

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO NOROESTE FLUMINENSE DE EDUCAÇÃO SUPERIOR
PRODUÇÃO CULTURAL

LUISA DANIELA WASSERMAN

**MUSEUS DE BAIRRO – MUSEUS DE VINCULO:
UM ESTUDO DE CASO NO MUSEU DO INGÁ**

Niterói
2017
LUISA DANIELA WASSERMANZ

LUIZA DANIELA WASSERMAN

**MUSEUS DE BAIRRO – MUSEUS DE VINCULO:
Um Estudo De Caso No Museu Do Ingá**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação
em Produção Cultural da Universidade Federal
Fluminense, como requisito parcial para
obtenção do Grau de Bacharel

Orientador
Prof. Dr. Luiz Guilherme Vergara

Niterói
2017

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG

W322m Wasserman, Luisa Daniela
MUSEUS DE BAIRRO ? MUSEUS DE VINCULO: UM ESTUDO DE CASO NO
MUSEU DO INGÁ / Luisa Daniela Wasserman; Luiz Guilherme
Vergara, orientador. Niterói, 2017.
123 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção
Cultural)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e
Comunicação Social, Niterói, 2017.

1. Museu; aspecto educacional. 2. Museu de arte. 3.
Sociedade Civil. 4. Etnografia. 5. Produção intelectual. I.
Título II. Vergara, Luiz Guilherme, orientador. III.
Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e
Comunicação Social. Departamento de Arte.

CDD -

LUISA DANIELA WASSERMAN

**MUSEUS DE BAIRRO – MUSEUS DE VINCULO:
UM ESTUDO DE CASO NO MUSEU DO INGÁ**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel.

Aprovada em 01 de dezembro de 2017.

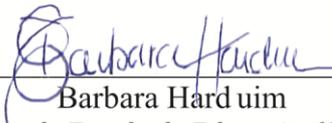
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Luiz Guilherme Vergara
Universidade Federal Fluminense



Prof. Dr. Wallace de Deus Barbosa
Universidade Federal do Rio de Janeiro



Barbara Harduim
Secretaria de Estado de Educação (SEEDUC)

Niterói
2017

Dedico a minha família
Ao meu filho
E ao futuro.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família por nunca ter deixado de acreditar em mim;

Ao meu filho, Lucas, pelo amor incondicional e por aguentar vários finais de semana a mãe estudando, você é a minha força;

Aos meus pais por todo amor e paciência e por sempre ter deixado claro que posso contar com vocês de perto e de longe;

Ao meu irmão, por colocar bom senso na minha cabeça e pela melhor amizade do mundo;

A TISSU cuja a simples presença já anima meu dia;

Ao Rafael por me fazer sorrir até nos momentos difíceis

Aos amigos, Diego, Thaís, Tiago, Priscila Josie e Cristian vocês são uma extensão da minha família.

A indústria do café, sem vocês esse trabalho não seria possível;

Agradeço a todos que dividiram seus dias e suas experiências comigo no universo dos museus, Andréa Telo, Angela Moliterno, Barbara Harduim, Caroline Bellomo, Clarissa Carminatti, Ivete Miloski, Mariana Várzea, Rômulo Morgado, Patricia Araújo, Yuri Maia, grande professor Wallace de Deus, e especialmente a Many Pereira, por mostrar diariamente que nada é impossível

Ao meu orientador Luis Guilherme Vergara pelo carinho, paciência e pelas conversas que sempre renderam importantes questionamentos e novas visões sobre as minhas experiências.

RESUMO

Este trabalho descreve a trajetória do Museu do Ingá, a partir do Lugar de Fala de 2014 à 2017, em sua ressignificação, enquanto museu de bairro, com a construção de pertencimento/vínculo/afeto realizada com seus vizinhos e o fenômeno de expansão de sua vocação cultural na valorização das raízes e fortalecimento de identidades regionais e nacionais. O museu do Ingá, casarão construído em 1860 para servir de residência, hoje um espaço público, com um rico acervo e uma frágil identidade que está em constante reconstrução. Por anos guardou a memória política do executivo fluminense numa representação de acervo que registra o modelo cultural Europeu e sua inserção no poder, excluindo, até o ano 2014 essa relação com seus vizinhos. Neste trabalho, o impacto da ótica dos sucessivos gestores e equipes do museu é expresso em termos qualitativos e quantitativos, através de etnografias visuais e mapeamento do crescimento dos diferentes tipos de público no período. A formação e estabelecimento de frágeis vínculos afetivo está registrado em relatos fotográficos, onde intenção curatorial das experiências é revelado. Sua identidade atual como um espaço de *cidadania cultural*, um espaço onde a cultura é tratada como um direito do cidadão e, numa perspectiva democrática, busca incluir culturalmente os excluídos ao acesso e reconhecer suas criações culturais, está reconhecida. Os eventos e ações culturais expansivas, propiciada por gestores e equipes integradas pelo pensar sistêmico, abriram seus portões para a sociedade local e toda a diversidade que esta abriga, evidenciando também a potencialidade de conquista de territórios vizinhos e instigando o potencial de agir dentro do Museu, transformando-o em um espaço de convivência dentro do conceito de uma *estrutura viva*.

Palavras-chave: Afeto. Museus de bairro. Vínculos. Museu de convivência. Comunidade. Etnografias Visuais. Estrutura viva.

ABSTRACT

This work describes the trajectory of the Ingá Museum, from the Place of Speech from 2014 to 2017, in its resignification, as a neighborhood museum, with the construction of attachment / bond / affection performed with its neighbors and the phenomenon of expansion of its cultural vocation in the valorization of the roots and the strengthening of regional and national identities. The Ingá museum, a mansion built in 1860 to serve as a residence, today is a public space with a rich collection and a fragile identity that is constantly being reconstructed. For years he kept the political memory of the Rio de Janeiro executive in a representation of the collection in the European cultural mode and its insertion in power, excluding until 2014 the relationship with its neighbors. In this work, the impact of the optics of the successive different lines of managements and teams of the museum is expressed in qualitative and quantitative terms, through visual ethnographies and mapping of the growth of the different types of public in the period. The formation and establishment of fragile affective bonds is recorded in photographic reports, where curatorial intent of the experiments is revealed. Its current identity as a space of cultural citizenship, a space where culture is treated as a citizen's right and, in a democratic perspective, seeks to include culturally excluded people to access and recognize their cultural creations, is recognized. The expansive cultural events and actions, provided by managers and integrated participative teams, opened their doors to the local society and all the diversity that it harbors, evidencing also the potential of neighboring territories and instigating the potential to act within the Museum, transforming it into a space of coexistence within the concept of a living structure.

Keywords: Affection. Neighborhood Museums. Ties. Museum of coexistence. Community. Visual Ethnography. Living structure.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Oficina de gravura do Museu do Ingá (2016)	11
figura 2	Print do evento do MAR no facebook	12
Figura 3	Perspectiva artística do Museu de Arte do Rio (MAR)	17
Figura 4	Centre George Pompidou em Paris	17
Figura 5	Mostra Trajetórias – Ingá / resgate a história fluminense como eixo curatorial	24
Figura 6	Mostra Trajetórias – Ingá / tecnologia e história	24
Figura 7	Mostra Trajetórias – Ingá / salas interativas	24
Figura 8	Mostra Trajetórias – Ingá / História impressa na parede	25
Figura 9	Mostra Trajetórias – Ingá / Sala Política, onde os visitantes podem se sentar na mesa que pertenceu aos governadores	25
Figura 10	Mostra Trajetórias – Ingá / Visitas medidas com o educador Rômulo Morgado	25
Figura 11	Mostra Trajetórias – Ingá / Visita mediada para um grupo de EJA com a estagiária Beatriz Barcelos	26
Figura 12	Mostra Trajetórias – Ingá / Roda de Conversa com os curadores Andréa Telo e Carlos Fernando	26
Figura 13	Mostra Trajetórias – Ingá / Oficinas	26
Figura 14	Mostra Trajetórias – Ingá / Construção de uma nova bandeira para o estado do RJ	27
Figura 15	Exposição Maloca do Ingá / ambientação da maloca	30
Figura 16	Exposição Maloca do Ingá / vitrines com legendas	30
Figura 17	Exposição Maloca do Ingá / diferentes formas de expor as peças	30
Figura 18	Exposição Maloca do Ingá / mesas com lápis e papel dentro da exposição para o público espontâneo	31
Figura 19	Exposição Maloca do Ingá / banner no gradil do museu	31
Figura 20	Exposição Maloca do Ingá / visitas mediadas para grupo de terceira idade	31
Figura 21	Exposição Maloca do Ingá / visitas mediadas para escola	32
Figura 22	Exposição Maloca do Ingá / oficina de escultura no ateliê com o arte-educador Rômulo Morgado	32
Figura 23	Quadro Lucilio de Albuquerque – Morro do estado	34
Figura 24	Exposição Paisagens / painel coletivo com fotos do bairro	34
Figura 25	Exposição Paisagens / roda de conversa no museu	34
Figura 26	Exposição Paisagens / Seu adão e Jefferson referências no Morro do Palácio	35
Figura 27	Exposição Paisagens / Subida no morro do Palácio com representantes locais	35
Figura 28	Exposição Paisagens / Ronilton, vulgo paulista, representante local	35
Figura 29	Exposição Paisagens / Encerramento da visita ao morro no MACquinho	36
Figura 30	Exposição Paisagens / Visita mediada com a estagiária do educativo	36
Figura 31	Exposição Paisagens / Oficina a <i>Cidade que Queremos</i>	36

Figura 32	Exposição Di Cavalcanti – em várias faces	38
Figura 33	Exposição Di Cavalcanti – em várias faces / projeto Grandes Formatos	38
Figura 34	Exposição Di Cavalcanti – em várias faces / mesas para autonomia de interação	39
Figura 35	Exposição Di Cavalcanti – em várias faces / almofadas criam um ambiente informal	39
Figura 36	Exposição Di Cavalcanti – em várias faces / visitas mediadas	39
Figura 37	Di Multissensorial – Oficina com o funcionário do museu	40
Figura 38	Di Multissensorial – Público vendado no primeiro andar	40
Figura 39	Di Multissensorial – Público sendo orientado ao segundo piso de olhos vendados	40
Figura 40	Di Multissensorial – Público ativando o tato através de objetos	41
Figura 41	Di Multissensorial – Público ativando o paladar através da degustação da laranja	41
Figura 42	Di Multissensorial – Oficina para todas as idades	42
Figura 43	Paisagens Culturais Fluminenses – Exposição de acervo externo com curadoria do Museu	44
Figura 44	Paisagens Culturais Fluminenses – Inauguração com a presença do meio artístico de Niterói	44
Figura 45	Paisagens Culturais Fluminenses – Roda de conversa com o artista	45
Figura 46	Paisagens Culturais Fluminenses – Visita do grupo Cultura Ativa a exposição com a mediação da parceira do museu, Sueli Mendonça	45
Figura 47	Exposição Carybé – Projeto Expográfico	47
Figura 48	Exposição Carybé – Painel exposto desmembrado	47
Figura 49	Exposição Carybé – Plotagem da representação do Painel inteiro	48
Figura 50	Exposição Carybé – A construção do imaginário indígena	48
Figura 51	Exposição Carybé – Recursos visuais -vídeos	48
Figura 52	Exposição Carybé – Visita espontânea a exposição	49
Figura 53	Exposição Carybé – Equipe do educativo preparando o material da oficina <i>Oryai Kyri</i>	49
Figura 54	Exposição Carybé – Visita mediada com escola	49
Figura 55	Exposição Carybé – reflexões a partir da oficina <i>Indio: Presente, Passado e Futuro</i>	50
Figura 56	Feira no Ingá - Barracas	52
Figura 57	Feira no Ingá – Barraca do Museu do Ingá	53
Figura 58	Feira no Ingá -Material a venda da oficina de Papel Reciclado do Museu	53
Figura 59	Feira no Ingá – Atração Musical – Banda Society	53
Figura 60	Feira no Ingá – Atração Musical – Banda Emancipinha com músicas sobre representatividade	54
Figura 61	Feira no Ingá – Leilão da exposição	54
Figura 62	Feira no Ingá – Visitante assinando o livro de visitação antes de subir para exposição	54
Figura 63	Feira no Ingá – Inauguração da exposição <i>Bicho e Seres do Outro Mundo</i>	55

Figura 64	Feira no Ingá – Atração – contação de história	55
Figura 65	Feira no Ingá – Atração – cordel	55
Figura 66	Feira no Ingá – Jardim como espaço de exploração e interação	56
Figura 67	Feira no Ingá – Atração – uso do jardim	56
Figura 68	Feira no Ingá – Mesas como espaços de interações	56
Figura 69	Descobrimdo o Mundo - direcionada para a primeira infância	59
Figura 70	Descobrimdo o Mundo - direcionada para a primeira infância	60
Figura 71	Descobrimdo o Mundo – Descoberta de novas sensações – painel sensorial	60
Figura 72	Descobrimdo o Mundo – Descoberta de novas sensações – textura	61
Figura 73	Descobrimdo o Mundo – Descoberta de novas sensações – a obra do artista do acervo do Museu	61
Figura 74	Descobrimdo o Mundo – Obra do Volpi geradora da intervenção	62
Figura 75	Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 1	62
Figura 76	Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 2	63
Figura 77	Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 3	63
Figura 78	Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 4	64
Figura 79	Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 5	64
Figura 80	Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 6	65
Figura 81	Descobrimdo o Mundo – Uso do espaço - possibilidades	65
Figura 82	Descobrimdo o Mundo – Usos do espaço – possibilidades 2 - chafariz	66
Figura 83	Descobrimdo o Mundo – Uso do espaço - possibilidades	66
Figura 84	Descobrimdo o Mundo – Pertencimento 1	67
Figura 85	Descobrimdo o Mundo – Pertencimento	67
Figura 86	Descobrimdo o Mundo – O público 1	68
Figura 87	Descobrimdo o Mundo – O público 2	68
Figura 88	Descobrimdo o Mundo – Pai e filha que estiveram presentes em todas as edições	69
Figura 89	Descobrimdo o Mundo – Sueli Mendonça – idealizadora do projeto – ensinando a fazer a bolhas de sabão	69
Figura 90	Fachada Museu do Ingá	71
Figura 91	Mapeamento das escolas do entorno do Museu do Ingá	73
Figura 92	Ida dos professores ao Museu do Ingá	74
Figura 93	Flyer - Delírios Itinerantes da boa viagem	75
Figura 94	Imagem do percurso Delírios Itinerantes da boa viagem	76
Figura 95	Livro de Visitação – Museu do Ingá	78
Figura 96	Perfil Acadêmico do Visitante Espontâneo – 2014	79
Figura 97	Perfil Geográfico do Visitante Espontâneo 2014 – Mundo	79
Figura 98	Perfil Geográfico do Visitante Espontâneo 2014 – Brasil	80
Figura 99	Perfil Geográfico do Visitante Espontâneo 2014 – Estado do RJ	80
Figura 100	Organograma da equipe – 2014 (n=31)	82
Figura 101	Distribuição do público em função das ações (dados de 2014)	82
Figura 102	Organograma da equipe – 2015 (n=25)	83
Figura 103	Distribuição dos públicos em função das ações (dados de 2015)	84

Figura 104	Organograma da equipe – 2016 (n=22)	85
Figura 105	Distribuição dos públicos em função das ações (dados de 2016)	86
Figura 106	Contabilização de público total no Museu do Ingá no período 2014-2016	87
Figura 107	Evolução de curtidas da página do museu no facebook de 2015 à 2017	88
Figura 108	Avaliações na página do facebook	88
Figura 109	Feedback sobre atividades propostas nas avaliações	89
Figura 110	Os visitantes que indicam o museu para um público potencial	89
Figura 111	Compreensão do público da situação real do Museu	89
Figura 112	Relação de afeto construída e engajamento do público em prol do Museu	89
Figura 113	Quanto mais interações com a postagem, maior será o alcance de público	90
Figura 114	Perfil do Instagram do Museu do Ingá	91
Figura 115	Percepção do público sobre o espaço	92
Figura 116	Percepção do público sobre o espaço	93
Figura 117	Percepção do público sobre o espaço	93
Figura 118	Percepção do público sobre o espaço	93
Figura 119	Percepção do público sobre o espaço	93
Figura 120	Percepção do público sobre o espaço	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –	Tabela I - Tipos de público	
------------	------------------------------------	--

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

A.C.	Antes de Cristo
AFAC	Associação fluminense de amparo aos cegos
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
D.C.	Depois de Cristo
EJA	Ensino de jovens e adultos
FUNARJ	Fundação de Artes do Estado do Rio de Janeiro
IBRAM	Instituto brasileiro de museus
MAM	Museu de arte moderna
MAR	Museu de arte do rio
MHAERJ	Museu de História e Arte do Estado do Rio de Janeiro
PNM	Política nacional de museus
SEC	Secretaria de Estado de Cultura
SMU	Superintendência de Museus
UFF	Universidade federal fluminense
UNESCO	United nations educational, scientific and cultural organization

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	1
1	MUSEU, DA ORIGEM À IMERSÃO PARTICIPATIVA DO PÚBLICO	5
1.1	A etimologia do museu e sua transformação no tempo	5
1.2	Espaços culturais e a sensação/construção de pertencimento/ vínculo / afeto – autonomia e potência de agir	12
2	MUSEUS DE BAIRRO (IDENTIDADE E AFETO) X MUSEUS DE ESPETÁCULOS (EXPANSÃO CULTURAL)	17
2.1	A gestão de afeto – vínculo – sustentabilidade	20
3	ESTUDO DE CASO; MUSEU DO INGÁ – IMAGEM E EXPERIÊNCIA / MUSEU IDENTIDADE EM TRANSFORMAÇÃO	23
3.1	Ensaio fotográficos / método-dispositivo de etnografia visual	23
3.1.1	<u>Ensaio Fotográfico 1– Mostra Trajetórias – Ingá</u>	24
3.1.2	<u>Ensaio Fotográfico 2 – Exposição Maloca do Ingá (2015)</u>	30
3.1.3	<u>Ensaio Fotográfico 3– Exposição Paisagens Culturais: intervenções no Estado do Rio de Janeiro</u>	34
3.1.4	<u>Ensaio Fotográfico 4 – Exposição Di Cavalcante</u>	38
3.1.5	<u>Ensaio Fotográfico 5 – Exposição Paulo Bittencourt</u>	44
3.1.6	<u>Ensaio Fotográfico 6 – Exposição Carybé e os múltiplos Índios</u>	47
3.1.7	<u>Ensaio Fotográfico 7 – Feira no Ingá</u>	52
3.1.8	<u>Ensaio Fotográfico 8 – Descobrindo o Mundo</u>	59
3.2	Breve histórico do museu do ingá	71
3.3	O entorno do museu	72
3.4	O público do museu do ingá	76
3.5	A gestão do museu do ingá e seu impacto no público (2012 – 2016)	81
3.6	Os canais de comunicação	87
	CONCLUSÃO	95
	REFERÊNCIAS	97
	APÊNDICE – IDENTIDADE VISUAL DAS AÇÕES	103

INTRODUÇÃO

No terceiro período do curso de produção cultural na Universidade Federal Fluminense -UFF, fui selecionada para compor a equipe do setor educativo do Museu do Ingá, em Niterói formada na época por uma coordenadora e uma estagiária (estudante de pedagogia). Durante meus cinco anos no Museu assisti a diversas mudanças de gestão e tive uma compreensão maior dos desafios de trabalhar em um órgão público, com verbas limitadas, como produtora cultural. Por outro lado, o vínculo criado, elaborou questionamentos e proposta que estão aqui traduzidos.

A abordagem utilizada nessa pesquisa pautou-se essencialmente no lugar de fala a partir a etnografia das imagens; na revisão bibliográfica e coleta de dados. A revisão bibliográfica estabeleceu a base da Cartografia e genealogia dos conceitos de museu de bairro; Lugares de resistência local ou alieanação neoliberal; Tópicos – diferenciais éticos: – *afeto* (ESPINOSA), *vinculo, convivialidade e comunidade* (ILLICH), nova museologia e a atualização dos debates nacionais e internacionais sobre os dilemas dos museus hoje. A coleta de dados, para a análise quantitativa e qualitativa do público foi feita a partir do livro de visitação do Museu do Ingá.

O presente trabalho pretende analisar as relações e reações do público, a partir do que proponho como ensaio fotográfico para o método-dispositivo de etnografia e registro visual de afetos, junto às principais ações que ocorreram dentro da instituição, no período compreendido entre 2014 a 2017, no Museu do Ingá. Busca-se através desta lente presencial captar as reações geradas desses encontros como relações e dimensões imateriais de *afetos* (ESPINOSA); e avaliá-las como instituintes e construtos da *identidade cultural* (RAMOS) do museu; como estabelecem *vínculos* existenciais e simbólicos através da convivência dentro do conceito de *estruturas vivas* (PONTY) que tomamos de Merleau Ponty.

Antes, porém, apresento o museu do meu afeto:

O Museu do Ingá foi outrora conhecido como Palácio do Ingá, devido a sua trajetória. O casarão construído em 1860 para servir de residência do médico José Martins Rocha, foi adquirido em 1903 por cem contos de réis, por Nilo Peçanha para servir como sede do Governo Fluminense, se afirmando assim como o Palácio do Ingá. A comunidade que existe no entorno do Museu leva o seu nome na sua formação, Morro do Palácio, suas histórias estão entrelaçadas, mas a presença dos moradores do morro no Museu passou por diversas fases. Os moradores mais antigos contam saudosamente sobre épocas que frequentavam a piscina do

Palácio ou sobre os momentos que entravam no jardim de forma furtiva para pegar as mangas das árvores. Com as mudanças de gestões do espaço, uma distância cada vez maior entre esses dois mundos foi surgindo.

Como o Palácio foi lugar da memória política do executivo fluminense e residência oficial de 43 governadores de 1904 a 1974, a história que era contada e representada nesse espaço pertencia apenas aos que estavam no poder, deixando de lado até o ano 2014 essa relação com seus vizinhos.

Em 2014, com o lançamento da logomarca do MUSEU DO INGÁ e da resignificação desse espaço através da elaboração do plano museológico, os vínculos afetivos com o entorno começaram a ser elaborados/explorados com a mostra “Trajetórias - Ingá: Do Palácio ao Museu do Estado” que resgatava, como uma de suas propostas, a memória da relação com os moradores do Morro do Palácio. Inclusive vídeo com depoimentos dos moradores faziam parte do acervo que estava em exposição. Além disso a nova proposta do museu visava se aproximar do seu público para entender às demandas de seus visitantes. O acervo do Museu do Ingá é variado e permite diversas abordagens, atividades e ações culturais. Ele é composto de coleções que contemplam diversas vertentes de escolas artísticas, indo da arte acadêmica ao naïf. Possui um amplo patrimônio de representações culturais. Atualmente o acervo museológico possui mais de 4 mil e 500 itens.

De acordo com SEPÚLVEDA (2002) “Os grandes museus brasileiros, geralmente associados a acervos de caráter nacional, obtêm em média 300 mil visitantes por ano”. Museus como o Ingá lutam para se manter e conseguir um público anual de 10 mil pessoas. Diante desse quadro, cada vez mais, estudos aprofundados de público desses espaços se fazem necessários. Quando se tem um espaço dotado de verba limitada pela gestão pública em crise, uma equipe enxuta e um valor crescente público e de ações ocorrendo dentro do espaço, o estudo desperta a reflexão sobre as formas de gestão dos espaços culturais, possibilitando sistematizar e desenvolver novas estratégias eficiente de ações atraentes ao público, democratizando o espaço público.

Uma das diretrizes estipuladas na carta de Santiago, em 1972, foi: “Que os museus devem criar sistemas de avaliação que lhes permitam determinar a eficácia de sua ação em relação à comunidade”, o presente trabalho busca através da etnografia das imagens apresentar os resultados qualitativos do trabalho que tem sido desenvolvido dentro da instituição.

Além disso, levantou-se dos relatórios da instituição, o número de público nos eventos ocorridos no Museu desde janeiro de 2014 até dezembro de 2016, com o objetivo de estabelecer uma relação entre o modelo de gestão o tipo de público que ela atrai.

Os objetivos que norteiam essa pesquisa compreendem por iniciar uma pesquisa qualitativa acerca do público do Museu do Ingá, buscando respostas sobre a reação aos esforços de apropriação do espaço pelo público, especialmente as comunidades de moradores locais nas relações de afeto e vínculo do museu como espaço de convivência.

Os dilemas e indagações que tentamos esclarecer foram formuladas por meio da observação participante da autora, inicialmente como estagiária do setor educativo, em seguida como funcionária do Museu do Ingá, desde 2012, sendo efetivada em 2013 como programadora visual e produtora cultural do espaço, a saber: “O público cria uma relação de afeto a partir das suas experiências / convivências nesses espaços”, “Como as diferentes gestões impactaram como catalisadores de novos e diferentes fluxos de visitação”; “As propostas conviviais pelas instituições contribuem para a construção da compreensão de pertencimento do entorno”. A análise dos dados quantitativos e a sensibilidade de compreensão dos registros fotográficos possibilitaram inferir o grau de veracidade dessas questões e levantar aspectos que direcionem a uma gestão de maior eficiência na construção de uma relação consolidada com o público, visto a potência frágil desses vínculos.

Porquanto, a pesquisa foi dividida em três capítulos. No primeiro capítulo, abordamos a parte teórica, pesquisamos na história a genealogia dos museus contemporâneos e as mudanças que acompanham as demandas de democratização, como isso ocorreu, percorrendo até as ressignificações desses espaços a partir da abertura para uma construção democrática de memórias a partir da constituição de 88. Neste capítulo abordaremos a pós trajetória dos museus com foco nas relações e sentidos de público dessas instituições e o boom dos museus a partir dos anos 80 no Brasil como parte de uma ressonância local a economia da cultura neoliberal e seus impactos e impasses. Como contraponto as tendências da democratização incluindo a construção do conceito de museu-escola pelo MAM-RJ – Museu De Arte Moderna do Rio de Janeiro, na década de 50.

No segundo capítulo apresentaremos os conceitos de dois modelos de gestão: museus de bairro e museus de espetáculo. Adentrando sobre a ótica de gestão de afetos/ vínculos e sustentabilidade das interações sociais para públicos diversificados dentro dos espaços culturais. A percepção do espaço através das relações de afeto vinculo.

Concluimos o capítulo 2 com as prospecções da nova museologia, com especial atenção a questão do pertencimento como uma via dupla, entre museu e sociedade.

No terceiro capítulo a partir da observação participante da pesquisadora, é apresentado o estudo de caso do Museu do Ingá, inicialmente sob o método-dispositivo de etnografia visual, seguidas de relatos que retratam a vivência da intenção curatorial a experiência. Como a abordagem sistêmica estabelece um paralelo entre os projetos curatoriais, as exposições e as programações paralelas diretamente ou não vinculadas com a exposição e os programas educativos da instituição.

Discurso sobre o histórico do Museu do Ingá da sua origem as diferentes gestões que o museu teve no período compreendido entre 2014 à 2016. Apresento o reconhecimento do entorno do museu, com suas características e potenciais. Descrevo os diferentes tipos de públicos apresentados na pesquisa e as ações.

Por fim abordo a fragilidade da identidade do museu, que, é construída como um reflexo de sua gestão. Apresento os diferentes canais de comunicação utilizados pelo museu e da importância do registro da percepção do público sobre o espaço. Essa voz, do público, que vai dar legitimidade ao espaço.

1. ORIGEM MUSEU-TEMPLO AOS DILEMAS DOS MUSEUS CONTEMPRANEOS

1.1 - A etimologia do museu e suas transformações no mundo contemporâneo

A busca obstinada pelo aumento da frequência de visitantes aos museus é uma prática recente, a partir da ampliação da compreensão do papel dessas instituições, para além de sua função inicial que se limitava muitas vezes ao recolhimento e armazenamentos dos objetos estimados considerados importantes pelos poderes vigentes. Atualmente o tópico da democratização do acesso a esse acervo, outrora tão reservado, tem norteado as políticas públicas de gestão de museus.

Para entendermos essas motivações na gestão dos museus é necessário voltarmos à origem. A palavra grega “*Mouseion*” é o étimo da palavra museu e significa “templo dedicado às nove musas”, que segundo a mitologia grega referem-se as filhas de Zeus e Mnemosine, divindade da memória. As musas eram entidades mitológicas cuja função era, para além de resguardar os tesouros da cultura, criar um lugar onde a mente, corpo e espírito tivesse condições de realinhamento com a unidade simbólica o intuito de fazer contato com a experiência estética de uma unidade e pertencimento do indivíduo e seu universo cultural.

Desde o primeiro prédio a ser nomeado Museu, em Alexandria 640 D.C., da formação dos gabinetes de curiosidade, no séc. XVI, às concepções dos Museus contemporâneos, a compreensão do uso desse espaço nunca ficou estagnada.

No século III A.C., na civilização Romana, a prática da exibição de coleções particulares nos templos abertos ao público em geral, foi um importante precursor para a prática da visitação aos locais destinados a exibições de obras de arte, mas nesse contexto, diferente da cultura grega, as exibições tinham viés de conotação de poder. Desde então as coleções transitam entre poder e condição de bem comum. Com o intuito de veneração, as coleções que buscavam demonstrar poder, nos remete as instituições contemporâneas atreladas a uma prática capitalista. A Criação de unidade Mesmo que esses templos não estivessem atrelados a concepções formais de uma instituição a serviço do público. SUANO (1986) descreve essa prática e o objetivo das exibições da cultura Romana, do seguinte modo:

As coleções dos templos eram perfeitamente visitáveis pelo público comum e algumas coleções eram abertas à visitação, como as do Imperador Agripa, que conclamava outros romanos a imitá-lo. O sentido de tais coleções era demonstrar “fineza, educação e bom gosto”, sobretudo em relação à Cultura Grega. (SUANO, 1986, p. 13).

No entanto durante o período do renascimento, por interesse dos gestores, os acervos eram abertos exclusivamente para a elite e pessoas selecionadas dentro da sociedade. Cabe observar que o entendimento do valor da democratização desse saber cultural ainda não tinha sido teorizado, e por consequência, o uso do espaço era regido por códigos que favoreciam a exclusão, como pode-se deduzir de BOURDIEU (2003):

Se tal é a função da cultura e se o amor pela arte é exatamente a marca da eleição que, à semelhança de uma barreira invisível e intransponível, estabelece a separação entre aqueles que são tocados pela graça e aqueles que não a receberam, compreende-se que, através dos mais insignificantes detalhes de sua morfologia e de sua organização, os museus denunciem sua verdadeira função, que consiste em fortalecer o sentimento, em uns, da filiação, e, nos outros, da exclusão. Nesses lugares santos da arte em que a sociedade burguesa deposita as relíquias herdadas de um passado que não é o seu, palácios antigos ou grandes mansões históricas aos quais o século XIX acrescentou edifícios imponentes, construídos quase sempre no estilo greco-romano dos santuários cívicos, tudo contribui para indicar que, à semelhança da oposição entre sagrado e profano, o mundo da arte se opõe ao mundo da vida cotidiana: a intocabilidade dos objetos, o silêncio religioso imposto aos visitantes, (BOURDIEU, 2003, p.168)

Os museus passaram a ser abertos ao público indiscriminadamente após a Revolução Francesa, com o intuito de instruir a nação, e desenvolver, como vemos nas práticas dos museus contemporâneo uma identidade reflexo dos valores e diretrizes da gestão. Segundo SUANO (1986), esta foi uma das formas encontradas pela burguesia para se consolidar no poder e garantir a preservação do patrimônio. Em 1793 temos a abertura para todos os públicos do Museu do Louvre em Paris, de acordo com OLIVEIRA (2008) ele abre ao público com novas funções: a de educar o indivíduo, estimular o senso estético e afirmar a identidade nacional.

No Brasil as primeiras instituições museológicas também datam do século XIX. Em 1818 temos a criação do Museu Real, atualmente conhecido como Museu Nacional, criado por D. João VI. Com caráter científico contava com exemplares de objetos trazidos por naturalistas, instrumentos e coleções mineralógicas, artefatos indígenas e objetos doados pela

Família Real. O objetivo dessa instituição era deixar o Rio de Janeiro com ares europeus, já que era a capital do Reino de Portugal.

Na segunda metade do século XIX outros museus foram sendo criados pelo país. Após a proclamação da República as instituições passaram a ter um caráter nacionalista. Visando a construção da imagem do Brasil para o exterior. Mesmo dentro dessa construção de identidade própria, nossa maior influência nesse setor sempre foi a Europa.

Desde a criação das primeiras coleções oriundas dos gabinetes de curiosidade, a formação de instituições atualmente centenárias, o conceito de museu continua em construção (mudança) ao redor do mundo, nesse panorama instituições e leis foram criadas com objetivos de nortear, fortalecer e dar legitimidade a essa estrutura, como a criação do IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus) em 2009, cuja função oficial citamos a seguir:

O órgão é responsável pela Política Nacional de Museus (PNM) e pela melhoria dos serviços do setor – aumento de visitação e arrecadação dos museus, fomento de políticas de aquisição e preservação de acervos e criação de ações integradas entre os museus brasileiros. Também é responsável pela administração direta de 29 museus. (IBRAM, 2009)

O Instituto Brasileiro de Museus pauta sua definição de Museu de acordo com a legislação brasileira, com a Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009:

“Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.”

Apesar da definição sobre museu ter sido publicada em 2009, algumas diretrizes já haviam sido estabelecidas na Carta de Santiago em 1972:

1. Um dos resultados mais importantes a que chegou a mesa-redonda foi a definição e a proposição de um novo conceito de ação dos museus: o museu integral, destinado a proporcionar à comunidade uma visão de conjunto de seu meio material e cultural. Ela sugere que a UNESCO utilize os meios de difusão que se encontram à sua disposição para incentivar esta nova tendência. (Recomendações apresentadas à UNESCO pela Mesa-Redonda de Santiago do Chile, 1972)

A partir dos anos 80, tivemos um boom de museus no Brasil. De acordo com o IBRAM, tendo um crescimento expressivo até a primeira década do século XXI. Esse crescimento foi resultado da massificação da difusão cultural como reflexo da Constituição de 88. Com a ampliação do conceito de patrimônio cultural, passando a contemplar o imaterial, os movimentos sociais populares buscavam, através de representações institucionais, reafirmar a sua identidade e reconhecer sua existência por meio do “resgate” de suas memórias. Esse reconhecimento também esteve presente nas diretrizes da Carta de Santiago.

A partir desse momento ocorre dentro desse cenário de proliferação uma ressignificação desses espaços, o público passa a se identificar com as histórias que estão sendo contadas, pois são suas histórias guardadas como tesouros e isso vai gerar um novo parâmetro de sentido de público nos museus pela relação de afeto, vínculo e pertencimento. Uma das principais evoluções ou demandas qualitativas para esse espaço público é quanto ao acesso e produção de significação junto às exposições e acervos e sua influência ou participação na construção de novas narrativas ou quebra das narrativas hegemônicas.

ARANTES (1995) coloca esse crescimento sobre um outro olhar para além da importância das múltiplas representações e nos faz questionar a sua real intenção abordando uma visão de interesse político:

“Não compreenderemos o significado da atual proliferação dos museus se imaginarmos que algum novo surto de amor à arte [e, tomo a liberdade de adicionar, à ciência e à história] tomou conta da humanidade; ao contrário, devemos desconfiar que seja um sintoma, sem dúvida eloquente, de um novo estado de coisas. De fato, vivemos numa época onde a cultura passou ao primeiro plano dos debates e da atenção dos políticos – de um momento para o outro o interesse pela cultura parece ter se generalizado [...]. Substituindo-se à política, o estético vai reduzindo os conflitos à dimensão da aparência.” (ARANTES, Otilia 1995 “O perfil dos museus na era da cultura”)

As mudanças se solidificaram ao longo das décadas indissociáveis de seus impasses seguintes ao boom, a partir do aprofundamento do interesse político e econômico que se deu com a compreensão do novo papel para o Museu, como um espaço potencial de entretenimento de massa, como esclarece HYUSSEN (1997) “O papel do museu 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-scènes espetacular e de exuberância operística”.

A partir dessa conjuntura o Museu passa a ser visto como um território neoliberal, de acordo com SEGALL (2001):

“As estatísticas mostram uma súbita proliferação de museus no mundo todo e a gradual substituição de seu caráter elitista por um caráter de massa, em meio a uma globalização cultural que permeia todo o campo dos museus, desde os grandes museus centrais aos locais, e que não só os mascara de simbolismos adequados à nova ideologia globalizante neoliberal, mas chega a lhes atribuir em certos casos, como o Beaubourg e a Pirâmide do Louvre, valores simbólicos da "grandeza da nação" (SEGALL, Mauricio, 2001, p. 119)

Essa disseminação de novos espaços que contemplam diversas culturas de acordo com SEGALL (2001) criam a ilusão de inclusão cultural, mesmo dentro de um contexto de exclusão social. O Museu passa a ser um objeto a ser consumido, uma distração para a massa.

Um dos principais debates atuais é sobre a função do Museu na sociedade, sobre o seu papel como educador e ativador de questões atuais, para além da passiva exibição de megaexposições que geram um fluxo de visitantes sistemáticos. O Museu como um produto ou gerador de relações e instigador de nichos.

A partir destes questionamentos pós-modernos do papel do museu, em sua maioria da crítica institucional europeia ou norte-americana, toma-se o exemplo do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro inaugurado no pós-guerra, seguindo os modelos do MoMA, com o conceito de museu-escola em 49, contando inicialmente com uma galeria em um salão cedido pelo Banco Boavista dentro de um prédio assinado por Niemeyer. Inicialmente como fruto da iniciativa privada sem acervo próprio e sem grande repercussão junto ao público, representa um paradigma da ideologia americana que também se reflete em São Paulo no MASP.

Na década de 50 se instala no Palácio Capanema e tem início a aquisição de acervo, com doações de Rockefeller. O MAM é automaticamente incorporado ao plano de modernização e expansão paisagística da cidade do Rio de Janeiro. Em 1954 Affonso Eduardo Reidy projeta o prédio do museu junto com a expansão da cidade dentro dos jardins projetados por Roberto Burle Marx e em 1958 é concluída a construção do Bloco Escola que passa a ser a sede do MAM. O perfil da instituição seguia um modelo cosmopolita americanizado incluindo uma educação estética voltada aos valores da arte moderna, ainda sim consumista, deixando a característica de salão aristocrático para se tornar uma instituição emblemática do modernismo.

A diretriz norteadora desse novo espaço é lançada, que segundo a instituição, é a formação de um espaço simbólico cujo o objetivo é o de educar as massas, criar no homem comum o gosto pela arte. Desse modo a identidade se constrói sobre o conceito de um *museu-escola*, aberto ao grande público. No discurso de inauguração do bloco Escola vemos esse conceito explicitado pelo então presidente da República KUBITSCHKE (1953):

[...] este Museu não será apenas um mostruário passivo, uma coleção de finas produções escolhidas entre o que de mais expressivo e original tem criado a arte de nosso tempo. Será também, e essencialmente, uma escola. Muito significativamente, começou-se este conjunto pelo edifício destinado à Escola de Criação Artística. Pretendeu-se equipar o país com a urgência que o nosso desenvolvimento cultural e econômico reclama, de uma instituição em moldes modernos, capaz de incentivar a atividade criadora, pelo preparo técnico e intelectual de alta categoria. Uma escola de nível universitário [...]. Assim, este Museu constituirá um ativo centro de vivência artística, quer pela ação de suas mostras de arte, quer pelo trabalho pedagógico de feição nova que desenvolverá entre nós. (KUBITSCHKE, Juscelino, Boletim do MAM n.º4, janeiro 1953, pág. 9)

Com a fomentação de um espaço que privilegiava os estudos de arte, nos moldes da Bauhaus, em 1959, o atelier de gravura do MAM-RJ foi inaugurado sob a direção da gravadora Edith Behring com aulas do franco-alemão Johnny Friedlaender. A oficina tinha como características uma estrutura de ponta e liberdade de expressão artística.

Em 59, com o retorno de Friedlaender para Europa, quem assume o curso de gravura é Behring acompanhada de destacados artistas, com Anna Letycia. Durante sua gestão a preocupação era a de passar minuciosamente um lado técnico tradicional, sem perder de vista a liberdade e exploração de novas técnicas acompanhando as necessidades de expressão dos artistas.

A arte de gravar e suas diversas técnicas são ensinadas ali não para que os alunos repitam automaticamente a lição de seus orientadores, senão para permitir a cada um a revelação de seu mundo próprio, mediante a busca e o encontro das formas que o exprimam. Esse tem sido o sábio critério de Edith Behring. (MACHADO, Aníbal. Catálogo MAM-Rio, out. 1963)

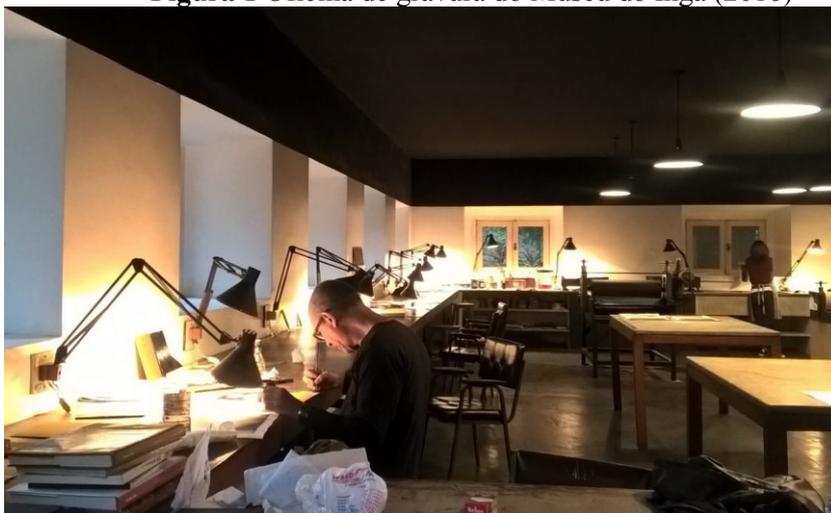
Em 1966 Carmem Portinho, responsável pelas obras de construção do ateliê, e pela manutenção do curso de forma livre, desatrelado a mensalidades, deixou o museu. Sendo substituída pelo diretor executivo Maurício Roberto, cuja diretora adjunta, Madeleine Archer, imprimiu novos ares à orientação do ensino da instituição. A manutenção dos cursos passou a

ser garantida através da cobrança de altas mensalidades e a estrutura, outrora impecável, passa ficar deficitária.

Nesse período diante dessas mudanças, com a descaracterização de curso livre e a inclusão de altas mensalidades e a obrigação de cursos teóricos de história e análise crítica Edith Behring e Anna Letycia pedem afastamento da gestão do ateliê. Observa-se ainda o início de um período de tendências à arte conceitual, o interesse das novas vanguardas em uma “Nova Objetividade” de 1967, sintetizada por Helio Oiticica. As oficinas de gravura perdem sua atenção como produção artística de vanguarda das novas gerações.

Behring se afasta das oficinas, mas Anna Letycia Em 1977, instala em Niterói a Oficina de Gravura no Museu do Ingá (figura 1), que coordena até 1998. Anna Letycia implantou uma coordenação inovadora preocupando-se em não alijar a gravura dos debates contemporâneos e interseções com outras linguagens. Para ela a oficina era um “local de trabalho, um campo de pesquisa, troca de informações e experiências”. Esse pensamento de experimentação, mas também de rigor e método, priorizado pela artista tornou a Oficina do Ingá um polo central para a cena artística de Niterói e do Rio de Janeiro. A oficina projetou artistas da geração 80 e reuniu professores como Alair Gomes, Aluísio Carvão e Rubem Grilo. Ela seguiu os moldes iniciais da oficina do MAM antes da mudança drástica de pensamento e gestão.

Figura 1 Oficina de gravura do Museu do Ingá (2016)



Fonte: Luisa Wasserman

1.2 Espaços culturais e a sensação/construção de pertencimento/ vínculo / afeto – autonomia e potência de agir

A partir da década de 80, com a ampliação da compreensão do papel do visitante dentro das instituições, as ações culturais passaram a ser compreendidas como um método de transformar a relação dos visitantes com o espaço, dando ênfase na construção de uma relação de afeto, criando um vínculo afetivo e posteriormente aumentando do fluxo de visitação espontânea dos espaços culturais. Para SANTOS (1994):

“[...] o espaço tem um papel privilegiado, uma vez que ele cristaliza os momentos anteriores e é o lugar de encontro entre esse passado e o futuro, mediante as relações sociais do presente que nele se realizam.” (SANTOS, 1994, p. 122)

No entanto, para se tornar um espaço cultural ele precisa ser reconhecido como tal pelo seu público e pelo entorno, e, para que isso aconteça, é necessário a proposta de ações. Não basta se auto intitular, esse reconhecimento precisa vir de forma externa à instituição, ele precisa ser reconhecido como um espaço cultural. São os relatos que estão incumbidos da transformação do lugar em espaço cultural.

[...] espaço como conjunto contraditório, formado por uma configuração territorial e por relações de produção, relações sociais; e, finalmente, [...] o espaço formado por um sistema de objetos e um sistema de ações. Foi assim em todos os tempos, só que hoje os fixos são cada vez mais artificiais e mais fixos, fixados ao solo; os fluxos são cada vez mais diversos, mais amplos, mais numerosos, mais rápidos. (SANTOS, 1994, p. 110)

O livro Princípios Básicos da museologia sintetiza “Ação Cultural” como tudo que pode ser oferecido à comunidade em forma de cultura. (COSTA, 2006, p. 77) sensibilizando através das ações a comunidade e a tornando ciente ao fator cultural. As ações, sejam elas eventos culturais, oficinas, visitas guiadas, palestras, são vitais para criar locais de experimentos e vivências.

De acordo com Teixeira Coelho “[...] define-se a ação cultural como o processo de criação ou organização das condições necessárias para que as pessoas e grupos inventem seus

próprios fins no universo da cultura.” (COELHO, 1999, p.33). A *cultura viva* é o resultado dessa ação. Construída a partir da relação dos sujeitos entre si e com a arte. A ação cultural usa a arte a partir das suas possibilidades de interações, convivências, como um meio para criar laços sociais, afetos. Nas palavras de SPINOZA (2009, p. 163): “Por afeto compreendo as afecções do corpo, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada, e, ao mesmo tempo, as ideias dessas afecções”.

Para Luciene Ramos a finalidade última da ação cultural, portanto, seria a construção da *identidade cultural*, instância que possibilita que o indivíduo se reconheça como um ser cultural, inserido em um espaço e um tempo determinados, e estabeleça vínculos efetivos com seu entorno (RAMOS, 2007. P.7).

A partir dos vínculos criados, altera-se a relação do indivíduo com o espaço. O espectador sai de sua passividade e é instigado a interagir. A partir dessa interação vem a compreensão de pertencimento e uma nova interpretação do uso desse espaço, que agora passa a se dar de fato: *pertencente a um povo*, a *uma* coletividade. Você instiga e ativa o cidadão a se tornar um proponente para o uso dessa ferramenta cultural. Com o tempo e com a continuidade das ações que não devem ser eventos pontuais e sim propostas constantes, o visitante se apropria e passa a ter autonomia dentro desse lugar. Dando ao lugar por fim feições de um espaço público.

A partir dessa concepção de espaço público podemos citar o conceito de *Instituições Convivenciais* (ILLICH, 1974) que são caracterizadas por sua vocação de servir à sociedade e pelo fato de que elas são utilizadas espontaneamente por todos os membros da sociedade que delas participam voluntariamente. Para ILLICH,

Os museus de arte e cultura, ao exporem as suas coleções de forma compreensível e acessível pela maioria, não se restringindo a um grupo seletivo de iniciados, permitem tanto a identificação do público com a sua cultura como o entendimento das outras, possibilitando a preservação dos costumes e saberes tradicionais, além da aceitação da diversidade não apenas como curiosidade, mas como meio de convivência entre os povos e destes com o planeta. Os museus ao aceitarem esses compromissos como seu Norte, tornam-se também modelos de ferramentas convivenciais. [...]

Ao museu resta a alternativa ética de contribuir para a formação de comunidades mais conscientes de suas tradições, culturas e responsabilidades para com o outro, portanto, para com o seu planeta, para com o futuro, caso se assumam como ferramenta convivencial, como instrumento para o compartilhamento do conhecimento. (PINHEIRO, Marcos José, 2004, p. 242)

É muito importante conhecer a comunidade do entorno de modo que as ações propostas sejam do interesse do coletivo. Mas isso sempre foi uma preocupação de algumas gestões sobre como a abertura de um museu à participação social possa alterar sua função inicial, seus princípios valores e missões. CASTELLIS (1999) diz haver limites nessa abertura:

Há limites que se relacionam com o sentido de pertinência, de territorialidade; portanto, neste caso, o museu terá uma definição de campo para atuar e, possivelmente, não poderá ir além dele. Pode ocorrer também que pelas características que fundaram o museu – por assim dizer, o desejo de permanência de certa memória e identidade – torne-se quase impossível promover mudanças na instituição com o intuito de conquistar novos públicos. Isto ocorre no caso de certos museus que guardam e fomentam a identidade de uma comunidade que passou por dificuldades de estruturação e fixação. Caso a situação permaneça, ela é refletida pelo museu, e torna-se difícil o trato com novos públicos (CASTELLIS, 1999).

Se por um lado promover essa abertura possa gerar um desvio de função do espaço, não o compreender nem reconhecer sua existência é se pautar em um modelo arcaico, segregador. Essa compreensão se enquadra nos moldes de uma *museologia social*. De acordo com MOUTINHO(1993):

Este esforço de adequação, reconhecido e incentivado pelas mais importantes instâncias da museologia, foi sintetizado pelo Director Geral da Unesco, Frederic Mayor, na abertura da XV Conferência Geral do ICOM da seguinte forma: o fenómeno mais geral do desenvolvimento da consciência cultural - quer se trate da emancipação do interesse do grande público pela cultura como resultado do alargamento dos tempos de lazer, quer se trate da crescente tomada de consciência cultural como reação às ameaças inerentes à aceleração das transformações sociais tem no plano das instituições, encontrado um acolhimento largamente favorável nos museus.

Esta evolução é evidentemente, tanto, qualitativa como quantitativa. A instituição distante, aristocrática, olimpiana, obcecada em apropriar-se dos objectos para fins taxonómicos, tem cada vez mais - e alguns disso se inquietam - dado lugar a uma entidade aberta sobre o meio, consciente da sua relação orgânica com o seu próprio contexto social. A revolução museológica do nosso tempo - que se manifesta pela aparição de museus comunitários, museus 'sans murs', ecomuseus, museus itinerantes ou museus que exploram as possibilidades aparentemente infinitas da comunicação moderna - tem as suas raízes nesta nova tomada de consciência orgânica e filosófica". (MOUTINHO, Mário, 1993, p. 7)

Atualmente, dentro de um contexto de *economia cultural*, alguns centros culturais, na sua maioria, objetos de marketing de empresas privadas, perderam o foco do seu campo para atuar na missão de ativar o espaço, levando o maior número de cidadãos que puderem do

entorno ao espaço físico do museu, transformando seus jardins em grandes casas de festas com atividades que não se relacionam com o conteúdo que estaria sendo apresentado pela instituição. O MAR (Museu de Arte do Rio) passou a realizar a ação “Mar de Música” nos seus pilotis.

Figura 2 - Print do evento do MAR no facebook

Detalhes

O MAR traz para os pilotis do museu o grupo goiano [Carne Doce](#), o DJ [Rodrigo Cavalcanti](#) e o VJ [Miguel Bandeira](#)

Com dois discos lançados, o Carne Doce — formado por Salma Jô, Macloys Aquino, João Victor Santana, Ricardo Machado e Aderson Maia — apresenta um instrumental intenso e psicodélico. E para completar a noite, Rodrigo Cavalcanti, que produz as festas Junkie Session, Balkanica e Pernambeat, mistura música brasileira, cigana, afrobeat, reggae, dub, rock, entre outros ritmos.

Classificação indicativa: livre.

Ingressos
>> R\$ 5 (meia)
>> R\$ 10 (inteira)
:: Compras antecipadas, até a véspera do evento (dia anterior), terão o valor de meia-entrada.
:: No dia do evento a meia-entrada estará disponível somente para estudantes, idosos, jovens de até 21 anos, conforme legislação vigente.
:: Gratuito para crianças de até 5 anos.
:: Cada pessoa pode comprar até 4 ingressos.
:: Não haverá venda online para o MAR de Música.
:: Vizinhos do MAR devem retirar a sua gratuidade apenas no dia do evento. Cada Vizinho pode retirar 1 ingresso.

Informações importantes sobre o evento MAR de Música
:: O ingresso oferece entrada única, ou seja, não é permitido retornar ao evento após saída.
:: Para acesso ao evento é necessário passar por detectores de metais e revista.
:: É proibida a entrada com embalagem de vidro ou metal.
:: É proibida a venda de bebidas alcóolicas a menores de 18 anos.
:: É proibido fumar dentro da área interna do museu. O evento terá uma área reservada para fumantes.

MAR de Amigos
Doe R\$ 10 para o MAR, torne-se amigo e garanta a sua entrada, sem pegar fila, e um tíquete para uma cerveja no [Cristóvão Café e Bistrô](#) (nos pilotis do MAR).

* Apenas 20 ingressos e tíquetes disponíveis.

Fonte: Facebook

Nota-se que o evento criado (figura 2) dentro de um espaço de museu não divulga as exposições que estão em cartaz e não faz uma ponte do evento com o espaço. É um show em um jardim, que poderia ser qualquer jardim que não modificaria seu conteúdo, nem seu perfil de público. Porém deixa claro a busca do museu de levar esse novo público para dentro dos seus portões. Mas não fica claro o interesse em desenvolver um diálogo. O MAR é gerido por uma organização social, selecionada pela prefeitura do Rio. É mantido pelo Grupo Globo e patrocinado pelo BNDES. Empresas que assim assinam sua marca e fazem seu marketing através dessas ações da indústria cultural.

“O brasileiro não tem o hábito de ir a museus e não há como negar o comentário de DAMATTA (1979) em Carnavais, Malandros e Heróis, de que o brasileiro vai a festas e carnavais, mas não visita museus”. A partir dessa compreensão do público brasileiro desenhada por SEPULVEDA (2002) nos cadernos de sociomuseologia, a complementação da programação dos “elefantes brancos” com festas e happy hours passam a ser justificadas como uma estratégia para expansão do seu público. Foi a forma de ampliar o quantitativo de visitantes do Museu, mas sem se preocupar com o qualitativo da experiência dentro do espaço. A função do museu de propor uma experiência única com o que está sendo exposto fica em segundo plano, sendo o mais importante colocar gente dentro daquele lugar.

Nesse contexto existe sim uma democratização do uso do espaço, não focado na democratização quanto ao grupo cultural que está sendo contemplado pela atividade, mas sim a democratização da função a partir de um desvio da mesma.

Quando existe o movimento em democratizar o espaço cultural e quebrar barreira para que novos grupos possam ser incluídos na contemplação do espaço, o papel de um produtor cultural, serviria de intermediário entre a gestão e a sociedade. A partir de diálogos e mapeamento dos aspectos culturais dos diversos grupos presentes na comunidade a sua função seria a de mediar novas propostas que relacionam o espaço, dentro de sua função, com os diferentes grupos que devem se apropriar de modo a se reconhecerem nesse local. Se tornando assim um espaço praticado, como diria CERTEAU (2008), diferenciando-se, a partir da convivência e do afeto, um espaço, não lugar de um lugar.

2. MUSEUS DE BAIRRO (IDENTIDADE E AFETO) X MUSEUS DE ESPETÁCULOS (EXPANSÃO CULTURAL)

Os novos modelos de Museus inseridos no contexto de Centros Culturais são pautados na construção de enormes elefantes brancos (figura 3) a princípio sem nenhuma familiaridade com o conhecido. São uma extensão do mundo midiático, para suprir uma demanda da cultura de massa. Com um bom plano de divulgação é capaz de permanecer sempre lotado, mas sem estabelecer vínculos. Apenas um bilhete vazio com o intuito de vender o status de “ter cultura”.

Figura. 3 - Perspectiva artística do Museu de Arte do Rio (MAR)



Fonte: Divulgação/VEJA

Em 1977, o Centro Cultural Pompidou (figura 4) foi inaugurado em Paris. Ele serviu de molde para centros do mundo inteiro. No Brasil não poderia ter sido diferente. Aqui teóricos como Luis Milanese criticam que ao importarmos esse molde da Europa, focamos apenas no conceito de criar um espaço monumental, mas esquecemos de trazer a preocupação com o que vai ocorrer dentro do espaço.

Figura 4 - Centre George Pompidou em Paris



Fonte: <http://parisporpaulopereira.com/>

Centros culturais como o Pompidou (1977) foram criados para se tornarem uma fábrica efetiva de cultura, com novas atividades sendo constantemente propostas com intuito do estímulo de uma reflexão. Criados para romper com o conceito de museu como bastião da alta cultura, eles buscam se desprender da elite e atrair o público de massa, através do mecanismo da indústria cultural (BÜRGER, 2008). Não trabalham diante da demanda passiva de visitação. Eles a instigam. Quando tratamos da gestão de um espaço público cultural no Brasil e no exterior, percebemos que a principal diferença é a preocupação com a sustentabilidade do lugar. No Brasil a principal preocupação é a inauguração de um espaço e no exterior percebemos preocupação com a continuidade do projeto. No caso do Pompidou, leis foram criadas na sua formação que garantissem a dotação orçamentária para a manutenção de suas atividades, e decretos que desenham a sua função:

Este estabelecimento público favorece a criação das obras de arte e do espírito; contribui para o enriquecimento do patrimônio cultural da nação, da informação e da formação do público, da difusão da informação artística e da comunicação social. (...) Ele assegura o funcionamento e a animação, em conjunto com os organismos públicos e privados que lhe são associados, de um conjunto cultural consagrado a todas as formas de criação artística, notadamente no campo das artes plásticas, da pesquisa acústica e musical, da estética industrial, da arte cinematográfica, assim como a leitura pública (MILANESI, 1990, p.29, 30).

As Megaexposições não possuem uma definição cartesiana, mas na sua ampla compreensão são caracterizadas como exposições de curta duração, que atraem um grande número de visitantes, com curadoria, acervo e patrocínio próprio. Elas se instalam em instituições já estabelecidas e levam obras mundialmente conhecidas, como Picasso, Monet, Tarsila do Amaral, entre outros artistas. São exposições que possuem um alto custo, sendo boa parte investida em propaganda maciça e possuem apoio de empresas que usam a cultura para se autopromover com uma imagem positiva.

As megaexposições são executadas por uma equipe de produção externa ao museu, a instituição apenas cede o seu espaço. Muitas delas são itinerantes e rodam o mundo, então não existe uma curadoria específica para o contexto que a instituição está inserida. Ela pensa apenas no desenvolvimento da apresentação das obras e sua interação com um público geral, sem rosto.

SEPULVEDA (2000), criticou também o perfil do público que comparece a essas exposições, são pessoas com poder aquisitivo elevado, que tem acesso à cultura e que já estão

familiarizadas com os artistas mundialmente famosos. Mas não existe uma ação para conscientizar os habitantes que não tem acesso a esse conteúdo cultural. Ou seja, não existe uma ação de sensibilização das exposições com quem nunca ouviu falar sobre Monet. Ela diz ainda que “É importante, ressaltar, portanto, que, no Brasil, um “fenômeno de massas” muitas vezes traduz-se por um “fenômeno de massas elitizadas”.

Nos cadernos de sociomuseologia, SEPULVEDA (2009), adiciona mais um ponto central das megaexposições, que é o consumo, segundo ela:

“Estas exposições trazem com ela um conjunto de pequenas empresas que apelam para os desejos de consumo do público, procurando criar novas mercadorias. A criação de Monetmania, Rodinmania ou Picassomania é possível através não só da imprensa, mas de um número de cafés, restaurantes, quiosques e livrarias que vendem souvenirs, catálogos, cartazes, livros, comidas, todos relacionados de uma forma ou de outra à mostra. [...] O desejo exacerbado de consumo de objetos relacionados à mostra resulta do fato de a mostra ter um caráter temporário” (SEPÚLVEDA, 2009 p. 89).

Em contraponto temos os Museus de bairro que surgiram como uma proposta para trabalhar a história, as memórias e identidades locais. O Museu de Bairro possui na sua essência o intuito de estabelecer vínculos com a comunidade à qual está inserido.

Na literatura reconhecemos um Museu de Bairro como um lugar cujo seu principal enfoque é sobre a história e cultura da sua localidade. No caso desse trabalho proponho que ampliemos esse conceito para além da memória, mas para a formação de um local dinâmico de movimento de subjetivações e ressignificações da instituição, seu sentido de público através do uso. Um museu que é apoderado pelos moradores do bairro como seu espaço de direito, bem comum, onde eles passam a ter uma voz ativa e simplesmente ser representado não basta.

É compreendido que as tradições locais moldam os espaços culturais e quanto mais forte for a relação da vizinhança com o museu, mais visível isso será traduzido através das propostas abarcadas pela instituição na sua programação.

Se a gestão está aberta ao seu entorno, se existe espaço para se comunicar, irá se formar uma relação de afeto. É uma gestão humana que compreende que além da preservação estamos atendendo um público e não a um grupo elitizado específico, como já foi no passado. Mas o Museu passa a atender os seus vizinhos, assim sendo validada por eles. Ao ser

reconhecido pelo dono da padaria, pela associação de moradores do bairro, pelo senhor que se senta no jardim do museu para ler seu jornal nos finais de semana, o Museu passa a existir.

2.1 A gestão de afeto – vínculo – sustentabilidade

As propostas contemporâneas de gestões de afeto, reestruturam alguns conceitos primordiais do universo museal. O museu passa a ser compreendido como uma estrutura viva capaz de estabelecer relações e conexões com os indivíduos que fazem uso desse espaço. E traz à tona uma nova visão de um público ativo que é capaz de se relacionar com as ações propostas pelas instituições. De acordo com a museóloga Rosane Carvalho, atualmente, pensar nos públicos apenas como espectadores reduz seu papel a meros consumidores.

O Grupo de Planejamento Setorial de Museus, criado pela Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro (SEC) encomendou um texto que pudesse nortear as ações para apontar diretrizes e estratégias de políticas públicas de cultura no setor de museus. Por gestão de afeto de identidade compreende-se,

gestão de afetos como qualificação ética que se distingue exatamente pelo grau de reconhecimento da diversidade de públicos e de visões e vozes que acompanham as mudanças em trânsito no mundo contemporâneo, porém como pertencentes ao corpo “expandido” do museu ou campo gravitacional de atração e irradiação de compartilhamentos de experiências de imaginários simbólicos sociais. [...] A gestão de afetos implica em formação de territórios de solidariedade e criatividade nos museus ou espaços públicos de cultura contemporânea, ativando na sociedade o sentido de lugares de criação e múltiplas vozes (RIO DE JANEIRO, 2012).

A instituição desenvolve uma sensação de pertencimento do público através de atividades que dêem vida ao museu, em alguns momentos eventos macros como inaugurações de exposições, atividades culturais no jardim, e em outras atividades que permitam uma relação mais estreita, como uma visita mediada, ou conhecer o backstage do museu (relação one-on-one).

As vias de comunicação são essenciais para o estabelecimento de uma conexão menos superficial. Deixar um canal de comunicação aberto, disponível, atualizado e eficiente potencializam e fortalecem os laços de afetos. O público tem que se sentir ouvido, seja para fazer alguma reclamação, sugestão, perguntas ou até mesmo para solicitar o uso do espaço

para alguma atividade proposta por ele. E a instituição também precisa desse canal para comunicar as suas atividades. Essa comunicação se torna essencial a partir dessa gestão pautada pela vontade e desejo de afecções diretamente ligadas e alimentadas pela participação social, como sugere VERGARA(2012).

Como abordamos no capítulo anterior, sobre ações culturais, a partir do momento que se abre um canal de comunicação direto (público-instituição) as diretrizes da instituição devem estar muito bem traçadas para que as propostas externas não criem espaços desconexos. Ou que se criem casos onde uma voz abafe outra, como foi o caso do QueerMuseu,

“[...]a exposição Queermuseu - Cartografias da Diferença na Arte Brasileira, que estava em cartaz há quase um mês no Santander Cultural, em Porto Alegre, foi cancelada pelo banco após uma série de protestos nas redes sociais. Na visão dos manifestantes, a mostra fazia apologia à pedofilia e zoofilia além de ser ofensiva à moral cristã. A campanha pedindo o fechamento da mostra foi articulada principalmente pelo Movimento Brasil Livre (MBL) e grupos religiosos” (MENDONÇA, Heloísa, El País, São Paulo, 14 set. 2017) .

A partir do estudo de públicos é possível a elaboração de propostas focadas na tentativa de criação de vínculo da comunidade com o espaço. Novas oportunidades de interação através de uma comunicação mais personalizada reforçam a importância do indivíduo diante de uma multidão. Isso passa a mensagem de que aquele visitante é importante para o Museu. E através desse estudo, além do foco da comunicação de marketing integrada para que esta atinja de forma eficiente e cause impacto no receptor, podemos inclusive, como estratégia, desenvolver exposições onde esse nosso visitante-indivíduo que foi analisado, escutado, de certa forma compreendido sinta-se por fim representado.

MENDES (2012) aborda, na estratégia de política pública, que o ponto central, de acordo com Stephen Weil, da Gestão de afetos é o impacto do museu para as pessoas:

De acordo com o conceito do museólogo e gestor americano Stephen Weil, os elementos constitutivos de um museu (boa equipe, boa coleção, boas instalações etc.) pouco representam se este museu não fizer diferença para as pessoas, se não tiver impacto, ou gerar qualquer benefício para a sociedade. E aqui está o ponto central da Gestão de Afetos: o elemento chave para gerar rotações e densidade que exerce a curvatura do espaço-tempo e intensifica o campo gravitacional (RIO DE JANEIRO, 2012)

Quando abordamos o conceito de afeto na gestão, não estamos nos referindo em termos de paixão, mas sim na visão de Espinosa, que seria uma reação a interação humana, é sua potência de agir auxiliando no desenvolvimento de contato das multidões. ESPINOSA diz que: “afecções do corpo, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada e *ao mesmo tempo (et simul)*, as ideias dessas afecções” em outras palavras, o afeto é a possibilidade de ser afetado de diversas maneiras.

A abordagem individualizada de uma instituição deve ser pensada do micro, como o segurança que te acompanha no circuito durante uma exposição, ao macro, como veículos de comunicação do museu focada no indivíduo que está recebendo a mensagem. Essas ferramentas, principalmente as redes sociais, deveriam ser mais utilizadas para o estabelecimento de uma comunicação bilateral, do que simplesmente serem alimentadas de conteúdos que não permitam uma interação, uma troca constante de afeto. Outro recurso importante ressaltado por MENDES (2012), é o movimento de inclusão da meta de ser tornar um espaço acessível. Que seria mais um viés de comunicação e fortalecimento da rede de afeto do mais variado público, mas ainda de forma pessoal.

De acordo com VERGARA (2012) cabe ao corpo do museu o desafio de fazer a mediação entre a demandas do público e as diretrizes do espaço,

“A condição reflexiva desta estrutura viva se traduz como prática de conscientização institucional e instituinte, ou em constante adaptabilidade às mudanças culturais, as pesquisas com o público (conforme elabora Rosane Carvalho), voltada ao pertencimento a uma época de diversidade – de múltiplas vozes. É como estrutura viva que o museu assume politicamente seu compromisso com a transformação social através das poéticas e práticas dos seus espaços de ativação de vontades de construção coletiva, de pertencimento e agenciamento.” (VERGARA, 2012, p. 12).

Evidenciando assim o museu como um espaço de *cidadania cultural*, segundo CHAUI (1989), um espaço onde a cultura é tratada como um direito do cidadão e, numa perspectiva democrática, busca incluir culturalmente aqueles excluídos do acesso e criação de cultura.

Essas múltiplas vozes, proferidas por diferentes culturas que passariam a ser representadas nos espaços museais a partir de uma gestão de afeto, aprofundando os vínculos da sociedade com os espaços de cultura e por sua vez do engajamento do museu na sua comunidade. O importante são as propostas focadas na reinvenção do sentido e participação das comunidades locais no dia-a-dia da instituição fortalecendo o sentido público do museu.

A expansão ética da política curatorial dos museus para uma gestão de afetos envolve a reconfiguração das práticas dos espaços para a condição de lugar de criação e múltiplas vozes, sem perder sua identidade estruturante de novas subjetividades formadora relacional de consciência histórica.

3. ESTUDO DE CASO; MUSEU DO INGÁ – IMAGEM E EXPERIÊNCIA / MUSEU IDENTIDADE EM TRANSFORMAÇÃO

3.1 Ensaios fotográficos / método-dispositivo de etnografia visual

As seguintes seqüências de fotos foram registradas a partir da imersão participativa da redatora deste trabalho representando sua experiência particular no trabalho de campo. Elas buscam analisar, através da etnografia das imagens, as reações às experimentações e vivências do espaço. Através desse recorte é possível absorver visualmente as relações de afeto que surgiram a partir das convivências propostas pelo museu, ilustrando os conceitos debatidos no capítulo 2 deste trabalho.

As imagens também abordam a pluralidade do Museu do Ingá com o registro de suas múltiplas vozes, proferidas por diversos nichos que já foram contemplados com atividades, cuja a representatividade resultou no aprofundamento dos vínculos. Traçando a partir dessas relações estabelecidas um imaginário de novas possibilidades.

Os seguintes ensaios servem como um mapeamento afetivo da intenção curatorial a experiência, revelar potenciais escondidos na Política Curatorial de um espaço.

3.1.1 Ensaio Fotográfico 1– Mostra Trajetórias – Ingá

Figura 5 - Mostra Trajetórias – Ingá / resgate a história fluminense como eixo curatorial



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 6 - Mostra Trajetórias – Ingá / tecnologia e história



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 7 - Mostra Trajetórias – Ingá / salas interativas



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 8 - Mostra Trajetórias – Ingá / História impressa na parede



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 9 - Mostra Trajetórias – Ingá / Sala Política, onde os visitantes podem se sentar na mesa que pertenceu aos governadores



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 10 - Mostra Trajetórias – Ingá / Visitas medidas com o educador Rômulo Morgado



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 11 - Mostra Trajetórias – Ingá / Visita mediada para um grupo de EJA com a estagiária Beatriz Barcelos



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 12 - Mostra Trajetórias – Ingá / Roda de Conversa com os curadores Andréa Telo e Carlos Fernando



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 13 - Mostra Trajetórias – Ingá / Oficinas



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 14 - Mostra Trajetórias – Ingá / Construção de uma nova bandeira para o estado do RJ



Fonte: Luisa Wasserman

Mostra Trajetórias – Ingá: Do Palácio ao Museu do Estado conta a história fluminense através da arte, cultura e política

Em 2014 foi implementado no Museu do Ingá o Programa de Requalificação Institucional, elaborado pelas coordenações do museu em conjunto com a Superintendência de Museus e a Funarj, seguindo diretrizes da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro.

Esse Programa propôs uma nova conceituação e renovar a estrutura de gestão e de programação do Museu do Ingá, destinado a atender e ampliar a sua função social, atualizar sua vocação e se modernizar em suas estruturas arquitetônicas, museológicas, museográficas e programáticas. Assim, segmenta-se em Plano Museológico + Projeto de Restauração e Modernização + Projeto Museográficas.

Uma das ações desse programa foi a exposição *Trajetórias Ingá - do Palácio ao Museu*, com o objetivo de resgatar a história fluminense (figura 5) e do próprio museu, através de plataformas tecnológicas (figura 6), inaugurada em novembro de 2014 e encerrada em novembro de 2015. Em entrevista a Superintendente de Museus do Estado do Rio de Janeiro, Mariana Várzea (2014) analisa a importância dessa nova etapa para o Ingá:

Os museus tem que falar do presente e o que vemos atualmente é que a identidade do estado do Rio de Janeiro está muito diluída, queremos chamar atenção para isso. Nosso objetivo é contar a nossa trajetória através das narrativas locais e da participação do público fluminense. O museu precisa ser relevante para as pessoas, passado e presente têm que se cruzar. Queremos que gente de todo o Rio venha visitar o Ingá e que se reconheça nas histórias”, (Mariana Varzea em entrevista ao jornal O Dia, 2014)

A exposição foi uma proposta da produtora Trítone e da 32 bits que criaram, em parceria com a Secretaria de Estado de Cultura e contou com objetos do acervo do museu, foi uma realização com patrocínio da Petrobras e do Governo do Rio de Janeiro, através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro. A identidade visual da exposição foi elaborada pela empresa 32 bits (Apêndice A e B). Diversos aparatos tecnológicos, como tablets e TVs, deram suporte a exposição tornando-a mais interativa (figura 7). Ela contou com uma sala, onde, através de aplicativos, os visitantes puderam opinar sobre as futuras ações do museu e cabines com vídeos-depoimentos dos moradores do Morro do Palácio sobre suas histórias no Palácio, que também possibilitava a gravação de depoimentos do próprio visitante. Infelizmente essa pesquisa e material coletado durante a exposição, até a data presente (2017) nunca foi entregue a equipe do museu do Ingá, se perdendo um importante material de pesquisa.

O Centro de Estudos de História Fluminense, na época coordenado por Andréa Telo, foi responsável pela curadoria da sala política da exposição. A sala retratou a trajetória de três governadores icônicos para a história do Estado e do próprio Palácio: Nilo Peçanha, Amaral Peixoto e Roberto Silveira, através de artes nas paredes (figura 8), exposição de parte do acervo do museu, com objetos que pertenceram a esses três antigos ocupantes do Palácio. Até hoje a sala continua montada (figura 9), como uma memória da história do palácio. E é usada em uma ação onde os visitantes podem se sentar na mesa utilizada pelo governador para tirar fotos para as redes sociais.

O educativo, inicialmente coordenado por Barbara Harduim, e depois assumido por Rômulo Morgado, desenvolveu quatro diferentes ações para a exposição. A primeira foi o roteiro de visita mediada (figura 10) para diversificados grupos agendados (figura 11), tais como EJAS - Educação de Jovens e Adultos, educação infantil, terceira idade, grupo com necessidades especiais, entre outros. A segunda foi a roda de conversa com os curadores da exposição (figura 12). A terceira ação foi a elaboração de oficinas, onde o grupo, após conhecer a exposição, era encaminhado ao Atelier do Educativo (figura 13) onde era construído uma nova bandeira para o estado do RJ (figura 14). E por fim foi desenvolvido o Cine Debate, onde alunos do ensino médio discutiam sobre o Cine Fluminense, material audiovisual que compôs a Exposição.

Aproximar público e museus é o grande desafio das instituições culturais do século XXI que, no mundo todo, estão passando por transformações para atender às demandas de seus visitantes. Ao seguir esta tendência, o Museu do Ingá – um espaço da Secretaria de Estado de Cultura (SEC) – inaugura no dia 29 de novembro a exposição Trajetórias – Ingá: Do

Palácio ao Museu do Estado, que resgata a história fluminense e do próprio museu através de plataformas interativas, que aliam fotos, imagens, objetos e filmes em suportes como tablets, aplicativos e materiais audiovisuais. A mostra, com curadoria de Carlos Fernando Andrade, marca o início da nova fase do museu e tem como objetivo resgatar a identidade e a autoestima fluminense.

[...]

A mostra inédita traz mapas interativos que revelam a formação dos municípios, acervo com objetos da cultura popular, fotos dos ex-governadores e até um Cine Fluminense, com trechos de filmes que foram rodados na região. Um quiz repleto de curiosidades vai testar os conhecimentos dos visitantes, que poderão gravar depoimentos em cabines de vídeos para serem publicados no Youtube. A exposição reconta também a história da construção do palácio de 1860 onde hoje funciona o museu, que foi palco de importantes episódios da política.

“A referência inicial desta exposição é o próprio local onde ela está sendo montada: o Palácio Nilo Peçanha, atual Museu do Ingá. Cenário da construção republicana no Estado do Rio de Janeiro, sua trajetória, como sede da política fluminense de 1908 a 1975, que confunde com a própria história do estado do Rio. A organização territorial do Estado do Rio de Janeiro guarda íntima relação entre as culturas que predominaram nos diferentes períodos de sua história”, explica o curador Carlos Fernando. (FGuaraná Comunicação Estratégica, 2014 Release da exposição)

A exposição foi muito importante para o Museu, para a consolidação das novas diretrizes. Foi uma exposição que colocou o Museu como um espaço de destaque. O uso de tecnologia dentro das exposições valorizou as ações do Museu. Infelizmente nenhum equipamento foi doado ao museu, mesmo sendo verba adquirida através de leis de incentivo fiscal, não ficou nada para o museu. Após o encerramento as pesquisas e os trabalhos desenvolvidos, como pesquisas, materiais visuais não foram entregues para que a equipe pudesse enriquecer seu material de pesquisa.

3.1.2 Ensaio Fotográfico 2 – Exposição Maloca do Ingá (2015)

Figura 15 - Exposição Maloca do Ingá / ambientação da maloca



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 16 - Exposição Maloca do Ingá / vitrines com legendas



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 17 - Exposição Maloca do Ingá / diferentes formas de expor as peças



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 18 - Exposição Maloca do Ingá / mesas com lápis e papel dentro da exposição para o público espontâneo



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 19 - Exposição Maloca do Ingá / banner no gradil do museu



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 20 - Exposição Maloca do Ingá / visitas mediadas para grupo de terceira idade



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 21 - Exposição Maloca do Ingá / visitas mediadas para escola



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 22 - Exposição Maloca do Ingá / oficina de escultura no ateliê com o arte-educador Rômulo Morgado



Fonte: Luisa Wasserman

Exposição Maloca do Ingá (2015)

A exposição *Maloca do Ingá*, foi pensada pela equipe do museu, como uma ação das comemorações da 9ª Primavera dos Museus, cujo tema foi: *Museus e memórias indígenas*.

Elaborada com ambientações (figura 15) a partir de peças representativas da cultura indígena, do acervo de arte popular do Museu do Ingá, teve como princípio curatorial instigar o imaginário. Nas vitrines (figura 16) objetos ancestrais pouco conhecidos na cultura ocidental, ganharam legendas que continham além do seu nome, uma explicação sobre as suas funções.

Dispondo de diversas plataformas de exposição do acervo (figura 17), a exposição contou com vitrines com alturas acessíveis, ambientação, objetos fixados na parede, uma canoa e uma TV como recurso visual da cultura indígena que rodava um vídeo selecionado pela equipe do educativo. A exposição também contou com mesas construídas para o público infantil com papel e lápis de cor, para que as crianças pudessem criar com autonomia dentro

da exposição e não depender de um agendamento de grupo para realizar uma atividade lúdica (figura 18).

A exposição foi inaugurada em setembro de 2015 como uma exposição pontual e temporária, prevista para durar apenas um mês (figura 19), porém devido as dificuldades financeiras de montar uma nova exposição na sala e como reflexo do sucesso da exposição, ela permaneceu em cartaz até 2016. A partir dessa exposição a equipe optou por não colocar mais a data de término das exposições nos materiais gráficos impressos, já que foi observado que quase todas as vezes as datas acabam por se estender.

O Setor educativo, na época com um funcionário, Rômulo Morgado e uma estagiária, Beatriz Barcellos desenvolveram, além do roteiro de visita mediada para diversos grupos (figura 20), uma contação de histórias, que buscou apresentar de forma leve e interessante ao público infantil (figura 21) lendas e tradições de parte dos povos indígenas, que foram contadas, por contingenciamento de equipe, por mim, e oficinas de Pintura e Escultura no Atelier do Educativo (figura 22) em consonância a Exposição, onde possibilita as crianças se expressarem utilizando a linguagem artística.

Maloca é um termo geral utilizado para designar aldeias indígenas. Nomeia também um tipo de habitação comunitária compartilhada por várias famílias de nativos localizados no território brasileiro. Cada tribo tem sua própria espécie de maloca, com características únicas que ajudam a distinguir um povo do outro. Uma maloca possui diversas funções e é também um espaço considerado fundamental para a realização dos rituais. A maloca do Museu do Ingá, entretanto, é uma ambientação livre do interior de uma aldeia indígena, com artefatos oriundos de diversas tribos que se encontram no acervo de tradições populares do museu.

No presente, o interior de uma maloca pode reunir simultaneamente objetos ancestrais como arcos, flechas, tipitis, e cestarias com peças obtidas no contato com o homem branco como o rádio, o computador, o celular, apontando para o dinamismo das trocas culturais.

A maloca do Ingá promove a lembrança dos povos indígenas, alude à sua diversidade e à sua importância na formação da sociedade brasileira. (texto da exposição Maloca do Ingá, 2015)

3.1.3 Ensaio Fotográfico 3– Exposição Paisagens Culturais: intervenções no Estado do Rio de Janeiro

Figura 23 – Quadro Lucilio de Albuquerque – Morro do estado



Fonte: Acervo Museu do Ingá

Figura 24 – Exposição Paisagens / painel coletivo com fotos do bairro



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 25 – Exposição Paisagens / roda de conversa no museu



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 26 – Exposição Paisagens / Seu adão e Jefferson referências no Morro do Palácio



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 27 – Exposição Paisagens / Subida no morro do Palácio com representantes locais



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 28 – Exposição Paisagens / Ronilton, vulgo paulista, representante local



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 29 – Exposição Paisagens / Encerramento da visita ao morro no MACQuinho



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 30 – Exposição Paisagens / Visita mediada com a estagiária do educativo



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 31 – Exposição Paisagens / Oficina a *Cidade que Queremos*



Fonte: Luisa Wasserman

Exposição Paisagens Culturais: intervenções no Estado do Rio de Janeiro (2016)

Para a mostra foram selecionadas do acervo do museu, pela sua equipe, 15 obras de paisagens de Niterói e do Rio de Janeiro, no correr do século XX de diversos artistas, mas principalmente, de Lucílio de Albuquerque (figura 23), renomado pintor brasileiro.

A exposição foi montada em 2016, fruto da Semana de Museus, do IBRAM, que, em sua 14ª edição teve como tema “Paisagens Culturais” (Apêndice D). Durante essa exposição foi montado um painel coletivo a partir de imagens do bairro do Ingá das redes sociais que tivessem sido marcadas com as #paisagensINGÁ. Ao todo foram 30 fotos selecionadas e impressas que compuseram uma das paredes da exposição (figura 24). No final da mostra as fotos selecionadas foram entregues aos fotógrafos que participaram junto com um certificado de participação (Apêndice E)

Durante a direção de Wallace Barbosa, com uma gestão voltada para curadoria e eventos que dinamizassem o Museu, foi realizada em conjunto com a SMU e a Coordenadoria de Favela Criativa da SEC, uma aproximação do Museu do Ingá com a comunidade do Morro do Palácio. A ideia era de pensar a programação do Ingá em 2016 já com atividades voltadas para a comunidade e também abria a propostas pelos próprios moradores. Nesse contexto um dos desdobramentos da exposição foi uma ação em parceria com a associação de moradores do Morro do Palácio com uma roda de conversa no museu (figura 25) com os moradores que se tornaram referência no Morro do Palácio devido a suas trajetórias (figura 26). Em um segundo momento também foi realizado uma visita guiada (figura 27) pelos próprios moradores ao morro (figura 28), sendo encerrada no MACquinho (figura 29) que foi um dos parceiros do museu nesse período.

Para a exposição o setor educativo, nesse momento composto apenas por Rômulo Morgado e Beatriz Barcelos, elaborou um roteiro de visitas mediadas a exposição para grupos agendados (figura 30) e a oficina (figura 31) *A Cidade Que Queremos* (Apêndice F) no atelier do Educativo, onde as crianças são incentivadas a potencializar a imaginação na construção de um mapa coletivo da cidade do futuro.

Galerias e museus de arte guardam, em geral, enormes coleções de paisagens- rurais, urbanas, naturais, sociais, culturais - representadas sob as mais diversas técnicas artísticas e sob os mais diferentes olhares. É verdadeira a afirmação de que “a paisagem de uns não é a paisagem de outros” porque a paisagem tem uma historicidade própria que, em sentido amplo, vai além do objeto palpável para incluir as práticas culturais formadoras de identidades e subjetividades sociais.

No intuito de refletir a amplitude do conceito de paisagens culturais, tema da 14ª semana de Museus do IBRAM, o Museu do Ingá exhibe ao visitante parte do acervo de Lucílio de Albuquerque, premiado no Salão Nacional de Belas Artes de 1906.

Para Lucílio: “no estudo do natural podemos fazer todas as modificações que quisermos, uma vez que respeitamos o caráter” porque “para ter-se um estilo é preciso transformar a natureza”

As telas aqui expostas são representações de paisagens de um estado do Rio de priscas eras, escolhido e transformado pelo desenho sólido do

artista. Dos tons escuros para os claros, Lucílio constrói vistas de Cabo Frio, Angra dos Reis, Itatiaia, inalcançáveis para nós. Seus traços alcançaram também uma Niterói remota, cujas praias cristalinas da Guanabara atraíam veranistas e moradores estrangeiros; Jurujuba seduzia os recém-chegados como um recanto bucólico de pescadores e Pendotiba mostrava-se uma vasta, inculta e desabitada área de terra, bem distante dos seus atuais 55 mil habitantes. Favelas, arranha-céus, trabalhadores e toda sorte de mazelas sociais estão fora dessas paisagens que além de revelarem o olhar do pintor, permitem, sobretudo, apreender, fragmentos de uma relação espaço-tempo incompreensível à luz da velocidade das transformações do presente. (texto da exposição paisagens Culturais: intervenções no estado do Rio de Janeiro, 2016)

3.1.4 Ensaio Fotográfico 4 – Exposição Di Cavalcanti

Figura 32 – Exposição Di Cavalcanti – em várias faces



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 33 – Exposição Di Cavalcanti – em várias faces / projeto Grandes Formatos



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 34 – Exposição Di Cavalcanti – em várias face / mesas para autonomia de interação



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 35 – Exposição Di Cavalcanti – em várias face / almofadas criam um ambiente informal



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 36 – Exposição Di Cavalcanti – em várias face / visitas mediadas



: Luisa Wasserman

Figura 37 – Di Multissensorial – Oficina com o funcionário do museu



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 38 – Di Multissensorial – Público vendado no primeiro andar



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 39 – Di Multissensorial – Público sendo orientado ao segundo piso de olhos vendados



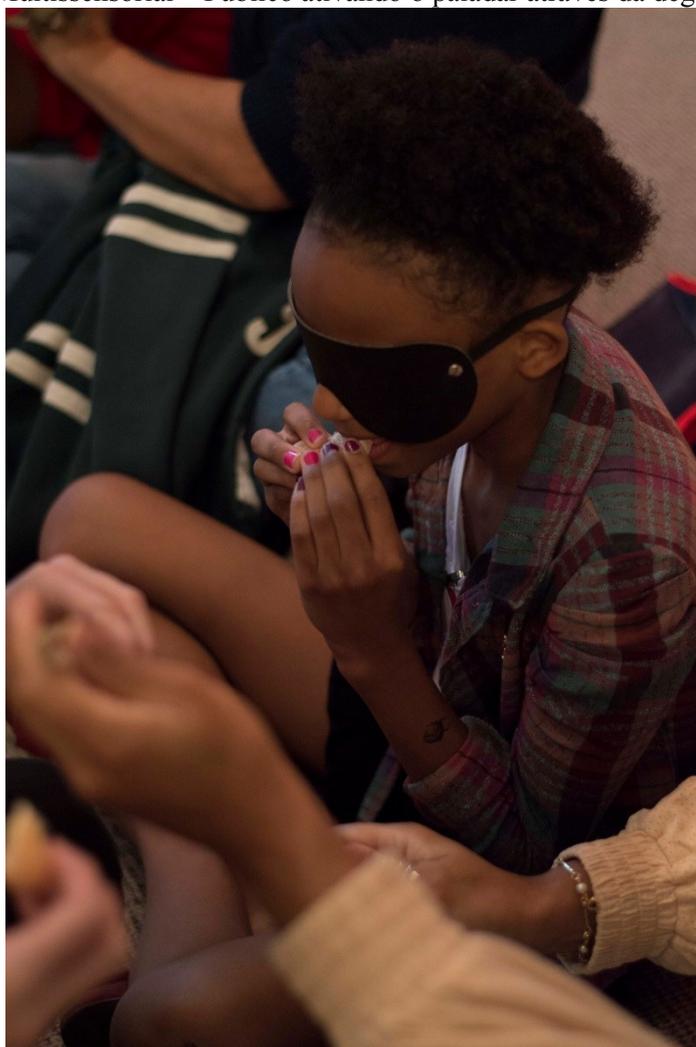
Fonte: Luisa Wasserman

Figura 40 – Di Multissensorial – Público ativando o tato através de objetos



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 41 – Di Multissensorial – Público ativando o paladar através da degustação da laranja



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 42 – Di Multissensorial – Oficina para todas as idades



Fonte: Luisa Wasserman

Exposição Di Cavalcanti – em várias faces (2016)

A Exposição Di Cavalcanti – em várias faces (figura 32) foi pensada pela equipe do museu a partir do projeto grandes formatos – A série “Os Grandes formatos na coleção Banerj” tem a intenção de valorizar a arte brasileira e a cultura fluminense, apresentando os painéis desta coleção, atualmente sob guarda no Museu do Ingá. A Coleção Banerj possui obras (painéis) de artistas como Di Cavalcanti, Marcier, Cícero Dias, Carybé e Bianco, que raramente são expostos devido ao tamanho (figura 33).

Na sala foi exposto o painel políptico da obra *Brasil em Quatro Fases*, de 1965 do artista Emiliano Di Cavalcanti, a obra pintada a óleo sobre tela faz parte da coleção BANERJ e representa o pertencimento do pintor no processo de idealização da brasilidade no modernismo. (Apêndice G)

Essa exposição entrou em cartaz depois da exposição Maloca do Ingá, e a sugestão de manter as mesas com lápis e papel dentro da sala de exposição (figura 34), dando autonomia a intervenções dos visitantes, permaneceu. Sendo adicionadas almofadas ao chão de carpete (figura 35) para que o público sentisse em casa e pudesse contemplar e discutir a obra de forma informal. A exposição foi realizada com uma verba total de 200 reais, sendo possível através do trabalho colaborativo da equipe do museu sob a curadoria do Prof. Dr. Wallace Barbosa.

Como ação para a exposição foi desenvolvido um roteiro de visitas mediadas para diversos grupos (figura 36) e a ação Di Multisenssorial (figura 37) - Visita que explora sentidos. Com o grupo vendado no primeiro piso (figura 38) adentramos o Museu eles são

cuidadosamente encaminhados até a sala onde se encontra o painel, no segundo piso (figura 39), e durante todo o percurso os sentidos foram sendo estimulados: o tato, com objetos representados no painel são entregues nas mãos dos visitantes vendados (figura 40), audição, com o painel sonoro, e o paladar, através da laranja, (figura 41) são estimulados. Foi uma ação elaborada para todas as idades (figura 42) e para diferentes grupos, inclusive grupos agendados pela AFAC - Associação Fluminense de Amparo aos Cegos.

Emiliano Di Cavalcanti nasceu na cidade do Rio de Janeiro, em 1897. No mês de outubro deste ano de 2016, completamos 40 anos de seu falecimento, ocorrido em sua própria cidade natal. Filho de Frederico Augusto Cavalcanti de Albuquerque e Melo e Rosalia de Sena; era sobrinho distante do ilustre José do Patrocínio, um dos maiores jornalistas e político do movimento abolicionista. Estudou no Colégio Pio Americano e aprendeu piano com Judith Levy. Em São Paulo, ingressou na Faculdade de Direito do Largo de São Francisco. Seguiu fazendo ilustrações e começou a pintar: frequentou o ateliê do impressionista George Fischer Elpons e tornou-se amigo de Mário e Oswald de Andrade.

Seu trabalho inaugural, como caricaturista, foi publicado na Revista “*Fon-Fon*”, em 1914, onde se consagrou principalmente na caricatura política, na charge social e na pintura de gênero. Três anos depois fez a sua primeira exposição individual. Foi ilustrador dos livros de Manuel Bandeira e Jorge Amado. Elaborou a capa do catálogo da Semana de Arte Moderna, em 1922, ocasião em que expôs onze de suas obras. Posteriormente afasta-se do movimento modernista a quem acusa de uma “euforia evasiva”. Ingressou para o Partido Comunista do Brasil, em 1928, marcando seu profundo engajamento com questões sociais. Morou na Europa, entre os anos de 1936 e 1940, onde foi fortemente influenciado pelo expressionismo e pelo cubismo. Recebeu em 1953, junto com Alfredo Volpi, o prêmio de “melhor pintor nacional”, na segunda Bienal de São Paulo.

Não apenas as estéticas europeias o influenciaram. O movimento muralista mexicano teve papel fundamental na forma como Di Cavalcanti encarou a relação do fazer artístico com o contexto social de sua produção. Segundo ele:

“Os mexicanos Diego Rivera, Orozco e Siqueiros começavam a influenciar na minha pintura, não propriamente no lado técnico, mas na substância social. O México criava com seus novos mestres uma teoria de participação do artista na vida política do povo”.

Sua obra sempre foi marcada pela brasilidade, visível nas suas várias ‘fases’ que revelam uma multiplicidade de ‘faces’ em sua trajetória e obra. Di Cavalcanti trabalhou com temas tipicamente brasileiros, tais como o “samba”; as festas populares; representações femininas, em especial, as “mulatas”; e hábitos culturais, como o futebol e o banho de mar.

A obra aqui exposta; o quadríptico intitulado “Brasil em Quatro Fases” constitui um conjunto - executado em “*óleo sobre tela*” sobre madeira – que foi concebido originalmente para figurar no saguão principal da agência do antigo Banco BANERJ da Avenida Paulista, em São Paulo. Seu aspecto monumental justifica-se, por um lado, pelo fim que estava a ele reservado, e por outro, pela clara e confessa influência do muralismo mexicano.

As fases retratadas no painel estão relacionadas ao Brasil dos “povos originários”; ao Brasil do tempo colonial, seguido pela ‘fase’ da chamada “Primeira República” e pelo período relacionado ao “Golpe de 64”. Em sua estada europeia, Di Cavalcanti pôde conviver com vários gênios artísticos de seu tempo, tais como Jean Cocteau, Matisse, Georges Braque e Max Ernst. Mas, será Pablo Picasso que o influenciará de modo mais contundente, de cuja obra ele revela ter percebido:

“a magia da fuga anárquica de um mundo (...) onde se aglomera num quadro tudo o que poderia estar disperso em mil quadros ...” (texto da Exposição Di Cavalcanti – em várias faces, 2016)

3.1.5 Ensaio Fotográfico 5 – Exposição Paulo Bittencourt

Figura 43 – Paisagens Culturais Fluminenses – Exposição de acervo externo com curadoria do Museu



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 44 – Paisagens Culturais Fluminenses – Inauguração com a presença do meio artístico de Niterói



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 45 – Paisagens Culturais Fluminenses – Roda de conversa com o artista



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 46 – Paisagens Culturais Fluminenses – Visita do grupo Cultura Ativa a exposição com a mediação da parceira do museu, Sueli Mendonça



Fonte: Luisa Wasserman

Exposição “Paisagens culturais fluminenses – Obras do artista Paulo Bittencourt (2017)”

Dentro da nova revitalização do Ingá, iniciada em 2014, tivemos algumas exposições temporárias trazidas por curadores externos de artistas locais, como forma não só de driblar a falta de verba para exposições, mas com duas diretrizes importantes. A primeira é a compreensão do pertencimento do espaço pelos artistas de Niterói, como um espaço acessível e democrático. E a outra é entender que essas parcerias são modos de ativar o espaço, tendo como retorno divulgação, visibilidade e afeto pelos artistas locais, aumentando o potencial de agir sobre o espaço.

Foram instituídos Termos de Parceria para Cessão de espaço, com curadores, artistas e produtores locais, visando à aproximação do Museu com o entorno e diversificação das atividades. De 2014 até 2017 já passaram pelo Ingá, vários artistas de diferentes expressões e trajetórias, como Emanuel Monjardim, com seus desenhos geométricos, Roberto Bastos, com

suas mandalas, Antônio Machado, com suas pinturas, Albenzio Almeida, com suas esculturas flutuantes, LeBarba com seus grafites irreverentes, entre outros.

Em 2017 foi a vez do artista Fluminense Paulo Bittencourt se apropriar do espaço, com obras que constituem um conjunto representativo da sua trajetória artística, de quase 50 anos, elas refletem uma concepção poética muito particular, qual seja a de inserir nas cenas retratadas o elemento humano, lúdico, vivente. As festas, as procissões e cenas de rua constituem para o artista uma fonte inesgotável de inspiração criativa.

A exposição foi financiada pelo artista, porém a curadoria, montagem e programação visual (apêndice I) ficou a cargo da equipe do museu do ingá (figura 43), o que nas experiências anteriores com artistas de Niterói não ocorreu. O que resultou em um maior envolvimento da equipe com a exposição e o artista, ficando inclusive a cargo do Diretor Curador na época da exposição, Wallace Barbosa elaborar o texto curatorial.

A inauguração da exposição foi positiva para a instituição, (figura 44), o museu recebeu várias figuras-chaves do meio artístico da cidade, se estabelecendo com um espaço aberto para novas propostas.

Durante a exposição foi elaborado em conjunto com o artista um roteiro de visita mediada. O artista também se colocou à disposição de comparecer a rodas de conversas com grupos agendados (figura 45). Outra ação para a exposição foi uma visita mediada a exposição com o grupo Cultura Ativa com uma das parceiras do museu, Sueli Mendonça em conjunto com o artista, propondo uma conversa descontraída sobre histórias e memórias. (figura 46)

Paulo Bittencourt nasceu no município fluminense de Nova Friburgo, em 1950. Desde menino de colégio já desenhava, tendo as paisagens como a sua maior inspiração. Em sua cidade natal, ainda aos onze anos de idade, recebe seu primeiro Prêmio em um salão de pintura com a tela “Barcos em Jurujuba”. Depois desse importante episódio o jovem artista “desceu a Serra”, como gosta de dizer. Em Niterói encontrou a acolhida de um ambiente artístico no antigo colégio Raul Vidal, de onde estabeleceu contato com eminentes professores e artistas fluminenses, tais como Jair Picado, Costa Filho, Hélio Juliano, Maurício Machado e Paragó. Certa vez, Hélio Juliano o convidou para pintar uma marinha, no cavalete, ao ar livre: hábito que desde então o acompanha em suas viagens em família pelo interior do Brasil, em especial pelo Nordeste e interior fluminense.

Autodidata, Paulo Bittencourt se fez pintor “observando os bons”, ainda que sua formação em Química possivelmente o tenha em muito auxiliado no manejo de tinturas; dos solventes e das superfícies as mais diversas. Diversamente da maior parte dos casos, seu autodidatismo não o converteu em um pintor “naïf” ou “primitivista”, optando por estética “academicista” na maior parte de suas composições. Aos poucos, porém, revela a confessa influência que sofreu no decorrer de sua carreira dos

impressionistas franceses, em especial de Claude Monet e Edgar Degas. Este movimento de migração estética é realçado em suas produções mais recentes, ainda que não estabeleça uma transição definitiva do “linear” para o “pictórico”, como poderíamos supor: “às vezes estico um pouquinho o pincel”, confessa ele em tom jocoso.

As paisagens fluminenses aqui apresentadas constituem um conjunto representativo da trajetória do artista e reflete uma concepção poética muito particular, qual seja a de inserir nas cenas retratadas o elemento humano, lúdico, vivente. As festas, as procissões e cenas de rua constituem para o artista uma fonte inesgotável de inspiração criativa. Nas palavras do artista:

“A pintura te ensina a olhar e distinguir as cores das sombras: afinal, as sombras também têm suas próprias cores!” (Barbosa, Wallace de Deus, texto para exposição Paisagens culturais fluminenses, 2017)

3.1.6 Ensaio Fotográfico 6 – Exposição Carybé e os múltiplos Índios

Figura 47 – Exposição Carybé – Projeto Expográfico



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 48 – Exposição Carybé – Painel exposto desmembrado



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 49 – Exposição Carybé – Plotagem da representação do Painel inteiro



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 50 – Exposição Carybé – A construção do imaginário indígena



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 51 – Exposição Carybé – Recursos visuais -vídeos



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 52 – Exposição Carybé – Visita espontânea a exposição



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 53 – Exposição Carybé – Equipe do educativo preparando o material da oficina *Oryai Kyri*



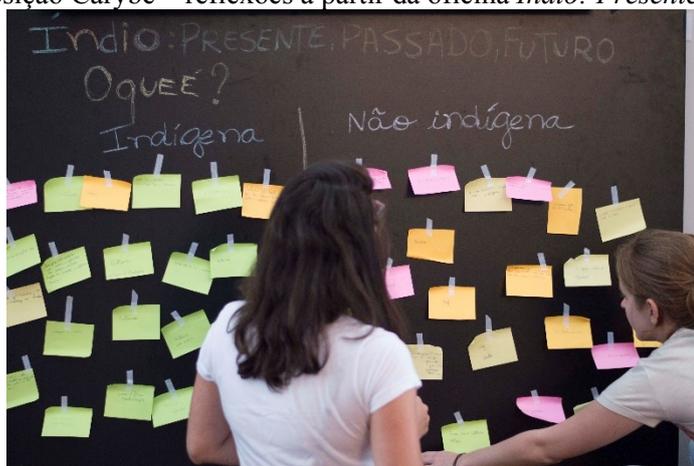
Fonte: Luisa Wasserman

Figura 54 – Exposição Carybé – Visita mediada com escola



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 55 – Exposição Carybé – reflexões a partir da oficina *Índio: Presente, Passado e Futuro*



Fonte: Luisa Wasserman

Exposição CARYBÉ e os múltiplos índios: um passeio pela coleção indígena do Museu do Ingá (2017)

A ideia de expor o painel com 12 partes de Carybé, acervo da coleção BANERJ do museu do Ingá, vem desde a formulação do Projeto Grandes Formatos em 2014, que já tinha contemplado artista como Di Cavalcanti e Emeric Marcier. O painel com quase 4 metros de altura infelizmente não cabia na sala de exposição de grandes formatos, se fazendo necessária a construção de um painel para a sua exposição. O que inviabilizou a exposição. Inclusive em 2015 foi elaborado com a superintendência de Museus, Mariana Várzea e Rafaela Zanete um TR – Termo de Referência – para a montagem da mesma, mas não foi concretizado.

Com essa negativa diante da dimensão do painel, foi elaborado por mim, em 2015, um projeto como alternativa, onde o painel era separado e seria realizado uma plotagem da obra inteira (figura 47). O projeto não foi aprovado pela Superintendência por não se adequar ao projeto grandes formatos ao desmembrar o painel.

Ainda em 2015 o painel foi emprestado para ser exposto inteiriço na exposição “Visões Cotidianas do Brasil Moderno” no Espaço Cultural Correios, em Niterói. Uma exposição sobre o acervo BANERJ que está sob a guarda do Museu do Ingá.

Em abril de 2017 tivemos uma nova oportunidade de montar o painel no Ingá. Sob a direção do Wallace Barbosa, o museu do Ingá estabeleceu uma parceria inédita com o Museu do Índio (FUNAI). Foi pensada uma exposição em conjunto com acervo das duas instituições. O Museu do Índio além de contribuir com peças do seu acervo etnológico, fílmico e iconográfico também ficou responsável por arcar com as despesas da exposição, inclusive a montagem de um painel no salão dourado para a montagem dos 12 painéis do Carybé. Após vários contratemplos, inclusive corte de verba da instituição federal, a parceria foi revogada.

Porém dessa vez o Museu do Ingá levou a frente, desmembrando os painéis em duas partes para fixar na parede (figura 48), fazendo uso de uma plotagem para a visualização do painel como um todo (figura 49). Para compor a exposição foram levantados objetos do acervo do Ingá provenientes da cultura indígena (figura 50). A exposição foi financiada com o dinheiro recebido das oficinas pagas, através da associação de amigos. E contou além das peças das peças do acervo, com vídeos selecionados pela equipe do Museu para compor o conteúdo trazendo o debate sobre a cultura indígena a atualidade (figura 51)

A exposição convidou o visitante (figura 52) a pensar a multiplicidade das representações e modos de vida de nossos povos originários (apêndice J), bem como refletir sobre nossas próprias mudanças no decorrer de cinco séculos, a partir da obra “Embarcação com índios”, de Carybé.

Para ação educativa dessa exposição, a equipe do setor, agora composta pelos funcionários Rômulo Morgado, Flávia Savanna e estagiários Beatriz Barcelis e Eisa Fogtman, elaborou três diferentes ações, cada uma contemplando uma faixa etária.

A oficina *Oryai Kyri* (brincadeira de criança em Guarani) foi desenvolvida para crianças de 02 a 05 anos convidava as crianças a criarem suas próprias petecas e a brincar no jardim do museu (figura 53).

Oficina *Cores de Urucum* foi pensada para crianças de 06 a 14 anos, onde a partir da visita a exposição (figura 54) estabeleceu-se uma aproximação dos grupos a uma expressão artística de forma livre e criativa através de traços e cores em tela.

E por fim a oficina *Índio: Presente, Passado e Futuro* (figura 55), que teve como objetivo, após a visita mediada, abordar a multiplicidade das culturas indígenas e suas transformações ao longo dos anos, o educativo propôs o público a refletir as influências dos povos originais na cultura ocidental brasileira.

A obra “Embarcações com Índios” foi criada pelo artista plástico argentino, naturalizado brasileiro, Hector Julio Bernabó, que ficou conhecido internacionalmente como Carybé. Esse trabalho é o ponto de partida para apresentar as múltiplas visões sobre o índio brasileiro nas coleções pertencentes ao Museu de Artes e História do Estado do Rio de Janeiro – MAHERJ, também conhecido como Museu do Ingá.

Nascido no ano de 1911, Carybé passou parte da sua juventude na cidade do Rio de Janeiro, tendo completado seus estudos secundários e feito cursos na Escola Nacional de Belas Artes. No fim da década de 20, retorna a Argentina onde trabalhou em diversos jornais e viajou por numerosos países para produzir ilustrações e reportagens. Nesse período, conheceu a cidade de Salvador, onde se estabeleceu definitivamente por volta de 1950. Em terras brasileiras Carybé aprende capoeira, frequenta terreiros de candomblé e convive com inúmeros artistas e intelectuais como Rubem Braga, Anísio Teixeira, Lima Barreto, Jorge Amado, Zelia Gattai, Pierre Verger e muitos

outros. Carybé foi um grande expoente da cultura brasileira, produzindo inúmeros trabalhos que ajudaram a construir a narrativa do Brasil como nação.

A obra, elemento chave da amostra, é composta de 12 painéis pintados à óleo sobre madeira, que juntos perfazem uma área de aproximadamente 18,5 m². Esse trabalho foi encomendado pelo Banco do Estado do Rio de Janeiro-BANERJ ao artista para decorar a agência da Rua da Quitanda, no Rio de Janeiro. Hoje, integra a Coleção BANERJ, abrigada no Museu do Ingá.

A coleção BANERJ reúne diversas obras de arte entre pinturas, gravuras, desenhos, esculturas, e reproduções tipográficas, com destaque para os trabalhos realizados no período do Modernismo brasileiro. Esta coleção começou a ser reunida em 1965, ano das comemorações do IV Centenário da Cidade do Rio de Janeiro. Com o objetivo de levar a arte até o povo, o BEG (Banco do Estado da Guanabara) começou a formar uma pinacoteca expondo inúmeras obras em suas agências. Em 1974, com a fusão dos Estados da Guanabara e o Estado do Rio de Janeiro, o BEG passou a chamar-se Banco do Estado do Rio de Janeiro – BANERJ. No ano de 1996 o BANERJ foi privatizado, e em 1998 a Coleção passou a ser administrada pela Secretaria de Estado de Cultura.

A esta representação se juntam objetos de arte e utilitários indígenas das tribos Tupi Guarani, Karajá, Kaiapó e Karitiana procedentes dos estados de Goiás, Tocantins, Mato Grosso e Rio de Janeiro. Este acervo faz parte da coleção de Artes e Tradições Populares, uma das primeiras do museu. É por meio dessas obras que a equipe do MAHERJ propõe um passeio pela multiplicidade das representações dos povos indígenas brasileiros, convidando a todos para pensar nessa diversidade e refletir sobre os modos de vida dos povos originários, bem como sobre as mudanças de nossa sociedade ao longo dos séculos. (texto da exposição Carybé e os múltiplos índios: um passeio pela coleção indígena do Museu do Ingá, 2017)

3.1.7 Ensaio Fotográfico 7 – Feira no Ingá

Figura 56 – Feira no Ingá - Barracas



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 57 – Feira no Ingá – Barraca do Museu do Ingá



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 58 – Feira no Ingá -Material a venda da oficina de Papel Reciclado do Museu



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 59 – Feira no Ingá – Atração Musical – Banda Society



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 60 – Feira no Ingá – Atração Musical – Banda Emancipinha com músicas sobre representatividade



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 61 – Feira no Ingá – Leilão da exposição



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 62 – Feira no Ingá – Visitante assinando o livro de visitação antes de subir para exposição



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 63 – Feira no Ingá – Inauguração da exposição *Bicho e Seres do Outro Mundo*



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 64 – Feira no Ingá – Atração – contação de história



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 65 – Feira no Ingá – Atração – cordel



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 66 – Feira no Ingá – Jardim como espaço de exploração e interação



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 67 – Feira no Ingá – Atração – uso do jardim



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 68 – Feira no Ingá – Mesas como espaços de interações



Fonte: Luisa Wasserman

Evento Feira no Ingá

O evento Feira no Ingá foi uma proposta de ação da 10ª Primavera dos Museus, promovida pelo IBRAM, para refletir e homenagear as feiras livres, como o lugar da

cordialidade, do bacanal semanal dos legumes, frutas, verduras, cuscuzes e cocadas que fazem a festa na mesa do consumidor (Apêndice N).

Teve sua primeira edição em setembro de 2016, com a proposta inicial de uma feira de artesanato, com atração musical, performances, gastronomia e leilão de arte. Inicialmente ocorreu com parceria com a Casa do Artesão, que além de disponibilizar as barracas, também se responsabilizou pelos empreendedores selecionados para participar (figura 56). Porém pela preocupação por uma seleção de barracas mais correntes com a proposta da feira essa parceria foi finalizada. Em todas as edições da feira, uma das barracas alugadas era cedida ao Museu para que ele colocasse seus produtos a venda (figura 57), como o material produzido pela oficina de papel artesanal (figura 58), oficina de cerâmica e oficina de gravura. Além da venda de publicações do Centro de Estudo de História Fluminense.

Várias edições contaram com atrações musicais ao vivo, com a Banda de rock Samsara e os Rappers do Lado A, Banda Society (figura 59), DJ Passos, inclusive com apresentações de bandas de colégio, como a Emancipinha de alunos que escreviam suas próprias músicas (figura 60). Trazendo a diversidade como uma característica muito marcante do evento.

Na primeira edição o museu do Ingá estava recebendo a exposição *Valentim, Madalena e as "artes da vida" do Quilombo do Campinho da Independência* no salão de vidro, com peças que estavam a venda (figura 61). Então se pensou um leilão no final da feira para a venda das obras de arte. Infelizmente por falta de aderência do público de participar do leilão essa proposta não teve continuidade. Uma das características do evento é o público flutuante, então acabava sendo difícil juntar pessoas suficientes para a dinâmica do leilão.

O aspecto da arte sempre esteve presente nas feiras, o museu sempre estava aberto à visitação (figura 62) durante o evento e foi utilizada para o lançamento da exposição “Bichos e Seres de Outro Mundo” (figura 63) com esculturas em madeira policromada do artista Jorge de Brito.

Em cada edição houveram diferentes propostas de programação para atrair o público e ampliar a função da feira, criando novas possibilidades de afeto, como contação de histórias (figura 64), cordel (figura 65), oficinas, o jardim por si só é um espaço que convida a interação e exploração (figura 66).

Após o retorno positivo da primeira edição foi decidido pela direção, na época Wallace Barbosa, tornar a feira um evento fixo mensal. O museu, atualmente, (2017) sobre a direção de Ana Cristina Silva manteve a ação da feira, porém devido as limitações da equipe,

prioritariamente cedendo espaço para a recepção de feiras externas, organizando a sua própria quando não receber propostas.

O público da feira é composto na sua maioria por famílias da classe média alta. Temos percebido uma maior diversificação do público quando são propostas feiras temáticas com temas como africanidade ou quando a feira foi elaborada a partir da iniciativa da associação do morro do palácio, mas a diversificação ainda é bem pontual e precisa ser provocada.

A feira foi pensada como um evento ativador do jardim do museu (figura 67), para chamar atenção dos transeuntes de que o museu está aberto e com atividades. Com a evolução da feira foi sendo pensado novas formas de incentivar convivências, como colocação de mesas e cadeiras na feira (figura 68). A preocupação com propostas coerentes com as diretrizes do museu esteve presente em todas as etapas da elaboração da feira.

A feira foi pensada a partir da demanda por atividades que entrassem na agenda da 10ª primavera de Museus, cujo tema foi: Museus, Memórias e Economia da Cultura. O conceito da feira foi elaborado pela Pesquisadora Dra. Andréa Telo da Corte, integrante da equipe do Museu:

Em tempos de “delivery”, as feiras livres mantem-se firmes acomodando-se às transformações do tempo e da economia, resistindo e moldando-se à globalização.

Numerosas, as feiras coexistem com os hipermercados e com as vendas on line, ganhando, em alguns casos, o status de patrimônio público: “lugar de memória e de continuidade de saberes, fazeres, produtos e expressões artísticas tradicionais”.

De acordo com Milton Santos, a feira constitui o “circuito inferior” da economia caracterizado por formas de fabricação, de prestação de serviços e de comércio não-modernos e de pequena dimensão. É o lugar da venda a varejo e da barganha, ecoando e ressignificando práticas humanas seculares.

Em sua racionalidade a feira funde sujeira, beleza, novidade e tradição ao cheiro dos alimentos frescos. Mistura laços de fidelidade e de amizade tecidos ao longo do tempo entre feirantes e fregueses, fazendo girar a roda da economia, somente com as “artes do grito”, e dos bordões usados para seduzir o cliente.

Por tudo isso, o Museu do Ingá, abre seu espaço na 10ª Primavera dos Museus, promovida pelo IBRAM, para refletir e homenagear as feiras livres, como o lugar da cordialidade, do bacanal semanal dos legumes, frutas, verduras, cuscuzes e cocadas que fazem a festa na mesa do consumidor. Sobretudo, como espaço da criatividade que garante a sobrevivência dos mais pobres, gerando uma gama variada de empregos e intermediações, e destacando-se como uma forma importante no abastecimento das cidades.

Museu também é lugar de feira. Os museus desempenham um importante papel social. O foco tradicional na coleta, preservação e educação tem-se alargado, o que possibilita ressaltar suas potencialidades de interação com a comunidade. Sob essa perspectiva,

os museus se tornam espaços de trocas e construções socioculturais, tanto com seus públicos quanto com seu entorno.

Em seu relacionamento com os visitantes, as instituições museais realizam trocas simbólicas, culturais, de saberes e de experiências. Por meio desse processo dialógico, que também envolve ouvir e entender as necessidades de seus públicos, é possível proporcionar experiências de ressignificação do olhar sobre as questões humanas, capazes de fortalecer a atuação do indivíduo na sociedade e o senso de pertencimento cultural.

Além das parcerias sociais, as trocas também podem estabelecer relações de dimensão econômica. Ao atuar como centro gravitacional de atração de público e da vida ao redor dos espaços de sua localização, os museus tendem a incorporar a prática de ampliação das ações no seu entorno, contribuindo para a dinamização da cadeia produtiva da cultura de modo sustentável.

Os museus possuem um significativo potencial de contribuição para o desenvolvimento sustentável. Suas múltiplas atividades geram trabalho, emprego, renda, estimulam o turismo e incentivam as atividades econômicas do local onde está instalado. Em muitas situações, eles têm integrado projetos de requalificação e revitalização urbana, bem como de fortalecimento comunitário.

Os museus são instituições ativas na circulação de riquezas, sejam elas saberes, bens ou serviços. Suas relações econômicas não existem isoladamente, mas coexistem com outras formas de trocas, uma vez que faz parte da condição humana interagir e compartilhar com o outro. Assim, o tema da 10ª edição da Primavera dos Museus faz um convite à reflexão do papel dos museus nessa perspectiva, ou seja, como agentes fundamentais da economia da cultura.

3.1.8 Ensaio Fotográfico 8 – Descobrindo o Mundo

Figura 69 –Descobrindo o Mundo - direcionada para a primeira infância



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 70 –Descobrimdo o Mundo - direcionada para a primeira infância



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 71 –Descobrimdo o Mundo – Descoberta de novas sensações – painel sensorial



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 72 –Descobrimdo o Mundo – Descoberta de novas sensações – textura



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 73 –Descobrimdo o Mundo – Descoberta de novas sensações – a obra do artista do acervo do Museu



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 74 –Descobrimdo o Mundo – Obra do Volpi geradora da intervenção



Fonte: Divulgação MAC USP

Figura 75 –Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 1



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 76 –Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 2



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 77 –Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 3



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 78 –Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 4



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 79 –Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 5



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 80 –Descobrimdo o Mundo – Interações ativadores de afeto 6



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 81 –Descobrimdo o Mundo – Uso do espaço - possibilidades



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 82 –Descobrimdo o Mundo – Usos do espaço – possibilidades 2 - chafariz



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 83 –Descobrimdo o Mundo – Uso do espaço - possibilidades



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 84 –Descobrimdo o Mundo – Pertencimento 1



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 85 –Descobrimdo o Mundo – Pertencimento



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 86 –Descobrimdo o Mundo – O público 1



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 87 –Descobrimdo o Mundo – O público 2



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 88 –Descobrindo o Mundo – Pai e filha que estiveram presentes em todas as edições



Fonte: Luisa Wasserman

Figura 89 –Descobrindo o Mundo – Sueli Mendonça – idealizadora do projeto – ensinando a fazer a bolhas de sabão



Fonte: Luisa Wasserman

Projeto Descobrindo o Mundo

O Projeto Descobrindo o Mundo foi criado e vem sendo desenvolvido pela arte educadora Sueli Mendonça, especialmente direcionado a primeira infância e sua família. (figuras 69 e 70)

É realizado sempre de forma lúdica, transformando-se a cada encontro, através das colaborações, utilizando a arte e cultura popular brasileira como eixo condutor.

A curiosidade, a sensibilidade e a vontade de descobrir o mundo, com um formato de encontros multissensoriais, possui vivências com características artístico/pedagógicas que buscam a interação dos bebês com o mundo que os cercam, aguçando a curiosidade natural dos mesmos e a descoberta de novas sensações (figuras 71 e 72).

Cada edição possui um tema, a arte-educadora Sueli Mendonça se guia por efemeridades, como festa junina ou o início da primavera e aborda esse tema fazendo uma

ponte com alguma intervenção do mundo da arte. Na festa Junina (figura 73) por exemplo ela fez uma ponte com obras do Volpi (artista presente no acervo do Museu do Ingá) – cuja arte se assemelha as bandeirinhas de festa Junina – e recriou também um dos seus quadros (figura 74)

Em cada registro vemos as micro interações do público entre si (figuras 75 a 80) e do indivíduo com o espaço (figuras 81 a 83). Vemos as relações de afeto sendo criadas. A construção do pertencimento com o espaço.

Depois de iniciado esse projeto passamos a receber pedidos de responsáveis interessados em utilizar o espaço para as festas dos filhos que frequentam a atividade. Inclusive já tivemos a realização de dois eventos que focaram o público infantil a partir da constatação de que esse público existe.

O Descobrindo o mundo (figuras 84 e 85) cria um espaço propício para autonomias dentro do espaço, você tem a instalação a sua disposição. Funciona na forma de exposição interativa, onde o público é convidado a participar livremente.

O evento já chegou a alcançar um público (figuras.86 e 87) com mais de quinhentas pessoas em apenas uma edição, como venho acompanhando o evento desde o início, já me familiarizei com alguns rostos que acabo reencontrando em várias edições (figura 88). Assim como acredito que a recíproca é verdadeira, essas crianças que fazem uso do espaço, mensalmente acabam por criar familiaridade com o espaço.

Com a reincidência de público nas edições o projeto passa a ser um lugar de encontros e reencontros. No início se percebia grupos isolados, mas nas últimas edições vemos grupos formados indo ao museu para passar a manhã.

O Projeto Descobrindo o Mundo (figura 89) não possui patrocínio, todo o mês, Sueli Mendonça paga do próprio bolso o material para as atividades propostas da edição. Ela já tentou viabilizar por vários meios a ação dela. Colocando venda de comida, como cachorro quente e empadão. Através da venda de camiseta do projeto e recentemente com uma caixa colocada no meio da atividade com um pedido de doação. Nenhuma das ações foi eficiente para garantir a sustentabilidade do projeto. O público dela é de classe média alta para cima e teria condições de pagar para usufruir da atividade, mas foi constatado, após conversas informais que por estar em um lugar público, as famílias não se solidarizam e entendem que aquela proposta deveria ser bancada pelo Estado. A equipe do museu sugeriu para dar continuidade ao evento Descobrindo o Mundo, a responsável pela ação inscrevesse o seu projeto na nova lei de incentivo fiscal da prefeitura de Niterói.

3.2 Breve histórico do museu do ingá

O Museu do Ingá (figura 90) foi outrora conhecido como Palácio do Ingá, devido a sua trajetória. O casarão construído em 1860 para servir de residência do médico José Martins Rocha, foi adquirido em 1903 por cem contos de réis, por Nilo Peçanha para servir como sede do Governo Fluminense, se afirmando assim como o Palácio do Ingá. A comunidade que existe no entorno do Museu leva o seu nome na sua formação, Morro do Palácio, suas histórias estão entrelaçadas, mas a presença dos moradores do morro no Museu passou por diversas fases. Os moradores mais antigos contam saudosamente sobre épocas que frequentavam a piscina do Palácio ou sobre os momentos que entravam no jardim de forma furtiva para pegar as mangas das árvores. Com as mudanças de gestões do espaço, uma distância cada vez maior desses dois mundos foi surgindo.

Figura 90 – Fachada Museu do Ingá



Fonte: Facebook.com/museudoingarj

Como o Palácio foi lugar da memória política do executivo fluminense e residência oficial de 43 governadores de 1904 a 1974. Em 1991, por decreto, o Museu Histórico do Estado do Rio de Janeiro e o Museu de Artes e Tradições Populares, criado no antigo estado da Guanabara em 1964, passaram a constituir o Museu de História e Artes do Estado do Rio de Janeiro (MHAERJ). Com caráter de instituição pública Estadual gerido diretamente pela Fundação Anita Mantuano de Artes do Estado do Rio de Janeiro - FUNARJ, uma autarquia vinculada à Secretaria de Estado de Cultura, do Governo do Rio de Janeiro, responsável pela promoção da cultura e pela gestão direta de uma série de museus.

A história que era contada e representada nesse espaço pertencia apenas aos que estavam no poder, deixado de lado até o 2014 essa relação com seus vizinhos. Em 2014 com o lançamento da nova marca do INGÀ e da ressignificação desse espaço, explorando os vínculos afetivos com o entorno através da mostra Trajetórias - Ingá: Do Palácio ao Museu do Estado que resgatava como uma de suas propostas a memória da relação com os moradores do Morro do Palácio. Inclusive com vídeo depoimentos dos moradores fazendo parte do acervo que estava em exposição. Além disso a nova proposta do Museu visava se aproximar do seu público para entender às demandas de seus visitantes.

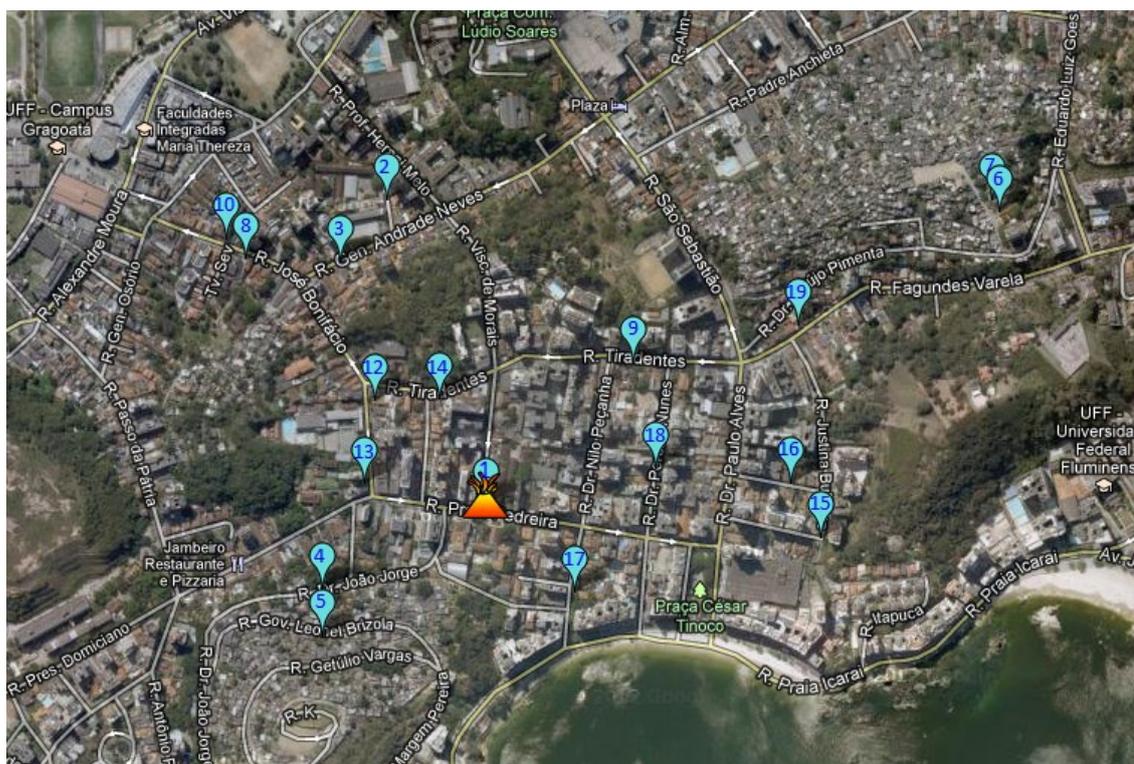
O acervo do Museu do Ingá é variado e permite diversas abordagens, atividades e ações culturais. Ele é composto de coleções que contemplam diversas vertentes de escolas artísticas, indo da arte acadêmica ao Naïf. Possui um amplo patrimônio de representações culturais. Atualmente o acervo museológico possui mais de 4 mil e 500 itens.

No ano de 2017, devido a cortes de equipe e suspensão temporária de serviços básicos como limpeza e segurança, o funcionamento do Museu passa a ocorrer de quarta a sexta, das 12 às 17 horas. Não há cobrança de ingresso para visita as exposições. O controle de acesso se dá através de um livro de visitação onde o visitante preenche algumas informações básica.

3.3 O entorno do museu

O Museu do Ingá está localizado no bairro do Ingá na região da Baía de Niterói, é um bairro relativamente pequeno e seus limites se confundem com os bairros adjacentes como boa viagem e são domingos.

Figura 91– Mapeamento das escolas do entorno do Museu do Ingá



Fonte: Luisa Wasserman

Em 2012 quando entrei como estagiária do setor educativo do Museu do Ingá, a Coordenadora do setor Barbara Harduim já desenvolvia um trabalho de conscientização do entorno sobre o Museu. A conscientização sobre a apropriação do espaço tinha início com o mapeamento de todas as escolas do bairro, públicas e particulares (figura 91). O Ingá é um bairro pequeno, mas seu público potencial de escolas é relativamente alto. Além do mapa do bairro foi levantado o nome, endereço e telefone de todas as escolas públicas e particulares de Niterói. Infelizmente esse trabalho não foi concluído ou mantido atualizado. A ideia inicial dessa lista era de construir um mailing e uma rede de contatos eficientes para a divulgação.

Com o mapeamento feito passamos a próxima etapa, que foi a ida as escolas, onde apresentávamos para o corpo docente o espaço do museu do Ingá, através de um power point com imagens do espaço e conteúdo lúdico sobre a função do museu, além disso também entregávamos um material impresso sobre o museu para distribuir.

O terceiro momento dessa ação envolvia o convite aos professores a irem ao museu, conhecer de fato o espaço e a realizar as oficinas que posteriormente seriam oferecidas aos alunos deles (figura 92).

Figura 92 – Ida dos professores ao Museu do Ingá



Fonte: Luisa Wasserman

E como encerramento desse trabalho os professores por sua vez levavam seus alunos a visitar o museu e realizar a oficina.

O intuito não era de apenas de apresentar o espaço e suas atividades, a questão era instigar o professor a usar esse lugar como uma extensão da sala de aula. Como um lugar de vivência e experiência. Pela proximidade da escola com o museu ele não teria a necessidade de ter um caráter de efeméride e sim uma prática na rotina do professor e do aluno.

Desde minha entrada no Museu do Ingá percebo como a UFF está presente na rotina do espaço. Através de eventos em parcerias, como sessão de espaço ou até visita técnica ao museu. O Centro de Estudos de História Fluminense sempre trabalhou muito próximo a UFF, organizando mensalmente seminários e atividades acadêmicas, até a saída da Dra. Andréa Telo do quadro de funcionários do Museu do Ingá.

Em 2017 o museu teve uma nova vertente de parceria com a universidade. Ele passou a ceder uma sala para montagem de exposições para alunos do curso de Artes, para que eles possam desenvolver exposições como trabalho de conclusão de curso.

Para um equipamento de cultura ele tem um local privilegiado, por não ser muito distante da região do centro de Niterói, ser acessível, do ponto de vista de transporte público e por ter, em um pequeno raio, diversos museus se tornando um polo de cultura na cidade. Museu do Ingá, MAC, Museu Janete Costa, Solar do Jambeiro e o Museu Antônio Parreiras, são esses cinco museus que tornam esse lugar rico culturalmente.

Em 2014 essa proximidade entre os museus foi intensificada a partir da assinatura do Termo de Cooperação para a construção de uma reserva técnica compartilhada para o MAC,

Museu do Ingá, Museu Janete Costa, Museu de Arqueologia de Itaipu e Museu Antonio Parreiras. A reserva técnica faria parte do Sistema Integrado de Museu que buscava facilitar o diálogo entre as instituições e estimular uma programação complementar entre os museus.

Antes desse comprometimento oficial dos poderes, que até 2017 não foi implementado, outras iniciativas para a integração dessas instituições dentro do bairro já estavam ocorrendo.

Em 2013, a partir de uma iniciativa dos alunos de Produção Cultural da UFF, é criado o circuito poético *Delírios Itinerantes da Boa Viagem*, sob a Coordenação-geral do Diretor-curador Luiz Guilherme Vergara, com apoio institucional do Museu do Ingá, do qual eu já fazia parte, sendo responsável pela elaboração do convite da ação. (figura 93)

Figura 93 – Flyer - Delírios Itinerantes da boa viagem



Delírios Itinerantes da Boa Viagem

Nesta tarde diferentes artistas conduzirão as experiências poéticas cruzando os Museu do Ingá, Museu Janete Costa de Arte Popular, Solar do Jambeiro, Ilha da Boa Viagem e o MAC de Niterói .

15 de dezembro de 2013
horário: 15h

Ponto de encontro: Museu do Ingá
Rua Presidente Pedreira, 78, Ingá Niterói.

Participações artísticas especiais:
Anita Sobar
Bárbara Boaventura Friaça
Dasha Lavrennikov
Ivar Rocha
Leticia Carvalho
Mariane Monteiro
Marrytsa Melo
Pierre Crapez
Tomaz de Aquino

Convidamos para um passeio de paradas inusitadas, vivenciando inesperados encontros com arte, poesia, dança, fotografia e performance, atravessando um percurso vivo, preenchido de histórias e memórias da Boa Viagem. Nossa caminhada percorre o interior de instituições, mas também desloca o olhar para a rua e seus lugares poéticos "invisíveis", coloridos por ações poéticas e intervenções cruzadas por diferentes linguagens artísticas.

Realização e concepção geral: alunos da Graduação em Produção Cultural da UFF
Colaboração na concepção artística - proposições artísticas – intervenções urbanas: alunos de Graduação em Artes da UFF.

apoio

 **JAMBEIRO**

realização

 **PREFEITURA NITERÓI**  **MAC DE NITERÓI**  **Solar do Jambeiro**  **JCAP**  **uff**  **museu do INGÁ**  **museus**  **PREFEITURA DE NITERÓI**  **SECRETARIA DE CULTURA**  **FUNARJ**

Email: museusniteroi@gmail.com

Gratuito - Serão distribuídas senhas com meia hora de antecedência.

Fonte: Luisa wasserman

A ação se pautou em um passeio por todos os museus da região da Boa Viagem, o Museu do Ingá, Museu Janete Costa de Arte Popular, Solar do Jambeiro e o MAC, vivenciando esses espaços como um percurso vivo, através de performances conduzidas por diversos artistas, transitando por diversas linguagens.(figura 94)

Figura 94 – Imagem do percurso Delírios Itinerantes da boa viagem



Fonte: Rebeca Eler

3.4 O público do museu do ingá

Para compreendermos o público do Museu, primeiro precisamos destrinchar o conceito de público quando se trata de uma instituição cultural. Usamos no presente trabalho o conceito trazido por Fernando João de Matos Moreira para a revista Brasileiras de Museu:

Globalmente, entende-se por público o conjunto de usuários de um serviço. No caso específico dos museus, os usuários são todos aqueles que utilizam um serviço posto à disposição pela instituição museu. Assim, o público dos museus corresponde não só aos visitantes (pessoas que entram ou entraram no museu), mas também à parcela daqueles que, de alguma maneira, sem uma relação presencial no museu, usufruíram dos serviços ou bens por ele disponibilizados (p.e. encomenda de livros ou outros materiais por catálogo, visitas a exposições itinerantes, destinatários de ações pedagógicas levadas a efeito nas escolas...). (Moreira, 2007, p. 101)

No seguinte trabalho, dentro desse conceito de público, vamos nos deparar com três subdivisões usadas na contabilidade de público no dia-a-dia da instituição (tabela I). A seguinte tabela foi elaborada para que as nomenclaturas utilizadas na contagem quantitativa sejam esclarecidas quanto a motivação das pessoas entrarem no museu.

Tabela I - Tipos de público

Público espontâneo	Que é o público que vai de fato para visitar as exposições. São as pessoas que entraram no circuito expositivo.
Público de eventos	É o público contabilizado com um contador a partir da entrada no portão do Museu nos dias dos eventos. Esse público não obrigatoriamente visita o Museu. Nos dias de eventos fazemos o levantamento de quantas pessoas visitam o Museu e quantas ficam apenas no jardim usufruindo do evento.
Público das ações educativas	O Público das ações educativas são os grupos agendados e pessoas que participaram de alguma ação do setor educativo como palestra, oficina, cineclube, etc.

Na recepção do Museu do Ingá tem o “livro de visitação” (figura 95) que todos os visitantes devem assinar antes de visitar o Museu, não é explicitamente obrigatório, mas existe uma adesão de quase a totalidade dos visitantes de assinarem. Nele o visitante deve preencher o nome, escolaridade, profissão, país, estado, cidade e e-mail caso queira receber a programação do mês.

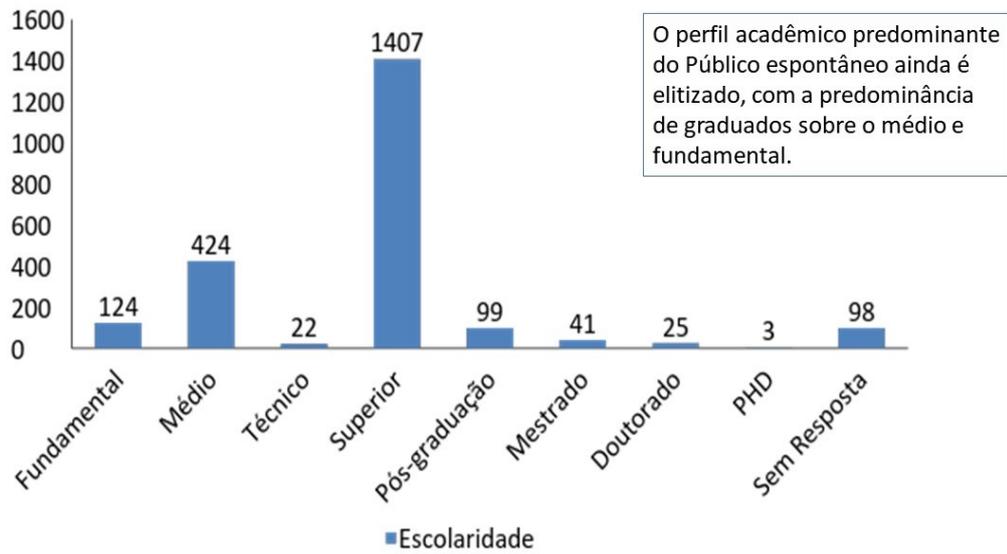
Figura 95 - Livro de Visitação – Museu do Ingá

Nome	escolaridade	Profissão	CIDADE	País	E-MAIL	
Denise Felipe Ribeiro	Docente em História - UFF	Professora	Rio de Janeiro - RJ	Brasil	df.ribeira@ufl.br	
Marcelo Simões de Costa		Professora	Niterói - RJ	Brasil	finco@ufl.br	
Fernando Soares	RESTRANDE	Secundário	URANAI - RJ	Brasil	msouza@ufl.br	
PAULO EDUARDO S. SISINNO	MESTRANDO	PROFESSOR	NITERÓI - RJ	BRASIL	Paulosisinno@hotmail.com	
BRUNO DOS SANTOS	ZONTARANDO	PROFESSOR	RIO	BRASIL	MEMBERS@UFLBR.COM.BR	
Christiano da Silva Moreira	Mestrando	Ministério de Cultura	Rio de Janeiro - RJ	Brasil	bruninho@ufl.br	
Wenderson Rodrigues de A. Pereira	Mestrando	Professor	Rio de Janeiro	Brasil		
Carolina Siqueira Aragão	Instituto de Educação	Estudante	São Gonçalo	Brasil		
CAROLINA WOLFF	PROFESSORA	PROFESSORA	SANTIAGO DE CHILE	CHILE	carolina.wolff@ufl.br	
GUILHERME BRAVO	PROFESSOR	Docente História	Santiago	CHILE	guilherme.bravo@ufl.br	
Thiago Augusto B. Soares	Bacharelado	Estudante	São Gonçalo - RJ	Brasil		
Francisco Gomes de A. Viana	Ensino médio	Excedente	São Gonçalo - RJ	Brasil		
Pedro Albuquerque	Estudante	Estudante	Niterói	Brasil		
Sabrina Santos	Universitária	Universitária	São Gonçalo - RJ	Brasil		
Juliana Moreira da Silva	Universitária	Estudante	São Gonçalo	Brasil	meca96@hotmail.com	
Alice Pereira de Souza	Universitária	Estudante	São Gonçalo	Brasil	alice.viana@ufl.br	
Juliana Ruzza R. de Jesus	Graduada	Advogada	Salvador - BA	Brasil		
Sávio Bez	Mestrando	Historiador	Niterói - RJ	Brasil	SAVIO_RUZ@UFLBR.COM.BR	
06-10-16						
Juliano	Bacharelado	DESIGNER	MARICÁ - RJ	BRASIL	jeff00x@ufl.br	
André Luiz L. de Azevedo	Aluno Niterói	FUNE - P. de Azevedo	Niterói - RJ	BRASIL	andreguara@gmail.com	
Imã	Doutorado	Professora	Niterói	BRASIL	TIRES.BADURATI@UFLBR.COM	
BARBARA PIRES			Rio de Janeiro - RJ			
07-10-16						
Mariana Mendes	Doutorado	Professora	RJ	RJ	BRASIL	
Rafael Amorim	superior	PROFESSOR	RJ - RJ	BR		
Maguel C. Santos						
Graci Borges						
Iraci F. de Azevedo	Estudante		FRANÇA			

Fonte: Luisa Wasserman

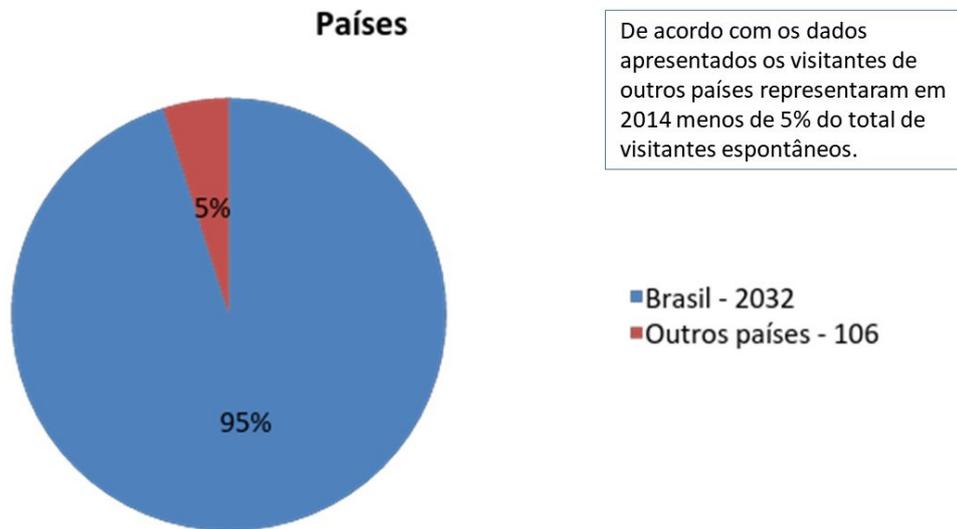
Em 2015 foi levantado o perfil do visitante a partir do livro de visitação de 2014, apesar do estudo ter englobado apenas um ano de visitação espontânea, é uma ótima base para compreendermos quem era o público que estava visitando o Museu no momento inicial das ações e parcerias com o entorno (figuras 96 a 99). Para a posteridade recomenda-se que no final de 2017 um novo estudo seja feito para que o verdadeiro impacto a longo prazo seja traçado.

Figura 96 - Perfil Acadêmico do Visitante Espontâneo – 2014



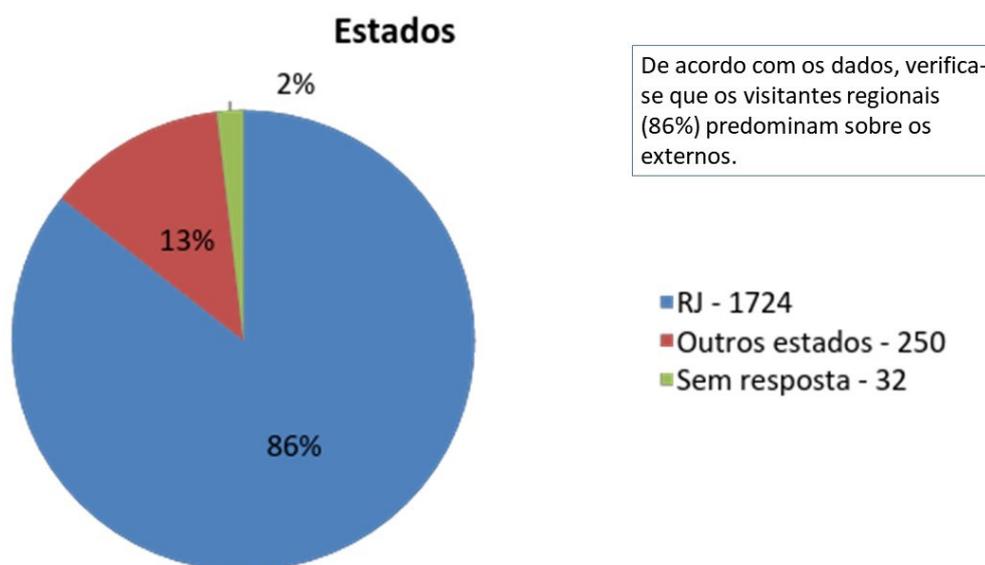
Fonte: Museu do Ingá

Figura 97 - Perfil Geográfico do Visitante Espontâneo 2014 – Mundo



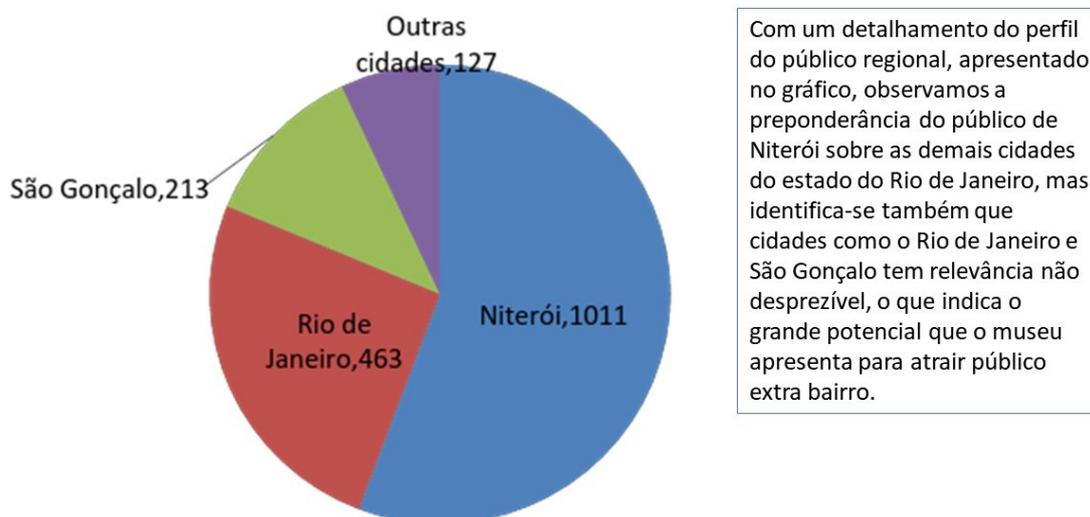
Fonte: Museu do Ingá

Figura 98 - Perfil Geográfico do Visitante Espontâneo 2014 – Brasil



Fonte: Museu do Ingá

Figura 99 - Perfil Geográfico do Visitante Espontâneo 2014 – Estado do RJ



Fonte: Museu do Ingá

3.5 A gestão do museu do Ingá e seu impacto no público (2012 – 2016)

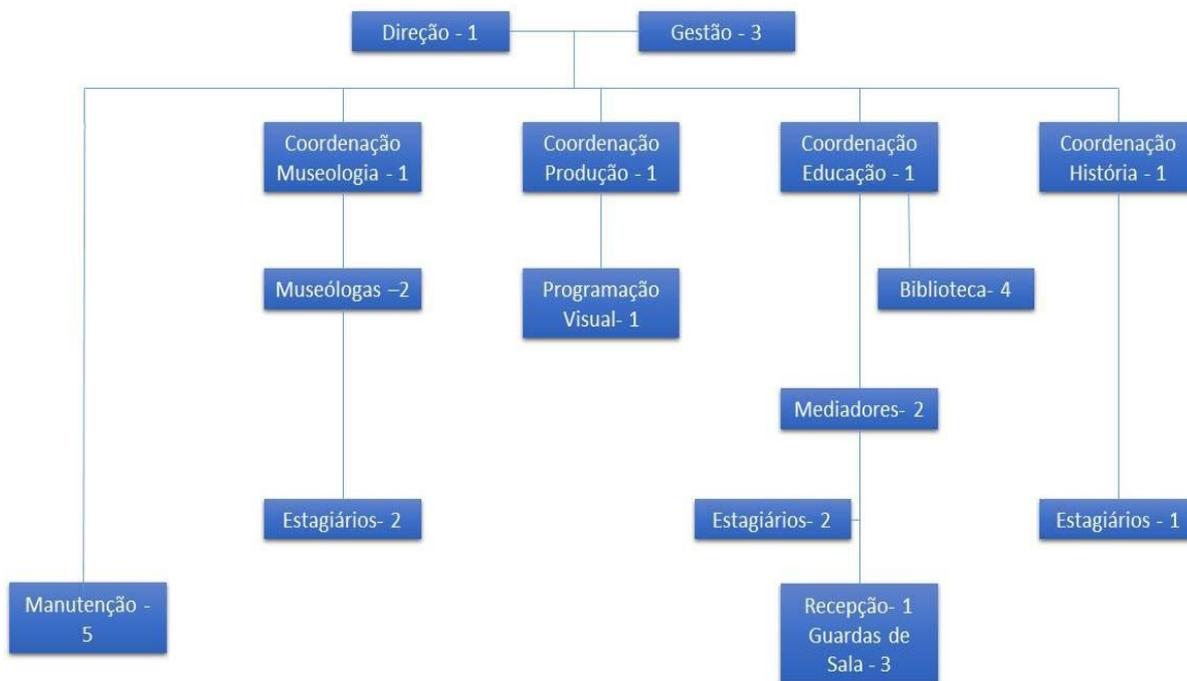
Em 2012, o museu ainda tinha uma administração preocupada em produzir exclusivamente saberes. Suas ações consistiam basicamente em propostas de seminários e publicações, estabelecendo um relacionamento limitado com a sua vizinhança. Algumas articulações pontuais com a Universidade Federal Fluminense - UFF, também localizada na mesma região, também ocorriam, mas não tinha muita abertura para propostas do uso do espaço pela população.

Em 2013, com a mudança da gestão do Museu, saindo Dora Silveira e passando a ser gerido por Daniela Name, curadora e crítica de arte, uma profissional da área de comunicação, o museu passou a ter como foco se tornar mais atraente para os visitantes. Mesmo sendo uma breve gestão o perfil do museu conseguiu mudar, com exposições com caráter mais populares, com a escolha de temas como samba, folia de reis, entre outros. Em março, Daniela Name saiu do cargo de diretora, ficando até setembro de 2013 a superintendência a cargo de uma direção interina.

Em setembro de 2013, Patricia Araujo assume a direção do Museu do Ingá passando a uma gestão mais integrada, com foco no setor educativo e na reorganização dos setores. Nessa gestão ocorreu a implementação do Projeto Sementeira, que tinha como objetivo principal a elaboração de estudos e projetos com vistas ao revocacionamento do Museu. Assim criou-se o plano museológico, com a revisão dos eixos curatoriais, a criação de identidade e marca, os estudos de usos e fluxos dos museus com vistas a reforma predial e por fim a realização de exposição sobre a trajetória do Ingá, do palácio ao Museu do Estado, exposição que foi inaugurada em novembro de 2014.

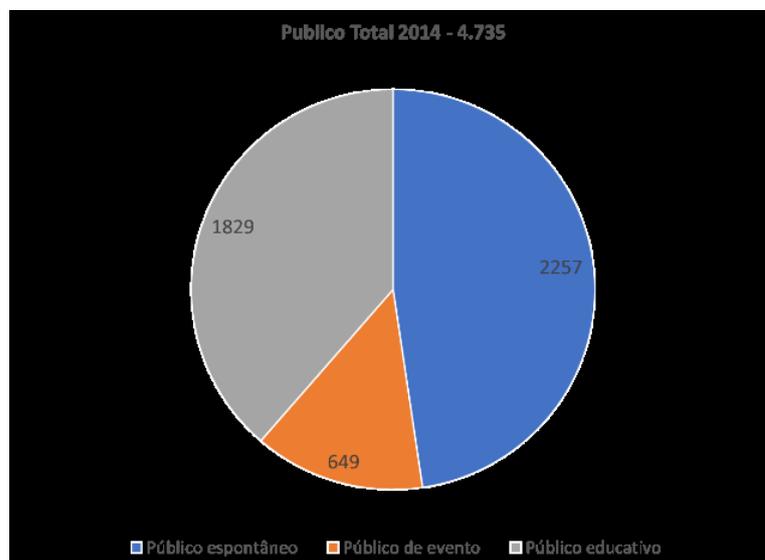
De 2014 a 2015, suas atividades principais estavam pautadas nas ofertas de oficinas do setor educativo. Para compreendermos melhor a oferta de atividades do Museu, temos que levar em conta sua equipe, pois um museu com uma equipe limitada tem um limite de quantitativo de público que pode atender. A equipe era formada por um arte-educador, dois estagiários e mais dois mediadores contratados, disponibilizando de uma boa infraestrutura (Figura 100).

Figura 100 - Organograma da equipe – 2014 (n=31)



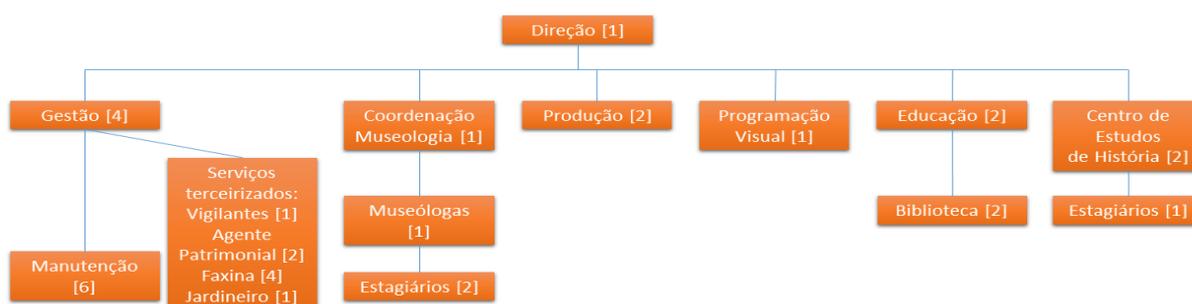
Com essa configuração de equipe o público que era atendido pelo setor educativo tinha um alcance maior e possuía uma porcentagem muito expressiva do público total. Nesse contexto de 2014, o público dos eventos das ações culturais correspondia apenas 13,7% do público total atendido pelo educativo do Museu do Ingá (figura 101). O que refletia uma gestão que se preocupou em fomentar o setor educativo, não dando ênfase a propostas de eventos culturais no espaço.

Figura. 101 - Distribuição do público em função das ações (dados de 2014)



Em janeiro de 2015, algumas coordenadorias, como Educação e Produção e Conteúdo, foram extintas, resultando na perda de 7 (sete) servidores no total, além do retorno para outros órgãos de origem de outras 2 (duas) servidoras (Coordenadora de História e Coordenadora do Educativo), devido ao contingenciamento sofrido por toda a Administração Pública do Estado do Rio Janeiro. Após alguns ajustes internos foi possível retomar o protagonismo do Museu do Ingá. Com uma nova abordagem, devido a redução de equipe, buscando aproximar o Ingá de outras instituições, nos diversos níveis institucionais. Ao longo do ano, foi viabilizada a reposição de algumas vagas, como o retorno da Coordenadora de História, e de serviços que haviam sido perdidos inicialmente, como jardinagem e segurança, ficando sua estrutura final como estabelecida na figura 102.

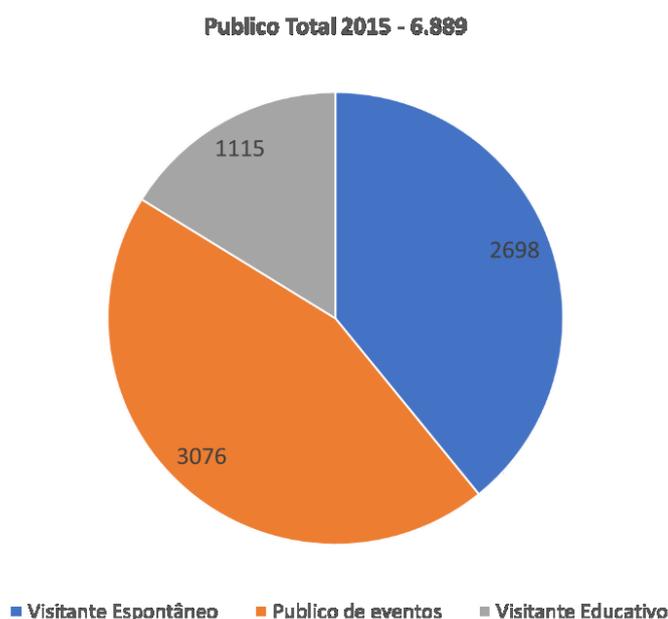
Figura 102 - Organograma da equipe – 2015 (n=25)



Uma das ações mais importantes foi a aproximação do Museu com a comunidade do Morro do Palácio, através de conversas realizadas em conjunto com a SMU e a Coordenadoria de Favela Criativa da SEC. A equipe de Produção e Conteúdo, junto com o Educativo estiveram também em visitas à comunidade, procurando contato com os artistas locais, escolas e creches, e outros projetos sociais. A ideia era pensar ações culturais para 2016 com atividades voltadas para a comunidade e também propostas pelos próprios moradores.

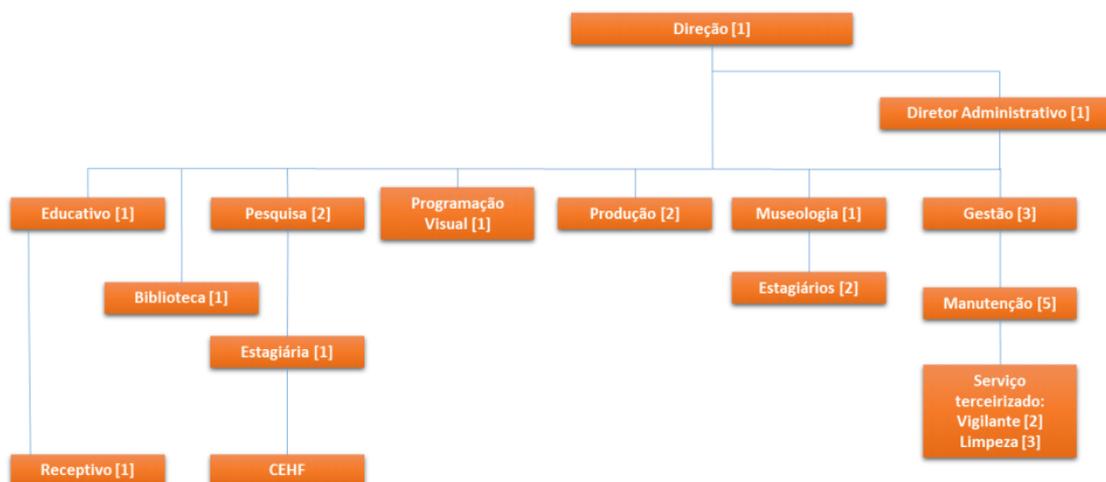
Diante do exposto acima, consideramos que o ano de 2015 foi positivo, pois pode se realizar atividades diversas e parcerias externas, visando melhorar o quantitativo de público, diversificar a programação e consolidar a posição do Ingá como o principal museu do Estado na região Fluminense. A porcentagem do público de eventos passa a ser de 44,65% do público total atendido pelo Museu (ver figura 103).

Figura 103 - Distribuição dos públicos em função das ações (dados de 2015)



Em 2016 essas novas parcerias foram consolidadas e o uso do espaço foi abrangido para a uma maior integração dos municípios do Estado do Rio de Janeiro. O fluxo de visitação conseguiu ser aumentado, mesmo com mais cortes de equipe. Os eventos no jardim passaram a ser intervenções mensais pelo resultado de aumento de público que gerou. Foi compreendido a importância do uso do espaço externo para ressaltar ao entorno que o museu estava aberto e com atividades.

Figura 104 - Organograma da equipe – 2016 (n=22)



Em maio de 2016 (figura 104) houve mudança de direção no Museu do Ingá: Patricia Araujo solicitou sua exoneração e Wallace Barbosa foi nomeado diretor. Com a nova direção, voltada para curadoria e eventos que dinamizassem o museu, aproximamos ainda mais o museu da comunidade do Morro do Palácio, através da equipe de Produção e Conteúdo, junto com o Educativo que firmaram parceria com o Macquinho e com a Associação de Moradores. A ideia foi pensar a programação do Ingá em 2016 já com atividades voltadas para a comunidade e também feitas pelos próprios moradores. Fala de Wallace (2016) quando questionado em entrevista sobre a relação do museu com a comunidade:

Nós temos feito um empenho de diálogo com nosso entorno, a comunidade do Palácio. Já realizamos três visitas técnicas ao Maquinho por dentro do Morro do Palácio e guiadas pelo pessoal da Associação de Moradores, onde eles próprios nos contam um pouco da sua história, com seu mapa afetivo e referências. A partir daí, começamos uma aproximação e resolvemos fazer um evento que já estamos na terceira edição e retomaremos em abril: uma feira cultural. A iniciativa resgata o antigo sentido das quermesses do interior com música, barraquinhas, comida e bebida e um leilão no final com itens doados entre alimentos e obras de arte locais. (BARBOSA, Wallace 2016, entrevista para o Fluminense)

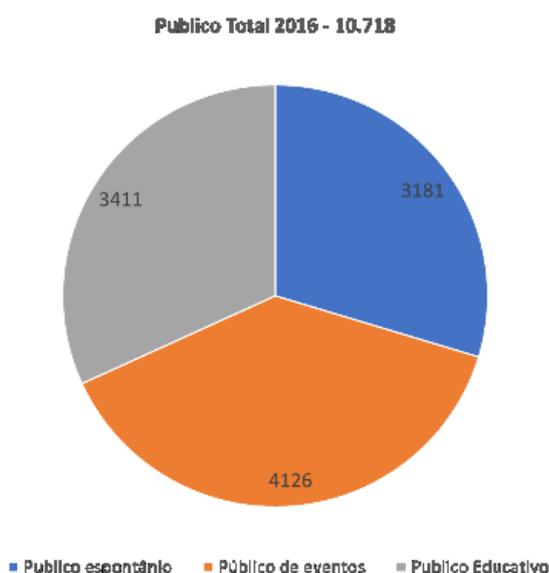
A nova direção trouxe exposições de arte popular com artistas de municípios como Parati e Visconde de Mauá, dentro de uma nova visão de integração do Museu do Ingá com os municípios fluminenses e vice-versa. Em termos de política, BARBOSA (2016) diz que esse

modelo de gestão resulta na descentralização de acervo e recebimento de contribuição do interior do estado.

Em 2016 essas novas parcerias foram consolidadas e o uso do espaço foi abrangida para a uma maior integração dos municípios do Estado do Rio de Janeiro. O fluxo de visitação conseguiu ser aumentado, mesmo com mais cortes de equipe. Os eventos no jardim passaram a ser intervenções mensais pelo resultado de aumento de público que gerou. Foi compreendido a importância do uso do espaço externo para ressaltar ao entorno que o museu estava aberto e com atividades.

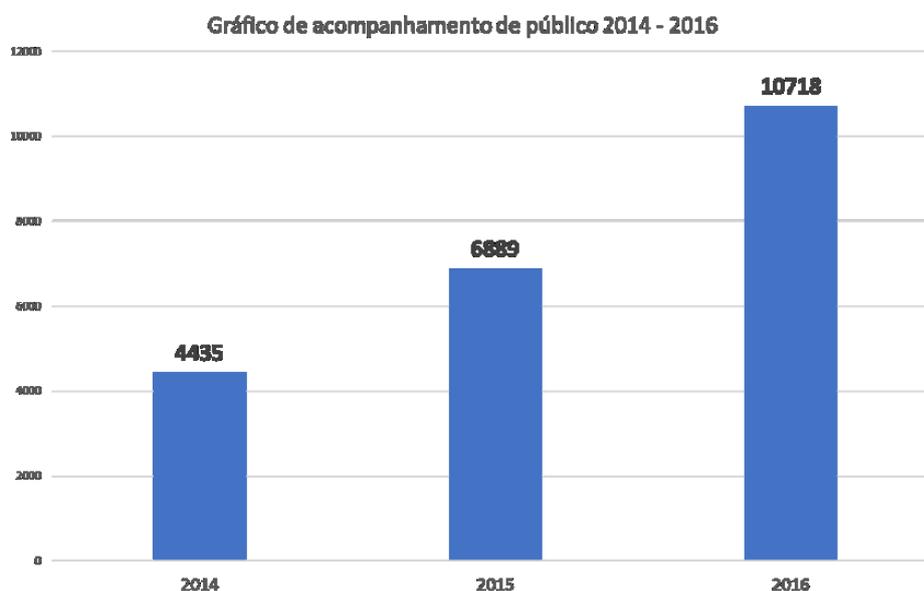
Nesse ano, o público de eventos correspondeu a 38,5% do público atendido pelo museu (Figura 105).

Figura 105 - Distribuição dos públicos em função das ações (dados de 2016)



Mas a cobrança da secretaria de cultura por continuar levando público ao museu aumentou, o que foi propício ao foco em atividades culturais no jardim que pudessem alcançar um maior número de pessoas, mesmo com uma equipe consideravelmente reduzida foi possível aumentar os números (crescimento de público superior à 100% em relação à 2014, figura 106) , mudando a proposta de programação e adaptando o perfil dos eventos do Museu do Ingá para eventos de grande porte e de cunho cultural na área externa.

Figura 106 - Contabilização de público total no Museu do Ingá no período 2014-2016



3.6 Os canais de comunicação

Atualmente o Museu do Ingá possui os seguintes canais de comunicação: página no facebook, instagram, mailing, livro de impressões, banners na faixa, publicação mensal na agenda cultural de Niterói, e esporadicamente notícias no jornal local (ofluminense e folha de Icaraí) e estadual (oglobo).

O pilar mais expressivo de relacionamento com o público do Museu, ocorre através das redes sociais. De 2012 a 2017, a página do facebook do Museu do Ingá passou de 2 mil curtidas, para 11 mil (Figura 107). Cada evento criado pela página tem um alcance médio de 20 mil pessoas. O grande número de compartilhamentos, mensagens, marcações e avaliações ilustram a participação ativa das pessoas nesses espaços. Constatam-se registros de pessoas que não trabalham nesse espaço convidando os amigos a comparecer nos eventos, avaliações sobre o espaço e feedbacks publicados das ações do museu. Esses registros balizam condutas e servem de termômetros dos impactos na sociedade de suas ações.

Figura 107 - Evolução de curtidas da página do museu no facebook de 2015 à 2017



Fonte: Facebook

Além disso o facebook permite uma comunicação direta com o público através do INBOX e avaliações do público (figura 108) sobre o que eles acharam sobre o espaço, qualificando suas experiências no Museu.

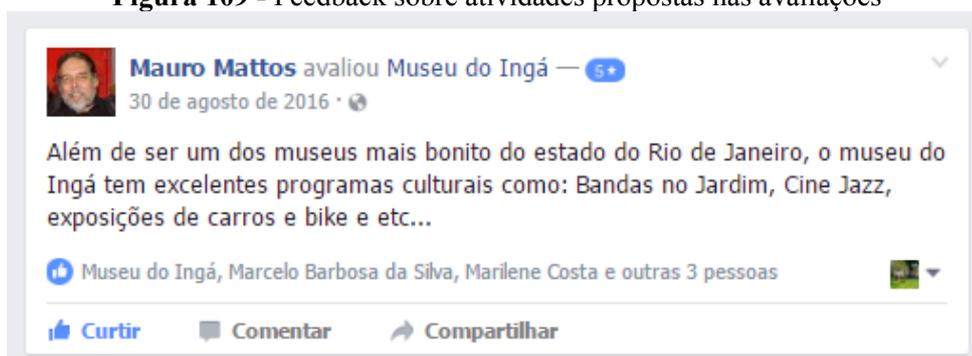
Figura 108 -Avaliações na página do facebook



Fonte: Facebook

Através dos depoimentos disponíveis dentro das avaliações sobre o espaço na página podemos ter um feedback positivo e negativo das nossas ações (figura 109): Elas funcionam como um termômetro das nossas atividades e resultado do modelo de gestão. Se o visitante tem uma boa experiência dentro daquele espaço, eles mesmo vão ativar a divulgação e recomendar para outras pessoas (figura 110). Mostram também que o público compreende a real situação de um Museu estadual em um contexto de crise econômica (2016) e demonstra empatia (figura 111). E o principal é ver consolidado através de depoimentos a relação de afeto construída e o engajamento do público com o local (figura 112)

Figura 109 - Feedback sobre atividades propostas nas avaliações



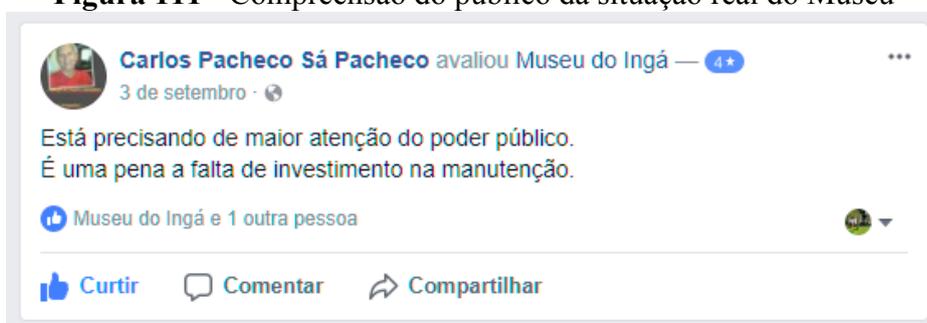
Fonte: Facebook

Figura 110 Os visitantes que indicam o museu para um público potencial



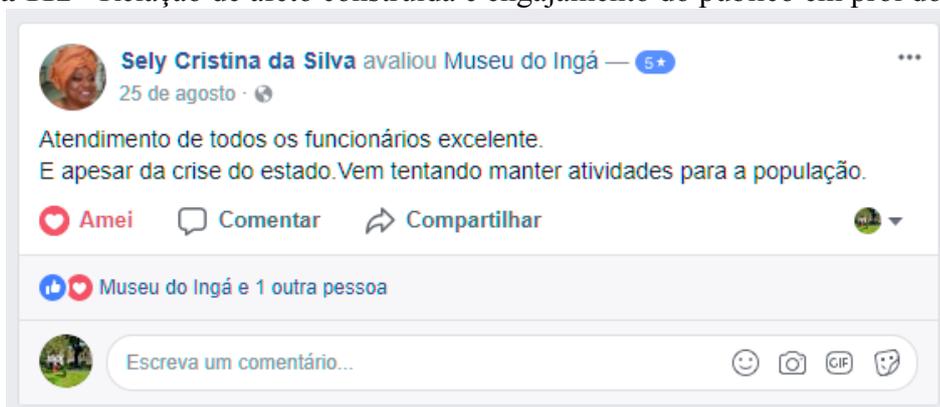
Fonte: Facebook

Figura 111 - Compreensão do público da situação real do Museu



Fonte: Facebook

Figura 112 - Relação de afeto construída e engajamento do público em prol do Museu



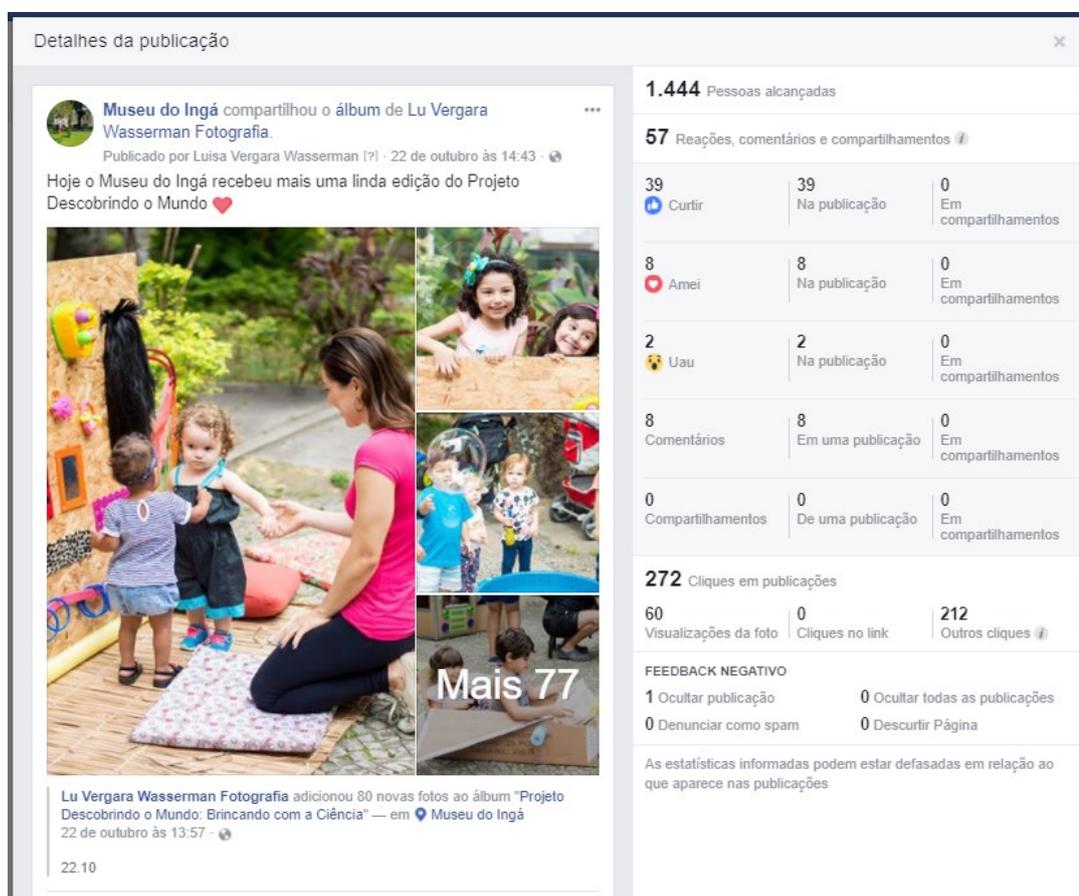
Fonte: Facebook

Além dessas vertentes de avaliação, o facebook permite o envio direto de mensagens, que virou um espaço onde as pessoas entram em contato para pedir desde informações sobre o funcionamento do museu a pedidos de vaga de emprego na instituição.

No Facebook é possível a interação do público com as postagens e eventos criados pelo museu, as pessoas podem reagir ao que você postou, através de emoticons (forma de comunicação paralinguística), mensagens, compartilhamentos e marcações. Cada interação aumenta o alcance da publicação que foi feita. Quanto mais as pessoas se relacionarem com o conteúdo que elas estão tendo acesso maior será o alcance e por consequência aumentamos o potencial de público do Museu, no caso do museu do Ingá mais pessoas vão tendo acesso ao fato do museu estar aberto e com atividades propostas.

Por exemplo uma das nossas postagens de maior alcance é o álbum de fotos das edições do projeto descobrindo o Mundo (figura 113), pois além do evento em si, o público é fotografado, o que resulta em um reconhecimento e maior quantidades de cliques na postagem, comentários e compartilhamentos daquelas fotos.

Figura 113 - Quanto mais interações com a postagem, maior será o alcance de público



Fonte: Facebook

O Museu do Ingá também conta com um perfil no Instagram (figura 114) com 795 seguidores, o perfil ainda é novo, tendo sido criado em menos de um ano, mas o aplicativo tem muito potencial como um ativador do espaço.

Figura 114 - Perfil do Instagram do Museu do Ingá



Fonte: Instagram

É mais uma frente de diálogo com o público, também possui a possibilidade de mensagens privadas e marcações. A conta tem sido gerenciada de forma diferente do Facebook, enquanto no Facebook existe uma busca mais forte em promover os eventos que ainda vão acontecer, o Instagram tem sido mais usado para mostrar em tempo real o que tem acontecido. Mais uma forma de além de mostrar que o espaço está aberto e com atividades, mas de aproximar o público com o espaço.

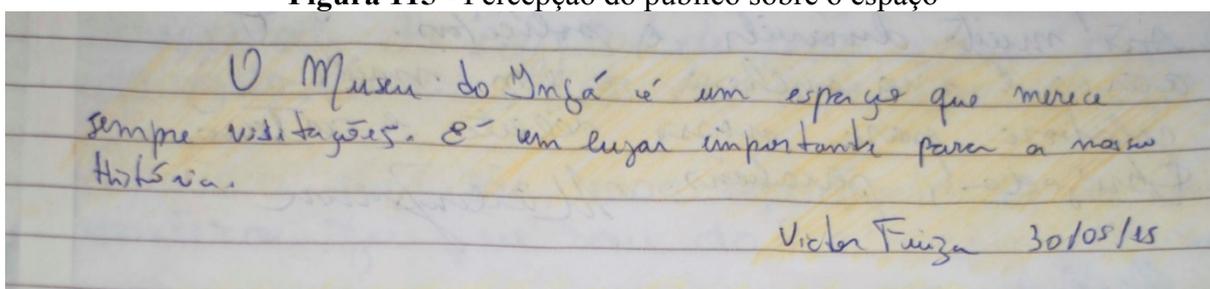
Para potencializar a divulgação dos eventos, o museu envia mensalmente a sua programação para a agenda cultural de Niterói, que é um material impresso pela Fundação de Artes de Niterói com toda a programação cultural mensal da cidade de Niterói. Não temos dados sobre a real eficiência dessa divulgação, mas sempre é enviada a programação já que ela é distribuída em pontos estratégicos da cidade e a equipe considera uma frente muito importante, por dar um maior respaldo ao museu como um espaço de cultura da cidade.

Os mailings do Museu também são usados para divulgar as ações culturais do espaço. Mas através deles a equipe está cada vez mais recebendo propostas de pedidos de uso do espaço. Seja para feiras, rodas de samba, uso da sala de curso para eventos acadêmicos, filmagens, pedidos de escolas para montagens de exposições com os trabalhos dos alunos, festas infantis, etc... é um canal direto que já possui uma intensa demanda, e toda demanda é levada para as pautas das reuniões semanais para serem debatidas em equipe. Nesse momento que entra em debate a gestão de afeto. Pois o Museu possui suas diretrizes, mas ao mesmo tempo é um espaço público, então cabe ao corpo técnico fazer a mediação.

Geralmente quando vai ter alguma inauguração, de exposição com patrocínio, sai uma nota no jornal da cidade, mas se procurar no google “Museu do Ingá” e especificar para ver apenas as notícias sobre o espaço, vamos ter apenas 97 resultados (a maioria não é de fato sobre o museu), o que em comparação com o que tem sido feito é irrisório e algumas notícias também não contribuem para a conscientização do trabalho que está sendo feito no espaço.

Em 2015 foi inaugurado o Livro de Impressões (figura 115 a 119) no Museu do Ingá, é um espaço onde o visitante pode colocar sua impressão sobre o museu. Acabou sendo um material muito interessante, pois como era um espaço aberto as experiências variavam muito. Alguns aproveitavam o espaço para desenhar, outros elogiavam a equipe pelo atendimento, no verão muita gente aproveitou para pontuar a falta de ar condicionado nas salas de exposições. Uma experiência de canal de comunicação muito enriquecedora para o Museu que permitiu compreender mais o seu público e compreender suas demandas.

Figura 115 - Percepção do público sobre o espaço



Fonte: Livro de Impressões

Figura 116 - Percepção do público sobre o espaço

24/06/15
ADOREI, RECOMENDAR E A VÁRIOS AMIGOS.
UMA FONTE DE CONHECIMENTO ABERTO AO
PÚBLICO E GRATUITO
Teoberto

Fonte: Livro de Impressões

Figura 117 - Percepção do público sobre o espaço

Fei muito bom poder visitar os museus no
bairro. Não imaginava que tínhamos
esta organização e coisas interessantes em
Niterói.
22/07/15. [Signature]

Fonte: Livro de Impressões

Figura 118 - Percepção do público sobre o espaço

03/08/2015
Estão adorando a exposição de carros antigos.
Toda a equipe do Museu do Inga estão
de Parabéns!
Elizabeth Ladilhe

Fonte: Livro de Impressões

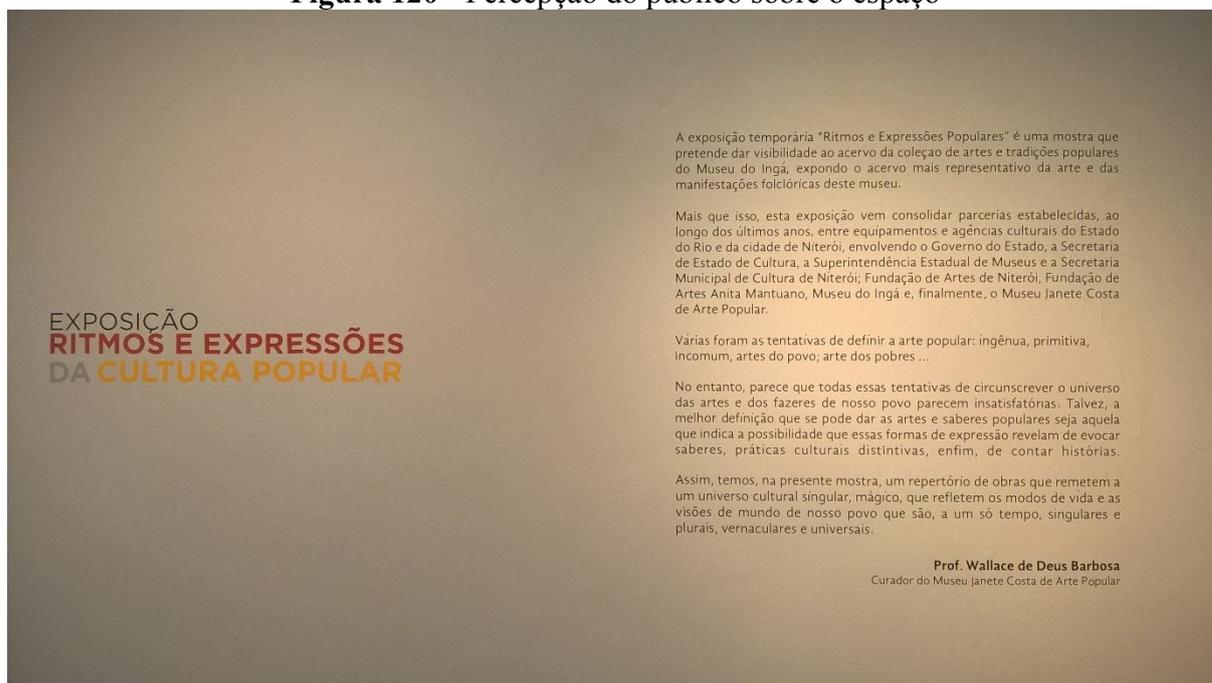
Figura 119 - Percepção do público sobre o espaço

O Museu é uma grata surpresa e um espaço muito
especial. Sua estrutura, acervo e atividades e profissionais
estão super preparados para receber um público bem heterogêneo
e com muito cuidado e atenciosidades. Espero voltar sempre não
só para as atividades educativas (que são ótimas) quanto
para outras atividades. Parabéns ao Inga por esse espaço!

Fonte: Livro de Impressões

Um canal que muitas vezes colocamos em segundo plano pela falta de interatividade são os textos das exposições (figura 120). Eles são responsáveis pela comunicação entre o artista e o público que conhece o espaço sem uma mediação formal. Ele situa o espectador e dá elementos para que a experiência seja mais completa, sem interferir na reação do visitante.

Figura 120 - Percepção do público sobre o espaço



Fonte: Luisa Wasserman

Os canais de comunicação também são responsáveis por construir a identidade do museu para o público externo e serve como um reflexo de sua gestão, identificando como uma marca a intenção curatorial de cada modelo. Essas identidades são frágeis, de modo que são difíceis de serem construídas e são facilmente desconstruídas.

Em 2016 mesmo com contingenciamento de verba e equipe, com corte inclusive dos seguranças do museu, a instituição batalhou para manter suas portas abertas com programação. Já que vínhamos de um trabalho árdua de conscientização de que ali existia um museu vivo. Diante de um corte de luz por falta de pagamento, tivemos que fechar o museu durante uma semana, isso já bastou para circular nos jornais a notícia que o museu estava fechado, como se fosse algo permanente. Desconstruindo todo um trabalho feito com o público que estava começando a crescer.

Para um museu sem verba para investir em propaganda e marketing essa rede de instrumentos de comunicação digital são essenciais para se promover e comunicar.

CONCLUSÃO

O Lugar da fala apresentado neste trabalho foi enriquecido através da etnografia visual ampliando o potencial de análise da fragilidade das relações de afeto que surgiram a partir das vivências do Museu.

O registro fotográfico do público foi importante para o questionamento, de que público está frequentando o museu. Quais as manifestações culturais presentes neste espaço. As imagens deixam transparecer a intenção curatorial e como ela é refletida no público que faz uso do espaço. Os diferentes grupos, que antes não se viam nesse espaço precisaram ser instigados através de atividades que eles puderam se identificar.

A participação ativa desse público na instituição, através de demandas do uso do espaço, das parcerias, das vivências, estabelecem e fortificam os laços de afeto e promovem a validação que o transforma em um espaço de convivialidade cultural.

Análises conceituais sobre a função do museu permitem o esboço de estratégias para que a vocação determinada seja atingida. A análise crítica de experiências ajusta a rota. A análise do caso do museu do Ingá de 2014 à 2017 demonstram que a resposta das ações participativas, do pensar sistêmico da instituição que busca integrar e diversificar o público, equilibraram e atraíram os diversos públicos ao espaço, mesmo em tempos de crise.

Foi observado que a identidade do museu é um vínculo frágil que em cada gestão passa por uma reestruturação, são os agentes passageiros que deixam sua marca em um dado momento, e caso não haja uma construção que fortaleça a estrutura com diretrizes claras e resistentes, ela está fadada a ciclos de descontinuidade, refletindo na imagem do museu. No período estudado cada gestão teve sua característica, sendo assim refletido na equipe que estava a frente das ações, nas atividades propostas e no tipo e diversidade do público.

A coleta dos dados e registros ocorridos de 2014 à 2017, realizados neste trabalho permitiram avaliar as diretrizes conceituais materializadas em ações de maior impacto na captação de público, o que pode também se potencializar como ponto de partida para a captação de recursos e incentivos à sua manutenção e expansão. O ano de 2014 refletiu uma gestão que se preocupou em fomentar o setor educativo, não dando ênfase às propostas de eventos culturais no espaço. Apesar do visível incremento de público total, comparado com a pouca visibilidade pública dos anos anteriores, o público dos eventos das ações culturais não chegou à 14% do público total atendido pelo Museu do Ingá (4435). O ano de 2015 deu início à aproximação do Museu com a comunidade do Morro do Palácio em conjunto com a SMU e

a Coordenadoria de Favela Criativa da SEC. A equipe de Produção e Conteúdo, junto com o Educativo estabeleceram contato com os artistas locais, escolas e creches, e outros projetos sociais com o objetivo de estabelecer ações culturais para 2016 com atividades voltadas para a comunidade e incorporando propostas realizadas pelos próprios moradores.

2015 foi marcado pela diversidade de programação no sentido de consolidar sua posição do Ingá como o principal museu do Estado na região Fluminense. A porcentagem do público de eventos passa a ser de 44,65% do público total de 6889, atendido pelo Museu. em 2016 a programação do Museu do Ingá já estava consolidada com atividades voltadas para a comunidade e também feitas pelos próprios moradores. Foi compreendido a importância do uso do espaço externo para ressaltar ao entorno que o museu estava aberto e com atividades. Nesse ano, o público de eventos correspondeu a um pouco mais de 1/3 do público total de 10718, atendido pelo museu, se harmonizando e equilibrando com o público do educativo (3411) e o espontâneo (3181). Confirmando que a diretriz conceitual adotada, de integrar o museu ao bairro, fortalecia as vocações do museu como um todo.

Os eventos e ações culturais expansivas, propiciada por gestores e equipes integradas e participativas, abriram seus portões para a sociedade local e toda a diversidade que esta abriga, evidenciando também a potencialidade de conquista de territórios vizinhos.

O presente trabalho abre questões para aprofundamentos, foram encontrados nos dados quantitativos sobre as ações desenvolvidas nesse período no Museu, se fazendo necessário a introdução de um novo método de construção de memória.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. M. *Os visitantes do Museu Paulista: um estudo comparativo com os visitantes da Pinacoteca do estado e do Museu de Zoologia*. Anais do Museu Paulista. N. Sér. v. 12, jan./dez., 2004, p. 269-306.

ANICO, Marta. *A pós-modernização da cultura: patrimônio e museus na contemporaneidade*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 11, n. 23, p. 71-86, jan/jun 2005.

BOTELHO, Isaura. *Dimensões da cultura e políticas públicas*. São Paulo em Perspectiva, 15(2) 2001. p. 73-83

BOTELHO, Isaura. *Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública*. Revista Espaço e Debates. São Paulo: Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos. v.23. n.43-44. jan/dez, 2003.

BOURDIEU, Pierre.; DARBEL, Alain. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. 2. ed. São Paulo: Zouk, 2007. 238 p.

BOYLAN, Patrick (Ed.). *Como gerir um museu: manual prático*. Paris: ICOM – Conselho Internacional de Museus, 2004.

BRASIL. *Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus*. Disponível em: <http://www.museus.gov.br>. Acesso em 30 de maio de 2017.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Política Nacional de Museus: memória e cidadania*. Brasília, 2003.

CALABRE, Lia. *Política cultural no Brasil: um histórico*. Salvador, I ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em cultura, 2005. 12p.

CAMPOS, Rui Ribeiro de. *A natureza do espaço para Milton Santos*. Revista Geografares. n6, p.155-165, 2008.

CAMPOS, Shirleti Amorim. *As bibliotecas públicas são centros culturais ou os centros culturais são o milagre do século?* Dissertação de mestrado em Memória Social e Documento - Centro de Ciências Humanas - UNI-RIO. 1995. 104p.

CARDOSO e NOGUEIRA, Maria Cecília D. *Projeto de implementação do Centro de Cultura de Belo Horizonte*. Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG, BH, v.23, n2. p.203-216, jul/dez. 1994

CARVALHO, Rosane M. Rocha. *A relação do museu com o público do seu jardim: a contribuição dos estudos de público*. 2009. Rio de Janeiro. p. 1 – 18.2017.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CENNI, Roberto. *Três centros culturais da cidade de São Paulo*. 1991. 334p. Dissertação de mestrado – Escola de Comunicações e Artes – USP

CHAUÍ, M. *Reflexos de Cidadania* (Discurso de posse na Secretaria de Cultura de São Paulo, a 2 de janeiro de 1989). São Paulo, PMSP/SMC, 1989.

CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: Estação Liberdade, Unesp, 2006. p. 95-173.

COELHO, Teixeira. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1997

COELHO, Teixeira. *O que é ação cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1989. 94p. (Coleção Primeiros Passos, 216)

COELHO, Teixeira. *Usos da cultura: políticas de ação cultural*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. 124p.

COSTA, Evanise Pascoa. *Princípios Básicos da Museologia*. Curitiba: Coordenação do Sistema Estadual de Museus/ Secretaria de Estado da Cultura, 2006.

COSTA, Luciana Ferreira da; BRIGOLA, João Carlos Pires. *Habito cultural de visitar museus: estudo de público sobre o Museu do Homem do Nordeste, Brasil*. Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, Penedo, v 4, Numero Especial, 2014

CPIM/DEPMUS/IBRAM. *Relatório final da pesquisa O "não público" dos museus: levantamento estatístico sobre o "não ir" a museus no Distrito Federal*. Brasília, 2012

CURY, Cláudia Engler. *Museus de Rua ou Museus de Bairro na cidade de São Paulo: articulações com a constituição da memória histórica* In ANPUH – XXIV Simpósio Nacional de História, 24, 2007. São Leopoldo. Resumos...Associação Nacional de História, 2007. P. 9.

CURY, Marília Xavier. *Os usos que o público faz do museu: a (re) significação da cultura material e do museu*. In: Musas, Rio de Janeiro, IPHAN, n.1, 2004. p. 86-106.

FABBRINI, Ricardo. “A fruição nos novos museus”. *Especiaria: Cadernos de Ciências Humanas*. v. 11, n. 19, jan./jun. p. 245-268, 2008,

FERNANDES, José Ricardo Oriá. *O direito à memória: análise dos princípios constitucionais da política de patrimônio cultural no Brasil (1988-2010)*. Fundação Casa de Rui Barbosa. s/d.

FIGUEIREDO, Betania Gonçalves; VIDAL, Diana Gonçalves. (org.) *Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna*. Belo Horizonte: Argvmentvm; Brasília: CNPq, 2005.

GAJARDO, Marcela. *Ivan Illich*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/Massangana, 2010. 150 p.

HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. In: Thompson, K. (org.) *Media and Cultural Regulation*. Inglaterra, Open University, 1997

HUYSSSEN, Andrea. *Escapando da amnésia – o museu como cultura de massa*. In: *Memórias do modernismo*. Tradução de Patrícia Farias. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1996.

ICOM. *Mesa-Redonda de Santiago do Chile - 1972*. In: *A Memória do Pensamento Museológico contemporâneo - Documentos e Depoimentos*. São Paulo. Comitê Nacional Brasileiro do ICOM, 1995

JULIÃO, Leticia. *Apontamentos para a história do museu*. In *Caderno de Diretrizes Museológicas*, Brasília: Ministério da Cultura, Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura, 2006, pp. 17-30.

KASEKER, Davidson Panis. *Museu, território, desenvolvimento: Diretrizes do processo de musealização na gestão do patrimônio de Itapeva (SP)*. 2014. 286 f. Tese (Mestrado em Museologia) - Universidade de São Paulo, São Paulo. 2014

LUPO, Bianca. *Museu como fenômeno de massas: arte, arquitetura e cidade*. In: XIV Seminário de História da Cidade e Urbanismo, 2016, São Carlos. Cidade, arquitetura e

urbanismo: visões e revisões do século XX. São Carlos: Instituto de Arquitetura e Urbanismo USP, 2016. p. 533-539.

MARTELETO, Regina. *Cultura da modernidade: discursos e práticas informacionais*. Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG, BH, v.32, n2. p115-137, jul/dez. 1994

MARTINS, Luciana Conrado ; NAVAS, Ana Maria (Org.) ; CONTIER, Djana (Org.) ; SOUZA, Maria Paula Correia de (Org.) . *Que público é esse? Formação de públicos de museus e centros culturais*. 1. ed. São Paulo: Percebe, 2013

MEIRA, Marcel Ronaldo Morelli de. *Os novos museus e a estética na contemporaneidade*. In: ENCONTRO DE HISTÓRIA DA ARTE, 6., campinas, Unicamp, SP, 2010

MENDES, Luis Marcelo. *Reprograme: comunicação, branding e cultura numa nova era de museus*. Rio de Janeiro: Editora Imã, 2012.

MENESES, U. T. B. *A exposição museológica e o conhecimento histórico*. In: FIGUEIREDO, MILANESI, Luis. *A casa da invenção*. Ateliê Editorial. São Caetano do Sul, 1997.

MILANESI, Luis. *Centro de cultura: forma e função*. São Paulo: Hucitec, 1989. (Linguagem e cultura; v. 19).

MOUTINHO, Mário. *Museus e Sociedade: Reflexões sobre a função social do museu*. Caderno de Patrimônio, 1989.

MOUTINHO, Mário. *Sobre o conceito de museologia social*. Cadernos de Sociomuseologia, n. 1, 7-9, 1993.

MUSAS – *Revista Brasileira de Museus e Museologia*, n. 3, 2007. Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, 2007

NASCIMENTO, Flávio Martins e. *Ação e informação em centros culturais: um estudo sobre o Instituto Tomie Ohtake*. Dissertação de mestrado. PUC Campinas, Campinas, 2004.

PERÉZ-RIOJA, Jose Antonio. *Las casas de cultura*. Madri: 1971. 107p.

PINHEIRO, Marcos José de Araujo. *Museus, Memória e Esquecimento – Um projeto da modernidade*. Rio de Janeiro: E-papers. 2004

RAMOS, Luciene Borges. *Centro Cultural: Território Privilegiado da Ação Cultural e Informacional na Sociedade Contemporânea*. Bahia: Trabalho apresentado no III ENECULT 2007.

RUBIM, Linda. *Produção cultural*. In: RUBIM, Linda (org) Organização e produção da cultura, EDUFBA, Salvador, 2005.

SANTOS, Ângelo Oswaldo de Araújo. *Revolução no mundo dos museus*. Interesse Nacional, ano 6, n. 24, p. 13-16, jan./mar. 2014.

SANTOS, M. Célia Teixeira Moura. *O papel dos museus na construção de uma "Identidade Nacional"*. Anais do Museu Histórico Nacional. Rio de Janeiro, v. 28, 1996.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: HUCITEC, 1996, 308 p.

SANTOS, Milton. *Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica*. São Paulo: HUCITEC/EDUSP, 1978, 236 p.

SANTOS, Milton. *Por uma outra Globalização: do Pensamento Único à Consciência Universal*. RJ, SP: Ed. Record, 2000

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional*. São Paulo: HUCITEC, 1994, 190 p.

SANTOS, Myrian Sepúlveda. *Dos. Museus brasileiros e política cultural*. Rev. bras. Ci. Soc., Jun 2004, vol.19, no.55, p.53-72.

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. *As megaexposições no Brasil: democratização ou banalização da arte?* In Cadernos de Sociomuseologia, n. 19, 2002, p

SILVA, Maria Celina Soares. *Centro cultural – construção e reconstrução de conceitos*. 1995. Dissertação de mestrado em Memória Social e Documento - Centro de Ciências Humanas - UNI-RIO.

SUANO, Marlene. *O quê é museu?* São Paulo: Brasiliense. 1986.

TAVOR A, Maria Luisa Luz. *O Ateliê livre de gravura do MAM-Rio-1959/1969-projeto pedagógico de atualização da linguagem*. In: *Arte & Ensaios, Revista do PPGAV - /EBA/UFRJ*, 2007, p.58 – 67

VALENTE, M. E. *A Educação em museu: o público de hoje no museu de ontem*. 1995. Dissertação (Mestrado) — Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

VENZKE, Larissa Lysakowski, “*Por que eles não entram?*” - *Estudo de público no Parque do Museu Municipal da Baronesa*. 2011. 37 f. Tese (Graduação em Museologia) - Universidade Federal De Pelotas, Pelotas. 2011.

VERGARA, Luiz Guilherme ; MENDES, Luis Marcelo. ; CARVALHO, Rosane Maria Rocha de . *Documento setorial de Museus Gestão de Afetos: museus como campos gravitacionais de diversidade+criatividade+solidariedade*. Secretaria de Estado de Cultura Plano Estadual de Cultura. 2012.

VERGARA, Luiz Guilherme. *Dilemas éticos do lugar da arte contemporânea*. Acontecimentos solidários de múltiplas vozes. *Revista Visualidades* vol. 11, nº 1 p 59 – 82. Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2013, 216p.

VERGARA, Luiz Guilherme. *Potência frágil da arte contemporânea: terapêuticas antropofágicas em tempos de florestas, museus laboratórios*. In *Revista NAVA*, Juiz de Fora. v. 1, n. 2, p. 240 -267, jul/dez 2015.

YUDICE, George. *A Conveniência da Cultura: usos da Cultura na era global*. Trad. De Marie-Anne Kremer. BH: Editora UFMG; 2004

APENDICE A - FLYER DA EXPOSIÇÃO TRAJETÓRIAS



APENDICE B - FLYER DA VISITA COM OS CURADORES DA EXPOSIÇÃO



APENDICE C – FLYER MALOCA DO INGÁ

9ª PRIMAVERA DE MUSEUS | MUSEUS E MEMÓRIA INDÍGENA

EXPOSIÇÃO MALOCA DO INGÁ

Mostra com peças representativas da **cultura indígena** do acervo de arte popular do **Museu do Ingá**.

Contação de histórias e oficinas para **crianças**
Agendamento: museudoingaeducativo@gmail.com ou telefone 21 2717-2903



7GZ

17 / 9 A 18 / 10

GRATUITO

RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78
INGÁ NITERÓI
21 2717-2903

7GZ Terceira | Entende local, foto de pena de aves vermelha | Origem: Marabão



APENDICE D – FLYER DA EXPOSIÇÃO PAISAGENS CULTURAIS

14ª SEMANA DE MUSEUS | MUSEUS E PAISAGENS CULTURAIS

EXPOSIÇÃO Paisagens Culturais: Intervenções no Estado do Rio de Janeiro

Techo do Rio de Janeiro, 1927 | Lucilla de Albuquerque - 1 óleo sobre tela

7GZ

26 / 4 / 16 a 29 / 5 / 16

RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78
INGÁ NITERÓI
21 2717-2903



APENDICE E – CERTIFICADO DA PARTICIPAÇÃO DO PAINEL COLETIVO



APENDICE F – FLYER DA OFICINA A CIDADE QUE QUEREMOS



APENDICE G - FLYER DA EXPOSIÇÃO DI CAVALCANTI



EXPOSIÇÃO

Di Cavalcanti
em várias faces

27 /7 /16
a
27 /11 /16

GOVERNO DO RIO DE JANEIRO
SECRETARIA DE CULTURA
PERTO DE VOCÊ

FUNARJ

museus

ASSOCIAÇÃO DE AMIGOS DO MUSEU DO INGÁ

7-GZ

RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78
INGÁ NITERÓI
21 2717-2903

APENDICE H - FLYER DA OFICINA DI MULTISSENSORIAL



7-GZ

Di multisensorial

Visando experimentar o Museu em outras perspectivas o Educativo do Museu do Ingá promove uma visita sensorial à exposição *Di Cavalcanti em várias faces*.

Com intuito de ampliar os canais perceptivos, a ação possibilita uma nova interação do público com que o cerca.

Os visitantes percorrerão a mostra vendados vivenciando uma experiência multisensorial compreendendo o Museu em outros sentidos e horizontes.

Ação mediante agendamento
museudoingaeducativo@gmail.com
ou tel: (21) 2717-2903
Classificação: 8 anos.

GOVERNO DO RIO DE JANEIRO
SECRETARIA DE CULTURA
PERTO DE VOCÊ

FUNARJ

museus

ASSOCIAÇÃO DE AMIGOS DO MUSEU DO INGÁ

7-GZ

RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78
INGÁ NITERÓI

APENDICE I - FLYER DA EXPOSIÇÃO PAISAGENS CULTURAIS FLUMINENSES

O Museu do Ingá convida para a abertura da exposição:

Paisagens Culturais Fluminenses
Obras do artista Paulo Bittencourt

Abertura da exposição
07 de junho de 2017, às 18h
Visitação: 08 de junho a 09 de julho de 2017

MUSEU DO INGÁ | RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78 - INGÁ | NITERÓI | TEL: 21 2717-2903

APENDICE J - FLYER DA EXPOSIÇÃO CARYBÉ E OS MÚLTIPLOS ÍNDIOS

Exposição em cartaz

CARYBÉ e os múltiplos índios: Um passeio pela coleção indígena do Museu do Ingá



APENDICE K - FLYER DA OFICINA CORES DE URUCUM

OFICINA

Cores de Urucum

Oficina gratuita

RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78
INGÁ
NITERÓI
21 2717-2903

O Educativo do Ingá estabelece uma aproximação dos grupos, a partir dos conteúdos apresentados na exposição, a uma expressão artística de forma livre e criativa através de traços e cores em tela.

Agendamento: museudoingaeducativo@gmail.com | tel:2717-2903
Público alvo: a partir de 6 anos

APENDICE L - FLYER DA OFICINA INDIO: PRESENTE PASSADO E FUTURO

OFICINA

Índio: Presente, Passado e Futuro

Abordando a multiplicidade cultural indígena e suas transformações, convidamos o público a refletir as influências dos povos originários na cultura brasileira.

Oficina gratuita

RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78
INGÁ NITERÓI
21 2717-2903

Agendamento: museudoingaeducativo@gmail.com | tel:2717-2903
Público alvo: a partir de 14 anos

APENDICE M - FLYER DA OFICINA ORYAI KYRI

Oficina

Oryai Kyri

Peteca é brincadeira, cultura e arte! A oficina Oryai Kyri (brincadeira de criança em Guarani) convida os pequenos a criarem suas próprias petecas e brincar no nosso jardim.

Oficina gratuita

RUA PRESIDENTE PEDREIRA, 78
INGÁ NITERÓI
21 2717-2903

Agendamento: museudoingaeducativo@gmail.com | tel:2717-2903
Público alvo: crianças de 3 a 5 anos

APENDICE N - FLYER FEIRA NO INGÁ – 1ª EDIÇÃO

10ª PRIMAVERA DOS MUSEUS
Hoje é dia de feira no Ingá

FEIRA LIVRE
GASTRONOMIA
PERFORMANCE
MÚSICA
ARTE
LEILÃO

25
/9
/16
10h
às
14h

RUA
PRESIDENTE
PEDREIRA, 78
INGÁ
NITERÓI
21 2717-2903

REALIZAÇÃO: FUNARJ, museus, ASSOCIAÇÃO DE ARTEFES DO MUNDO VOLPI, Casa do Artesão

ENTRADA LIVRE

PARCERIA: Doce da Lu, COOPMUNDO, Volpi

APENDICE O - FLYER DESCOBRINDO O MUNDO – EDIÇÃO VOLPI

**O Projeto Descobrimdo o Mundo
apresenta a sua edição**

Circuito Junino
25.06 | domingo | 10h às 13h

Brincando com as obras
de Alfredo Volpi

Descobrimdo
Mundo