura 22. Faixa etária do não freqüentador

- Percebemos que do grupo majoritário 76% é dono de imóvel próprio, o que denota uma boa renda para os padrões brasileiros;
- São solteiros 36% dos não-visitantes e 32% são separados. Os casados representam 28% dos apurados

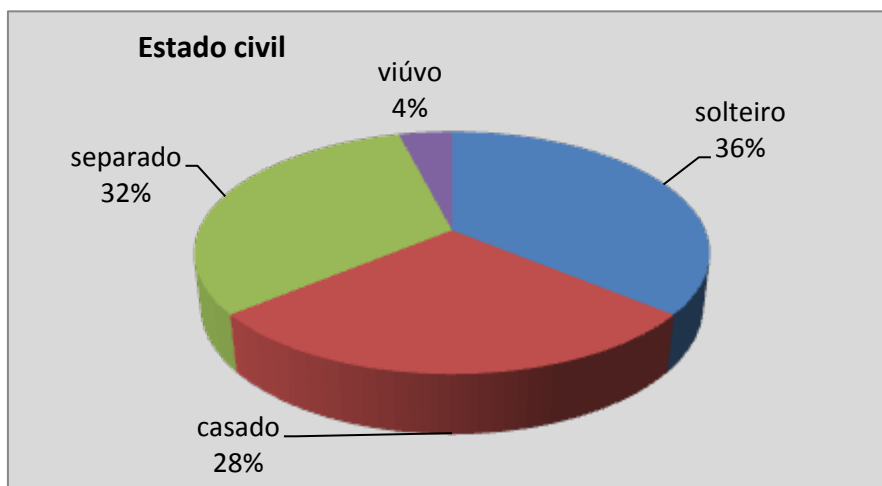


Figura 23. Estado civil dos não frequentadores

- Há um equilíbrio entre aqueles com filhos e os sem filhos, 56% declararam não são pais, enquanto que 44% possuem ao menos um filho.
- O alto nível de instrução é um traço marcante dentro dos não frequentadores entrevistados, pois 56% declaram ter nível superior, além disso, 16% possuem pós-graduação e 20% dos pesquisados exibem o título de mestre ou doutor.

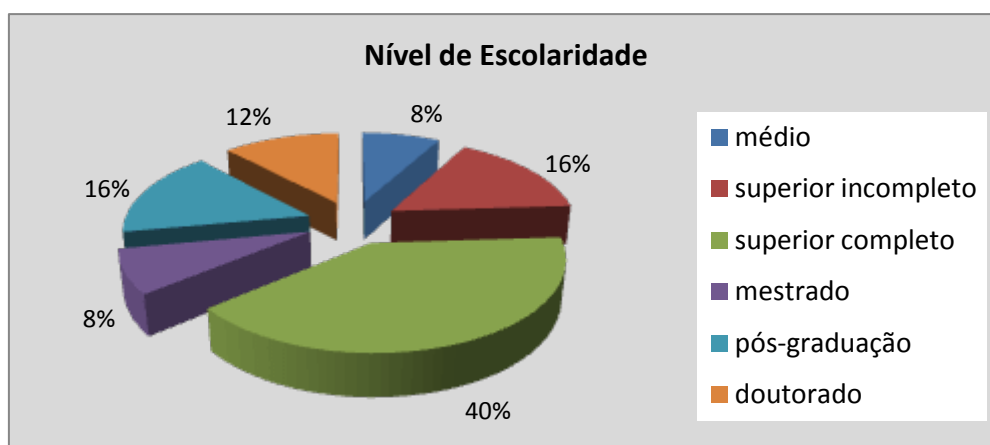


Figura 24. Escolaridade do não visitante

- A maioria destes não visitantes está empregada e só 12% são estudantes.
- São possuidores de boa renda, 28% ganham entre R\$ 4.651 e R\$ 6.975 o que os torna integrantes da “chamada elite, ou classes A e B, tem renda acima de R\$ 4.591”, segundo a FGV<sup>153</sup>.

153 FGV. Disponível em: <http://www.fgv.br/cps/crise> Acesso em 07 jan 2010.



- Item concorrente nos gastos com o lazer, como já foi explicitado na pesquisa anterior, a conta do celular dos entrevistados majoritariamente está acima de R\$ 50 reais mensais.
- Sobre hábitos e atitudes, podemos inferir que:

O grupo dos não frequentadores de museus pesquisados gosta de se informar e para tanto, utiliza mais o rádio, a televisão e a revista. Este conjunto de pessoas também lê bastante jornal diariamente, mas prefere conjugar a leitura do impresso com revistas, radio e televisão para saber das coisas. A *internet* e as mídias sociais não têm ainda grande penetração quando buscam se informar.

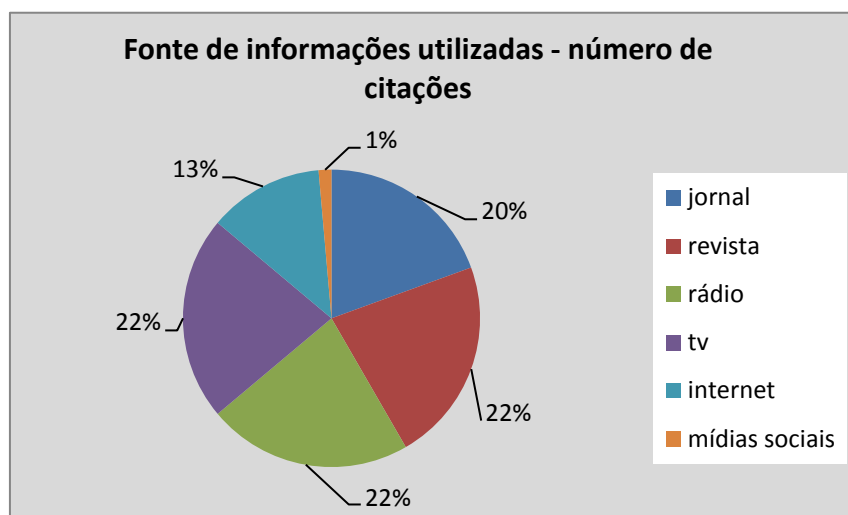


Figura 25. Hábitos de informação do não frequentador

- 84% dos respondentes foram a museus menos de duas vezes nos últimos dois anos.
-

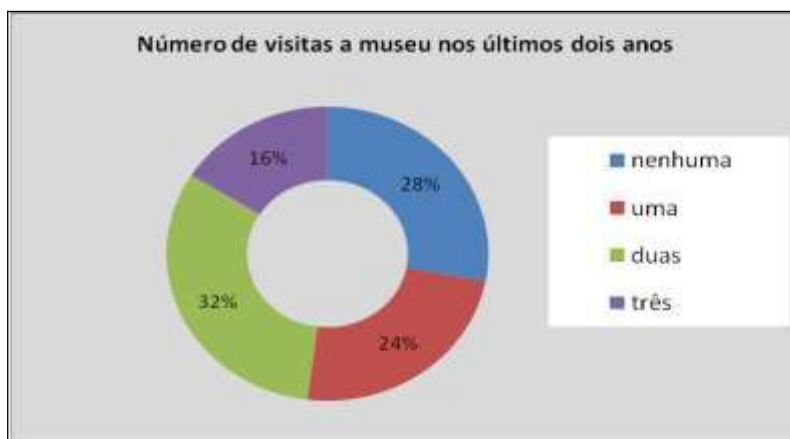


Figura 26. Número de visitas aos museus

- Curiosamente a maioria dos entrevistados conhece o Museu Nacional de Belas Artes. Questionados então por que não visitaram o Museu, a maior parte não respondeu, mas 24% alegaram a distância como uma barreira. Uma pequena parcela invocou a falta de tempo para não fazer uma visita.
- Uma informação que merece destaque é que 70% dos entrevistados não tem hábito de visitar os museus brasileiros todavia já foram a museus no exterior, logo existe a necessidade de tratar este dado com atenção para que a causa seja apurada e que possamos atrair também este grupo.
- Pergunta crucial no esforço de atração de novos visitantes, o principal motivo que os levaria a sair de casa recaiu sobre a programação variada (64%), todavia, nada desprezível, poder assistir a um concerto de musica no Museu concorre em 16% como fator que levaria o não freqüentador a dar uma passada no MNBA.
- Já na disputa pelos olhares dos não freqüentadores, são os pintores, escultores, ou gravadores nacionais os que mais agradam seguido de perto pelos autores estrangeiros, que amealharam 32% dos votos. Os consultados parecem apreciar uma linguagem de exposição mais tradicional. Vinte e oito por cento declaram que gostariam de ver expostos simultaneamente tanto artistas nacionais quanto estrangeiros.

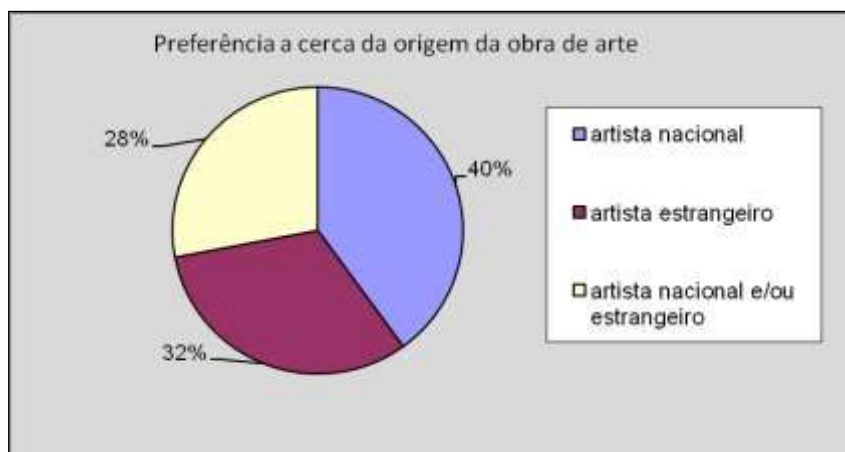


Figura 27. Preferência por nacionalidade dos artistas

- Na questão de programação cultural, o cinema é dono da preferência da atividade de lazer do não freqüentador de museus, mencionado por 84% dos entrevistados; o teatro figura em segundo lugar no gosto destes (32%).
- Percepções sobre a imagem:

No distanciamento dos que não freqüentam museus, em sua maioria (52%) estes visualizam um perfil elitista do MNBA.

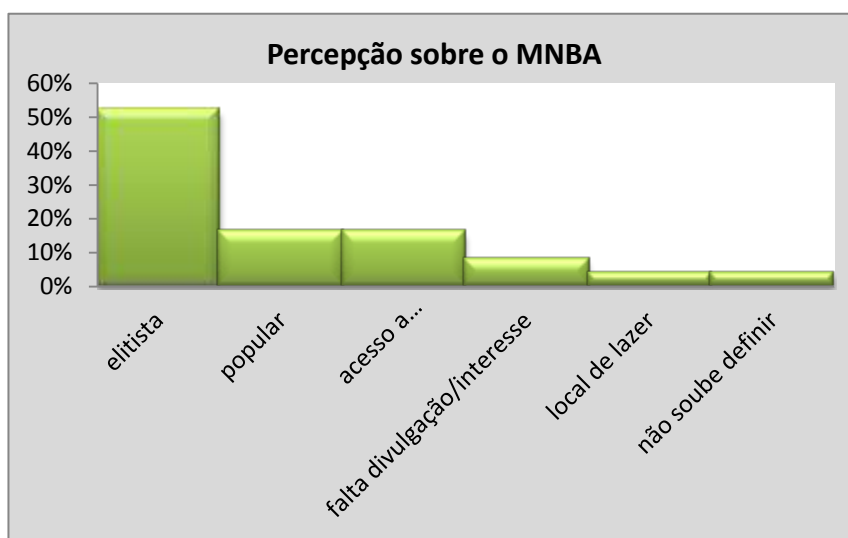


Figura 28. A imagem do MNBA

Todavia, encaram com respeito a Instituição. Visitar o MNBA é um programa que a ampla maioria dos escutados indicaria para pessoas da sua intimidade, como os amigos, e até mesmo para desconhecidos, como os turistas. Apesar de não freqüentarem ou conhecerem a fundo o MNBA, o

espaço é visto como um lugar em que pode ir com boas expectativas. O Museu Nacional de Belas Artes é um lugar de qualidade.

Na visão dos não visitantes, o serviço que se oferece no MNBA é arte, aponta a nossa investigação.

- Como se pode verificar, não é preço do ingresso o motivo pelo qual os não freqüentadores não se arriscam a chegar até o Museu Nacional de Belas Artes. 88% deles acham que está barato
- Uma das melhores ferramentas para se conhecer antecipadamente um espaço cultural é a *internet*. Se depender da consulta ao site do Museu, a visita vai não vai ser concretizada: pois a pagina do MNBA é desconhecida pela maioria dos inquiridos (80%); só três pessoas disseram conhecê-la. O nosso universo é constituído de pessoas que navegam em sua residência ou no trabalho e em ambos, certamente fazendo uso de banda larga.
- Caso visitassem o MNBA, aproximadamente metade dos consultados gostaria de dispor de um horário mais amplo de funcionamento, o que pode ser um fator de atração para o museu.

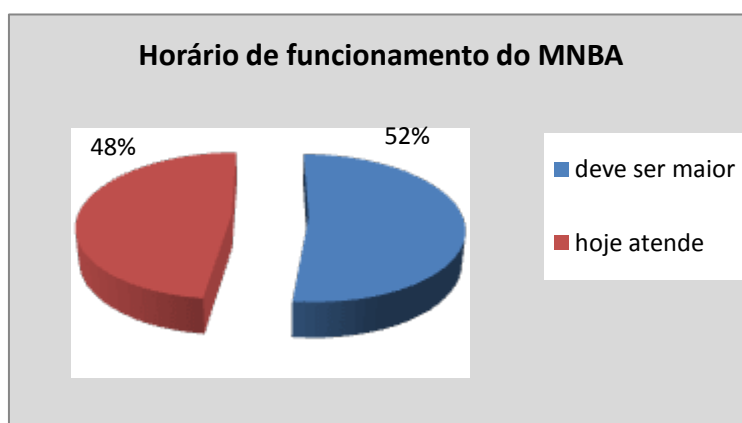


Figura 29. Adequação do horário do Museu

- Entre os poucos entrevistados que sugeriram pistas sobre fatores que promovam uma maior visitação, alguns consideraram relevante para a Instituição - que como qualquer organização cultural, está inserida na indústria do lazer, da diversão ou do entretenimento - desenvolver a

divulgação, realizando promoções com a programação, e/ou recomendaram a instalação de cafeteria, restaurante ou livraria, ambientes temáticos, que seriam chamarizes complementares ao acervo da instituição.

- Na lista de desejo de consumo do não freqüentador estão canecas, posters e camisetas, remetendo mais ao *gift* do que ao próprio acervo.

Perscrutada, uma estudante que visitou o Museu Nacional de Belas Artes apenas um dia indicou “divulgar o museu entre o público infantil ou jovem”, resgatando a questão da formação de público.

Observando alguns dados da enquete encontramos valiosos elementos para uma análise. Um deles, no tocante à preferência dos não visitantes por autores estrangeiros, como europeus, americanos e argentinos, por exemplo, estamos introduzindo a discussão sobre ressonância.

É recorrente e notório constatar indivíduos que não tem por hábito visitar exposições no Brasil, todavia, em deslocamento para o exterior, retornam comentando, com espanto e admiração, sua visita a algum museu de renome.

Abordando a questão, vamos tomar como referência um recorte sobre a arte que se produziu no século XIX, da qual por sinal o Museu Nacional de Belas Artes possui o mais completo conjunto de obras, o pesquisador Rafael Cardoso<sup>154</sup> torna visíveis duas questões, uma delas a de auto-estima.

Nossa arte do século 19 é tão interessante quanto a melhor produção das Américas à época. A meu ver, são dois os preconceitos responsáveis por essa negligência. Primeiro, o velho e conhecido problema do auto-desprezo, que vem de uma exigência irreal, fruto, por sua vez, da mentalidade colonizada. Existe sempre a tendência de se comparar o que se fazia aqui ao que acontecia na Europa, com evidente desvantagem para nós. As pessoas comparam um quadro brasileiro de 1870 com um trabalho de Manet, que era o que havia de mais inovador em Paris, e chegam à conclusão que nossa arte era atrasada. Ora, Paris era a capital do mundo artístico na época, um centro cosmopolita e complexo quando o Rio estava ainda engatinhando culturalmente. Se você compara essa mesma obra com o que se fazia no México ou nos Estados Unidos, a coisa muda de figura. Não somente a arte brasileira é compatível em qualidade com o que se fazia nesses

---

154 TRIGO, Luciano. Rafael Cardoso: A História no espelho da arte. Disponível em </ / <http://colunas.g1.com.br/maquinadeescrever/2008/12/12/a-historia-no-espelho-da-arte>>. **G1.globo.com**. Acesso em: 12 dez. 2008.

outros países, como também tem muito semelhança com eles. Essa história em comum é bem interessante, pois tem muito a dizer sobre a formação da identidade americana e sua relação conflituosa com a matriz européia.

Na outra colocação, Cardoso<sup>155</sup> aborda a ruptura envolvendo momentos significativos da história cultural brasileira:

O segundo preconceito, embora mais recente, é ainda mais entrincheirado. Refiro-me ao desprezo dos modernistas pelo século 19. Em boa parte do mundo, isso já foi superado nos últimos 20 anos. Aqui, continua muito forte. Em parte, acredito, motivado pelo mesmo auto-desprezo citado acima. O século 19 é um espelho incômodo para alguns, porque é uma cara de Brasil muito parecida com o que a gente é, de verdade, e não com o que a gente gostaria de ser ou finge ser, por motivos de ideologia nacionalista.

Esta afirmação encontra paralelo no raciocínio do antropólogo Helio Silva, nosso primeiro co-orientador, que em seu texto sobre o modernismo resgata algumas inspirações que norteavam o pensamento sobre a nação na aurora do modernismo.

Uma delas ressuscita a permanente comparação com o externo,

[...] os Estados Unidos ou França, ou Portugal ou uma vaga e genérica cultura européia, conformando-a a partir dos traços negativos responsáveis pelo seu fracasso, atraso ou subdesenvolvimento. Termina por identificar uma cadeia de equívocos em nosso processo histórico que produz uma identidade vazia e improdutiva <sup>156</sup>

No vácuo desta ausência de valores, quer sejam culturais, simbólicos, de representação, abre-se caminho para uma opção: “[...] a salvação pode se conter no exemplo do país desenvolvido”, afirma o pesquisador.

Agravando o cenário, Silva identifica ainda dois traços fortes de nossa cultura: ser refratária a mudanças e ter ojeriza pela alteridade. São características que justamente podem travar a dinâmica da construção simbólica, reduzindo seu vigor e a capacidade de renovação, vitais para uma cultura.

Ora, diante de uma representação tão negativa sobre um período artístico, reforçado por uma construção conceitual adversa que foi moldada ao

---

155 TRIGO, Luciano. Rafael Cardoso: A História no espelho da arte. Op. Cit.

156 SILVA, Hélio R. S. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **O mito da integração pela identidade**. 2009. (Congresso). p. 4

longo de décadas, ou séculos, ficam evidenciados assim fatores que dificultam a ressonância, prejudicando a atratividade da exposição sobre arte brasileira daquele século.

[...] a visão de mundo de cada visitante conterà um espaço e um papel dedicados aos museus e às exposições, assim como à informação neles contida [...] as atividades e sentimentos gerados [...] variam de indivíduo para indivíduo, dependendo das experiências individuais, proveniência e herança ética e histórica <sup>157</sup>

Além disso, devemos ter em conta que por trás da criticada representação em exposição, a comunicação da mensagem que a mostra deve passar para os visitantes, depende não só do bom uso dos diferentes recursos, sistemas, objetos e suportes, mas, principalmente do domínio que os visitantes têm daqueles signos que estão sendo usados. No caso, o universo simbólico daquele período mencionado não evoca prestígio, ao contrário, apresenta obstáculos, já citados, para gerar identificação.

Finalmente, corroborando a argumentação contrária à representação do século XIX, em artigo publicado na extinta revista *Veredas* <sup>158</sup>, do Centro Cultural Banco do Brasil, o pesquisador discorre sobre a emergência do modernismo construída à base de ruptura com aquele período.

Os nossos modernos não hesitaram em lançar mão de velhos mitos da identidade nacional, justificando as suas preferências pessoais a partir de supostos paradigmas históricos que variavam desde a casa colonial e o santo barroco até o novo selvagem e a democracia racial. Gerou-se assim uma bela simetria entre o presente europeu que se desejava e o passado remoto que o naturalizava no solo brasileiro. O século 19 teve necessariamente que ficar de fora desse novo mito fundador, pois a lembrança ainda recente da sua realidade complexa e muitas vezes perversa não atinava com a singela aquarela do Brasil brasileiro que se buscava decantar.

Ou seja, sentir menosprezo por aquele período histórico, cuja representação se encontra, por exemplo, numa exposição permanente do século XIX, pode explicar a atração por uma estética que vem de fora, **ou o sucesso de uma mostra temporária com artista estrangeiro (grifo nosso)**

157 SPIELBAUER, Judith. A linguagem da exposição: interpretação e visão de mundo. In: **Cadernos de Comunicação em Museus 1**: Fundamentos da teoria da exposição. 1991.

158 CARDOSO, Rafael. Obras do esquecimento. **Revista Veredas**. Rio de Janeiro, fevereiro 1999.p.32.

afinal, corrupção, escravidão, subordinação a outra nação, o nepotismo, que remetem ao passado (e com resquícios nos dias de hoje) constituem uma estética nada apreciável. Sendo assim, que seja coberta pelo manto da invisibilidade.

Na apreciação sobre o conjunto dos não visitantes, a análise da escolaridade confirma uma regra no quesito. Segundo Bourdieu<sup>159</sup>, “A frequência dos museus – que aumenta consideravelmente à medida que o nível de instrução é mais elevado – corresponde a um modo de ser, quase exclusivo, das classes cultas”

Apesar da amplitude da divulgação da programação entre estes diversos veículos, a pesquisa demonstra um fato curioso: os consultados mencionaram o informal boca-boca entre amigos como o maior influenciador na escolha do Museu e sua programação. Ademais notamos a presença de varias duplas ou grupos circulando pelos espaços do museu, sendo que alguns até foram entrevistados. Pode-se dizer então que o passeio pelo MNBA é uma prática de sociabilidade (Bourdieu)<sup>160</sup>.

No entanto, o acúmulo de valor, conferido às obras por sua exibição “extra-ordinária” e pelas manifestações publicas de solenização, não pode ser percebido e apreciado a não ser por aqueles que pertencem à sociedade para quem essas obras existem como valor, de modo que – nesse domínio mais do que alhures - as incitações fornecidas pelos contatos sociais e pela conversa ao pé do ouvido, como técnica social de influência, tem mais efeito do que as técnicas modernas de publicidade.

Apontado pelos não freqüentadores como um fator de atração para uma visita ao Museu, os concertos de música podem se constitui em elemento de atração, como afirmava Bourdieu<sup>161</sup>.

De modo que certo tipo de prática em um domínio qualquer da cultura está associado, com uma probabilidade bastante forte, a um tipo de prática equivalente em todos os outros domínios. É assim que a frequência assídua de museus está, mais ou menos necessariamente, associada a uma frequência equivalente do teatro e, em menor grau, do concerto.

---

159 BOURDIEU, Pierre. **O amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Universidade de São Paulo; Zouk. 2003, p.137.

160 Ibidem, p. 137.

161 Ibidem, p.102.



## 4.2 Sugestões:

A partir da pesquisa realizada e visando incrementar a ressonância do Museu junto às diversas tipologias de público, recomendamos:

1. Implantar um ingresso do tipo “família” aos sábados, ou seja, um pacote para pai/mãe/filho(s) a custo reduzido, talvez R\$7,00. Afinal, o hábito familiar de frequentar museus inculcido nas crianças cria padrões para a vida toda.

De fato, uma incitação que não tenha necessidade de ser deliberada e metódica para ser eficaz, e cuja afirmação é tão imperceptível que, muitas vezes, age sem ser sentida, só pode reforçar a ilusão carismática; nesse caso, para fornecer o sentimento de familiaridade com as obras culturais, nada melhor do que promover, precocemente, a visita assídua – e inserida nos ritmos familiares da vida familiar – de tais obras (Bourdieu)<sup>162</sup>

2. Divulgar a programação do MNBA utilizando as operadoras de telefone celular, que gerenciam vários conteúdos fornecidos aos seus usuários.
3. Atentar para o rodízio de obras dentro as galerias de acervo, visto que a ideia apareceu como fator de atração na mostra permanente; procurar dar destaque às recentes doações de obras de arte.
4. Reforçar a presença do MNBA em mídias sociais, como *twitter* ou *facebook*, porque muitos visitantes chegam até a Instituição através do boca-boca, pela via informal, e estas pessoas, em busca de informação, costumam navegar nestas novas mídias.
5. Perseguir a diferenciação. Diante da enorme quantidade de museus ou centros culturais, que surgem a cada dia, um elemento que pode ser utilizado na comunicação do MNBA é a questão da sua **qualidade** (o grifo é nosso). *Releases* ou impressos/folheteria devem destacar este atributo, em mensagens que podem ser transmitidas. Por exemplo, através de conteúdos como: “O MNBA é o único museu onde visitante pode fazer todo o percurso da história da arte no Brasil, desde o século 19 até os dias de hoje” ou “MNBA: o melhor da arte brasileira diante dos seus olhos”.

---

162 BOURDIEU, Pierre. **O amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público. Op. Cit., p.107.

6. Instalar uma loja. A demanda por catálogos indicada nas pesquisas implica em instalar o mais rápido possível um local para a venda destas publicações. Afinal, na impossibilidade de se obter o original, a reprodução é sempre procurada. Todavia, lembramos que nos dias de hoje, o público relaciona diretamente fruição com utilidade, assim, as publicações estão cedendo espaço ao meio virtual/digital e como consequência, decai a procura por catálogos impressos, que envolvem custos elevados de produção e preço alto de venda. O fenômeno é reforçado pela falta de espaço nos lares dos consumidores, onde um catálogo impresso pode representar considerável volume. A alternativa seria a oferta de catálogos em formato de DVD, mídia que comporta espaço para conteúdo em várias línguas, com o acréscimo de movimento, a custos razoáveis de produção e venda por preço mais acessível. Lápis, caneta e *mouse pad* também deveriam constar da lista de produtos da loja.
7. Elevar o preço da entrada, vez que a ampla maioria dos visitantes afirmou que não considera elevado o custo do ingresso, recomenda-se subir este valor. Assim, o Museu poderá dispor de mais recursos para tocar projetos.
8. Anunciar a possibilidade de filiação do visitante/público à Associação de Amigos dentro da página do museu, reforçando laços como o freqüentador e obtendo mais reforços de verba.
9. Inserir na folheteria do museu informações sobre as principais telas do acervo, sem, entretanto, situá-las nos espaços, detalhando a história de cada obra. Também seria interessante pesquisar as obras do acervo mais conhecidas do público para destacá-las na divulgação dentro do *site*, na folheteria, *releases*, e realçá-las no circuito de exibição.
10. Repaginar o site do MNBA, divulgando-o na mídia.
11. Afixar cartazes nas estações do metro e em suas vias de acesso; voltar a utilizar o espaço da vitrine na saída da Rua Pedro Lessa para divulgar a programação do Museu, como se fazia anos atrás.
12. Não abrir mão das mídias tradicionais na divulgação. Apesar do avanço da *internet* na preferência generalizada, deve-se continuar a utilizar a mídia rádio para envio de *releases*, revistas e TV *idem*. Buscar inserir *drops* com

destaques do acervo do Museu na programação de rádios de música clássica, como a rádio MEC.

13. Inserir mapas de acesso ao museu no site institucional, exibindo nestes os arredores, citando as diversas linhas de ônibus que circulam perto do Museu, indicando a estação de metrô mais próxima. Além disso, mencionar a presença dos estacionamentos subterrâneos nos arredores, como o situado ao lado do cinema Odeon, ou ainda o da Avenida Presidente Antonio Carlos.
14. Destacar na divulgação a presença de peças estrangeiras relevantes no acervo, como a coleção Boudin, Frans Post, Barroco Italiano.
15. Reimplantar os concertos musicais, como por exemplo, o projeto Música no Museu. Por ser um ritmo tipicamente carioca, o chorinho poderia constar da programação musical.
16. Contatar o Grupo Estação de Cinema, ou congêneres, para viabilizar a instalação de uma sala de exibição no Museu, visto que muitos frequentadores ou não frequentadores adoram assistir a filmes.
17. Propor uma parceria com Museu Histórico Nacional, pensando na implantação de um circuito de instituições culturais, interligadas pelo transporte na porta, como já houve anos atrás, durante um breve período, no Rio de Janeiro. Afinal, o Museu situado na praça XV concentra as preferências de visita depois do MNBA, conforme apontado na enquete com os não frequentadores de museus.
18. Reforçar a divulgação do MNBA em mídias voltadas para o segmento jovem, um extrato normalmente ignorado pelos museus brasileiros. Pensando na formação de público, torna-se necessário afinar a sintonia com os cadernos Globinho e Megazine, do jornal O Globo, por exemplo. Ademais, como o público infante-juvenil se conecta bastante à mídia eletrônica, deve-se investir no aprimoramento do site, bem como procurar espaço em mídias sociais, como o *facebook*, *twitter*, *orkut*, por exemplo.
19. Buscar constantemente a atualização, utilizando tecnologia de ponta e recursos interativos, na apresentação dos conteúdos do Museu. Não se deve esquecer que por estarmos inseridos no mundo da imagem, onde nunca se

fotografou, filmou ou se copiou tanto, este deve ser um objetivo permanente. Aliás, muito mais do que fazer uso das tecnologias nas exposições por pura exibição de modernidade, aplicar estes recursos é favorecer a atratividade do Museu junto ao público. Se a tecnologia permeia o cotidiano dos visitantes, devemos nos sintonizar com eles, do contrário, corre-se o risco de perder uma imensa fatia de público.

20. Observar um novo segmento de possíveis fruidores culturais. Por estarmos abordando a questão da visibilidade, a emergência de uma nova classe média, oriunda das classes C e D, com renda familiar entre R\$1.115,00 e R\$4.807,00<sup>163</sup> merece toda atenção. Na busca de novos públicos, expandindo as fronteiras de visibilidade e de acesso à Instituição, urge planejar uma pesquisa acerca deste novo universo de consumidores para tentar identificar comportamentos, hábitos e opiniões, e com este levantamento, buscar estabelecer pontes ou formas de diálogo com este novo segmento. Esta aproximação poderá contribuir para tornar salas e galerias do MNBA mais freqüentadas.

---

163 FGV. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cps/crise>> Acesso em 07 jan 2010.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro do campo de relação museu e sociedade, nosso ponto de partida visou investigar estímulos que pudessem contribuir para incrementar a frequência do Museu Nacional de Belas Artes, principalmente objetivando a visitação ao seu precioso acervo, em parte contido na exposição permanente.

Ou, num desdobramento do nosso planejamento, almejamos descobrir porque as coleções do Museu não despertam a atenção das pessoas. Porque aos olhos dos visitantes este acervo fabuloso não desperta valor cultural, ao contrário, demonstra como o conceito de cultura brasileira, no recorte de tempo mais focado - o século XIX - é bastante desprezado.

Norteados o nosso pensamento lançamos mão da ideia de ressonância, aplicada pelo antropólogo Jose Reginaldo Gonçalves, e que remete à ideia “do que exerce magia e desperta fascínio sobre as pessoas”<sup>164</sup>.

Optamos por retroagir às origens do acervo que constitui a principal coleção da Instituição, historiando o seu passado, incluindo a formação do primeiro núcleo com obras que vieram com a Missão Artística de D. João VI.

Adiante no tempo, debruçamo-nos sobre alguns dos destaques da coleção, concentrados na Galeria Nacional do Século XIX, com obras ilustrativas do período da Academia Imperial de Belas Artes.

Pensamos que provavelmente sua potencia de significados - destes quadros, diga-se - residia na exaltação de feitos heróicos relevantes naquele período de tempo voltado para a formação da ideia de Nação, após a independência de Portugal.

Retornando às observações de Gonçalves, e, considerando as telas em essência como objetos, gostaríamos de explicar aqui que vemos a ideia de nação como uma construção, pois que

O fato importante a considerar aqui é que eles não apenas desempenham funções identitárias, expressando simbolicamente nossas identidades individuais e sociais, mas na verdade organizam (na medida em que os objetos são

---

164 GONÇALVES, Jose Reginaldo dos Santos. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro, 2007. 256 p. (Museu, memória e cidadania), p.100.

categorias materializadas) a percepção que temos de nós mesmos individual e coletivamente (Clifford 1985, apud Gonçalves 2007)<sup>165</sup>.

A necessidade de aglutinação em torno de um ideal comum, em dado momento, poderia ser favorecida por meio de representações tais como a de dois dos quadros mais solicitados pelos visitantes: o heroísmo da Batalha do Avaí, pintada por Pedro Américo e da Batalha dos Guararapes, obra de Vitor Meireles.

Representações que mobilizavam a atenção das pessoas, desfrutando de grande visibilidade: expostas no Salão de 1879, estas obras registraram fenômeno de visitação comparável às grandes multidões que hoje lotam est dios de futebol, cerca de 300 mil pessoas.

Percebemos que boa parte das obras de arte expostas na Galeria do Século XIX, onde está o principal acervo do Museu, representa a ideia de nosso país. Mesmo que com eufemismos, l  estão sobrepostas em camadas de tempo e de temas distintos, retratos ou cenas com negros, índios, mulatos, imigrantes, trabalhadores rurais e urbanos, caipiras, burgueses, nobres, formando um significativo mosaico daquele tempo.

Todavia, projetado no contemporâneo, o acervo, a mostra permanente se encontra carente de ressonância. Sua invisibilidade ficou patente diante das exposi es temporárias, como as que invadiram o Museu a partir da metade da década de 1990.

Um quadro curioso que procuramos detalhar, levantando o alto grau de ressonância que exerceram artistas estrangeiros - como Auguste Rodin, Fernando Botero ou Salvador Dali - na cena cultural do Rio de Janeiro e porque não dizer, do país também.

Quantificamos o grande fascínio que desfrutaram perante os meios de comunica o. Na rela o emissor-receptor nos detivemos em diversas estratégias empregadas na captura do olhar dos visitantes, ainda que integrantes de variados extratos e individualidades, porém todos unidos quanto à magia que enxergavam nas obras dos artistas   sua frente. Impregnados de

---

<sup>165</sup> GONÇALVES, Jose Reginaldo dos Santos. Op. Cit., ,p.27.

ressonância, estes eventos se refletiram nas peregrinações de visitantes que acorriam ao Museu em busca de representações repousando quase ao nível do sagrado.

Se a paisagem externa era povoada por filas, internamente - o museu -, ou suas exposições, como definiu Véron, encarnava uma mídia. No planejamento da diretora Heloisa Lustosa as linhas eram cuidadosamente traçadas mirando a visibilidade, à custa de esforços individuais dentro, diga-se, de um momento em que o Estado se retraía em relação à cultura.

Uma realidade que se mostrou diferente na administração posterior.

Pensamos que as duas gestões abordadas não são excludentes, ao contrário, elas se complementam. A visibilidade do período Heloisa Lustosa teve um bom contraponto na de Paulo Herkenhoff, mais introspectiva e em menor período de tempo, mas que observou com bastante rigor parâmetros museológicos de guarda, segurança e preservação de acervo. Além disso, Herkenhoff construiu uma ponte com os artistas contemporâneos, o que ajuda a viabilizar a presença de novos públicos nas dependências do MNBA.

No segmento museológico, em maior ou menor grau, observamos que o Estado sempre se fez presente na administração cultural deste país. O surgimento do IPHAN ou o próprio contexto da criação do Museu Nacional de Belas Artes, nos idos de Getúlio Vargas, corroboram esta visão.

Ao nos tocarmos de que a visibilidade do Museu atingiu níveis praticamente inéditos graças aos artistas estrangeiros, relegando, porém a um segundo plano as mostras permanentes, abraçamos o eixo capital de nossa pesquisa.

Em outra percepção, o crítico Rafael Cardoso sustenta que o passado do século XIX evoca lembranças nada agradáveis. Foi uma época sublinhada pelo escravismo, pela corrupção, pelo empreguismo, analfabetismo, enfim, de realidades nada inspiradoras.

No aspecto da auto-imagem dos brasileiros, o dano era impactante, pois se comparava a arte aqui produzida com o cenário artístico europeu. Padrão vigente naquele tempo, berço civilizatório, a Europa desenvolveu a história da arte, portanto, o tratamento era desigual. Como se não bastasse, sobravam

críticas no sentido de dizer que nossa arte de então era uma cópia mal feita da produção dos europeus.

Estas colocações reforçam a ideia de que o brasileiro possui dificuldade em lidar com sua própria história, e concomitantemente, não se identificando com sua cultura, criam-se condições para se adotar um outro imaginário. Daí a empolgação que se observou com as exposições dos artistas estrangeiros examinados em nossa pesquisa.

Porém, na complexidade de nossa realidade, seria simplista reputar somente a estes fatores as causas da invisibilidade. Neste sentido, a pesquisa quantitativa realizada com freqüentadores e não freqüentadores abre perspectivas.

Avançando na questão, podemos nos deter no padrão do Centro Cultural Banco do Brasil, cuja estimativa de público ultrapassou, em julho de 2009, um milhão de pessoas<sup>166</sup>. Estes dados servem de parâmetro para - verbas de manutenção à parte - situarmos o quanto conservadora é a imagem que o MNBA desfruta, conforme a pesquisa que desenvolvemos apontou. Avaliamos que esta ideia, próxima a de mumificação, aliás, pode gerar um conflito de identidade com a imagem da cidade que abriga o Museu, com o jeito carioca de ser, pleno de descontração e humor.

À procura de um paradigma que possua eco nos valores e emoções do público, uma visita ao CCBB personifica um encontro marcado com a ressonância. Um universo de atrações, calcadas numa programação bastante dinâmica, contemporânea e plural. À disposição do público estão peças de teatro, espetáculos de dança, seminários, ciclos de palestras e debates, exposições amparadas na mais moderna tecnologia, visitas guiadas. Para uma pausa após todo o percurso por alguns andares, os visitantes dispõem de opções: cafeteria, casa de chá e um restaurante.

Complementando a atratividade, uma livraria contribui para desenvolver o interesse despertado pelas exposições ou eventos artísticos exibidos pelo

---

166 SERGIO NAZARÉ, diretor de governo do Banco do Brasil. **Revista Economia da Cultura**. Sefic. Edição ≠ 1. Novembro 2009. Disponível em: <blog<http://blogs.cultura.gov.br/rec/2009/11/24/entrevista-sergio-nazare-diretor-de-governo-do-banco-do-brasil/>>. Acesso em 4 fev. 2010.



Centro Cultural, colocando à disposição dos freqüentadores inúmeros títulos e catálogos, DVDs, CDs, etc., a maior parte voltada para a arte.

Projetando uma conclusão de Bourdieu<sup>167</sup>, podemos inferir que a conjugação de outras atrações no campo das artes, dispostas num só espaço, tais como peças, dança, palestras, etc., podem se complementar construtivamente na atração de vários segmentos de público,

[...] de modo que um certo tipo de prática em um domínio qualquer da cultura está associado, com uma probabilidade bastante forte, a um tipo de prática equivalente em todos os outros domínios. É assim que a freqüência assídua de museus está, mais ou menos necessariamente, associada a uma freqüência equivalente do teatro e, em menor grau, do concerto

Assim, uma programação diversificada pode gerar ressonância não apenas junto aos habituais freqüentadores, bem como potencializar a atração de eventuais visitantes do MNBA, apreciadores de formas distintas de expressão, que não somente as artes visuais.

Desempenhando um papel fundamental na performance dos números da visitação, a presença de estudantes pode ser motivo de preocupação. Conclui-se, a partir da leitura de Pierre Bourdieu<sup>168</sup>, que enquanto houver baixos níveis de escolaridade, a invisibilidade das exposições estará favorecida.

Seria importante buscar mais aproximação com veículos de comunicação voltados para este segmento, bem como, em sintonia com a atualidade, procurar estabelecer relacionamento com as chamadas novas mídias, como *twitter*, *orkut*, etc. Num belo exemplo de parceria, vale a pena lembrar que nas grandes exposições temporárias da década de 1990, a imprensa frequentemente registrou visitas escolares ao MNBA.

Almejando realizar um estudo de caso sobre a invisibilidade das exposições permanentes do MNBA, objetivo do qual não nos afastamos, esperamos ter trazido, dentro de parâmetros da Museologia, bem como de outras ciências, elementos que contribuam para dinamizar a programação do Museu Nacional de Belas Artes.

---

167 BOURDIEU, Pierre. **O amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Universidade de São Paulo; Zouk., 2003, p.102.

168 Ibid., passim

Nossa pesquisa com freqüentadores se desenvolveu num período relativamente pequeno de tempo, aproveitando a presença de uma exposição temporária relevante como a de Marc Chagall. Foram distribuídos 25 formulários com perguntas. Enquanto isso, na enquete com os não freqüentadores, com o mesmo numero de questionários, julgamos posteriormente ter faltado ampliar o leque do perfil, agregando pessoas de outras faixas etárias ou grupos sociais, pois ficou restrito praticamente à classe média.

O trabalho demonstra a importância do grau de escolaridade como fator de estímulo a visitação e confirma o grau de qualidade que o Museu Nacional de Belas Artes desfruta, a ponto de ser um local indicado pelos visitantes e não visitantes tanto para amigos quanto para turistas, ou seja, pessoas praticamente desconhecidas.

Finalmente, apesar de receber pouca atenção da direção atualmente, destacamos a importância de se estabelecer uma rotina de pesquisas dentro do MNBA a fim de averiguar tendências e preferências do público, subsidiar a formatação da programação, e monitorar a evolução dos hábitos do público e dos novos públicos tendo em vista a atratividade, entre outros aspectos.

Mesmo pertencendo à linha de pesquisa “Museu e Museologia”, consideramos que as abordagens se tornam menos substanciais enquanto permanecem compartimentadas, da mesma maneira que estamos convencidos de que as questões em torno do caráter do patrimônio atravessam inumeráveis aspectos, como espelhou o presente estudo. Por isso, neste encerramento somos mais uma vez emulados a buscar inspiração em uma reflexão que parte da contribuição antropológica do autor José Reginaldo Gonçalves. Segundo ele, se as variáveis históricas e geográficas delimitam o campo de atuação do patrimônio, é no espaço do imaginário coletivo que ele se exerce e ganha força. Desde que trazida à consciência em sua importância decisiva, constitutiva mesma, e de modo contínuo, a dimensão cultural do patrimônio como identidade nacional, personalizada em cada sujeito-visitante pode, então, desenvolver musculatura e consistência, avançando vívido e dinâmico ao longo dos tempos.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Laura Maria Neves de, DIAS, Mariza Guimarães, XEXÉO, Pedro Martins Caldas. **Galeria de Arte Moderna e Contemporânea**. Rio de Janeiro. MNBA, 2009. 268 p.

**ACERVO Museu Nacional de Belas Artes**. Apresentação Edegar Cid Ferreira, Heloisa Aleixo Lustosa; tradução Isa Mara Lando, Owen Beith, Stanley Heilbrun. São Paulo: Instituto Cultural Banco Santos, 2002. 284 p., il. color.

ALMEIDA, A. M.: 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.

BAUMAN, Zigmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Tradução, Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BELLAIGUE, Mathilde. **O desafio museológico**. Curso bases teóricas de la museologia – documentado. Paris, 1992. Conferencia apresentada durante o V Fórum de Museologia do Nordeste, Salvador, Brasil, novembro de 1992. 7 p. Tradução de Tereza Scheiner.

BOURDIEU, Pierre. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: Universidade de São Paulo; Zouk. 2003.

BURCAW, George Ellis. **Methodology of Museology and Professional Training**. London, July 1983. p.13.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6ª. ed. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2006. 228p.

----- . **Leitores, espectadores e internautas**; tradução Ana Goldberger. – São Paulo: Iluminuras, 2008.

CARVALHO, Claudia. **Manual prático de assessoria de imprensa** / Claudia Carvalho, Lea Maria Aarão Reis – Rio de Janeiro: Eisevier, 2009. 119 p.

CARVALHO, Marcia M. **Perfil dos visitantes do Museu Nacional de Belas Artes**. Estatística Aplicada. Relatório final de curso. Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE. Rio de Janeiro. 1994.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **Exposição em museus e público: o processo de comunicação e transferência da informação**. 1998. 114 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

DESVALLÉES, André. **ICOFOM Study Series 19**. 1991. p. 37-45.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em Descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. Record: São Paulo, 2000.

GONCALVES, Jose Reginaldo dos Santos. **Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios.** Rio de Janeiro: IPHAN/DEMU, 2007. 256 p.(Museu, memória e cidadania)

\_\_\_\_\_. **A Retórica da Perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ; IPHAN, 1996.

GRUZMAN, C. **Biodescoberta: concepção e intencionalidades de uma exposição em biologia.** In: Marcus Granato; Claudia Penha dos Santos. (Org.). MAST COLLOQUIA Discutindo Exposições: Conceito, Construção e Avaliação. Rio de Janeiro: MAST, 2007, v. 8, p. 69-78.

LEWIS, Geoffrey D. **The systematics of museology, its application to ICOM's International Committees and the role of ICOFOM.** Museological Working Papers 2. 1982.

LIMA FILHO, Manuel Ferreira; ECKERT, Cornelia; BELTRÃO, Jane (Orgs.). **Antropologia e patrimônio cultural: diálogos e desafios contemporâneos.** Blumenau: Nova Letra, 2007. 368 p.

LOUREIRO, Maria Lucia Niemeyer. **Museu, informação e arte: a obra de arte como objeto museológico e fonte de informação.** 1998. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – IBICT, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações.** Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro, Editora UFRJ. 2008.

MASON, Timothy. **Gestão Museológica: desafios e práticas.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, British Council, Fundação Vitae, 2004. 96 p.

MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES, Rio de Janeiro. **L.E. Boudin no Museu Nacional de Belas Artes.** Pesquisa e textos Zuzana Paternostro. Apresentação Alcídio Mafrá de Souza. Rio de Janeiro, 1982.72p.

MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES (Brasil). **O Museu Nacional de Belas Artes.** São Paulo: Banco Safra, 1985. 396 p.

**PLANEJAMENTO de exposições.** Museums and Galleries Commissions. Trad. de Maria Luiza Pacheco Fernandes. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, Fundação Vitae, 2001. 32p. (Serie Museologia, 2).

ROCHA, Luisa Maria Gomes de Mattos. **Museu, Informação e comunicação: o processo de construção do discurso museográfico e suas estratégias.** 1999. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – IBICT, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.

SCHEINER, Tereza. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas.** Museu: gênese, ideia e representações na cultura ocidental. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro/Escola de Comunicação. Rio de Janeiro, 1998.

\_\_\_\_\_. **Museu e museologia, definições em processo.** In texto elaborado, a convite, para o livro sobre Definição de Museu, a ser editado pelo ICOFOM. Rio de Janeiro, novembro de 2005(inédito em português).

SENNET, Richard. **A corrosão do caráter**. Rio de Janeiro - São Paulo: Edit. Record, 1999.

SHAH, Anita. **The museum as an environment for education and interpretation**. STUDY SERIES, Paris, ICOM, n.8, 1p., 2000.

SILVA, Hélio R. S. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **O mito da integração pela identidade**. 2009. (Congresso).

SOBREIRA, Geraldo. **Como lidar com os jornalistas**. São Paulo: Geração Editorial, 1993.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. 8. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1980.

SPIELBAUER, K. Judith - **Methodology of museology and professional training**. London, UK. July 1983. p.133-145.

\_\_\_\_\_ **A linguagem da exposição**: interpretação e visão de mundo. In: Cadernos de Comunicação em Museus 1: Fundamentos da teoria da exposição.1991.

Wells, Stephen. **Wet towels and whetted appetites or a wet blanket?** The role of analysis in qualitative research. Journal of the Market Research Society, 33(1), Jan 1991. P. 39-44. Stephen Wells. conf. material didático. MBA Marketing Coppead/UFRJ.2001. tradução

ZOBARAN, Sergio; CÂMARA, Leopoldo. **A segunda imprensa**: guia para divulgador e divulgados. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.p.52

## DOCUMENTOS ELETRÔNICOS

ACÇÃO INTEGRALISTA BRASILEIRA. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=A%C3%A7%C3%A3o\\_Integralista\\_Brasileira&oldid=24527458](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=A%C3%A7%C3%A3o_Integralista_Brasileira&oldid=24527458)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

Algumas visões da museologia Escola de Museologia - Unirio. Disponível em: [http://www.unirio.br/museologia/escolademuseologia/algumasvisoes\\_1.htm](http://www.unirio.br/museologia/escolademuseologia/algumasvisoes_1.htm). Acesso em 21 nov. 2010.

Baby boomers na terceira idade. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17184/1/R2014-1.pdf>>. Acesso em 07 jan. 2010.

CALABRE, Lia. **Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas**. Trabalho apresentado no III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado entre os dias 23 a 25 de maio de 2007, na Faculdade de Comunicação / UFBA, Salvador-Bahia-Brasil. Disponível em <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/MesasCoordenadasSelecionadas.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

Diretores de Museus desabafam com o governo. **Agência Estado**. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em: 04 dez. 2009.

FGV. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cps/crise>> Acesso em 07 jan 2010.

GETÚLIO VARGAS. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Get%C3%BAlio\\_Vargas&oldid=24573979](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Get%C3%BAlio_Vargas&oldid=24573979)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

GOIS, Ancelmo. Adorno de luxo do governo, Gil não fez pouco. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo>>. **Globo.com**. Acesso em: 31 de jul. 2008

GROSSMANN, Martin. *O Museu de Arte hoje*. Disponível em: [http://forumpermanente.incubadora.fapesp.br/portal/.painel/artigos/o\\_museu\\_hoje](http://forumpermanente.incubadora.fapesp.br/portal/.painel/artigos/o_museu_hoje)> Acesso em: 22 de mai. 2010

ICOM Definition Of a Museum. Disponível em: <<http://archives.icom.museum/definition.html>> Acesso em 7 de jan. 2010.

ICOFOM. Disponível em: [http://www.icofom.com.ar/img/icofom\\_header2\\_r1\\_c1.jpg](http://www.icofom.com.ar/img/icofom_header2_r1_c1.jpg). Acesso em 18 nov. 2010.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2010. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Instituto\\_do\\_Patrim%C3%B4nio\\_Hist%C3%B3rico\\_e\\_Art%C3%ADstico\\_Nacional&oldid=21295388](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Instituto_do_Patrim%C3%B4nio_Hist%C3%B3rico_e_Art%C3%ADstico_Nacional&oldid=21295388)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

IPHAN. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal>> Acesso em: 06 de jul. 2009

Machado, Sheila, 8 de julho de 1978 - O incêndio no MAM do Rio. **JBonline.terra.com.br** Disponível em <<http://www.jblog.com.br/hojenahistoria>> Acesso em: 16 jan. 2010.

JAMES E. LOVELOCK. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=James E. Lovelock&oldid=24107430](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=James_E._Lovelock&oldid=24107430)>. Acesso em: 21 nov. 2010.

MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES: Biblioteca. Disponível em: < [http://www.mnba.gov.br/4\\_biblioteca/biblioteca.htm](http://www.mnba.gov.br/4_biblioteca/biblioteca.htm)> Acesso em: 2 jun. 2009.

MUSEUS. Disponível em :<<http://www1.museus.gov.br/IBRAM/PAG/>>. Acesso em: 8 fev 2010.

PARTIDO COMUNISTA BRASILEIRO. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2011. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Partido Comunista Brasileiro&oldid=23321990](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Partido_Comunista_Brasileiro&oldid=23321990)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

PETROBRAS. Disponível em <[http://w2.petrobras.com.br/minisite/marcaspetrobras/portugues/historiadamarca/hist\\_marca1994.asp](http://w2.petrobras.com.br/minisite/marcaspetrobras/portugues/historiadamarca/hist_marca1994.asp)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

SEPÚLVEDA, Luciana Koptcke, CAZELLI, Sibelle; LIMA, José Matias de. Boletim. In: **Observatório de Museus e Centros Culturais**. 1º Boletim. Disponível em <<http://www.museus.gov.br>>. Acesso em: 1 dez.. 2006.

SERGIO NAZARÉ, diretor de governo do Banco do Brasil. **Revista Economia da Cultura**. Sefic. Edição ≠ 1. Novembro 2009. Disponível em: <[bloghttp://blogs.cultura.gov.br/rec/2009/11/24/entrevista-sergio-nazare-diretor-de-governo-do-banco-do-brasil/](http://blogs.cultura.gov.br/rec/2009/11/24/entrevista-sergio-nazare-diretor-de-governo-do-banco-do-brasil/)>. Acesso em 4 fev. 2010.

SISTEMA BRASILEIRO DE MUSEUS. Disponível em <<http://www.museus.gov.br>>. Acesso em: 27 abr. 2009.

TRIGO, Luciano. Rafael Cardoso: A História no espelho da arte. Disponível em <<http://colunas.g1.com.br/maquinadeescrever/2008/12/12/a-historia-no-espelho-da-arte>>. **G1.globo.com**. Acesso em: 12 dez. 2008.

## PERIÓDICOS

ANGEL, Hildegard. Outra bela em litígio. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 22 de março de 2006.

BERREDO, Hilton. Os candidatos ignoram as artes plásticas. Opinião. **O Globo**. Rio de Janeiro, 3 de setembro de 1996.

CARDOSO, Rafael. Obras do esquecimento. **Revista Veredas**. Rio de Janeiro, fevereiro 1999.

CÔRTEZ, Celina. O Filão de Rodin. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 24 de maio de 1995.

DIAS, Mauricio. A desconstrução de uma mentira. São Paulo. **Revista Carta Capital**, p.32.15 abr 2009.

DIRETORES de Museus do Iphan no Rio de Janeiro fizeram para Veja Rio um balanço de suas gestões. **Revista Veja Rio**. Rio de Janeiro. 15 de janeiro de 2000

GIOIA, Mario, MARTI, Silas. Um jantar na Fiesp resolveria o MASP. **Folha de São Paulo**. São Paulo, p.E3, 29 jan. 2008.

LUSTOSA, Heloisa Aleixo. Temos que mudar a tradição do brasileiro de não visitar museus. **Revista Mulher de Hoje**. Rio de Janeiro. ed Bloch, s/data, possivelmente final dos anos 1990.

\_\_\_\_\_. Um museu popular. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 12 de abril de 2000.

\_\_\_\_\_. MNBA em segurança. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 5 de julho de 2003.

MACHADO, Marco Antonio Machado. Museu Nacional de Belas Artes. **Jornal do Comercio**. Rio de Janeiro. 19 de maio de 1997.

MARIA, Cleusa. Informe de Arte. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 26 de agosto de 2002

OPINIÃO. **O Globo**. Rio de Janeiro, 3 de abril de 1998.

O presidente pediu, eu fico. São Paulo. **Revista Época**, p.57.28 jan 2008.

VIEIRA, Felipe. **Semana Nacional de Museus em revista**. No.1, p. 5. set 2009.



## GLOSSÁRIO

<b>BNDES</b>	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
<b>CSN</b>	Companhia Siderúrgica Nacional
<b>DEMU</b>	Departamento de Museus do IPHAN
<b>DASP</b>	Departamento Administrativo do Serviço Público, no período do presidente Getúlio Vargas
<b>ECO 92</b>	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio-Ambiente e o Desenvolvimento ocorrida em 1992, no Rio de Janeiro
<b>ENBA</b>	Escola Nacional de Belas Artes
<b>ESDI</b>	Escola Superior de Desenho Industrial
<b>FAB</b>	Força Aérea Brasileira
<b>FGV</b>	Fundação Getúlio Vargas
<b>FNM</b>	Fábrica Nacional de Motores
<b>FNPM</b>	Fundação Nacional Pró-Memória
<b>FUNARTE</b>	Fundação Nacional de Arte, ligada ao Ministério da Cultura
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>IBRAM</b>	Instituto Brasileiro de Museus, autarquia ligada ao Ministério da Cultura
<b>ICOM</b>	<i>International Council of Museums</i> (Conselho Internacional de Museus) - órgão filiado à UNESCO
<b>ICOFOM</b>	<i>International Committee for Museology, ICOM</i> (Comitê Internacional de Museologia do Conselho Internacional de Museus)
<b>IPHAN</b>	Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
<b>MAM/RJ</b>	Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro
<b>MNBA</b>	Museu Nacional de Belas Artes
<b>MINC</b>	Ministério da Cultura
<b>SIMBA</b>	Sistema de informatização do Museu de Belas Artes
<b>SPHAN</b>	Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, o predecessor do IPHAN
<b>TCU</b>	Tribunal de Contas da União

## **ANEXOS**

**Questionário para freqüentador do MNBA**

1.Sexo:

- Masculino                       Feminino

2.Idade:

- De 15 a 20 anos                       De 21 a 30 anos  
 De 31 a 39 anos                       De 40 a 49 anos  
 De 50 a 59 anos                       60 anos ou mais

3.Nacionalidade

- Brasileiro  
 Estrangeiro: *indique o*

*país* \_\_\_\_\_

4.Estado civil, atualmente você está:

- Solteiro                                       Casado(a) ou vivendo c/ companheiro(a)  
 Separado/desquitado/divorciado       Viúvo(a)

5.Você mora:

- Com seus pais ou parentes                       Sozinho  
 Com outras pessoas que não da família       Com sua(seu)esposa(o) e filho(s)

6.Incluindo você, quantas pessoas residem na sua casa (desconsiderar os empregados)? 1    2    3    4    5    6    7    8

7.Você tem filhos?

- Sim                       Não

8.Já levou seus filhos ao Museu?

- Sim                       Não

9.Qual das seguintes alternativas melhor descreve a situação da sua casa? Ela é:

- Alugada                       Própria financiada  
 Própria quitada               Emprestada de terceiros

10. Nível de instrução:

- Fundamental                       Médio  
 Superior completo                       Superior incompleto  
 Pós graduado                       Mestrado                       Doutorado

11. Você está:

- Desempregado                       Estudando  
 Estudando e estagiando         Estudando e trabalhando  
 Trabalhando                          Aposentado                       Outros

12. Rendimento pessoal/mês:

Valor	Individual Familiar	
Até R\$ 930,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 931,00 a R\$ 1.860,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 1.861,00 a R\$ 4.650,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 4.651,00 a R\$ 6.975,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 6.976,00 a R\$ 11.625,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 11.626,00 a R\$ 16.275,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 16.276,00 a R\$ 20.925,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 20.926,00 a R\$ 30.225,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 30.226,00 a R\$ 39.525,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acima de R\$ 39.525,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não possuo renda individual	<input type="radio"/>	

13. Você possui telefone celular?

- Sim    Não             Pós pago             Pré pago?  
 Quanto costuma gastar por mês com o celular?  
 Até 25 reais             Até 50 reais             Acima de 50 reais

14. Você se informa mais a partir de:

- Jornal                       Internet  
 Revistas/Radio/TVs       Mídias sociais: twitter, etc...

15. O que o levou a visitar o MNBA?

- As exposições temporárias             As exposições permanentes  
 Outros \_\_\_\_\_

16. Em sua opinião, o que lhe agrada mais?

- Ver uma exposição de um artista estrangeiro (como Chagall)  
 Ver uma exposição de um artista nacional (como Portinari)

17. Se não visitasse o Museu que outra atração buscaria?

- cinema                       teatro

dança  passeios  
18. Como ficou sabendo da exposição no MNBA?

- jornal/revista  internet/mídias sociais  
 amigo  tv/radio.

19. Você tem o hábito de ler jornais?

- Não  Sim

Com que frequência?

- Diariamente  Eventualmente  Nos finais de semana  Durante a semana

20. O que acha dos espaços do MNBA?

- bonitos  agradáveis  
 frios  outros \_\_\_\_\_

21. E das exposições que encontra lá?

- interessantes  educativas  
 não acrescentam nada  outros \_\_\_\_\_

22. Você voltaria ao MNBA?

- Sim  Não

Você indicaria o MNBA para um amigo visitar?

- Sim  Não

E um turista?

- Sim  Não

23. Qual a imagem que você tem do MNBA?

- Elitista  Popular  
 Outra \_\_\_\_\_

24. Qual a obra de arte dentro do MNBA que você mais gostou de ver?

- Pintura  Escultura  
 Gravura  Desenho  
 Mobiliário  Outra

25. Quando se fala em MNBA, você se lembra do que?

\_\_\_\_\_

26. Você compraria um souvenir do MNBA?

- Catálogo  Caneca  
 Imã de geladeira  Pôster  
 Outros \_\_\_\_\_

27. Quais são os seus museus preferidos no Rio de Janeiro?

- Museu Chácara do Céu                       MAM                       MNBA  
 Museu Histórico Nacional                       Museu Nacional 5ª Boa Vista

28. Você acha o preço do ingresso muito caro?

- Sim                       Não

29. Conhece o site do Museu?

- Sim                       Não

É de fácil leitura?

- Sim                       Não

30. De onde costuma acessar a internet?

- Casa                       Trabalho                       Outro (Universidade, lan house, escola, etc...)

31. Você acha que o horário de funcionamento do Museu está adequado?

- Sim                       Não \_\_\_\_\_

32. Que meio de transporte utilizou para chegar ao Museu?

- Ônibus                       Metrô                       Automóvel                       Trem                       Barca                       Van

Você achou fácil chegar ao Museu?

- Sim                       Não

33. O que ficou da sua visita ao Museu? Algo mais a dizer?

---

---

### Questionário para o não Frequentador de museu.

1. Sexo:

- Masculino                       Feminino

2. Idade:

- De 15 a 20 anos                       De 21 a 30 anos  
 De 31 a 39 anos                       De 40 a 49 anos  
 De 50 a 59 anos                       60 anos ou mais

3. Nacionalidade

- Brasileiro(a)  
 Estrangeiro(a): *indique o país* \_\_\_\_\_

4. Estado civil, atualmente você está:

- Solteiro (a)                       Casado (a) ou vivendo c/ companheiro(a)  
 Separado(a)/desquitado(a)/divorciado(a)                       Viúvo(a)

5. Você mora:

- Com seus pais ou parentes                       Sozinho (a)  
 Com outras pessoas que não da família                       Com sua (seu) esposa (o) e  
filho

6. Incluindo você, quantas pessoas residem na sua casa (desconsiderar os empregados)?  1  2  3  4  5  6  7  8

7. Você tem filhos?  Sim                       Não

8. Qual das seguintes alternativas melhor descreve a situação da sua casa? Ela é:

- Alugada                       Própria financiada  
 Própria quitada                       Emprestada de terceiros

9. Nível de instrução:

- Fundamental                       Médio  
 Superior completo                       Superior incompleto  
 Pós-graduado                       Mestrado                       Doutorado

10. Você está:

- Desempregado (a)                       Estudando  
 Estudando e estagiando                       Estudando e trabalhando  
 Trabalhando                       Aposentado (a)

Outros

11. Rendimento pessoal/mês:

Valor	Individual Familiar	
Até R\$ 930,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 931,00 a R\$ 1.860,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 1.861,00 a R\$ 4.650,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 4.651,00 a R\$ 6.975,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 6.976,00 a R\$ 11.625,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 11.626,00 a R\$ 16.275,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 16.276,00 a R\$ 20.925,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 20.926,00 a R\$ 30.225,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De R\$ 30.226,00 a R\$ 39.525,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acima de R\$ 39.525,00	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não possuo renda individual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Você possui telefone celular?

Sim  Não  Pós pago  Pré pago?

Quanto costuma gastar por mês com o celular?

Até 25 reais  Até 50 reais  Acima de 50 reais

13. Você se informa mais a partir de

Jornal

Revistas/Radio/TVs

Internet

Mídias sociais: twitter, etc...

14. Quantas vezes você visitou um Museu (no Brasil) nos últimos dois anos?

Nenhuma vez  1  2  3  4  Mais de 4

15. Você conhece o MNBA?

Sim

Não

16. (Caso se aplique) Por que não teve interesse em visitar o MNBA?

Porque é longe

Porque tem que pagar

Porque a programação não agrada

Porque não gosto de artes plásticas.

17. Você já foi a outros museus de arte?

Sim  Não

Quais/onde? \_\_\_\_\_



18. O que o levaria a visitar o Museu Nacional de Belas Artes?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> A programação                    | <input type="checkbox"/> Exposição para crianças |
| <input type="checkbox"/> Ver esculturas/pinturas/gravuras | <input type="checkbox"/> Uma cafeteria           |
| <input type="checkbox"/> Loja com artigos de artes        | <input type="checkbox"/> Concertos musicais      |
| <input type="checkbox"/> Cinema                           | <input type="checkbox"/> Outros motivos          |

19. Em sua opinião, o que lhe agradaria mais?

- Ver uma exposição de um artista estrangeiro (como Chagall)  
 Ver uma exposição de um artista nacional (como Portinari)

20. Que tipo de atração cultural costuma freqüentar?

- |                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> cinema | <input type="checkbox"/> teatro   |
| <input type="checkbox"/> dança  | <input type="checkbox"/> passeios |

21. Você tem o habito de ler jornais?

- Não  Sim

Com que freqüência?

- Diariamente  Eventualmente  Nos finais de semana  Durante a semana

22. Qual a imagem que você tem dos Museus?

- Elitista  Popular  
 Outra \_\_\_\_\_

23. Você recomendaria o MNBA a um amigo?

- Sim  Não

E a um turista?

- Sim  Não

24. Quando se fala em MNBA, você se lembra do que?

- Arte  Cultura  Educação  Outra \_\_\_\_\_

25. Você compraria um souvenir do MNBA? Do tipo:

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Catálogo         | <input type="checkbox"/> Caneca       |
| <input type="checkbox"/> Imã de geladeira | <input type="checkbox"/> Pôster       |
| <input type="checkbox"/> Camiseta         | <input type="checkbox"/> Outros _____ |

26. Se tivesse chance, quais museus dentre estes abaixo você gostaria de visitar?

- |   |  |                               |
|---|--|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Museu Chácara do Céu     | <input type="checkbox"/> MAM                         | <input type="checkbox"/> MNBA |
| <input type="checkbox"/> Museu Histórico Nacional | <input type="checkbox"/> Museu Nacional 5ª Boa Vista |                               |

27. Você acha o preço do ingresso dos Museus - em média R\$ 6,00 - muito caro?

- Sim                       Não

28. Conhece o site do MNBA?

- Sim                       Não

É de fácil leitura?

- Sim                       Não

29. De onde costuma acessar a internet?

- Casa                       Trabalho       Outro (Universidade, lan house, escola, etc...)

30. Caso fosse visitar o MNBA, considera adequado seu horário de funcionamento: de terça a sexta das 10h às 18h e nos sábados, domingos e feriados, das 12h às 17h?

- Sim                       Não, deveria ser estendido.

31. Você teria uma nova sugestão para o MNBA tornar-se ainda mais atraente?

Planilha de dados compilados na pesquisa com frequentadores de museus

número quest.	sexo	idade	nacionalidade	estado civil	moradia	numero de residente	filhos	leveu filhos ao museu	situação da moradia	nível instrução	situação de trabalho	rendimento mensal propri-	rendimento mensal familiar	possui celular	quanto gasta por mês	qual meio de informação da programação	motivo da visita ao museu	qual exposição agradeceu mais	escolha de atração não museu	meio de informação sobre o museu	le jornais	frequência de leitura	o que acha do espaço do museu	impressão sobre as exposições visitadas
1	m	41 a 49	br	solteiro	sozinho	1	n	0	própria	sup comp	trab	até 930	930	s pos	50	jornal	expo temp+expo	artista	passarelos	internet/midia social	s	diariamente	bonsitos	interessantes e educativas
2	m	21 a 30	br	solteiro	pais/parente	4	n	0	própria	pos grad	trab e	931 a 1860	6.976 a 11.625	s pre	25	internet	expo temp+expo	os dois	teatro+passarelos	internet/midia social	s	diariamente	bonsitos	interessantes e educativas
3	f	21 a 30	br	casado	esposo	2	n		própria	medo	trab e	931 a 1860	6.976 a 11.625	s pos	mais de 50	jornal +internet +tv+radio	expo temp	est	cinema	internet/midia social	s	durante a semana	agradáveis	interessantes
4	m	31 a 39	br	casado	esposo	2	n		financiada	pos grad	trab	4.651 a 6.975	6.976 a 11.625	s pos	mais de 50	internet	expo temp	nac	cinema	amigo/esposa	s	diariamente	bonsitos	interessantes
5	m	21 a 30	br	uniao estavel	esposo	2	n		pq	sup incmp	trab	até 930	até 930	n		internet	outros	nac	cinema	de passagem	s	eventualmente	bonsitos e educativos	interessantes e educativas
6	f	31 a 39	br	uniao estavel	esposo	2	n		alugada	sup comp	trab	1.861 a 4.650	1.861 a 4.650	s pre	50	internet	expo temp+expo	os dois	teatro	amigo	s	fim de semana	bonsitos	interessantes e educativas
7	f	21 a 30	br	casado	esposo	2	n		pf	pos grad	trab e	1.861 a 4.650	6.976 a 11.625	s pos	mais de 50	internet	outros	nac	cinema + teatro	amigo	s	diariamente	agradáveis	interessantes e educativas
8	f	mais de 60	br	casado	esposo	6	s	s	pq	sup comp	trab	6.976 a 11.625	11.626 a 16.275	s pre	mais de 50	jornal +rev+radio +tv	expo temp	os dois	danca	amigo	s	diariamente	agradáveis	interessantes
9	f	mais de 60	br	separado	sozinho	1	n		pq	sup comp	trab	1.861 a 4.650	1.861 a 4.650	s pos	mais de 50	jornal +rev+radio +tv	expo temp	os dois	teatro	jorn + rev	s	fim de semana	bonsitos	interessantes
10	f	40 a 49	br	casado	esposo	2	s	s	pq	mestrado	trab e estuda		1.861 a 4.650	s pos	50	jorn +inter	expo temp	os dois	passarelos	amigo	s	diariamente	agradáveis	interessantes e educativas
11	m	40 a 49	br	casado	esposo	4	s	s	pq	doutorado	trab e estuda	1.861 a 4.650	4.651 a 6.975	s pre	50	jornal	expo temp	os dois	cinema + danca	jorn + rev	s	durante a semana	agradáveis	interessantes
12	m	21 a 30	br	casado	esposo	2	n		pq	sup comp	trab	6.976 a 11.625	11.626 a 16.275	s pos	corporativo	rev +radio +tv + inter	expo per	os dois	cinema	de passagem	s	eventualmente	bonsitos	interessantes e educativas
13	f	mais de 60	br	viuvo	sozinho	1	s	n	pq	pos grad	trab	6.976 a 11.625	11.626 a 16.275	s pre	50	jornal +rev+radio +tv	expo temp	os dois	teatro	de passagem	s	fim de semana	bonsitos e educativos	interessantes
14	f	21 a 30	br	solteiro	pais/parente	4	n		pq	sup incmp	estudando	931 a 1860		s pos	mais de 50	jornal +rev+radio +tv +inter	expo per	os dois	cinema	amigo/professor	n	eventualmente	agradáveis	interessantes
15	f	51 a 59	br	solteiro	sozinho	1	n		pq	doutorado	trab	4.651 a 6.975		s pre	25	jorn +inter	expo temp	os dois	passarelos	jorn + rev	s	diariamente	bonsitos e educativos	interessantes
16	m	41 a 49	br	solteiro	outros	4	n		sup incmp	trab		931 a 1860		s pre	25	jorn +inter	expo temp+expo	est	passarelos	jorn + rev	s	diariamente	agradáveis	interessantes
17	f	15 a 20	br	solteiro	sozinho	1	n		alugada	sup incmp	estudando	1.861 a 4.650	1.861 a 4.650	s pos	mas de 50	internet	professor mandou	nac	in + danca +teatr	amigo	s	diariamente	agradáveis e educativos	interessantes e educativas
18	f	51 a 59	br	solteiro	pais	2	n		pq	mestrado	trab	6.976 a 11.625	11.626 a 16.275	s pos	mais de 50	jornal +rev+radio +tv +inter +midas sociais	expo per	os dois	passarelos	jorn + rev	s	diariamente	agradáveis e familiares	interessantes
19	m	31 a 39	br	solteiro	sozinho	1	n		pq	mestrado	estudando	931 a 1860	931 a 1860	s pos	50	jorn +inter	expo temp	est	passarelos	internet/midia social	s	diariamente	agradáveis	educativas e culturais
20	f	41 a 49	br	casado	esposo	4	s	s	alugada	mestrado	trab e estuda	931 a 1860	6.976 a 11.625	s pos	mais de 50	jorn +inter	expo temp	os dois	passarelos	internet/midia social	s	diariamente	agradáveis	educativas e culturais
21	m	mais de 60	br	solteiro	sozinho	1	s	s	alugada	sup comp	trab	6.976 a 11.625	6.976 a 11.625	s pos	mais de 50	jornal	expo temp+expo perm	os dois	cinema	jorn + rev	s	diariamente	bonsitos e educativos	interessantes
22	m	31 a 39	br	casado	esposo	2	n		alugada	sup comp	trab	931 a 1860	4.651 a 6.975	s pre	25	livros	interesse profissional	os dois	bar	jorn + rev	s	fim de semana	bonsitos e educativos	interessantes e educativas
23	f	41 a 49	br	casado	esposo	6	s	n	pq	medo	(desemprega	931 a 1860	931 a 1860	s pre	mais de 50	internet	expo temp+expo	nac	passarelos	amigo	s	eventualmente	agradáveis	interessantes
24	f	21 a 30	br	solteiro	pais/parente	3	n		pq	sup comp	trab	931 a 1860	1.861 a 4.650	s pre	25	jornal +rev+radio +tv +inter	expo per	nac	teatro	amigo	s	fim de semana	bonsitos	interessantes e educativas
25	m	51 a 59	br	solteiro	sozinho	1	n		pq	pos grad	trab e	6.976 a 11.625		s pos	mais de 50	jornal +rev+radio +tv +inter	expo temp	os dois	passarelos	internet/midia social	s	diariamente	fitos	interessantes