

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CONVÊNIO ECO/UFRJ – IBICT/CNPq**

**EXPOSIÇÃO EM MUSEUS E PÚBLICO:
O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO
E TRANSFERÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

POR

ROSANE MARIA ROCHA DE CARVALHO

ORIENTADOR

PROF. LENA VANIA RIBEIRO PINHEIRO

**RIO DE JANEIRO
1998
ROSANE MARIA ROCHA DE CARVALHO**

**EXPOSIÇÃO EM MUSEUS E PÚBLICO:
O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO
E TRANSFERÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

**Dissertação apresentada ao Curso de
Mestrado em Ciência da Informação da
Escola de Comunicação da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como requisito
parcial para a obtenção do grau de Mestre
em Ciência da Informação.**

ORIENTADOR:

**Lena Vânia Ribeiro Pinheiro
Doutora em Comunicação e Cultura – U.F.RJ.**

**Rio de Janeiro
1998
EXPOSIÇÃO EM MUSEUS E PÚBLICO:
O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO
E TRANSFERÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

ROSANE MARIA ROCHA DE CARVALHO

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciência da Informação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Ciência da Informação.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Lena Vânia Ribeiro Pinheiro, orientadora
Doutora em Comunicação e Cultura – ECO/UFRJ

Prof. Rosali Fernandez Souza
PhD em Ciência da Informação – Inglaterra

Prof. Icléia Thiesen Magalhães Costa
Doutora em Ciência da Informação – ECO/UFRJ-IBICT/CNPq

AGRADECIMENTOS

Para que este trabalho se concretizasse, foi indispensável o apoio e a colaboração de muitas pessoas.

Agradeço especialmente à minha orientadora, Lena Vania Ribeiro Pinheiro, a quem hoje considero como amiga, pelo apoio, pela sensibilidade em captar as minhas possibilidades de mudança de tema assim como o meu objetivo com este trabalho, pela sua humanidade em compreender os percalços pelos quais passei e me estimular a superá-los.

A Diana Farjalla Correia Lima, companheira nos estudos de Museologia, amiga de longa data, pelo estímulo a realizar este curso, empréstimo de textos importantes, grandes discussões conceituais e pelo apoio espiritual.

A Maria Christina Guido pelo incentivo a enfrentar novos desafios e suporte neste caminho acadêmico, partilhando textos, leituras, me apresentando novos autores.

A Alfredo Grieco, carinhoso companheiro de todas as horas, incentivador do meu crescimento intelectual, que gentilmente realizou as fotografias da exposição e as reproduções do catálogo, além de ter apoiado a nossa pesquisa com bibliografia e com a colaboração dos seus alunos da PUC-Rio.

Aos alunos da disciplina Direção de Arte do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio que cooperaram com a nossa pesquisa respondendo aos nosso questionários.

Ao Centro Cultural Banco do Brasil, por ter permitido sediar o nosso estudo, viabilizado por Cláudio Vasconcelos, Cristina Bulhões, Marta Pagy, Joatan Berbel, Aguinaldo Lester Lundi e, em especial, a Carlos Peres pelo atendimento atencioso e eficaz.

Agradeço a Adriana Mortara de Almeida, pelo pronto empréstimo de cópia de sua dissertação de mestrado, ponto de partida para a avaliação de exposições.

Um agradecimento muito especial a Valerie J. Wheat, minha amiga e bibliotecária do Smithsonian Institution que, de Washington, me remeteu importantes textos para este trabalho.

A José Mauro Matheus Loureiro, doutorando em Ciência da Informação, que participou da banca do projeto de dissertação, com sugestões e empréstimos de textos muito pertinentes.

Aos colegas Luiz Guilherme Vergara do Museu de Arte Contemporânea, Paulo Reis do Museu de Arte Moderna, Nelson Moreira do Museu Nacional de Belas Artes, Angela Guedes do Museu Histórico Nacional e Carlos Peres do CCBB pelo pronto fornecimento da programação de exposições dos museus onde trabalham a fim de selecionarmos o ambiente de estudo desta pesquisa.

À amiga e arquiteta Elisa Guimarães Ennes pelo desenho das plantas da sala de exposições que ilustram este trabalho.

À querida amiga, Virgínia Guedes, do Departamento de Promoção do IPHAN, que incentivou e agilizou a concessão de licença naquele órgão, o que possibilitou a realização da pesquisa e da redação desta dissertação.

A Alvaro Soares Pinto Fernandes, pelo constante estímulo ao meu crescimento pessoal e profissional, do qual este curso de mestrado faz parte.

Às minhas queridas colegas de turma de mestrado Ana Beatriz Zoss (Bia), Monina Rapp, Maria Lucia Matheus Loureiro e Vera Frossard, além de Vinicius e Virgílio, que compartilharam comigo as angústias e alegrias neste caminho.

Aos professores do curso de mestrado em Ciência da Informação que me deram luz e mostraram o caminho a seguir.

Aos funcionários do DEP/IBICT, pelo atendimento e apoio constante: Selma Santiago Moraes, Abneser S. Cunha, Aliette Correa Neves, Marly S. Soares, Sebastião Neves da Silva, e, especialmente, a Maria Lúcia Mourão.

A Vânia, minha irmã, pela ajuda na projeção dos slides na apresentação deste trabalho.

RESUMO

Análise da transferência da informação da exposição “Athos Bulcão – uma trajetória plural” realizada no Centro Cultural Banco do Brasil para o público. Trata-se de um estudo de caso e de uma pesquisa qualitativa onde se utilizou como instrumentos a entrevista e a observação do comportamento dos visitantes. Como consideração sugere-se aos planejadores de exposições em museus e centros culturais que levem em conta os impactos cognitivos e afetivos de suas mensagens sobre o visitante e a avaliação de sua absorção pelo público.

ABSTRACT

Analysis of information transference from the exhibition “Athos Bulcão – uma trajetória plural” organized at Centro Cultural Banco do Brasil to the audience. It is a case study

and a qualitative research in which it were used interview and observation of visitors behavior as methodological tools. As consideration the research suggests to the exhibit planners in museums and cultural centers to take into account cognitive and affective impact of the messages on visitors and to conduct evaluation of its adequate absorption by the audience.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	10
2. MUSEU- SISTEMA DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	16
2.1 Sob o enfoque da Museologia	18
2.2 Sob o olhar da Ciência da Informação	24
3. EXPOSIÇÃO E PÚBLICO EM MUSEUS	33
3.1 Exposição	33
3.2 Público	35
4. PESQUISAS DE PÚBLICO EM MUSEUS	39
5. A PESQUISA, O MÉTODO E A EXPOSIÇÃO “ ATHOS BULCÃO – UMA TRAJETÓRIA PLURAL ”	54
5.1 Ambiente de estudo, artista e exposição	54
5.1.1 O Centro Cultural Banco do Brasil - CCBB	54

5.1.2 O artista	55
5.1.3 A exposição Athos Bulcão – Uma Trajetória Plural:	58
5.2 A Pesquisa: metodologia, material e amostra	62
6. EXPOSIÇÃO: COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E TRANSFERÊNCIA DA INFORMAÇÃO	68
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
8. BIBLIOGRAFIA	115

1. Introdução

A nossa formação acadêmica nas áreas de Museologia e de Comunicação Social, aliada à experiência profissional adquirida nestes dois campos de trabalho conduziu, como resultado destas vivências, ao tema das pesquisas de público em museus e ao Mestrado em Ciência da Informação.

Tradicionalmente, a área de Comunicação recorre às pesquisas mercadológicas para aferição da aceitação de novos produtos e serviços junto aos diferentes segmentos de público. Também emprega pesquisas com o público para definir o perfil econômico, sob o ponto de vista do poder aquisitivo e da cultura de consumo da população, categorizando-a em classes A, B, C etc. Mais recentemente, as pesquisas vêm sendo utilizadas para verificar a aceitação de políticos junto ao eleitorado, constituindo-se em valiosa ferramenta do que se chama Marketing Político.¹

Nesta troca de métodos e técnicas entre os dois campos, Comunicação e Museologia, surgem as pesquisas de público para identificar o perfil, o comportamento e as opiniões do visitante de museus.

Na Ciência da Informação é longa a experiência com estudos de usuários de bibliotecas e centros de informação, para identificar canais de comunicação, serviços e produtos utilizados, comportamentos na busca da informação etc..

Os museus, parte do segmento das atividades culturais, ao longo dos anos vêm utilizando cada vez mais estratégias, métodos e técnicas das áreas de Comunicação e de Marketing nas suas atividades. O planejamento estratégico das relações públicas para a melhoria de sua imagem, por exemplo, vem sendo empregado, assim como as técnicas de assessoria de imprensa são aplicadas na divulgação das exposições e eventos junto aos meios de comunicação como jornais, rádio e televisão. As técnicas de publicidade

para a promoção da marca do museu e de seus patrocinadores são usadas, assim como estratégias de marketing para a captação de recursos e ampliação de audiência.

Essas ações fazem parte das atividades de museus no exterior, mas no Brasil são mais recentes, embora necessárias.

O baixo índice de visitação aos museus no Brasil, comparado ao alto índice de museus norte-americanos e europeus, reflete uma realidade museológica latino-americana; na qual museus *"concentrados nos grandes centros, atuam desconectados entre si e com o sistema educativo, em parte porque dependem de organismos particulares e também pela falta de uma política cultural orgânica a nível nacional, servindo mais como conservadores de uma pequena porção do patrimônio, recurso de promoção turística e publicidade de empresas privadas do que formadores de uma cultura visual coletiva"*.²

Os museus vêm passando por profundas transformações - de instituições pouco visitadas, enfadonhas e cansativas passaram a espaços transbordantes de público e exposições fartamente comentadas nos jornais; de exposições pouco atraentes, onde as etiquetas eram pequenas e indecifráveis com dizeres obscuros do tipo OST (óleo sobre tela), a exposições utilizando técnicas multimídia sofisticadas que atraem multidões. O que aconteceu?

Atualmente, o público que vai aos museus vem aumentando expressivamente em muitos países. Da mesma forma, nos últimos seis anos, os museus brasileiros e os seus visitantes têm ocupado cada vez mais espaço privilegiado na mídia impressa e eletrônica. Jornais e televisão, colocam o museu sob seu foco, seja divulgando grandes exposições e mega-eventos como as exposições recentes de artistas franceses Rodin e Monet, seja comentando os recordes de frequência de público ou debatendo e questionando as estratégias agressivas de marketing.

Os museus e centros culturais cariocas estão recebendo um público enorme que cada vez mais freqüenta as suas exposições, as atividades culturais (teatro, concertos musicais, cinema e vídeo) e utiliza os serviços de restaurante, livraria, casa de chá, segundo afirmou o jornalista Eros Ramos de Almeida, em seu artigo "Uma febre cultural se propaga na cidade", publicado em O Globo em 7 de abril de 1996.³ Embora se trate de uma reportagem de jornal, *a priori* sem compromisso com a prática científica, estas afirmativas se basearam na pesquisa de público realizada no Centro Cultural Banco do Brasil, cujos resultados acabavam de ser divulgados.

A preocupação destes centros culturais é saber quem é este indivíduo, que se desloca de sua casa ou direto do trabalho para visitar instituições seja o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), o Museu Nacional de Belas Artes (MNBA) ou o Museu da República. O que tem estas instituições em comum? Programação variada e de qualidade? Exposições bem projetadas e de grande apelo ao grande público? Exemplo disso foi a exposição de 1995 com as esculturas de Rodin no MNBA, que em dois meses atraiu mais de 150 mil pessoas — um recorde! Outra exposição que conseguiu o feito de atrair o maior número de visitantes ao Museu da República foi "Getúlio Vargas e seu tempo", na qual foram utilizados telões com multivisão, nas salas se ouvia marchinhas e programas radiofônicos da época e muitos recursos de ambientação com acentuada iluminação teatral tornavam os objetos e documentos atraentes: o público da exposição se sentiu revivendo os anos 50?

Numa outra perspectiva, o CCBB oferece ao público oito horas ininterruptas de programação em diversas áreas. Além disso, estes centros culturais oferecem espaços confortáveis e de lazer (restaurantes, lanchonetes, brinquedoteca, jardins) dentro do seu prédio, o que faz com que o visitante possa permanecer lá por mais tempo e de forma extremamente agradável.⁴

Segundo a reportagem "O auê do Monet" da revista "Veja", de 16 de julho de 1997, ao bater recordes de público, 430 mil visitantes no Rio de Janeiro e 200 mil em São Paulo, a exposição foi criticada pela disparidade entre o tamanho pequeno do

acervo exibido (apenas 23 pinturas e 10 caricaturas) e pela estridência do seu marketing., o que também foi objeto de críticas pelo jornal "O Estado de São Paulo", na semana anterior.⁵

A nossa experiência pessoal com museus que realizaram exposições de grande porte, como o Museu Histórico Nacional ao implantar seu novo circuito permanente de exposição, e o Museu da República, ao reformular o seu circuito histórico com a exposição "A Ventura Republicana", nos mostrou que na concepção das duas mostras foram ouvidos, no primeiro caso, profissionais de museus e designers de exposição e, no segundo, apenas os funcionários da instituição. Porém o público não foi escutado.

Se considerarmos a importância da exposição para o reconhecido papel educativo do museu para com o público, é fundamental que os seus enunciados sejam claros e da melhor compreensão possível para adultos e crianças dos mais diversificados extratos sociais, faixas etárias e níveis educacionais.

Segundo Véron ⁵, as exposições e, por conseguinte, os museus, são um meio de comunicação de massa. No entanto, parece importante investigar, através dos sentidos que produzem seus discursos e da forma como são apropriados, as razões pelas quais museus e instituições culturais, como "*mass media*", inserem-se tão precariamente nas práticas comunicativas e culturais de nossa sociedade.

A avaliação do impacto das exposições junto ao público vem sendo empreendida há relativamente pouco tempo. Na pesquisa feita em 1986 com museus norte-americanos, 82% dos 1077 entrevistados responderam que não avaliam este impacto.⁷ No Brasil, há poucos registros de estudos dessa natureza, sobretudo dissertações de mestrado, não publicadas.

Entretanto, os problemas de informação na área de museus são muitos e de variados tipos. Vão desde as dificuldades de sinalização dos serviços e atividades existentes, principalmente em instituições de grande porte; até a obtenção de

informações à distância, pela carência de serviços telefônicos ou de "*homepages*" adequados; inexistência de folhetos e impossibilidade de levar informação para casa, até conhecer pela mídia, os eventos de sua programação. E menos ainda se o conteúdo das exposições foi transmitido ao visitante ou como as informações atuaram no seu processo cognitivo. Nesse sentido, a informação tem o conceito adotado na Ciência da Informação, relacionada ao conhecimento e às qualidades de relevância (Saracevic).

Diferentemente das pesquisas de público realizadas comumente em museus, este trabalho apresenta nova abordagem, focada na transferência da informação e tem amostra qualitativa.

O objetivo desta dissertação é estudar a transferência da informação da exposição "Athos Bulcão - Uma Trajetória Plural", no Centro Cultural Banco do Brasil - CCBB, para o público, considerando a informação na sua relação com o conhecimento e ocasionando mudança da estrutura (Belkin), conforme conceitos de Ciência da Informação, em especial relevância (Saracevic).

Esta dissertação trata, ainda, do museu como sistema de comunicação, fundamentado em aspectos da teoria da informação, com adaptações e aborda também comportamentos de visitantes, como modalidade de apreensão (Véron). Os resultados desta pesquisa permitirão melhor conhecer o processo de transferência de informação e orientar o planejamento das exposições, atividades culturais e informacionais de museus e instituições culturais.

Notas e referências bibliográficas:

1. Adotou-se nesta dissertação o termo pesquisa que se refere aqui às pesquisas de público. No entanto reconhece-se que são pesquisas que nem sempre têm o caráter científico e acadêmico.
2. CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas** - Estratégias para entrar y salir de la modernidad. Mexico, Editorial Grijalbo, 1989. p. 161.
3. ALMEIDA, Eros Ramos de. Uma febre cultural se propaga na cidade. Rio de Janeiro: **O GLOBO**, 7 abr. 1996.
4. CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **Parcerias**. Relatório da pesquisa realizada em dezembro de 1995 pelo Instituto GERP. Banco do Brasil, Brasília, 1996.
5. PIMENTA, Angela. O auê do Monet. **VEJA**, São Paulo, 16 jul. 1997, p. 130-131.
6. VÉRON, Eliséo & LEVASSEUR, Martine. **Etnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens**. Bibliothèque publique d'information. Centre Georges Pompidou. 1989. p. 27.
7. SOUSA E SILVA, Cristina Maria de. **Pesquisa de público em museus e instituições abertas à visitação** - fundamentos e metodologias. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1989. 128 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). p. 39-40.

2. Museu- sistema de comunicação e informação

O museu vem sendo estudado pelo campo da Museologia que tem no Conselho Internacional de Museus da Unesco/ICOM um fórum permanente para a pesquisa e debate da área.

Entre as inúmeras definições de diversos autores, o museu é definido como o local de preservação da memória e também de "disseminação da cultura"¹, "porque no seu meio-ambiente se instauram as práticas e as representações culturais a ela relacionadas, (re)interpretando e (re)transmitindo a memória-mensagem incorporada aos objetos do seu acervo".² O espaço museológico também é visto, segundo Pierre Bourdieu³, como a "instância de consagração" do Bem Cultural, com a função de legitimação dos objetos que preserva.

Numa visão mais contemporânea, ao examinar as razões para a grande afluência de público aos museus norte-americanos e europeus, principalmente nas grandes exposições, Huyssen⁴ afirma que, na passagem da modernidade para a pós-modernidade, o próprio museu sofreu uma transformação surpreendente:

"talvez pela primeira vez na história das vanguardas, o museu, no seu sentido mais abrangente, se torna a menina dos olhos da família das instituições culturais. Seu papel como um local conservador elitista ou como um bastião da tradição da alta cultura dá lugar ao museu como cultura de massa, ou seja, como um espaço de mise-en-scène (sic) espetaculares (sic) e de exuberância operística".

Evocando Umberto Eco, podemos afirmar que tornam-se "museus-espetáculos"⁵.

A multiplicidade das abordagens conceituais demonstra a dificuldade de se utilizar um conceito único para definir museu e sua complexidade, abarcar toda a riqueza de funções e processos que realiza. Estas abordagens ora reforçam a função

educativa, ora a função de comunicação ou ambas⁶. Para Kerriou⁷, o museu é meio de educação e comunicação, enquanto para Lumbreras é meio de comunicação de massa, que articula a mensagem de forma organizada⁸.

Embora novos enfoques quanto à atuação e ao papel do museu estejam em discussão, estes conceitos aqui apresentados são amplamente aceitos, assim como os componentes das "atividades museológicas básicas", constituídos por: preservação (que inclui a coleção, conservação, restauração e documentação), comunicação (abrangendo a exposição e a educação)...e investigação [correspondendo à pesquisa]⁹.

Ressaltamos, aqui, a importância da descrição das três funções básicas do museu, citando Peter Van Mensch¹⁰ que, ao falar sobre os modelos conceituais de museus e sua relação com o patrimônio natural e cultural na 1^a Reunião Anual do ICOFOM/LAM (órgão do ICOM), assim as descreve: *"...A preservação inclui coleta, conservação, restauração, armazenamento e documentação; a investigação refere-se à interpretação científica do valor informativo do patrimônio cultural e natural; a comunicação compreende todos os métodos possíveis para transferir a informação a uma audiência: publicações, exposições e atividades educativas adicionais."*

Desenvolvendo estes conceitos sobre museu e suas funções básicas e reelaborando as idéias de Bourdieu, Lima¹¹ afirma que o museu é o lugar do estudo e da comunicação e da *"transmissão dos signos da Memória 'inscritos' nos objetos do acervo, produzindo deste modo a informação especializada, aquela informação museológica que consubstancia a informação da Memória. O museu exerce a disseminação dessa informação cultural ao fornecer acesso a estes bens culturais da memória e ao conhecimento referencial que lhe diz respeito, o que sucede sob diversas formas de atuação e divulgação que fazem parte do meio-ambiente museológico, reconhecidas em suas modalidades como exposições, edição de publicações variadas, realização de ciclos de estudos, palestras, etc., e no atendimento prestado aos pesquisadores, usuários dos seus Centros de Documentação."*

O museu, portanto, pode ser estudado como um sistema de comunicação e informação, utilizando-se de dois eixos: uma abordagem museológica e outra da Ciência da Informação. Na primeira despontam autores voltados ao museu como um sistema de comunicação, o que pode se estender até a Museologia. Na Ciência da Informação são aspectos teóricos da informação que fundamentam esta pesquisa, na sua relação com o conhecimento, a cultura, processos cognitivos e a noção de relevância (Saracevic).

Tendo em vista as funções básicas do museu - preservação, investigação e comunicação - pretendemos neste capítulo mostrar a maneira pela qual o museu se articula como um sistema de comunicação e informação, levando em conta autores dos campos da Museologia e da Ciência da Informação.

2.1 Sob o enfoque da Museologia

As exposições, forma própria e peculiar dos museus exercitarem a sua comunicação com o público, são aqui analisadas sob esta ótica, que pretende examinar o processo de transferência da informação de uma exposição para o público.

Especificamente sobre museus como sistema, há alguns autores importantes que devem ser mencionados. O nome mais destacado na década de 60, pela sua contribuição aos estudos de público de museus, é Duncan Cameron. Em artigo publicado no periódico *Curator*, Cameron¹² apresentou uma análise dos museus do ponto de vista da teoria da comunicação, enfatizando a necessidade dos museus aumentarem o envolvimento de seus visitantes e sugerindo uma nova visão do papel dos museus na educação.

Para ele, os museus funcionam como um sistema de comunicação, no qual o acervo seria a **fonte**, as exposições seriam o **meio** e o público o **receptor**. Neste sistema - no qual a comunicação flui em uma única direção - não existiria **feedback**. Esta visão é semelhante a de Shannon, na qual não há realimentação. Ao contrário destas dois enfoques, na Teoria Geral de Sistemas - TGS, de Bertalanffy, o sistema inclui o feedback.

Inversamente, no sistema de Cameron as pesquisas de público poderiam funcionar como um canal de retorno destinado a "oxigenar" o processo da comunicação.

Além de Cameron, Knez¹³ aplicou aos museus a Teoria da Comunicação. E para ele, num museu o exibidor (transmissor), a fim de informar, instruir, ou entreter o visitante, traz fatos específicos e conceitos teóricos adicionais para complementar a exibição de um ou mais objetos selecionados do acervo. Como um comunicador, sua intenção é tornar um objeto ou coleção de museu compreensível para o visitante. Para o exibidor profissional de museu, esta ação é parte e parcela de sua ocupação. No seu papel, a mensagem do transmissor é primordialmente expressa por palavras - através de linguagem escrita ou falada.¹⁴

Horta faz um importante acréscimo às idéias de Cameron: *"A abordagem semiótica nos leva a uma nova visão do museu não como instituição, como uma estrutura formalizada, mas como um meio, um instrumento, um sistema de comunicação, com uma estrutura dinâmica, cibernética, que tem uma parte ativa no processo cultural; uma estrutura flexível e mutante como a da Linguagem, que se apóia em um novo conceito do objeto ' museal'.."*¹⁵ Segundo a autora afirma *"a Semiótica se preocupa com o modo de significação, o modo de comunicação, os códigos e os sistemas de expressão e o modo de interpretação das mensagens recebidas."*¹⁶

Portanto, há concordância entre os autores a respeito da função do museu como um sistema de comunicação, uns observando os aspectos técnicos dos elementos que compõem o sistema de comunicação, outros abordando o aspecto semântico, e assim por diante. A Semiologia trará aportes interessantes à compreensão deste processo.

Dentro deste quadro teórico é importante citar C.G. Screven¹⁷ que escreveu vários artigos sobre avaliação de exposições em museus. Em artigo para a revista do CECA (Comitê de Educação e Ação Cultural do ICOM) ele afirma que uma visita pode gerar, entre outros, impacto cognitivo e afetivo sobre o visitante. Considera como resultado cognitivo fatos, conceitos, princípios, modos de lidar com a informação, habilidades de resolver problemas, sistemas de crença: estruturas cognitivas que determinam como as experiências são traduzidas e incorporadas às estruturas existentes de conhecimento. Os resultados afetivos são as emoções, atitudes e valores do indivíduo e incluem excitação, amolação, ambivalência, medo relaxamento; disposição para entender outros pontos de vista, sensibilidade para o que um artista ou cientista está tentando fazer; auto-confiança, auto-imagem, identificação com um tema; atitudes positivas/negativas em relação a certos tópicos, arte ou atividades. Daí a importância dos objetivos da exposição serem definidos claramente, sem ambigüidades. Para ele *"os resultados afetivos e as capacidades cognitivas mais gerais podem, na verdade, constituir fins educativos mais realistas para os museus e ser uma consequência da visita mais verossímil do que o conteúdo carregado de informações de muitas*

exposições que se dizem educativas". Se levarem em conta estes aspectos, curadores, designers e educadores de museus poderão auxiliar o visitante a encontrar significados na difícil (ou desconhecida pelos visitantes) linguagem dos objetos de museus.

O estudo do museu como sistema de comunicação e informação implica não somente estudar os conceitos de informação e sistema, mas sobretudo a relevância, profundamente ligada ao processo cognitivo, na absorção da informação, conforme já citado.

É importante mencionar também neste quadro teórico os conceitos de Véron, segundo o qual há duas questões importantes a serem observadas - o ato de comunicação que consiste em expor e o sujeito visitante. Entre elas se desenha um aspecto fundamental: os comportamentos de visita, como modalidades de apropriação. Porque, segundo ele, "*se ex-por é sempre pro-por, visitar uma exposição é com-por, nos dois sentidos do termo: o de produzir uma combinação e aquele de se acomodar*", pactuar, negociar.¹⁸

A observação sistemática dos visitantes da exposição da biblioteca do Centre Georges Pompidou que Véron e sua equipe analisaram gerou uma tipologia de comportamentos que ele identificou como:

as *formigas*, ou a *visita de aproximação* (Figura 1)

as *borboletas*, ou a *visita pendular* (ou de zigue zague) (Figura 2)

os *peixes*, ou a *visita deslizante* (Figura 3)

os *gafanhotos*, ou a *visita "punctum"*.¹⁹ (Figura 4)

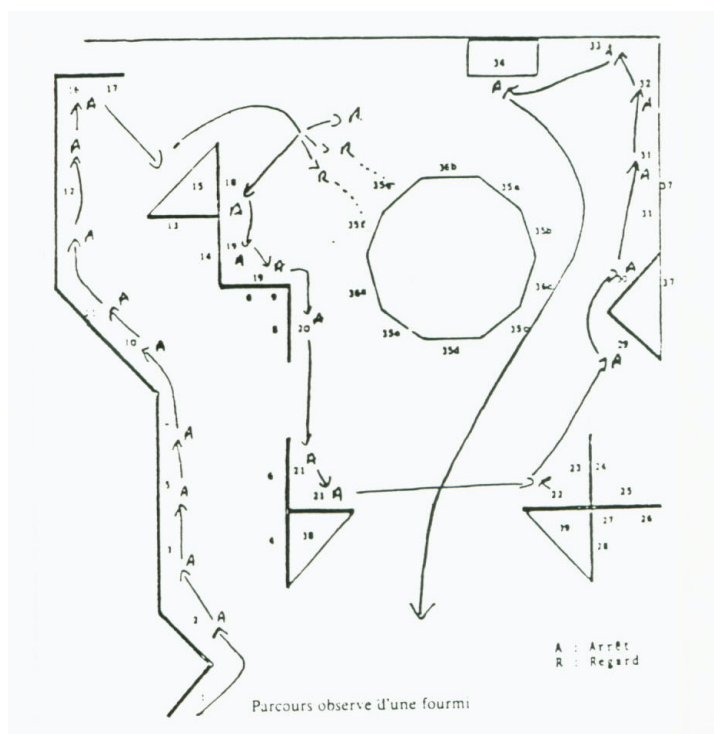


Figura 1: As formigas ou a visita de aproximação

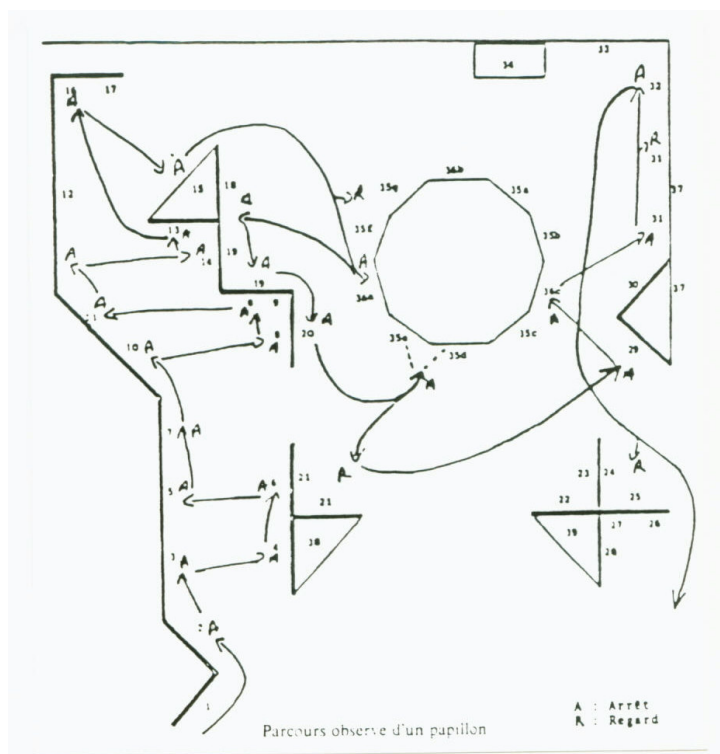


Figura 2: As borboletas ou a visita pendular (ou de zigue zague)

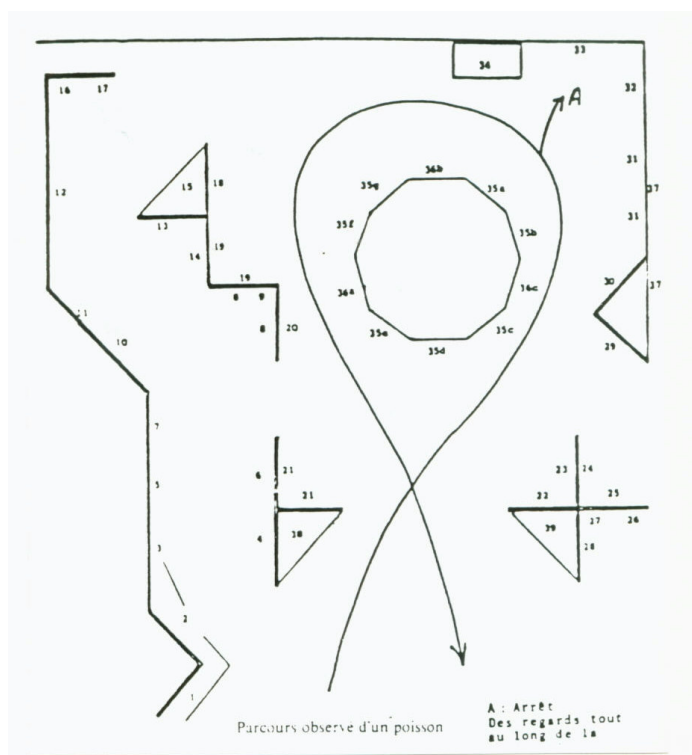


Figura 3: Os peixes ou a visita deslizante

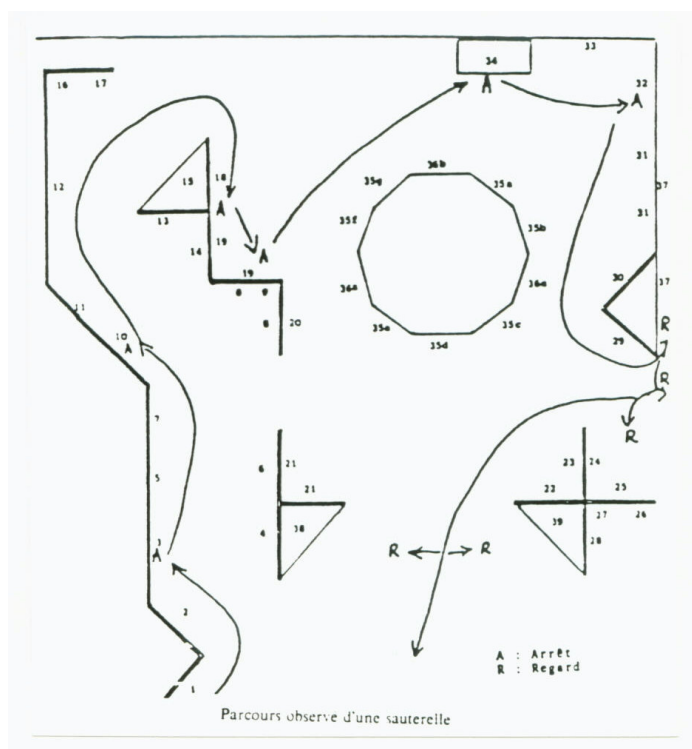


Figura 4: Os gafanhotos ou a visita "punctum"

Cada uma destas espécies pode ser caracterizada por uma série de propriedades que definem um modo de visita. “As visitas *formiga* e *borboleta* parecem visitas ordenadas, aplicadas, marcadas por uma aceitação lógica da exposição. Seguem a ordem cronológica. A *formiga* ‘se prende’ às paredes, se coloca a uma distância reduzida dos painéis e por isso se chama *visita de aproximação*; faz muitas paradas, evita atravessar os espaços vazios e segue, sempre que possível, ao longo de uma mesma parede. A *borboleta* segue em zigue zague, tal qual um pêndulo, da esquerda para a direita e vice-versa, o que lhe permite seguir a cronologia mais exaustivamente. Daí chamar-se também uma *visita pendular*.

A visita *peixe* é sem dúvida uma visita rápida; se chama também *visita deslizante* porque o visitante desliza pelo meio dos espaços vazios, olhando de longe, procurando uma ‘visão de conjunto’, sem responder a qualquer apelo em particular e indiferente à ordem cronológica. O *gafanhoto* faz uma visita comparativamente mais livre que os outros, reagindo aos apelos de elementos pontuais numa visita dinâmica, seguindo os impulsos de seus desejos, indiferente à estrutura cronológica que organiza o espaço da exposição.”²⁰

Segundo Véron, a análise destes padrões de comportamento indicaram que o modo de fazer a visita gera uma absorção diferenciada do conteúdo da exposição.

2.2 Sob o olhar da Ciência da Informação

"Por dois mil anos a lógica e a filosofia lutaram com a questão da relevância. Na lógica, por exemplo, a relevância é usada para afirmar que uma condição necessária para a validade de uma inferência de A para B é que A seja relevante para B". Além dessas, "outras áreas lidaram com relevância, mas nenhuma tão diretamente quanto a lógica e a filosofia: sociologia, na sociologia do conhecimento; psicologia, nos estudos de percepção, aprendizado e capacidade de memória; e a lingüística nos estudos de semântica e pragmática. Coube à Ciência da Informação lidar com a relevância em relação à comunicação e se tornar a terceira área que diretamente contribuiu para o pensamento sobre relevância".²¹

Antes de entrar propriamente no tema da relevância vamos abordar a informação em sua relação com a comunicação.

A Ciência da Informação trabalha com diversas abordagens do termo informação. Pinheiro dedica o capítulo "Informação: este obscuro objeto de estudo da Ciência da Informação" de sua tese de doutorado à análise das idéias de diversos autores e de correntes de pensamento sobre este termo²². Uma das definições de informação mais conhecidas e adotadas é a de Belkin²³: "*informação é tudo que for capaz de transformar estruturas*", isto é, a informação é uma unidade de significado e de representação que, na sua transferência produz conhecimento porque altera o mapa cognitivo do receptor, seja ele um indivíduo ou um grupo social. A informação reforça, completa, transforma o estoque de conhecimento que possuímos. O aprendizado implica nesta transformação.²⁴

Para Tefko Saracevic, comunicação e informação são usadas em muitos contextos e em diferentes sentidos. Na Ciência da Informação, a conotação dos termos comunicação e informação é ampliada e, ao mesmo tempo, limitada ao contexto do *conhecimento*, conforme usado na teoria do conhecimento. Trata os três níveis de problemas da comunicação: técnico, semântico e comportamental²⁵.

Os conceitos de informação e comunicação muitas vezes se inter-relacionam. Segundo Saracevic²⁶, se há uma única palavra que tenha mais conotações, mais usos em contextos diferentes, e causa mais confusão do que 'informação', a palavra é 'comunicação'. As duas são significativamente relacionadas: informação é um fenômeno e comunicação é o processo de transferência ou de tornar o fenômeno tangível.

Shannon e Weaver²⁷, autores da teoria matemática da comunicação ou teoria da informação, afirmam que um sistema de comunicação é constituído de fonte de informação, mensagem, transmissor, sinal, sinal recebido, receptor, destinatário e, entre o sinal emitido e o recebido, pode interferir a fonte de ruídos. Para eles, "especificamente informação não deve, por equívoco, ser compreendida como

significado", daí não se aplicar a mensagens individuais, aplicando-se à "situação como um todo", tendo o próprio Shannon alertado: "os aspectos da semântica da comunicação são irrelevantes quanto aos aspectos de engenharia da mesma". Por isso mesmo é importante fazer uma ressalva: os autores, ao elaborar a sua teoria, trabalham com as questões técnicas e não com as semânticas, enquanto para a Ciência da Informação importa o significado. No entanto, a teoria da comunicação é importante na medida em que "na visão de Shannon, a informação não depende de uma instituição física ou de um suporte material"²⁸.

Na teoria da informação são trabalhados os conceitos de "quantidade de informação" e "redução da incerteza", além dos conceitos de entropia, ruído e redundância²⁹.

O outro conceito associado à informação, nesta pesquisa, é o de sistemas. Ao nos determos na definição de sistemas, utilizaremos algumas definições clássicas: Bertalanffy³⁰, em sua Teoria Geral dos Sistemas, pensa o sistema *“como um conjunto de componentes, entidades ou processos em interação ordenada, e não fortuita.”*

Na Ciência da Informação, entre as definições institucionais destaca-se a da UNESCO, que inclui outro conceito, o de rede. Para aquele organismo *“sistema ou rede são o conjunto de componentes inter-relacionados que, de comum acordo, provêm a transmissão da informação dos produtores aos seus usuários, de conformidade com normas e procedimentos”*³¹.

Outra definição foi elaborada em reunião realizada em São Paulo em 1986, denominada "Semana de Estudos sobre Modelos Alternativos de Informação Documentária e Redes de Biblioteca: A Experiência Brasileira". Nessa reunião, especialistas brasileiros da área de informação provenientes de diversos setores apresentaram uma proposta de definição de sistemas: "conjunto de atividades inter-relacionadas de geração, análise e difusão da informação numa ou em diversas áreas do conhecimento, visando a consecução de um objetivo comum"³².

Pinheiro, em seu artigo "Redes e Sistemas de Informação: Interação e Integração" para o Boletim da Biblioteca Nacional propõe um outro conceito: uma estrutura de **sistema em rede**, ao perceber "*a hierarquização, a rigidez e a tendência à centralização dos sistemas e a flexibilidade e descentralização das redes*". O sistema em rede é o "*processo que envolve profissionais, tecnologia (computadores e telecomunicações), técnicas e recursos, com o objetivo comum de coletar, selecionar, processar, recuperar, disseminar e intercambiar informações, em uma ou mais áreas do conhecimento ou missão/problema, para atender às necessidades e demandas de informação de uma determinada comunidade*"³³.

Outro aspecto importante da informação é a sua relevância dentro do sistema. Segundo Saracevic³⁴, "podemos considerar relevância como uma medida da efetividade do contato entre uma fonte e seu destinatário num processo de comunicação". A relevância "é a medida das mudanças" no receptor, e traduz ainda a utilidade da informação, a sua expansão.

Tefko Saracevic é um dos principais autores da Ciência da Informação por ter se dedicado ao estudo do conceito de relevância, fundamental na comunicação entre os indivíduos e destes com os sistemas de informação³⁵. Para ele relevância está relacionada a sistemas de recuperação da informação e de biblioteca, a aplicações de computador e ao processamento da informação³⁶.

A efetiva comunicação do conhecimento se faz através de diferentes sistemas de informação que tem uma demanda comum: aumentar a efetividade da comunicação e dos serviços³⁷. A relevância está associada então ao fornecimento da informação a tempo, regularmente, de forma efetiva e eficiente, capaz de eliminar informação não relevante, pois "*se não é informação relevante, não é informação*"³⁸.

A noção de relevância, segundo Saracevic, está diretamente ligada ao conceito de comunicação como processo, "*uma seqüência de eventos onde alguma coisa chamada informação é transmitida de um objeto (fonte) a outro (destinatário), muitas*

vezes numa série de reiteraões ou seqüências, do tipo realimentação". Neste processo tanto fonte quanto destinatário contêm, entre outros fatores, estoque, arquivo, ou memória de conhecimento e/ou constructos baseados em conhecimento ³⁹.

Pela sua complexidade, relevância teve ao longo dos anos diversas tentativas de definição. Os estudos sobre relevância começaram nos sistemas de recuperação da informação de forma técnica, operacional, até se solidificarem na visão de relevância do destinatário e os aspectos de subjetividade, julgamento, etc.. Saracevic demonstra que as definições de relevância caíram num padrão geral: a relevância é uma determinada garantia (medida, grau, extensão, quantidade, estimativa, avaliação ou relação) de determinado aspecto (utilidade, importância, informatividade, adequação, satisfação, aplicabilidade entre outras) existente entre um objeto julgado (documento, referência, forma textual, fato, informação fornecida) e uma estrutura (questão, estágio da pesquisa, necessidade de informação, ponto de vista) apreciado por um usuário (solicitante, expert, bibliotecário, especialista de informação) ⁴⁰.

Com este exemplo, verificamos como a relevância é importante num sistema de comunicação. Esse conceito aponta para aspectos da transferência da informação de uma exposição em um museu para o público: a possibilidade de que só seja transferida para o público aquela informação que seja relevante.

Ou melhor, a informação no museu deveria ser relevante para o público. Isto nos coloca uma questão: como podemos aferir se há um "match" entre a necessidade de informação do usuário de museu e a resposta do sistema museu? Considerando a relevância na perspectiva do público, o museu deveria ter seus próprios meios de aferição.

De maneira geral, a literatura mostra que as exposições museológicas não são pensadas no que podem ser relevantes para o usuário, e sim para atender a prioridades e diretrizes institucionais como, por exemplo, a de aproveitar esta ou aquela exposição itinerante ou de expor determinada coleção do acervo não exibida anteriormente.

Outras definições explicitam as diversas situações onde se aplica a noção de relevância: *"... a correspondência entre um documento e a questão: uma medida de 'informatividade' de um documento em relação a uma pergunta; ... a indicação de quanto bem ou satisfatoriamente um documento responde a uma pergunta; ... o grau de ajustamento de um documento e o conhecimento prévio do usuário; ... uma resposta satisfatória..."*⁴¹.

*"Se e quando um contato produtivo é desejado, conscientemente ou não, envolvemos e usamos a noção intuitiva de relevância. Isto afeta todo o processo de comunicação, completa ou sutilmente"*⁴².

*"A comunicação do conhecimento é efetiva quando e se a informação que é transmitida de um arquivo resulta em mudanças em um outro. Relevância é a medida destas mudanças"*⁴³.

*"Desde que a noção de relevância tem relação com conhecimento, informação e comunicação, também envolve as complexidades, os quebra-cabeças e as controvérsias do fenômeno maior. A noção de relevância tem a ver com o sucesso do processo de comunicação". Daí ter Saracevic "adotado a noção de relevância fundamentalmente como a noção da medida de efetividade do contato entre a fonte e o destinatário num processo de comunicação"*⁴⁴.

Notas e referências bibliográficas:

1. McCORRY, Helen. The Catechism project at the National Museums of Scotland. **Managing Information**. V.1,n.1,Jan.1994. p.9.
2. LIMA, Diana Farjalla Correia,. Social memory and museum institution: thinking about the (re)interpretation of cultural heritage. In: **Symposium Museology and Memory**, XIXth Annual Conference of ICOFOM/ International Committee for Museology - ICOM/ International Council for Museums/ UNESCO. Paris-França, ICOFOM, 19-29 June, 1997. p.202-211. p.209-210.
3. BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo, Perspectiva, 1986. Cap.3, p.99-181. p.117
4. HUYSEN, Andreas. Escapando da Amnésia - O Museu como cultura de massa. In: **Revista do Patrimônio**. Rio de Janeiro: IPHAN, n 23, p.34-56., 1994. p.35
5. ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo, Perspectiva, 1987.
6. SANTOS,. Myrian Sepúlveda. **História, tempo e memória: um estudo sobre museus**. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1989. Dissertação (Mestrado em Sociologia). p. ii (introd.)
7. KERRIOU, Miriam Arroyo de. Patrimônio e Cultura: reflexões sobre a experiência mexicana. In: CHAUI, Marilena. **O Direito à Memória - Patrimônio, História e Cidadania**. São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, Departamento do Patrimônio Histórico, 1992. p. 94.
8. LUMBRERAS SALCEDO, Luiz Guillermo. Museu, Cultura e Ideologia. In: CHAUI, Marilena. **O Direito à Memória - Patrimônio, História e Cidadania**. São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, Departamento. do Patrimônio Histórico, 1992. p. 19.
9. MENSCH, Peter Van. Modelos conceituais de museus e sua relação com o patrimônio natural e cultural. 1a. Reunião Anual do ICOFOM/LAM. Transcrição. **Boletim ICOFOM/LAM**. Editado pelo grupo regional do Icofom para a América Latina e o Caribe. Ano II, n.4/5, Agosto 1992, p.IX
10. MENSCH, p.X
11. LIMA, Diana Farjalla Correia, opus cit., p.209.
12. CAMERON, Duncan. The museum as a communication system and implication of museum education. **Curator**. New York, American Museum of Natural History, 11(1):33-40.1968.p. 35
13. KNEZ, Eugene, WRIGHT, Gilbert. The museum as a communication system: an assessment of Cameron' s viewpoint**Curator**. New York, American Museum of Natural History. 13(3): 204-212. 1970. p. 206
14. idem, ibidem
15. HORTA, Maria de Lourdes Parreiras. Semiótica e Museu.. **Cadernos de Ensaios nº 2: Estudos de Museologia**. Rio de Janeiro, IPHAN, 1994. p.9-28. p. 10.
16. HORTA, p.19. Horta, museóloga com doutorado em comunicação na Inglaterra, diferencia a Semiologia criada por Ferdinand de Saussure em 1916 da Semiótica preconizada por Charles Sanders Peirce em 1931. ‘Enquanto Saussure se preocupava em explicar a estrutura dos signos tendo como fundamento os estudos da linguagem verbal, focalizando principalmente os processos de significação,

Peirce procurou explicar os mecanismos dos signos, o processo das trocas mentais de idéias abstratas através de sinais concretos, que ele denomina o processo infinito da semiose, ou da geração de sentido, no processo de comunicação entre os indivíduos, ou entre indivíduos e a realidade concreta. A Semiótica de Peirce amplia assim o enfoque e o alcance dessa nova doutrina e possibilita uma fundamentação mais científica para uma teoria da comunicação.” Como Semiologia e Semiótica, segundo a autora, “vem a constituir, afinal, o mesmo campo de estudos”, adotaremos o enfoque dado por cada autor, porque ambos são de interesse para esta pesquisa.

17. SCREVEN, C.G. Educational Exhibitions for Unguided Visitors. **ICOM/CECA**, 12/13, 1991: 10-20. p.16.
18. VÉRON, Eliséo & LEVASSEUR, Martine, opus cit., p. 21.
19. VÉRON, opus cit, p. 62 Esta noção de ‘punctum’ Véron tomo u emprestada de Roland Barthes. **La chambre claire**, Paris. Gallimard. 1980.
20. VÉRON, opus cit, p. 67.
21. SARACEVIC, Tefko. Relevance: a review of and a framework for the thinking on the notion in Information Science. In: **Journal of the American Society for Information Science**. Nov-Dec. 1975.p.321-342. P.322.
22. PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. **A Ciência da Informação entre a sombra e a luz: domínio epistemológico e campo interdisciplinar**. Orientador: Gilda Maria Braga. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1997. 278 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) p.189-198.
23. BELKIN, Nicholas J., ROBERTSON, Stephen E. Information Science and the phenomena of information. **Journal of the American Society for Information Science**, v.27,n.4,p.197-204, July-August 1976. p.198.
24. McGARRY, K. J. **Da documentação à informação: um conceito em evolução**. Lisboa, Editorial Presença, 1984. 196 p. p.17.
25. SARACEVIC, 1975,opus cit., p.325.
26. SARACEVIC, Tefko. Interdisciplinary nature of Information Science. **Ciência da Informação**. IBICT, vol. 24,n.1, 1995. p.36-41. p.39
27. SHANNON, Claude E., WEAVER, Warren._**A teoria matemática da comunicação**_ Trad. de Orlando Agueda. São Paulo, Rio de Janeiro: DIFEL, 1949.136p. p.9.
28. BRAGA, Gilda. Informação, ciência da informação: breves reflexões em três tempos. **Ciência da Informação**. IBICT, vol. 24,n.1, 1995. p.84-88. p.85.
29. SHANNON&WEAVER, Opus cit. p.19-20.
30. BERTALANFFY apud PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro et al. **Estudo da viabilidade da participação de unidades de informação em programas cooperativos de automação**. Relatório de pesquisa. PADCT, Rio de Janeiro, 1989. p.3.
31. UNESCO apud PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro et al. **Estudo da viabilidade da participação de unidades de informação em programas cooperativos de automação**. Relatório de pesquisa. PADCT, Rio de Janeiro, 1989. p.3.

32. Semana de Estudos sobre Modelos Alternativos de Informação Documentária e Redes de Biblioteca: A Experiência Brasileira" apud PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro et al. **Estudo da viabilidade da participação de unidades de informação em programas cooperativos de automação**. Relatório de pesquisa. PADCT, Rio de Janeiro, 1989. p.4.
33. PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Redes e Sistemas de informação: Interação e Integração. **Jornal das Bibliotecas**, Rio de Janeiro, v.4., n.5, p.5, maio/jun. 1997.
34. SARACEVIC, opus cit., 1975, p.325.
35. As informações e estruturas adotadas aqui foram norteadas pela tese de doutorado de PINHEIRO, referenciada na nota 1 deste capítulo.
36. SARACEVIC, Tefko. The concept of " relevance" in Information Science: a historical review. In: _____, ed. **Introduction to Information Science**. New York, R.R.Bowker Co., 1970. p.11-154. p.111.
37. idem, opus cit., 1975, p.325.
38. idem, opus cit., 1970, p.111.
39. idem, p.112.
40. idem, p.121.
41. idem, p.120.
42. idem, opus cit., 1975, p.324.
43. idem, p.325.
44. idem, p.338.

3. Exposição e Público em Museus

Tendo em vista ser o museu um sistema de comunicação e informação onde o acervo seria a fonte, as exposições o meio e o público o receptor, o papel da exposição é crucial na elaboração e emissão das mensagens museológicas.

A exposição é a forma característica dos museus enunciarem o seu discurso, ao selecionarem objetos do acervo que, junto a recursos adicionais, transmitem uma ou mais mensagens ao público. Que informação é transferida ao visitante? O público é o receptor desta informação. Como ela é percebida? Acrescenta conhecimento novo ao já existente na bagagem de cada indivíduo?

Neste capítulo abordaremos alguns conceitos da Semiologia que possibilitarão interpretar o discurso museológico e conhecer parceladamente o processo de sua produção, uma das vertentes possíveis de a relação exposição e público ser estudada.

3.1 Exposição

Sob a ótica do sentido que a semiologia nos traz, os objetos museológicos, dentro da linguagem da exposição, funcionam como signos revestidos de significados e *"nos remetem a outros objetos, ausentes do nosso campo de visão mas presentes em nosso universo mental, como unidades culturais, como palavras de um texto cultural, expresso e refletido no texto do museu"*¹.

Surge, assim, um novo conceito de exposição museológica, sob a forma de *"exercício de uma linguagem específica e arte de organizar e articular essas unidades, esses objetos/signo, em discursos coerentes e significantes para a sociedade. A partir daí, é possível detectarmos e analisarmos a retórica particular que formaliza os textos museológicos, as ideologias que lhes servem de base, a produtividade ilimitada desse processo"*².

É a partir desta abordagem que, segundo Horta, nos será possível investigar *"a qualidade e a natureza essencial do fenômeno comunicacional no museu e de seus signos, mecanismos e discursos. A missão do museu e do trabalho do museólogo adquirem, desse modo, um novo sentido, uma nova dimensão - intrinsecamente social e cultural - a partir do momento em que temos consciência de sua potencialidade e de seus efeitos na interação com os indivíduos e os grupos sociais"*³.

Posicionando estes conceitos dentro de uma concepção mais ampla, considera que *"é nessa dimensão complexa da produção de sentidos, da elaboração de modelos de mundo e da proposição de discursos sobre a cultura que a teoria e a prática da Museologia podem encontrar o seu campo científico de investigação no instigante campo das Ciências Sociais"*⁴.

Numa perspectiva mais recente do campo da Comunicação, Eliseo Véron⁵ não trabalha propriamente o museu mas a exposição como meio de comunicação, instância que produz significado. Isto pode ser extrapolado para a exposição de museu, independente do tipo de museu, seja histórico, artístico ou científico. *"Assim, a mídia exposição pode ser caracterizada como um dos ' massmedia' cuja ordem dominante, aquela que define sua estrutura de base, é a ordem metonímica: a exposição se constitui como uma rede de conexões no espaço, temporalizada pelo corpo significante do sujeito, logo passível de apropriação"*.

Ainda segundo Véron, *"as noções de mídia e de ' massmedia' devem ser distinguidas daquela de discurso. Uma mídia é um lugar de suporte do sentido. O ponto de vista sociológico leva a falar de tipos de discursos, se bem que não exista uma boa tipologia de discursos sociais. Um tipo de discurso é definido pelo conjunto de regras que representa os limites de sua produção, e pode ser chamado de gramática discursiva. Discurso político, discurso científico, discurso publicitário, são provavelmente tipos de discursos sociais. Estes tipos podem ser aproximados da noção de Wittgenstein de ' jogo de linguagem' . De modo mais freqüente, uma mídia é o lugar*

da manifestação de variados tipos de discursos sociais. E isto é verdadeiro para a exposição como para os outros ' massmedia'"⁶.

Nesta visão mais contemporânea, o museu, como meio de comunicação, produz discurso e por sua vez produz sentido, isto é, o discurso é recebido e reelaborado pelo público, cuja leitura não é a mesma do emissor, pois este processo de interação vai alterando o sentido.

Da mesma forma, a maneira de organizar e construir uma exposição *"corresponde aos mesmos mecanismos que governam o uso da linguagem verbal, na construção de textos e discursos. ... O processo de construção das mensagens museológicas implica o uso de diferentes códigos e sistemas semióticos, que vão atuar simultaneamente sobre os receptores"*⁷.

Esta produção de sentido também pode ser relacionada à questão da percepção da "coisa real". Segundo Horta, "no processo de comunicação museológica, os objetos não falam por si", a realidade da peça não existe em si, depende do sentido que o idealizador da exposição lhe atribui e depende de como ela é apreendida pelo visitante⁸.

Se a informação num objeto de museu pode ser transferida ao visitante, de que maneira ele a recebe e o quanto modifica o seu conhecimento sobre aquele assunto ou mesmo o seu processo cognitivo numa aceção mais ampla - são questões que esta dissertação pretende explorar.

3.2 Público

O público de museu pode ser analisado sob dois diferentes pontos de vista: a audiência, conjunto de pessoas que visita os museus, e o visitante individual, observada a sua interação com a exposição, como recebe e processa a informação.

Dentro da segunda ótica de público, o visitante do museu é o receptor das mensagens elaboradas pelos curadores das exposições. Os aspectos comunicacionais e psicológicos deste receptor são objeto de estudo de alguns autores como veremos a seguir.

O fator cognitivo do visitante no museu é observado por Knez⁹. *"A fim de trazer o máximo de clareza à mensagem verbal, um exibidor também emprega meios complementares tais como diagramas, mapas, fotografias, modelos, todos entrelaçados aos objetos do museu cuidadosamente selecionados para proporcionar mensagem satisfatória. Por meio de habilidade artísticas e de design, o impacto da mensagem- sua cognição intelectual e sua força emocional - é significativamente intensificada. Num museu aberto a todos os recursos agora disponíveis para enriquecer a cognição intelectual e a cognição intuitiva, o visitante é premiado com o tipo diferente de comunicação que só museus podem proporcionar"*¹⁰.

Retomando as idéias de Belkin, *"o conceito de informações cognitivas individuais modificam as estruturas associadas de formação de conceito individual e de comunicação inter-humana"*¹¹. No primeiro caso, "a mente recebe mensagens que constroem e modificam não apenas a imagem (reflexo) do meio ambiente físico, mas partes mais abstratas da imagem - a sua visão de mundo". As mensagens podem ser recebidas de outros humanos (e por eles estruturadas). Estas mensagens são linguísticas no sentido mais geral: isto é, estruturas semióticas, onde as mensagens são textos."

Na comunicação inter-humana, *"a estrutura semiótica é construída pelo emissor (humano) com a intenção de modificar a imagem de outro ser humano ou grupo de pessoas (receptores)"*¹².

"O exibidor qualifica o meio não-verbal com mídia subsidiária... Estas incluem impressos, como na etiqueta do museu, a voz gravada, e alguns meios convencionais mas não-verbais como diagrama, fotografia e filme. Estas mídias subsidiárias deveriam servir somente como apoio na decodificação da mensagem primordial que é transmitida

através do artefato ou do fato cinético ("kinetifact")¹³. Knez faz uma distinção entre artefato e "kinetifact". O artefato é todo objeto construído pelo homem em exposição no museu. O "kinetifact" é a representação de um fato cinético de origem científica (demonstra experiências físicas, biológicas, mecânicas) e se aplica mais aos museus de ciência ou de história natural. Por exemplo, o Pêndulo de Foucault exibido num museu não é um "kinetifact", e sim o movimento demonstrado pelo pêndulo.

Na visão de Knez, a cognição intelectual é o fator fundamental do museu como sistema de comunicação e o objetivo primeiro da mensagem do transmissor. Aprendendo a linguagem de um museu, então, não é tanto compreender a linguagem não-verbal de coisas reais, mas aprender a ver coisas reais, coisas de museu, nas luzes multicoloridas da pesquisa, na variada estrutura cognitiva do conhecimento científico e histórico¹⁴.

*"O reconhecimento da liberdade do receptor e de sua produtividade semiótica na decodificação das mensagens museológicas não deve ser um problema, que os profissionais de museu devam procurar controlar ou limitar, mas deve ser a razão e a necessidade de seu trabalho e de sua reflexão sobre ele"*¹⁵.

Notas e referências bibliográficas:

1. HORTA, opus cit., p. 10.
2. idem, ibidem
3. idem, ibidem
4. idem, ibidem
5. VÉRON,opus cit., p. 27
6. idem, p. 28
7. HORTA, opus cit., p.27
8. idem, p. 24
9. KNEZ, opus cit., p.209
10. idem, ibidem
11. BELKIN, opus cit., p. 198
12. idem, p. 199
13. KNEZ, opus cit., p. 209
14. idem, ibidem
15. HORTA, opus cit. p 27

4. Pesquisas de Público em Museus

Este capítulo, parte central deste projeto, abordará as razões de se fazer pesquisa de público, os tipos de pesquisas, a literatura na área, a experiência dos estudos de usuários da Ciência da Informação e a situação das pesquisas realizadas no exterior e no Brasil, de forma a dar um panorama geral sobre este tema.

Os museus vêm progressivamente mudando sua imagem de guardiões do passado, ampliando as opções culturais e de entretenimento para atrair um público ao mesmo tempo sedento de informação e lazer. Foram inauguradas salas de cinema, vídeo e teatro, restaurantes, livrarias, lojas de design; por sua vez, as suas exposições passaram a contar com recursos e com novas tecnologias que atraem o público jovem, como multimídia e elementos interativos que convidam à participação do visitante. Segundo Traba, "*substituem às vezes as praças públicas, porque são lugares de encontro onde se pode passar o dia, comer e desfrutar*"¹.

E, principalmente, começaram a realizar estudos sistemáticos junto ao seu visitante. E a perguntar: quem é esta pessoa, quais são os seus gostos, suas preferências culturais? Ela vem aqui espontaneamente ou influenciada pela opinião de amigos ou pela mídia? Será que ficaria no museu mais tempo se lhe fossem oferecidas outras atividades e serviços bem estruturados como biblioteca para consulta, sala de vídeo e cinema, além de restaurante e lanchonete? Afinal, quem é este visitante, quais são suas características, idade, de que bairro vem, qual a sua opinião sobre a sua experiência no museu? Qual o impacto dessa experiência no seu conhecimento e na sua própria vida?

Os museus descobriram que podem planejar melhor sua programação e direcionar melhor sua divulgação se conhecerem mais a fundo o seu visitante. Desta forma, poderão criar estratégias para atrair o público que ainda não os visita. E este não é apenas o único motivo. Os administradores de museus já descobriram que há uma relação entre o hábito de ida a museus e o hábito de freqüentar outras atividades

culturais como a ida ao teatro, cinema, concertos, e a leitura de livros². Seriam estas atividades culturais um bom lugar para se divulgar a programação dos museus para um público-alvo desejado?

Outro motivo é que os museus, nos Estados Unidos, desejam aumentar o número de visitantes porque o impacto da receita dos ingressos (em torno de 7 reais cada) e dos produtos vendidos nas suas lojinhas (cartões-postais, catálogos, livros, cartazes, reproduções e objetos) significa algo em torno de 35% do orçamento anual de museus de médio porte³. Daí ser fundamental que as exposições sejam sucesso de público. E que os serviços também atraiam e façam o visitante ficar mais tempo lá se educando, se divertindo, consumindo e gerando receita.

Estas e outras questões vêm sendo colocadas por diversos museus do mundo a seus visitantes através das pesquisas de público que são formas de aferição dos comportamentos, hábitos e opiniões dos visitantes de museus⁴.

De maneira geral, existem hoje três diferentes tipos de estudos: os descritivos, do tipo perfil de público; os de avaliação, relativos a metas de exposições e programações educativas; e os teóricos, propensos a generalizações, que não serão abordados neste trabalho⁵.

Os estudos descritivos, do tipo perfil de público, são fundamentais para dar base a qualquer outro conhecimento sobre público que se pretenda ter. Funcionam como grandes diagnósticos. Os dados em geral são coletados ano a ano, de forma a poder indicar modificações na clientela do museu e apontam a constituição de grupos/visitantes sozinhos, faixa etária, sexo, escolaridade, procedência, meio de divulgação que o trouxe ao museu, etc. Estas variáveis básicas permitem quantificar os segmentos de público, constituindo o seu perfil; e a sistemática comparação dos resultados a serem auferidos a cada período de pesquisa pode revelar modificações passíveis de novos estudos⁶.

Os estudos de avaliação se iniciam nos anos 70 e se aperfeiçoam nos anos 80, observando os ganhos afetivos e cognitivos dos visitantes. Nesse sentido se aproximam da Ciência da Informação, que tem estudado a informação e os processos cognitivos. A psicologia do visitante de museu e, particularmente, o processo da comunicação museológica e da percepção da informação veiculada e das peças são objeto de estudo dos pesquisadores, embora ainda se façam as pesquisas de perfil, porém com menor ênfase.

Nestas pesquisas, pelos resultados foi constatado que a *"percepção é dirigida pelo objeto, [...] organizada em unidades de sentido, envolvendo organização e interpretação. Assim, a informação nova é integrada àquela já existente, podendo modificá-la. Desta forma, objetos familiares ou informações já conhecidas funcionam como referências de conhecimento que acolhem informações novas"*⁷.

A literatura na área de estudos de público de museus é representativa. Na sua dissertação de mestrado, Sousa e Silva utilizou como base a última bibliografia especializada, organizada por Chandler Screven em 1984, que reuniu 211 artigos publicados e inéditos sobre pesquisa de público de museus. A estes, acrescentou mais 17 títulos publicados entre 1984 e 1987⁸.

Outra dissertação de mestrado, a de Adriana Mortara de Almeida, complementa a revisão de literatura dos estudos de público em museus até os anos 90, trazendo como contribuição fundamental para esta pesquisa os estudos de avaliação de exposição, os conceitos e os principais autores⁹.

Antes dos estudos de público de museus, na área da Ciência da Informação foram realizados estudos de usuários voltados para bibliotecas utilizando as técnicas e métodos das Ciências Sociais e da Psicologia, o que já foi apontado. Parker e Paisley¹⁰, por exemplo, estudaram a interface dos cientistas e seu sistema de informação, na área da Psicologia, recorrendo à técnica do incidente crítico, explicado logo a seguir.

Em artigo de revisão sobre o tema, Pinheiro afirma: "*Os estudos sobre usuários da informação são importantes para o conhecimento do fluxo da informação, de sua demanda, da satisfação do usuário, dos resultados e efeitos da informação sobre o conhecimento, do uso, aperfeiçoamento, relações e distribuição de recursos de sistemas de informação*"¹¹.

Os estudos de usuários têm tamanha importância, que foram criados centros especialmente com essa finalidade, como o *Centre for Research on User Studies - CRUS*, na Universidade de Sheffield, na Inglaterra, fundado em 1976, sob o patrocínio do *British Library Research and Development Department*¹².

Estes estudos funcionam como canais de comunicação entre a biblioteca e a comunidade à qual ela serve, contribuindo para uma gerência voltada para o usuário. O que houve na verdade foi uma mudança de atitude em relação aos usuários: a biblioteca tornou-se mais ativa, dinâmica, com a criação e a disseminação de novos produtos e serviços, além do aperfeiçoamento de outros já prestados. Nos anos 60, com a nova postura de conquistar os usuários, fornecendo-lhes não apenas o documento, mas a informação, as bibliotecas, com as novas tarefas de compactação da literatura através de revisões, sínteses, análises, compilações críticas, passaram a constituir-se em centros de análise da informação¹³.

Os estudos de usuários das bibliotecas e centros de informação, portanto, são realizados há muito mais tempo do que os de museu, com diversos segmentos de público e podem trazer uma grande contribuição às pesquisas de público de museus. Neles são adotadas diversas técnicas e métodos de pesquisa, que têm suas vantagens e desvantagens¹⁴, e podem ser aplicados em instituições educativo-culturais como o museu.

Entre as técnicas destacamos a do "incidente crítico", já mencionada, que vem sendo utilizada desde a Segunda Guerra Mundial, por Flanagan¹⁵, em pilotos de aviação. "Consiste em um conjunto de procedimentos para a coleta de observações diretas do

comportamento humano, de modo a facilitar sua utilização potencial na solução de problemas práticos e no desenvolvimento de amplos princípios psicológicos." Esta técnica foi posteriormente incluída em estudos de usuários de bibliotecas, centros e sistemas de informação. Possibilita dirigir a memória do entrevistado a uma situação específica como, por exemplo, a lembrança da última visita feita a uma determinada instituição e, por extensão, ao museu. O incidente crítico permite identificar atitudes e motivações de ordem subjetiva, pois é quando o entrevistado pode discorrer sobre uma situação com menos constrangimento.

Uma maior exploração desta técnica pode aprofundar bastante os estudos de avaliação em museus, investigando comportamentos, preferências e a recepção da informação.

No panorama das pesquisas de público no exterior verificamos que os museus norte-americanos e europeus começaram a empreender, a partir dos anos 60 e de forma sistemática, estudos de público de grande porte, marcados pela utilização de computadores e pela aplicação de técnica e métodos quantitativos na área de ciências sociais¹⁶.

As primeiras pesquisas realizadas nas décadas de 60 e 70 começaram a revelar, além do perfil do visitante de museus, aspectos relacionados às motivações e ao comportamento do seu público. A visita ao museu, embora ainda "*estigmatizado como espaço exclusivo de estudantes e intelectuais*", passou a ser relacionada mais ao lazer, diversão e entretenimento do que à possibilidade de ganhos cognitivos. As atividades de lazer são consideradas como "âncoras de identidade", através das quais o homem procura colocar coerência nas suas atitudes, auto-imagem e estilo de vida¹⁷.

O nome mais importante na década de 60 pela sua contribuição aos estudos de público de museus é Duncan Cameron (citado anteriormente no item 2), responsável pelo clássico estudo de público do Royal Ontario Museum, no Canadá, e posteriormente convidado a gerenciar estudos em diversos museus dos Estados Unidos¹⁸.

O Metropolitan Museum of Art e o Museum of Modern Art de Nova Iorque fazem, freqüentemente, as suas pesquisas de visitante para saber qual o impacto econômico da ida de mais turistas àquela cidade por ocasião de mega-exposições como a "Retrospectiva de Henri Matisse", no MoMA, em 1992 e, no mesmo período, a de "Magritte" e a de "Jusepe Ribera: Realista Espanhol na Itália Barroca", no Metropolitan.¹⁹ Estes turistas deixam milhares de dólares na cidade e o motivo de sua ida é, principalmente, assistir a estas mostras. Para se ter uma idéia da importância deste assunto, estas pesquisas são desenvolvidas em conjunto pelos órgãos de turismo e pela prefeitura da cidade. É bom ressaltar que o impacto econômico é um entre tantos outros impactos que estas pesquisas podem indicar. O nosso interesse primordial no presente estudo é analisar o impacto no aspecto cognitivo do indivíduo.

Ainda em relação aos Estados Unidos, na capital, Washington D.C., o Smithsonian Institution coordena 15 dos principais museus nacionais naquela cidade e tem um departamento chamado Institutional Studies. Esse departamento realiza todas as pesquisas para ouvir a opinião do público destes museus e entre os objetivos estão saber qual o perfil do seu visitante e descobrir suas preferências culturais. Por exemplo, no Museu Nacional de História Natural, os resultados dessas pesquisas indicam que os visitantes gostam de visitar primeiro os dinossauros (adultos com crianças), pedras preciosas e minerais (visitantes de fora da cidade desacompanhados de crianças) e a exposição temporária do momento "Aranhas" (visitantes freqüentes que vão sozinhos)²⁰.

No Museu Nacional Aeroespacial, o mais visitado de todos, os visitantes preferem ver primeiro a nave que pela primeira vez levou o homem à Lua²¹, numa ambientação com filmes projetados em telas de 360 graus para que o público se sinta no espaço sideral. Cada vez mais os museus percebem que fazer o visitante se sentir dentro daquela situação, naquela época, naquele local, o faz vivenciar uma experiência tão agradável quanto marcante em sua memória.

No Brasil, a situação quanto aos estudos de público é bem diferente. Em 1975, a Associação dos membros do ICOM realizou no Real Gabinete Português de Leitura no Rio de Janeiro o 1º Seminário Brasileiro sobre Análise do Comportamento do Visitante de Museus, quando se discutiu pela primeira vez as pesquisas de público em museu.

Em sua dissertação de mestrado sobre "Pesquisas de Público em Museus e Instituições Culturais abertas à visitação", Cristina Sousa e Silva assinalou apenas quatro pesquisas de certa relevância realizadas até 1989: a da Fundação Nacional Pró-Memória²² com a ENCE/IBGE (1988), a do Museu Lasar Segall²³ (Comportamentos, Atitudes e Motivações do Público), a de Mário de Souza Chagas²⁴ (Museu: coisa velha, coisa antiga) e a de Tereza Scheiner²⁵ (Análise do Público da Floresta da Tijuca).

Julgamos oportuno destacar que a pesquisa da Fundação Nacional Pró-Memória é de autoria de uma equipe, da qual participamos juntamente com uma socióloga e uma matemática. Nesta pesquisa elaboramos uma metodologia para conhecer o perfil dos visitantes de museus da Pró-Memória, que congregava cinco museus nacionais de grande porte e 30 museus de médio e pequeno porte espalhados por diversas cidades brasileiras. Esta metodologia foi distribuída aos 35 museus em 1990 e foi aplicada em 3: no Museu Nacional de Belas Artes²⁶, em 1993, e a do Museu Imperial²⁷, em 1995. Acrescente-se a este grupo a Pesquisa do Perfil do Visitante do Museu da República²⁸, coordenada pela autora desta dissertação, cujas entrevistas com o público realizaram-se de novembro de 1996 a novembro de 1997. Os museus mencionados acima fazem parte do conjunto de museus federais do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, herdados da extinta Fundação Pró-Memória.

De 1989 até hoje, além das pesquisas descritas no parágrafo anterior, pouco mudou neste quadro, exceção apenas para as pesquisas realizadas pela Escola Nacional de Ciências Estatísticas para a Funarte (área de dança) e a do Centro Cultural Banco do Brasil, estas duas últimas realizadas em 1995. É necessário esclarecer que todas as pesquisas mencionadas são do tipo perfil de público.

É importante salientar que o Centro Cultural Banco do Brasil vem realizando, desde 1997, 10 pesquisas de público por ano em algumas das atividades de sua programação, seja em shows musicais ou exposições, para verificar o perfil socio-demográfico, opiniões e lembrança da marca do patrocinador, com a clara intenção de levantar dados gerenciais para negociar com seus parceiros, as empresas patrocinadoras.

A política de ingresso gratuito do CCBB destina-se ao desenvolvimento de um público novo, que pode desconhecer arte e com esta oportunidade vir a se tornar um amante de arte. As pessoas que vão a algum dos eventos onde se cobra ingresso, em geral já possuem alguma educação artística e hábito de freqüentar atividades culturais²⁹.

Estes dados são obtidos de pesquisas de público que o CCBB realiza periodicamente nas exposições, nos eventos de música e teatro. Segundo Landi, as características socio-econômicas dos segmentos de público que mais vão ao CCBB pertencem às classes A e B: são pessoas na faixa de renda mensal de 3 mil a 5 mil reais. Fazendo referência à pirâmide de necessidades de Abraham Maslow, psicólogo norte-americano, estes segmentos já têm atendidas as suas necessidades básicas (alimentação, sexo, proteção) e as intermediárias (aluguel, carro, educação). Portanto, tem sobra de orçamento para atividades culturais e assim procuram atender suas necessidades de auto-realização.

A média de visitação anual do CCBB é de 1 milhão e meio a 2 milhões de pessoas. Ao considerar que o Metropolitan Museum of Art de Nova York, uma das instituições "top" na área cultural, recebe 5 milhões de visitantes por ano, Landi situa o CCBB como muito bem neste quesito.

Outros dados destas pesquisas enriquecerão o nosso conhecimento do perfil do visitante do CCBB.

Quanto à categoria sexo, alguns eventos atraem diferentemente como por exemplo, a série "Schubertíases" (com músicas de Schubert) reuniu um público

composto 68% por mulheres e 30% por homens. Semelhante proporção se deu em relação aos eventos alusivos aos 80 anos do compositor Braguinha, autor de música popular brasileira: 38% masculino, 61% feminino. Já na exposição Coleção do Imperador (com objetos pertencentes a Dom Pedro II) a visitação foi de 46% mulheres e 51% homens. A exposição da escultora norte-americana Louise Bourgeois, que expressa o universo feminino, atraiu um público 51% feminino e 43% masculino.

Outro resultado interessante das pesquisas realizadas com o público das exposições Louise Bourgeois e Coleção do Imperador, é sobre o meio de divulgação no qual se informaram a respeito do CCBB:

Quadro 1 - Meios de divulgação sobre as exposições

Meio de Divulgação	Louise Bourgeois	Coleção do Imperador
Jornal e revista	34%	30%
Folder do CCBB	22%	23%
Amigo ou familiar	12%	16%
TV	5%	5%
Convite	4%	4%
Rádio	0,7%	1,26%

O alto índice de respostas em jornal e revista deve-se ao fato do CCBB anunciar regularmente em jornais com propaganda paga. No rádio e na TV a divulgação está dispersa em sua programação, não aparece num ponto regular. No quadro acima quando se lê “folder do CCBB”, significa que as pessoas lêem o impresso que é distribuído fartamente nos balcões do CCBB e onde estão relacionadas todas as atividades do Centro Cultural no mês. Embora o percentual de respostas neste item seja pequeno, o rádio é um veículo muito ouvido. O CCBB é que ainda não utilizava o veículo e, por isso, vai mudar a estratégia de divulgação.

A faixa etária também varia de evento para evento, como podemos ver:

Quadro 2 – Variação de faixa etária por evento

Idade	Louise Bourgeois	Col.do Imperador	Braguinha
0 a 15	2,5%	4%	não foi significativo
16 a 30	44%	48%	9%
31 a 45	30%	28%	12%
46 a 60	13%	11%	29%
61 a 75	2%	3%	36%

É interessante notar que o evento musical em homenagem a Braguinha atraiu um público composto por elementos da terceira idade, o que se explica pelo fato de o compositor ser ídolo de um público com mais de 45 anos. Na história do CCBB nunca um evento atraiu um segmento tão expressivo destas faixas etárias.

Estes e outros resultados são utilizados pelo CCBB não apenas para melhorar a sua programação, como também para servir de dados concretos para negociação com a área de Marketing de seus patrocinadores. A Petrobrás, por exemplo, se interessa em atingir nos eventos culturais um público acima de 15 anos, que se não compra combustível hoje, vai comprar daqui a três anos e, ao decidir entre uma marca e outra de combustível, irá optar pela que é mais confiável, que projetou uma boa imagem de si.

No Brasil, há poucos registros de estudos de avaliação de exposição: o de Maria Cristina Bruno que em sua dissertação avaliou a exposição e a ação educativa do Museu de Pré-História Paulo Duarte (Instituto de Pré-História da USP)³⁰, o da dissertação de Adriana Mortara de Almeida, já citada anteriormente, sobre a exposição "Na natureza não existem vilões" do Museu do Instituto Butantan em 1994³ e a pesquisa de avaliação da efetividade de uma exposição científica realizada no mesmo ano por Sibeles Cazelli e uma equipe de pesquisadores do Museu de Astronomia e Ciências Afins³².

Em seu trabalho, Almeida esclarece que existem várias dissertações que enfocaram a educação em museus. Os profissionais dos setores educativos dos museus realizam avaliações sistemáticas seja das exposições seja dos programas educativos visando reestruturá-los, aproximá-los do interesse do público e alimentar novas programações³³.

No Seminário Internacional "Museu em transformação: as novas identidades dos museus", realizado em setembro de 1996, no Museu da República, em sessão dedicada exclusivamente às pesquisas de público, também coordenada pela autora deste projeto - a primeira realizada no país sobre este tema - constatou-se que há carência de estudos de público de museus no Brasil.

Um passo importante nesta área foi a realização da Conferência Anual do Comitê para a Educação e Ação Cultural-CECA do ICOM, em outubro de 1997, no Rio de Janeiro, cujo tema foi "Avaliação da educação e ação cultural em museu - Teoria e Prática". Nessa reunião foi discutida, basicamente, a avaliação de exposições e o uso de seus resultados não só pela área educativa dos museus, como pelos museólogos, planejadores, designers e todos os profissionais envolvidos na concepção de uma exposição e na absorção de seu conteúdo pelo público. Participaram profissionais estrangeiros e brasileiros, e dentre estes últimos, os de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro apresentaram projetos em elaboração e em execução de avaliação das atividades em museus. Os anais desta conferência farão uma atualização deste mapeamento dos estudos de avaliação que estão ganhando força no país.

Apesar de a grande afluência de público, como exemplificado na exposição sobre Monet mencionada anteriormente, ter gerado tantas matérias na imprensa, não motivou um estudo com o público, principal interessado e talvez o maior beneficiário com a análise de aspectos importantes da exposição, onde estes dados poderiam ser trabalhados cientificamente.

Em síntese, este é o panorama geral da área da pesquisa de público em museus. Poucas pesquisas de público foram feitas no Brasil, sendo a maior parte pesquisas quantitativas. Grandes recursos envolvem a montagem de exposições, mas ainda não contemplam estudos científicos do público que as visita. Também não foram identificadas pesquisas que privilegiassem a informação, tal como ocorre na Ciência da Informação. E o ainda baixo índice de visitação de museus no Brasil não estimula seus administradores a investir nos estudos de público como forma de subsidiar o planejamento de suas atividades.

Estas são algumas das questões a serem aprofundadas nesta dissertação de mestrado.

Notas e referências bibliográficas:

1. TRABA, Marta. Preferimos los museos, Sábado, suplemento de Unomásuno, 247, México, 31 de julho de 1982, p. 15 apud CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas - Estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Mexico, Editorial Grijalbo, 1989. p. 159
2. BOURDIEU, opus cit., p. 122
3. KREIDLER, John. Chairman of Arts. San Francisco Foundation. Entrevista concedida à autora em 21/10/1994. San Francisco, CA..
4. SOUSA E SILVA, opus cit., p. 15.
5. idem, p.95
6. idem, p.95-96
7. idem, p.40
8. idem, p.11
9. ALMEIDA, Adriana Mortara. **A relação do público com o Museu do Instituto Butantan: Análise da exposição Na Natureza Não Existem Vilões**. Orientador: Maria Helena Pires Martins. São Paulo: ECA/USP, 1995. Dissertação (Mestrado em Comunicação).
10. PARKER, Edwin B.& PAISLEY, William J. Research for psychologists at the interface of the scientist and his information system. In: SARACEVIC, Tefko, ed. **Introduction to information science**. New York, London, R.R.Bowker, 1970. p.85-94.
11. RIBEIRO, Lena Vania Ribeiro. **Usuários - Informação: o contexto da ciência e da tecnologia**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora: IBICT, 1982. p. 1
12. idem, ibidem.
13. FIGUEIREDO, Nice Maria. **Tópicos Modernos em Ciência da Informação**. Lorena: Centro Cultural Teresa D' Ávila, 1994. p. 37.
14. CUNHA, Murilo Bastos. Metodologias para estudo de usuários de informação científica e tecnológica. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v.10,n.2,p.5-19,jul/dez. 1982. p. 7.
15. FLANAGAN, John C. The critical incident technique. **Psychological Bulletin**, 51(4):327-58, July 1954. Traduzido para o português em **Arquivo Brasileiro de Psicologia Aplicada**, 26(2):99-141, abr./jun. 1973
16. SOUSA E SILVA, opus cit., p. 13
17. idem, p.39
18. idem, p.13
19. The Economic Impact of Major Exhibitions at The Metropolitan Museum of Art, The Museum of Modern Art and The Solomon R. Guggenheim Museum. Relatório. Nova York: Arts Research Center of the Alliance for the Arts, 1993.
20. BIELICK, S.; PEKARIK, A.J. & DOERING, Z.D. **Beyond the Elephant: A Report based on the 1994-95 National Museum of Natural History Visitor Survey**. Relatório Técnico. Washington, D.C.: Smithsonian Institution, 1995.

21. DOERING, Z.D.; MANNING, R.D. & BLACK, K.J. 1988 **National Air and Space Survey: Technical Documentation**. Relatório Técnico. Washington, D.C.: Smithsonian Institution, 1992.
22. PSZCZOL, Eliane; LEON, Márcia Saraiva & CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. Perfil do Visitante de Museus. Rio de Janeiro: Fundação Nacional Pró-Memória/Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE. **Relatórios Técnicos**, n.1/90, 1990.
23. MUSEU LASAR SEGALL. **Comportamentos, atitudes e motivações do público do Museu Lasar Segall**. São Paulo. 1981.
24. CHAGAS, Mario de S. et al. **Museu: Coisa Velha, coisa antiga**. Rio de Janeiro, UNI-RIO, 1987 (apostila)
25. SCHEINER, Teresa Cristina. **Análise do Público na Floresta da Tijuca**. Rio de Janeiro. 1977/1978. (cópia obtida da autora).
26. CARVALHO, Márcia M. **Perfil dos Visitantes do Museu Nacional de Belas Artes**. Estatística Aplicada. Relatório de final de curso. Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE. Rio de Janeiro. 1994.
27. MUSEU IMPERIAL. **O perfil do visitante do Museu Imperial**. Relatório da pesquisa. Petrópolis, 1995. (apostila) 62 p.
28. CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **Projeto: Pesquisa do Perfil do Visitante do Museu da República**. Projeto de pesquisa. Rio de Janeiro, Museu da República, 1996. (xerox)
29. Em entrevista concedida por Aguinaldo Lester Landi, da área de marketing e de captação de recursos do CCBB.
30. BRUNO, Maria Cristina Oliveira. **O Museu do I.P.H.: um museu a serviço da Pesquisa Científica**, dissertação de mestrado, FFLCH/USP, 1984.
31. ALMEIDA, opus cit.
32. CAZELLI, Sibeles, GOUVÊA, Guaracira e FRANCO, Creso. Aprendizagem compartilhada em museus interativos de ciência. in **Cadernos de Memória Cultural 4** a ser publicado pelo Museu da República. Texto da palestra proferida no Seminário Internacional "Museu em Transformação: a nova identidade dos museus" realizada em setembro de 1996 no Museu da República no Rio de Janeiro.
33. Excetuando a tese de doutorado de GASPAR, as demais são dissertações de mestrado: ALENCAR, V.A. **Museu-Educação: se faz caminho ao andar...** Depto. de Educação PUC/RJ, 1995; CAZELLI, S.. **Alfabetização Científica e os Museus Interativos de Ciência**. Depto. de Educação PUC/RJ, 1992; CINTRA, M.C.S.L.R. **Leitura de fragmentos: relato de uma experiência completa a partir de um acervo incompleto**. ECA/USP, 1990; FREIRE, B.M. **O encontro museu/escola: o que se diz e o que se faz**. Depto de Educação, PUC/RJ, 1992; GASPAR, A. **Museus e Centros de Ciências - conceituação e proposta de um referencial teórico**. FE/USP, 1993; GRINSPUM, D. **Discussão para uma proposta de política educacional da Divisão de Ação Educativo-Cultural do Museu Lasar Segall**. ECA/USP, 1991; GROSSMANN, M. **Interação entre Arte-Educação: subsídios para a reflexão e atualização das metodologias aplicadas**. ECA/USP, 1988; LOPES, M.M. **Museu: uma perspectiva de educação em geologia**. Fac. de Educação, UNICAMP, 1988.

5. A pesquisa, o método e a exposição “ Athos Bulcão – Uma Trajetória Plural ”

Esta pesquisa caracteriza-se como pesquisa de público em museus, realizadas nos museus norte-americanos e europeus a partir dos anos 80.

Segundo Screven as pesquisas podem, em última instância, contribuir para a eficácia de uma exposição e seus componentes interpretativos sobre o comportamento do visitante, seus interesses, ou capacidade de comunicação da exposição”¹.

5.1 Ambiente de estudo, artista e exposição

Este item apresenta, em linhas gerais, o Centro Cultural Banco do Brasil, escolhido como ambiente de estudo, o artista e a exposição “Athos Bulcão – Uma Trajetória Plural” – objeto desta pesquisa.

5.1.1 O Centro Cultural Banco do Brasil - CCBB

Criado em 12 de outubro de 1989 com a finalidade de oferecer à cidade do Rio de Janeiro um centro de cultura multimídia e um fórum de debates de nível internacional, o Centro Cultural Banco do Brasil ocupa um prédio histórico no centro, à Rua Primeiro de Março. A instituição apresenta diversas atividades culturais num só endereço, com a proposta de formar público através da oferta de produtos artísticos de qualidade. Eventos simultâneos podem transcorrer em seus dois teatros, salas de cinema e vídeo, cinco salas de exposições, biblioteca com 140 mil títulos, museu e arquivo histórico, videoteca e auditório para conferências e palestras. O CCBB dispõe ainda de áreas de conforto como restaurante, casa de chá, bomboniere e loja de produtos culturais.

Ocupa um prédio neoclássico que já foi a sede do Banco do Brasil, marco da história econômica do país, que lhe conferiu um valor simbólico inestimável. A riqueza de seus acervos museológico, arquitetônico e documental impulsionaram a criação do Centro. A Biblioteca (criada em 1931), o Museu com 36.000 objetos e o Arquivo Histórico (ambos criados em 1955) foram os embriões do Centro Cultural².

Diferente de outras instituições culturais, no CCBB as múltiplas atividades são gratuitas (exposições, biblioteca, museu e arquivo histórico); ou se cobra ingresso de baixo valor, de R\$ 4 a R\$ 5 (música, dança, teatro).

O Centro Cultural Banco do Brasil apresenta as características de um museu: tem acervo próprio especializado em Numismática, possui salas de exposição permanente e de exposição temporária. Estas últimas, localizadas no primeiro e segundo andares, somam 700 m². O Museu, situado no primeiro andar, mantém a exposição permanente “Brasil Através da Moeda”, montada dentro das técnicas museográficas atuais, recursos cenográficos e interativos, apresentando cédulas e moedas do acervo que mostram a evolução político-econômica do país e do seu meio circulante.³ Este museu, criado há 43 anos, com tradição na área cultural, que antecede a criação do CCBB e a ocupação do atual espaço, lhe dá grande credibilidade.

Segundo pesquisas da própria instituição, *"a idéia que o público associa mais espontaneamente ao CCBB é a de produto de alta qualidade cultural. Sua programação e suas instalações são referidas com frequência como ' de Primeiro Mundo'"*⁴. Não só o público mas os profissionais da área cultural acham que o CCBB apresenta boas exposições de artes plásticas, o que o credenciou a ser o ambiente de estudo desta pesquisa.

5.1.2 O artista

Athos Bulcão nasceu no Rio de Janeiro, em 1918, começou sua carreira artística na década de 1940 e mudou-se para Brasília em 1958, sendo um dos pioneiros da nova capital.

É um dos poucos artistas brasileiros que desenvolve seu trabalho através de diferentes meios de expressão: pintura, desenho, gravura e fotomontagem, além de ter realizado mais de trezentos trabalhos de integração da arte com a arquitetura. Sua carreira inclui diversas exposições individuais e coletivas.

Pela qualidade e grandiosidade de sua obra, Athos Bulcão é considerado um dos principais artistas modernos de nosso país. Para Marcus de Lontra Costa, a obra de Athos Bulcão está inserida ‘na história do projeto moderno no Brasil’⁵.

Realizou painéis em azulejo, mármore, madeira e diversos outros materiais que foram empregados em sedes de organismos governamentais, instituições, residências, empresas, igrejas, sedes de embaixadas brasileiras e teatros.

No período pioneiro de Brasília, antes de sua inauguração, o artista criou a pintura mural e os azulejos do Brasília Palace Hotel, os azulejos da Igrejinha de Nossa Senhora de Fátima, o mural de entrada do Palácio da Alvorada, obras consideradas referência histórica da arquitetura moderna brasileira.

Na nova capital federal, sua obra está presente nos principais edifícios públicos como nos painéis do Congresso Nacional e do Palácio do Itamaraty, nos relevos da fachada do Teatro Nacional, nos painéis da Catedral de Brasília, Memorial JK, Panteão da Pátria, no novo Aeroporto Internacional, em edifícios públicos e privados.

A obra artística de Athos Bulcão se caracteriza e se diferencia pela propriedade da utilização da forma abstrata de caráter geométrico, aliada ao uso da cor ⁶. Textos de críticos e pesquisadores da arte brasileira, reunidos pela Fundação Athos Bulcão, indicam estas particularidades do artista como criador.

Desde a criação da nova capital federal, Athos Bulcão incentivou o movimento artístico e o ensino da arte. Fez parte da equipe da Universidade de Brasília, lecionando no Instituto de Artes de 1963 a 1965, quando foi demitido com mais 200 professores por terem participado de movimento de protesto. Em 1988, foi reintegrado à Universidade onde lecionou até sua aposentadoria, em 1990. Por sua atuação artística em Brasília, foi nomeado representante da região Centro-Oeste no Conselho Nacional de Artes Plásticas, para o período de 1981 a 1983.

O artista continua produzindo sua obra de ateliê o que lhe tem permitido realizar exposições de suas obras recentes. Da mesma forma seus mais novos painéis foram projetados para o Centro Cultural Missionário, os Hospitais Sarah Kubitschek, e para as sedes estaduais do Tribunal de Contas da União.

Athos Bulcão tem sido largamente homenageado seja pelo seu trabalho de integração das artes com a arquitetura (Instituto dos Arquitetos do Brasil; Associação Brasileira dos Pesquisadores em Artes, do Conselho Nacional de Pesquisa - CNPq), seja pelos serviços prestados à cultura do país (recebeu do Governo Brasileiro a Ordem do Rio Branco, em 1989, e a Ordem do Mérito Cultural, em 1996), ou pela sua contribuição à consolidação de Brasília (recebeu do governo do Distrito Federal a Medalha Mérito Alvorada e da Câmara Legislativa o Título de Cidadão Honorário de Brasília). Estas são apenas algumas das muitas homenagens que Athos vem recebendo ao longo de sua existência. Seu "curriculum" é rico de premiações, exposições individuais e coletivas⁷.

Com a finalidade de reunir, promover e divulgar a obra de Athos Bulcão, foi criada em 1996, em Brasília, a Fundação que leva seu nome. Tem como finalidade também atuar como centro de pesquisa, educação, intercâmbio e difusão das artes contemporâneas, valorizando a vida cultural da capital. Realiza convênios de parceria com instituições nacionais e internacionais e projetos com patrocínio da iniciativa privada para promover as atividades culturais e educativas a que se propõe.

"No decorrer dos últimos anos, a Fundação levou a Brasília um representativo grupo de críticos e estudiosos brasileiros e estrangeiros para tomar contato com a obra pública de Athos Bulcão, quando tiveram a oportunidade de reconhecer a intensidade e o vigor da atuação do artista na formação da paisagem construída da capital. Estes analistas tem comprovado a importância da pesquisa e da ação de Athos Bulcão" ⁸.

Por iniciativa da Fundação, foi implantado na Internet o "Museu Virtual Athos Bulcão", no qual são disponibilizadas informações sobre sua vida e obra, com algumas fotografias de pinturas, desenhos, gravuras, fotomontagens, objetos e obras integradas à arquitetura e de textos críticos de suas várias exposições ⁹.

As comemorações do 80º aniversário de Athos Bulcão em 1998 são motivo de exposições retrospectivas no Rio de Janeiro - realizada no CCBB a que se refere este trabalho, São Paulo, Brasília e Salvador, e da preparação de um livro sobre a obra completa do artista.

5.1.3 A exposição Athos Bulcão – Uma Trajetória Plural:

Para examinar a transferência da informação de uma exposição de arte para o público optamos por procurar uma exposição individual de artista brasileiro bastante conhecido como, por exemplo, Portinari ou Di Cavalcanti, que estivesse em exibição nos museus cariocas nos meses de janeiro, fevereiro ou março de 1998, período planejado em nosso cronograma de pesquisa para realizar este estudo de caso. Levantamos a programação de artes plásticas do Museu de Arte Moderna, do Museu Nacional de Belas Artes, do Centro Cultural Banco do Brasil, do Museu Histórico Nacional e do Museu de Arte Contemporânea de Niterói - todas instituições que tem uma grande visitação.

Assim, selecionamos três que se encaixavam neste perfil: a de Oscar Niemeyer, no MAC - que acabou se tornando inviável por seguir apenas até 25 de janeiro, restando pouco tempo para definir a metodologia, realizar teste piloto, avaliá-lo, selecionar os

entrevistados, aplicar um pré-teste e pós-teste à visita da exposição. Restaram duas opções: as exposições de Siron Franco com pinturas dos anos 70 aos 90 e a de Athos Bulcão comemorativa de seus 80 anos de vida, ambas no Centro Cultural Banco do Brasil.

Foi selecionada a exposição "Athos Bulcão - Uma Trajetória Plural" por ser ele um artista bastante conhecido e respeitado nas artes plásticas brasileiras, principalmente pela articulação de seu trabalho ao de Oscar Niemeyer, desenhando painéis escultóricos ou de azulejos para integrar os projetos arquitetônicos do grande mestre. Esta associação fez com que sua obra seja vista nos grandes prédios públicos de Brasília, mundialmente conhecidos como marco da arquitetura moderna, em outros prédios importantes em São Paulo, Salvador, Belo Horizonte e Rio de Janeiro, e em cidades européias e africanas onde Niemeyer trabalhou. A temática de Athos, ao contrário da de Siron Franco, transcende o conhecimento local.

Também era uma condição da pesquisa o público ter conhecimento prévio do artista, antes de ir à exposição, para ter condições mínimas de compreender uma exposição de arte, de responder e até entender a pesquisa, proporcionando condições para uma análise mais rica. Além de ter projeção nacional e internacional o trabalho de Athos Bulcão é conhecido daqueles que se interessam pela Arte Moderna brasileira. Por todos estes motivos, o trabalho de Athos Bulcão foi selecionado para o presente estudo.

Na exposição "Athos Bulcão - uma trajetória plural", realizada no período de 21 de janeiro a 5 de abril de 1998, são mostradas as atividades diversificadas desenvolvidas em ateliê, como desenho, pintura, escultura, fotomontagens, máscaras, ilustração e figurinos, excetuando os projetos de murais e painéis integrados à arquitetura, mais conhecidos do público.

A exposição foi montada na Sala A do segundo pavimento do CCB (ver planta baixa no Anexo IV), com um grande painel colocado na diagonal, criando a possibilidade de um circuito de visita para o público.

O conteúdo informacional está expresso pelas obras de arte, sua disposição espacial e temática, isto é, através da museografia, - que cria uma ambientação para observação, e através do conteúdo escrito - os textos do hall de entrada, o de apresentação no interior da exposição e as etiquetas de identificação das obras.

Estas foram expostas da seguinte forma:

63 obras como pinturas, acrílico sobre tela, desenhos, aquarelas e guaches, fotomontagens e máscaras estão dispostas nas quatro paredes e nas duas faces do painel central;

5 vitrines distribuídas pela sala apresentam fotografias do artista com arquitetos, artistas plásticos e personalidades relacionados aos seus projetos; estudos de azulejos, esboços, placa escultórica e mini-esculturas em durepoxi.

Quadro 3 - Quantidade de obras existentes na exposição por tipo de técnica

Técnicas	N^{os}	%
Pinturas	31	34
Máscaras	22	24,17
Miniesculturas	16	17,58
Fotos Integração Arte/Arquitetura	10	10,98
Fotomontagens	7	7,69
Gravuras	2	2,19
Estudos de azulejos	1	1,09
Escultura	1	1,09
Desenho	1	1,09
Total	91	100

A distribuição espacial das obras permite a visitação em circuito horário do relógio (ver fotografias no Anexo V), ou em circuito de dois triângulos rebatidos, sendo que este último parece ter sido a escolha do curador, por seguir uma estrutura cronológica e demonstrar os movimentos artísticos nos quais o artista se insere: o

Abstracionismo Geométrico e Informal, de acordo com a interpretação de Fernando Cocchiarale.

Esta distribuição se faz em grandes grupos:

parede 1 - Texto do curador, pinturas, aquarelas, desenho, guache (para acompanhamento na planta baixa são as obras numeradas de 1 a 12) representativos de 1941 a 1971 e as vitrines 1 e 2;

parede 2 - As fotomontagens datadas de 1952-1954 (de 13 a 19) e a vitrine 3;

face A do painel - Pinturas e serigrafias do período 1981 a 1987 (de 48 a 55);

face B do painel - Pinturas de 1989 a 1993 (de 56 a 63);

parede 3 - Pinturas e máscaras de 1994 a 1995 (de 20 a 29) e as vitrines 4 e 5 (mini-esculturas em durepoxi);

parede 4 - 18 máscaras de 1979 a 1996 (de 30 a 47).

O conteúdo escrito da mostra se expressa principalmente por um texto bilingüe do curador, Fernando Cocchiarale (ver texto no Anexo I), logo na entrada, à esquerda, em um painel. E através das 62 etiquetas (há um díptico sem identificação) e das identificações dos objetos das vitrines, relacionadas no Anexo III. As informações contidas nas etiquetas são título da obra, data, técnica e procedência (a quem pertence a obra).

Além destas, o conteúdo escrito se apresenta num folder com textos dos realizadores - Centro Cultural Banco do Brasil e Fundação Athos Bulcão e um resumo do texto do curador apresentado no catálogo.

O catálogo da exposição contém os mesmos textos dos realizadores apresentados no folder, o texto completo do curador, os dados biográficos do artista, a relação das exposições individuais e das exposições coletivas selecionadas. Apresenta muitas fotografias coloridas das principais obras da exposição, cobrindo tanto as pinturas, as máscaras e as fotomontagens, como gravuras e serigrafias não apresentadas na mostra.

5.2 A Pesquisa: metodologia, material e amostra

Trata-se de um estudo de caso sobre a transferência da informação da exposição "Athos Bulcão - Uma Trajetória Plural" do Centro Cultural Banco do Brasil ao visitante. É um estudo exploratório, utilizando a exposição do CCBB como experimento.

A metodologia adotada reúne aspectos da pesquisa qualitativa desenvolvida por Eliseo Véron em 1989, com os visitantes de uma exposição na biblioteca pública de informação do Centro Georges Pompidou, na França¹⁰; e a transferência da informação no que se refere à transformação das estruturas cognitivas (Belkin). Assim, a metodologia recorre e entrecruza a Museologia e a Ciência da Informação, numa pesquisa qualitativa.

Segundo Minayo¹¹, o conceito de pesquisa qualitativa *"nos induz a pensá-las não como uma alternativa ideológica às abordagens quantitativas, mas a aprofundar o caráter do social e as dificuldades de construção do conhecimento que o apreendem de forma imparcial e inacabada"*. Para ela o objeto das Ciências Sociais é essencialmente qualitativo e esta qualidade deve prevalecer na metodologia da pesquisa neste campo.

No trabalho empírico utilizamos como instrumentos a entrevista – para investigar aspectos informacionais da exposição segundo a Ciência da Informação e a Museologia – e a observação do tipo de comportamento do visitante na exposição, ambos utilizados por Véron.

Véron optou por uma pesquisa qualitativa, uma vez que o método quantitativo *"...não é capaz de mostrar a ligação entre aquele que elaborou o conceito, o objeto produzido (a exposição) e a apropriação deste objeto pelo visitante"*. Esta última parte é o núcleo do presente trabalho.

A pesquisa de Véron ocorreu em três etapas: o estudo da exposição, a realização de observações do comportamento dos visitantes no ambiente da exposição; e o registro do discurso dos visitantes sobre suas visitas.

Foram utilizados os métodos de entrevista e observação para o registro do discurso do visitante. Este último consiste na observação sistemática dos comportamentos dos visitantes, gerando uma tipologia de comportamentos de visita. Realizamos pesquisa qualitativa com o visitante da exposição, através de entrevista estruturada voltada para a transferência da informação e observando os aspectos da relevância- conceituados por Saracevic - tal como entendidos na Ciência da Informação. Para tanto optou-se pelo uso de questionários estruturados com as mesmas perguntas a serem aplicados antes- pré-teste - e depois da visita - pós-teste- para medir a transferência da informação. (Ver questionários no Anexo VI).

Nesta pesquisa aplicamos também alguns procedimentos utilizados por Véron para observar a exposição:

1. estudo da exposição enquanto objeto produzido pela projeção no espaço de um tema, organizada segundo um certo número de dimensões;
2. análise levando em conta o modo de tratamento aplicado ao tema, através de três registros significativos: o textual, o icônico, e a colocação espaço/cênica dos elementos.

Esta etapa comporta:

- a - análise no local da exposição, e
- b - mapeamento fotográfico exaustivo da exposição, compreendendo tomadas individuais dos seus ambientes e da totalidade dos painéis e vitrines que a compõem.

Para viabilizar operacionalmente as entrevistas antes e depois da visita à exposição, contamos com a colaboração do Professor Alfredo Grieco, que se interessou pela nossa pesquisa e decidiu apoiá-la. Ofereceu a participação de um grupo de estudantes da disciplina Direção de Arte, obrigatória para a habilitação em Publicidade, do Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio.

Esta colaboração foi aceita por diversos motivos. Em primeiro, ao fazer o teste piloto dos questionários no CCBB, verificamos ser difícil conseguir a colaboração do público espontâneo da exposição para responder aos questionários, em geral, em função do pouco tempo disponível e da falta de hábito de responder a entrevistas. Em segundo lugar, deveu-se ao fato de que os alunos desta disciplina a cada semestre visitam 2 exposições de arte como parte das atividades de ensino e a exposição de Athos Bulcão se encaixar neste perfil. Em terceiro lugar, partimos do pressuposto de que alunos de uma faculdade de comunicação teriam um conhecimento maior de arte do que outros segmentos de público e a possibilidade de decodificar e usar informações artísticas como repertório estético de sua futura atividade profissional.

Os pré-testes foram aplicados em sala de aula, sendo solicitado aos alunos visitarem a exposição no CCBB e, após a mesma, conversarem com a pesquisadora. Não foi informado aos alunos que haveria um pós-teste, para não influenciar o seu comportamento durante a visita. Ficou definido que apenas os alunos comporiam o universo da pesquisa.

As entrevistas:

Foram realizadas 67 entrevistas, sendo 39 pré-testes em sala de aula, mas como nem todos os alunos visitaram a exposição, foram feitos 28 pós-testes na saída da visita. Mesmo com os questionários estruturados julguei oportuno fazer mais uma pergunta aos alunos: se costumam freqüentar museus e centros culturais. Somente consideramos válidas as entrevistas nas quais os respondentes participassem do pré e do pós-teste, com o que poderíamos demonstrar o conhecimento pré-existente sobre o artista Athos Bulcão e a sua obra e o conhecimento transferido pela exposição. Logo, dos 28 pós-testes, dois não foram considerados válidos, pois dois entrevistados não haviam comparecido à aula no dia da aplicação do pré-teste¹².

A amostra:

Foram compatibilizados e selecionados para análise então os 26 pré-testes e 26 pós-testes - correspondentes a cada aluno que participou das duas etapas.

99% dos entrevistados no pré-teste não conheciam Athos Bulcão e seu trabalho artístico, não fazendo “a menor idéia” de quem é ele. Apenas um aluno supunha “ser um pintor do modernismo” e entender ser o modernismo “um corte com a estética clássica e renascentista”.

Os respondentes são 65% do sexo feminino e 35% do sexo masculino. A idade varia dos 19 aos 23 anos com maior incidência em 21 e 20 anos.

Idade	Frequência
19	2
20	6
21	8
22	4
23	2
24	-
25	-
26	1
não respondeu	3

A tabulação dos pós-testes e seus critérios:

Os critérios utilizados para a tabulação dos pós-testes foram: analisar inicialmente as respostas com categorias já pré-estabelecidas como a da questão 2 (Técnicas artísticas) e, em seguida, as questões fechadas como a 3 (Movimento artístico), a 5 (Cite algumas obras) , a 6 (Obras de integração arte e arquitetura) e a 8 (Fonte de informação consultada). Nas demais questões com respostas abertas tentamos

categorizar alguns aspectos recorrentes ou identificadores como por exemplo: cor, forma ou estilo.

Notas e Referências Bibliográficas:

1. SCREVEN, C.G. Uses of Evaluation Before, During and After Exhibit Design. **ILVS Review**, 1(2):36-66. p.37
2. CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **Relatório/1995**. Rio de Janeiro. 47 p.
3. CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **Folder**. Rio de Janeiro. 1988.
4. BERBEL, Joatan Vilela. Pesquisa de Público no CCBB. Rio de Janeiro, 4 p. Palestra proferida no Seminário Internacional 'Museu em Transformação: As novas identidades dos museus', realizado no Museu da República de 11 a 15 de setembro de 1996. Texto a ser publicado em 1998.
5. COSTA, Marcus Lontra. Passado, Presente, Futuro, Três Atos Num Só: Bulcão. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Pinturas e Objetos**. Rio de Janeiro, Galeria Saramenha, 1984.
6. HISTÓRIA: Athos Bulcão e Brasília. Release para a imprensa. Centro Cultural Banco do Brasil. Rio de Janeiro. 30 jan. 1998. 3 p.
7. Idem, p. 2.
8. Idem, p. 3
9. O endereço na Internet é <http://www.rudah.com.br/museuathos/> e o e-mail é fundathos@rudah.com.br
10. VÉRON,opus cit., p. 34-35.
11. MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, Rio de Janeiro: Abrasco, 1994. 269 p. P. 12 e 21.
12. As entrevistas foram realizadas em duas etapas: Os pré-testes foram aplicados com os alunos da disciplina Direção de Arte da Faculdade de Comunicação da PUC-Rio nos dias 10 e 17/3; Os pós-testes foram realizados no Centro Cultural Banco do Brasil nos dias 13, 14, 15, 22 e 23 de março a saber:

Dias	Dia da semana	Nº de entrevistas
13/3	sexta-feira	2
14/3	sábado	1
15/3	domingo	10
20/3	sexta-feira	11
22/3	domingo	4
Total		28

6. Exposição: Comunicação, Informação e Transferência da Informação

Tanto Belkin e Saracevic, na Ciência da Informação, quanto Screven, na Museologia, abordaram aspectos muito importantes para a transferência da informação, conforme explicitado no quadro teórico.

Aprofundando aqui as idéias de Screven, mencionadas no capítulo 2, uma visita pode gerar impacto **cognitivo** (fatos, conceitos, princípios, habilidade de resolver problemas...) e **afetivo** (excitação, amolação, disposição para entender outros pontos de vista, confiança em si...) no público.¹

Na mesma perspectiva de Belkin, na relação de informação e conhecimento, Orozco compreende, no caso de uma exposição, que “o receptor não se depara com o meio de comunicação trazendo a mente vazia, mas sim repleta de atitudes, idéias e valores (repertório cultural) que coloca em jogo com os repertórios propostos nas mensagens envolvidas na comunicação”.²

A primeira questão refere-se a informações sobre a vida e obra de Athos Bulcão”, apreendidas durante a visita à exposição, cujos resultados aparecem no Quadro 4 e podem permitir dimensionar o “... contato efetivo entre a fonte e o destinatário no processo de comunicação”³.

Quadro A - Informações sobre o artista Athos Bulcão

Informações sobre o artista	Frequência
Atuou em Brasília	10
Trabalhou com Niemeyer	8
Inovou arquitetura com painéis de azulejos	8
É carioca	6
Amigo de Burle Marx	4
Trabalhou ou estudou na França	4
Arquiteto de Brasília	3
Fez painéis em Brasília, Cabo Verde, embaixadas	2
Influência do modernismo	2
Trabalhou com Portinari	2
Voltou para o Brasil	1
Fez 80 anos	1
Nada	3
Total	54

* Os respondentes poderiam indicar mais de uma informação

Os dados de identificação do artista mais apontados estão vinculados à sua atuação em Brasília: obras realizadas nessa cidade, inclusive painéis e seu trabalho com Niemeyer, somando 20 (37%). Estas respostas são plenamente justificadas pois “*Athos tem sido, desde a construção de Brasília, o mais regular colaborador do arquiteto Oscar Niemeyer*”, segundo o crítico Frederico Moraes⁴. No entanto, sua obra não está vinculada somente a Niemeyer, uma vez que, ainda segundo o mesmo crítico “... *seus projetos estão em residências e edifícios de João Filgueiras Lima, Glauco Campello, Ítalo Campofiorito e Fernando Burmeister, entre outros arquitetos. Da mesma maneira, não se restringem à capital federal, mas se espalham pelo Rio, São Paulo, Salvador e Recife, e também pelo exterior*”.

Os respondentes também apontaram obras na França, Cabo Verde, trabalhos com Portinari e amizade com Burle Marx, o que demonstra a participação ampla de Athos Bulcão na Arte e entre artistas do seu tempo, o que foi bem expresso por um dos respondentes.

‘Ele é bem engajado para a época, conhecia o pessoal do meio (Oscar Niemeyer, Chico Buarque, Burle Marx). Enturmado. Não li tudo, mas vi as fotos da vitrine.’ (entrevistado nº. 8)

Por esta resposta podemos aquilatar a importância dos textos e fotografias na exposição, contextualizando a obra e o artista, *“ligando o objeto de arte com a informação considerada pertinente. ...Tradicionalmente no campo da História da Arte, a informação está concentrada nas pessoas e coisas imediatamente associadas com a manufatura e história do objeto – i.e., o artista...”*⁵. Brilliant reforça a necessidade de se articular outras informações à obra de arte: *“Obras de arte ... só estabelecem relações a partir da visão do crítico ou do historiador da arte, podendo tal visão ser histórica, iconográfica, estilística, fenomenológica, estética, ou a combinação delas. Obras de arte podem existir sem qualquer referência para qualquer observador comum, mas o fato histórico, e o caráter desta existência, precisa ser demonstrado por alguém capaz de expor uma associação convincente entre este objeto e aquele tempo e lugar”*⁶.

Outro dado significativo é que 10 respostas referem-se ao seu processo artístico, por inovações na arquitetura com painéis de azulejos e influência do modernismo. seu método de trabalho desenvolvido em relação aos painéis de azulejos é com certeza único na História da Arte brasileira. Como descreve Frederico Moraes *“Geralmente Athos começa o projeto definindo um desenho e a cor. Para os operários arma, em cartões serigráficos, algumas combinações possíveis, mas freqüentemente libera-os para armar o painel como bem entenderem. Ou seja, ele não se ocupa dos aspectos artesanais do azulejo mas de sua concepção intelectual - o processo de produção de seus padrões é serigráfico, isto é, industrial, e a implantação na parede ou muro é feita por operários, a partir de esquemas predefinidos ou de forma aleatória,*

resultando, em arranjos de surpreendente visualidade. Athos fala de ‘um princípio de composição’ a ser livremente manejado pelos operários”⁷. Ou seja, o artista inova ao integrar painéis à arquitetura e ao utilizar um método que torna os operários co-partícipes da obra.

Outro aspecto importante é que os próprio respondentes têm percepção de que as pessoas trazem um “repertório cultural” que é articulado com as mensagens/informações da exposição:

‘Nunca fui muito de ir a exposições. Não sou um entendido em arte. É importante saber sobre a história da vida do pintor. A professora de Estética da PUC ensinava sobre um artista; quando eu começava a entender sobre ele também começava a gostar das obras e a entender o seu significado. Por isso, nesta exposição os quadros não dizem muito, porque não houve uma explicação anterior. Claro que a exposição acrescentou. Porém não consegui detectar um traço mais característico do pintor. Os quadros tem muita cor, muitos objetos circulares” (entrevistado n.º 1).

Apesar deste ter sido o primeiro entrevistado após a visita à exposição, seus comentários são um resumo das expressões de vários de seus colegas e representam o seu pensamento. Apreciar uma obra de arte requer um conhecimento prévio sobre história da arte, movimentos artísticos, sobre o posicionamento do artista em relação a movimento artístico, etc. Este conhecimento depende da ida a museus, a galerias de arte, a frequentar instituições artísticas, o que vai lhe permitir acumular uma bagagem de referências e o modo abstrato de articular a linguagem artística. Este é o ponto de vista de dois sociólogos que estudam as relações entre o público e as instituições de arte: Pierre Bourdieu, na França, e Paul Dimaggio nos Estados Unidos.

Para Bourdieu, *“consideradas como bens simbólicos, obras de arte só existem para aqueles que tem os meios de apropriá-las, isto é, de decifrá-las. A riqueza da recepção depende da competência do “receptor”, do grau de domínio do código da “mensagem”. Quando a mensagem excede os limites de apreensão do observador ele*

não capta a intenção e perde o interesse no que vê”. Ainda segundo o autor, “as estatísticas mostram que o acesso aos bens culturais é privilégio das classes educadas, cultas. Todos os comportamentos de visitantes e suas atitudes em relação às obras exibidas, são diretamente e quase exclusivamente relacionados à educação, ao nível econômico e a familiarização prolongada com a cultura de elite”⁸.

Paul Dimaggio, no relatório de pesquisa “*Estudos de público para artes cênicas e museus*”, afirma que “*também a frequência às artes é um hábito que se desenvolve por um período de tempo. Uma pessoa pode gostar de ópera, mas as apresentações não estão disponíveis no local, ou não tem alguém para ir junto, ele ou ela é improvável de freqüentar. Pela mesma moeda, uma pessoa pode achar pintura moderna incompreensível, mas se seus amigos freqüentam galerias e museus, cedo ou tarde esta pessoa provavelmente tentará ir com eles. Educação, em particular a educação superior, proporciona tanto um ambiente no qual as artes estão relativamente acessíveis como um grupo de pares que as freqüenta com regularidade*”⁹.

É oportuno citar aqui Michel Menou, outro autor da Ciência da Informação, que vem acrescentar a esta questão outros aspectos decorrentes de suas pesquisas sobre os impactos da informação. Para ele, externalidades e internalidades interferem no uso da informação num processo de solução de problemas. Elas se consolidam na base interna do conhecimento- que é influenciada por fatores como personalidade, cultura, emoção, lógica, e inteligência – e deve ser combinada com os recursos interiores do indivíduo. Na transformação de informação em conhecimento, na de conhecimento em saber, são necessários alguns sistemas adaptativos¹⁰, os quais poderíamos associar à disposição de um visitante para o aprendizado e a absorção de informação numa exposição: aptidão ou disposição; tendências a mudanças; capacidade ou habilidade; apropriação; mediação; objetivação de instituições. Verificamos aí como os fatores culturais, psicológicos e disposição para interação também influem para que a informação seja compreendida e assimilada.

Três respondentes cometeram o equívoco de citar Athos como arquiteto de Brasília, quando o artista, na verdade, segundo informa o catálogo da exposição, largou o curso de Medicina em 1939 para dedicar-se à pintura ainda no Rio de Janeiro, fez exposições, ganhou bolsa de estudos para estudar desenho e gravura em Paris, só indo residir em Brasília em 1958.

Alguns respondentes tentaram associar ao trabalho de integração da arte com a arquitetura de Athos a sua obra de ateliê, mostrando maior sensibilidade para a compreensão da arte. “Usava a experiência arquitetônica dele na arte”; revelou o entrevistado nº 10. O entrevistado nº 8 percebeu o mesmo: “O período em que mais produziu foi em Brasília o que pode ter influenciado o trabalho geométrico dele”, ressaltou referindo-se à exposição.

As articulações entre arte e arquitetura podem ter induzido visitantes a perceber de forma mais integrada a obra de arte de Athos Bulcão, conforme expressa a frase: “trabalhou com todas as possibilidades da arte visual, é um experimentador, sensacional, completo.” (Respondente nº. 22)

Em geral, as informações lembradas sobre a vida do artista, seu trabalho com Niemeyer e sua inovadora contribuição para a arquitetura com os painéis de relevos e os de azulejos são informações relevantes, usando o conceito de Saracevic. Muitas destas informações foram obtidas dos textos e das legendas das fotografias contidas numa vitrine, numa tentativa de contextualizar o artista.

Curiosamente, Canclini, em suas pesquisas com o público de exposições de arte no México, notou uma tendência do público de memorizar mais dados biográficos do artista: “A *decodificação do público seguia outra lógica. Mesmo a maioria com formação universitária não estava habituada a diferenciar o formal e o funcional, o belo e o útil. Em vez de basear seus juízos nos valores estéticos intrínsecos das obras, tratava de relacioná-la com a biografia de cada artista ou com feitos do conhecimento cotidiano*”¹¹.

A outra questão levantada é sobre “os tipos de técnicas artísticas usadas por Athos”, conforme mostra o quadro abaixo:

Quadro 5 - Técnicas artísticas

Técnicas	Nº	%
Pinturas	26	23,2
Fotomontagens	24	21,4
Máscaras	20	17,8
Miniesculturais	15	13,3
Escultura	11	9,8
Estudos de azulejos	9	8
Obras integração arte/arquitetura	3	2,7
Gravuras	2	1,9
Desenho	2	1,9
Total	112	100

O conjunto de técnicas artísticas mais apontadas (62,4%) é composto pelas pinturas, fotomontagens e máscaras.

A técnica artística mais lembrada pelos entrevistados foi a pintura que representa 34% das obras expostas e abrange um conjunto de técnicas mais amplo: tinta acrílica sobre tela, óleo sobre cartão, guaches, aquarela, óleo sobre tela. A pintura é a técnica que Athos adotou por mais tempo. Só nesta exposição as pinturas cobrem 43 anos de atividade. Se havia maior número de pinturas na exposição do que outro tipo de técnica é natural que indicassem mais as pinturas:

“...na exposição mostra mais pintura em três dimensões, máscaras, azulejos - que são uma pintura para enfeitar a arquitetura.” (Entrevistado nº 9)

A segunda técnica mais citada foi a fotomontagem, apesar de estar no quinto lugar no volume de obras da exposição. Isto se deve à extrema beleza e acabamento das

mesmas, surpreendendo inclusive aos admiradores da obra pictórica de Athos que ainda não as conheciam. Por outro lado, enquanto a pintura representa o tradicional, como técnica, a fotomontagem é mais contemporânea e tem uma função mais crítica, o que pode estar mais próximo dos entrevistados, todos jovens. Acrescente-se a esses dados, o fato de os alunos terem aprendido, recentemente, a técnica de colagem, em aulas na PUC-Rio, daí talvez maior receptividade à fotomontagem.

A fotomontagem é uma técnica criada para criticar a pintura a óleo, prestigiada no circuito das galerias de arte e dos museus e utilizada para fugir ao predomínio da pintura abstrata, então em voga, conforme o texto de Dawn Ades:

‘O termo ‘fotomontagem’ foi inventado logo depois da 1ª. Guerra Mundial, quando os Dadaístas berlinenses necessitaram de um nome para descrever sua nova técnica de introduzir fotografias em seus trabalhos. ...Os Dadaístas berlinenses usavam a fotomontagem como uma imagem ‘ready-made’ [alusão a Marcel Duchamp], colando-a junto com recortes de jornais e revistas, incluindo textos e desenhos, para formar uma imagem caótica, explosiva, um desmembramento da realidade. Foi uma linguagem usada pelos Dadaístas em contraposição à pintura a óleo, como uma anti-arte. Os construtivistas russos também valorizaram a fotomontagem por razões semelhantes. Para os dois grupos havia a necessidade de afastarem-se das limitações da abstração, o modo dominante da arte de vanguarda, sem retornar à pintura figurativa. A fotografia então, com sua especial relação com a realidade, proporcionava a solução, embora, sob diferentes condições em que eles trabalhavam, cada grupo a usou para diferentes fins”¹².

Em terceiro lugar os entrevistados apontaram as Máscaras, que formam um conjunto de 22 peças, o segundo maior volume de obras de uma mesma técnica, identificadas como “relevo policromado”. O conjunto é bem expressivo, inusitado, diversificado pois “contém pintura, colagem, purpurina” e “usa quase todos os meios”.

Atraiu a atenção dos alunos tanto quanto as fotomontagens pelo ineditismo, gostando, não gostando, entendendo ou não:

“Não gostei das máscaras” (Entrevistado n.º 7).

“As máscaras, não consegui entender muito bem” (Entrevistado n.º 1).

No entanto, a manifestação de um terceiro entrevistado pode levar a compreender porque as máscaras causaram impacto nos visitantes:

“Gostei muito das máscaras” (Entrevistado n.º 13) ou “adorei as máscaras com purpurina, decorativas, delicadas” (Entrevistada n.º 24). “As máscaras são um elemento diferente na exposição”. (Entrevistado n.º 9)

O crítico Casimiro Xavier de Mendonça está de acordo com estas idéias:

“as máscaras, no primeiro momento, poderiam parecer o lado da sombra de tanto rigor... É que são perfis de figuras, concebidas de forma intuitiva e que assumem diferentes nuances: podem ser irônicas, dramáticas, violentas, delicadas, eróticas ou simplesmente imaginárias. Se nos azulejos e painéis raramente aparece a cor, desta vez ela entra em profusão mas com modulações sutis. ...Também aqui existe uma pesquisa quanto aos materiais industriais: a textura delicada, aveludada e cintilante de algumas máscaras é obtida com o pó de vidro usado na sinalização das estradas de rodagem”.

Segundo o crítico, estas imagens realizadas quase na década de 90 encontram ressonância na produção artística contemporânea de pólos tão variados quanto a Alemanha, a Califórnia ou o Japão¹³. Assim, Athos é um experimentador antenado com o seu tempo.

Outro grupo de obras bem citado (31%) inclui as mini-esculturas, a escultura e os estudos de azulejos.

O conjunto de mini-esculturas, da mesma forma que as máscaras, é o terceiro maior da exposição com 16 peças e o quarto mais lembrado como técnica, também por ser inusitado, diferente, pouco compreendido, porém lembrado. “Não consegui entender

muito bem os bichos”(Entrevistado n.º 1). Os respondentes identificaram as mini-esculturas como “modelagens, bichos” ou “trabalhos em durepoxi”.

Os estudos de azulejos são sugeridos pela gravura para o Hotel Rio Atlântica e a que se encontra ao seu lado, na exposição, sem etiqueta ou sem identificação, assim como pelos dois estudos de projetos para lenços de seda, autênticos projetos de azulejos. Esta categoria é a menos mencionada na exposição apesar de ter sido o trabalho pelo qual Athos Bulcão ganhou sua notoriedade. Mesmo assim foi a sexta técnica mais citada, devido talvez ao conteúdo dos textos.

Porém, como afirma o crítico Frederico de Moraes,

“o azulejo tornou-se de tal forma importante no conjunto da obra de Athos Bulcão que é possível dizer-se que é ele que influencia, hoje, sua pintura e não o contrário. *A pintura, por seu caráter intimista, artesanal e silencioso, certamente agrada mais a Athos Bulcão, homem calmo e solitário. Contudo, é como se o azulejo saltasse do muro para ir brincar nas suas telas, como se fosse pipa ou pandorga, ou se transformasse em rosáceas a movimentar o espaço pictórico. Renovam-se assim, em Athos Bulcão, as trocas entre azulejos e pinturas já verificáveis na obra de Djanira e Vieira da Silva*”¹⁴.

O conjunto de técnicas menos apontadas, gravuras e desenhos, são de fato as menos conhecidas do artista e muito pouco representadas na exposição. Vale comentar que um dos entrevistados citou como técnica o fato do artista ter elaborado uma capa de revista sobre arquitetura, o que para um aluno de publicidade pode significar que o artista também usa as “artes gráficas” como meio de expressão.

A próxima questão, a terceira, trata dos movimentos artísticos dos quais participou Athos Bulcão, conforme nos mostra o quadro a seguir:

Quadro 6 - Movimentos artísticos

Movimentos	N ^{os}	%
Modernismo	19	50
Abstracionismo	5	13
<i>Pós-Moderno</i>	3	7
Concretismo	2	5
Neoconcretismo	1	3
<i>Geometria informal</i>	1	3
<i>Geometrismo</i>	1	3
<i>Pontilhismo</i>	1	3
Surrealismo	1	3
<i>Neo-impressionismo</i>	1	3
Não sabe	3	7
Total	38	100

Como 50% dos entrevistados apontaram Athos Bulcão como um artista ligado ao Modernismo, é oportuno diferenciar os conceitos de Arte Moderna, que englobam uma série de movimentos artísticos, quase todos nascidos na Europa, do conceito de Modernismo, como o movimento brasileiro decorrente da Semana de Arte Moderna de 1922.

No prefácio de seu livro ‘Concepts of Modern Art’, o crítico Nikos Stangos explica que

‘o que é geralmente chamado arte moderna, ... tornou-se uma explosiva força de liberação, no começo do século, contra a opressão das hipóteses cegamente aceitas até então. Na pintura, esta tendência começou com os Impressionistas, mas, já cerca de 1910, ganhou tanto ímpeto que mesmo os Impressionistas encontravam-se na retaguarda mais do que na vanguarda. A importância atribuída à noção de vanguarda (que tornou-se praticamente sinônimo de ‘experimental’) era tão grande que pareceu ser o único padrão de valor para

arte. Experimentação tornou-se um método de trabalho tanto para a tendência ‘racional’ quanto para a tendência ‘irracional’ da arte moderna. Tudo motivado pelas fortes paixões anti-tradicional e anti-autoritária”¹⁵.

Por outro lado, os entrevistados deixaram de citar alguns movimentos ou utilizaram outros termos, até porque os movimentos envolvem conceitos e um conhecimento de arte mais aprofundado.

Na coletânea de textos sobre a Arte Moderna que reúne em seu livro, sobre o desenvolvimento das artes de 1900 até o presente, Stangos inclui os seguintes movimentos: Fauvismo, Expressionismo, Cubismo, Futurismo, Dada e Surrealismo, Suprematismo, De Stijl, Construtivismo, Expressionismo Abstrato, Arte Cinética, Pop Art, Op Art, Minimalismo e Arte Conceitual. A Arte Conceitual desmembrou-se em outros movimentos como Performance Art, Body Art, Earth and Land Art, etc.

Athos Bulcão é um artista que acompanhou alguns destes movimentos, seja pela afinidade com artistas como Vieira da Silva, segundo Cocchiarale ‘informada pela Escola de Paris’, ou Arpad Szènes, com quem conviveu no Rio, seja pela sua estada em Paris onde esteve com os artistas que experimentavam estas novas tendências.

Sobre influências sofridas por Athos Bulcão, Filgueiras identifica outras: ‘é possível que se encontre em sua pintura alguma influência de Paul Klee, Fernand Leger ou Miró como ele próprio reconhece, mas toda a sua produção é extremamente original e reflete sempre sua condição de autodidata”¹⁶.

Movimentos e conceitos de arte moderna, prossegue Stangos,
‘eram intencionais, com propósitos, dirigidos e programados desde o início. Eram acompanhados de manifestos, documentos e declarações programáticas. Artistas e críticos se juntavam para deslanchar um movimento e formular conceitos. Os movimentos da arte moderna eram ‘essencialmente conceituais’: as obras de arte exemplificam estes conceitos. Deve ser ressaltado que, ao

mesmo tempo, os vários movimentos não continham necessariamente os principais artistas contemporâneos: um exemplo óbvio seria Picasso, que tanto se moveu para dentro e para fora de movimentos ou simplesmente os transcendeu”¹⁷.

Assim parece ter sido a trajetória de Athos, experimentando e deixando técnicas e movimentos, transcendendo a todos. Um exemplo disso é a fotomontagem, já mencionada, que, segundo Herkenhoff, *“esteve presente em diversos movimentos da arte, especialmente no dadaísmo, surrealismo e construtivos russos. Foi prática de El Lissitzky, Grosz, Heratfield, Hausmann, Rodchenko, Max Ernst e muitos outros”¹⁸.*

A preocupação característica do Modernismo com os conceitos levou aos conceitos de agora, substitutos do que se entendia como arte até então. Para Stangos, a morte da arte moderna se anuncia com a Arte Pós-Moderna que dá ênfase a outras características¹⁹.

Diferentemente de Stangos, a terminologia que os alunos usaram nem sempre corresponde à terminologia dos movimentos artísticos, conforme considerados pela História da Arte. São expressões criadas por eles para explicar como perceberam as obras de Athos Bulcão. Por este motivo, no quadro 6 estão em itálico os termos que representam o que os alunos quiseram expressar, embora não correspondam à denominação correta dos movimentos artísticos.

Ao verificarmos que os respondentes leram apenas os textos do hall e o de apresentação da exposição, constatamos que o número de citações quanto ao movimento artístico foi alto, porém um pouco confuso. Talvez devido ao fato de que não conheciam o artista anteriormente.

Os movimentos Modernismo e Abstracionismo foram os mais indicados, somando 63% das respostas, coincidindo com a sua reiteração nos textos. A noção de modernismo aparece duas vezes no texto do hall – “Athos abraçou a causa modernista”

e “pertence à maturidade do modernismo brasileiro” e quatro no texto do curador; o termo abstracionismo aparece quatro vezes no texto de Cocchiarale, especialmente grifado em *itálico*. Porém, a noção de construtivismo aparece duas vezes no texto do curador e não foi citada pelos alunos. Neste sentido, houve articulação entre a informação textual e a associação com as obras, como veremos nas respostas à questão quatro a seguir.

Os conceitos de concretismo e neoconcretismo aparecem uma vez cada um nos textos, e “geometria informal”, citado pelos alunos, se refere a Abstracionismo Geométrico e Informal, como veremos no texto de Fernando Cocchiarale, curador da exposição:

‘A obra de Athos Bulcão é inegavelmente um caso peculiar dos últimos desdobramentos do Modernismo de 22. Período marcado pela crise tanto internacional (Segunda Guerra Mundial) quanto nacional (ditadura do Estado Novo getulista), a década de 40 viu florescerem nas artes plásticas ainda uma geração de artistas, da qual Athos fazia parte, marcados pelo ideário modernista e a renovação radical representada pela ruptura com o passado introduzida pelo Abstracionismo Geométrico e Informal’²⁰.

O que não ficou claro no texto acima é que se trata de dois movimentos artísticos ou duas vertentes diferentes: Abstracionismo Geométrico- no qual Athos se enquadra a maior parte do tempo – com o uso de formas geométricas e Abstracionismo Informal, sem formas conhecidas, com manchas de cor, abstratas. O texto de apresentação não esclarece estas diferenças de forma didática para o amplo espectro de público que frequenta o CCBB. Esta confusão induziu os alunos a pensar numa *geometria informal*. Ora, a geometria de Athos supõe rigor, lógica, e não informalidade.

Podemos inferir também que o termo *Pós-Moderno* quis significar que o artista é herdeiro do modernismo da Semana de 22. Tanto Modernismo quanto Pós-Modernismo são associados pelos entrevistados à Semana de Arte de 22. Então vejamos: ‘Herdou

tendências da semana de 22”; “Modernista, se bem que as fotomontagens são bem realistas”. e “é um modernismo um pouco diferente”.

Esta também é a visão do crítico Roberto Pontual para quem Athos Bulcão é “*um artista típico dessa segunda geração de modernistas que se alçou e se pronunciou no Brasil a partir dos anos 40. Sua fala soube logo incorporar os elementos do modernismo aqui em sedimentação após ... a Semana de Arte Moderna*”²¹. O seu trabalho com Oscar Niemeyer e Portinari vão proporcionar a Athos “*uma autonomia que irá caracterizar a singular pluralidade de sua obra*”²².

Tanto esta é a associação com o Modernismo, que um dos respondentes afirma: “Vou ler mais sobre a Semana de 22. Ainda confundo os movimentos Modernismo, Cubismo, Dadaísmo.”(Entrevistado n.º. 1)

Observamos que as obras de Athos Bulcão apresentadas nesta exposição refletem não só a sua experimentação das diferentes técnicas, como a sua interpretação de diferentes movimentos artísticos compreendidos pela definição de Arte Moderna.

Os termos *geometria informal*, *geometrismo* (associado ao uso de muitas formas geométricas nos quadros), *pontilhismo*, surrealismo (definição adequada para as fotomontagens) e *neo-impressionismo* foram dados pelos entrevistados de acordo com a sua interpretação pessoal das obras. Porém, estas nomeações demonstram um pequeno conhecimento prévio de alguns movimentos artísticos, apesar de não saber apontá-los corretamente. A leitura das obras foi bastante pertinente, ficando claro que eles estavam compreendendo a linguagem do artista . O entrevistado n.º 9 associa uma tela ao impressionismo pois “A Samambaia parece que está em movimento”.

Uma entrevistada fez uma observação objetiva sobre a quantidade de obras sem título, característica do abstracionismo e da Arte Moderna.

Podemos compreender, então, que os entrevistados associaram modernismo a uma série de movimentos da Arte Moderna, alguns dos quais Athos percorreu. “Não tem um só estilo; ele se enquadra em vários estilos.” “Ele não se compromete com um estilo”.

O tema da quarta questão, sobre a percepção do movimento artístico indicado, proporcionou interpretações mais subjetivas.

Bourdieu, cujas idéias sobre a dependência da apropriação da obra de arte à competência do “receptor”, assim as explicita: *“competência artística é definida como o conhecimento prévio dos princípios especificamente artísticos de divisão que permitem uma representação se situar, pela classificação dos índices estilísticos que ela compreende, dentre as possibilidades de representação que constituem o universos artístico. Perceber uma obra de um modo estético específico, significando nada mais que seu significado próprio, consiste em captar suas características estilísticas distintivas relacionando-a às obras que constituem a classe da qual ela faz parte”*²³.

As respostas mostraram que os alunos, apesar do pouco domínio deste vocabulário, apreenderam algumas características do trabalho do artista. “Athos usa a combinação de cores e as formas geométricas para quebrar com a pintura acadêmica, realista. O modernismo faz com que você pense.” (entrevistado nº 15). Para o entrevistado nº 17 o modernismo é um “movimento de vanguarda que rompeu com os padrões da época: naturalista, realista.”

Referindo-se ao abstracionismo, o entrevistado nº 4 declara: “Não é figurativo, ou a figura não está explícita e sim camuflada. Você tem que interpretar. Observei que ele coloca azulejos nas pinturas”. “Usa a abstração para tentar formar uma idéia. Tem que observar, pensar, para entender o que o artista tentou dizer”. (Entrevistado nº 26).

O entrevistado nº 22 não apenas mostrou-se mais lírico, como interpretou o trabalho de Athos, captando conceitos que mais adiante os críticos confirmam.

Assegura: “Não ser tão naturalista. Usa um tema em trabalhos antigos e o retoma anos depois. O tema do carnaval, a cabeça e a máscara; é uma idéia de face, persona, da mágica. Os abstratos tem camadas de pintura, tem confetes em cima, a conduta das pessoas, a coisa dionisiaca.” A este propósito escreve o crítico Evandro Salles: “*Na apolínea e aprimoradíssima organização pictural, emerge a dionisiaca e suave loucura de Athos*”²⁴. Some-se a este o comentário de Casimiro Xavier de Mendonça: “*tanto nos azulejos como nas máscaras ele vai além da simples disciplina visual: está sempre presente uma enorme liberdade poética. Mas este lado dionisiaco das máscaras ainda é menos conhecido na sua obra. Mesmo que no momento atual (1989) tal vocabulário tenha exemplo nas prateleiras internacionais, há mais de uma década Athos Bulcão desenvolve estas figuras fantásticas*”²⁵.

Já, Marly de Oliveira observa outro aspecto também percebido pelo entrevistado: “*Que a máscara faça pensar em persona, que seja o símbolo de alguma coisa viva e inquieta e inquietante, movendo-se em sua imobilidade cósmica, no sentido de que esse movimento não é perceptível.*” Mais adiante ela acrescenta sobre a apreciação da obra de Athos: “*É para outro tipo de atenção mais funda, mais minuciosa, mais vital e animada que se convida o espectador, advertindo-o de que é preciso deixar-se guiar pela emoção e pelo intelecto, quando se tem diante de si uma nova concepção, uma nova pesquisa, que, por isso mesmo, exige um incitamento do seu amor e de sua fantasia*”²⁶.

Relacionamos este comentário à idéia de informação de Menou, citado anteriormente. A base interna do conhecimento é influenciada por externalidades e internalidades, e por fatores tais como a personalidade, a cultura, a emoção e a inteligência. É no entrelaçar deste conjunto de fatores no processo mental do indivíduo que a informação se transforma em conhecimento.

Munley, em seus estudos de avaliação em museus, acrescenta. “*Profissionais de museus de arte podem medir o conhecimento do visitante sobre fatos da história da arte – nome de pintores, a técnica artística usada na obra, ou a escola de pintura*

representada por determinado artista – mas a avaliação deve ser também sensível a outras respostas tais como o aumento da apreciação de arte, o sentimento de contentamento obtido ao empregar um certo tempo numa exposição de arte”²⁷. (p. 121)

A quinta questão pedia aos entrevistados para citar algumas obras de Athos Bulcão , com o objetivo de saber as obras das quais se lembravam ao sair da exposição, já que não conheciam nenhuma antes de visitá-la. Assim, apresentamos as obras citadas individualmente no quadro a seguir:

Quadro 7 - Identificação de obras de Athos Bulcão

Obras Citadas	N^{os}
- Submarino Amarelo	8
- O Fumador de Ópio	8
- Série <i>bolinhas/letras</i>	7
- <i>Ampulheta</i>	6
- Escultura “Cabeça”	6
- A Invasão Marcianos	5
- Vaso de Flores	4
- O Dragão	4
- Carnaval de Rua (p&b)	4
- Praça de São Marcos	3
- A Morte do Toureiro	3
- Dourada	3
- <i>Mulheres</i> (48)	3
- Samambaia	3
- <i>S/tít.(rostos em verde)</i>	3
- Bloco de Sujos	3
- <i>Coloridas/Painel Centr.</i>	3
- Nero	2
- Bronze	2
- Céu no Chão	2
- <i>Bandeirinhas (s/etiq.)</i>	2
- O Lança-Chamas	2
- Série <i>Pontilhismo</i>	2
- Máscara na Bruma(25)	2
- Rio Atlântica Hotel	2
- Sábado no Purgatório	1
- A Véspera da Boda	1
- Estrela	1
- Istambul	1
- Lunar II (olhos verm.)	1

- Estrelado	1
- <i>Alto relevo amarelo</i>	1
- Série Carnaval	1
- Natureza Morta	1
- <i>Útero c/ trompas</i> (49)	1
- <i>Guernica</i> (5)	1
- Proj. azul. p/ residência Brasília	1

O quadro acima foi montado de forma a se visualizar a variedade das obras que foram lembradas pelos 26 entrevistados. Leve-se em conta que não foi uma visita desatenta, porque tinham uma resenha encomendada para entregar na semana seguinte.

Das 91 obras expostas foram citadas individualmente 37, ou seja 40 % foram citadas e 60 % não o foram. Dentre as mais citadas destacamos o quadro “Submarino Amarelo” - onde se via de fato um submarino em amarelo, cujo título na etiqueta é este mesmo, reforçado pelo nome da música dos Beatles, “Yellow Submarine”, que faz parte da memória afetiva de diversas gerações de pessoas.

Também destacaram-se a série das *bolinhas*, identificadas pelos estudantes da PUC como “obras em 3 D” (três dimensões) e a pintura sem título identificada como “ampulheta” ou “2 triângulos invertidos” (citada 6 vezes) apresentada em tela disposta na forma de um losango, o que atraiu a atenção deles como uma forma diferente do artista pensar uma pintura e apresentar uma tela quadrada em outra posição. Por outro lado associaram também a uma forma geométrica conhecida.

Dentre as obras mais citadas estão as fotomontagens. Todas as sete obras foram lembradas e entre as mais mencionadas aparecem “O Fumador de Ópio” e a “Morte do Toureiro”. O título de “O Fumador de Ópio” foi responsável por atrair a atenção dos jovens entrevistados, mais do que o conteúdo da obra, já que a figura de um homem fumando aparece apenas no canto inferior direito. Outro fato a ser levantado é que esta

mesma obra recebe outro título no folder e no catálogo: “A Inundação num Sonho”, que tem muito mais a ver com as imagens nesta obra: uma casa boiando num oceano tal e qual a Arca de Noé, carregando um burro e um peixe dentro. Estas incorreções podem confundir os visitantes, pois não há precisão na informação.

A fotomontagem “A Morte do Toureiro” pode ter sido lembrada, por ser facilmente identificável a figura de um homem morto e a de um cavaleiro montado em seu cavalo. Outro respondente interpretou “A Morte do Toureiro”: ‘ele primeiro vivo e depois morto, como um anjo’.

É importante esclarecer que uma nova formulação da pergunta influiu nos resultados, pois ao serem solicitados a citar algumas obras da exposição, ficava difícil e demorado para os entrevistados responderem e mostravam dificuldade em fazê-lo. A questão foi reformulada, então, para as obras que mais e menos gostaram. Como entrou o aspecto gosto pessoal, em sua grande maioria os respondentes manifestaram as suas opiniões e lembranças. Fomos percebendo que o aspecto afetivo influi na facilidade de cognição ou na transformação da informação, vista e percebida em discurso verbal. Também era necessário enfatizar, de vez em quando, que eles não estavam sendo aferidos, e sim a exposição, para desinibí-los.

A esse respeito Munley destaca que a aprendizagem em museus é específica e difere dos espaços tradicionais de educação.

“Para o visitante de museu, aprender representa uma ampla gama de experiências – desde o domínio de novas informações até um aumento de sensibilidade estética, um aumento da curiosidade sobre o mundo natural e um crescimento pessoal. No museu, onde os objetos e idéias estão interligados para transmitir uma mensagem, aprender significa formar opiniões e formar uma sensibilidade estética e cultural. Os fatores envolvidos nesse tipo de aprendizagem consistem, principalmente, em sentimentos subjetivos, condições da mente, e desenvolvimento de significado pessoal sobre o conteúdo dos programas”²⁸.

Ou, como autora acrescenta, de outra maneira:

*“O resultado de uma visita a museu é mais do que a soma de pedaços de informação aprendidos pela leitura das etiquetas. Os visitantes aprendem com os objetos de museus, porém a experiência vai muito mais além do que citar os nomes de determinados objetos lembrados. Um visitante deve sair por exemplo de um museu de arte decorativa incapaz de citar nomes de objetos específicos, mas marcadamente impressionado pela versatilidade e beleza dos objetos em vidro”*²⁹.

No quadro 7 foram grifados em itálico os nomes das obras tal e qual foram mencionadas, levando-se em conta que muitos trabalhos estavam identificados nas etiquetas como ‘Sem título’, às vezes indicando a técnica, outras não. Os alunos da PUC associaram as obras abstratas como puderam, de acordo com sua bagagem educacional, cultural e visual.

A sexta questão versou sobre o conhecimento de obras de Athos Bulcão que representam a integração da arte com a arquitetura, como veremos no quadro 8.

Quadro 8 - Obras de integração arte e arquitetura

Obras apontadas	N ^{os}	%
Azulejos para piscina Rio Atlântica Hotel	10	23
Esboço projetos azulejos p/ residências em Brasília	5	11,4
Painéis em Brasília	4	9,1
Painéis em Cabo Verde	4	9,1
Hospital Sarah Kubstchek-São Luiz	3	6,3
Murais, não lembra onde	2	4,5
Azulejos, onde, não lembra	2	4,5
Azulejos no hospital de Belo Horizonte	1	2,25
Painéis na Escola Parque (foto)	1	2,25
Para a Catedral	1	2,25
Na foto com Lucio Costa (não lembra onde)	1	2,25
A exposição não tem relação direta c/ arquitetura	1	2,25
2 telas compostas sem etiquetas	1	2,25
Deu p/sacar que ele fazia azulejos	1	2,25
Não prestou atenção; não viu	1	2,25
Tinha 2, mas não lembra	1	2,25
Não	5	11,4
Total	44	100

Das 91 obras apresentadas na mostra apenas 11 enfocavam este aspecto, sendo 10 fotografias de painéis e murais realizados ou em processo de execução e um estudo de azulejos. As referências a painéis de azulejos estavam nas vitrines 1 e 2 e na gravura n.º. 55, que é a da piscina do Hotel Rio Atlântica. Apesar do artista ter sido mais reconhecido na primeira questão quanto à sua biografia como artista ligado a Brasília, o trabalho de integração arte/arquitetura mais lembrado na exposição foi a de uma obra realizada no Rio de Janeiro. A construção do hotel em Copacabana é relativamente recente e parece surpreender que lá exista um painel desenhado por Athos Bulcão. Esta curiosidade pode ter motivado a lembrança, assim como os entrevistados serem do Rio e

a pesquisa ser realizada no Rio. A foto do painel da embaixada em Cabo Verde estava na vitrine identificada com legenda, assim como a da Escola Parque, daí terem sido lembradas. Os alunos responderam exatamente o que viram, reproduzindo as palavras das etiquetas. Muitas destas 10 fotografias não tinham sequer legenda, o que deve ter interferido nas respostas.

Apenas um dos textos da exposição aborda rapidamente este lado do trabalho do artista com azulejos e painéis em relevo. Assim é natural que os estudantes tenham feito poucas referências a este respeito ou até não se lembrassem.

A pouca informação sobre este aspecto da obra de Athos se deve ao fato de que, segundo informação da Diretora-Adjunta do Centro Cultural Banco do Brasil, Martha Pagy, a exposição ali realizada tinha sido programada para ser um complemento, uma extensão de uma grande exposição retrospectiva em comemoração aos 80 anos de Athos Bulcão que ocuparia simultaneamente grande área do Paço Imperial, apresentando os seus projetos de integração de arte com arquitetura.

Assim, o visitante, teria a oportunidade de visitar em duas instituições culturais do Rio de Janeiro, duas facetas importantes e complementares da obra do artista. Como a exposição do Paço na Fundação Athos Bulcão não foi realizada, a mostra foi cancelada, gerando uma lacuna na exposição do CCBB. Nela aparece muito levemente o trabalho de integração de arte com arquitetura, através do qual o artista se fez tão conhecido. Esta informação tampouco foi transmitida ao público do CCBB ou melhor enfatizada na exposição, o que tornaria mais clara a relação da obra pictórica de ateliê com os painéis e murais.

Era importante que os alunos fizessem a relação deste trabalho de Athos, pelo qual ele é mais conhecido e reconhecido, com a sua obra de ateliê, conforme nos apontam dois críticos que estudaram a obra do artista.

Herkenhoff acredita que pintura de Athos Bulcão seja influenciada pela arquitetura: *“Athos define sempre como quer a divisão do espaço. É azulejaria do lógico. É complexo jogo de triângulos e quadrados...”* e continua, *“dessa tensão entre o risco e a liberdade, surge um pedreiro enlouquecido que estabelece a poética da obra: uma azulejada dissonante.”*³⁰

Para Marcus Lontra Costa *“na evolução da obra do artista, as pinturas sobre tela vão resgatar nas experiências anteriores com a azulejaria, fonte e matéria constante nas investigações do artista, dela se apropriando em diversos projetos, o ponto de partida para suas composições. As noções de espacialidade através de módulos formais, herança do desenho, o ritmo da livre disposição das peças, a musicalidade dos esquemas abstrato-geométricos, são características presentes nas histórias da azulejaria de Athos Bulcão que se fazem presentes em suas novas pinturas, também”*³¹.

No entanto, para o visitante comum não fica clara a conexão entre os painéis projetados para arquitetura e a obra pictórica de Athos Bulcão. Dentro deste contexto, os alunos tiveram um índice médio de reconhecimento, lembrança e cognição em relação ao aspecto integração arte e arquitetura., pouco mencionado na exposição seja pelo pequeno número de obras, seja pelo insuficiente número de legendas ou referências nos textos, isto é, informação.

É interessante ressaltar a importância da singularidade do trabalho de Athos Bulcão e do reconhecimento de seu trabalho pelos seus pares. Para o arquiteto João Filgueiras Lima, com quem Athos trabalhou em diversos projetos, em homenagem que lhe foi prestada pelo Instituto dos Arquitetos do Distrito Federal em 1966, *“Athos é sem dúvida o artista plástico do nosso tempo que mais realizou as previsões de Fernand Leger de que os pintores no decorrer deste século iriam incorporar seus trabalhos aos espaços urbanos e aos seus edifícios. A rigor, ele foi muito mais além, porque não os incorporou como simples adornos ou complementos decorativos, mas os tornou fortemente ancorados e integrados à própria arquitetura”*³².

A questão sete indagava do visitante como ele percebeu esteticamente a obra de Athos Bulcão. Neste ítem, os alunos realizaram o que Munley preconiza para o visitante após deixar o ambiente da exposição: a lembrança deve ser menos do que lembram das etiquetas e mais da impressão do que viram e do aumento de sua sensibilidade estética.

Percebemos por diversas respostas o prazer que os alunos tiveram com a apreciação do trabalho do artista, a busca de significados, o impacto causado pela maestria no uso da cor, a sensibilidade às características da personalidade do artista:

“A impessoalidade é uma característica marcante, as figuras humanas são esquematizadas, as máscaras de perfil.” (Entrevistado n° 5)

“Não o achei muito solto: dá ênfase constante em certos padrões: as bolinhas, as máscaras tem um padrão comum só variando os materiais; padrão nos temas como as fantasias de carnaval.” (Entrevistado n° 8).

“É um experimentador e talvez saiba tudo. Usa a cor muito bem.” (Entrevistado n° 7).

Um grande número de entrevistados o percebeu como um artista geométrico, mostrando o impacto cognitivo e afetivo da exposição. Munley afirma que os visitantes saem das exposições com uma experiência pessoal altamente individualizada. Cada resposta é um tipo de interpretação da obra do artista: entre o cognitivo e o afetivo³³.

Canclini traz observações que são pertinentes a esta discussão, ao analisar o público de arte em exposições no México. Em primeiro lugar percebeu pelas respostas que, apesar do alto nível de instrução do público, “*em nenhuma exposição superou em 10% o número de pessoas que aludiu à estrutura interna das obras, ou que usou linguagem especificamente formal para comentá-las.*”

Em segundo lugar observou que esta audiência educada e culta que teria condições teoricamente de uma apropriação da obra de arte dentro de princípios modernos de sua autonomia, ou seja pelo aspecto formal, o faz de três formas distintas:

“a relação entre afetividade e independência criativa, a valorização das obras mais pelo significado dos materiais do que pelo tratamento formal; e a combinação do artístico com o decorativo e o útil”.

O autor explicita melhor estas três formas de apropriação:

“a) A maioria do público adere à corrente romântica de modernidade ao conceder maior legitimidade e valor à arte na medida em que possa ver nela uma prolongação ampliada de sua afetividade cotidiana. Preferiram o ‘Beijo’ de Rodin a obras referentes a personagens ou feitos históricos.

b) Em todas as exposições analisadas uma parte das obras não chegou aos receptores, pelo menos no sentido proposto pela museografia, o catálogo e a crítica. A de Henry Moore apresentou as maiores dificuldades, apesar de ter tido grande afluência de público – 180.000 visitantes- e foi uma das mais publicizadas pela qualidade do exibido e o tamanho da mostra. O público não compartilhou os elogios da propaganda e da crítica, sobre o que os historiadores da arte consideram de mais valor na produção de Moore: suas esculturas. ‘As deformações chegam a ser grotescas demais’, ‘é abstrato demais’, ‘não entendo a arte moderna’, etc.

c) A exposição de objetos de design, utilitários, foi a que suscitou uma reação mais positiva do público. Convergência entre os belos objetos utilitários e os hábitos perceptivos do público”³⁴.

Na exposição Athos Bulcão observamos que os alunos o compreenderam esteticamente, mas não dominam o vocabulário e o repertório próprios da arte. Portanto, assemelham-se ao público mexicano quando recordam mais as obras pelos materiais do que pelo tratamento formal. Mas isto foi sugerido pela museografia, ao optar pela distribuição espacial das obras pela técnica e depois pela cronologia. Tanto os entrevistados absorveram bem esta informação, relevante na forma de mostrar as obras, que citaram as obras por técnica, na resposta em que este aspecto era solicitado (segunda questão) e ao as enumerarem individualmente – antes citaram-nas pelas técnicas (quinta

pergunta). Por todos estes motivos, as respostas indicam que pode ter havido uma interação deste grupo de visitantes com a exposição.

Se a informação estética a ser passada para o visitante era a da cor, do azulejo, da geometria, da variedade de técnicas utilizadas, a versatilidade, o domínio da execução em diversas linguagens, a característica de experimentação do artista, os alunos perceberam bem estas informações, apesar de não reproduzirmos a riqueza de suas falas, ficaram curiosos, interpretaram, ficaram contentes com a oportunidade de conhecer a obra de um artista tão completo e sutil na visita, ou seja, ficaram impactados tanto no aspecto cognitivo quanto no afetivo.

No momento em que finalizamos a análise destas respostas não posso afirmar mais ao certo se era tão importante os alunos da PUC saberem sobre o movimento artístico quanto perceberem a riqueza de recursos e a intencionalidade do artista, ou perceberem a razão e a emoção conjugadas em sua obra.

Retomando Munley, “*as questões que direcionam as atividades de avaliação devem ser questões sobre comunicação, aprendizagem e percepções. Assim, a unidade de análise da avaliação de exposição e programa de museus é a **interação** entre visitantes e o ambiente criado pelo museu*”³⁵.

As avaliações, segundo a autora, auxiliarão na identificação de padrões de comportamento e na compreensão de como o visitante interage com os diferentes elementos do museu, para que se possa sempre melhorar a comunicação com o público³⁶.

A oitava questão trata das fontes de informação consultadas pelos entrevistados na exposição, conforme o quadro 9.

Quadro 9 - Fontes de informação consultadas

Fonte	N ^{os}	%
Texto do hall	19	26,76
Texto de apresentação	18	25,35
Pegou folder para ler depois	15	21,12
Texto do Folder	7	9,85
Etiquetas	6	8,46
Texto do Catálogo (olhada)	3	4,23
Vitrine com as fotos	3	4,23
Total	71	100

* Esta questão podia ter mais de uma resposta.

Stam&Giral e Brilliant, no início deste capítulo defendem a necessidade de se contextualizar a obra de arte, não só pela sua linguagem específica, mas para situar o artista, o estilo, e o seu tempo. Uma questão ainda em debate nos Estados Unidos, envolvendo autores como Cameron e Knez, citados no nosso quadro teórico deste trabalho, é qual o melhor suporte ou meio para veicular as informações complementares para a compreensão de um objeto de museu. Questiona-se o uso de etiquetas e preconiza-se cada vez mais o uso de recursos audiovisuais e interativos para estimular um melhor aprendizado do público.

Segundo Minda Borun, que pesquisa o comportamento do público dos museus nos Estados Unidos, os visitantes realmente não lêem os textos de etiquetas para acompanhar exposições de museus. Numa das pesquisas em museu “*com respeito à leitura das etiquetas, enquanto os visitantes leram apenas 18% do número total de etiquetas disponíveis em todos os ambientes da exposição, eles realmente leram 68% das etiquetas nos expositores em que pararam*”³⁷.

Apesar deste baixo aproveitamento de leitura, em decorrência de uma seleção do que ver a partir do tempo disponível para a sua visita, outros autores da Museologia pensam diversamente: “*o material gráfico produzido normalmente para uma exposição*

consiste do convite, cartaz, catálogo e, eventualmente, um folheto. Este material apresenta importante fonte de informações complementares, mais aprofundadas em textos explicativos reflexivos sobre a exposição, constantes do catálogo. O catálogo constitui documentação da exposição, devendo apresentar a relação completa das peças expostas e fotografias dos objetos”³⁸. Principalmente no caso de exposições de arte.

Mais da metade das indicações foram para os textos apresentados no hall de entrada e no interior da exposição, talvez porque davam uma visão geral da vida e da importância da obra de Athos Bulcão no cenário nacional. O índice de leitura dos textos foi bem alto, o que pode ter ocorrido por ter sido solicitada uma resenha sobre a exposição.

Verificamos que todos os textos foram gerados a partir dos textos do catálogo. Tanto o do painel de apresentação da exposição quanto o do folder sofreram esta redução para cumprir suas finalidades. Porém, todos servem para esclarecer ao visitante a singularidade da trajetória do artista que é Athos Bulcão e inseri-lo nos movimentos artísticos Abstração Informal no início de sua carreira, Abstração Geométrica (quase todo o tempo; se fixa no geométrico, nos relevos, nos azulejos) e raízes no Construtivismo, conforme aponta Cocchiarale. Mostram também a coerência inerente ao conjunto de sua produção artística que se expressa tanto na sua obra de integração arquitetônica quanto nos outros meios apresentados na exposição.

A exposição se ressentia da ausência de recursos que vêm sendo utilizados em muitas exposições de arte. Há outros recursos auxiliares de uma exposição que ajudam a apresentar o artista e a explicar movimentos artísticos como audiovisual, filme e vídeo, antes de iniciar a exposição. Pode-se utilizar também CD-Rom e outros recursos eletrônicos, como um microcomputador dentro do espaço expositivo para complementar outras informações sobre a obra de Athos Bulcão.

Outro fato interessante a enfatizar é que esta exposição foi programada para ser itinerante, o que a torna um resumo da obra do artista, menos do que uma retrospectiva. Podemos entender agora porque há poucos exemplares de determinadas fases do artista. Se houvesse mais obras destes períodos, ficaria mais clara a compreensão, já que Athos ‘interpretou’ diversos movimentos da arte moderna. Mas exatamente para exposições itinerantes se recomenda o uso de vídeo ou audiovisual para complementar as informações não existentes na mostra.

A questão nove trata do quanto estas fontes contribuíram para acrescentar informação sobre o artista. As respostas a esta questão desmistificam a discussão apontada na questão anterior e tiram qualquer dúvida sobre a necessidade ou não de informações adicionais numa exposição de arte.

Para uma grande parcela dos respondentes essas fontes de informação contribuíram muito para saber informações sobre a biografia do artista, onde estudou, com quem trabalhou.

“Ajudaram a localizá-lo.” (entrevistado n° 3).

“Contribui bastante. Eu trabalho com redação em agência de publicidade. Vou direto nos textos e nas etiquetas. Quando a obra não tem título, trabalho com a minha imaginação.” (respondente n° 1).

Como a pergunta é claramente sobre fonte de informação, a transferência se revela na fala dos estudantes:

“Contribuem muito. Cheguei aqui sem saber nada sobre ele. Lendo o texto soube o estilo que seguia. As obras transmitem os traços que usava.” (Entrevistada n°. 4)

“As etiquetas acrescentam quando tem o título da obra. A gente vê com outro olhar. Sem elas não daria para identificar.” (Entrevistado n°. 6)

“O texto explica bem a vida dele, o que faz, o que ele foi e o que representa. As etiquetas revelam o que ele pensava na hora em que fez aquela obra.” (entrevistado n° 8).

Para outros informou sobre os estilos e técnicas: ‘Falou do modernismo(muitos citaram o termo), da época em que foi morar em Brasília, das fotomontagens. Mostra as influências .’(Entrevistado n° 5)

Outro grupo preferiu não consultar estas fontes, para não se influenciar, o que evidencia que as fontes acrescentam informação ao que o visitante percebe com os sentidos. ‘Fui direto aos quadros. Geralmente gosto de olhar e pensar por mim mesmo. ‘(Entrevistado n° 12). ‘Li o texto por último. Completou o mosaico. Nunca tinha ouvido falar do artista. Pensei que o nome fosse um anagrama criado pelo Prof. Grieco para estimular.’(Entrevistado n° 22).

A ausência de informação foi sentida por alguns entrevistados:

‘Pouca informação nas etiquetas. Gostaria que tivesse um texto que falasse mais sobre a obra.’(Respondente n° 14)

‘Textos adicionais ajudariam mais a compreender.’(Respondente n° 19)

‘Poderia ter mais fotos dos trabalhos dele com a arquitetura para ter mais associações. Fica uma certa lacuna para quem não conhece o artista. Poderia ter mais informação. Poderia ter um computador com informações sobre ele. Eu pesquisaria mais sobre o trabalho dele com Portinari.’(Respondente n° 25)

‘As etiquetas esclarecem as fotomontagens: modificam a forma de ver a obra.’(Entrevistado n° 20).

‘Sei que nas etiquetas tem o ano, o material e a técnica. Sou muito detalhista.’

A respondente 25 ainda acrescentou; ‘Quanto mais interativa, mais a exposição de arte comunica. Uma instalação do Krajberg com umas árvores queimadas conscientiza mais as pessoas, ajuda-as a entender mais a arte. Estimula mais’.

Este item se relaciona com todas as questões, confirmando que os aspectos biográficos, de contextualização do artista em época e nos estilos são aprofundados nestes recursos que apóiam a exposição.

A museografia desta exposição é simples, clássica e tradicional. Tanto a disposição das obras, a utilização dos suportes, quanto a iluminação são típicas de montagem de exposições de artes plásticas, mais especificamente de obras bidimensionais. Na montagem das exposições do MAM-RJ, nos anos 70, a distribuição espacial das obras nas exposições de materiais com este tipo de suporte era semelhante: limpa, clara, apenas as obras e as etiquetas, os painéis pintados de branco, como no CCBB, tudo programado para não haver interferência de qualquer outro elemento que não seja a obra de arte.

A elaboração dos textos é tradicional também, projetada para um público habituado a frequentar exposições de arte e a dominar os seus códigos. Este não é o caso do público que frequenta o CCBB, público diversificado, que às vezes visita as exposições como consequência de sua ida a outra atividade naquele espaço.

A análise que interessa a esta pesquisa é mais do aspecto comunicacional e da transferência da informação do que da museografia propriamente dita.

Segundo Munley, aos poucos, os pesquisadores das áreas de museologia e educação em museus percebem que a quantidade de visitantes nem sempre corresponde à qualidade da fruição das exposições. O que recomendamos é que não se façam apenas pesquisas de perfil de público e de avaliação das exposições porque são também importantes as que examinam a transferência da informação. *“A valiações do museu, se pretendem refletir a missão educacional do museu, deveriam considerar se os programas do museu comunicam suas mensagens com eficácia”*³⁹. Este é o ponto importante.

Uma última questão foi apresentada sobre hábitos de frequência às exposições, museus, centros culturais e porquê.

Pelo fato dos alunos da PUC terem sido induzidos a visitar a exposição Athos Bulcão, eles não optaram por essa atividade cultural entre outras atividades. Por isso,

não se discutiu anteriormente o papel educativo de uma visita a um museu ou centro cultural e nem o uso que o público faz das suas horas de lazer.

A Diretora de Desenvolvimento de Público e Assuntos Municipais dos Museus de Belas Artes de São Francisco questiona: *“Visitar museus é uma atividade de lazer, e o tempo de lazer está se tornando escasso para muitas pessoas, moradores locais e turistas. Devido às muitas opções que competem por esse tempo de lazer limitado, o cliente em potencial faz, consciente ou inconscientemente, uma análise de custo-benefício. O modelo de tomada de decisão mental funciona mais ou menos assim: ‘Será que os benefícios de entretenimento antecipados nessa ou naquela atividade específica superam significativamente os custos, riscos e possíveis desapontamentos antecipados associados àquela atividade? Será que uma visita ao museu vale a pena?’ Nas grandes cidades os museus e outras instituições culturais precisam competir por um público diversificado e com interesses variados. Qual a vantagem de uma visita a um museu em relação a outras atividades?”*⁴⁰.

Os estudantes da foram ao CCBB com uma predisposição para aproveitar a exposição para aprender, para reter informação e transformá-la em conhecimento ao redigirem uma resenha. Mostraram-se receptivos à exposição.

Dos 26 entrevistados 69,23% responderam à pergunta, sendo que destes 77,77% afirmaram ir a museus ou exposições e 22,22% afirmaram não ir. Segundo Dimaggio o hábito de frequência a museus e atividades culturais vai se formando na escola, junto à família e amigos. Dos alunos que responderam positivamente alguns vão sempre (a cada 2 meses e vêm as exposições do momento – Camille Claudel no MAM, a de Design no CCBB, a de Dalí no Museu Nacional de Belas Artes), outros não vão tanto quanto gostariam porque moram longe, não tem companhia ou por falta de tempo; e um grupo só vai a museus quando viaja. Os que não vão preferem ficar em casa vendo TV ou lendo, não vão por não entendem muito de arte ou “talvez a mãe não estimule”.

Achamos oportuno recordar Canclini, citado anteriormente, que, entre outros aspectos, observou : “A alta proporção de público com formação universitária indica que o interesse pelos museus de arte moderna cresce na medida em que aumenta o nível econômico, o educativo e a familiarização prolongada com a cultura de elite”⁴¹. Foi pensando neste conceito que havíamos selecionado os alunos da PUC, uma universidade particular freqüentada pela elite social e econômica da Zona Sul do Rio de Janeiro, ambiente educacional e cultural propícios para formar freqüentadores de museus, centros culturais e exposições. Pelas respostas a esta última pergunta, esta hipótese parece ter se confirmado. Mais da metade dos entrevistados vai a museus e centros culturais e tem a “capacidade de apropriar-se do capital cultural transmitido por estas instituições”⁴².

Observação dos Comportamentos de Visita:

A segunda parte da pesquisa empírica utiliza a observação para examinar o comportamento dos visitantes no ambiente da exposição.

Da mesma forma que Véron, ao longo da exposição no CCBB, realizamos a observação atenta aos percursos de visita dos nossos entrevistados. Lembramos que todos alunos tiveram sua atenção despertada pelas perguntas do pré-teste , assim como pelo pedido de escreverem uma resenha sobre a exposição. Como a maioria dos estudantes se identificava conosco antes de realizar a visita pudemos observá-los e estabelecer alguns padrões mínimos de percurso:

- A- Os obedientes (Figura 5) - O roteiro mais freqüente - alguns alunos fizeram uma visita atenta, no sentido horário, sozinhos ou em grupos de 2 ou 3, efetuando a leitura de todos os textos e etiquetas com diversas paradas, seguindo o roteiro proposto; estes demonstraram na entrevista que puderam perceber a evolução cronológica e estilística de Athos Bulcão.
- B- Os distraídos (Figura 6)- fizeram a visita sozinhos, percorreram o circuito no sentido horário, porém sem perceber o painel central, levaram pouco tempo na visita. De certa forma, se assemelham a visita peixe de Véron.

C- Os ziguezagues (Figura 7)- percorreram o circuito no sentido proposto porém indo da parede da esquerda para o painel da direita e retornando para a esquerda, repetindo sempre este padrão, como a visita borboleta. Efetuaram a visita com pouca leitura dos textos e etiquetas e maior observação das obras em si, o que gerou uma interpretação mais livre, mais pessoal da exposição.

D- Os muito distraídos (Figura 8)- foram sozinhos, fizeram o circuito ao contrário, começando pelo final, pelas máscaras, depois os quadros de carnaval e assim por diante. Não leram os textos ou se detiveram rapidamente em frente a eles.

Em geral os estudantes levaram de 20, 30 minutos a 1 hora para ver a exposição.

Figura 5

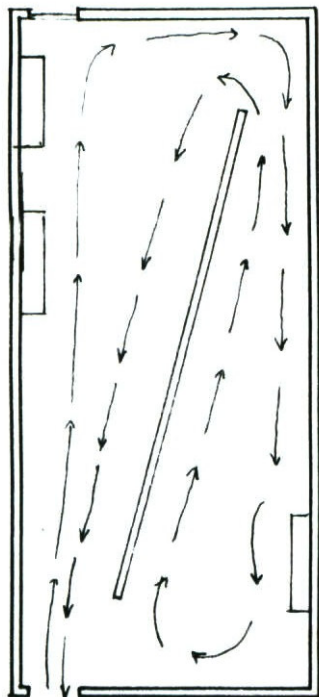


Figura 6

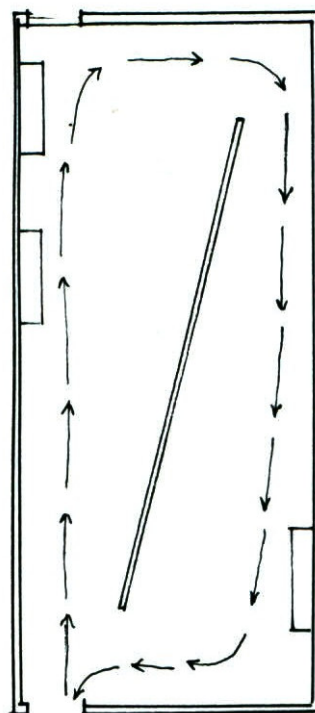


Figura 7

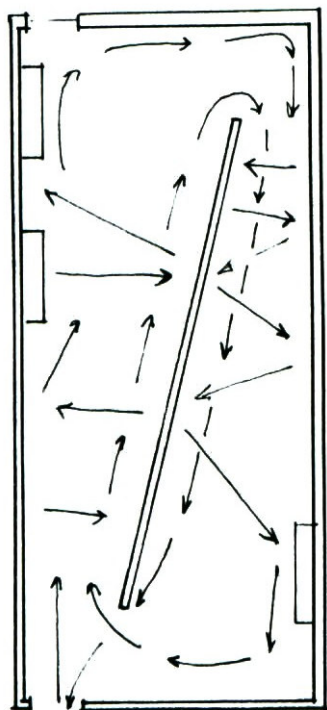
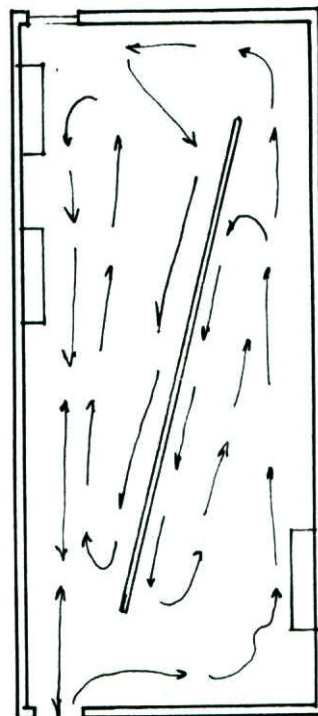


Figura 8



Relacionando seus padrões de percurso com as suas respostas na entrevista e pode-se conhecer o seu modo de apropriação do conteúdo da exposição.

Os obedientes demonstraram maior conhecimento sobre a exposição, a necessidade de não deixar nada de lado, de ler tudo, e até um certo sentimento de culpa por não ver ou negligenciar uma parte da exposição. ‘Eu gostaria de ter visto mais , mas não tive tempo’. Usaram a estratégia cronológica, um método de visita conhecido, com a leitura das etiquetas. Observaram também que havia quadros empoeirados ou sem etiqueta. ‘Ele é um abstrato que dá para entender’. ‘Há uma dicotomia na obra dele: um lado escuro com tons sombrios, e um lado de cores fortes, em ações fortes. Por um lado Surrealismo e por outro Realismo. Outra dicotomia: tendência ao geométrico, abstrato e um lado real de formas, curvas, desenhos de pessoas.’

Os ziguezagues fizeram observações mais criativas, deixaram a mente solta, fizeram mais associações. Seu interesse não parece didático e sim de fruição. ‘Deixei os textos para ler depois, para não me influenciar’. Seu discurso é comparativamente mais abundante e mais rico que os dos obedientes. ‘O artista ousou não ficar num patamar só, num estilo só; atingiu vários raios de ação’. ‘O tema do carnaval, a conduta, a coisa dionisíaca; a cabeça e a máscara dão idéia de face, persona, da mágica.’ Sua atitude não é passiva ou puramente receptiva, mas motivada pelo prazer e pela curiosidade: ‘adorei’, ‘bárbaro’, ‘interessante’.

Os distraídos se recusaram a seguir um roteiro, quiseram escolher o que ver por si mesmos e tiveram uma preocupação com o tempo investido na visita, tem uma certa pressa. São mais preocupados consigo mesmos, com seu conforto, sua liberdade de poder sair a qualquer momento, só ver o que interessa. Daí terem uma visão geral, de passagem, sem estar atentos à cronologia, recusando-se a uma relação pedagógica e a se sentirem guiados. ‘As pinturas de 95 são mais parecidas com o Impressionismo: a da Samambaia tem a coisa da luz, os pontinhos que formam a imagem. Do jeito que estoura os pontinhos parece ser um dos artistas que preconizou a fotografia, a impressão gráfica e o computador. Inaugurou uma nova visão.’

Os muito distraídos são os menos afetados pela distribuição dos elementos da exposição. “Não prestei atenção”. “Não vi”. “Vi, mas não me lembro”. Seu percurso é mais subjetivo e sua atitude parece a mais em ruptura com o universo “cultural”. Deram respostas mais evasivas, não percebendo a evolução estética do artista. O que perceberam foi a variedade de suportes e de técnicas utilizadas. Não responderam sobre a biografia do artista e não tiveram condições de responder sobre movimento artístico e sua percepção sobre o mesmo. “Não entendi aquele rosto de lado, de perfil com um olho”[se referindo à uma máscara]. “Não sei”. “Gostei das fotomontagens: para a época são muito bem feitas”.

A análise destes padrões de comportamento indicaram que o modo de fazer a visita pode refletir uma absorção diferenciada do conteúdo da exposição.

Notas e Referências Bibliográficas:

1. SCREVEN, opus cit., 1991, p.14.
2. OROZCO, G. Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para un estudio. México: Universidade Ibero Americana (Cuadernos de Comunicación y Practicas Seriales, n.z.) apud FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto. Novos paradigmas da informação e novas percepções do usuário. **Ciência da Informação**, Brasília,v.25,n.2,p.217-223, maio/agosto 1996.p.218.
3. SARACEVIC, opus cit, 1975, p. 338.
4. MORAES, Frederico de. **Azulejaria Contemporânea**. Editora Publicações e Comunicação, São Paulo, 1988
5. STAM, Deirdre C., GIRAL, Angela. Linking art objects and art information. **Library Trends**: Champaign/Illinois, 37, (2): 117-120, Fall 1988 apud LIMA, Diana Farjalla Correia. **Acervos artísticos: proposta de um modelo estrutural para pesquisas em artes plásticas**. Orientadores: Lena Vania Ribeiro Pinheiro e Lamartine Pereira da Costa. Rio de Janeiro: UNI-RIO, 1995. 215 p. Dissertação (Memória Social e Documento).p.138.
6. BRILLIANT, Richard. How an art historian connects art objects and information. **Library Trends**: Champaign/Illinois, 37, (2): 194-205, Fall 1988 apud LIMA, Diana LIMA, Diana Farjalla Correia. **Acervos artísticos: proposta de um modelo estrutural para pesquisas em artes plásticas**. Orientadores: Lena Vania Ribeiro Pinheiro e Lamartine Pereira da Costa. Rio de Janeiro: UNI-RIO, 1995. 215 p. Dissertação (Memória Social e Documento). p.139.
7. MORAES, opus cit.
8. BOURDIEU, Pierre, DARBEL, Alain. **The love of art: european art museums and their public**. Stanford: Stanford University Press, 1990. 176 p. p.37-38.
9. "Estudos de público para artes cênicas e museus" é um relatório baseado em 270 estudos, alguns publicados outros não, realizado com instituições norte-americanas em 1978. DIMAGGIO, Paul et al. "Audience studies for the performing arts and museums". Research report. National Endowment for the Arts. Washington, October 1978. xerox. 102 p.
10. MENO, Michel J. Trends in... a critical review. The impact of information – II. Concepts of information and its value. *Information Processing & Management*, v. 31, n.4, p.479-490, 1995. Apud PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. **A Ciência da Informação entre a sombra e a luz: domínio epistemológico e campo interdisciplinar**. Orientador: Gilda Maria braga. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1997. 278p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura).
11. CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas** - Estratégias para entrar y salir de la modernidad. Mexico, Editorial Grijalbo, 1989. 391 p. p.138
12. ADES, Dawn. **Photomontage**. Thames and Hudson. New York, 1993. p. 12 e 15
13. MENDONÇA, Casimiro Xavier de. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Máscaras**. São Paulo, Galeria Mônica Filgueiras de Almeida, 1989.
14. MORAES, opus cit.

15. STANGOS, Nikos. Preface. In: STANGOS, Nikos (edit.). **Concepts of Modern Art**. Thames and Hudson, Londres, 1985. P. 7-10.
16. LIMA, João Filgueiras. Texto publicado no **Jornal do Arquiteto**, ano I, n.5, novembro de 1996.
17. STANGOS, opus cit, p.9.
18. HERKENHOFF, Paulo. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Pinturas, Máscaras e Objetos**. Brasília: Espaço Capital, e Rio de Janeiro: Galeria Saramenha, 1987.
19. STANGOS, opus cit., p.10.
20. COCCHIARALE, Fernando. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Athos Bulcão: Uma Trajetória Plural**. Rio de Janeiro, Centro Cultural Banco do Brasil, 1998.
21. PONTUAL, Roberto . Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Pinturas e Máscaras**. Rio de Janeiro, Galeria Saramenha, 1992.
22. COCCHIARALE, opus cit., p.6.
23. BOURDIEU, opus cit., p. 39.
24. SALLES, Evandro. O que engendra Athos Bulcão. **Revista Arte e Palavra**. Rio de Janeiro, UFRJ, 1984.
25. MENDONÇA, opus cit.
26. OLIVEIRA, Marly de. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Máscaras**. Brasília, Múltipla Ambientação, 1975.
27. MUNLEY, M.E. Intentions and Accomplishments: Principles of Museum Evaluation Research. J. Blatti (org.). **Past meets present: essays about historic interpretation and public audiences**. Smithsonian Ins. Press, Washington: 116-130. p. 121.
28. Idem, p. 116.
29. Idem, p. 127.
30. HERKENHOFF, opus cit.
31. COSTA, Marcus Lontra. Sinfonias da Modernidade. In: **Módulo**. Rio de Janeiro, 1987. (texto fornecido pela Fundação Athos Bulcão).
32. LIMA, João Filgueiras, opus cit.
33. MUNLEY, opus cit.
34. CANCLINI, opus cit., p.139-140.
35. MUNLEY, opus cit., p.126.
36. MUNLEY, opus cit., p.129.
37. BORUN, Minda & MILLER, Maryanne. To label or Not Label? **Museum News**. Washington D.C., v.58,n.4, March/April 1980. p.64-67.
38. ALAMBERT, Clara Correia d', MONTEIRO, Marina Garrido. **Exposição: materiais e técnicas de montagem**. São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura, 1990. 86 p. p. 31.
39. MUNLEY, opus cit., p.126.
40. MCDONALD, Pamela Mays. Desenvolvimento de público, turismo cultural e as artes em São Francisco, Califórnia. Palestra proferida e texto para os Anais do Seminário Internacional Museus em

Transformação; a nova identidade dos museus, realizado no Museu da República no Rio de Janeiro de 11 a 15 de setembro de 1996. A ser publicado.

41. CANCLINI, opus cit., p.137

42. CANCLINI, opus cit., p.181

7. Considerações Finais

Nesta pesquisa, que se inscreve nos estudos de Informação em Arte, o museu foi analisado como sistema de comunicação e informação, tendo por fundamentos conceitos de informação e comunicação.

Na primeira abordagem estão presentes autores da Ciência da Informação, notadamente os que correlacionam informação a conhecimento, tomando por conceito central relevância, de Saracevic. Informação, neste caso, só pode ser assim considerada se transformadora ou modificadora de estruturas, plena de significado.

Nesse sentido, foram consideradas não somente informações bibliográficas, contidas em catálogos de exposições, cartazes, textos e etiquetas, mas a própria obra de arte com seu conteúdo informacional.

No âmbito da Comunicação, autores aplicam em museus conceitos de informação e comunicação da área, na qual os museus são meios de comunicação de massa, com seu discurso ou linguagens próprios, analisados com base na Semiologia.

Também como na Ciência da Informação, a teoria da informação é adotada na Museologia, e a ela acrescentada a realimentação (‘feedback’), o que pressupõe o ‘contato efetivo’ e a transformação de estruturas, exatamente como na Ciência da Informação.

Em ambos os campos, Comunicação e Ciência da Informação, portanto, o conceito de informação aparece vinculado a conhecimento e processos cognitivos.

Na Comunicação, talvez mais acentuadamente do que na Ciência da Informação, o deleite, o prazer de ver, o sentir, o afeto, o emocional, portanto, a estética, no seu sentido original, estão presentes. Mas também autores da Ciência da Informação incluem estes aspectos na transferência da informação.

Como pesquisa propriamente dita, esta dissertação difere da maioria dos estudos de público até então realizados, em geral quantitativos, descritivos, de avaliação e de definição do perfil de visitantes, sobretudo sua capacidade econômica e de consumo – daí gerarem programas de Marketing para ampliar a audiência e, conseqüentemente, os recursos angariados. Isto em países centrais e sistemas capitalistas como os Estados Unidos, onde os museus gozam de popularidade e correspondem aos “museus – espetáculos” de Eco.

Na região latino-americana, inclusive no Brasil, a situação é diferente e somente nos últimos anos os museus e os chamados centros culturais alcançam sucesso de público, com exposições de grande impacto. E também em nosso país as poucas pesquisas de público realizadas tendem ao perfil de visitantes e são quantitativas.

Embora esta dissertação tenha como objetivo a transferência da informação, abrange as três funções básicas do museu, segundo o ICOM, que são interdependentes: preservação, investigação e comunicação.

Outro fator interveniente no processo de transferência da informação é o comportamento do visitante na exposição, isto é, como ele se locomove, como realiza o seu percurso de visita pela exposição, o que pode ser relacionado ao nível de absorção da informação. Tanto é que os “obedientes” revelaram mais dados biográficos, das técnicas, dos nomes das obras, aspectos formais e estéticos da obra de Athos. Os “zig zag”, mais criativos, fizeram mais associações sobre a estética, os temas e se mostraram motivados pelo prazer e pela curiosidade, enquanto os “distraídos”, mais “blasés”, tiveram uma percepção boa, porém mais geral do sentido estético, sem muitos detalhes e, por último, os “muito distraídos”, que perceberam mais a variedade de suportes e técnicas e não tiveram condições de responder sobre biografia, movimento artístico e sua percepção sobre o mesmo.

A questão principal é como o público percebe o discurso produzido pelo museu e seu sentido, na decodificação e compreensão da mensagem do discurso do museu.

A parte empírica da pesquisa foi realizada no Centro Cultural Banco do Brasil-CCBB e na exposição de Athos Bulcão, com 26 alunos da PUC, portanto, um público privilegiado.

Pelos resultados da pesquisa, a primeira constatação é de que houve, de fato, transferência da informação, consequência natural porque se pressupõe uma predisposição à absorção da informação, de um grupo instruído em universidade particular, parte de uma elite, com frequência comprovada a museus e exposições, ou seja, familiarizado com o ambiente cultural, tivesse condições de “decifrar” obras de arte. Ainda assim, é oportuno lembrar que o pré-teste que serviria como parâmetro com o pós-teste, não pode ser considerado na pesquisa porque os alunos nada sabiam sobre o artista.

Informações mais importantes sobre a obra de Athos Bulcão foram apreendidas, como sua atuação em Brasília, na relação arte/arquitetura e projetos conjuntos com Niemeyer e Portinari etc.

Ficou comprovada, nesta pesquisa, a importância das informações bibliográficas (etiquetas, catálogos, críticas) e seu papel complementar na transferência. Isto fica muito evidenciado na questão sobre movimentos artísticos, que é complexa, mas cuja essência foi compreendida, na vinculação de Athos ao Modernismo. Neste caso, a leitura dos textos foi fator decisivo, embora nem sempre esta compreensão tenha sido feita com clareza, devido à inexistência de background cultural mais voltado para artes plásticas ou pela falta de clareza nos textos.

Este fato ratifica o pensamento de alguns autores, de que o visitante somente estabelece relações tendo por orientação a visão do crítico ou do historiador da arte, o que implica um “repertório cultural” que facilita a compreensão do discurso e a

mensagem do artista, fator percebido até pelos respondentes. Para compreender é preciso decifrar, conforme pensa Bourdieu. E nesse processo interferem emoção, lógica, inteligência e cultura – os conceitos de externalidades e internalidades de Michel Menou.

Outro aspecto que aparece forte é a vinculação vida e obra. A biografia do artista revela a evolução de sua obra e o relaciona com artistas contemporâneos, influências que recebeu, preocupações de cada época, refletidas no seu trabalho, contextualizando a sua obra de arte. No entanto, a associação da obra à vida do artista é questionada e criticada por muitos estudiosos.

A questão do antigo e do novo está muito presente nesta pesquisa. A técnica mais tradicional, a pintura, é a mais citada, não só por isto, como também porque é a técnica mais adotada pelo artista. Ao lado desta estão as fotomontagens e as máscaras, que representam o contemporâneo para os estudantes. Antigo e novo convivem na exposição.

A própria identificação das obras foi alta, 40%, sendo mais lembradas exatamente as obras cujos significados estão mais próximos da vivência destes jovens. O ‘Submarino Amarelo’, associado à música dos Beatles e ‘O Fumador de Ópio’, referência às drogas, grave problema da atualidade. Canclini também observou nas pesquisas mexicanas que o público preferia relacionar as obras de arte a fatos do conhecimento cotidiano, demonstrando o aspecto afetivo e cultural dos visitantes.

Esta pesquisa, como estudo exploratório, não pretende chegar a conclusões mas demonstra como ocorre a transferência de informação de uma exposição de arte para um grupo de estudantes de classe média alta. Conseqüentemente, seus resultados não podem ser generalizados. Uma pesquisa semelhante realizada com um grupo totalmente distinto, por exemplo, alunos de escola pública, de classe pobre, com menos acesso ao ambiente cultural, provavelmente teria resultados diversos. Como seria a decodificação do discurso da exposição e das mensagens ali enunciadas? Como seria a apropriação de

acordo com seu referencial cultural? E outros segmentos de público, como apreendem os conteúdos de uma exposição?

É importante para os profissionais de museu conhecer o que o público apreende em suas exposições e se estas comunicam suas mensagens com eficácia.

A presente pesquisa clarifica alguns aspectos da relação exposição e do museu com o público e pode contribuir para o entendimento do processo de transferência de informação nesse tipo de evento e estimular estudos futuros sobre esta relação.

Finalmente, é importante destacar o aporte inovador da Ciência da Informação no estudo da transferência da informação aplicado no contexto de museus e exposições.

8. Bibliografia

- ADES, Dawn. **Photomontage**. Thames and Hudson. New York, 1993.
- ALAMBERT, Clara Correia d', MONTEIRO, Marina Garrido. **Exposição: materiais e técnicas de montagem**. São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura, 1990. 86 p.
- ALMEIDA, Adriana Mortara. **A relação do público com o Museu do Instituto Butantan**: Análise da exposição Na Natureza Não Existem Vilões. Orientador: Maria Helena Pires Martins. São Paulo: ECA/USP, 1995. 216 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação).
- ALMEIDA, Eros Ramos de. Uma febre cultural se propaga na cidade. **O GLOBO**. Rio de Janeiro, 7 abr. 1996.
- BARKER, Nicolas (comp.). **Treasures of the British Library**. New York, Harry Abrams Publishers, 1989
- BELKIN, Nicholas J., ROBERTSON, Stephen E. Information Science and the phenomena of information. IN: **Journal of American Society for Information Science**, 27(4):197-204, July-August, 1976.
- BERBEL, Joatan Vilela. Pesquisa de Público no CCBB. Rio de Janeiro, 4 p. Palestra proferida no Seminário Internacional "Museu em Transformação: As novas identidades dos museus", realizado no Museu da República de 11 a 15 de setembro de 1996. Texto a ser publicado em 1998.
- BIELICK, S.; PEKARIK, A.J. & DOERING, Z.D. **Beyond the Elephant: A Report based on the 1994-95 National Museum of Natural History Visitor Survey**. Relatório Técnico. Washington, D.C.: Smithsonian Institution, 1995.
- BORUN, Minda & MILLER, Maryanne. To Label or Not Label? **Museum News**. Washington D.C., v.58,n.4, March/April 1980. P.64-67.

- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo, Perspectiva, 1986. Cap.3, p.99-181.
- BOURDIEU, Pierre, DARBEL, Alain. **The love of art: european art museums and their public**. Stanford: Stanford Un. Press, 1990. 176 p.
- BRAGA, Gilda. Informação, ciência da informação: breves reflexões em três tempos. **Ciência da Informação**. IBICT, 24(1): 84-88, 1995.
- CAMERON, Duncan. The museum as a communication system and implication of museum education. **Curator**. New York, American Museum of Natural History, 11(1):33-40.1968,p. 35
- CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas** - Estratégias para entrar y salir de la modernidad. Mexico: Editorial Grijalbo, 1989.
- CARVALHO, Márcia M. **Perfil dos Visitantes do Museu Nacional de Belas Artes**. Estatística Aplicada. Relatório de final de curso. Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE. Rio de Janeiro. 1994.
- CAZELLI, Sibeles, GOUVÊA, Guaracira e FRANCO, Creso. Aprendizagem compartilhada em museus interativos de ciência. IN Cadernos de Memória Cultural 4 a ser publicado pelo Museu da República. Texto da palestra proferida no Seminário Internacional "Museu em Transformação: a nova identidade dos museus" realizada em setembro de 1996 no Museu da República no Rio de Janeiro.
- CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **Folder**. Rio de Janeiro. 1988.
- CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **Parcerias**. Relatório da pesquisa realizada em dezembro de 1995 pelo Instituto GERP. Banco do Brasil, Brasília, 1996.
- CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **Relatório/1995**. Rio de Janeiro. 47 p.

- CHAGAS, Mario de S. et al. **Museu: Coisa Velha, coisa antiga**. Rio de Janeiro: UNIRIO, 1987 (apostila)
- COCCHIARALE, Fernando, GEIGER, Anna Bella (comp.). **Abstracionismo: geométrico e informal: a vanguarda brasileira nos anos cinquenta**. Rio de Janeiro: FUNARTE, Instituto nacional de Artes Plásticas, 1987. 310 p.
- COCCHIARALE, Fernando. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Athos Bulcão: Uma Trajetória Plural**. Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 1998. 48 p.
- COSTA, Marcus Lontra. Passado, Presente, Futuro, Três Atos Num Só: Bulcão. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Pinturas e Objetos**. Rio de Janeiro, Galeria Saramenha, 1984.
- CUNHA, Murilo Bastos. Metodologias para estudo de usuários de informação científica e tecnológica. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v.10,n.2,p.5-19,jul/dez. 1982.
- DIMAGGIO, Paul et al. **Audience studies for the performing arts and museums**. Research report. National Endowment for the Arts. Washington, October 1978. xerox. 102 p.
- DOERING, Z.D.; MANNING, R.D. & BLACK, K.J. **1988 National Air and Space Survey: Technical Documentation**. Relatório Técnico. Washington, D.C: Smithsonian Institution, 1992.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto. Novos paradigmas da informação e novas percepções do usuário. **Ciência da Informação**, Brasília, v.25,n.2,p.217-223, maio/agosto 1996.
- FIGUEIREDO, Nice Maria. **Tópicos Modernos em Ciência da Informação**. Lorena: Centro Cultural Teresa D'Ávila, 1994.

- FLANAGAN, John C. The critical incident technique. **Psychological Bulletin**, 51(4):327-58, July 1954. Traduzido para o português em **Arquivo Brasileiro de Psicologia Aplicada**, 26(2):99-141, abr./jun. 1973
- FUNDAÇÃO ATHOS BULCÃO. Athos Bulcão: Dados Biográficos. Brasília, 1997. 39p.
- HERKENHOFF, Paulo. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Pinturas, Máscaras e Objetos**. Brasília: Espaço Capital, e Rio de Janeiro: Galeria Saramenha, 1987.
- HISTÓRIA: Athos Bulcão e Brasília. Release para a imprensa. Centro Cultural Banco do Brasil. Rio de Janeiro. 30 jan. 1998. 3 p.
- HORTA, Maria de Lourdes Parreiras. Semiótica e Museu. **Cadernos de Ensaios nº 2: Estudos de Museologia**. Rio de Janeiro: IPHAN, 1994. p.9-28.
- HUYSEN, Andreas. Escapando da Amnésia - O Museu como cultura de massa. In: **Revista do Patrimônio**. Rio de Janeiro: IPHAN, n 23, p.34-56, 1994.
- KERRIOU, Miriam Arroyo de. Museu, Patrimônio e Cultura: reflexões sobre a experiência mexicana. In: CHAUÍ, Marilena. **O Direito à Memória - Patrimônio, História e Cidadania**. São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, Departamento do Patrimônio Histórico, 1992. 183 p.
- KNEZ, Eugene, WRIGHT, Gilbert. The museum as a communication system: an assessment of Cameron's viewpoint. **Curator**. New York, American Museum of Natural History. 13(3): 204-212. 1970.
- KREIDLER, John. Chairman of Arts. San Francisco Foundation. Entrevista concedida à autora em 21/10/1994. San Francisco, CA..
- LIMA, Diana Farjalla Correia. **Acervos artísticos de um modelo estrutural para pesquisas em artes plásticas**. Orientadores: Lena Vania Ribeiro Pinheiro e

Lamartine Pereira da Costa. Rio de Janeiro: UNI-RIO, 1995. 215 p. Dissertação (Memória Social e Documento).

LIMA, Diana Farjalla Correia. Social memory and museum institution: thinking about the (re)interpretation of cultural heritage. In: ***Symposium Museology and Memory***, XIXth Annual Conference of ICOFOM/ International Committee for Museology - ICOM/ International Council for Museums/UNESCO. Paris-França, ICOFOM, 19-29 June, 1997. p.202-211.

LIMA, João Filgueiras. Texto publicado no **Jornal do Arquiteto**, ano I, n.5, novembro de 1996.

LUMBRERAS SALCEDO, Luiz Guillermo. Museu, Cultura e Ideologia. In: CHAUI, Marilena. **O Direito à Memória - Patrimônio, História e Cidadania**. São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, Departamento do Patrimônio Histórico, 1992.

MCCORRY, Helen. The Catechism project at the National Museums of Scotland. **Managing Information**. V.1,n.1,Jan.1994.

MCDONALD, Pamela Mays. Desenvolvimento de público, turismo cultural e as artes em São Francisco, Califórnia. Palestra proferida e texto para os Anais do Seminário Internacional Museus em Transformação; a nova identidade dos museus, realizado no Museu da República no Rio de Janeiro de 11 a 15 de setembro de 1996. A ser publicado.

McGARRY, K. J. **Da documentação à informação**: um conceito em evolução. Lisboa, Editorial Presença, 1984. 196 p.

MENSCH, Peter Van. Modelos conceituais de museus e sua relação com o patrimônio natural e cultural. In: **Boletim ICOFOM/LAM**. 1^a. Reunião Anual do ICOFOM/LAM. Ano II, n.4/5, Agosto 1992.

MENDONÇA, Casimiro Xavier de. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Máscaras**. São Paulo, Galeria Mônica Filgueiras de Almeida, 1989

- MENOU, Michel J. Trends in... a critical review. The impact of information – II. Concepts of information and its value. *Information Processing & Management*, v. 31, n.4, p.479-490, 1995. Apud PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. **A Ciência da Informação entre a sombra e a luz: domínio epistemológico e campo interdisciplinar**. Orientador: Gilda Maria braga. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1997. 278p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura).
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, Rio de Janeiro: Abrasco, 1994. 269 p.
- MORAES, Frederico de. **Azulejaria Contemporânea**. São Paulo: Ed. Publicações e Comunicação, 1988.
- MUNLEY, Mary Ellen. Intentions and accomplishments: principles of museum evaluation research. In BLATTI, Jo. (org.). **Past meets present: essays about historic interpretation and public audiences**. Washington, Smithsonian Ins. Press, 1987. P.116-130.
- MUSEU IMPERIAL. **O perfil do visitante do Museu Imperial**. Relatório da pesquisa. Petrópolis, 1995. (apostila) 62 p.
- MUSEU LASAR SEGALL. **Comportamentos, atitudes e motivações do público do Museu Lasar Segall**. São Paulo, 1981.
- OLIVEIRA, Marly de. Texto de apresentação. **Catálogo da exposição Máscaras**. Brasília, Múltipla Ambientação, 1975.
- PARKER, Edwin B.& PAISLEY, William J. Research for psychologists at the interface of the scientist and his information system. In: SARACEVIC, Tefko, ed. **Introduction to information science**. New York, London, R.R.Bowker, 1970. p.85-94.
- PIMENTA, Angela. O auê do Monet. **VEJA**, São Paulo, 16 jul. 1997.

- PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. **A Ciência da Informação entre a sombra e a luz:** domínio epistemológico e campo interdisciplinar. Orientador: Gilda Maria Braga. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1997. 278p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura).
- PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro et al. **Estudo da viabilidade da participação de unidades de informação em programas cooperativos de automação.** Relatório de pesquisa. PADCT, Rio de Janeiro, 1989.
- PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Redes e Sistemas de informação: Interação e Integração. **Jornal das Bibliotecas**, Rio de Janeiro, v.4., n.5, p.5, maio/jun. 1997.
- PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. **Usuários - Informação: o contexto da ciência e da tecnologia.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora: IBICT, 1982.
- PONTUAL, Roberto . Texto de apresentação. **Catálogo da exposição “Pinturas e Máscaras”.** Rio de Janeiro, Galeria Saramenha, 1992.
- PSZCZOL, Eliane; LEON, Márcia Saraiva & CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. Perfil do Visitante de Museus. Rio de Janeiro: Fundação Nacional Pró-Memória/Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE. **Relatórios Técnicos**, n.1/90, 1990.
- SALLES, Evandro. O que engendra Athos Bulcão. **Revista Arte e Palavra.** Rio de Janeiro, UFRJ, 1984
- SANTOS, Myrian Sepúlveda. **História, tempo e memória:** um estudo sobre museus. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1989. Dissertação (Mestrado em Sociologia).
- SARACEVIC, Tefko. Interdisciplinary nature of Information Science. **Ciência da Informação.** IBICT, vol. 24, n.1, 1995. p.36-41.
- SARACEVIC, Tefko. Relevance: a review of and a framework for the thinking on the notion in Information Science. In: **Journal of the American Society for Information Science.** p.:321-342 ,Nov-Dec. 1975.

- SARACEVIC, Tefko. The concept of "relevance" in Information Science: a historical review. In: _____, ed. **Introduction to Information Science**. New York, R.R.Bowker Co., 1970. p.111-154.
- SCREVEN, C.G. Educational Exhibitions for Unguided Visitors. **ICOM/CECA**, 12/13, 1991: 10-20.
- SCREVEN, C.G. Uses of Evaluation Before, During and After Exhibit Design. **ILVS Review**, 1(2):36-66.1990.
- SHANNON, Claude E., WEAVER, Warren. **A teoria matemática da comunicação**. Trad. de Orlando Agueda. São Paulo, Rio de Janeiro: DIFEL, 1949.136p.
- SCHEINER, Tereza. **Museografia III – Planejamento e Programação de Exposições**. Rio de Janeiro: UNI-RIO/CCH – Escola de Museologia. 1996. (Apostila)
- SCHEINER, Tereza. **Análise do Público da Floresta da Tijuca**. Rio de Janeiro, 1977/1978.
- SOUSA E SILVA, Cristina Maria de. **Pesquisa de público em museus e instituições abertas à visitação** - fundamentos e metodologias. Dissertação de mestrado apresentada Escola de Comunicação da UFRJ.1989. 128 p. (xerox)
- STANGOS, Nikos (edit.). **Concepts of Modern Art**. Thames and Hudson, Londres, 1985.
- VÉRON, Eliséo & LEVASSEUR, Martine. **Etnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens**. Bibliothèque publique d'information. Paris, Centre Georges Pompidou. 1989.
- THE ECONOMIC IMPACT of Major Exhibition at The Metropolitan Museum of Art, The Museum of Modern Art and The Solomon R. Guggenheim Museum. Report. New York: Arts Research Center of the Alliance for the Arts, 1993.

9. ANEXOS

I. Texto do Hall de Entrada

II. Texto de Apresentação da Exposição

III. Textos das Etiquetas

IV. Planta Baixa da Exposição (disponível apenas na versão impressa)

V. Fotografias da Exposição (disponível apenas na versão impressa)

VI. Questionários: Pré e pós teste

Anexo I

Texto do Hall de Entrada

“A mostra ATHOS BULCÃO: Uma Trajetória Plural comemora os 80 anos de um artista que, experimentador vocacional, dedicou-se a esgotar o campo do possível multiplicando provocativamente seus meios de expressão. Desenho, pintura, escultura, mural, azulejaria, fotomontagens, máscaras, ilustração, figurinos e relevos arquitetônicos são mídias nas quais sua sensibilidade afeita à mudança soube conjugar, com amplo domínio, suporte e invenção, forma e significado estético.

Em cinco décadas e meia, Athos Bulcão desenvolveu um estilo que se destaca pela coerência na diversidade, com traços e técnicas que passam, renovados, de um veículo para outro. Figurativos ou abstratos, seus quadros conferem tratamento refinado à cor e à composição. A associação com a arquitetura inspirou-lhe um geometrismo isento de aridez. É antes marcado por variada gama de ritmos e valores cenográficos. Na série Máscaras, material, contorno e cor recuperam a força alegórica do rosto humano, com acentos ora míticos, ora poéticos ou animados só pelo puro jogo formal.

O carioca Athos Bulcão abraçou a causa modernista nos anos 40 ao circular, boêmia e intelectualmente, pelos diferentes grupos artísticos do Rio, tornando-se amigo de Burle Marx, Oscar Niemeyer, Vieira da Silva e Murilo Mendes. Em 1945 trabalha com Portinari na Pampulha. Após estudos na França, retorna ao Brasil, realiza fotomontagens e figurinos teatrais. Fixa-se em Brasília, nos dourados 50, a convite de Niemeyer. A partir da década de 60, concentra grande parte de sua produção nos projetos que integram as artes plásticas à arquitetura. Simultaneamente, intensifica seu trabalho como pintor.

Com esta homenagem, o Centro Cultural Banco do Brasil possibilita ao público o reencontro com uma obra consagrada igualmente por sua importância histórica. Athos Bulcão pertence à maturidade do modernismo

brasileiro, quando a nova cultura urbana - cosmopolita - vinha a exigir um outro olhar e a coragem de afirmar o talento nacional em bases universalistas.”

Centro Cultural Banco do Brasil

Anexo II

Texto de Apresentação da Exposição:

“A obra de Athos Bulcão é inegavelmente um caso peculiar dos últimos desdobramentos do Modernismo de 22. Período marcado pela crise tanto internacional (Segunda Guerra Mundial) quanto nacional (ditadura do Estado Novo getulista), a década de 40 viu florescerem nas artes plásticas ainda uma geração de artistas, da qual Athos fazia parte, marcados pelo ideário modernista e a renovação radical representada pela ruptura com o passado introduzida pelo *Abstracionismo Geométrico e Informal*.

Embora ligado afetiva e até mesmo esteticamente a alguns artistas emblemáticos do período, a inserção do jovem Athos no quadro de referências legado pelo Modernismo de 22 foi sempre lateral, discreta até, plasmada por uma curiosidade experimental que terminou por levá-lo a caminhos bastante diversos daqueles trilhados por outros artistas de sua geração.

Essa lateralidade da obra de Athos separou-o, pouco a pouco, não só da *tradição modernista*, da qual viera, como da radicalidade *abstracionista* e, finalmente, do ambiente cultural, até certo ponto frívolo, do Rio de Janeiro, fatores que determinaram, em 1958, sua mudança definitiva para a nova capital, Brasília, a essa época um gigantesco canteiro de obras.

É inegável que a *Abstração Informal* e o *Construtivismo (Concretismo e Neoconcretismo)* foram imprescindíveis para a renovação da arte brasileira. Pela primeira vez a produção visual do país, ainda que de modo próprio, sincronizava-se com as vanguardas internacionais.

Para Athos Bulcão, o aprendizado formal colocado em pauta pela questão *abstrata* e, desde então, exigência essencial para a formação do artista brasileiro, se intensificou sobretudo a partir do momento em que se transferiu para a nova capital em construção. Tornou-se não só seu primeiro artista, como foi o que mais teve oportunidades no Brasil e talvez em todo o mundo, de desenvolver uma obra integrada à arquitetura.

Nesse sentido, a obra de integração arquitetônica de Athos Bulcão (murais, painéis de azulejo, relevos etc.) foi fundamental para o desenvolvimento de um repertório, que embora pessoal, é análogo ao dos artistas das vertentes construtivistas brasileiras. Portanto essencial para o entendimento do conjunto de sua produção.”

Fernando Cocchiarale
curador

Anexo III

Textos das Etiquetas:

1. "Vaso de Flores"- 1941 - óleo sobre cartão - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 11)
2. "Natureza Morta"- 1943 - guache sobre cartão - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 13)
- 3- "Sem título"- sem data - acrílica sobre tela - coleção José Antonio de Souza. Obs: cabeças em verde dentro de uma ameiba.
- 4- "Sem título"- 1954 - pintura - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 14, com o título "O Dragão")
- 5- "Sem título"- 1942 - aquarela - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 12)
- 6- "Sem título"- 1955 - desenho sobre bico de pena - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 15)
- 7- "Sem título - Série Carnaval" - 1954- óleo sobre papel - coleção Aurea Bulcão
- 8- "Sem título - Série Carnaval "- (s/assinatura) - sem data - técnica mista sobre tela encartonada - coleção Fundação Athos Bulcão
- 9- "Sem título - Série Carnaval "- 1968 - pintura sobre cartão - coleção Hermano Montenegro (foto no catálogo, pág. 19)
- 10- "Sem título" - sem data - guache - coleção Alda Rabello da Cunha. 11- "Estudo de Projeto para lenços de seda" - 1971 - colagem de papel de seda sobre papel - acervo do artista (desenho redondo)
- 12- "Estudo de Projeto para lenços de seda" - 1971 - colagem de papel de seda sobre papel - acervo do artista (desenho triangular)
- 13- "O Fumador de Ópio"- 1952-1954 - fotomontagens - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 16)
- 14- "O Lança-chamas"- 1952-1954 - fotomontagens - acervo do artista
- 15- "Toureiro Morto"- 1952-1954 - fotomontagens - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 17)
- 16- "Sábado no purgatório"- 1952-1954 - fotomontagens - acervo do artista

- 17- "A invasão dos marcianos" - 1953 - fotomontagens - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 18)
- 18- "A véspera da boda"- 1952-1954 - fotomontagens - acervo do artista
- 19- "Na praça de São Marcos"- 1952-1954 - fotomontagens - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 17)
- 20- "Carnaval de Rua"- 1994 - acrílica sobre tela - acervo do artista (foto no catálogo, pág.42)
- 21- "Carnaval de Rua II"- 1995 - acrílica sobre tela - acervo do artista (foto no catálogo, pág.40)
- 22- "Blocos de sujos"- 1995 - acrílica sobre tela - acervo do artista (foto no catálogo, pág.41)
- 23- "Samambaias"- 1995 - - acrílica sobre tela - acervo do artista (foto no catálogo, pág.43)
- 24- "Máscara Vermelha"- 1995 - acrílica sobre tela - coleção Joaquim Mesquita
- 25- "Máscara na Bruma"- 1995 - acrílica sobre tela - coleção Galeria Referência

Série Máscaras:

- 26- "Céu no Chão"- 1995 - relevo policromado - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 38)
- 27- "Máscara de Istambul"- Série Máscaras - 1994- relevo policromado- acervo do artista
- 28- "Máscara"- 1987 - relevo policromado - coleção Wellington Dantas
- 29- "Nero"- 1995 - relevo policromado - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 37)
- 30- "Sem título"- 1989 - relevo policromado - coleção Fundação Athos Bulcão
- 31-"Sem título"- série Máscaras - 1982 - relevo policromado - coleção Alysio Campos da Paz Junior
- 32- "Carnaval dos Anos 20"- série Máscaras - 1996- relevo policromado- acervo do artista (foto no catálogo, pág. 39)
- 33- "Geração Espontânea"- 1995 - relevo policromado - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 39)
- 34- "Fingindo de macabro"- série Máscaras- 1995- relevo policromado- acervo do artista (foto no catálogo, pág. 38)

- 35- "Máscara Lunar II"- 1987- relevo policromado - coleção Cecília Londres da Fonseca
- 36- "Herodíades"- série máscaras- 1996 - relevo policromado- acervo do artista (foto no catálogo, pág. 36)
- 37- "Sem título"- série Máscaras - 1987- relevo policromado - coleção Cecília Londres da Fonseca
- 38- "Sem título"- série Máscaras - s/data- relevo policromado - coleção particular
- 39- "Sem título"- série Máscaras - 1986- relevo policromado - coleção Luciana Possina
- 40- "Sem título"- 1983 - relevo em gesso - coleção Juan Pratginastós
- 41- "Máscara dourada"- 1989 - relevo policromado - coleção Fundação Athos Bulcão
- 42- "Máscara Galáxia"- série Máscaras - 1994 - relevo policromado - acervo do artista
- 43- "Máscara Fitzcarraldo"- 1994- relevo policromado- acervo do artista (foto no catálogo, pág. 37)
- 44- "Emergindo do lodo"- série Máscaras - 1995 - relevo policromado- acervo do artista
- 45- "Máscara com estrela"- 1979 - relevo policromado- coleção Maria José Costa Sousa
- 46- "Máscara Lunar"- 1987 - relevo policromado- acervo do artista
- 47- "Máscara com Olho Verde"- 1991-1992- relevo policromado - coleção Fundação Athos Bulcão

PAINEL - Face A:

- 48- "Sem título" - 1981 - acrílica sobre tela encartonada - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 26- superior)
- 49- "Sem título" - 1982 - acrílica sobre tela - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 26-inferior)
- 50- "Sem título" - 1982 - acrílica sobre tela - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 27)
- 51- "Sem título" - 1987 - acrílica sobre tela - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 29)
- 52- "Sem título" - 1987 - pintura sobre tela - coleção José Antonio de Sousa
- 53 - Sem etiqueta
- 54- "192" (anotação do autor) - s/data - serigrafia sobre cartão - coleção particular.
- 55- Paineis- Piscina Rio Atlântica Hotel - sem data - gravura - coleção particular.

PAINEL-Face B:

- 56- "Sem título"- 1989 - acrílica sobre tela - acervo do artista (foto no catálogo, pág. 32)
- 57- "As trilhas"- 1993 - acrílica sobre tela - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 34)
- 58- "Estrelado 01"- 1993- acrílica sobre tela- acervo do artista (foto no catálogo, pág. 35 - esta imagem foi usada como uma marca da exposição na capa do catálogo, no folder, no convite e no cartaz)
- 59- "Submarino amarelo"- 1991- acrílica sobre tela- coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 33)
- 60- "Máscara"- 1990 - acrílica sobre tela - coleção Fundação Athos Bulcão (foto no catálogo, pág. 33)
- 61- "Sem título"-1989 - acrílica sobre tela- acervo do artista (foto no catálogo, pág. 30 inferior)
- 62- "Sem título"-1987 - acrílica sobre tela- coleção particular
- 63- "Sem título"-1990 - acrílica sobre tela- coleção José Roberto Furquim

Vitrine 1

Fotografia do artista em 1942

Fotografia com Paulo Mendes Campos, em Paris

Fotografia com minha irmã Dalila, em Terezópolis. 1921 [colorida]

Fotografia com Lucio Costa visitando Hospital Sarah Kubstchek

Fotografia de Joaquim Paiva [Athos segurando uma máscara]

Fotografia com operários montando os azulejos do Hospital Sarah Kubscheck

Fotografia com Oscar Niemeyer em Maricá, 1985

Fotografia com Tonia Carrero, Brasília, 1985

Fotografia com Monica Pinho e Glauco Campello em 1997 no Rio e com José Luis Pinho

Fotografia com Oscar Niemeyer, Chico Buarque, João Câmara Filho, Marianne Peretti, José Aparecido e Carlos Magalhães

Fotografia com Marcos Lontra, em Argel, em 1971

Fotografia com Claudio Telles e a crítica alemã

Fotografia em Brasília com Rubem Valentim, José Aparecido de Oliveira e Alfredo Ceschiatti

Fotografia de painel de azulejos da Embaixada do Brasil em Cabo Verde

Vitrine 2

Capa da Revista Módulo nº. 4 - março de 1956

Estudo de azulejos para residência em Brasília, dezembro de 1997

Vitrine 3

Esboço da Catedral - placa de mármore - coleção Guilherme Pessina

Vitrine 4

Cabeça - técnica mista - acervo do artista

Vitrine 5

Nºs 1, 4, 6, 7, 8, 14, 12, 15, 16 - Sem título - Anos 80 - miniesculpturas (sic) em durepoxi
- acervo do artista

Nºs 2, 3,5 - Sem título - Série Bichos - 1986 - acrílica sobre moldagem de
pedra/durepoxi - coleção particular

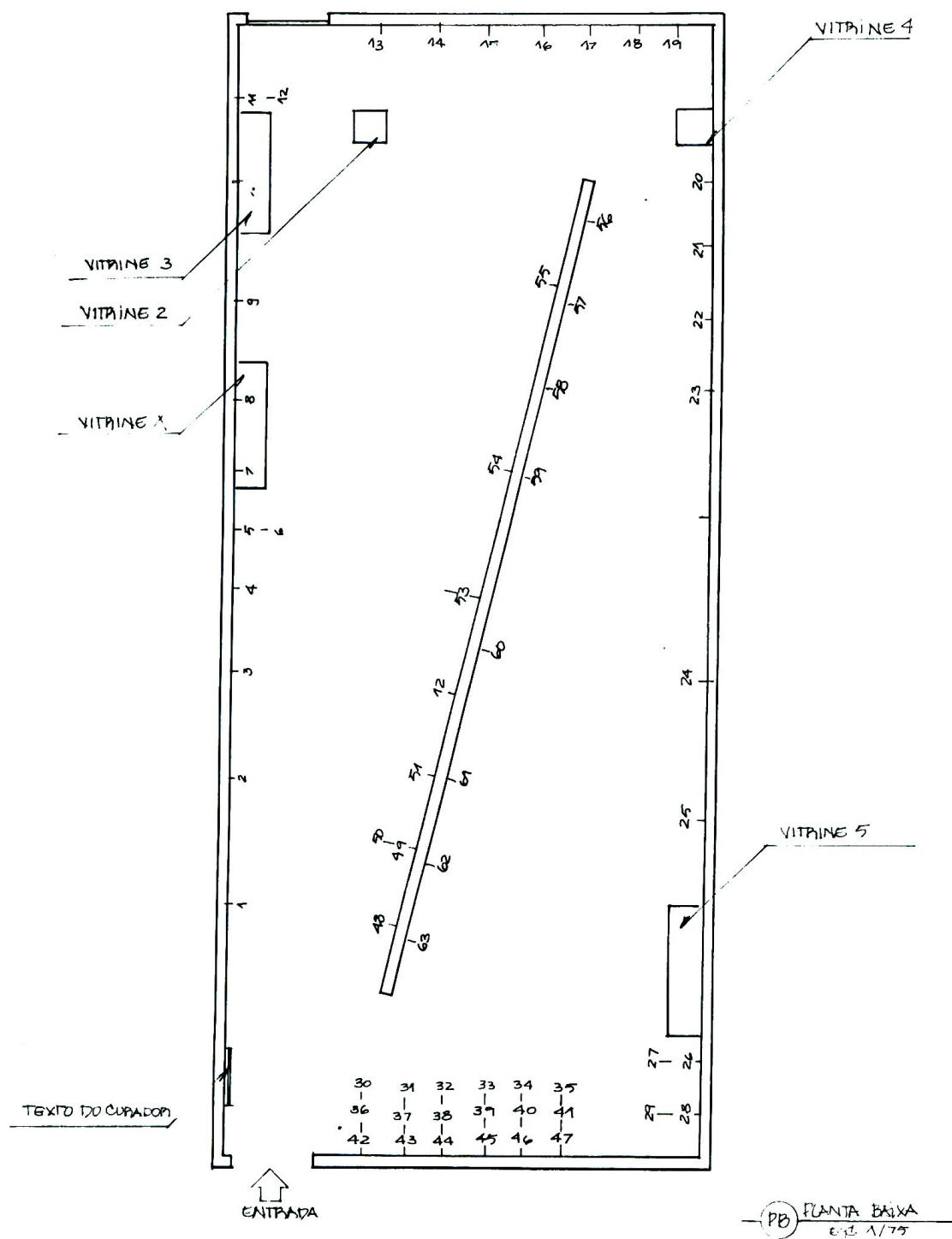
Nºs 9 e 10 - Bicho - s/ data - cerâmica - coleção Maria Roberto

Nº 11 - Sem título - 1987 - acrílica sobre moldagem de pedra/durepoxi - coleção
particular

Nº 12 - Sem título - Série Bichos - s/data - moldagem de pedra/durepoxi - coleção Luiz
Carlos Cruvinel

(Fotos dos Bichos constam do catálogo)

Planta Baixa da Exposição - Anexo IV



Fotografias da Exposição - Anexo V



Texto no Hall de Entrada



Texto de Apresentação na sala de exposição



Espaço da Exposição visto da porta de entrada



Corredor à direita do painel central



Vitrine 2 com estudo de azulejos para Brasília



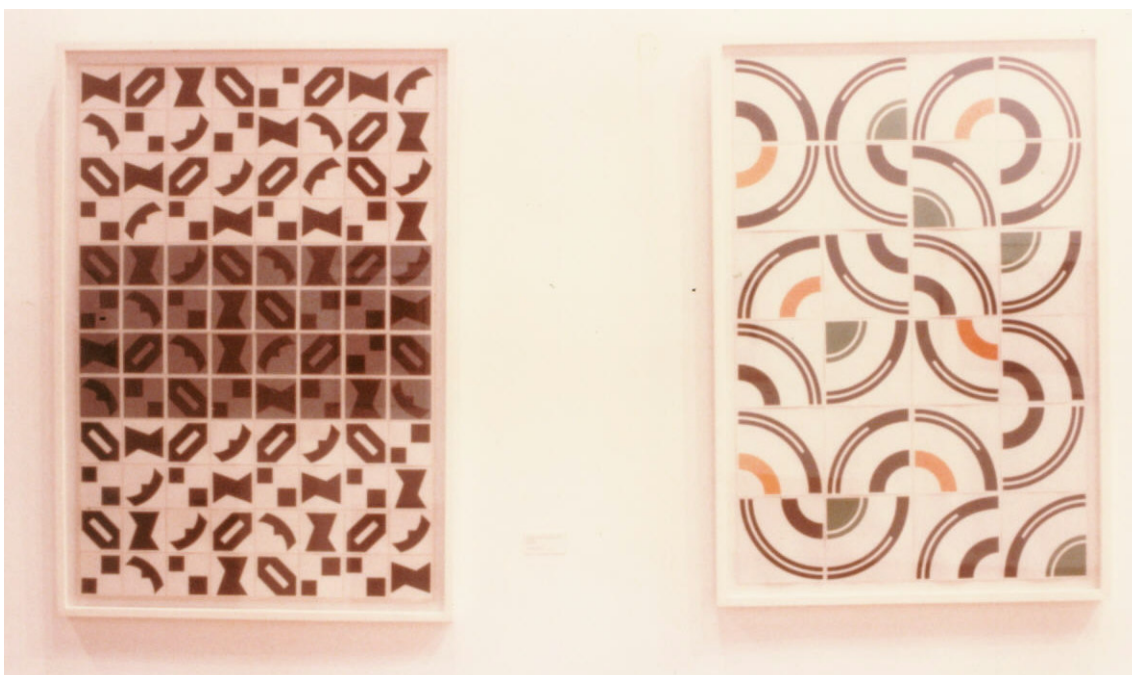
Vista da parede com as vitrines



Série Fotomontagens e escultura “Cabeça”



Vista do painel central (face A) e Placa de mármore no 1º plano



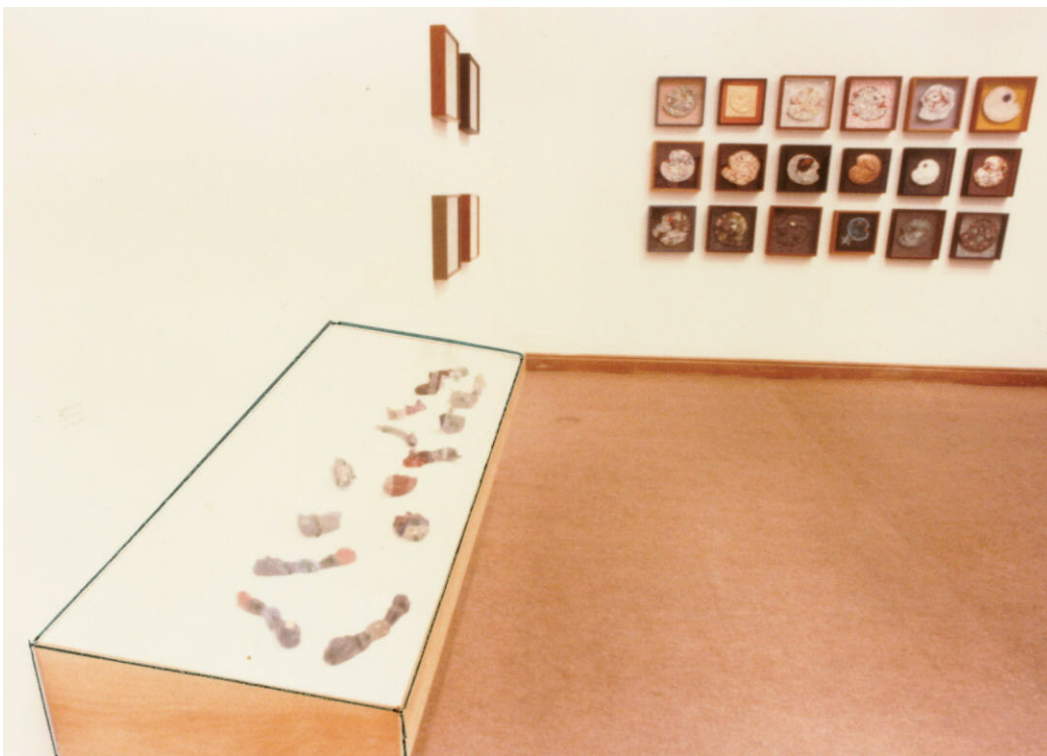
Serigrafias: à esquerda painel para a piscina do Hotel Rio Atlântica



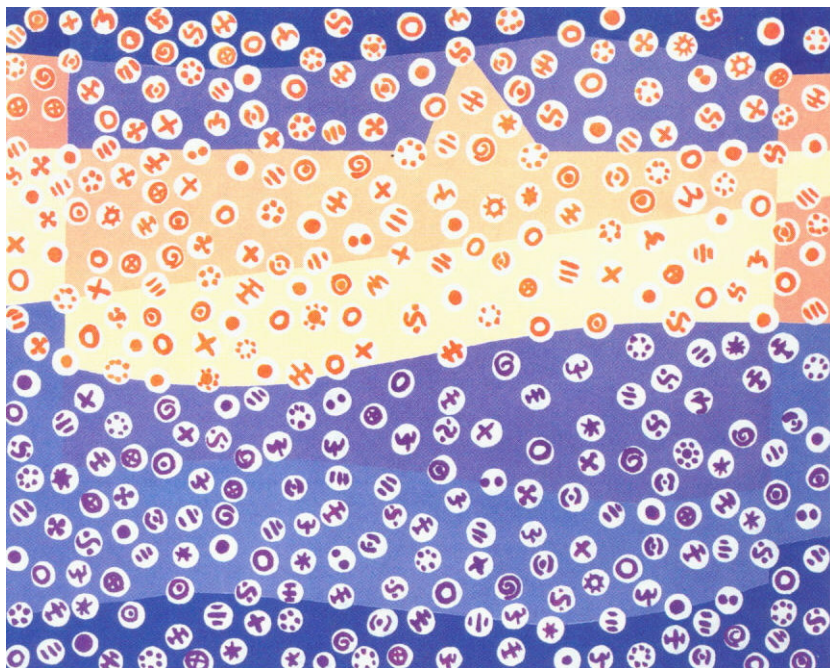
Vitrine 1 com fotografias de Athos Bulcão, amigos e personalidades



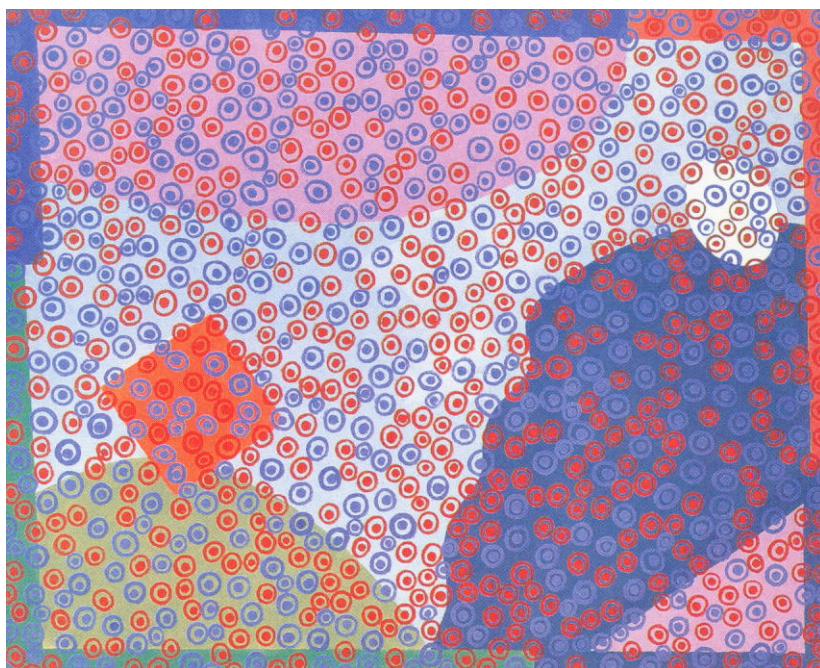
Série: As Máscaras



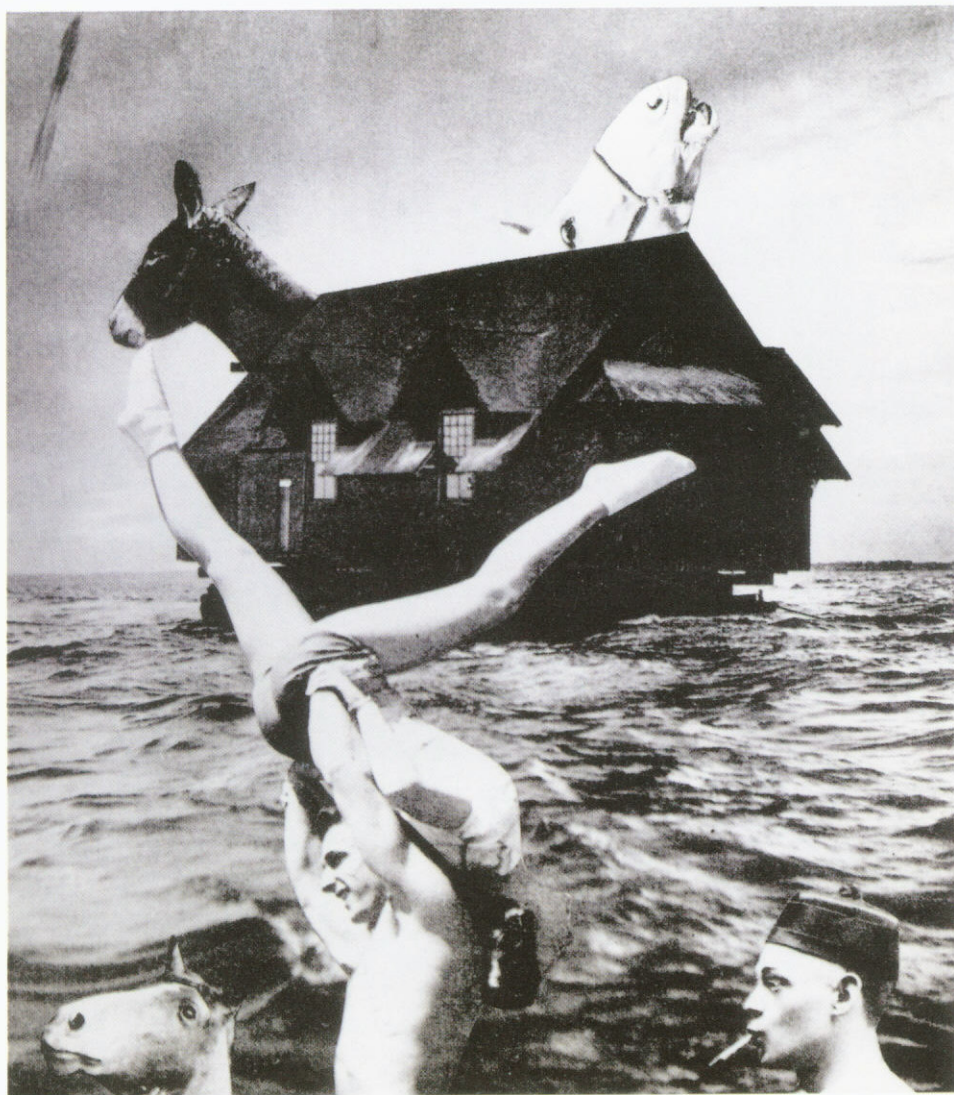
Vitrine 5 como mini-esculturas e as Máscaras ao fundo



Submarino Amarelo



Máscara



A inundação num sonho
1952/53, gelatina, 24 x 27,7 cm
Acervo do artista, Brasília, DF



A invasão dos marcianos

1952, gelatina, 23,7 x 30 cm
Acervo do artista, Brasília, DF



Vaso de flores

1941, aquarela, 34 x 25 cm

Acervo Fundação Athos Bulcão, Brasília, DF



Carnaval de rua II

1995, acrílica sobre tela, 70 x 90 cm
Acervo do artista, Brasília, DF

Questionários: Pré e Pós-Teste

Anexo VI

PRÉ-TESTE:**Dados Pessoais**

Nome:

Sexo: M ____ F ____ Idade:

Formação:

Questionário:

1. O que você conhece sobre Athos Bulcão? Quem é ele?

2. Que tipo de técnicas artísticas ou linguagens você conhece do trabalho dele? (Indicar com um X)
 - pinturas _____
 - gravuras _____
 - colagens _____
 - máscaras _____
 - estudos de azulejos _____
 - miniesculturas _____
 - obras de integração arquitetura e arte _____

3. Em que movimento artístico você enquadraria Athos Bulcão?

4. Como você percebe este movimento artístico? Descreva com suas palavras.

5. Cite algumas obras de Athos Bulcão .

6. Você sabe de obras de Athos Bulcão criadas para prédios, cidades, etc., que representem a integração da arte e arquitetura? Quais?

7. Descreva “esteticamente” o artista Athos Bulcão. Como você o percebe?

8. Quais são as fontes de informação que contribuíram para você conhecer o artista?
 - exposições de Arte _____
 - visita a Brasília e conhecimento “in loco” de suas obras _____

- literatura de Arte (periódicos, livros, catálogos de exposições)____
- notícias em jornal ou revista _____
- aula na PUC _____
- outras (quais?)_____

PÓS-TESTE:

Nome:

1. Após a visita, o que você conhece agora da vida profissional de Athos Bulcão? Quem é ele? (resumo biográfico do artista)

2. Que tipo de técnicas artísticas ou linguagens você conhece do trabalho desse artista?
 - pinturas_____
 - gravuras_____
 - colagens_____
 - máscaras_____
 - estudos de azulejos_____
 - miniesculturas_____
 - obras de integração arquitetura e arte _____

3. Em que movimento artístico você enquadraria Athos Bulcão?

4. Como você percebe este movimento artístico?

5. Cite algumas obras de Athos Bulcão (no máximo 5).

6. Você sabe de obras de Athos Bulcão criadas para prédios, cidades, etc., que representem a integração da arte e arquitetura? Quais?

7. Descrever “esteticamente” o artista Athos Bulcão. Como você o percebe?

8. Você consultou fontes de informação como o folder e o catálogo da exposição? Quais?

9. O quanto essas fontes contribuíram para acrescentar informação sobre o artista Athos Bulcão?