



A REPRESENTATIVIDADE DA AÇÃO EDUCATIVA DO MUSEU OSCAR NIEMEYER (MON) E O PERFIL DO PÚBLICO ORGANIZADO EM 2009

Adriana Vaz
Universidade Federal do Paraná (UFPR)
adriana.vaz@ufpr.br
<http://lattes.cnpq.br/2037918966512896>

As parcerias entre museu e sociedade, cujo objetivo seja a função educacional do museu, estão ancorados em três pontos: conhecimento, avaliação e comunicação, menciona Marília Cury. No caso do MON, a ação educativa focou-se na formação de público, priorizando a construção de conhecimento e a comunicação. Para analisar a representatividade da ação educativa do MON, este artigo foi estruturado em cinco tópicos: aspectos metodológicos, procedência do público, relevância da ação educativa, público escolar e público não escolar. A ação educativa do MON abarca uma parcela considerável de público se comparada ao Museu de Arte Contemporânea do Paraná e a Casa Andrade Muricy; do universo de 42.109 mil visitantes o perfil mais significativo inclui as escolas da rede municipal e estadual de Curitiba e Região Metropolitana de Curitiba, que perfazem 62% do total.
Palavras-chave: museu; público; ação educativa

Partnerships between the museum and society, whose goal is the educational function of the museum, are anchored at three points: knowledge, assessment and communication, mentions Marília Cury. In the case of MON, educational action was focused on audience formation, prioritizing knowledge construction and communication. To analyze the representativeness of MON educational action, this article was structured around five topics: methodological aspects, origin of the audience, educational action relevance, audience from schools and not from schools. MON educational action covers a considerable portion of audience, if compared to the Museum of Contemporary Art of Paraná and Casa Andrade Muricy; from the universe of 42,109,000 visitors, the most significant profile includes municipal and state schools of Curitiba and metropolitan region of Curitiba, which account for 62% of the total.

Keywords: museum, audience, education action

O museu, como espaço educacional, já vinha sendo proposto desde a abertura dos seus acervos ao público em geral¹, com a museologia essa atribuição permanece, mas modifica-se o modo de abordar os objetos musealizados, partindo-se do público e não das coleções. As formulações teóricas sobre a museologia foram conquistadas gradativamente, mediante as reflexões feitas nas instituições como a

¹ LOURENÇO, M. C. F. (1999). **Museus acolhem o moderno**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. p.69-70.



UNESCO e o ICOM, com base nos documentos produzidos nos encontros de 1958 e 1971.²

A Mesa-Redonda de Santiago do Chile, em 1972, foi importante para delinear as bases conceituais e filosóficas do que se denominou posteriormente *Movimento da Nova Museologia*.³ Dentre os princípios básicos e a caracterização das ações do movimento,

o marco mais significativo da evolução do processo museológico na contemporaneidade: *a passagem do sujeito passivo e contemplativo para o sujeito que age e transforma a realidade*. Nessa perspectiva, o preservar é substituído pelo apropriar-se e reapropriar-se do patrimônio cultural, buscando a construção de uma nova prática social.⁴

A prática museológica, ancorada no diálogo, elege a comunicação como outra entre tantas funções atribuídas ao museu: o reconhecimento das diversas identidades, a socialização da preservação, o uso da memória coletiva e o museu como espaço da prática social. "Podemos definir, então, o fato museal como a qualificação da cultura em um processo interativo de ações de pesquisa, preservação e comunicação, objetivando a construção de uma nova prática social".⁵

No que diz respeito ao público, dentre os vários questionamentos que surgem nessa nova prática entre agentes que atuam no campo museológico, a exposição ainda é o eixo de comunicação entre o museu e o público, como afirma Marília Cury, para quem a exposição não tem sentido por si só e sim, na relação com o outro: o público.⁶ Para Cury, não existe um público ideal, logo a exposição não representa um discurso fechado, seu processo comunicacional visa a interação com o público, partindo das suas expectativas e realidade social e os museus precisam se adequar a esse modelo.⁷

² SANTOS, M. C. T. M. (2008). Reflexões sobre a nova museologia. In: SANTOS, M. C. T. M. **Encontros museológicos**: reflexões sobre museologia, a educação e o museu. Rio de Janeiro: Sindicato Nacional dos Editores de Livros. p.74-75.

³ *Ibid.*, p.76.

⁴ *Ibid.*, p.84.

⁵ *Ibid.*, p.97.

⁶ CURY, M. X. (2005). **Exposição**: concepção, montagem e avaliação. São Paulo: Annablume. p.39-40.

⁷ *Ibid.*, p.41-42.



Na hipótese de que o público seja substituído pela sociedade, Cristina Bruno indaga quais seriam os meios de avaliar suas expectativas.⁸ Tal problemática rebate na profissionalização do museólogo, pois, apesar dos avanços percebidos nos cursos de graduação, ainda existe muito a ser realizado para que ela se efetive, conforme o que propõe a teoria da museologia, principalmente para os que pretendem abordar o "patrimônio universal".

Tanto nos museus tradicionais, quanto nos novos modelos museológicos, a preservação aparece como função básica para ambos, em paralelo às outras decorrentes dessa, como a coleta e os estudos dos objetos, a salvaguarda das coleções e referências patrimoniais, e, por fim, a comunicação que envolve a exposição, educação e ação sociocultural. Os museus brasileiros vivem as controvérsias e os impasses que também marcam os museus em outras regiões do mundo, ou seja, encontrar o equilíbrio entre a preservação e o desenvolvimento, posse e exclusão, *expert* e sociedade de consumo, objeto descartável e colecionismo, como aponta Cristina Bruno, ao se referir ao papel dos museus futuramente, considerando o contexto latino-americano.⁹

O público, no plural, a sociedade, como afirma Cristina Bruno, coloca o museu como espaço educacional e social, esse, por sua vez, amplia suas ações pautadas na diversidade desses públicos como pressupõe a Nova Museologia, cujo objeto exposto é visto como patrimônio universal e não como uma coleção particular a uma cultura ou representante de uma elite.

Como menciona Cristina Bruno¹⁰, entre a museologia de antes e a de hoje, a representação que a palavra museu suscita conforma a ideia de instituição elitista, colonizadora, sectária e excludente. De um lado, instituições paternalistas e autoritárias, de outro, isoladas e esquecidas, que atuam como espaços exclusivos de preservação e comunicação de objetos e coleções. Atualmente, busca-se os caminhos da diversidade

⁸ BRUNO, C. (1997). **Museologia e museus**: princípios, problemas e métodos. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT). (Cadernos de Sociomuseologia). p.10.

⁹ *Ibid.*, p.42.

¹⁰ BRUNO, C. (2007). **Museus e patrimônio universal**.

Disponível em: <<http://www.icom.org.br/texto%20Cristina%20Bruno.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2007.



cultural, da repatriação das referências culturais, da gestão partilhada e do respeito à diferença de forma objetiva e construtiva. Prioriza-se o diálogo e a convivência com o outro, valoriza-se a atuação em redes e sistemas, vistos como espaços importantes para o desenvolvimento socioeconômico, ao assumirem a responsabilidade por ideias e conflitos sociais.

O museu como espaço de sociabilidade, celebração e representação, deve atuar em quatro segmentos, segundo Cristina Bruno:

- a) salvaguardar e comunicar as expressões culturais com vistas à sua valorização e ressignificação, evidenciando a sua função social contemporânea;
- b) amparar a negociação sobre os valores culturais a partir de estudos científicos e da interlocução com distintos segmentos das sociedades;
- c) desenvolver processos sistemáticos que consolidem a trajetória da educação da memória;
- d) preservar o espaço e o tempo para a fruição e argumentação sobre os nossos próprios valores e dramas culturais.¹¹

Com base nessas características mencionadas por Bruno, o Museu Oscar Niemeyer (MON) segue qual modelo de conduta? Atende a uma demanda de elite ou acompanha as mudanças suscitadas pelas discussões teóricas provenientes da "Nova Museologia"? Se as respostas estiverem condicionadas à curadoria, reafirmam-se os interesses de uma classe artística que presta serviço ao MON, considerando que a administração cultural do museu segue uma lógica empresarial, envolvendo pessoas físicas e jurídicas em torno da finalidade de promover arte e cultura: o museu como um mercado de bens simbólicos. Em contrapartida, o setor educativo possibilita o intermédio entre o culto e o popular, amenizando o caráter excludente da curadoria.

Entende-se que a posição da ação educativa do museu coincide com a da museologia, então, o MON se apresenta como um espaço democrático. Dentre as diretrizes propostas para esse fim, as políticas que regem o Sistema Estadual de Museus do Paraná (SEM/PR) e se relacionam com a formação do público são:

incentivar a democratização do acesso aos museus e a produção de bens culturais musealizados; estimular a criação de programas educativos em

¹¹ BRUNO, C. (1997). **Museus e patrimônio universal**. ..., p.10.



museus; implementar ferramentas de divulgação da política museológica do Estado, através da edição de livros, periódicos, catálogos e sites na Internet; (...).¹²

Muitas dessas iniciativas foram promovidas pelo MON, como as atividades do setor educativo, a produção e comercialização dos catálogos das exposições, as parcerias com várias instituições na promoção das mostras internacionais e nacionais, sendo assim, identificar o público mediado pela ação educativa, explicitar esses vínculos institucionais contribuirá para a compreensão da popularidade desse museu.

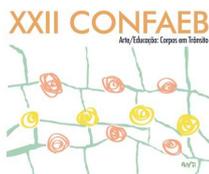
Aspectos metodológicos

Dentre a variedade de público, neste artigo, inicialmente, remete-se às instituições agenciadas pelo setor educativo do MON referentes ao ano de 2009, e ainda, ao considerar as categorias de público, parte-se do pressuposto que essas abrangem seis segmentos: familiar, escolar, da 3.^a idade, do turismo, de inclusão social e de deficiência motora e sensorial. Num segundo momento, compara-se a quantidade de público do MON com o público do Museu de Arte Contemporânea do Paraná (MAC/PR) e da Casa Andrade Muricy (CAM), com a finalidade de avaliar a abrangência de atuação do MON em relação aos outros espaços da Secretaria de Estado da Cultura (SEEC).¹³

Numa primeira avaliação sobre a ação educativa do MON, constatou-se pontos frágeis no sistema de gestão informacional desse setor. O museu indicava o número de visitantes e de visitas sem operacionalizar os dados disponíveis, no sentido de gerenciar a frequência com que cada instituição participava do espaço educacional proposto pelo museu, mostrando que a comunicação não ocorre de modo bilateral. Esse fato foi constatado pela ausência de um cadastro único de instituições que, caso existisse, poderia facilitar o mapeamento nesses cinco anos de atuação do setor educativo, em função do perfil de cada instituição, ou mesmo, contribuir com as

¹² Disponível em: <<http://www.cosem.cultura.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=4>>. Acesso em: 1.º mar. 2011. In: VAZ, A. (2011). **O Museu Oscar Niemeyer e seu público: articulações entre o culto, o massivo e o popular**. 379 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, p.182.

¹³ O público mediado pelo setor educativo do MON é agendado de modo similar nas outras unidades museológicas de Curitiba, pois a forma de classificação adotada pelo MAC/PR e pela CAM também diz respeito à quantidade de instituições agendadas e efetivadas por visita, e não por tipo de instituição. In: *Ibid.*, p.183.



políticas avaliativas do museu, para se ter claro, por exemplo, se os visitantes mediados pelas instituições se efetivam como público. Outro dado sistematizado pelo MON referia-se à localização geográfica de cada instituição, porém, não existia nenhuma catalogação adotada pelo museu no sentido de avaliar a demanda do público não só pelo perfil das escolas, mas também pela localização por municípios.

Ciente dessas ressalvas, identificar a quantidade e o perfil das instituições que frequentaram o MON e ordená-las por número de visitas e visitantes, bem como, mostrar a localização de cada um delas, constitui procedimento relevante para contextualizar este público. Nesta análise, dividem-se as instituições em dois grupos: as de ensino e as outras instituições. Esses grupos serão subdivididos por tipo de instituição e pela região de abrangência. A localização de cada instituição também é considerada como critério de avaliação, no sentido de identificar a demanda social de cada segmento, estando elas distribuídas entre Curitiba e municípios da Região Metropolitana de Curitiba (RMC), Paraná com base nas Regionais de Cultura (RC) e outros Estados brasileiros.

Os grupos agendados pelo setor educativo do MON são classificados em escolar e não escolar, que somados indicam a quantidade total de visitantes. A categoria visita e instituição revela o total de grupos mediados, independente do tipo de atividade. Quanto às atividades, que abrangem a monitoria e a oficina, cada grupo pode escolher participar da monitoria e/ou da oficina – portanto, na leitura dos dados, o público total não equivale a soma do público das monitorias e das oficinas.

Procedência do público

Apresenta-se a quantidade de público de acordo com a procedência, incluindo-se Curitiba e os outros municípios da Região Metropolitana de Curitiba, interior do Paraná e outros Estados brasileiros; depois, aborda-se os segmentos de público. Em 2009, o público geral mediado pelo setor educativo do MON totalizou 42.109 visitantes, distribuídos em 498 instituições que perfizeram 880 visitas. Participaram das monitorias 36.044 visitantes e das oficinas 15.946 visitantes. Segundo a localidade, Curitiba é o município de maior representatividade, com um público de 29.630 visitantes atrelado a 288 instituições; foram 592 visitas ao museu, incluindo o



público da monitoria que foi de 25.334 visitantes e o público das oficinas que foi de 11.485 visitantes.

Com exceção da capital paranaense, ao avaliar o público da Região Metropolitana de Curitiba (RMC), detectou-se que, dos 17 municípios que compõem esse universo¹⁴, os de maior audiência foram Colombo e São José dos Pinhais e os de menor audiência estão representados por Contenda, Itaperuçu e Rio Branco do Sul. O público total da RMC foi de 6.636 visitantes, incluindo 152 visitas e 89 instituições; as oficinas, foram frequentadas por 3.004 visitantes e as monitorias por 5.362 visitantes.

Além da RMC, cujos municípios integram a primeira das dezoito regionais de cultura do Estado, avaliou-se, também, o público das outras regionais de cultura (RC)¹⁵. Das treze regionais identificadas, a Associação dos Municípios da Região dos Campos Gerais (AMCG) e a Associação dos Municípios do Litoral (AMLIPA) são as duas com maior quantidade de público. As regionais com menor quantidade de público foram a Associação dos Municípios do Vale do Ivaí (AMUVI), a Associação dos Municípios do Médio Centro Oeste do Paraná (CANTUQUIRIGUAÇU), a Comunidade dos Municípios da Região de Campo Mourão (COMCAM), a Associação dos Municípios do Norte Pioneiro (AMUNORPI) e a Associação dos Municípios do Setentrão Paranaense (AMUSEP). Contudo, o interior do Paraná totalizou um público de 2.712 visitantes distribuídos por 33 municípios, sendo que, 2.469 participaram das monitorias e 533 das oficinas.

A participação dos outros Estados brasileiros¹⁶ foi maior que a do interior do Paraná. Os 29 municípios totalizaram um público de 3.131 visitantes, ou seja, 7,4% do total, sendo que 18 municípios eram de Santa Catarina. Os catarinenses perfizeram um público de 2.353 visitantes.

Dos três grupos identificados quanto à localidade, observou-se que Curitiba representa praticamente 71% do público mediado pela ação educativa do MON. O restante cabe a São José dos Pinhais, Colombo e Santa Catarina, visitaçoão que se

¹⁴ Ver quadro 5. In: VAZ, A. (2011). **O Museu Oscar Niemeyer e seu público**: ..., p.189.

¹⁵ Ver quadro 6. In: *Ibid.*, p.191.

¹⁶ Ver quadro 6. In: *Id.*



manteve proporcional, e, por último, ao público do interior do Paraná representado por duas RC. Ao avaliar esses grupos pelo tipo de atividade, verificou-se que Santa Catarina e o interior do Paraná priorizam a monitoria, por outro lado, em Curitiba, São José dos Pinhais e Colombo, a procura pelas oficinas se equipara a monitoria.

Relevância da ação educativa

Mapeada a quantidade de público mediado pelas ações educativas do MON em 2009, estabeleceu-se um paralelo com a ação educativa do MAC/PR e CAM¹⁷. O MAC/PR reduziu a quantidade de público mediado pelo educativo após a inauguração do MON, cuja média anual era de 6.387 visitantes de 2000 a 2002, passando para 2.355 visitantes de 2003 a 2009. Aliás, o ano mais representativo foi 2001, com 121 visitas num total de 8.916 visitantes. Em contrapartida, em 2009 não foi agendado nenhum grupo pelo educativo, num total de 13.288 visitantes.

Na Casa Andrade Muricy, os anos mais significativos foram 1999 e 2008, com 8.683 e 8.742 visitantes, respectivamente – o que coincide com a promoção de exposições internacionais e outros eventos de importância nacional. O período menos representativo coincide com a reinauguração do MON em 2003, data em que o setor educativo da CAM não promoveu nenhuma monitoria, seguido dos anos anteriores, 2002 e 2001.

O controle do educativo na CAM, por extensão ao MON, comprova que não há uma ação educativa sistemática. Por outro lado, no MAC/PR, a estatística geral apresentada pelo museu é maior do que os dados levantados com a pesquisa, pois, em algumas mostras, a soma do público da ação educativa é calculada por exposição e não por visita agendada. Pelo que foi exposto, a ação educativa do MAC/PR e da CAM teve pequena abrangência se comparado ao MON.

Público escolar

Após esse quantitativo geral do público da ação educativa do MON e o comparativo com o MAC/PR e a CAM, divide-se a análise em dois grupos, o público

¹⁷ No MAC/PR, considerou-se o período de 2000 a 2009 e na CAM o intervalo de 1998 a 2009. O recorte antecede a abertura do MON, objetivando identificar a visitação antes e depois do museu. Ver Quadro 7. In: VAZ, A. (2011). **O Museu Oscar Niemeyer e seu público**: ..., p.194.



escolar e o não escolar. As escolas estão divididas em cinco grupos: municipais, estaduais, federais, particulares e de ensino superior. O perfil não escolar inclui vários segmentos.

Do montante geral, o maior segmento é o público escolar, composto por 37.777 visitantes vinculados a 424 instituições, no total de 737 visitas. Independente do perfil das escolas, ao verificar a quantidade de público por localidade, 26.805 visitantes são de Curitiba, 5.582 visitantes são da RMC, enquanto que as regionais de cultura do Paraná e os outros Estados brasileiros mantiveram praticamente a mesma proporção.¹⁸

Ao detalhar esse universo composto pelo público escolar¹⁹, constata-se que a maior incidência é do público oriundo das escolas municipais e estaduais. As municipais representam 16.941 visitantes, dos quais 14.512 visitantes são de Curitiba e as estaduais totalizam 11.983 visitantes, também em maior porcentagem os grupos de Curitiba, com 6.444 visitantes. Em quantidade de escolas, 180 instituições são municipais e 131 instituições são estaduais. Em terceiro, aparecem as escolas particulares, representadas por 86 instituições, num total de 7.384 visitantes. Pela procedência das instituições e pelo perfil das escolas, resumidamente, o MON atende o público escolar de Curitiba, oriundo das escolas municipais e estaduais.

Público não escolar

O público atua como sujeito e não mais como indivíduo atomizado e passivo, pois na atualidade a diversidade que o conjunto de visitantes representa inclui diversos segmentos além do escolar, como menciona Magaly Cabral ao problematizar as parcerias entre educação e museu²⁰. Sendo assim, o tópico a seguir busca identificar quais ações desenvolvidas pelo MON contemplam esses outros grupos e quais são esses segmentos.

¹⁸ Ver Quadro 8. In: VAZ, A. (2011). **O Museu Oscar Niemeyer e seu público**: ..., p.195.

¹⁹ Ver Quadro 9. In: *Ibid.*, p.196.

²⁰ CABRAL, M.; CURY, M. X. (2005). **Parcerias em educação e museus**. Disponível em: <<http://www.icom.org.br/Parcerias%20em%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20e%20Museus.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2007.

A classificação proposta por Cabral, inclui no primeiro grupo o público com deficiências físicas, mentais e sensoriais. O museu, ao estabelecer parcerias com instituições especializadas em atender pessoas com deficiência, participa como colaborador na inclusão social desse grupo. Sobre o público socialmente marginalizado, indaga-se, o museu na atualidade consegue romper com a representação negativa vivenciada por esse segmento? As hipóteses articuladas por Cabral consideram dois fatores como resultantes da falta de interesse desse segmento em relação ao museu: o desconhecimento a respeito dos museus e a percepção de que não é um lugar do seu interesse. A falta de interesse ocorre pela percepção de que o museu é o espaço das elites culturais. Quanto ao terceiro grupo, que abrange os grupos familiares, tem-se que as iniciativas promovidas pelos setores educativos para atender grupos de famílias ainda são incipientes.

Das três possibilidades de articulação, a escola é priorizada pelos museus brasileiros em percentual de visitantes, menciona Magaly Cabral – como já foi constatado, o mesmo se aplica ao MON. Por outro lado, o perfil não escolar abrange 74 instituições num total de 143 visitas ao museu, totalizando 4.332 visitantes.²¹ Das quatro localidades, agrupa-se o público não escolar de Curitiba e dos outros municípios da RMC que perfazem 3.879 visitantes. Com isso, analisa-se dividindo-os em cinco categorias: programas sociais e de saúde, prefeituras e secretarias, espaços culturais, empresas privadas e de turismo e por último, o SESC juntamente com o SESI.²²

A categoria mais significativa são os programas sociais e de saúde, que representam um público total de 2.247 visitantes, atrelados a 72 visitas. Dentre as instituições estão a Fundação de Ação Social (FAS), os Centros de Referência da Assistência Social (CRAS), os Centros de Atenção Psicossocial (CAPS) e as Unidades de Saúde Municipais (US), bem como, os hospitais e outras entidades sociais. Esse perfil de grupo condiz com a definição de Cabral ao se referir ao público socialmente marginalizado e com deficiências especiais.

²¹ Ver Quadro 10. In: VAZ, A. (2011). **O Museu Oscar Niemeyer e seu público: ...**, p.198.

²² Ver Quadro 11. In: VAZ, A. (2011). **O Museu Oscar Niemeyer e seu público: ...**, p.199.



XXII CONFAEB Arte/Educação: Corpos em Trânsito

29 de outubro à 02 de novembro de 2012

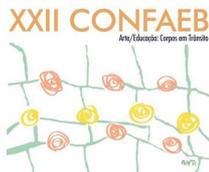
Instituto de Artes / Universidade Estadual Paulista

Em síntese, a ação educativa do MON abarca uma parcela considerável de público, se comparada ao MAC/PR e à CAM. A prioridade do MON foi a formação de público, visto que o perfil mais significativo foi o das escolas da rede municipal e estadual de ensino oriundas de Curitiba e RMC, que totalizam 62%. Do universo de praticamente 42 mil visitantes agendados pelo MON em 2009, identificam-se os seguintes segmentos de público: o escolar, o de inclusão social e os de deficiência motora e sensorial. Outro segmento é o de turismo, que se aplica aos visitantes do interior do Paraná e dos outros Estados brasileiros.

A diversidade de segmentos e a quantidade de público mediado pelo educativo fazem com que o MON se caracterize como um espaço democrático, de acordo com a concepção de popular atrelado à comunicação, uma vez que o museu desenvolve políticas públicas com o intuito de torná-lo acessível ao grande público, nas quais estão focalizadas a formação cultural e artística do público infantil e juvenil da rede pública de ensino. Por outro lado, no que diz respeito à museologia, na dicotomia entre a valorização da prática social condizente com a realidade específica de cada segmento de público *versus* a ênfase na produção artística e nas coleções, o MON prioriza as coleções, mesmo assim, em proporção reduzida, algumas mostras atendem aos paradigmas da museologia.

Por fim, as parcerias estabelecidas entre sociedade e museus com fins educacionais devem considerar três pontos: conhecimento, avaliação²³ e comunicação. Deste triple o MON articulou o conhecimento e a comunicação, que na prática se traduz nas curadorias, palestras, cursos e oficinas, bem como, nas diversas formas de comunicação, que no caso do setor educativo se aplica às monitorias e às oficinas, mediações que propiciam experiências diretas entre o museu e o público – afora as intervenções indiretas, essenciais para formação de público.

²³ CURY, M. X. (2005). Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, v.12 (suplemento), p.372. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v12s0/18.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2008.



XXII CONFAEB Arte/Educação: Corpos em Trânsito

29 de outubro à 02 de novembro de 2012

Instituto de Artes / Universidade Estadual Paulista

Referências Bibliográficas

BRUNO, C. (1997). **Museologia e museus**: princípios, problemas e métodos. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT). (Cadernos de Sociomuseologia).

BRUNO, C. (2007). **Museus e patrimônio universal**. Disponível em: <<http://www.icom.org.br/texto%20Cristina%20Bruno.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2007.

CABRAL, M.; CURY, M. X. (2005). **Parcerias em educação e museus**. Disponível em: <<http://www.icom.org.br/Parcerias%20em%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20e%20Museus.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2007.

CURY, M. X. (2005). **Exposição**: concepção, montagem e avaliação. São Paulo: Annablume.

CURY, M. X. (2005) Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, v.12 (suplemento), p.365-80. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v12s0/18.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2008.

LOURENÇO, M. C. F. (1999). **Museus acolhem o moderno**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

SANTOS, M. C. T. M. (2008). Reflexões sobre a nova museologia. In: SANTOS, M. C. T. M. **Encontros museológicos**: reflexões sobre museologia, a educação e o museu. Rio de Janeiro: Sindicato Nacional dos Editores de Livros. p.69-98.

VAZ, A. (2011). **O Museu Oscar Niemeyer e seu público: articulações entre o culto, o massivo e o popular**. 379f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

Adriana Vaz

Doutora e mestre em Sociologia (UFPR), especialista em História da Arte do Século XX (EMBAP) e graduada em Educação Artística com Habilitação em Desenho (UFPR). Atualmente é professora no Departamento de Expressão Gráfica (UFPR), em Curitiba/PR.