



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

**O MUSEU HISTÓRICO NACIONAL – RJ, DIANTE DA AGÊNCIA DE SEUS  
PÚBLICOS (2010 – 2019)**

**THOMAS FÉLIX SOUSA NIZIO**

**BRASÍLIA  
2023**

THOMAS FÉLIX SOUSA NIZIO

O MUSEU HISTÓRICO NACIONAL – RJ, DIANTE DA AGÊNCIA DE SEUS PÚBLICOS  
(2010 – 2019)

Texto apresentado ao Programa de Pós-Graduação em  
História da Universidade de Brasília para a defesa da  
dissertação de mestrado.

Linha de Pesquisa: História Social

Orientador: Prof. Dr. Bruno Leal Pastor de Carvalho

BRASÍLIA

2023

Dedico este trabalho à minha mãe, Nanci,  
meu pai, Geovane,  
minha irmã, Larissa  
e meu avô, Mizael.

## AGRADECIMENTOS

À todas as equipes do Museu Histórico Nacional, em especial à do Arquivo Institucional: Bianca Dias, Adilson da Conceição Silva e José Gomes da Costa. Sempre puderam abrir as portas pra mim apesar de eu querer ver todos os documentos possíveis. Obrigado pela paciência e atenção.

Ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília por ter me permitido estudar os conhecimentos que mais me afetam: A História e os Museus.

Ao orientador, prof. Dr. Bruno Leal Pastor de Carvalho por todas as orientações, opiniões sinceras e paciência divina diante da duração da minha produção de escrita e pesquisa.

À banca examinadora, prof. Dr. Luís César de Sá e ao Dr. José Ricardo Oriá Fernandes, pelo aceite e pelas incontáveis contribuições;

Ao prof. Paulo Knauss, e à museóloga Aline Montenegro pelas contribuições sobre o Museu Histórico Nacional que me auxiliaram até aqui.

Aos professores Rosane Carvalho, Françoise Mairesse, e Sibeles Cazelli pelas suas contribuições e conselhos na produção desta pesquisa.

Ao amigo prof. Dr. George Sand Leão de Araújo França que sempre apoiou minhas pesquisas na área da educação, ciência e museus.

Às amigas-colegas museólogues, historiadores, arquivistas, bibliotecários, arte-educadores e cada um que me afeta: Cauê Donato, Bernardo Baia, Hawiza Banheza, Joanna Patroclo, Anna Paula da Silva, Lígia Carneiro, Brenda Narjara, Giulia Forastieri, Mozart Braga, Tiago Almeida, Felipe André, Bruna Araújo, Luciana Régis, Jonathas Pereira, Jéssica Cruz, Flávia Sant'Anna, Raquel Mitie, Tony Boita, João Pedro Conceição e Timbó.

Às pessoas que me dão apoio mesmo de longe: Carol, Lene e Felipe Soares.

À dra. Priscila e ao dr. Vitor pela ajuda, apoio e conselhos.

Às pessoas que mais amo, Larissa, Nanci, Rafael, Fabrício, Bruno e Vitor.

## RESUMO

O presente trabalho procura discutir e compreender a relação dos museus históricos com seus públicos no começo do século XXI. Para isso, a pesquisa busca analisar as ações museográficas do Museu Histórico Nacional entre 2010 a 2019, os anos de preparação para o centenário do museu antes da pandemia de Covid-19. Após 2020, o Brasil viveu outro bicentenário e o museu viveu outro centenário enquanto as ações até 2019 se tornaram um projeto almejado guardado pelo passado. Entretanto, meu objetivo se volta na compreensão do museu sobre seus públicos. Desta maneira, proponho ver este projeto imaginado, suas produções colaborativas, a participação coletiva de públicos, das ações educativas programadas e mediadas, e das redes sociais em engajamento crescente. Por fim, busca-se debater estas ações para entender como o Museu Histórico Nacional entendeu e se relacionou com seus públicos apoiados em suas agências, ao discutirmos a Nova Museologia, a História Pública, a Mediação Cultural e a Autoridade Compartilhada.

Palavras-Chave: Museus Históricos, História Pública, Nova Museologia, Autoridade Compartilhada, Mediação Cultural, Públicos Museais.

## ABSTRACT

The present work seeks to discuss and understand the relationship between historical museums and their publics at the beginning of the 21st century. For this, the research seeks to analyze the museographic actions of the Museu Histórico Nacional between 2010 and 2019, the years of preparation for the centenary of the museum before the Covid-19 pandemic. After 2020, Brazil lived another bicentennial and the museum lived another centenary while the actions until 2019 became a desired project guarded by the past. However, my goal turns to the museum's understanding of its publics. In this way, I propose to see this imagined project, its collaborative productions, the collective participation of publics, programmed and mediated educational actions, and its social media in growing engagement. Finally, we seek to discuss these actions to understand how the Museu Histórico Nacional understood and related to its public supported by its agencies, when discussing the New Museology, Public History, Cultural Mediation and Shared Authority.

**Key Words:** History Museums, Public History, New Museology, Shared Authority, Cultural Mediation, Museum Publics

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BN - Biblioteca Nacional

CCBB - Centro Cultural Banco do Brasil

COMLURB - Companhia Municipal de Limpeza Urbana

DEMU - Departamento de Museus

FETRANSPOR - Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro

IBRAM - Instituto Brasileiro de Museus

ICOM - Conselho Internacional de Museus

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

LGBT+ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros, e demais sexualidades e gêneros

LGBTQIA+ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros, Queer, Intersexuais, Assexuais e demais sexualidades e gêneros

MAB - Museu da Abolição

MET - Metropolitan Museum de Nova York

MHN - Museu Histórico Nacional

MN - Museu Nacional UFRJ da Quinta da Boa Vista

MoMA - Museum of Modern Art

MoPOP - Museu da Cultura Pop de Seattle

NTIC's - Novas Tecnologias da Informação e Comunicação

ONG - Organização Não Governamental

PNEM - Política Nacional de Educação Museal

RPG - Role-Playing Game

SEI - Sistema Eletrônico de Informação

SESC - Serviço Social do Comércio

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UPP - Unidade de Polícia Pacificadora

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Públicos do MHN: 1990 -2019

Anexo 2 - Exposições Itinerantes

Anexo 3 – Acessos do Site MHN: 1996 – 2016.

Anexo 4 – Dados Redes Sociais: 2016 – 2019

Anexo 5 – Bonde da História



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Anúncio da Exposição Internacional do Centenário

Figura 2: Exposição de Longa Duração Portugueses no Mundo 1415 – 1822

Figura 3: *Gilt of Cain* de Michael Visocchi e Lemn Sissay

Figura 4: *Gilt of Cain* de Michael Visocchi e Lemn Sissay

Figura 5: Metal Work, de Fred Wilson, 1992

Figura 6: Coleção Zaira Trindade na exposição Cidadania em Construção.

Figura 7: Dimensões de comunicação e participação em museus

Figura 8: Exposição Art of the Brick.

Figura 9: A Comunicação Holística dos Museus.

Figura 10: Acesso ao *site* MHN 2008 – 2016.

Figura 11: Facebook MHN 2017 – 2018;

Figura 12: Instagram MHN 2017 – 2018.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Quantidade de visitantes 2016-2019

Quadro 2: Parceria FETRANSPOR 2002 – 2016

Quadro 3: Públicos escolares e totais anuais – 2010 a 2020.

Quadro 4: Encontros e visitantes do Bonde da História e Bondinho da História entre 2017 a 2019.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
<b>Capítulo 1: Museu Fórum - Museu Histórico Nacional como História Pública.....</b>	<b>18</b>
1.1. Museus Históricos: Surgimento e transformações.....	20
1.1.1. Início dos museus e seus públicos.....	21
1.1.2. Museus de História e a agência de públicos.....	25
1.2. O Museu Histórico Nacional – Um século.....	31
1.2.1. O MHN entre o séc. XX e o séc. XXI.....	38
1.3. Planos Museológicos: O MHN como instituição.....	44
1.3.1. MHN como instituição de decisões coletivas.....	48
1.4. - Museu Histórico Nacional: Interseção da Nova Museologia e a História Pública.....	53
1.4.1. O Museu Fórum.....	53
1.4.2. O MHN pela Nova Museologia.....	55
1.4.3. Pensar a História Pública no MHN.....	58
<b>Capítulo 2: História Pública - Mediação entre o Museu Histórico Nacional e seus públicos.....</b>	<b>65</b>
2.1. História Pública em museus.....	65
2.2. Museus e Mediação Cultural.....	68
2.2.1. Mediação Cultural no Museu Histórico Nacional.....	74
2.3. História Pública e Mediação Cultural.....	77
2.4. Autoridade Compartilhada no Museu Histórico Nacional.....	83
2.4.1. Outras ações colaborativas em museus.....	91
2.4.2. Autoridade Compartilhada e Multivocal do MHN.....	95
<b>Capítulo 3: Públicos Museais - Ações do Museu Histórico Nacional diante da agência de seus públicos.....</b>	<b>102</b>
3.1. Públicos do Museu Histórico Nacional.....	102
3.1.1. História e públicos do consumo.....	102

3.1.2. Públicos e suas identidades partilhadas.....	107
3.1.3. Museografia do MHN e a Musealidade dos públicos.....	110
3.2. Públicos e as exposições recentes do MHN.....	113
3.2.1. Efeitos de presença e o capital cultural dos públicos.....	114
3.2.2. A comunicação holística pela musealidade dos públicos.....	120
3.3. Públicos e as ações educativas do MHN.....	125
3.3.1. Públicos de Projetos Sociais do MHN.....	125
3.3.2. Bonde da História do MHN.....	131
3.4. Públicos e o engajamento das redes sociais e NTIC's do MHN.....	133
3.4.1. Esfera Pública Digital dos Museus Históricos.....	134
3.4.2. Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – NTIC's do MHN....	141
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	146
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	150
FONTES.....	160
ANEXOS.....	163

## INTRODUÇÃO

O Museu Histórico Nacional – MHN é uma das instituições culturais mais importantes do Brasil, com uma história que remonta ao centenário da independência. Fundado em 1922 pelo integralista Gustavo Barroso, o MHN foi estabelecido como marco de uma história triunfante, militar e heroica do Brasil. Ao longo dos anos, o museu passou por diversas transformações, tanto em termos de sua estrutura física, exposições e coleções, quanto de sua missão e objetivos.

Nesta pesquisa, busquei explorar a história do MHN e sua relação com o público nos últimos anos, em específico entre 2010 e 2019, os anos preparatórios para o bicentenário da independência e centenário do próprio museu, antes da chegada da pandemia de COVID-19. A intenção inicial era analisar o museu em seus preparativos para o bicentenário. Entretanto, com a vinda da pandemia, os preparativos se moldaram, novos objetivos e ações foram feitas pelo MHN para um bicentenário incerto em tempos de quarentena. Após uma paralisação na pesquisa, resolvi voltar e tratar do mesmo período selecionado para pesquisa, mas com uma nova perspectiva: Estaria analisando ainda aquelas ações do bicentenário, não as que estão se concretizando no atual MHN. A última década se tornou um outro contexto que parou no tempo, quase que congelado. Desta maneira, minha análise se voltaria a um projeto de bicentenário que não aconteceu e permaneceu no campo do que poderia ter sido. Com este contexto definido, pude focar no meu objeto de pesquisa.

Meu objetivo principal foi analisar como o museu tem se adaptado e atuado diante da agência de seus públicos, constituídos de demandas, expectativas e inseridos na sociedade do consumo, da qual todos fazemos parte quando consumimos a internet, as redes sociais, os produtos oferecidos pelo mercado capitalista e globalizado, e também a história. Nesta premissa, pretendo apresentar um recorte sobre os públicos dos museus históricos, em específico os públicos do MHN, que com sua agência produziram experiências, visitas e participações colaborativas. Neste aspecto da última década, o museu articulou ações museográficas baseadas em sua compreensão de públicos agentes e participativos, mas também inseridos na esfera pública da globalização. Esta pesquisa me fez observar o MHN como instituição constituída de indivíduos e grupos sociais. Da mesma maneira, o museu como instituição, ciente das abordagens da Nova Museologia, Museologia Social e outras práticas colaborativas de construção da memória e história, trouxe propostas e práticas em mediação cultural com os públicos que produziram compreensões críticas da história, de suas

representações e formas de trazer visibilidade de novas identidades antes silenciadas, e que na véspera do bicentenário questionaram o conceito de nacionalidade, identidade, e Brasil.

Com apoio e orientação do prof. Dr. Bruno Leal, propus analisar uma variedade de fontes, entre elas os Planos Museológicos do MHN correspondentes ao período de análise: os Planos de 2008, 2011 e 2016. Aprofundei-me nos relatórios anuais de 2010 a 2019, mas também busquei contextos históricos e sociais do museu em relatórios de 2004 a 2009, e os relatórios de 1997 e 1999. Para entender o resultado das ações praticadas pelo MHN, procurei estudos de perfil de público. De especial relevância foram os estudos de 1999 de Rosane Carvalho, os estudos publicados em 2009 pelo Observatório de Museus, vinculado à Fiocruz, e os estudos de perfil feitos por setores de trabalho do MHN em 2013, 2016 e 2017. Nesta amostragem de três períodos distintos, pude observar o formato e interesses de investigação dos estudos em cada espaço de tempo. Pude aproximar resultados para compreender as transformações das perspectivas de públicos ramificados em visitantes, usuários, pesquisadores, vizinhos, seguidores em redes sociais e colaboradores de ações coletivas promovidas e coproduzidas pelo MHN com esses públicos.

Além dessas fontes iniciais, procurei documentos de outros espaços e instituições para trazer contextos que relacionassem as ações do museu às reações dos públicos durante o período de análise da pesquisa. Entre as elas estão edições do periódico *The Art Newspaper*, do jornal *Correio da Manhã* de 1922, documentos oficiais produzidos pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e o Museu da Abolição, em Recife, PE, vinculado ao IBRAM e ao Ministério da Cultura.

Para fazer uma análise teórica das fontes, minha base bibliográfica adotou tanto a historiografia quanto a museologia, a sociologia e a comunicação. Encontrei artigos acadêmicos, livros, reportagens e registros de exposições e eventos do MHN que formaram um arcabouço teórico adequado para tratar de temas recorrentes e levantados durante o todo o período de pesquisa. Além da Nova Museologia, a História Pública foi uma linha de análise em que pude me aprofundar e com a qual pude me familiarizar com novas perspectivas do âmbito historiográfico para tratar dos museus de história, especialmente o MHN. Este arcabouço me trouxe uma aprendizagem incentivadora para buscar conclusões de minhas hipóteses.

Parti da hipótese de que o Museu Histórico Nacional teria algum planejamento e compreensão sobre seus públicos. Este entendimento incluiria interesses e motivações desses grupos sociais e com esta base, o MHN poderia propor ações práticas para contemplar sua missão institucional pelo viés da integração social e cultural e da produção coletiva e crítica da

história, disseminada pelas práticas da Nova Museologia e História Pública. Através das ações do MHN, questões de acessibilidade física, digital, acesso social, desafios estruturais, representatividade e visibilidade foram levantadas, bem como a crescente demanda por uma história mais crítica e engajada. Outras hipóteses se voltavam para o motivo do MHN de utilizar certas ações museográficas. No caso das exposições, é sugerido que as exposições temporárias são uma ferramenta de divulgação para atrair públicos engajados pela sociedade do consumo, e com esta aproximação, os públicos poderiam conhecer as coleções históricas do museu. Outra hipótese é de sugerir que as redes sociais, além de forma de divulgação, são uma ferramenta de inclusão do museu no debate público digital, para ser uma instituição com visibilidade no aspecto cultural e histórico brasileiro.

Ao longo dos três capítulos desta pesquisa, examinei a história do MHN desde sua fundação até os dias atuais, mas a partir de um olhar sobre os públicos do museu durante seu século de existência, destacando as principais mudanças que ocorreram em contextos políticos, históricos, teóricos e sociais em que o museu estava inserido como agente histórico.

No primeiro capítulo, perpasso pelos eventos dos museus históricos com apoio do texto basilar de François Mairesse, que nos traz uma abordagem histórica dos públicos museais. Neste trabalho, intercalo com autores que discutem as práticas e entendimentos dos museus históricos com diferentes abordagens. Sigo me aprofundando na história do MHN e nos contextos em que seus públicos se encontravam e começaram a ser vistos como parte integrante de ação museológica, a partir da década de 1980. Início minha análise das fontes, em específico os Planos Museológicos, para obter as compreensões e impressões do museu sobre seus públicos e como o MHN poderia agir ao se tornar uma instituição composta de pessoas com interesses individuais e coletivos. Continuo a análise dos Planos Museológicos propondo interseções entre a Nova Museologia e a História Pública, e questionando como o museu pode entender os públicos pelas diferenças e encontros das duas áreas de pesquisa e prática.

No segundo capítulo, concentro-me nas produções da História Pública e como ela se relaciona com o conceito de Mediação Cultural, constituída de uma polissemia que perpassa várias áreas do conhecimento. Trago os entendimentos da Mediação Cultural para relacionar os públicos com suas agências e o MHN em suas práticas colaborativas nesta última década. Apresento em especial quatro coleções do museu formadas em diferentes abordagens: a formação de acervos com a participação de grupos sociais externos ao museu; coleções formadas inteiramente por comunidades; e o trabalho coletivo de pesquisa em acervos que fazem parte do MHN, mas que precisavam ser revistos com um viés histórico crítico, museológico. Essas quatro coleções se tornam objeto de análise com o uso das fontes

produzidas pelo museu de 2016 a 2019, com o intuito de compreender as intenções do MHN, as motivações de suas ações de pesquisa e educação museal. Por fim, trago a abordagem teórica de Taavi Tatsi e seu olhar sobre as práticas coletivas em museus, observando as vozes envolvidas e os agentes produtores, sendo eles especialistas da história e museologia, e/ou grupos sociais diversos que possuem relações culturais e históricas com a materialidade cultural colecionada. São levantadas questões da representatividade, identidades e acolhimentos que o MHN pode oferecer a seus públicos participativos.

Se no segundo capítulo utilizo as coleções para avaliar ações museográficas de caráter colaborativo, no terceiro capítulo seleciono três tipos de ações museográficas para entender as compreensões do MHN sobre seus públicos e como o museu atuou com esses grupos nessas três perspectivas práticas que se relacionam com a sociedade. Essas ações são as exposições, as ações educativas e a comunicação institucional por meio das redes sociais e as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs). Entretanto, trato em primeiro lugar das abordagens teóricas que podem esclarecer nossa compreensão de públicos e como o MHN pode propor ações comunicacionais e cooperativas. Passo pela compreensão da história consumida pela sociedade em produtos da mídia, como romances históricos e filmes de época. Também discuto como a experiência dos públicos pode ocorrer nos espaços museais e, através dessas experiências dos públicos, como os museus podem propor respostas equivalentes. Ao abordar as exposições, escolho as exposições midiáticas. Utilizo os estudos de perfil de públicos para analisar opiniões recolhidas e dados quantitativos que possam me auxiliar a entender o interesse do MHN por exposições externas ao museu para se comunicar com os públicos, que atuam em diversas experiências de acordo com as exposições, as formas de visita e as relações sociais e culturais desses grupos.

Ao tratar das ações educativas, utilizo os relatórios anuais para apresentar os projetos sociais do MHN dos anos 1990 até 2016 para compreender as escolhas do museu e suas motivações. Também analiso as ações educativas mediadas entre 2017 a 2019 que possuem temáticas históricas diversas e propostas críticas que suscitam o debate das identidades brasileiras, agentes históricos e as formas de representação.

Por fim, abordo as redes sociais do MHN. Para isso, analiso o contexto da esfera pública digital e como o museu se insere no debate público. Procuo entender como a comunicação virtual do museu auxiliou na relação com seus públicos e na visibilidade institucional do museu. Complemento a análise ao tratar das NTICs. Com a ajuda dos relatórios, observo as escolhas tecnológicas de que o MHN se valeu enquanto instituição de referência no debate histórico e museológico.



Ao abordar e investigar o histórico secular do museu, suas ações colaborativas com públicos e ações museográficas de comunicação ao longo desta pesquisa, tive a intenção de compreender o MHN como instituição a partir da perspectiva da sociedade que consome a história, mas também anseia em colaborar para sua construção e encontrar novos agentes históricos. A pesquisa propõe abordar as motivações do museu, seus entendimentos sobre o que seriam e como seriam os públicos que se aproximam cotidianamente aos espaços museológicos, tanto fisicamente quanto virtualmente. Espero, portanto, contribuir para uma compreensão mais aprofundada da produção da história e do papel do MHN na discussão e transformação das identidades brasileiras através de um debate coletivo sobre a relação entre os museus e a sociedade contemporânea.

## Capítulo 1: Museu Fórum - Museu Histórico Nacional como História Pública

Nos dias 16 e 17 de março de 2005, a equipe técnica do Museu da Abolição (MAB), juntamente com colaboradores da comunidade de estado de Pernambuco, oriundos de diversos movimentos sociais, trabalharam e debateram no Seminário “O Museu que Nós Queremos”<sup>1</sup>. Deste seminário se produziu dois documentos contendo sugestões e propostas para uma ocupação integral do Sobrado Grande da Madalena, a sede do, já conhecido, Museu da Abolição, fundado por Juscelino Kubitschek, através da Lei Federal N° 3557, em 22 de dezembro de 1957, em Recife. Este seminário foi basilar para a estrutura e forma do MAB atualmente, mas apesar de começar com este evento, gostaria de voltar um pouco no tempo para falar do início do museu.

Após o decreto de fundação, o Sobrado foi desapropriado e tombado. Começa, portanto, o projeto de reformas e restauração do edifício, sendo somente em 1982 que uma equipe instalada pensa num projeto a ser implantado neste novo museu que foi inaugurado no dia 13 de maio de 1983, quase 100 anos após a Lei Áurea. No projeto, houve consultas e respostas de algumas instituições de temática afro-brasileira para definir o Museu da Abolição, mas apesar da equipe achar a consulta pública insuficiente, o conteúdo adquirido foi o que era possível, pensava a equipe, para inaugurar o museu. O MAB é inaugurado com a exposição temporária “O Processo Abolicionista Através dos Textos Oficiais”, com um acervo, em maior parte, cedido por empréstimo ou regime de comodato por outras instituições culturais.

O Museu fechou em 1990 por consequência de reformas administrativas e só reabriu em 1996. O MAB fecha novamente em 2005 por falta de estrutura e recursos, e justamente por este fechamento que a equipe do MAB pensa em consultar efetivamente a sociedade, conferir a relevância do museu como instituição, sua designação e papel na história afro-brasileira. É criado no Seminário de 2005 um Grupo de Trabalho, e com representantes de instituições políticas e religiosas é fundada a Associação de Amigos do Museu da Abolição.

O museu reabriu em 12 de março de 2008 com uma exposição-campanha: “O que a Abolição não aboliu”, incentivando a participação e a colaboração da sociedade na construção do novo Museu reaberto para refletir a abolição da escravatura em seu contexto histórico, social e cultural. A proposta foi a primeira no Brasil<sup>2</sup> de trazer a sociedade para pensar e contribuir na formação de um museu coletivo sobre a história afro-brasileira. Ocorreram 10 rodadas de

---

<sup>1</sup> MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano Museológico Museu da Abolição. Recife, PE. 2008.

<sup>2</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Relatório de Gestão 2003/2010. Brasília, DF: IBRAM, 2010. p. 134.

diálogos entre agosto e outubro de 2008 e os frutos deste projeto se encontram nos dias de hoje no MAB. O museu, hoje, pertencente ao IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus), está aberto, recebendo visitantes de todo o país e com um trabalho profícuo na pesquisa e comunicação do patrimônio cultural afro-brasileiro, contendo um acervo próprio de 310 peças (em 2020), acervo bibliográfico, arquivístico, fotográfico, e uma equipe técnica especializada que está no museu desde 2010.<sup>3</sup>

Pode parecer estranho que eu comece o capítulo sobre o Museu Histórico Nacional do Rio de Janeiro, mas falando de outro museu em Recife. Entretanto, esta rápida introdução sobre o MAB tem a intenção de mostrar o trabalho colaborativo da equipe técnica, membros da sociedade de vários movimentos e instituições para pensar neste novo museu e o que seria a abolição que estava em seu nome.

O trabalho do MAB, considerado inédito, é um resultado contínuo e parte do movimento da Museologia Social e Nova Museologia que se encontra no Brasil desde os anos 1980 e que se discutiu internacionalmente em 1972 com a Mesa Redonda de Santiago<sup>4</sup>, Chile, e com a declaração de Quebec, em 1984<sup>5</sup>, produzindo documentos em defesa de um museu que se relacione com a sociedade e sua diversidade cultural. Os conceitos advindos desde encontro se desenvolveram em vários ramos: ecomuseus, museus comunitários, museus de território e museus integrais.<sup>6</sup> A Museologia Social, a despeito de suas variações, possui um princípio basilar: a participação da sociedade na formação e permanência dos museus. Ao mesmo tempo, este trabalho propõe ir mais além da Nova Museologia, a Museologia Social e outros ramos, para compreender as ações do Museu da Abolição e, principalmente, do Museu Histórico Nacional. Ambos os museus tratam de eventos históricos da sociedade brasileira e, como veremos neste capítulo, de histórias que tiveram outras compreensões de abolição, identidade nacional e de Brasil. Fazendo duzentos anos da Independência do Brasil, os museus históricos passam por novas questões que voltam à discussão da relação da sociedade com os espaços culturais. O papel do historiador, da história e da história representada em museus tem sido questionado, repensado, revisado, mas também há figuras que querem manter as narrativas

---

<sup>3</sup> MUSEU DA ABOLIÇÃO. Acervos. Disponível em: <https://museudaabolicao.museus.gov.br/acervos/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

<sup>4</sup> SANTOS, M. C. T. M. (1). REFLEXÕES SOBRE A NOVA MUSEOLOGIA. Cadernos De Sociomuseologia, V. 18, n. 18, 2002. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/363>. Acesso em: 10 jun 2023.

<sup>5</sup> DECLARAÇÃO DE QUEBEC. Princípios de base de uma Novo Museologia, 1984. In: PRIMO, Judite (Org.). Cadernos De Sociomuseologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia. n.15. 1999.

<sup>6</sup> SCHEINER, Tereza. C. Repensando o Museu Integral: do conceito às práticas. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, Belém, v.7, n.1, p.15-30, 2012

tradicionais num período complexo da história brasileira na década de 2020. Como a produção historiográfica e profissionais de história se encaixam neste contexto?

Este trabalho propõe analisar o Museu Histórico Nacional em seu paradigma dos públicos do século XXI. A mesa de Santiago foi o suficiente? O que são os públicos dos museus históricos? Como o Museu Histórico Nacional compreendeu e agiu com os públicos no pré-bicentenário da independência? Que histórias o Museu está nos contando? Aqui começamos a analisar os museus históricos e seus públicos.

### **1.1. Museus Históricos e públicos: Surgimento e transformações**

Para compreendermos a relação que os públicos têm com os museus históricos, precisamos inicialmente observar o que se entende por público de museu. No campo museológico, André Desvallés e François Mairesse apresentam “público” como adjetivo e substantivo. Como adjetivo, “público” entende o museu como propriedade da população, de um povo. Nesse campo, pensar num museu público é pensar no acesso e disseminação do conhecimento, pois o conhecimento é vinculado à sociedade.<sup>7</sup> Já como substantivo, “público” é o usuário do museu, o visitante, que ocupa lugar central na atividade do museu. Podem ser diversificados e reconhecidos por sua classe social, região, idade e identidade.

A ideia de público em várias instituições e períodos perpassou por significados diferenciados. Termo originado do latim, é usado na língua francesa desde o século XIV e chega à língua inglesa no século XV.<sup>8</sup> Observando o público como o que consome uma mídia de massa, entretanto, o termo *audience* (audiência) é o utilizado em língua inglesa desde o século XV, inicialmente compreendendo uma assembleia de ouvintes, sessões de câmaras legislativas e tribunais, depois como um público leitor no século XVIII, e no século XX como audiência de rádio.<sup>9</sup> Diferenciar esses termos é importante quando a literatura sobre públicos de museus e mídias de massa se relaciona com ambos. Livingstone aponta diferentes percepções de *audience*, como por exemplo um grupo heterogêneo unido que participa da mídia que usa, mas ao mesmo tempo a autora nota complexidades entre os termos, principalmente quando se trata da relação do público/audiência com a mídia e as relações de público-privado neste processo:

---

<sup>7</sup> DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. Conceitos-chave de Museologia. São Paulo: Secretaria de Estado de Cultura, 2015. p. 65.

<sup>8</sup> ONLINE ETYMOLOGY DICTIONARY. Verbete *public*. Disponível em: <https://www.etymonline.com/word/pu-blic>. Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>9</sup> ONLINE ETYMOLOGY DICTIONARY. Verbete *audience*. Disponível em: [https://www.etymonline.com/word/au-dience#etymonline\\_v\\_18929](https://www.etymonline.com/word/au-dience#etymonline_v_18929). Acesso em: 13 jun 2023.

Contar a história das audiências (*audiences*) significa contar uma história de mudanças nas formas de mídia e, portanto, das mudanças nas formas de comunicação entre os povos. A análise dos públicos (*publics*), por outro lado, centra-se na tentativa de compreender o significado e as consequências do público – em contraste com o privado – formas de atividade ou espaços de atividades.<sup>10</sup>

Livingstone, em seu debate de relações entre audiência e público, compreende diferenças e semelhanças entre esses conceitos, mas defende que as semelhanças entre os públicos e audiências são oriundas de grupos sociais preexistentes e que a relação entre eles ocorre independentemente da mídia a que estão vinculados.<sup>11</sup> Ao olharmos para os museus, o seus públicos surgem de maneira orgânica, mas também por decisões institucionais enquanto os museus se estabelecem no século XIX após transformações motivadas por intenções institucionais e das elites dos espaços de pesquisa e custódia de objetos históricos, artísticos e biológicos acumulados em séculos anteriores.

### **1.1.1. Estabelecimento dos museus e seus públicos**

O colecionismo na busca da ciência e arte na Renascença foi um dos primeiros passos para a aquisição de objetos que comporiam os gabinetes de curiosidade da aristocracia e posteriormente os museus científicos fundados nas universidades no século XVIII<sup>12</sup> mas que eram outro tipo de instituição em comparação aos museus estabelecidos ao fim do século XIX. Até o século XVIII, estas instituições chamadas de museus eram consideradas espaços de pesquisadores, acadêmicos, aristocratas, acólitos da ciência e artistas. Entrar no museu era privilégio para poucos, mas, com o decreto de 1753, o Museu Britânico estaria aberto a todos os curiosos, exceto crianças, e a entrada teria uma certa burocracia, o que permitia números pequenos de visitantes, bastante vigiados e convidados a se retirar o mais breve possível.<sup>13</sup>

François Mairesse diz que durante o período destas instituições de pesquisa e restritas, chamadas de os primeiros museus modernos do século XVIII, o acesso ao museu público (vinculado ao Estado) era voltado a um grupo seletivo de pesquisadores. O acesso a esses espaços

---

<sup>10</sup> LIVINGSTONE. Sonia. Op. Cit. 2002. p. 35. Tradução nossa: “Telling the story of audiences means telling a story of changing forms of media and hence of changing forms of communication among peoples. The analysis of publics, by contrast, centres on an attempt to understand the significance and consequences of public - by contrast with private - forms of activity or spaces for activity.”

<sup>11</sup> Ibid. p. 24.

<sup>12</sup> JULIÃO, Letícia. Apontamentos sobre a história do museu. In: Caderno de Diretrizes Museológicas. Brasília: MinC/Iphan/Departamento de Museus e Centros Culturais; Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura/Superintendência de Museus, 2006. p. 22.

<sup>13</sup> MAIRESSE. François. La Notion de Public (French). In: ICOFOM Study Series – ISS 35. Museology and Audience – Museologia y el Público de Museos. Germany/Argentina: ICOFOM: 2006, p. 8.

só aumentaria no início do século XIX, com a entrada de adultos de diversos grupos sociais, mas recusando ainda a entrada de crianças e mulheres. Entretanto, questões financeiras de museus privados universitários, como o Ashmolean Museum, acarretariam no acesso a um público de mulheres e homens não aristocratas já no início do século XVIII.

É somente após a Revolução Francesa, contudo, que a ideia de um museu nacional e público é sedimentada. É quando o Museu do Louvre e seus gestores da revolução acreditam numa nova concepção de democracia e de nação e, por conseguinte, no “museu público e democrático”, dando vazão para outros espaços de coleções que ambicionavam representar a identidade nacional. Neste período é marcada a entrada da classe trabalhadora no museu, mas ainda sem grande peso, já que a maioria dos dias da semana eram reservados para artistas e estrangeiros.<sup>14</sup> Atrair multidões era para casos excepcionais, e, quando acontecia, a vigilância era reforçada. Há relatos do período, em 1799, que o Louvre teve uma “multidão” de visitantes tão numerosa que até a força policial não teve efeito.<sup>15</sup> Luciana Koptcke, ao nos trazer esse relato, nos lembra que não podemos entender a multidão com critérios do presente. Se já havia um público de massa no limiar do século XIX, este não se compara aos 7 milhões de visitantes que o Louvre obteve em 2019.

No Brasil, os primeiros museus que abrem as portas para um público inserido na aristocracia da ciência são os museus enciclopédicos, no início do século XIX – como o Museu Real, em 1818, e o Emílio Goeldi, em 1866. Estes foram centros de pesquisa brasileiros que abrigaram importantes pesquisas do período publicadas na Europa.<sup>16</sup> Ocorre desde o século XVIII uma fragmentação de especialidades de museus que então se baseariam nos acervos guardados e nos assuntos que abordam. Portanto, o museu histórico era categorizado como o que resguardava “objetos históricos”. As outras especialidades como os museus de história natural, etnográficos e enciclopédicos estavam em ebulição diante das discussões científicas de um darwinismo biológico e civilizatório que ocorria na Europa.<sup>17</sup> O Museu Paulista seria um exemplo desta divisão de categorias de museus enciclopédicos e dedica-se a reunir o conhecimento humano com o objetivo de estudar a história natural da América do Sul e Brasil

---

<sup>14</sup> Ibid. p. 10.

<sup>15</sup> KÓPTCKE, LUCIANA SEPÚLVEDA. Bárbaros, civilizados e escravos: o público dos museus no Brasil. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, v. 31, 2005. p. 195.

<sup>16</sup> POSSAS, Helga Cristina Gonçalves. Classificar e Ordenar: Os gabinetes de curiosidades e a História natural. In: FIGUEIREDO, B. G. VIDAL, D. G. (Org.). Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna, p.151 -162. Belo Horizonte; Brasília Argumentum CNPq 2005. p. 160.

<sup>17</sup> SCHWARCZ, Lilia. A era dos museus de etnografia no Brasil: o Museu Paulista, o Museu Nacional e o Museu Paraense em finais do XIX. In: FIGUEIREDO, Betânia Gonçalves; VIDAL, Diana Gonçalves (Org.). Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna. Belo Horizonte: Argumentum, 2005. p. 115.

pelos meios científicos.<sup>18</sup> Em resumo, a quebra da tradição enciclopédica de museus brasileiros só ocorreu em 1922 no Museu Histórico Nacional.<sup>19</sup>

Os museus históricos passaram por um processo complexo de acervos, públicos e de gestão na Europa e nos países americanos. Enquanto os museus históricos se sedimentaram no século XIX com o surgimento das nacionalidades<sup>20</sup>, os museus históricos brasileiros se apresentam como uma conclusão do *Belle Époque* vivida da Primeira República, culminando numa narrativa heroica de Brasil na década de 1920. Ulpiano de Meneses aponta o desenvolvimento dos museus históricos com o surgimento das nacionalidades que culminariam daquela compreensão de um “desenvolvimento da civilização”.<sup>21</sup> Com o museu público e democrático em desenvolvimento no século XIX, a compreensão de cidadão caminhava junto em direção à compreensão de patrimônio nacional. Ana Claudia Brefe descreve este estágio: “O museu torna-se um negócio nacional, pois, enquanto guardião da herança material do passado, passa a ser visto como monumento nacional por excelência”.<sup>22</sup> Brefe argumenta que museus em toda a Europa no século XIX são voltados para uma representação da história nacional que diferenciase cada nação. Os museus então pretendiam ser a encarnação da memória nacional, uma memória fabricada e que tinha potencial até de provocar rivalidade entre os Estados.<sup>23</sup> É neste período que museus franceses se focaram, por exemplo, na história de elites regionais e nacionais. Assim, uma maior variedade de públicos seria desenvolvida no século do nacionalismo.

Além da criação de museus focados em acervos especializados, enciclopédicos e históricos no século XIX, os museus europeus são voltados a tipos específicos de públicos, como os museus para crianças e trabalhadores. É imaginado por especialistas da época um museu popular que dá acesso a certo conhecimento, enquanto museus especializados ainda serviam a um público acadêmico. Mairesse aponta que somente no século XX foi fomentada a ideia de um museu de conhecimento acessível ao público. O diretor do Museu Nacional da Bélgica, em 1914, afirmaria que era necessário que as exposições tivessem explicações

---

<sup>18</sup> Ibid. p. 128.

<sup>19</sup> JULIANO, Letícia. Op. Cit. p. 22.

<sup>20</sup> MENESES, U. T. B. A exposição museológica e o conhecimento histórico. In: FIGUEIREDO, B.; VIDAL, D. G. Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna. Belo Horizonte: Argvmentum; Brasília, DF: CNPq, 2005. p. 21.

<sup>21</sup> MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Do Teatro da Memória ao Laboratório de História”. Anais do Museu Paulista, vol. 1, 1994. p. 15.

<sup>22</sup> BREFE, Ana Cláudia Fonseca. Museus Históricos na França: entre a reflexão histórica e a identidade nacional. Anais do Museu Paulista. vol.5, n.1, 1997. p 180

<sup>23</sup> Ibid. 181.



acessíveis a toda a população<sup>24</sup>, entretanto, o museu que recebe públicos de todas classes ainda teria uma visão elitista em sua visão e narrativa durante o séc. XX.

O período entre guerras traria mais transformações para os museus e seus públicos, como uma maior abertura e conquistas trabalhistas para seus funcionários, como férias pagas e jornadas de trabalho menores. É também no século XX que os museus passam a integrar circuitos turísticos. Mairesse afirma que o conceito de público para museus já era abordado por alguns teóricos no século XIX, mas é somente no século XX que conceitos como “público geral” e “grandes massas” são utilizados em referência a visitantes dos museus.<sup>25</sup> Mudanças institucionais, culturais e sociais se acentuaram ainda mais no ano de 1968, no contexto dos movimentos por democratização da cultura iniciados por movimentos estudantis.

Em maio de 1968, no auge da rebelião estudantil - que logo assumiu feições de movimento social e da França estendeu-se por boa parte do mundo ocidental - dizia-se que era preciso “incendiar o Louvre”, então considerado o protótipo do almoxarifado de um patrimônio burguês.<sup>26</sup>

Tal movimentação e questionamento social alcançou a área museológica diante da contestação maciça a todas as instituições culturais, e forçando os seus responsáveis verem novos olhares sobre a sociedade.<sup>27</sup> Com o movimento de contracultura a todo vapor nos anos 1970, e o debate sobre o museu pelo ICOM (*International Council of Museums*), especialmente em 1971, as discussões seguiram e produziram a Carta de Santiago, em 1972, e a Declaração de Quebec, em 1984. Esses diálogos e trabalhos conceituaram espaços que visavam ajuntar grupos sociais e os acervos museológicos preservados em museus. Entre as propostas, os ecomuseus e museus integrais, conceituados por Hugh de Varine e René Rivard<sup>28</sup>, respectivamente, foram compreendidos como instituições que estabelecem uma relação participativa dos grupos sociais com suas referências culturais exibidas nos espaços museológicos<sup>29</sup>. Em 2022, a instituição museu passou por uma nova definição pelo ICOM como local de pesquisa, resguardo, comunicação e acesso do patrimônio material e imaterial, de maneira inclusiva a todos os públicos através da integração de grupos sociais e na promoção

---

<sup>24</sup> MAIRESSE, François. Op. Cit. 2006. p. 13.

<sup>25</sup> Ibid. p. 14.

<sup>26</sup> MENESES, Ulpiano. Op. Cit. 2005. p. 17.

<sup>27</sup> SANTOS. M. Op. Cit. 2005. p. 96.

<sup>28</sup> MAYRAND, Pierre. The new museology proclaimed. In: ICOM. Museum International. V. 37, n. 4, 1985. pp. 200–201.

<sup>29</sup> O primeiro passo para as discussões coletivas de um museu social foi no Rio de Janeiro pelo seminário regional da UNESCO em 1958 para tratar do papel transformador e educativo através dos museus. O Seminário foi uma pedra inicial na construção dos museus com a sociedade incluindo trabalhos acadêmicos no período de já tratarem de inserir os museus entre grupos sociais amplos.



da diversidade. Entretanto, outras definições são adotadas por autores da área, que definem o museu como “produtor de conhecimento”, “lugar de memória”, “em que valores se comunicam como signos”, e como “fenômeno”<sup>30</sup>.

Com a criação constante de museus históricos nas décadas de 1950 e 1960, as novas experiências de museus, como ecomuseu e o museu integral, surgem como possibilidade de transformação do museu na sua relação com os públicos de maneira ampla e democrática. Destas experiências de diversidade de museus históricos, Brefe menciona os museus catalogados pelo guia de museus franceses dos anos 1990<sup>31</sup>: museus de eventos históricos, museus biográficos, museus de cera e museus-casa são alguns modelos que tentaram trazer aspectos históricos em sua missão e nos acervos que resguardavam. É através dessa variedade construída de museus pelas discussões dos anos 1990 que podemos discutir o que é um museu histórico ou museu de história e seus atuais públicos.

### **1.1.2. Museus de História e a agência de públicos.**

Anos após os eventos de Santiago e Quebec, os públicos museais são vistos pela comunidade dos museus como agentes no processo de comunicação museológica, em que podem produzir mensagens e participar de várias ações de um museu:

Os públicos, compreendidos não como receptáculos, mas como grupos sociais capazes de protagonizar dinâmicas de encontros, cruzamentos, disputas, negociações de sentidos e valores capazes de intervir na musealidade, tornam-se atores centrais para por em marcha processos de musealização pautados na produção de narrativas plurais, a partir de pressupostos e metodologias de colaboração e co-criação.<sup>32</sup>

Fernando Moreira compreende os atuais públicos de museus não só como os visitantes, que conhecem os espaços museológicos em exposições e eventos, mas usuários que utilizaram, de certa maneira, dos serviços oferecidos pelo museu, independente como e onde esta pessoa utiliza estes serviços.<sup>33</sup> Para o autor, pensar nos públicos com voz ativa se dá pela própria transformação e surgimento de novos museus com novas preocupações e atitudes que viram o conceito de visitante como esgotado pois a pessoa visitante, mesmo frequente nas atividades

---

<sup>30</sup> DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. Conceitos-chave de Museologia. São Paulo: Secretaria de Estado de Cultura, 2015. p. 65.

<sup>31</sup> BREFE. Op. Cit. p. 188.

<sup>32</sup> MORAES, Julia Nolasco Leitão de. Entretecendo conceitos, mirando o horizonte da participação: musealização, comunicação e públicos. In: *Museologia & Interdisciplinaridade*, v. 9, n. Especial, dez de 2020. p. 147.

<sup>33</sup> MOREIRA, Fernando João de Matos. Uma reflexão sobre o conceito de público nos museus locais. In: *Musas – Revista Brasileira de Museus e Museologia*, n. 3, Rio de Janeiro: Ibram, 2007. p. 103.

do museu, não é um agente exclusivo e a visita fica de igualdade com outras ações que os públicos podem agir e participar nos museus.<sup>34</sup> Neste processo de transformação, os museus deixam seu aspecto colonizador para representar alteridades. Nesta lógica, quando museus avaliam suas ações, não devem ver como resultados apenas os números de públicos, mas somar com indivíduos que se beneficiaram, de alguma maneira, com as ações oferecidas pela instituição.<sup>35</sup> Como exemplo, cito um dos documentos oficiais do Museu Histórico Nacional, o Plano Museológico de 2011 (que ainda tratarei neste capítulo) que apresenta o interesse da instituição por equipes capacitadas para trabalharem com públicos diversos e as atividades propostas. O Plano Museológico também diz que as ações do museu são para públicos de natureza diversificada, para atrair turistas e promoverem um diálogo produtivo entre os públicos e o museu.<sup>36</sup> Para o MHN, os públicos estão inseridos em propostas de diálogo em atividades que convidam à participação. Para o museu, estes públicos são diversos sem uma definição sedimentada sobre suas características. Desta maneira, as ações do museu precisam ser variadas para atrair grupos de diversas formas e motivações.

Para entender mais sobre a agência dos públicos preciso apresentar mais o que quero tratar como agência. Para os estudos da história, a agência se vincula à agência individual e coletiva dos sujeitos históricos em vários períodos. Philip Pomper critica o trabalho de colegas da história e biógrafos que diminuem o papel de agência de líderes políticos ao colocar estas figuras presas às estruturas sociais e políticas que estão inseridas<sup>37</sup>. Entre os exemplos, Pomper menciona autores que narram sobre Hitler e Stalin ao despersonalizar suas ações e instrumentalizar suas motivações na estrutura histórica e política de seus partidos. A discussão de agência e estrutura também é levantada por Peter Seixas ao ver que esta dicotomia é discutida nas ciências sociais. O autor questiona se as estruturas e restrições sociais estão inseridas nas ações de sujeitos históricos.<sup>38</sup> Entretanto, Seixas compreende que “a agência coletiva humana é o que produz e reproduz estruturas sociais que atuam e restringem a agência humana no futuro”.<sup>39</sup> Estruturas e ferramentas sociais são herdadas de gerações anteriores, portanto, para o autor, estas estruturas podem ser limitantes mas também libertadoras.

Apesar desta discussão, Peter Seixas compreende a agência num contexto de debate

---

<sup>34</sup> Ibid. p. 102.

<sup>35</sup> Ibid. p. 107.

<sup>36</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico 2011 – 2015. 2011. p. 27.

<sup>37</sup> POMPER, Philip. Historiand and Individual Agency. In: History and Theory. Connecticut, EUA: Willey.v. 35, n. 3, out 1996.

<sup>38</sup> SEIXAS, Peter. Historical Agency as a problem for researchers in history education. In: Antíteses, v. 5. N. 10, p. 537 – 553. Jul/dez. 2012. p. 540.

<sup>39</sup> Ibidem. Tradução Nossa: “Collective human agency is, itself, what produces and reproduces social structures that then act as constraints to human agency in the future.”

filosófico, na qual a agência é uma ação intencional que necessita de memória e retrospectiva. Nesta abordagem, a agência precisa da memória ou consciência temporal para produzir suas intenções, e tomar ações por base de suas experiências passadas.<sup>40</sup> Para Pomper, a agência tem mais elementos além da intenção e ação do sujeito histórico. As ações devem ser efetivas, intencionais, com suficiente irrestrição, para o agente ter habilidade de observar suas consequências e refletir numa avaliação.<sup>41</sup> A necessidade de ter efetividade se deve à consequência das intenções e com isso entender as ações de sujeitos históricos em eventos que se sucedem. Por isto, existe o cuidado de historiadores ao analisarem as agências de sujeitos históricos. Entretanto, como se dá a agência de sujeitos do tempo presente? Como seria a agência de públicos museais?

Para entender mais sobre a agência dos públicos, Keith Barton define a agência como “a habilidade de atuar em decisões, a fim de trazer objetivos desejados”.<sup>42</sup> Numa semelhança e intersecção aos conceitos de Seixas e Pomper, Barton diz que a agência envolve intenção, mas foca na efetividade da ação a fim de ter consequências desejadas à intenção inicial. O autor trata da educação em história e da capacidade de estudantes de engajarem em decisões, para serem cidadãos democráticos que atuem em pensamento crítico, coletivamente ou individualmente. Nesta perspectiva, o autor nos convida a entender a agência histórica para pensarmos e avaliarmos os atores históricos e pensar em como inserir a agência histórica no ensino de história. Para Barton, analisar a agência história não é um papel só de profissionais de história, mas também pode ser encontrado em monumentos, na cultura popular e nos museus.<sup>43</sup> Barton nos informa o crescimento constante nas produções históricas de novos atores e sujeitos históricos, ampliando o alcance para compreender as ações e motivações destes sujeitos, entender quando a capacidade dos sujeitos era reduzida em contextos que tinham pouco controle, como a luta de negros na escravidão, de judeus na II Guerra e de pessoas LGBTQIA+ contra opressões da heterocisnormatividade.<sup>44</sup> Esta ampliação possibilita quebrar narrativas e o senso comum de heróis e tradições superadas e pensar nas decisões de todos os sujeitos envolvidos em eventos do passado. Pelo pensamento crítico, estudantes encontrariam também suas agências por meio da conexão da agência história e a agência do presente, se vendo como atores, e sujeitos de suas próprias histórias.<sup>45</sup> Como este trabalho de agência

---

<sup>40</sup> Ibid. p. 539.

<sup>41</sup> POMPER, Philip. Op. Cit. 1996. p. 283.

<sup>42</sup> BARTON, K. C. Agency, choice and historical action: How history teaching can help students think about democratic decision making. In: Citizenship Teaching & Learning, v.7, n. 2, 2012. p. 132.

<sup>43</sup> Ibid. p. 133.

<sup>44</sup> Ibid. p. 134.

<sup>45</sup> Ibid. p. 140.

histórica seria feito com os públicos de museus históricos?

Em relação mais próxima de agência com públicos museais, Emilie Sitzia debate a agência de públicos em museus de arte e analisa como ações participativas constroem a agência. A autora encontra na teoria dos games um conceito de agência pertinente para utilizar em museus. Agência seria sentir empoderamento e capacidade de tomar ações com efeitos relacionados às intenções, ou seja, é necessário que, para o agente, haja um efeito desejado.<sup>46</sup> Nesta premissa, a autora vê três elementos básicos da agência: intenção, ação e efeito. Com isto, nem toda ação prática num museu criaria agência pois dependeria de vários elementos e resultados. Sitzia nos lembra que museus de arte (e museus em geral) tem a capacidade de absorver as agências individuais de públicos e funcionários, criando um aspecto etéreo e uníssonimo da instituição museu<sup>47</sup>. Para a autora, ao vermos a agência como um processo de aprendizagem por experiências, o efeito da agência de públicos em museus é a produção do conhecimento, pois ela defende que o conhecimento produzido afeta as habilidades de públicos em novas experiências em sua agência e tomam decisões críticas independentes.<sup>48</sup> Ao compararmos a agência de públicos de Sitzie com a agência de sujeitos históricos de Seixas e Pomper, a intenção, ação e efetividade são elementos presentes, mas para Pomper não há uma necessidade do sujeito histórico ter resultados desejados de suas ações, mas que possa refletir e pensar criticamente sobre estes resultados. Creio que há um paralelo aos efeitos propostos por Sitzie e Pomper ao vermos o pensamento crítico e reflexão como produção do conhecimento. Ao pensar de forma prática, um grupo visitante num museu pode não ter gostado de toda a experiência, talvez pela exposição ou pela ação educativa com mediadores, mas pode ter saído do museu pensando sobre os temas debatidos, acumulando conhecimento em sua experiência.

Ao ver ações participativas como a agência de públicos museais, Sitzie diz que as ações práticas mais comuns em museus tem sido o voluntariado, doações e as visitas, mas novas práticas de participação têm sido experimentadas em museus. Neste contexto, a autora traz três ações participativas usuais em museus para análise: criar significados, co-criação e atividades em coleções. Criar significados é uma prática comum em exposições e visitas educativas, e autora encontra intenção de visitantes ao irem ao museu e participarem da visita. Ela também aponta a ação da agência, ao produzirmos interpretações e discussões sobre a coleção e

---

<sup>46</sup> SITZIA, Emilie. Public participation and agency in art museum. In: ERIKSSON, B. STAGE, C. VALTYSSON, B. (orgs.) Cultures of Participation: arts, digital media and cultural institutions. Londres e Nova York: Routledge. 2020. p. 188.

<sup>47</sup> Ibidem.

<sup>48</sup> Ibid. p. 190.

exposição. Por fim, o efeito pela produção de conhecimento é presente através da agência destes visitantes<sup>49</sup>. Por experiência pessoal, compreendo que num trabalho de mediação e arte-educação (algo que discutirei no capítulo 2), existe uma liberdade irrestrita e expandida na relação de mediadores e públicos, sem limitar interpretações, sentidos, vontades e interesses. A troca entre públicos e mediadores tem possibilidades infinitas, resultados variados, do negativo ao positivo e a agência de ambas as partes é efetiva.

Na prática da co-criação, a participação de públicos em criar algo para o museu, como um trabalho artístico, a autora não encontra mais esta agência. Apesar de ser uma ação fluida de participação, a intenção é limitada pelo autor e artista original do trabalho. Há produção de conhecimento, mas a restrição às intenções de públicos pode retirar sempre os efeitos desejados<sup>50</sup>. Como última prática, a autora menciona as atividades em coleções do museu. a autora novamente considera ser uma prática limitadora. A agência dos públicos bate de frente com os interesses de especialistas do museu e a ação costuma ser bastante negociada tanto para atividades de produzir exposições ou para participar de ações de documentação. Entretanto, quando acontece, diz a autora, o resultado é benéfico e coletivo, traz pertencimento da comunidade, aprendizagem social e emocional e novas habilidades práticas<sup>51</sup>. Infelizmente, a intenção é limitada em fronteiras estabelecidas e negociada entre os museus e seus públicos.

Para pensarmos na agência de públicos em museus históricos podemos então sempre refletir se a intenção, ação e o pensamento crítico de públicos são efetivos nas atividades conjuntas com os museus. Entretanto, ao pensarmos pela perspectiva de Keith Barton, a agência também envolve pôr em evidência a agência de atores históricos para produzir o pensamento crítico de públicos. Ao evidenciarmos a agência de atores históricos, estaremos mediando com a agência dos públicos? E como os museus históricos do séc. XXI podem fazer esta mediação? Pela pesquisa de Barton, também compreendo que ações pela discussão diversos atores históricos nos museus podem promover a agência de públicos e transformá-los em seus próprios sujeitos históricos. Portanto, como seriam estas ações? E o que seriam os museus históricos do séc. XXI?

Os ecomuseus, museus comunitários e museus integrais debatidos em Santiago e em Quebec evocam a integração da sociedade com o patrimônio, tanto no aspecto físico – em que os acervos devem estar em seu local de origem – quanto sociológico – em que as comunidades que são representadas pelos acervos possam participar na interpretação dos objetos expostos.

---

<sup>49</sup> Ibid. p. 193.

<sup>50</sup> Ibid. p. 194.

<sup>51</sup> Ibid. p. 195.

Nessa perspectiva, os museus históricos não seriam somente os que guardam relíquias e vestígios materiais e imateriais do passado. Mario Chagas<sup>52</sup> discute como essa noção se conceitua nas tipologias dos Museus de História, Arte, Arqueologia e História Natural. O autor aponta a falta de clareza dessas definições, pois se tornam apenas mais uma divisão da história da arte e da ciência. Não há uma razão clara além das definições clássicas para a divisão das terminologias baseando-se no acervo dessas instituições. Chagas então propõe que não mais as coleções sejam o foco do discurso do museu, e sim suas ações museológicas para com os públicos, a quem se destina seu acervo. Já Meneses aponta a tipologia dos museus como um desenvolvimento classificatório do século XVIII, quando os Gabinetes de Curiosidades se moldavam às estruturas institucionais que atualmente conhecemos como museus. A fragmentação criou uma tipologia multiforme dos museus que ele descreve como enciclopédicos, e por isso subdivididos em temas e micro-temas:

Essa fragmentação toda milita contra o reconhecimento de uma sociedade complexa e tem repousado na referência que se tornou exclusiva: o objeto e sua natureza, que, em última instância, determinaria a natureza do museu. Assim, essa taxonomia dos museus baseia-se menos em campos do conhecimento ou problemas humanos, do que em categorias de objetos, isolados ou agrupados, sempre, portanto tendendo à reificação.

53

Meneses observa as complicações de representação da história através do acervo e a problemática de conceituar um museu histórico apenas pela exposição e com o que contém. O autor, portanto, propõe diretrizes para o museu histórico: o museu histórico não é compatível com sínteses de histórias nacionais e universais; os objetos históricos não podem representar processos e estruturas, mas podem ser vetores destes fenômenos históricos; o museu histórico deve ser um recurso para fazer história e ensinar como se faz história por meio de seu acervo<sup>54</sup>. Para Meneses, portanto, o museu histórico é um laboratório em que a história pode ser produzida com especialistas, com as equipes do museu e com os públicos diversos, não homogêneos, compostos de vários grupos sociais e agências. Concordo com as compreensões de Mario Chagas e Ulpiano Meneses. Os museus históricos vão além de seus acervos, pois existem vários processos de comunicação e interpretação dos públicos com o acervo e com o

---

<sup>52</sup> CHAGAS, M. S. Museus de Ciência: Assim é se lhe parece. In: Caderno do Museu da Vida: O formal e o não-formal na dimensão educativa do museu. FioCruz, 2002. p. 53 – 54.

<sup>53</sup> MENESES, U. T. B. A exposição museológica e o conhecimento histórico In: FIGUEIREDO, B.; VIDAL, D. G. Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna. Belo Horizonte: Argvmentum; Brasília, DF: CNPq, 2005. p. 22.

<sup>54</sup> MENESES, U.T.B. Do Teatro da Memória ao Laboratório de História”. Anais do Museu Paulista, vol. 1, 1999. p. 39 – 40.

museu em si. Por isto, também compreendo o museu histórico como laboratório coletivo em que as interpretações e produção da história podem surgir dentro do espaço museal e como Meseses conclui:

No museu, principalmente no museu histórico que superou a função de repositório e dispensador de paradigmas visuais, a inteligibilidade que a História produzir será sempre provisória e incompleta, destinada a ser refeita. Daí, porém, sua fertilidade. Por isso tudo, talvez o museu histórico já esteja maduro para fazer aquilo que só o museu pode fazer bem, com competência e por vocação (ainda não atualizada): explorar, não sínteses históricas sensoriais, mas a transformação dos objetos históricos. Em vez de teatro, laboratório, com tudo aquilo de criador que essa ideia contém.<sup>55</sup>

## 1.2. O Museu Histórico Nacional: Um século

O MHN foi fundado em 1922, ano do centenário da Independência, pelo decreto 15.596 de 2 de agosto de 1922, assinado pelo presidente Epitácio Pessoa que aprovou a proposta do museu como dispositivo de uma educação patriótica idealizada por um movimento encabeçado pelo acadêmico e integralista Gustavo Barroso.<sup>56</sup> O intuito original do museu era reunir peças que contassem a história do país como culto do passado e escola patriótica.<sup>57</sup> O museu produziu uma narrativa heroica de identidade nacional e se transformou nas décadas seguintes através de ações institucionais. A produção historiográfica da época da fundação do museu era preterida diante do culto à memória, e percebe-se a influência de um positivismo científico empregado na construção de uma história nacional excludente no museu. No lugar de referências a um passado histórico, houve um culto à saudade<sup>58</sup> e a uma memória idílica do passado, fundamentado na ideia de nação homogênea.

O MHN de Gustavo Barroso seria um museu-memória que evocaria as lembranças da glória de um Brasil imperial, militarista, sem muito espaço para análises críticas. O museu foi inaugurado após a Exposição Internacional do Centenário da Independência no Rio de Janeiro em 1922, iniciada em 7 de setembro em vários edifícios e pavilhões que traziam as novidades científicas, culturais e econômicas de 14 países e do centenário brasileiro. A Exposição foi montada ao longo do porto e a Avenida das Nações, onde atualmente se encontram o Aeroporto Santos Dumont e a Praça XV, e foi produto de um longo processo de reformas e modernizações

---

<sup>55</sup> Ibid. p. 41.

<sup>56</sup> COSTA, Julia Furia. O “Culto da Saudade”: História e passado na criação do Museu Histórico Nacional (1922 – 1924). 2013. 118f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de Brasília, Brasília. p. 46.

<sup>57</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Exposição Virtual Museu Histórico Nacional. Disponível em: <<https://artsandculture.google.com/partner/museu-historico-nacional>> Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>58</sup> SANTOS, M. S. A Escrita do Passado nos Museus Históricos. 1. ed. Rio de Janeiro: Garamond/Minc, Iphan, Demu, 2006. p. 36.

da capital carioca, incluindo a inauguração da Avenida Central (atual Av. Rio Branco) em 1905 e o arrasamento polêmico do Morro de Castelo em 1921.<sup>59</sup> Foi uma mudança que retirou habitantes e destruiu casas, um caso documentado da história de remoções populacionais da cidade do Rio de Janeiro. Apesar das polêmicas, foi o aterramento que possibilitou a Exposição Internacional. A Exposição evocava a nação moderna e progressista na reprodução do *Belle Époque* carioca, uma “apoteose da nação brasileira” que remetia à imagem do progresso e à industrialização da jovem nação.<sup>60</sup> A exposição se aproximava do conceito moderno de Brasil articulado naquele período e o MHN entrava nesse projeto num movimento emancipatório e modernista para abandonar a inferioridade em relação à civilização europeia.

Com a Exposição do Centenário durando até 2 de julho de 1923, esperava-se que o público do Museu Histórico Nacional fosse um fenômeno que transmitisse o ideário de nação para a população. O Museu Histórico Nacional se encontrava no canto do perímetro da Exposição, e ocupava parte do antigo Arsenal de Guerra. A outra parte era ocupada pelo Pavilhão das Grandes Indústrias da Exposição de 1922. Portanto, o Museu compartilhava o edifício com o Pavilhão da Exposição. Os eventos da Exposição começavam às 16 horas e tinham ingresso a 1\$000 réis<sup>61</sup> (mil réis), e terminavam todas as noites às 23 horas. Para ir ao pavilhão de festas com eventos em quase todas as noites, devia-se pagar 5\$000 (cinco mil réis). Havia gratuidade em ir a alguns pavilhões de países estrangeiros, mas até às 16 horas, o horário que a Exposição abria com seus eventos. O fato curioso destes valores é como evidenciam a Exposição ser voltada a uma classe econômica mais abastada. Pela pesquisa de Boris Fausto sobre a vida econômica e social da classe trabalhadora, o salário diário médio de homens adultos na indústria têxtil, na cidade do Rio de Janeiro em 1919<sup>62</sup>, era de 6\$720 (seis mil e setecentos e vinte réis) e o das mulheres de 5\$165 réis, enquanto menores de idade tinham o salário de 2\$479 e 2\$825 réis, homens e mulheres respectivamente. Este é um exemplo de valores que não passavam dos 8\$000 réis por dia enquanto certos alimentos custavam entre 1/6 a 1/4 do salário diário. Como exemplo, o kilo de arroz era 960 réis em 1919, o kilo de café em

---

<sup>59</sup> RIBEIRO, F. A.; A Exposição Internacional do Centenário da Independência do Brasil de 1922 no processo de modernização da cidade do Rio de Janeiro. In: XVI ENANPUR - Espaço, Planejamento e Insurgências, 2015, Belo Horizonte. XVI ENANPUR - Espaço, Planejamento e Insurgências: Alternativas Contemporâneas para o Desenvolvimento Urbano e Regional., 2015. Disponível em: <http://gestaouniversitaria.com.br/artigos/a-exposicao-internacional-do-centenario-da-independencia-do-brasil-de-1922-no-processo-de-modernizacao-da-cidade-do-rio-de-janeiro>. Acesso em: 10 jun. 2023.

<sup>60</sup> SANTOS, M.S. Op. Cit. p. 27.

<sup>61</sup> CORREIO DA MANHÃ, 20 de setembro de 1922. Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digital/correio-manha/089842> Arquivo digital 08599. Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>62</sup> FAUSTO, Boris. Trabalho Urbano e Conflito Social: 1890 – 1920. Companhia das Letras: São Paulo: Companhia das Letras, 2ª ed. 2016. p. 114.



pó era 2\$000 réis, o kilo do pão era 990 réis, e da carne fresca por 1\$200.<sup>63</sup> Nesta análise, os públicos da Exposição que fossem da classe operária pagariam 1/5 de seu salário diário, o valor de um alimento básico, e pagariam um dia de trabalho para se divertirem uma noite no pavilhão de festas. Enquanto isso, a elite carioca comprava os sapatos da moda que, em promoção, custavam entre 21\$000 a 32\$000 réis, de acordo com os anúncios da Sapataria Popular.<sup>64</sup> Compreendo que os organizadores da Exposição pensavam num público da elite carioca e internacional, e mesmo que os preços parecessem acessíveis, e com gratuidade, não seria para toda a população carioca.



Figura 1: Anúncio da Exposição Internacional do Centenário  
Fonte: Correio da Manhã, 22 de setembro de 1922

<sup>63</sup> AFFONSECA JR, Leo. O custo de vida na cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Ministério da Agricultura, 1919. p. 13.

<sup>64</sup> CORREIO DA MANHÃ, 22 de outubro de 1922. Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digital/correio-manha/089842>. Arquivo digital 08631. Acesso em 13 jun 2023.

Durante a Exposição, o MHN ficava aberto gratuitamente, mas das 12 às 16 horas. Gustavo Barroso, em seu relatório dos primeiros meses do Museu, se decepciona com os números de visitantes entre 11 de outubro de 1922, sua abertura, até 31 de dezembro. Foram 6.422 visitas.<sup>65</sup> No primeiro semestre de 1923, o MHN teve 16.763 visitas e fechou para reformas de novas exposições.<sup>66</sup> Barroso justifica a baixa visitação pela péssima propaganda que via nos jornais *Correio da Manhã* e *Correio da Noite*, que denunciavam o museu como “pretexto para empregos”.<sup>67</sup> Barroso também justifica a pouca audiência mencionando a localização pouco acessível do museu no circuito da exposição do centenário, e que os horários de funcionamento do museu não se encaixavam com o horário dos eventos da Exposição, ainda que a entrada fosse gratuita.

Vemos que a Exposição era voltada a um público internacional e de uma elite específica; contou com 3 milhões de visitantes nacionais e internacionais que chamaram o Rio de Janeiro de “a cidade maravilhosa”<sup>68</sup>, enquanto Barroso se queixava por não ver a participação do “povo” que estava presente na Exposição do Centenário. A baixa frequência de visitantes no MHN em 1922 pode ser percebida quando observamos que o museu estava num local quase inacessível para muitas populações da cidade do Rio de Janeiro, e após reformas higienizantes e moralistas. Por exemplo, em 1907 um projeto de lei exigia o uso do paletó e sapatos por todas as pessoas, e em 1910 um cidadão foi preso pelo “crime de andar sem colarinho”.<sup>69</sup> A política modernizante tinha um caráter higienizador e racial observado também na Exposição de 1922<sup>70</sup>, e não era um evento único. A prisão de negros, pobres e recém-libertos já era aplicada no Rio de Janeiro no fim do Império, quando 61% dos detentos presos por vadiagem entre 1886 a 1888 não tinham paletó e 61% eram não brancos<sup>71</sup>. Como último detalhe, é importante observar que no próprio decreto de fundação do MHN de 22 de agosto de 1922, artigo 43, já se demandava uma boa vestimenta e que crianças abaixo de dez

---

<sup>65</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório 1922. In: Biblioteca Virtual. Disponível em:

<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=42569>. Acesso em 13 jun 2023.

<sup>66</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório 1923. In: Biblioteca Virtual. Disponível em: Acessível em:

<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=42578>. Acesso em 13 jun 2023.

<sup>67</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório 1922. In: Biblioteca Virtual. Disponível em:

<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=42567>. Acesso em 13 jun 2023.

<sup>68</sup> SCHUSTER, Sven. História, nação e raça no contexto da Exposição do Centenário em 1922. Hist. cienc. saude- Manguinhos, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 121-134, mar. 2014. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-59702014000100121&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702014000100121&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 13 jun. 2023.

<sup>69</sup> SEVCENKO, N. Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República. 3a. ed., S.P., Ed. Brasiliense, 1989. p. 33.

<sup>70</sup> SCHUSTER. Op. Cit. 2014.

<sup>71</sup> RODRIGUES, Cristiane. A construção social do vadio e o crime de vadiagem (1886-1906). 2006. Dissertação (Mestrado em História) - Instituto de História, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

anos só entrassem acompanhadas.<sup>72</sup> Apesar de não termos um estudo de público que permita inferências mais pormenorizadas sobre o público do Museu Histórico Nacional em sua inauguração, podemos observar que tempo livre, renda, vestuário e acesso a condução (algo que a sociedade negra carioca não dispunha em maioria) eram necessários para que se visitasse uma representação heroica e modernizante do Brasil.

Outro fator que ajuda a compreender a decepção de Gustavo Barroso com a baixa visitação do Museu em sua abertura é a estatística de visitação do Museu Nacional da Quinta da Boa Vista (MN), especializado na arqueologia e história natural do país. O MN tinha grandes públicos anualmente. Em 1922, por exemplo, o Museu Nacional da Quinta da Boa Vista teve, somente entre 23 e 28 de maio, 1776 visitas, divulgadas toda semana nos jornais do período.<sup>73</sup> O MN vinha tendo públicos bem maiores desde o fim do século XIX. Em 1892, foram 40 mil visitas; em 1907, 36.573<sup>74</sup> e, em 1932, uma década depois da inauguração do MHN, obteve 115.573 visitantes, enquanto o MHN no mesmo ano (1932) teve um público de 9.250 visitas.<sup>75</sup> Koptche argumenta que vários critérios podem levar a diferenças de públicos entre os museus na mesma região, como a tipologia do museu, o interesse dos visitantes, exposições novas, reformas e transporte público<sup>76</sup>, mas percebemos que o Museu Histórico não teve aumento de público considerável em comparação com o Museu Nacional em uma década. O argumento de que a Exposição de 1922 tornava o MHN inacessível se torna mais inverossímil. Apesar de várias razões mostrarem as diferenças de públicos entre o Museu Nacional e o MHN, um público mais amplo, e quem sabe, mais diverso, frequentava o museu enciclopédico, com acervos de várias ciências, inclusive de egiptologia, enquanto a narrativa militar imposta como identidade nacional estava em vigor pelo MHN de Gustavo Barroso. Um grupo mais numeroso e heterogêneo estava mais ciente dos trabalhos do Museu Nacional, enquanto outro grupo, bem menor, era o que tinha contato com a identidade nacional triunfante. O projeto de Barroso alcançava poucos, não representava todos os cariocas e nem todo o Brasil.

---

<sup>72</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Regulamento. In: Biblioteca Virtual. Disponível em: <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=41306>. Acesso em 13 jun 2023.

<sup>73</sup> CORREIO DA MANHÃ, 31 de maio de 1922, p. 3. Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digital/correio-manha/089842>. Arquivo digital 08487. Acesso em 13 jun 2023.

<sup>74</sup> KOPTCKE, Luciana Sepúlveda; PEREIRA, Marcele Regina Nogueira. Museus e seus arquivos: em busca de fontes para estudar os públicos. In: Hist. cienc. saude-Manguinhos [online], vol.17, n.3. pp.809-828. 2010. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-59702010000300014&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702010000300014&lng=en&nrm=iso). Acesso em 13 jun 2023

<sup>75</sup> Anuário Estatístico do Brasil, 1937, Rio de Janeiro, IBGE, v. 3., 1937.

<sup>76</sup> KOTPCHE, Luciana Sepúlveda; PEREIRA, Marcele Regina Nogueira. Op. Cit. 2010. p. 827.

Com a implantação do Estado Novo, as ações de Barrosos ficam sedimentadas sob o MHN. Getúlio Vargas se torna “grande protetor do Museu Histórico Nacional”, e com isso produções editoriais, cursos e exposições foram investidas para o crescimento técnico do museu.<sup>77</sup> É lançado o primeiro volume dos Anais do MHN em 1940, alcançando públicos acadêmicos da conservação, museologia e história da arte. Entretanto, Mario Chagas e Solange Godoy dizem que esta estabilização do museu o cristalizou na narrativa de 1922 e se afasta das questões museológicas discutidas após a II Guerra Mundial e da representação brasileira no ICOM.<sup>78</sup>

Myriam Sepúlveda dos Santos nos diz que com a morte de Gustavo Barroso, em 1959, o museu ruiu gradativamente até sua revitalização na década de 1980. Entre as crises da degradação do Museu entre 1960 e 1970 estavam a transferência da capital e dos órgãos públicos para Brasília e a criação do Museu da República em 1960, que traria a narrativa política do século XX e deixaria ao MHN as memórias do Império e corpo militar idealizado. Perdeu-se aos poucos, diante do declínio e do pouco investimento do regime militar, a pesquisa ao acervo, o que causou a falta de vínculo dos funcionários com a pesquisa.<sup>79</sup> O MHN acabou perdendo contato com a história à medida em que os objetos eram utilizados apenas por suas qualidades de “simbólico” para o presente, ignorando sua função no diálogo com o passado. Em contrapartida a esta narrativa, Ivan Coelho de Sá, Anna Echternacht e Raquel Seoanne nos relatam o trabalho do museólogo e carnavalesco Clóvis Bornay, que iniciou seus trabalhos no MHN nos anos 1940, mas teve o auge de seu trabalho nos anos 1960 e 1970, ou seja, longe ao olhar de Gustavo Barroso e no período do governo militar. Os autores nos contam que Bornay produziu exposições extramuros e de camadas diferentes à narrativa heróica militar e de Barroso. Entretanto, como funcionário do museu, lhe era exigido que a narrativa militar fosse exaltada:

Entre 1967 e 1968 Bornay trabalhou em quatro exposições do MHN montadas no extinto Banco do Estado da Guanabara, as quais eram sobre: bonecos, integrando o II Festival de Teatro de Marionetes e Fantoques; Arte Sacra; mobiliário luso-brasileiro e prataria, em parceria com Jean Marie Bittencourt, assessor da direção do MHN. No Museu da República ele monta exposição de gravuras da artista plástica Isa Aderne e a Sala Presidente Castelo Branco, idealizada por Leo Fonseca e Silva.<sup>80</sup>

---

<sup>77</sup> CHAGAS, Mário de Souza; GODOY, Solange de Sampaio. Tradição e Ruptura no Museu Histórico Nacional. In: Anais do Museu Histórico Nacional, v. 27, 1995. p. 41.

<sup>78</sup> Ibid. p. 42.

<sup>79</sup> SANTOS. M. S. Op. Cit.

<sup>80</sup> SÁ, I. C.; ECHTERNACHT, A. L. I.; SEOANE, R. V. R. M. Clóvis Bornay: Memória de um centenário esquecido. Anais do Museu Histórico Nacional, v. 50, p. 100-121, 2018. p. 118. Disponível em: <https://anaismhn.museus.gov.br/index.php/amhn/article/view/129>. Acesso em 13 jun 2023.

Clóvis Bornay também organizou exposições com o Museu da Imagem e do Som (MIS) nos anos 1970, uma contendo fantasias de carnaval de luxo e premiadas, outra exposição sobre o Chacrinha que arrecadou recursos para a instituição Casa dos Artistas, e a exposição do centenário da Lei do Ventre Livre com intenção de conscientizar os públicos sobre as contribuições negras para a cultura brasileira.<sup>81</sup> Os autores consideram a vida de Bornay como intensa e dedicada ao Museu Histórico Nacional, trabalhando em diversas áreas do museu e com participação com as equipes do período. Sá, Echternacht e Seoanne afirmam que entre Clóvis Bornay ser carnavalesco e museólogo houve uma simbiose: “o museólogo oferecendo sólido conhecimento cultural ao carnavalesco; o carnavalesco influenciando a criatividade e as atitudes inovadoras do museu”.<sup>82</sup> Desta maneira, Bornay, afastado do olhar tradicional de Barroso, trouxe produções heterodoxas vinculadas ao MHN e que conversavam com o que era discutido na cena museológica internacional. Ele libertava, ao menos um pouco, o MHN do museu-memória, do culto da saudade e da nacionalidade heroica que o governo militar quis trazer ao museu entre 1967 a 1984 sob a direção de Leo Fonseca e Silva e Gerardo B. Raposo da Câmara.<sup>83</sup>

Após os debates no âmbito do Conselho Internacional de Museus (ICOM) para tratar da situação díspar entre a representação dos museus de história e a produção historiográfica contemporânea nos anos 1960 e 1970, houve mudanças em museus na Europa no sentido de tentar atingir a pesquisa historiográfica e a comunicação numa sociedade do consumo. As mudanças se refletiram na reestruturação do MHN como instituição na década de 1980. Como informa Mario Chagas e Solange Godoy, a gestão do museu entre os anos 1970 e 1980 tinha um comportamento tímido ao que acontecia na esfera museológica internacional. É na segunda metade da década de 1980 que o museu se direciona no papel de produtor do conhecimento e de diálogo com os públicos.<sup>84</sup> As mudanças retiraram a coleção de Barroso do centro da narrativa e foi alocada como referencial de um discurso político, social e cultural. São inseridas novas coleções, a participação de historiadores convidados na curadoria das novas exposições e buscou democratizar-se com a formação de novos públicos, e dinamizando o espaço cultural do museu, como se definiu no Plano de Diretrizes e Metas Trienais para 1986-1988.<sup>85</sup> Myriam Sepúlveda Santos afirma que, apesar da concepção do Museu estar em diálogo com as pesquisas historiográficas vigentes no período, ainda havia um peso da memória vinculado ao

---

<sup>81</sup> Ibid. p. 119.

<sup>82</sup> Ibid. p. 120.

<sup>83</sup> CHAGAS, Mário de Souza; GODOY, Solange de Sampaio. Op. Cit. 1995. p. 44.

<sup>84</sup> Ibid. p. 51.

<sup>85</sup> Ibid. p. 50.



acervo e ao prédio que os tornava meros suportes museográficos de uma narrativa delineada anteriormente. O MHN, após suas reformas entre 1987 a 1994, se propunha um museu-síntese da história do Brasil, um museu-narrativa, em que o discurso histórico contemporâneo substituiu a história baseada na memória, e os objetos da narrativa museológica se tornavam as palavras da historiografia, mas a evocação com a memória dos próprios objetos se perdeu.

As quatro exposições de longa duração inauguradas após a reforma estrutural e institucional duraram quase 20 anos e debatiam questões econômicas e sociais do Brasil. A saber: Colonização e Dependência (inaugurada em 1987), Farmácia Homeopática Teixeira Novaes (1989), Memória do Estado Imperial (1992), No Tempo das Carruagens, e Expansão, Ordem e Defesa (ambas inauguradas em 1994)<sup>86</sup>. Enquanto se inaugurava as novas exposições e se produzia ações culturais o MHN viu um crescimento de públicos: 33.793 visitas em 1995, 61.756 em 1996, 68.118 em 1997, 64.245 em 1998 e 92.583 em 1999.<sup>87</sup> Junto das reformas dos museus, os estudos de público estavam em contínuo desenvolvimento, e possibilitaram compreender os interesses e identidades dos visitantes não somente como números.

### **1.2.1. O MHN entre o séc. XX e o séc. XXI**

Os estudos de público haviam começado no fim da década de 1960 após os movimentos sociais que provocaram uma fermentação que atingiu os museus deste período e que promoveram, por exemplo, o trabalho de Pierre Bourdieu e Alain Darbel em 1969. “Amor pela Arte”<sup>88</sup> é um estudo sociológico sobre a recepção da cultura e referência para estudos de público posteriores. Nele, Bourdieu e Darbel defendem que a frequência da visita aos museus franceses pesquisados no período aumenta com o nível de escolaridade e renda. Os grupos de nível de instrução mais elevado apreciavam pinturas e esculturas com mais interesse, enquanto as classes populares observaram mais objetos históricos como mobiliários e cerâmicas. Os autores sugerem que isto ocorria pela relação mais próxima destes objetos na satisfação deste público em sua curiosidade pela história, folclore, e seus interesses estéticos provenientes da estrutura de museus instalados em palácios e monumentos históricos.<sup>89</sup>

Bourdieu já trazia neste trabalho a compreensão de capital cultural, um produto cultural chancelado por um grupo social que confere a seus integrantes um determinado *status* e

---

<sup>86</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Linha do Tempo 1922 - 2012. 2012.

<sup>87</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Estudo de Visitação do Museu Histórico Nacional. 1999.

<sup>88</sup> BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: EDUSP; Zouk, 2003.

<sup>89</sup> Ibid. p. 140.

distinção de valor. Possuir conhecimento prévio sobre história e arte, por exemplo, pode conferir a membros de uma elite a bagagem necessária para uma visita proveitosa ao museu. Bourdieu e Darbel observam o capital cultural que as classes aristocráticas detêm para apreciar as obras de arte em seus estilos e formatos, algo que foge ao olhar da classe média, de baixa renda e menor escolaridade. Desta maneira, os museus de arte, criticados pelos autores, admitem a entrada apenas dos que possuem este capital cultural, enquanto outros grupos sociais possuem um capital cultural que os aproximam mais de objetos históricos. Por outro lado, Luis Gerardo Morales Moreno diz que ainda há problemas a serem resolvidos nos museus de história. Além de focarem no monumentalismo dos objetos, sem trazer contextos e debates dos objetos com os tempos históricos, as novas mídias do séc. XXI estariam atraindo mais interesse pela história do que os próprios museus que contêm os fragmentos do passado.<sup>90</sup> Concordo com o autor, ao ver que em nossa atualidade, o capital cultural de públicos estaria afastado dos museus históricos do séc. XXI. Para Morales Moreno, os museus históricos precisam fazer uma aproximação fenomenológica (ou quase não-hermeneutica) com os objetos, em que a experiência humana e imediata possa produzir outra forma, mais pragmática de semiose e interpretação: “Tal campo não-hermeneutico permite vislumbrar as materialidades comunicativas”.<sup>91</sup> Morales Moreno compreende os objetos museográficos e históricos como semióforos (pela denominação de Krysztof Pomian) que não possuem significados atribuídos pela representação em si. Para o autor, trazer a agência dos públicos e sua voz ativa com os acervos históricos e o próprio museu, seria uma forma de maior aproximação que os públicos tem perdido neste início de século.

Apresentamos aqui também o conceito de *habitus* de Bourdieu como forma internalizada da condição de classe que possibilita certas práticas, como a visita aos museus. O *habitus* dos públicos museais franceses em 1969 consistia numa prática construída e compartilhada no grupo social em que estes indivíduos já estavam inseridos, e era reproduzido nos museus pelos indivíduos de grupos sociais em comum. Nesta perspectiva, vemos que o capital cultural, refletido no *habitus* de grupos sociais, e nas experiências imediatas de públicos com objetos, podem moldar, portanto, as perspectivas específicas de cada visitante, e coletivas, durante sua experiência nos museus.

As pesquisas de público como as de Bourdieu e Darbel são interessantes para analisar tanto a recepção dos públicos museais quanto suas identidades. Rosane Carvalho aplicou

---

<sup>90</sup> MORALES MORENO, L. G. La Crisis de los Museos de Historia. In: ICOFOM Study Series. Alemanha /Argentina: ICOFOM. n. 35. 2006. p. 83.

<sup>91</sup> Ibid. p. 82.

pesquisas de público em 1999 no Museu Histórico Nacional quando as pesquisas de público ainda eram tímidas no Brasil e na própria instituição, mas estudos na área já haviam observado a linguagem específica dos museus para com os públicos e a inserção das mídias de massa na comunicação dos museus.<sup>92</sup>

Carvalho aplica sua pesquisa de público entre 24 de junho a 15 de agosto de 1999 e 10 de setembro a 7 de novembro de 1999 durante duas exposições temporárias no MHN: a exposição Tapeçarias Europeias e D. João VI - Um Rei Aclamado na América. O Museu teve um público de 6.170 visitantes durante a exposição Tapeçarias Europeias enquanto a exposição D. João VI, que trouxe 15.000 visitas em sua itinerância em Portugal, foi um dos motivos para o público anual de 92.583 em 1999 para o MHN. A pesquisa de Carvalho consistiu em perguntas sobre a recepção dos públicos<sup>93</sup> ao conteúdo das exposições e sobre a estrutura do Museu. A autora verificou um público mais adulto, com poder aquisitivo, alta escolaridade, viajado, habituado a visitar museus, atento aos textos expositivos e às legendas e até observador das cores e temas da exposição.<sup>94</sup>

Na exposição D. João VI, 60% tinha familiaridade com o tema da exposição pelo conteúdo aprendido em sala de aula na juventude e pela representação do “rei bobo” no filme *Carlota Joaquina*, de 1995, dirigido por Carla Camurati. Nesta exposição, 74% leu as legendas dos objetos expostos e 81% leu os textos. Os públicos de ambas as exposições acharam facilmente o Museu pois já o visitaram antes, ou seja, as exposições foram a motivação para a ida ao MHN<sup>95</sup>. A autora, portanto, encontrou um público frequentador do Museu Histórico Nacional, consciente da linguagem museográfica e crítico das mudanças na instituição com algumas sugestões:

Mais sinalização interna das exposições e da recepção; a necessidade de visitas guiadas; maior divulgação na mídia da programação do Museu; mais música ambiente; informação sobre as exposições existentes na recepção; informação sobre o estacionamento para o público e para os sócios; planta-baixa num folder; melhorar o circuito, torna-lo linear; sugestão de circuitos a percorrer na recepção porque “o circuito permanente é longo, vimos com atenção; talvez se fossemos diretamente para D. João VI aproveitássemos melhor a leitura dos textos e legendas.”<sup>96</sup>

---

<sup>92</sup> CARVALHO, Rosane M.R. de. As pesquisas de público no Museu Histórico Nacional. In: Anais do Museu Histórico Nacional. Vol.34. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2002. P.395-412. p. 396

<sup>93</sup> Apesar de já haver trabalhos de estudos de público em ver visitantes como receptores e emissores da comunicação, como os trabalhos de Eileen Hooper-Greenhill, a pesquisadora trata da recepção de públicos num sentido de compreensão da mensagem das exposições.

<sup>94</sup> Ibid. p. 401.

<sup>95</sup> Houve reclamações da falta de sinalizações para encontrar o MHN já que em 1999 o viaduto do Mergulhão tapava parte da vista do museu. O viaduto fechou em 2014 e hoje o que encontramos é uma vista ampla da fachada de frente à baía da Guanabara, mas vazia e considerada perigosa nos fins de semana, de acordo com as pesquisas de público feitas entre 2013 a 2017.

<sup>96</sup> CARVALHO, Rosane M.R. de. Op. Cit. p. 409.



Apesar de o público das exposições temporárias do MHN em 1999 não representar a totalidade dos públicos daquele período, podemos inferir que um público com capital cultural mais inserido na cultura de uma elite era um grupo mais assíduo ao Museu – não somente pela escolaridade dos visitantes e seu poder aquisitivo, mas também pela compreensão da linguagem museográfica, pela atenção aos textos expositivos, legendas, cores e temas que as exposições proporcionam. Em suas sugestões, o público estava também inserido na visita a outros museus quando sugerem um circuito expositivo mais conciso e com elementos atrativos, como música ambiente, elemento comum nas exposições que inseriram as mídias de massa em seu repertório.

Ao mesmo tempo, não devemos deixar de lado as minorias que visitaram as exposições em 1999. O MHN teve 26% de visitantes que não tinham conhecimento sobre a linguagem museográfica, uma minoria que nunca havia visitado o Museu e que não dispunha do conteúdo escolar relevante e nem tinha assistido ao filme de Carla Camurati. Carvalho aponta que as sugestões dos visitantes leigos à linguagem museográfica e aos conteúdos expostos também deveriam ser levadas em conta a fim de democratizar o conteúdo exposto. Em 2001, diz, mudanças importantes já haviam sido implementadas em virtude das sugestões feitas nas pesquisas<sup>97</sup>: troca do local das exposições para que o circuito expositivo tivesse uma lógica cronológica, aquisição de bancos para descanso durante os circuitos, mais mediadores<sup>98</sup> para auxiliar os visitantes durante a experiência museológica e maior sinalização urbana ao redor do museu. Enquanto isso, em 2022, a ação educativa do MHN iniciava uma parceria com empresa de ônibus para trazer grupos escolares e de serviços sociais para o museu. Não era possível trazer todas as escolas públicas e instituições sociais, mas a parceria permitiu a vinda e participação de 209 projetos sociais e 914 escolas públicas até 2016 com visitas, cursos e atividades culturais, algo que aprofundarei no capítulo 3.

As mudanças pelas quais o Museu Histórico Nacional passou em suas reformas nos anos 1980 e nas transformações estruturais diante das pesquisas de público na virada do século XX para o século XXI estão em consonância com os debates conhecidos da Nova Museologia. O Brasil sentiria maiores mudanças da área museológica no início do século XXI com: 1. as propostas institucionais dos pesquisadores da museologia ao produzir o Plano Nacional de Museus em 2003, que visa a inserção democrática de todos os grupos sociais aos museus; 2. a criação do Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, em 2009; e 3. o estabelecimento da meta

---

<sup>97</sup>Ibid. p. 411.

<sup>98</sup> Abordaremos conceitos de mediação e mediadores no capítulo 2 deste trabalho, mas inferimos aqui o mediador como o profissional que trabalha em percursos expositivos para auxiliar, informar e promover discussões de temas apresentados na exposição com os públicos em suas diversas formas.

de desenvolvimento de museus entre 2010 e 2020, com o Plano Nacional Setorial de Museus.<sup>99</sup> As mudanças propostas por estes planos reverberaram no Museu Histórico Nacional tanto por condições oferecidas pelo Ministério da Cultura quanto pelo trabalho dos servidores e de outros funcionários do Museu durante sua gestão. Estas mudanças podem ser observadas na produção de novas exposições de longa duração inauguradas entre 2010 a 2012, na inserção do Museu no mundo virtual com seu *site* inaugurado em 1996, e a inserção do MHN no *Facebook* e *Instagram* respectivamente em 2014 e 2015. Estas mudanças se apresentam como a vinculação do Museu às mídias de massa que já estão inseridas na sociedade contemporânea do século XXI – uma mudança analisada em pesquisas recentes.<sup>100</sup>

Em paralelo, o Museu Histórico Nacional ampliou a sua comunicação museográfica ao reformular suas exposições de longa duração, ao trazer mais grupos escolares no início da década de 2010 e por criar programas educativos com novas narrativas históricas, além das expográficas. O novo percurso expositivo de longa duração, que passou por várias pesquisas até sua atual formulação, possui as seguintes exposições: Oretama, inaugurada em 2006, que apresenta a vida das nações indígenas banhadas pelo atlântico no continente sul-americano antes da ocupação portuguesa; a exposição Portugueses no Mundo, que trata do período da colonização; a Construção da Nação, que descreve o período do Brasil Império, perpassando pelos eventos dos dois reinados; e a Cidadania em Construção, que trata do período republicano aos dias atuais. Estas últimas exposições foram todas inauguradas em 2010. Entretanto, como veremos em capítulos seguintes, foram percebidas necessidades nestas exposições que tiveram que ser discutidas e atualizadas.

Já, ao tratarmos das propostas educativas, uma das iniciativas foi o “Bonde da História”, que introduziu visitas mediadas e novas abordagens de histórias e identidades brasileiras, como a história das mulheres no Brasil, o movimento abolicionista, a representação indígena nos acervos do Museu e a história da Umbanda. Estas ações dialogam com princípios básicos da Nova Museologia, que busca o reconhecimento de todas as culturas, incentivo à apropriação e reapropriação do patrimônio e a prática social como ponto de partida, e não mais com o foco nas coleções.<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Plano Nacional Setorial de Museus 2010 - 2020. Brasília, DF: IBRAM, 2010.

<sup>100</sup> MAGALDI, M. B.; SCHEINER, Tereza. Museus e Museologia: Novas sociedades, novas tecnologias. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 2011. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/index>> . Acesso em 13 jun 2023.

<sup>101</sup> SANTOS, M. C.T.M. Reflexões sobre a nova museologia. In: Cadernos de Sociomuseologia. Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Lisboa. n. 18, 2002. p. 115.



Figura 2: Exposição de Longa Duração Portugueses no Mundo 1415 – 1822  
Fonte: Museu Histórico Nacional.<sup>102</sup>

Em um século de existência, o Museu Histórico Nacional ainda possui muitos desafios como instituição que produz o conhecimento histórico e no exercício de comunicação com os públicos acolhidos. Paulo Knauss, diretor do MHN entre 2015 a 2019, aponta as problemáticas dos museus históricos com os públicos: “Nos museus, as dinâmicas que emergem das práticas de colecionar e de realizar exposições se nutrem do diálogo com o público, que desafia a inovação por multiplicar as perguntas sobre o acervo em exposição”.<sup>103</sup> Para Knauss, a ação do museu de relacionar o conhecimento histórico com as demandas do público passa por assumir que um museu não é um lugar de respostas, mas de perguntas. Os museus históricos do século XXI veem suas ações moldadas pelos interesses dos públicos. A compreensão do presente molda a forma de agir do museu e como interpreta o passado. Knauss defende:

O que o museu não pode deixar de fazer é escutar os seus públicos - essa é a base de qualquer ação em museus. A consequência é que nos museus se produzem sempre leituras da história para o tempo presente. Se isso é válido em alguma medida para todas as operações historiográficas, esse pressuposto se impõe no caso dos museus históricos em especial.<sup>104</sup>

<sup>102</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Portugueses no Mundo 1415 – 1822. Disponível em: <https://mhn.museus.gov.br/index.php/portugueses-no-mundo/>. Acesso em: 27 jul 2023.

<sup>103</sup> KNAUSS, PAULO; CARVALHO, Bruno L. P. . Museus para se pensar o presente em perspectiva histórica. In: Bruno Leal Pastor de Carvalho; Ana Paula Tavares Teixeira. (Org.). História pública e divulgação de história. 11ed.São Paulo: Letra e Voz, 2019, v. 1. p. 141.

<sup>104</sup> Ibid. p. 145.

Ao que se indica inicialmente, o Museu Histórico Nacional tem como missão, no século XXI, de construir e discutir o conhecimento histórico a uma variedade de públicos com agência e inseridos nos comportamentos da modernidade enquanto os reproduzem no espaço museológico. Este capítulo propõe se aprofundar nessa discussão. Knauss afirma que o conhecimento histórico produzido e divulgado nos museus históricos, incluindo o MHN, estão reunidos na compreensão de História Pública<sup>105</sup>, um conceito e prática desenvolvidos também nos anos 1970, mas que somente chega no Brasil em 2010. O termo é amplo, mas inicialmente podemos pontuar que propõe a divulgação científica, a produção histórica colaborativa, a história dos públicos e a reflexão da histórica como campo de comunicação<sup>106</sup> – grosso modo, já que a História Pública pode alcançar muitas práticas de trabalho. É notável para esta pesquisa que a Nova Museologia e a História Pública possuem consonâncias e diálogos, mas antes de adentrarmos nesta interseção, precisamos abordar o MHN em seu papel institucional e como a Nova Museologia ou a História Pública poderiam estar inseridas no museu na última década.

### **1.3. Planos Museológicos: O MHN como instituição**

O Museu Histórico Nacional em sua última década promoveu ações que visam o diálogo do conhecimento histórico alocado em seus espaços de exposição como também nas ações educativas, exemplificadas pelas visitas mediadas por uma equipe do museu, como também por eventos específicos para troca de saberes com grupos sociais diversos e desenvolvimento técnico de profissionais da área cultural e educacional. Todas estas ações são previstas nos últimos Planos Museológicos do MHN, que tem como intenção direcionar as ações do Museu diante de uma visão e missão institucional.

Pode parecer evidente para alguns que as ações desenvolvidas e praticadas pelo MHN nesta última década sejam exemplos de uma ação de trabalho coletivo entre a instituição e grupos sociais que dela participam e se integram, mas é necessário observar os planos museológicos em que o Museu se embasou e se desenvolveu nos últimos anos, a fim de que possamos encontrar as motivações do próprio museu.

Os planos museológicos são programas ordenadores que orientam a gestão de um museu e articulam com vários setores institucionais com vistas ao seu desenvolvimento e o

---

<sup>105</sup> Ibid. p. 152

<sup>106</sup> SANTHIAGO, Ricardo. Duas palavras, muitos significados: Alguns comentários sobre a história pública no Brasil. In: MAUAD, Ana Maria; ALMEIDA, Juniele Rabêlo de; SANTHIAGO, Ricardo. (Org.). História Pública no Brasil: Sentidos e Itinerários. 1ed. São Paulo: Letra e Voz, 2016, v. 1.

desempenho de sua função social.<sup>107</sup> O plano museológico, como programa institucional dos museus, foi definido pelo Estatuto de Museus, em decreto promulgado em 2009<sup>108</sup>, em que se visa em seu texto a participação coletiva e social na construção de ações do museu. Ou seja, um plano museológico não é pensado e elaborado somente por especialistas, servidores de museus públicos e os profissionais de áreas específicas da instituição. A elaboração de um plano museológico visa também a participação coletiva de membros da comunidade ao redor dos museus, associação de amigos e outras esferas democráticas.<sup>109</sup> Logicamente, os planos museológicos não começaram exatamente pelo decreto de 2009. Muitos museus brasileiros já haviam feito planos museológicos, cada um à sua estrutura e capacidades que obtinham no período que produziram estes planos. Nisto inclui-se o Museu da Abolição e o Museu Histórico Nacional.

Janaína Xavier, em sua pesquisa sobre os Planos Museológicos nos informa que planos diretores de gestão para museus já haviam sido apresentados como uma necessidade nos museus brasileiros, como defenderam as museólogas Maria Cristina Bruno e Maria Tereza Horta.<sup>110</sup> Entretanto, é com leitura e análise do Plano Diretor produzido por Stuart Davies, em 1996, que a construção de um plano diretor de museus fica mais profícua. Com os programas, editais e cursos promovidos pela PNM criada em 2003, é implementado o Sistema Brasileiro de Museus (SBM), em 2004<sup>111</sup>, que tinha em suas atribuições a orientação de programas técnico-científicos para atividades em museus. Para complementar o SBM, o IPHAN, que ainda tinha em sua tutela os museus federais, publica a portaria que institui o Plano Museológico, em 2006<sup>112</sup>, para promover a gestão dos museus federais. É nesta portaria que o termo Plano Museológico é cunhado e primeira vez estabelecidas a descrição de missão, visão, programas, diretrizes e ações.<sup>113</sup> Xavier nos lembra que o Departamento de Museus (DEMU) do IPHAN, em seu relatório do PNM em 2006, informava que três museus já tinham planos museológicos, sendo apenas um federal. Estes planos se tornaram referência para os seguintes que viriam.

---

<sup>107</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Subsídios para elaboração de Planos Museológicos. Brasília, DF: IBRAM, 2016. p. 35.

<sup>108</sup> BRASIL. Decreto nº 8.124, de 17 de outubro de 2013.

<sup>109</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Op. Cit. p. 37.

<sup>110</sup> XAVIER, Janaína Silva. Plano Museológico. Uma discussão para o Museu de Arqueologia Bíblica Paulo Bork do Centro Universitário Adventista de São Paulo. Dissertação. São Paulo, SP: PPGMUS – USP. 2015, p. 25.

<sup>111</sup> BRASIL. Decreto nº 5.264, de 22 de outubro de 2004.

<sup>112</sup> IPHAN. Portaria Normativa Nº 1, de 5 de julho de 2006.

<sup>113</sup> XAVIER, Janaína Silva. Op. Cit. 2015. p. 31.



Como apresentado no início do capítulo, o plano museológico do Museu da Abolição foi construído e implementado em 2008 com a reinauguração do museu, e diferente de outros planos construídos, o formato colaborativo de desenvolvimento de gestão junto de movimentos sociais, políticos e religiosos da esfera afro-brasileira tornou o plano museológico de 2008 do MAB, um pioneiro<sup>114</sup>, tanto na forma de elaboração de planos museológicos, como também na curadoria e ações de uma museologia colaborativa.

O desenvolvimento e estabelecimento de planos museológicos em museus federais alcançou os trabalhos de gestão do MHN, construindo três planos museológicos que nortearam suas ações. O primeiro foi publicado em 2008, direcionando as ações entre 2009 a 2010. O segundo, de 2011, norteou as ações até 2015. O terceiro plano museológico foi em 2016, direcionando ações entre 2016 a 2019. De acordo com o relatório, do recém-criado IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus), de 2010<sup>115</sup>, apenas três museus brasileiros vinculados ao IBRAM (e que eram anteriormente vinculados ao IPHAN) possuíam planos museológicos: O Museu da Abolição, o Museu Regional de Caeté e o Museu Regional de São João del Rey. O Plano de 2008 do MHN foi apresentado ao DEMU em 2008, mas como uma construção do minicurso oferecido pelo DEMU para a produção de Planos Museológicos. O Plano de 2011 do MHN traz um aprimoramento do anterior se tornando o Plano Museológico que estabelece a gestão e a comemoração de 90 anos do MHN naquele período. Para nossa pesquisa analisamos os três Planos.

Este primeiro capítulo trata das mudanças que o Museu Histórico Nacional sofreu enquanto parte do grupo de museus históricos que tiveram por missão assumir a narrativa da “história nacional”, que desde o século XIX foi uma história nacional bastante específica, com um recorte de uma elite social e uma política local, regional e nacional. Entretanto, como apresentado anteriormente, mudanças aconteceram, e o MHN da última década passou por diversas fases, ações e compreensões distintas das criadas por Gustavo Barroso em 1922.

Entre as evidências de transformação de mudanças do Museu Histórico Nacional, estão seus planos museológicos. O Plano Museológico de 2008 está num contexto de maior investimento na área museal brasileira. É exatamente no ano seguinte que DEMU, do IPHAN, se torna uma autarquia independente: o Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM e os museus federais abarcados pelo IPHAN se tornam responsabilidade do novo Instituto. Inserido nesta mudança de política pública cultural, o Plano de 2008 apresenta a missão do museu, diretriz

---

<sup>114</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Relatório de Gestão 2003/2010. Brasília, DF: IBRAM, 2010. p. 134.

<sup>115</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Op. Cit. 2010. pp. 134 – 163.

norteadora para ações e projetos que viriam ao MHN: “Servir a sociedade em seu desenvolvimento, educação, integração e inclusão, através da preservação e da divulgação de testemunhos materiais e imateriais, relacionados à identidade cultural brasileira.”<sup>116</sup>

Apresentamos anteriormente, pela análise de Santos, que a transformação do MHN em sua gestão e narrativa foi a de uma história-memória pelo “culto da saudade” e passa pelos anos 1980 em sua fase do museu-síntese da história. Em 2008 vemos que o museu não propõe mais, como na época de Barroso, trazer a “história síntese do Brasil” por meio de seus acervos. O MHN ciente de seu papel na narrativa histórica brasileira se vê como parte integrante da preservação e divulgação dos testemunhos relacionados à identidade cultural brasileira. Neste mesmo Plano Museológico, o MHN tem as seguintes diretrizes:

- Modernizar – Infraestrutura, Organização.
- Dinamizar – Acervos, Informações.
- Ampliar - Públicos, Parcerias, Projetos.
- Divulgar - Instituição, Atividades, Produção, Projetos.
- Manter – Complexo, Acervo, Padrões, Serviços.<sup>117</sup>

Para alcançar estas diretrizes o Museu verifica a necessidade de alcançar e melhorar sua estrutura física e profissional diante de pouco investimento federal, já que o MHN era, até aquele período, vinculado ao IPHAN e teve o acréscimo de dois servidores públicos em 2005. A direção do Museu está ciente das necessidades e confere um diagnóstico preocupante para aplicar novas ações que condizem com sua missão proposta.

Em relação aos públicos, o Plano compreende uma divisão entre visitantes e usuários, sendo o primeiro caso, dos que veem conhecer os espaços expositivos do museu, e no segundo, os usuários, que são consulentes que pesquisam o acervo resguardado pelo museu. Em caráter digital, temos outro tipo de usuário. O Plano nos informa da visita virtual do MHN entre 2003 a 2006. O site do museu, que está implementando desde 1996, recebe em média 25% a mais de visitas a cada ano que se passa. Em 2003 foi registrado o número de 168.620 visitas, 2004 com 204.000, e 2006 com 354.000. Para este plano e planos museológicos seguintes, a visita virtual será uma estatística a ser conferida, e o investimento em tecnologia da informação será continuado. O olhar do MHN em seu Plano também se foca no alcance de públicos por exposições itinerantes, parcerias de empresas de transporte para visita de escolas mais carentes e com visitantes portadores de deficiência através de modernizações arquitetônicas para acessibilidade.

---

<sup>116</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico. 2008. p. 2.

<sup>117</sup> Ibid. p. 3.

As ações aplicadas por base das diretrizes dos Planos de 2008 e 2011 do Museu na última década apresentam um interesse de maior inserção de públicos em suas várias formas e que possam se imergir no acervo numa profundidade cultural e social. Um exemplo é a estratégia do MHN de investir em exposições temporárias através de parcerias com outras instituições. O Plano Museológico de 2011 deixa claro as intenções de trazer exposições temporárias: “Estas exposições representam uma atração a mais e tem por objetivo trazer novos públicos ao museu.”<sup>118</sup>

De acordo com os planos museológicos, o MHN não estaria mais contando uma história brasileira, mas se integrando socialmente e politicamente aos públicos que o frequentam. Ações como cursos, seminários, ações sociais com escolas e grupos carentes permearam as últimas duas décadas do museu e continuam em andamento. Isso mostra uma mudança significativa frente ao público. O salto e transformação do MHN entre 1922 e a última década antes do bicentenário do Brasil não é somente os resultados da museologia social e nova museologia que abarcou os museus brasileiros, sendo públicos e privados. A mudança que vemos hoje no MHN envolve interesse da instituição, composta por sua equipe de servidores públicos, terceirizados, temporários e estagiários.

### **1.3.1. MHN como instituição de decisões coletivas**

Mary Douglas, em seu trabalho clássico sobre as instituições, nos lembra que estas nos trazem a compreensão de uniformidade pois as instituições trazem uma ideia de identidade.<sup>119</sup> Entretanto, os indivíduos de uma instituição têm próprias vontades e interesses. O interesse de um diretor de um museu pode ser diferente de uma equipe de museólogos, técnicos e educador, por exemplo. Fica então o questionamento de Douglas que trazemos para este trabalho: como criar um interesse coletivo, um acordo que congregue todo um museu? Douglas nos responde que a instituição já é uma convenção; quando todos os lados têm um interesse comum, assegurando coordenação e que se autopolicia.<sup>120</sup> Nesta argumentação, as grandes decisões são tomadas pelas instituições enquanto ações ou detalhes rápidos podem ser decisões individuais.<sup>121</sup> Ao levarmos esta linha de raciocínio ao MHN podemos supor que as diretrizes dos planos museológicos já abordados podem ter sido uma construção coletiva e com aval da

---

<sup>118</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico. 2011. p. 22.

<sup>119</sup> DOUGLAS, Mary. Como as instituições pensam. São Paulo: Edusp, 1998. p. 77.

<sup>120</sup> Ibid. pp. 57 – 58.

<sup>121</sup> Ibid. p. 130.



direção do museu, mas certas ações como: escolhas curatoriais, percursos de visitação por mediadores, decisões de comunicação midiática, decisões de segurança e administração ficam para setores específicos e técnicos do museu.

Podemos concluir, nesta abordagem do museu como instituição, o que a própria autora também trouxe em seu trabalho: “Por bem ou por mal os indivíduos compartilham seus pensamentos e eles, até certo ponto, harmonizam suas preferências. Eles não têm outros meios de tomar as grandes decisões a não ser na esfera das instituições que eles constroem.”<sup>122</sup> As decisões de Barroso foram o que conduziram o MHN de 1922 e todo o discurso do museu seguia as decisões dele até mesmo após ser diretor. Na véspera do bicentenário da independência temos um MHN diverso em equipe que também preza e apresenta em suas decisões registradas em plano museológico, um museu que olha os públicos como cidadãos. O Plano Museológico de 2016 deixa isto mais claro nas diretrizes de seu Programa Educativo<sup>123</sup>:

Diretriz 1: Utilizar o potencial do acervo do MHN para o ensino, aprendizagem e difusão do conhecimento perante a sociedade.

Diretriz 2: Ampliar o acesso e democratização do MHN.

Diretriz 3: Realizar pesquisas e avaliações como forma de orientar as ações a serem desenvolvidas pelo setor educativo.

Ao analisarmos os relatórios anuais entre 2016 a 2019 podemos analisar e concluir que as diretrizes do Programa Educativo foram bem aplicadas com resultados muito promissores. Para pincelarmos um pouco do que a equipe do Educativo e Comunicação do MHN produziu nestes 4 anos podemos citar: a manutenção de eventos culturais, palestras, encontros de grupos sociais e cursos oferecidos pelo MHN com a média de 76 eventos por ano; o acesso e visita mediada a, pelo menos, 11.000 estudantes por ano aos espaços do museu; aumento de mais de 200% de visitas mediadas e públicos diversos entre 2016 e 2019; e criação da visita mediada Bonde da História (e a versão infantil Bondinho da História) para atender e debater a história do Brasi através do acervo exposto do MHN. “O Bonde da História” teve público reduzido em 2017, ano de sua implementação, mas manteve a média de 147 visitantes por mês com a média de 10 visitas por mês, como em 2019.<sup>124</sup>

---

<sup>122</sup> Ibid. p. 150.

<sup>123</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico. 2016. pp. 51 – 53.

<sup>124</sup> O Bonde da História foi um projeto focado em públicos de final de semana, sem muitos recursos e equipe de mediadores contratados. Em contrapartida, a ação trouxe diversos temas de debate histórico, algo que me aprofundarei no capítulo 3.

<b>Públicos/Ano</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Público escolar</b>	11.500	13.166	11.788	19.761
<b>Outros Públicos mediados</b>	6.478	17.428	14.118	22.241
> Bonde e Bondinho*	0	806	2.708	1.786
<b>Total de públicos mediados</b>	17.978	30.594	25.906	42.002
<b>Total visitantes</b>	166.397	137.443	44.868	67.587
<b>Eventos</b>	75	73	81	77
<b>Seguidores Facebook**</b>	14.427	24.158	37.589	49.719
<b>Seguidores Instagram**</b>	1.034	2.826	17.400	51.752
* O programa Bonde e Bondinho da história são números inclusos em Outros públicos mediados.				
** Os números das redes sociais são o total acumulado no ano				

Quadro 1: Quantidade de visitantes 2016-2019

Fonte: Elaborada pelo autor

Creio que alcance social e democratização da história vão além dos números, por isso é importante mencionarmos o “Bonde da História” como programa educativo que se encontra com a 1ª Diretriz do programa educativo do Plano de 2016. O Bonde não teve números altos pelo total de visitas do museu ou mesmo das visitas mediadas, devido a poucos recursos do museu e equipe contratada, mas foi um programa que trouxe diversos temas de interesse coletivo sobre a história do Brasil. Os temas mais trabalhados em 2019, por exemplo, foram: “Museu, memórias e Mulheres”, “10 objetos que fizeram nossa história”, “Presença Negra no MHN”, “Mitos e Mentiras na História do Brasil”, “O Rio de Janeiro no MHN”, “Presença indígena no MHN” e muitos outros temas pontuais<sup>125</sup>. Observamos que o Bonde História foi uma necessidade para tratar de temas antes silenciados pelo acervo e o MHN de Gustavo Barroso, como infere o texto de abertura do Bonde da História em um vídeo *live* que se encontra no *youtube*<sup>126</sup>, e que nas últimas décadas do museu poderiam ser tratados com mais aprofundamento e que não seria possível ver detalhadamente nas exposições de Longa Duração inauguradas em 2010. Por exemplo, ao passo que a exposição Oretama trata da vida e culturas indígenas representadas no MHN, antes e durante o período de colonização portuguesa, as vidas negras e de mulheres precisam ser observadas com mais atenção entre tantos objetos expostos. Desta maneira, temas sobre mulheres e vidas negras não estão necessariamente descritos nos nomes das salas de exposição ou dos títulos das exposições de longa duração. A construção deste percurso tem sido feita pelo trabalho de pesquisa das equipes do MHN e com participação de grupos e movimentos sociais que produziram mudanças nas exposições de

<sup>125</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2019.

<sup>126</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Bonde da História. A presença negra no MHN. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n9Skx63zXM>. Acesso em 13 jun 2023.

Longa Duração e construção de novas coleções.<sup>127</sup> Outra mudança foi feita pelo Bonde da História, composta por mediadores e educadores contratados pelo Museu, trazendo não somente um percurso destes outros olhares da história, mas também para criticar a própria composição das exposições e acervos do museu.

O caso do Bonde da História é algo que precisa ser mais aprofundado em capítulos posteriores, por se tratar de ações que envolveram a agência de públicos (com intenção, ação e pensamento crítico) e interesses institucionais do MHN. Aqui trouxemos como exemplo de ações pontuais de setores e planejamentos do Museu como uma instituição de diversos olhares internos e externos e que produziram muitas outras ações propostas em seus planos museológicas e em programas aplicados e registrados nos relatórios anuais citados neste trabalho. Entretanto, não é somente pela forma que o museu é constituído que o mantém como uma instituição. A relação dos museus públicos no Brasil precisa ser enfatizada quando estes dependem de políticas públicas para investimentos que fomentem o que as equipes e direções museológicas planejam para seus museus.

É importante frisarmos que a construção de políticas culturais em museus ganhou força e autorização através de governos federais e estaduais que atuaram na primeira década do século XXI, resultando na Política Nacional de Museus, em 2003, O Sistema Brasileiro de Museus, em 2004, e legislação sobre Planos Museológicos em 2006 e 2009 e com a criação do Instituto Brasileiro de Museus em 2009, trazendo mais recursos e estruturas para os museus federais, o que se inclui o Museu Histórico Nacional. Desta maneira, o interesse político dos governos também faz parte do cálculo de entender a construção institucional dos museus.

Jerome de Groot, em seu estudo sobre o consumo da história no século XXI<sup>128</sup>, trata sobre a política democrática de museus com certo ceticismo. O autor nos informa como, no caso inglês, políticos tem visto os museus numa retórica progressista<sup>129</sup> de inclusão e emancipação social para construir cidadãos através das instituições que resguardam o passado. Para o autor, há mais do que a política progressista do Reino Unido quer dizer. Os museus vistos pelo governo como espaço de transmissão de educação e tolerância também se encontram a parceria comercial, identidade nacional e diversidade econômica. Em resumo, De

---

<sup>127</sup> Este trabalho coletivo é abordado no capítulo 2 ao tratar da colaboração e mediação cultural de públicos com o MHN.

<sup>128</sup> DE GROOT, Jerome. *Consuming history: historians and heritage in contemporary popular Culture*. London: Routledge, 2009.

<sup>129</sup> O autor usa o termo “liberal” em inglês que trata de vertentes de esquerda, e aqui preferimos usar o termo “progressista”, porque no contexto brasileiro o termo liberal tem feito mais um discurso conservador de costumes e somente “liberal” na economia, ou seja, sem uma intervenção estatal. No quesito de costumes por liberais o caso mais exemplar é o do Movimento Brasil Livre – MBL, que é a favor do livre mercado, mas perseguiu museus e expressões artísticas em 2017 num discurso de censurar a nudez e arte LGBTQIA+.

Groot diz que o turismo é o grande motivador das políticas culturais no Reino Unido neste início de século, trazendo benefícios econômicos e também integrando comunidades. Tal proposta política causa a manipulação de espaços históricos, e a própria história, para desenvolvimento econômico, criando um consumo da história.<sup>130</sup>

No caso brasileiro não podemos inferir que as políticas da primeira década do século XXI foram com uma proposta de levar os museus ao investimento turístico econômico. Ao contrário, Gilberto Gil, ministro da Cultura no governo Lula entre 2002 – 2010 faz o seguinte pedido, ao divulgar a Política Nacional de Museus: “Torço para que os nossos museus não tenham medo do novo, do público, do diálogo, da atualização. Que não tenham medo de ser de todo mundo”.<sup>131</sup> Tais políticas deram arcabouço para que museus nunca antes pensados, tivessem oportunidade de investimento e existência, trazendo novos discursos antes ignorados em outras políticas brasileiras, como o caso do Museu da Maré e o Museu da Abolição. Ao mesmo tempo, políticas liberais e empresas lucraram com estes investimentos.

Na publicação *Museus e Dimensão Econômica*<sup>132</sup> vários setores econômicos foram beneficiados com as atividades-fim e atividades-meio dos museus brasileiros através de investimentos federais e estaduais. A publicação apresenta os principais setores econômicos impactados: setor econômico da indústria e transformação, setor econômico da educação, arte, cultura esportes e lazer; setor econômico das atividades profissionais, científicas, técnicas e de serviços; setor econômico do comércio; setor econômico da construção; e setor econômico de informação e comunicação. Em contraponto, o setor cultural perdeu investimentos de R\$ 69 bilhões entre os anos 2020 – 2021, o que não foi causado somente pela pandemia do novo coronavírus, mas também por uma política de desmonte de políticas públicas no último governo federal 2019 – 2022<sup>133</sup>. Dentre os resultados apresentados, é registrado que o Fundo Nacional de Cultura – FNC – perdeu 91% de orçamento em um período de seis anos. O último governo federal foi conhecido por ser considerado de uma política liberal de mercado, e por consequência o baixo investimento estatal na área cultural trouxe severos prejuízos aos museus brasileiros, alguns em que se houve registro imediato<sup>134</sup>, mas as consequências à perda da PNM poderão só ser concluídas em anos futuros.

---

<sup>130</sup> Ibid. p. 239.

<sup>131</sup> BRASIL. Política Nacional de Museus. Brasília, 2007.

<sup>132</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. *Museus e a Dimensão Econômica. Da cadeia produtiva à gestão sustentável*. Brasília: IBRAM, 2014.

<sup>133</sup> NONADA. Cultura perdeu R\$6,9 bi em dois anos e terá desafios para se reerguer, avaliando o governo de transição. Nonada, 12 dez. 2022. Disponível em: <https://www.nonada.com.br/2022/12/cultura-perdeu-r69-bi-em-dois-anos-e-tera-desafios-para-se-reerguer-avalia-governo-de-transicao/>. Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>134</sup> ARTE!BRASILEIROS. Museus asfixiados por Bolsonaro. Arte!Brasileiros. Disponível em: <https://artebrasileiros.com.br/arte/instituicao/museus-asfixiados-por-bolsonaro/>. Acesso em: 13 jun 2023.

Diante desta análise do MHN como instituição inserida na política pública brasileira, percebe-se que na última década anterior ao centenário do museu, as ações, programas e diretrizes do MHN tiveram resultados diversos e por motivações variadas por uma constituição de equipe diversa, políticas públicas, investimentos que o Museu teve acesso nesta década de funcionamento e em ações coletivas do MHN com os públicos visitantes e participativos. A agência histórica promovida pelo museu, em suas ações da última década, pôde atrair públicos com suas próprias agências – por visitas mediadas, acesso a seu portal virtual, participação de pesquisas e nas equipes diversificadas do próprio museu. Tendo definida a situação institucional do MHN, este trabalho precisa se voltar à compreensão da nova museologia e museologia social como forças motoras que modelaram as ações e programas encontrados nos planos museológicos e relatórios do Museu Histórico Nacional. Entretanto, há outro olhar que quero trazer nesta análise, no que infere à história que o Museu representa. Portanto, trago também a compreensão de História Pública para ampliar o debate do MHN como laboratório de produção e divulgação da história.

#### **1.4. Museu Histórico Nacional: Interseção da Nova Museologia e a História Pública**

##### **1.4.1. O Museu Fórum**

A trajetória demarcada pelos museus históricos nos movimentos da Nova Museologia foi longa, e um dos marcos dessa transformação foi o artigo de Duncan Cameron, publicado em 1970. O texto *The museum: Temple or the Forum*<sup>135</sup> é conhecido na área museológica como uma referência no debate sobre o lugar do museu na sociedade do século XX, e é antecessor à Carta de Santiago, de 1972, que marca o nascimento da Nova Museologia. Várias propostas de novos museus foram abordadas antes do artigo – como os ecomuseus, museus de território, museus comunitários e os museus integrais – mas o texto de Cameron analisa uma dicotomia inicial: a dos museus que se encontram num espectro divino e protegido da cultura de uma elite vs. um espaço público efetivamente representativo. Cameron começa o texto já provocativo ao informar que museus passam por uma crise de identidade: “Nossos museus necessitam desesperadamente de psicoterapia”.<sup>136</sup> A instituição museu encontrava-se incapaz de resolver seus problemas e ater-se a uma definição específica, resguardando, portanto, uma determinada

---

<sup>135</sup> CAMERON, Duncan F. *The museum: a temple or the forum*. Curator, New York: American Museum of Natural History, v. 14, n. 1, p. 11-24, mar. 1970.

<sup>136</sup> Tradução nossa: “Our museums are in desperate need of psychotherapy”. Ibid. p. 11.

cultura numa única interpretação, ao mesmo tempo que era público e tentava ser convidativo, muito embora não houvesse ainda diálogo sobre que representações seriam selecionadas e de que formas seriam recortadas.

O ponto de partida da discussão para Cameron é a sua compreensão do desejo inato das sociedades em colecionar<sup>137</sup>. Para o autor, esse desejo ganha destaque num período em que a nobreza e a burguesia começam a compor coleções privadas à luz do orientalismo entre os séculos XVII e XIX, enquanto exploram terrenos “exóticos” e incluem objetos em seus Gabinetes de Curiosidade. Quando esses objetos eram retirados e roubados de seus locais de origem, ganhavam a função de alimentar a curiosidade das elites visitantes que entravam nos gabinetes exóticos. Durante o século XVII e XVIII, as coleções eram doadas para as universidades, os museus eram criados, um novo público apareceu, e, como que de repente, os museus tornaram-se democráticos<sup>138</sup>. Ganha espaço o discurso segundo o qual o museu e o acervo pertencem à sociedade. O público torna-se então a principal razão de ser dos museus, mas, como afirmou Cameron, as coleções ainda eram aristocráticas e apreciadas predominantemente através de interpretações de uma elite. Nem possíveis reformas, Cameron argumenta, teriam impacto significativo se o acervo admitia exclusivamente uma narrativa e interpretação. O autor preferiria algo que chamou de *igualdade da oportunidade cultural*, em que grupos sociais diversos tivessem a oportunidade de produzir, expor e construir novas compreensões da história que nunca tiveram acesso aos museus.

A metáfora de museu como fórum e templo é bem definida para Cameron: no fórum se lutam as batalhas, e no templo descansam os vencedores. No fórum há um processo, no templo há o produto.<sup>139</sup> Para Cameron, o museu em sua crise de identidade estava preso entre essas duas esferas. Manuelina Cândido em sua análise sobre a Nova Museologia relembra esse debate e defende o museu enquanto fórum, mantendo seu caráter preservacionista, mas valendo-se do museu como meio de comunicação<sup>140</sup> e a avaliação do público como essencial para uma educação permanente na experiência do museu comunicador. Cameron conclui que os fóruns são urgentemente necessários e que os museus que assumem papel exclusivo de templo são um obstáculo para a mudança. O autor alerta que os públicos se fariam ouvir caso os museus se mantivessem estagnados, defende a interseção das instituições museais com as mídias de massa, e avisa que a sociedade não mais toleraria espaços que servissem somente a um público

---

<sup>137</sup> Ibid. p. 14.

<sup>138</sup> Ibid. p. 16.

<sup>139</sup> Ibid. p. 21.

<sup>140</sup> CANDIDO, M. M. D. Ondas do Pensamento Museológico Brasileiro. Cadernos de Sociomuseologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2003. p. 44.

elitizado. Cameron apresenta uma agência que os públicos possuem sobre os museus. Desde que o público de massa ganhou acesso ao museu, ele vem o transformando, e o alerta do autor evidencia que os museus estão em constante transformação por atuação dos públicos. Os fóruns defendidos por Cameron são lugares de confronto, experimentação, debate, e autonomia de interpretações da história. A Nova Museologia abarcou estas questões e se multiplicando em outros movimentos, como a ecomuseologia, a museologia quilombola, a museologia LGBTQ+ e a museologia social.

#### 1.4.2. O MHN pela Nova Museologia

Maria Célia Santos, referência do movimento museológico brasileiro, considera a Nova Museologia um dos movimentos mais significativos da museologia contemporânea<sup>141</sup> por ser um vetor que se ajusta à necessidade de cidadãos por meio da participação integrada para o desenvolvimento social. O seu desenvolvimento se deu nos vários debates nas últimas décadas entre profissionais que viam a necessidade de grupos sociais estarem inseridos nas próprias culturas representadas nos museus tradicionais. Culturas indígenas, ribeirinhas, quilombolas, eram expostas sem a presença e participação dos grupos oriundos destas culturas. Em contraponto, houve grupos e culturas que nunca puderam ser representados nos espaços de poder do museu, como a comunidade LGBTQIA+, as religiões africanas, pessoas comuns de cidades pequenas e portadores de deficiência. A declaração de Quebec em 1984 resume:

Ao mesmo tempo que preserva os frutos materiais das civilizações passadas, e que protege aqueles que testemunham as aspirações e a tecnologia actual, a nova museologia – ecomuseologia, museologia comunitária e todas as outras formas de museologia activa – interessa-se em primeiro lugar pelo desenvolvimento das populações, reflectindo os princípios motores da sua evolução ao mesmo tempo que as associa aos projectos do futuro.<sup>142</sup>

Girlene Bulhões traz um trabalho sobre uma cartografia social e a “filosofia das diferenças”<sup>143</sup> de grupos sociais antes nunca abordados por uma museologia inclusiva. A autora

---

<sup>141</sup> SANTOS, M. C.T.M. Op. Cit. p. 94.

<sup>142</sup> DECLARAÇÃO DE QUEBEC. Op. Cit.

<sup>143</sup> BULHÕES, Girlene C.. AS LOUÇAS DE VOVÓ, O PRATO DO GARIMPEIRO, A ALTURA DOS OLHOS E NUVEIS; ABELHAS, FORMIGAS, SELEÇÃO E SELETIVIDADE; PATRIMÔNIO, FRATRIMÔNIO, A CASA DA PRINCESA DO SEU TIÇÃO E O MUSEU DO DJHAIR; A CABEÇA DA MEDUSA, ÁRVORES, RIZOMAS, AFETOS, AFETIVIDADES E BEM VIVER; COLEÇÕES, ACERVOS, MUSGO E OUTRAS PERFORMANCES MUSEAIS. In: Revista Eletrônica Ventilando Acervos. Florianópolis. v. 4. n. 1. pp. 1 - 54. 2016.



entra neste debate de angariar os grupos sociais nunca representados num espaço museológico, apresentando um novo olhar sobre aquilo que não é preservado e patrimonializado, aqueles objetos que esquecemos que pertencem a uma elite específica e que podemos achar em certo momento que nos representa. Bulhões lembra do pequeno museu em que trabalhou e das louças patrimonializadas em exposição, louças doadas por uma família de elite local e que para sempre estariam musealizadas numa vitrine. A autora questiona por que essa louça está lá. As louças seriam musealizadas por causa dos séculos idade e sua origem chinesa? Para referenciar a Companhia das Índias Ocidentais que espalhou este porcelanato por toda a Europa e consequentemente em todos os museus? Onde está a história do garimpeiro que vive naquela cidade junto daquelas louças?

Será que as louças de vovó pensam que são superiores ao prato do garimpeiro? É evidente que não! São objetos inanimados, não pensam, não sentem. Vagueiam-se e fundem-se democraticamente no céu dos acervos museais. Somos nós quem os marcamos correta ou incorretamente, que damos destaque a uns e a outros escondemos. Nós os classificamos e apartamos, estabelecemos juízo de valor entre eles. Manifestamos nas coleções que com eles formamos nossas próprias preferências e discriminações.<sup>144</sup>

Bulhões nos lembra que o colonialismo dos museus e da museologia se encontra até no processo de seleção dos acervos de museus grandes e pequenos, e que trazer uma nova seleção ou narrativa sobre esses objetos é pensar numa musealização democrática e coletiva. As seleções e recortes não estão somente nos museus históricos. A própria história durante seu processo historiográfico criou discursos e silêncios.

Appleby, Hunt e Jacob,<sup>145</sup> por exemplo, apontam as problemáticas da história através do ensino, das políticas democráticas e da representatividade política e cultural. São eixos em volta do relativismo que se discutiu com a historiografia contemporânea que as autoras vivenciaram. As autoras discutem questões-base sobre as histórias não contadas ou novas versões da história, como o fim dos discursos sexistas e racistas através da história. As autoras defendem que a história envolve poder e exclusão mesmo numa democracia, pois a história vem do ponto de vista de alguém. E mesmo que uma visão domine, ainda é possível ouvir outras vozes lembrando que a história é provisória. Nessa perspectiva, profissionais e grupos sociais inseridos na nova museologia tem tratado nos últimos cinquenta anos de rever seus

---

<sup>144</sup> Ibid. p. 11.

<sup>145</sup> APPLEBY, J.; HUNT, L.; JACOB, M. Introdução a Telling the truth about history. In: NOVAIS, F. A.; FORASTIERI DA SILVA, R. Nova história em perspectiva. Volume 1. São Paulo, Cosac Naify. 2011.



discursos para ampliar a participação dos grupos sociais na construção do museu como seus espaços de representação. O Museu Histórico Nacional passou por esta mudança. Isto se evidencia do que foi em seu início, da agência de Clóvis Bornay e outros funcionários num período de crise, a retomada do MHN e participativa pela história-síntese dos anos 1980, e por fim, a busca da integração com a sociedade, como propõe em seus Planos Museológicos. Pode se supor que museus de caráter histórico, como o MHN, ainda passam por uma transição dos seus usos da representação na qual a coleção enciclopédica, a noção de identidade nacional e a atual integração e participação de grupos sociais ao espaço museológico foram suas etapas. A transformação museal é um trabalho constante.

A transição mencionada é abordada no Plano Museológico de 2008 do Museu Histórico Nacional. O Plano nos informa sobre a mudança de gestão e de pessoal profissional a partir dos anos 1980 e implementando novo regimento interno em 1992. O Plano justifica estas mudanças diante da “diversidade de públicos e atividades onde são exigidas competências diferenciadas”.<sup>146</sup> Com esta construção nas duas décadas anteriores ao Plano de 2008 o Museu se foca em atividades diversas com estes públicos que menciona.

Além da publicação sedimentada da casa, os Anais do Museu Histórico Nacional, retomada em 1995 após 20 anos de paralisação, o MHN promoveu conferências, cursos, palestras e ações de integração de públicos com os espaços expositivos. São mencionados: o Espaço Museu-Construção do Saber, um programa de discussão oferecido a professores, educadores e guias; a parceria do MHN com a FETRANSPOR, a Federação das Empresas de Transporte do Estado do Rio de Janeiro, desde 2002, para viabilizar a vinda de jovens das escolas estaduais de regiões mais carentes; Projeto Educação Patrimonial que traz encontros promovidos pelo IPHAN para técnicos regionais e outros públicos; a Rede de Educadores de Museus (REM), promovendo encontros de museus do Rio de Janeiro e seus educadores para refletir sobre o trabalho profissional da educação em museus; os projetos sociais como Encadernando Ideias para ensinar técnicas de encadernação de livros; cursos da Associação Beneficente São Martinho que preparava jovens carentes para o mundo do trabalho em cursos diversos. Outros 14 projetos sociais (pontuais e contínuos) são mencionados no Plano, exemplificando ações que trouxeram inclusão, diversidade e integração de grupos sociais diversos nos espaços do Museu.

O que apresso e compreendo nestas exemplificações do Plano de 2008, e revisado no Plano de 2011, é que o Museu que propõe um novo programa gestor para os próximos anos já

---

<sup>146</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2008. p. 5.

visa que as ações do MHN são uma continuidade de todo o programa se relacionando com o acervo, a arquitetura e também de maneira geral com a sociedade que rodeia o museu. A Nova Museologia, apesar de não mencionada em palavras neste programa, é observada nas propostas trazidas e construídas para gestões futuras. Por outro ângulo, queremos trazer aqui outra proposta de construção conjunta pelo viés da história.

### **1.4.3. Pensar a História Pública no MHN**

O movimento da História Pública no Brasil tem se encaminhado como uma linha da divulgação e produção coletiva e participativa do conhecimento histórico em diversos meios midiáticos: não só na internet, meios audiovisuais, e publicações, mas também em ações culturais e nos museus. A História Pública é recente no Brasil e trabalha com vários aspectos da comunicação da história, como o ensino em sala de aula e o trabalho coletivo de produzir histórias com comunidades, como o trabalho de história coletiva da maternidade na Austrália conduzido pela historiadora Tanya Evans.<sup>147</sup>

Nesta pesquisa observamos que estudos da História Pública e Nova Museologia podem se interrelacionar quando tratamos da participação de grupos sociais na produção de conhecimento, neste caso, histórico. Bruno Carvalho e Ana Paula Tavares, em sua defesa da divulgação histórica, indagam como se deve fazer um bom trabalho de divulgação histórica e como se tornar relevante para um público cada vez mais amplo<sup>148</sup>. Com as mudanças do século XXI, novas formas de abordar a história têm sido discutidas, e o papel do historiador nesse processo tem sido pautado nesses aspectos, principalmente quando narrativas de não historiadores ganham relevância no debate público.

Os autores apontam que os historiadores têm tido, em geral, um alcance menor nesse debate público e novos desafios aparecem durante a divulgação do conhecimento no meio público<sup>149</sup>. Os historiadores suscitam essas questões relativas à História Pública com o intuito de trazer o conhecimento científico ao debate e não deixar de fora as falas de um público que vive e pesquisa a história. Apesar de ser um conceito bem amplo, Ricardo Santhiago estabelece sua compreensão de História Pública em quatro dimensões que se inter cruzam: 1. a história

---

<sup>147</sup> EVANS, Tanya. A História Pública e os seus múltiplos encontros: entrevista com Tanya Evans. Entrevista concedida a Adnre de Lemos Freixo. In: Café História – História feita com cliques. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/historia-publica-e-historia-familiar/>. Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>148</sup> CARVALHO, Bruno Leal Pastor de; TEIXEIRA, A. P. T. Os lugares do historiador-divulgador. In: Bruno Leal Pastor Carvalho; Ana Paula Tavares Teixeira. (Org.). História pública e divulgação de história. 1ed. Belo Horizonte: Letra e Voz, 2019, v. 1, p. 16.

<sup>149</sup> Ibidem.

para o público, que propõe a ampliação de audiências, 2. a história feita com o público, que trata da colaboração, de história coletivas construídas entre historiador e público, 3. história feita pelo público, e 4. história e público, que trata do debate da divulgação da ciência histórica<sup>150</sup>. Apesar desta rápida introdução da História Pública, e que tentarei aprofundar adiante, as propostas observadas dialogam com princípios básicos da Nova Museologia, a Museologia Social e principalmente com a ideia de museu integral – primeiramente apresentado pela Carta de Santiago e posteriormente defendido em Quebec – ao integrar grupos sociais com suas histórias, patrimônio e referências culturais.

A museóloga Tereza Scheiner nos sugere observar o museu integral como musealização através de amplo diálogo e coparticipação na patrimonialização de espaços, objetos, pessoas, e comunidades de maneira integrada:

O Museu Integral se fundamenta não apenas na musealização de todo o conjunto patrimonial de um dado território (espaço geográfico, clima, recursos naturais renováveis e não renováveis, formas passadas e atuais de ocupação humana, processos e produtos culturais, advindos dessas formas de ocupação), ou na ênfase no trabalho comunitário, mas na capacidade intrínseca que possui qualquer museu (ou seja, qualquer representação do fenômeno Museu) de estabelecer relações com o espaço, o tempo e a memória – e de atuar diretamente junto a determinados grupos sociais.<sup>151</sup>

A autora aponta que o museu integral também foi definido como compreensão de um patrimônio integrado com as comunidades que o compõem. Em novas conferências promovidas pelo ICOM, como a de 1992, os métodos e ações de um museu integral têm ganhado mais espaço. Scheiner<sup>152</sup> realça que museus ortodoxos, inclusive os museus históricos, que trabalham com culturas e comunidades tradicionalmente não representadas também se incluem na abordagem de um museu integral.

A História Pública, como instrumento de estudo coletivo da história e divulgação do conhecimento, também apresenta problemáticas que se inserem em grupos sociais e como estes grupos conhecem a história. Se a História Pública e a Nova Museologia se interseccionam no trabalho colaborativo da história, como ele seria feito dentro dos museus históricos? Hilda Klean<sup>153</sup> questiona onde a História Pública é abordada, onde está a produção histórica conjunta de historiadores com os públicos, e como a divulgação do conhecimento histórico pode ser

---

<sup>150</sup> SANTHIAGO, Ricardo. Duas palavras, muitos significados: Alguns comentários sobre a história pública no Brasil. In: MAUAD, Ana Maria; ALMEIDA, Juniele Rabêlo de; SANTHIAGO, Ricardo. (Org.). História Pública no Brasil: Sentidos e Itinerários. 1ed. São Paulo: Letra e Voz, 2016, v. 1. p. 28.

<sup>151</sup> SCHEINER, Tereza. C. Op. Cit., 2012. p. 19.

<sup>152</sup> Ibid. p., 28.

<sup>153</sup> KLEAN, Hilda. Where is Public History? In: DEAN, David M. (Org.). A Companion to Public History. John Wiley & Sons, 2018. p. 39.

alcançada. A autora apresenta exemplos específicos, mas os museus e os exercícios da arte são grandes exemplos que ajudam a entender estas questões neste trabalho. Em um exemplo, Klean apresenta as instalações artísticas do artista inglês e negro Kevin Dalton-Johnson e seu trabalho *Captured Africans*. O trabalho, promovido pela STAMP – *Slave Trade Arts Memorial Project*, constrói uma estética forte com uma força de memorial e lembrança da cidade de Liverpool e seu passado como porto escravocrata.

Outro trabalho citado por Klean é *The Guilt of Cain*, um trabalho conjunto do escultor Michael Visocchi e o poeta Lemn Sissay, que por sua vivência negra apresenta pelas esculturas a relação das plantações de cana com os homens e mulheres escravizados que as plantaram. Ambos os trabalhos tiveram vozes agentes apoiadas por instituições e associações de vínculo histórico para dialogar com situações históricas pouco abordadas nos museus. Nestes exemplos, historiadores, artistas e instituições de memória trabalham conjuntamente para trazer voz a novas histórias de grupos sociais.



Figuras 3 e 4: *Gilt of Cain* de Michael Visocchi e Lemn Sissay<sup>154</sup>  
Fonte: London Remembers.com<sup>155</sup>

Outra proposta da arte que trata da construção conjunta da história no espaço museológico é a visão decolonial de Fred Wilson. O artista plástico desenvolveu vários

<sup>154</sup> A tradução da figura 3 diz (tradução nossa): “Dinheiro entra, mas o espírito aprofunda. Você pergunta: Sou guarda de meus irmãos? Respondo por natureza, por espírito, por leis justas, meu nome, meu irmão, Wilberforce”. William Wilberforce foi o parlamentar abolicionista britânico que, em movimento conjunto, possibilitou o fim do tráfico negreiro no império britânico.

<sup>155</sup> LONDON REMEMBERS. *Gilt of Cain – Slave Trade*. Disponível em: <https://www.londonremembers.com/memorials/gilt-of-cain-slave-trade>. Acessado em 27 jul 2023.



trabalhos desde o fim da década de 1980 trabalhando questões relacionadas ao espaço do museu. Ele já era participante de um movimento apresentado como *museumism*, no qual artistas trabalhavam com objetos museológicos para promover novos diálogos entre si para construir novos discursos e falas através destes objetos<sup>156</sup>. Fred Wilson abordou em seu trabalho *Mining the Museum* (entre 1992 e 1993) a questão da representação de negros americanos em museus, e, no caso em específico, a coleção do *Maryland Historical Society*, uma instituição ainda numa museografia tradicional de uma história branca estadunidense. Através de intervenção de Wilson, debates sobre cor, raça, movimentos de luta e memória coletiva foram finalmente evocados naquele espaço<sup>157</sup>. Por exemplo, uma das instalações marcantes do *Mining the Museum* é a *Metal Work*, que consiste numa justaposição de objetos em metal do século XVIII e XIX. Na vitrine se encontra um jogo de prata de jarras, taças e talheres, e entre estes objetos se encontravam grilhões de negros escravizados.



Figura 5: Metal Work, de Fred Wilson, 1992.  
Fonte: Maryland Center for History and Culture.<sup>158</sup>

<sup>156</sup> CORRIN, L. *Mining the Museum: an installation*. Baltimore: Contemporary, 1994. Catálogo de Exposição. Maryland Historical Society. 1993 – 1994.

<sup>157</sup> *Ibid.* p. 10.

<sup>158</sup> MARYLAND CENTER FOR HISTORY AND CULTURE. *Mining the Museum: ‘Metalwork, 1793-1880*. Disponível em: <https://www.mdhistory.org/resources/mining-the-museum-metalwork-1793-1880/>. Acessado em: 27 jul 2023.

Outro trabalho de Fred Wilson é o *Other Museum*,<sup>159</sup> de 1990-1991, no qual o artista expôs máscaras de grupos étnicos africanos que foram postas com uma iluminação focal e cores frias para produzir a ideia de um ambiente museológico. Do lado destes objetos, legendas de informação foram acrescentadas. As máscaras no espaço estavam vendadas com bandeiras do Reino Unido e França, enquanto nas legendas dizia-se: “Roubada da tribo Zonge” e “Empréstimo do Museu Britânico”<sup>160</sup>. Para o artista, o espaço lembrou um museu etnográfico onde se removeram as roupagens que escondem a origem dos objetos destes museus, lembrando o impacto marcante de poder. Estes trabalhos de Wilson foram desenvolvidos há 30 anos e somente em 2021 o estado alemão afirmou que devolveria o acervo cultural da Cidade do Benin roubado por britânicos no século XIX<sup>161</sup>. Os trabalhos coletivos com artistas, historiadores, cidadãos que possuem apenas seus pratos de garimpo, são uma das várias possibilidades de se construir uma história pública museal, e o historiador é peça fundamental neste processo.

À primeira vista, o trabalho coletivo para produção histórica parece promissor pelo uso de novos espaços e novas mídias, mas há também problemas. Jacques Le Goff apontava a diminuição da relevância do historiador, ou mesmo do interesse pela pesquisa histórica no século XX. Le Goff observou o problema quando interesses políticos e institucionais se envolvem na seleção de que histórias podem ser produzidas. A liberdade do historiador seria limitada não só pelas mídias em que o historiador se envolve, como também pelo público interessado neste conhecimento<sup>162</sup>.

Outro ponto de que o historiador se ocupa é seu papel de especialista. Se Le Goff já observava a relevância do historiador, atualmente questionamos se o historiador tem que ser aquele que assina sua autoria numa pesquisa historiográfica. Michael Frisch em seu trabalho na história oral já havia apresentado nos anos 1990 o trabalho conjunto que tem o historiador com as vozes que contam suas histórias. O historiador não seria a única autoridade na produção historiográfica num trabalho coletivo, pois não há níveis de hierarquia neste trabalho. A operação historiográfica de narrar, colecionar e codificar o tempo histórico pode ser feito entre historiadores e grupos sociais diversos. O autor propõe uma Autoridade Compartilhada:

---

<sup>159</sup> CORRIN, L. Op. Cit. 1994. p. 9.

<sup>160</sup> KARP, I. WILSON, F. Constructing the spectacle of culture in museums. In: Thinking about Exhibitions. New York: Routledge. 2016. p. 258.

<sup>161</sup> DW.COM. Alemanha restituirá arte saqueada à Nigéria. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/alemanha-restituir%C3%A1-arte-saqueada-%C3%A0-nig%C3%A9ria/a-57393395>. Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>162</sup> LE GOFF, Jacques. A História, o historiador e os Mass Media. In: GOFF, Le Goff. Reflexões sobre a história. Lisboa: Edições 70, 2009. p. 9 – 11.

*A Shared Authority* sugere algo que é; que na natureza da história oral e da história pública nós não somos a única autoridade, os únicos intérpretes, os únicos autores-historiadores. Em vez disso, o processo de interpretação e de construção de significados é, por definição, compartilhado. Até onde entendo, nós simplesmente não temos a autoridade para sair distribuindo por aí.<sup>163</sup>

Frisch debate sob um novo olhar o trabalho compartilhado entre historiadores e públicos da história. Entre as questões da produção de conhecimento no mundo digital no século XXI, o autor questiona como seria o trabalho conjunto da história neste novo aspecto. Frisch elucubra sobre uma cozinha digital, em que o cozimento do prato cru para cozido seria uma metáfora da prática da história oral e história pública, principalmente na esfera digital em que usuários e historiadores cozinham juntos para preparar o prato<sup>164</sup>. Na era da web 2.0, onde a Wikipédia produz conjuntamente com milhares de editores e autores, redes sociais possuem produtores de conteúdo em cada usuário, e que plataformas de mídia compartilhada são novas formas de se buscar notícias e informação, a cozinha digital da história é um passo à frente na concepção de produção histórica. O laboratório de história proposto por Meneses e o fórum proposto por Cameron para um museu dialógico são interseções dessa história pública.

A história pública digital da Autoridade Compartilhada proposta por Frisch é plena de significados, interativa e dialógica. O autor menciona as possibilidades de bibliotecas digitais, coleções virtuais e sistemas de indexação que permitem a busca e construção de informações históricas de maneira colaborativa para ilustrar que é possível um trabalho coletivo da história digital. Como exemplo museológico lembramos do projeto Europeana<sup>165</sup>, uma coleção virtual de acervos digitalizados da história e cultura de países europeus e acessado gratuitamente. Coleções gigantes da 1ª Guerra Mundial foram montadas pelos usuários, proprietários de fotos e objetos do período. Com a ajuda de historiadores e outros especialistas, estas coleções puderam ser compartilhadas mundialmente. Quem era a autoridade deste processo? Os historiadores ou usuários? Por que não os dois? A dicotomia que separa historiadores e públicos não se estabelece quando a autoridade compartilhada é inerente à história pública.<sup>166</sup> Portanto, no espaço público, na esfera digital, como também nos museus, o trabalho compartilhado de públicos agentes com os historiadores permite novos entendimentos e interpretações do conhecimento histórico.

---

<sup>163</sup> FRISCH, Michael. A História Pública não é um via de mão única ou De A Shared Authority à cozinha digital, e vice-versa. In: MAUAD, Ana Maria; ALMEIDA, Juniele Rabêlo de; SANTHIAGO, Ricardo. (Org.). História Pública no Brasil: Sentidos e Itinerários. 1ed. São Paulo: Letra e Voz, 2016, v. 1, p. 62.

<sup>164</sup> Ibid. p. 65.

<sup>165</sup> EUROPEANA. World War Collection of Photographs. Disponível em : <https://pro.europeana.eu/data/world-war-one-collection-of-photographs>

<sup>166</sup> FRISCH, Michael. Op. Cit. 2016. p. 68.

Nós começamos o capítulo tratando do trabalho compartilhado do Museu da Abolição na criação do seu plano museológico e do próprio museu em si. Levantamos elementos de uma nova museologia e da história pública para relacionarmos com as ações feitas e propostas pelo Museu Histórico Nacional. Compararmos o trabalho compartilhado do Museu da Abolição e a Autoridade Compartilhada de Frisch é um exercício interessante que podemos levar para as ações do Museu Histórico Nacional. Entretanto, o trabalho museológico e historiográfico no espaço dos museus precisa ser melhor compreendido. Cremos que podemos tratar dessa questão que no próximo capítulo, para compreender o produzir de profissionais de história e o desenvolvimento desta Autoridade Compartilhada no Museu Histórico Nacional.



## Capítulo 2: História Pública – Mediação entre o Museu Histórico Nacional e seus públicos.

### 2.1. História Pública em museus

Meu objetivo de trazer a História Pública nesta pesquisa é uma proposta de compreendermos o papel de profissionais de história na produção historiográfica coletiva e sua comunicação com públicos nos espaços museológicos. A área da História é composta por várias linhas de análise e metodologia e a História Pública foi uma resposta a críticas continuadas a historiadores desde o estabelecimento da história como ciência, em que estes profissionais estariam presos em “torres de marfim”, alheios aos anseios da sociedade para entenderem e conhecerem a produção histórica.<sup>167</sup> A crítica da “torre de marfim” se deve ao fato da própria especialização da história como ciência há dois séculos, afastando-se do público não acadêmico. De acordo com Thomas Cauvin, o isolamento dos profissionais da história já no séc. XIX não se daria entre especialistas e públicos, mas entre os próprios pares diante das suas especificidades de pesquisa. O “vão” entre historiadores e públicos foi tema de discussões, mas Cauvin aponta que este “vão” não foi uma totalidade no séc. XX. Pesquisas recentes apresentaram trabalhos conjuntos entre profissionais historiadores e públicos não acadêmicos no começo do séc. XX,<sup>168</sup> e que a tal “torre de marfim” dos historiadores era uma situação mais complexa que envolvia, por exemplo, a especialização de arquivos e sociedades históricas que compunham métodos que envolviam poucos usuários.

Cauvin afirma que a ideia de uma divulgação da história de maneira ampla não teria começado somente nos anos 1970, mas no contexto estadunidense já haveria movimentos de uma história local para o trabalho e pesquisa coletiva nos anos 1930 a 1940. O autor nos aponta, entretanto, que os movimentos das minorias nos anos 1960, como aquele envolvendo a luta pelos direitos civis nos Estados Unidos, movimentos feministas e estudantis na Europa, foram um gatilho de interesse de historiadores pela “história das pessoas”. Cauvin menciona que após 1945 o desenvolvimento da educação em vários países do mundo, bem como o acesso a transporte e a sítios históricos como espaços públicos foram causas de públicos cobrarem seu acesso à cultura. O autor aponta, por exemplo, que visitantes a parques nacionais do EUA

---

<sup>167</sup> CAUVIN, Thomas. *Public History. A Textbook of Practice*. New York: Routledge. 2016. p. 3.

<sup>168</sup> *Ibid.* p. 4.

crescerem de 6 milhões em 1942 para 33 milhões em 1950 e 72 milhões em 1960, posteriormente.<sup>169</sup>

Calvin sumariza o movimento da história Pública numa construção orgânica nos anos 1970 a ponto da primeira edição do periódico científico *Public Historian* ser publicado em 1978 por investimento privado da Fundação Rockefeller. O movimento se ramificaria tanto para o trabalho de profissionais de história fora da academia e na formação de estudantes universitários para seu trabalho historiográfico fora da sala de aula. O movimento alcançaria nos anos 1980 outros países anglófonos e estabelecendo eventos nos anos 1990. Entretanto, o movimento de uma história coletiva não se fixaria no movimento da História Pública estadunidense. Jim Sharpe nos informa do interesse historiográfico de conhecer a história dos grupos sociais antes silenciados.<sup>170</sup> Sharpe menciona Bretch em seu texto de 1936 – “Perguntas de um operário que lê” - e nos lembra da produção de E.P. Thompson de 1966, a “História Vista de Baixo”, o que leva à publicação organizada de mesmo nome em 1985. Obviamente a história vista de baixo não trata de uma produção coletiva de profissionais de história, fora da academia e com grupos sociais, mas convida fontes produzidas por estes grupos para a produção historiográfica.

Em contexto brasileiro, Ricardo Santhiago recorda que nos anos 2000 o termo História Pública era quase desconhecido no Brasil até ser mais estabelecido por meio de congressos e oficinas na década de 2010. Entretanto, muitos profissionais da história e outras ciências comentavam que o que eles já pesquisavam e produziam era uma história pública, mas não tinha este rótulo. O questionamento foi comum no período a ponto de Santhiago nos apontar: “Por que dar um novo nome a uma velha prática?”<sup>171</sup> Por fim, o autor vê que o estabelecimento da História Pública como conceito não é como uma nova religião ou movimento, mas uma consolidação de produções e pesquisas que envolvem a história oral, o trabalho coletivo e a divulgação da produção historiográfica. A história pública para Santhiago não é uma metodologia ou um campo de pesquisa, mas um espaço de debates<sup>172</sup> do que já se tem produzido por historiadores acadêmicos e amadores nas últimas décadas na atualidade brasileira, e no trabalho participativo com os agentes da história.

Neste espaço de debates, a diálogo da história pública é interdisciplinar. No caso da museologia é mais raro, mas não é nulo. Jezulino Braga nos traz diálogos possíveis entre as

---

<sup>169</sup> Ibid. p. 8.

<sup>170</sup> SHARPE, Jim. A História vista de baixo. In: BURKE, Peter. A escrita da História: Novas Perspectivas. São Paulo: UNESP. 1992. p. 40.

<sup>171</sup> SANTHIAGO, Ricardo. Op. Cit. 2016. p. 24

<sup>172</sup> Ibid. p. 26.

narrativas museais com a história pública. Jezulino compreende a problemática de museus de história ao possuir um caráter colecionista, de acervos de elites e dos próprios objetos serem referências de si mesmo, como já inferia Ulpiano de Meneses.<sup>173</sup> O autor traz neste diálogo a perspectiva de professores de história com as narrativas museais do Museu de Artes e Ofícios de Belo Horizonte. O diálogo se dá em entrevistas para compreender o olhar de um profissional de história em questões da narrativa histórica, a relação entre textos e imagens expostas, e outros papéis de representação que o museu propõe em suas exposições. O autor nos lembra que exposições alcançam maior audiência que publicações especializadas, o que traz uma responsabilidade da pesquisa histórica ao museu que narra a história. O autor, portanto, compreende que as narrativas museais tem um alcance pedagógico com a participação de docentes de história para não somente falar das histórias representadas em sala de aula, mas como elas são representadas em livros didáticos e nos museus, com o objetivo formar uma consciência histórica aos grupos escolares envolvidos.<sup>174</sup>

Por esta leitura de Jezulino, vemos o profissional de história numa perspectiva de mediação entre o conteúdo histórico produzido e o representado nos espaços museológicos. Seria este o local de profissionais de história? Mediar a historiografia com os públicos de museus de história? As ciências exatas tiveram questões semelhantes ao ter os conteúdos científicos representados e expostos nos espaços museais. Marandino e outros autores, ao tratarem dos Museus de Ciência e Tecnologia, abordam a complexidade de tratar conhecimentos como a matemática, física e outras ciências exatas no espaço museológico e como seria a mediação para a comunicação desse conhecimento aos públicos. Os autores abordam a transposição museográfica<sup>175</sup>, uma transformação do conhecimento científico para que este seja um conhecimento expositivo, e com isso, acessível a visitantes. Os autores também tratam o profissional mediador destes museus como um decodificador, capaz de criar pontes entre públicos e o conhecimento científico.

Profissionais de história estariam incluídos num processo de transposição museográfica e decodificação do conhecimento histórico para os públicos museais? Para isso precisamos entender o que é a “mediação”. Ana Claudia Brefe, em sua pesquisa sobre os museus históricos franceses, compreende que os museus estão no universo da mediação.<sup>176</sup> Entretanto, Brefe nos adverte sobre mediação do conhecimento histórico:

---

<sup>173</sup> BRAGA, Jezulino Lúcio Mendes Braga. Narrativas Museais: Diálogos possíveis entre a história pública, acadêmica e ensinada. In: Dossiê: Gestão, Educação e Patrimônio Cultural. Vol 7, nº 2, 2015.

<sup>174</sup> Ibid. p. 115.

<sup>175</sup> MARANDINO, M. (org.) Mediação em Foco. São Paulo: FEUSP. 2008.

<sup>176</sup> BREFE, Ana Claudia. Op. Cit. p. 194

No caso do museu histórico, a dificuldade quanto à medição é que a história comporta uma dupla dimensão. De um lado, ela corresponde a uma disciplina “científica”, objeto de pesquisas e métodos a serem estudados e aprendidos e, de outro, ela pertence ao campo da cultura e, como tal, está submetida a um outro registro, que não corresponde ao da disciplina universitária. Frente a essa especificidade, a mediação nos museus de história deve estabelecer pontes entre objetos e discursos históricos; ela deve, igualmente, assegurar a relação entre o mundo da pesquisa histórica e sua vulgarização, mas suas ações e interações devem ser distintas do campo de ensino e da prática da disciplina acadêmica; finalmente, partindo do princípio que a História é interpretação do passado, o museu deve não apenas apresentar uma interpretação possível, mas conduzir a uma reflexão crítica da sociedade e de suas estruturas.<sup>177</sup>

As considerações de Brefe nos lembram a compreensão de Ulpiano Meneses sobre o museu de história como um laboratório em que a produção historiográfica deve ser experimentada e analisada de maneira crítica para a conscientização histórica. Diante deste papel complexo que historiadores e os museus de história se inserem, como esta mediação pode ser feita? Em nosso presente, os museus da contemporaneidade compreendem a mediação como espaço de diálogo, como afirmam Gomes e Cazelli: “a mediação em museus envolve potencialmente vários níveis de diálogo: entre o público e as exposições; entre os sujeitos e o saber; entre a arte, a ciência, a história e a sociedade”.<sup>178</sup>

## 2.2. Museus e Mediação Cultural

Proponho nesta pesquisa o museu histórico como dispositivo de mediação cultural entre o conhecimento histórico e grupos sociais, mas para observar o MHN como elemento de mediação precisamos compreender o que seria uma Mediação Cultural, e como profissionais da história se inserem no contexto de produção e divulgação da história nos museus históricos.

O conceito pode inicialmente parecer ter uma compreensão rápida ao pensar o que seria mediação e quando colocamos a cultura como característica inerente deste espaço. Entretanto, em minha leitura para compreender a mediação cultural, se observa a defesa de autores em que o conceito é demasiadamente polissêmico, sendo observado e instrumentalizado de várias formas. Edmir Perrotti defende que a mediação cultural, como categoria e método teórico-metodológico é fundamental à época contemporânea, pois esta é um elo de restabelecer diálogos dos territórios da produção e recepção<sup>179</sup> (conceitos basilares da teoria da comunicação). Perrotti apresenta um trabalho organizado com vários autores que trata

---

<sup>177</sup> BREFE, A. Op. Cit. p. 196.

<sup>178</sup> GOMES, Isabel. CAZELLI, Sibeles. Formação de mediadores em museus de ciência: Saberes e Práticas. Revista Ensaio. Belo Horizonte, v. 18, n. 1, p. 23 – 46. Jan – abr 2016.

<sup>179</sup> PERROTTI, Edmir. Mediação Cultural: Além dos procedimentos. In: SALCEDO, Diego Andres. Mediação Cultural. São Carlos: Pedro & João Editores, 2106. p. 11.

percepções múltiplas de mediação cultural que perpassa as relações de espaços e contextos sociais e culturais, como teatro de mamulengos, ateliês de artistas, museu virtual, acessibilidade digital, questões de gênero, teoria pedagógica e dispositivos terapêuticos. Em seu texto de apresentação ao trabalho, o autor informa que o termo pode ter começado a tratar das questões de difusão, ação, animação e promoção cultural, mas logo se tornou uma categoria topológica entre relações de produtores e receptores, e critica a forma como agentes e dispositivos da mediação cultural foram reduzidos a apenas distribuidores de informação e cultura.<sup>180</sup>

Jean Davallon define a mediação cultural como uma utilização do termo mediação, que é visto num senso comum como uma ação de servir de intermediário. Pelas teorias da comunicação o intermediário, ou mediador, estaria para aproximar o que estaria distanciado<sup>181</sup>, como aproximar público e arte, jornalistas e leitores, numa visão bem clássica para o autor. Davallon vê dentro da mediação a “mediação mediática”, a “mediação pedagógica” e a “mediação cultural” e aponta que nestas linhas não é somente a interação entre elementos por intermediários, mas uma operação de transformação de grupos sociais por um dispositivo comunicacional.<sup>182</sup>

Observando a amplitude da mediação, Signates nos apresenta o que ela não é. Instituições consideradas como “meios de comunicação” não são mediações, pois, para o autor, a mediação não estaria na compreensão comum de intermediária entre lados, num dualismo simples.<sup>183</sup> Mediação também não seria um “filtro”, uma seleção, por pressupor um foco condutivista da comunicação. Signates e Davallon são consonantes ao ver a mediação como algo que aproxima esferas culturais e sociais, não algo que se fixa no meio. Para Signates, mediação também não é intervenção, censura e outras formas de controle social da informação.<sup>184</sup>

Para alcançar algo que se aproxime de mediação, Signates analisa a “mediação múltipla” de Orozco Gomes<sup>185</sup>, quando ele observa a mediação como um campo de indefinições. É apresentado o caráter múltiplo da mediação sendo ela individual, situacional, institucional e video-tecnológica.<sup>186</sup> Estes braços da mediação múltipla, para o autor, implicam

---

<sup>180</sup> Ibid. p. 9

<sup>181</sup> DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo?. Prisma.com, n. 4, 2007. P. 7. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prisma.com/article/view/2100/3046>. Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>182</sup> Ibid. p. 11.

<sup>183</sup> SIGNATES, L. Estudo sobre o conceito de mediação. In: Novos Olhares. São Paulo: ECA/USP, n. 2, 1998. p. 40.

<sup>184</sup> Ibid. p. 41.

<sup>185</sup> OROZCO GOMÉZ, Guillermo - Recepción televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia. In: Televidencia. Cuadernos de Comunicación, n. 6, Mexico, 1994. pp. 69-88.

<sup>186</sup> SIGNATES, L. Op. Cit. 1998. p. 44.

as combinações específicas que a mediação constitui na relação de indivíduos com a esfera social, midiática, com instituições e com a própria agência do sujeito em mediação. Ao olharmos brevemente para o Museu Histórico Nacional, vemos que o caráter múltiplo da mediação pode estar presente nas várias esferas de composição do museu como instituição. Em seu plano museológico de 2016<sup>187</sup>, o Museu precisa tratar de suas exposições, comunicação externa, programa educativo, programa de pesquisa, conservação e documentação de acervo, e da questão patrimonial de sua arquitetura. A mediação múltipla que alcança a agência dos sujeitos precisa passar por várias esferas de um museu. Todos estes programas envolvem, em diversos aspectos, grupos sociais distintos que frequentam e participam do Museu.

Dentro desta mediação múltipla, a Mediação Cultural é um conceito amplo que trata de combinações específicas da relação do indivíduo com a cultura material. Não tento aqui propor uma teoria da mediação cultural, mas entender os caminhos que o conceito construiu nas áreas das humanidades até ser utilizado em museus e, em específico, museus históricos, e também por historiadores. Por exemplo, Jean Davallon, da área de museus e da comunicação, define a mediação cultural, em nível funcional, como ação que:

...visa fazer aceder um público a obras (ou saberes) e a sua acção consiste em construir uma interface entre esses dois universos estranhos um ao outro (o do público e o, digamos, do objecto cultural) com o fim precisamente de permitir uma apropriação do segundo pelo primeiro.<sup>188</sup>

Davallon observa que, na prática, esta mediação cultural abarca múltiplas práticas culturais, como a de profissionais mediadores de museus, a relação pessoal com a arte, e os produtos para explicar arte a públicos. Entretanto, o autor também defende a “mediação cultural, estética, artística, das culturas, dos saberes, etc”<sup>189</sup> de maneira muito mais ampla: uma abordagem teórica que se fundamenta em teorias do espaço público, da tradução, comunicação e que podem ser analisadas em abordagens sociológicas e concepções políticas. Desta maneira a “mediação cultural” como conceito é utilizado e analisado de maneiras específicas para áreas distintas.

Para autores de estudos da psicologia e pedagogia, Vygotski foi um dos precursores do uso da mediação e mediação cultural para tratar do processo de aprendizagem em que o indivíduo está ativamente engajado para estabelecer um elo, não sendo um processo de

---

<sup>187</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico. 2016.

<sup>188</sup> DAVALLON, Jean. Op. Cit. p. 5.

<sup>189</sup> Ibid. p. 9.

estímulo-resposta, mas um ato complexo e mediado<sup>190</sup>. Silvia Zanolla, em suas leituras da obra de Vygotski, defende que o autor trata o ato de mediação como poder de emancipação do potencial da consciência para transformar sua própria realidade.<sup>191</sup>

Outra diferença do uso de mediação cultural também se encontra na questão linguística. Observa-se que mesmo em línguas europeias a mediação cultural é um conceito específico e utilizado em ciências diferentes. Por exemplo, os autores do *Time for Cultural Mediation* apresentam as diferenças do termo em algumas línguas europeias. *Kulturvermittlung* (mediação cultural), em alemão, trata de um contexto amplo que trata de troca de informações artísticas, no uso do marketing, ações escolares em teatros e residências artísticas. *Kulturvermittlung* se aproxima da abordagem ampla de mediação cultural mencionada por Davallon, referenciando um processo de ganho e negociação de conhecimento artístico, social e fenômeno científico através de reações, trocas e recepção criativa<sup>192</sup>. Entretanto, para tratar de educação e mediação em espaços culturais, os especialistas de língua alemã têm usado termos como *Museumspädagogik* (educação em museus) e *Kunstvermittlung* (mediação em artes).

Já em inglês, os autores pontuam o *Cultural Mediation* como termo das relações de migração, trocas culturais, tradução e interpretação em contextos regionais. Para tratar da esfera de mediação das artes e cultura material eles nos informam que o uso comum tem sido o *art mediation*, *art education*, e no caso de museus, *museum education*.<sup>193</sup> No campo de Estudos da Tradução e Transferências Culturais, Roig-Sanz e Meylaers, observam que o termo “mediador cultural” é usado na área no início dos anos 1980, e considera o mediador cultural mais que um tradutor, mas um facilitador de comunicação, entendimento e ação entre grupos e pessoas que divergem em seus aspectos linguísticos e culturais.<sup>194</sup> Para os autores, os mediadores culturais são agentes intelectuais, que junto da instituições como a diplomacia, política e literatura, possibilitaram a transferência de saberes e culturas entre povos e grupos sociais distintos em vários períodos da história e espalhados pelo globo. Neste campo de pesquisa, a mediação

---

<sup>190</sup> VIGOTSKI, L. S. A formação social da mente. São Paulo: Martins Fontes. 1999..

<sup>191</sup> ZANOLLA, Silvia. R. da Silva. O conceito de mediação em Vigotski e Adorno. *Psicologia & Sociedade*; v. 24, n. 1, 2012. p. 8.

<sup>192</sup> MÖRSCH, Carmen et al. *Time for Cultural Mediation*. Zurich: Institute for Art Education of Zurich University of the Arts (ZHdK), 2014. p. 14.

<sup>193</sup> WINTZERITH, Stéphanie. About the importance of words – or how to match semantic notions, theoretical concepts and professional practice. In: *ICOM Education*, 29, Committee for Education and Cultural Action – CECA, Books on Demand, Norderstedt, Germany. 2020. p. 12.

<sup>194</sup> D. Roig-Sanz, R. Meylaers. General Introduction. *Literary Translation and Cultural Mediators. Towards an agent and Process-Oriented Approach*. In: D. Roig-Sanz, R. Meylaers (Org.). *Literary Translation and Cultural Mediators in 'Peripheral' Cultures: Customs Officers or Smugglers?* Palgrave Macmillan. Gerberstrasse, Suíça, 2018. p. 9.



cultural é uma ação de compreensão entre indivíduos e grupos sociais distintos e separados por seus contextos culturais, linguísticos e regionais.

Em outro exemplo do uso, a historiadora Raquel Reyes, em seus estudos da história da ciência, medicina e comércio, constrói um conceito de “mediação cultural” como um conjunto variado de processos de troca, práticas artísticas, troca de técnicas, diante do papel da arte colonial no comércio global, na produção de riquezas e trocas religiosas. Esta mediação teria práticas intermediárias de transporte, distribuição e circulação de objetos artísticos pelo globo.<sup>195</sup>

No campo dos museus e da museologia, a Mediação Cultural aparece na França, na metade dos anos 1990, como ressalta François Mairesse, e divulgado por meio do livro de Elizathe Caillet e Evelyne Lehalle<sup>196</sup>, de 1995, inicialmente para uma noção de educação, pedagogia e até mesmo como exposição.<sup>197</sup> O mundo dos museus, na esfera francófona, se apropria do termo (mesmo sendo usado também em teatros, cinemas e bibliotecas) ao utilizar a mediação no papel duplo de educação – por meio de profissionais em ações educativas e interpretação de acervos – tanto pelos profissionais como pelos dispositivos midiáticos utilizados nas expografias. O autor informa que o conceito se estabelece com a lei sobre museus na França em 2002 constituindo o serviço de mediação cultural em seus espaços. Entretanto, o ato pedagógico e interpretativo de museus já acontecia antes do termo. Como mencionado em tópicos anteriores, com a ampliação das concepções de público e de um museu de caráter público, a interpretação de bens culturais e ação educativa (mais de instrução do que de educação) destes espaços se tornava frequente no século XVIII e se estabelecendo ao fim do século XIX.<sup>198</sup>

É pelo interesse dos poderes públicos, entretanto, e com a criação do Ministério da Cultura, dirigido por André Malraux, que a pedagogia em museus é mais fomentada. O termo ação cultural é o que se utiliza no período de governos franceses para tratar da animação e educação popular em museus. É em 1982 que a *Cité des sciences et de l'industrie* cria a profissão de mediador na França<sup>199</sup> e o conceito mediação se impõe sob os museus nos anos

---

<sup>195</sup> REYES.R.A.G. 2019. Introduction. In: Art, Trade, and Cultural Mediation in Asia, 1600–1950, REYES. R.A.G. (Org.). Palgrave Macmillan. Londres. p. 6.

<sup>196</sup> Caillet E., Lehalle E., A l’approche du musée, la médiation culturelle, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1995.

<sup>197</sup> MAIRESSE, François. Comunicação, mediação e marketing. *Museologia & Interdisciplinaridade*, Brasília, v. 4, n. 7, p. 57-73, out./nov. 2015. p. 58. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/16773>. Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>198</sup> Ibid. p. 60.

<sup>199</sup> Bordeaux M.-C., Caillet É. La médiation culturelle : pratiques et enjeux théoriques. *Culture et musées, hors-série*, 2013. p. 4.



1990. Boudoux e Caillet defendem que neste período em diante, a mediação se amplia mais que uma ação pedagógica dos museus:

Nesse contexto, a questão da mediação ultrapassa a do acesso aos lugares culturais para colocar o problema do que não ousamos mais chamar de popularização. Trata-se também de construir um conjunto de sistemas distintos dos utilizados no mundo da educação.<sup>200</sup>

Para as autoras, a mediação cultural se difere da educação formal e da animação sociocultural, pois a mediação não se dá somente da ação de profissionais perante ao público, mas também na criação de dispositivos e ferramentas de comunicação. A mediação cultural, na situação dos museus no século XXI, compreende caminhos do desenvolvimento de ferramentas digitais, a dimensão participação das ações com grupos sociais, na produção artística participativa entre especialistas e não-especialistas, na divulgação cultural convidativa a novos públicos, e na recepção da chamada “crítica amadora”. Os autores afirmam que os museus da contemporaneidade têm experimentado estas tendências desta nova mediação cultural.<sup>201</sup>

Entretanto, o termo mediação cultural, num contexto de relações de aprendizagem entre grupos sociais, acesso democrático cultural e interpretação da cultura material e imaterial, não se estende muito além da museologia francófona. No caso da América Latina, a educação museal tem sido o termo mais visto para tratar de uma ação relacional de aprendizagem e construção entre a cultura material, imaterial, espaços de cultura e os grupos sociais, especialmente nos museus. Entretanto a mediação cultural tem sido envolvida para algo mais amplo. Damián Del Valle e Rosário Cimino, apesar de entenderem a origem conceito de mediação cultural iniciada da França, apontam a mediação cultural da América Latina como uma gestão cultural de abrangência democrática, implicando sua dimensão política, deixando visível a centralidade dos processos de configuração simbólico e dos objetos culturais na estruturação do mundo para enfrentarmos ideologias que sustentam sistemas de opressão.<sup>202</sup> Os autores se compreendem como mediadores culturais e propõem aos mediadores a tarefa de mostrar as relações de opressão ocultas nas diferentes matrizes culturais que naturalizamos. Eles defendem uma mediação cultural da América Latina que está:

---

<sup>188</sup> Ibidem. Tradução nossa do original : Dans ce contexte, la question de la médiation dépasse celle de l'accès à des lieux culturels pour poser le problème de ce que l'on n'ose plus appeler la vulgarisation. Il s'agit aussi de construire un ensemble de dispositifs distincts de ceux qu'utilise le monde de l'éducation.

<sup>189</sup> Bordeaux M.-C., Caillet É. Op. Cit. p. 12

<sup>202</sup> DEL VALLE, D. CIMINO. Rosario L. La mediación cultural: apuntes para um enfoque latinoamericano. FILIA. Revista N° 3. Guayaquil, Equador. Abril 2021. p. 70.

A serviço da construção da cidadania que parta de uma concepção da cultura como um direito que não só garanta fomentando a criação, distribuição e acesso a produtos culturais, mas também involucrando a toda a comunidade na disputa em torno da construção de sentido.<sup>203</sup>

Desta maneira, a proposta dos autores é que a mediação cultural não se limite ao acesso aos bens culturais, mas que procure criar instâncias de intercâmbio para promover novos esquemas de interpretação para construir outros horizontes historiográficos na construção de uma cidadania cultural com direito à memória, seu resgate e que traz visibilidade de ações, resistências e projetos dos que tiveram estas memórias apagadas.

### **2.2.1. Mediação Cultural no Museu Histórico Nacional.**

No contexto brasileiro, a mediação cultural é um conceito em construção que trata de vários contextos. No caso dos museus e da museologia, a Educação Museal tem sido o termo para tratar da aproximação e transformação de indivíduos e seus grupos com a esfera cultural em processos de aprendizagem e interpretação dos objetos culturais, principalmente em espaços museológicos. A educação museal tem sido fomentada pelas instituições públicas do Brasil, como o IBRAM e IPHAN, o que promoveu a construção da PNEM (Política Nacional de Educação Museal) publicada em 2017. A educação museal tem sido um eixo da integração dos museus com a sociedade nos princípios da Nova Museologia e Museologia Social. Um dos princípios da PNEM, visa os museus como espaços de educação, de promoção da cidadania e que colaborem para o desenvolvimento regional e local, de forma integrada<sup>204</sup>. Os museus como espaço de promoção da cidadania estão numa perspectiva que se aproxima das propostas de Del Valle e Cimino em compreender a mediação cultural da América Latina como fomentadora do direito à memória. Entretanto, a educação museal e a mediação cultural são conceitos diferentes no contexto brasileiro por serem utilizados em ciências e políticas públicas diferentes.

Até aqui podemos compreender que a educação museal é presente como a máxima a ser proposta e compartilhada nos museus brasileiros. Esta defesa se encontrou no Museu Histórico Nacional em sua última década? Como vimos no estudo de público de Rosane Carvalho no fim dos anos 1990, o MHN passou por uma avaliação de suas exposições e sua

---

<sup>203</sup> DEL VALLE, D. CIMINO. Rosario L. Op. Cit. p. 71.

<sup>204</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Política Nacional de Educação Museal. Brasília, 2017.

linha educativa também entrou em foco. No Plano Museológico de 2016 o MHN possui um programa educativo que infere que o museu passou por um diagnóstico interno entre 2010 a 2014 para o levantamento de ações propostas neste programa. O Programa Educativo tem as seguintes diretrizes<sup>205</sup>:

Diretriz 1: Utilizar o potencial do acervo do MHN para o ensino, aprendizagem e difusão do conhecimento perante a sociedade;  
Diretriz 2: Ampliar o acesso e democratização do MHN;  
Diretriz 3: Realizar pesquisas e avaliações como forma de orientar as ações a serem desenvolvidas pelo setor educativo.

As diretrizes apresentadas vêm com estratégias contendo ações e metas para que objetivos possam ser estabelecidos e praticados nos anos posteriores ao Plano. Como visto pela PNEM e pelos princípios básicos da Educação Museal, o MHN tinha em sua proposta institucional um projeto de ação democrática da cultura através de seu acervo como também analisar a si mesmo no processo de acesso cultural. Estas diretrizes de uma educação museal podem nos informar sobre o museu inserido na mediação cultural?

Como mencionado anteriormente por Perrotti, a mediação cultural é um conceito dialógico, mas plural em contextos e usos. Por exemplo, Adriana Assunção e Fábio Pinho compreendem o teatro de mamulengos como um dispositivo cultural no uso da mediação, o compreendendo como canal de acesso entre o saber cultural e os indivíduos em contato. Os autores veem o teatro de mamulengos como dispositivo que trata de assuntos do cotidiano da região de Olinda e Zona da Mata ao trazer uma composição de cenas que aproximam os públicos com suas próprias experiências cotidianas. O mamulengo é visto ter um poder de síntese dos anseios e imaginário popular dos grupos pernambucanos.<sup>206</sup> Para os autores, a mediação cultural é uma ação de aproximação de grupos sociais com sua própria cultura e imaginário.

Em outro exemplo, Ana Mae Barbosa, precursora da arte-educação em escolas e museus, compreende a mediação cultural como o arcabouço em que a arte-educação e educação em museus se encontra. Barbosa, em sua abordagem triangular<sup>207</sup>, compreende a relação de públicos e arte através de três ações dialógicas: apreciar, contextualizar e praticar. Esta abordagem, utilizada em diversos museus pelo país e em salas de aula, trata de uma agência

---

<sup>205</sup> MUSEUS HISTÓRICO NACIONAL. 2016. OP. Cit. pp. 51 – 54.

<sup>206</sup> ASSUNÇÃO, A. M. da Silva. PINHO, F. A. Mediação Cultural e o Teatro de Mamulengo. In: SALCEDO, Diego Andres (Org.). Mediação Cultural. Pedro & João Editores. São Carlos, Pernambuco. 2016. p. 26.

<sup>207</sup> BARBOSA, Ana Mae. Mediação cultural é social. In: BARBOSA, Ana Mae, COUTINHO, Rejane G. (orgs) Arte/Educação como mediação cultural e social. São Paulo: UNESP, 2009, pp. 13-22.

direta do indivíduo (intenção, ação e pensamento crítico) com o objeto cultural para compreender sua estética, história e contexto cultural. Para Barbosa, a arte-educação aproxima e transforma grupos sociais e defende: “A arte tem enorme importância na mediação entre os seres humanos e o mundo, apontando um papel de destaque para a arte-educação: ser a mediação entre a arte e o público”<sup>208</sup>. Todavia, o uso do termo “mediador” para profissionais da educação museal e arte-educação no Brasil ganhou força nas últimas décadas do século XX no Brasil, o que trouxe uma ideia de que mediação cultural seria a ação educativa sobre o patrimônio e espaços culturais. Barbosa prefere o uso de “arte-educador”, mas entende que mediador tem sido um uso corriqueiro em espaços museológicos.

Nesta pesquisa, pudemos observar que conceitos como “mediação em museus” ou somente “mediação” tem sido os termos, no contexto brasileiro, que se propõe como similares ao conceito de educação museal, tanto num campo institucional, como profissional, e utilizado para entender a relação do museu com os grupos sociais, tanto no aspecto de acesso social, educação cultural e política. Já a mediação cultural, no contexto brasileiro, pode abarcar várias ações e práticas em espaços culturais, educacionais e científicos, mas que também alcança uma perspectiva do direito à cultura e valorização cidadã. Maria Lúcia Pupo, pesquisadora da arte teatral afirma que a mediação cultural: “designa o modus operandi do ideário da chamada democratização cultural, ou seja, da ambição de “alargar o campo dos receptores de cultura””<sup>209</sup>, e que o público não se apropria somente do objeto cultural, mas também de seus espaços políticos. Diante desta bifurcação conceitual da mediação cultural ser uma interface entre sociedade e cultura, mas também uma prática da democratização cultural, podemos equiparar a Educação Museal e a Mediação Cultural? Se compreendermos a mediação cultural como a interface que agrega grupos sociais a conhecimentos culturais numa promoção cidadã e de acesso social, podemos sim fazer esta equivalência, mas a Educação Museal acaba encontrando mais voz em museus ao tratar de trazer acesso democrático de bens culturais materiais e imateriais.

Desta maneira, apesar de um pequeno ruído em algumas publicações em usarem mediação cultural para ações educativas, mediação em museus e educação museal, o termo

---

<sup>208</sup> Ibid. p. 13.

<sup>209</sup> PUPO, Maria Lucia de Souza Barros. Mediação artística, uma tessitura em processo. In: Urdimento. Florianópolis: Programa de Pós-Graduação em Teatro / CEART/UDESC, vol. 1, n.17, 2011. p. 114.

“mediação” tem sido comumente utilizado em museus em suas diversas tipologias<sup>210</sup>, incluindo museus de história,<sup>211</sup> para tratar da educação museal proposta pelo PNEM.

### 2.3. História Pública e Mediação Cultural

Ao vermos tantas perspectivas, podemos observar que o Museu Histórico Nacional se utiliza do conceito de educação museal para tratar de seu programa de ações educativas e culturais com seus públicos, mas isto não excluiria de ver seu papel social envolvido numa compreensão de democratização cultural de mediação cultural como propostas por Del Vale e Cirmino, Pupo e Barbosa. Nesta ramificação de compreensões de um mesmo termo, a História Pública também compreende a mediação cultural no aspecto da produção e divulgação histórica. Gomes e Hansen, em texto de apresentação em sua publicação organizada, tratam de analisar uma mediação cultural por agentes envolvidos nas transferências culturais, e zonas de contato: “(...)recortamos práticas de mediação cultural, especificamente desenvolvidas por sujeitos históricos identificados como intelectuais. No caso, intelectuais que atuam, exclusiva ou paralelamente, como mediadores culturais.”<sup>212</sup>

Gomes e Hansen compreendem os mediadores culturais como um conjunto diversificado de atores e intelectuais inseridos nas trocas culturais e na produção de conhecimentos. Os intelectuais, definidos pelas autoras, seriam uma categoria socioprofissional, especializados pelo seu capital cultural, envolvidos na produção do conhecimento, comunicação de ideais e “indiretamente vinculados à intervenção político-social”:

Tais sujeitos podem e devem ser tratados como atores estratégicos nas áreas da cultura e da política que se entrelaçam, não sem tensões, mas com distinções, ainda que historicamente ocupem posição de reconhecimento variável na vida social.<sup>213</sup>

As autoras, entretanto, não consideram que os intelectuais mediadores são agentes que estariam para simplificar ou “didatizar” conteúdos. O mediador não se distinguiria do

---

<sup>210</sup> MARANDINO, Martha (org.) Educação em Museus: a mediação em foco. São Paulo: FEUSP, 2008.

<sup>211</sup> BITTENCOURT, J. N. mediação, curadoria, museu. Uma introdução em torno de definições, intenções e atores. In: BITTENCOURT, J. N. (org.). Caderno de diretrizes museológicas 2: mediação em museus: curadorias, exposições e ação educativa. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais: Superintendência de Museus, pp. 3-12, 2008.

<sup>212</sup> GOMES, Angela de Castro e HANSEN, Patrícia. Intelectuais mediadores: práticas culturais e projetos políticos. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2016. P. 9.

<sup>213</sup> Ibid. p. 10.

intelectual “criador”, o produtor de conhecimentos, como temos compreendido serem os cientistas, ou mesmo os historiadores. O intelectual mediador se dedica à comunicação, se aperfeiçoa no uso das linguagens, estratégias e sua experiência acumulada pelo tempo. O mediador é um profissional especializado em atingir públicos não especializados.<sup>214</sup> As autoras defendem, portanto, que intelectuais mediadores se voltam para público de pares, públicos não especializados e parcelas diversas da sociedade. Intelectuais Mediadores podem ser “criadores” e “mediadores” em várias atividades da mediação cultural. Exemplificando, profissionais como jornalistas, editores, escritores, tradutores, arte-educadores, museólogos e historiadores podem ser compreendidos e considerados como intelectuais mediadores e agentes da mediação cultural.

As autoras percebem a polissemia da mediação cultural, mas compreendem que **o seu uso envolve a criação deste produto híbrido, intercultural, um terceiro elemento construído pelo mediador entre grupos sociais com conhecimentos culturais.**<sup>215</sup> Esta ação de transferência da mediação cultural pode ser encontrada nos estudos de representação da história cultural, pois como as autoras afirmam, as pesquisas da história cultural compreendem que sujeitos e agentes históricos são produtores de sentido, pois não há receptores, leitores e consumidores num sentido de passividade.<sup>216</sup> Desta maneira, historiadores como intelectuais mediadores, ocupam locais estratégicos nas instituições culturais, organizações políticas e lugares privilegiados em redes de sociabilidade em que a mediação cultural causa impactos políticos.<sup>217</sup> O que não quer dizer que intelectuais mediadores estariam apenas em diálogo com seus pares, mas também com públicos não especializados de várias camadas da sociedade. As autoras desenvolvem o conceito do intelectual mediador para analisar as figuras que tiveram historicamente esse papel de “criação” e de “mediação” dos bens e relações culturais e sociais.

Na publicação organizada por Hansen e Gomes, Ana Paula Caldeira trata do papel de Ramiz Galvão, bibliotecário que dirigiu a Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, entre 1870 e 1882. A autora nos apresenta como Galvão é compreendido como um intelectual mediador com objetivos de angariar conhecimentos da história do Brasil através de fontes (e pelo o que era considerado fontes e história do Brasil no período do Império) como também de divulgar este conhecimento ao estabelecer os Anais da Biblioteca Nacional a partir de 1876.<sup>218</sup> Dentre

---

<sup>214</sup> Ibid. p. 19.

<sup>215</sup> Ibid. p. 32.

<sup>216</sup> Ibid. p. 17.

<sup>217</sup> Ibid. p. 19.

<sup>218</sup> CALDEIRA, A. P. S. Ramiz Galvão e o projeto de uma biblioteca nacional. In: GOMES, Hansen. Op. Cit. p. 182.

os vários relatos apresentados, a autora evidencia o papel dos Anais na produção intelectual brasileira do período do Império e como Galvão possibilitou a relação institucional da BN com o Museu Nacional do Rio de Janeiro, o Arquivo Público e o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB) que até aquele período, tinha um protagonismo na produção historiográfica brasileira.<sup>219</sup> Diante do trabalho científico feito por Galvão, a autora ressalta o período em que as instituições do império se organizavam para uma sintonia do Brasil com a modernidade científica em ação conjunta do das instituições do Estado daquele período, conferindo ao Museu Nacional da Quinta da Boa Vista e a Biblioteca Nacional (BN) o status de lugares de produção científica. Diante deste contexto, Caldeira defende que as produções e organizações dos Anais da Biblioteca iniciadas em 1876 são o que torna Galvão um intelectual mediador: Tanto por se comunicar com um público de especialistas que almejava participarem da instituição e por dar visibilidade ao BN como instituição científica.<sup>220</sup>

Ramiz Galvão era, portanto, um mediador, mas também “criador” por produzir estudos e publicá-los nas edições dos Anais enquanto esteve na direção da BN. Ao mesmo tempo, seu papel de mediador se encontra no seu papel editorial ao propor fontes, selecionar os “tesouros” do acervo custodiado, ao controlar o que e como deveria ser publicado. As intenções de Galvão, para Caldeira, era de se voltar a um público especializado, uma elite científica. Apesar de pequeno, este público teria um papel multiplicador na divulgação da instituição.<sup>221</sup>

Gomes e Hansen mencionam este papel duplo do intelectual mediador, e exemplificado por Caldeira: o de mediar e criar no processo de trocas culturais para criar algo novo. As autoras afirmam:

O mediador, nessa perspectiva, é o criador de algo híbrido... esse produto “misturado”, percebido como aquele capaz de estabelecer uma comunicação com novos públicos, apresenta uma complexidade que não deve ser minimizada ou banalizada. Além disso, o trabalho do mediador, mesmo quando entendido como “simplificação/didatização” de códigos, linguagens e conhecimento, nada tem de fácil. O simples adquire uma gama e significados complexos, assentados nas ideias de seleção e escolha cuidadosos; de uma depuração que torna precisos os sentidos mais importantes daquilo que se deseja comunicar, o que demanda competências e vivências específicas e especializadas.<sup>222</sup>

---

<sup>219</sup> Ibid. p. 198.

<sup>220</sup> Ibid. p. 192

<sup>221</sup> Ibid. p. 198

<sup>222</sup> GOMES, Angela de Castro e HANSEN, Patrícia. Op. Cit. p. 32 – 33.

O Intelectual Mediador proposto em Ramiz Galvão é visto por Caldeira como uma figura que visava uma ciência europeia daquele tempo histórico, um público específico, e que não seriam todos os que deviam acessar a Biblioteca Nacional e seus “tesouros”. Os Anais serviriam de divulgação institucional e seriam o conteúdo híbrido que alcançaria estes públicos através da seleção e recorte que Galvão editorava com autores e fontes. Enquanto descrevo as afirmações de Caldeira, não consigo deixar de perceber a semelhança de recortes e seleções feitas por Gustavo Barroso ao Museu Histórico Nacional, mesmo sendo 50 anos depois dos eventos da BN. Como apresentei no primeiro capítulo, o MHN tinha um acervo definido por Barroso focado em um público elitizado. O acervo serviria para tratar de uma história nacional idealizada e que um público almejado por Barroso visse este acervo. Independente do objetivo alcançado o acervo se manteve por décadas, inclusive, este acervo ainda se mantém na Reserva Técnica do museu para pesquisas internas, mas também nos salões expositivos do museu.

Diante do que foi apresentado, Gustavo Barroso se aproxima da ideia de um intelectual mediador. A mediação cultural, como interface intercultural entre grupos sociais e acervo cultural, estaria presente no MHN, independente dos objetivos de Barroso, da sua compreensão científica e proposta de história de nação em 1922. Nesta perspectiva, esta mediação cultural também estaria na última década do Museu em ações programadas por seus Planos Museológicos. Ações pragmáticas como visitas mediadas, cursos profissionalizantes, participação de grupos sociais periféricos para rodas de conversa no MHN são os produtos híbridos em zonas de contato da sociedade e a cultura material. A mediação cultural, portanto, seria observada, independente de objetivos e públicos. A mediação cultural apresentada por Caldeira trata das formas de comunicação e transformação de códigos voltados a públicos selecionados. Como afirmaram Gomes e Hansen, a mediação cultural seria um produto intercultural, ou o que Davallon apresentou como “interface”, mas não define os objetivos políticos e culturais desta interface. Nesta perspectiva, o MHN pôde ser espaço e ferramenta de mediação cultural por intelectuais mediadores de usos e visões distintos em vários períodos de sua existência.

Ao pensarmos a mediação cultural de Gomes e Hansen e utilizado por Caldeira, encontramos mediadores que aproximam grupos sociais e acervos culturais através da interface produzida em processo de mediação. **Entretanto, a mediação cultural feita por Galvão e Gustavo Barroso não é a mediação cultural abordada e construída pelas instituições culturais da contemporaneidade** e que aparece nos Planos Museológicos do MHN. A mediação cultural do MHN e outros museus do séc. XXI que buscam o acesso social, político e cultural é um interesse de nosso presente, diferente da mediação produzida por Ramiz Galvão



e Gustavo Barroso. Desta maneira, a mediação cultural de Gomes e Hansen pode ser ferramenta de análise sobre intelectuais mediadores de vários tempos históricos e do tempo presente, mas a compreensão museológica atual de mediação cultural e educação museal não pode ser conferida ao MHN de 1922.

Em mesma linha de raciocínio, o intelectual mediador proposto por Gomes e Hansen é um instrumento de análise de figuras científicas de períodos históricos mais distantes, como 1876 e 1922, e também em nosso tempo presente, mas conferindo seus métodos e objetivos políticos e culturais. Pedro Jardel Pereira<sup>223</sup> em sua pesquisa sobre mediação cultural nos traz o intelectual mediador da contemporaneidade ao tratar da divulgação da história e o alcance da história pública com as ferramentas tecnológicas do séc. XXI. O autor menciona vários exemplos de uso da *internet* e as redes sociais para trazer públicos com o conhecimento histórico. Entre os citados, Pereira menciona o portal Café História, organizado pelo historiador e professor Bruno Leal, e pelo *podcast* Leitura Obriga HISTÓRIA, dirigido por Icles Rodrigues. O portal Café História iniciou como iniciativa de Bruno Leal da divulgação de pesquisas e publicações da historiografia. O portal passou por fases, tornando-se *blog* e rede social até chegar no modelo atual como portal de divulgação por publicações, notícias e entrevistas. Diferente de Ramiz Galvão que articulava a editoração os Anais da BN para um público almejado específico, Leal procura entender seus públicos através de ferramentas de análise para saber quem entra, lê e consome o conteúdo do Café História.<sup>224</sup> Entretanto, Bruno Leal tem um público pretendido de não-historiadores com interesse em política e sociedade mas suas próprias pesquisas mostraram que este é apenas 32% do total alcançado, o que mostra o interesse de historiadores de formação no portal e a necessidade desta ferramenta de divulgação da história nos tempos atuais da desinformação.

Pedro Pereira menciona o portal Leitura Obriga História, organizado pelo historiador Icles Rodrigues que iniciou em 2015 como canal de vídeos no *Youtube* em 2015, mas que se estabeleceu com o *podcast* História FM, conferindo o diálogo com historiadores e suas pesquisas sobre temas de história e política selecionados por Rodrigues. Para Pereira, o trabalho destes historiadores na comunicação da história pela *internet* não é de menor importância. O trabalho em mídias digitais é visto como uma mediação cultural de códigos específicos que

---

<sup>223</sup> PEREIRA, Pedro Jardel Fonseca. A mediação cultural através das mídias digitais: o papel do intelectual mediador na produção e compartilhamento de conteúdos na *internet*. In: Revista Faces de Clio. Minas Gerais. Vol. 8. Ed. 15. 2022. p. 92 – 111.

<sup>224</sup> CARVALHO, Bruno Leal Pastor de. A divulgação do conhecimento histórico entre e fora dos pares: entrevista com Prof.Dr.Bruno Leal. Juiz de Fora (UFJF). In: Revista Faces de Clio. Minas Gerais. Vol. 8. Ed. 15. 2022. p. 92 – 111.

alcançam gerações por uma “formação de uma consciência histórica” através da *internet* e as mídias sociais nela inseridas. Para Pereira, estes códigos e ferramentas devem ser utilizadas pelos historiadores e a criação de várias ferramentas de divulgação da história evidencia o trabalho dos “bastidores” de profissionais em uma mediação cultural de pesquisas, autores, entrevistas com os públicos diversos e usuários das redes.<sup>225</sup>

Em conclusão, pela perspectiva de Pereira podemos compreender profissionais de história que estão no trabalho de divulgação científica através das novas mídias digitais como intelectuais mediadores em seu papel duplo de mediação e criação do conhecimento histórico. Bruno Leal, Icles Rodrigues, outros profissionais da história citados por Pereira, e professores de história entrevistados por Jezulino Braga estariam incluídos no papel de mediação cultural sendo intelectuais mediadores nesta criação de “interface”, o produto híbrido que aproxima públicos com o conhecimento histórico. Por outro lado, quando trato de “mediação cultural”, quero trazer aqui a mediação cultural que trata do exercício democrático da nossa contemporaneidade e promove a integração social cultural de grupos e indivíduos com suas expressões culturais ou novas expressões culturais que anseiam visibilidade e direitos.

Compreender a mediação cultural entre historiadores e públicos como proposto por Hansen e Gomes não foi a única forma de compreender a mediação cultural de grupos sociais e sua cultura material. E.P. Thompson em entrevista à *Radical History Review* de 1976, já inicia sua fala que as “mediações” entre “trabalhos artísticos e intelectuais” e a participação de indivíduos da sociedade não seriam de maneira direta, ao mesmo tempo que nestas “mediações culturais e morais” haveriam silêncios que a historiografia, até aquele período, não conseguia encontrar,<sup>226</sup> o que motivou o seu trabalho de pesquisa. Ellen Kay Trimberger, ao analisar o trabalho teórico de Thompson, compreende que a mediação que o autor trata é da “experiência” entre o “ser social” e a “consciência social”, sendo o “ser social”, a relação do indivíduo com sua vida material, enquanto a “consciência social”, ou consciência de classe, é a autoconsciência desta relação.<sup>227</sup> Ou seja, ao compreendermos cada indivíduo da sociedade como agente histórico, a experiência do indivíduo é a mediação cultural e moral que o faz ter a consciência sobre suas relações materiais, o que compreendemos na história serem culturais, econômicas e sociais. Trimberger nos explica que a “experiência” vista por Thompson, surge

---

<sup>225</sup> PEREIRA. Op. Cit. 2002. p. 102.

<sup>226</sup> MERRILL, Michael. An Interview with E.P.Thompson. *Radical History Review*. n.12, out de 1976, pp. 4–25.

<sup>227</sup> TRIMBERGER, Kay Ellen. E.P. Thompson: Understanding the Process of History. In: SKOCPOL. Theda (Org.) *Vision and Method in Historical Sociology*. Cambridge University Press. 1984. p. 212.

naturalmente nos indivíduos, com reflexão e pensamentos, por antigas experiências e outras autoconsciências de seus padrões culturais e sociais.<sup>228</sup>

A experiência construída pela memória e reflexão de indivíduos e grupos sociais para produzir uma “consciência social”, como abordada por Thompson, pode ser um bom exercício a ser usado nesta pesquisa quando pensamos não só historiadores no processo de mediação cultural entre conhecimento histórico e públicos. Os públicos da história e dos museus históricos, como indivíduos e grupos, são capazes de construir mediações de conhecimentos culturais e históricos com outros grupos sociais. Gomes e Hansen trazem à tona o intelectual mediador para deixar em evidência a figura de intelectuais que possibilitaram as trocas culturais e políticas públicas que tiveram consequência na história e historiografia, mas ao trazer a mediação cultural que pode ser construída por qualquer indivíduo, compreendo o papel agente das pessoas que visitam museus históricos e alocados em grupos que chamamos de públicos. O resultado da “experiência” como mediação é a compreensão da consciência social de indivíduos, o que seria seu acesso social e cultural e promoção da cidadania como propostos pela mediação cultural de Del Valle Cirmino e da Educação Museal proposta pelas instituições museais brasileiras. Neste olhar, a mediação cultural é possível de ser feita não só pela instituição, por intelectuais e por profissionais que tem como título o termo “mediador”. A mediação cultural construída na educação museal do Museu Histórico Nacional pode ser feita por funcionários, cientistas e também por seus públicos como autoridades de conhecimentos compartilhados.

#### **2.4. Autoridade Compartilhada no Museu Histórico Nacional**

Aqui volto a trazer o conceito de Autoridade Compartilhada por Michael Frisch. Em seu trabalho, o autor nos propõe que a pesquisa e construção da produção histórica não precisaria estar vinculada somente a profissionais de história, mas uma democratização da construção de conhecimento. Desta maneira, públicos saem de uma dimensão passiva ao consumir a história e historiadores se preparam para o processo colaborativo e de compartilhar a autoridade.<sup>229</sup> Como informei no início do capítulo, as compreensões de história pública não estariam vinculadas somente ao uso deste termo “história pública”, mas já dialogadas de outras maneiras com os mesmos propósitos de propor a divulgação da história e à autoridade

---

<sup>228</sup> TRIMBERGER. Op. Cit. 1984. p. 220.

<sup>229</sup> CAUVIN, Thomas. Op. Cit. 2016. p. 14.

compartilhada de historiadores com grupos sociais durante suas pesquisas. Um caso conhecido é do historiador Michel-Rolph Trouillot em seu trabalho “*Silencing the Past*” que aborda como foi o processo da construção histórica da independência do Haiti e de Cristóvão Colombo, e como silêncios foram permitidos para esquecer certos eventos e figuras vinculados<sup>230</sup>: “Qualquer narrativa histórica é um amontoado particular de silêncios, o resultado de um processo único, e a operação necessária para desconstruir estes silêncios varia em cada caso.”<sup>231</sup>

Trouillot nos narra, que até a década de 1970, a produção historiográfica sobre o Haiti ficou presa pela perspectiva do Ocidente<sup>232</sup>, não somente sendo escrita em francês, mas por uma compreensão externa a da comunidade haitiana. Entretanto, com o movimento de autonomia de povos na produção de suas histórias que surgia naquele período, a construção coletiva da história do Haiti foi escrita pela primeira vez na língua crioula haitiana em 1977, na qual médicos, advogados, jornalistas, políticos, professores do ensino básico e clérigos participaram deste processo.<sup>233</sup> O autor nos comenta do passado da historiografia eurocentrada. Para Trouillot, a divisão entre historiadores profissionais e amadores foi feita pelo Ocidente. Desta maneira, esta divisão não foi levada em conta por aqueles que participaram dos debates e de publicações na construção coletiva da história do Haiti em 1977. Estes indivíduos fizeram parte do grupo de historiadores de uma história viva. O autor defende que os seres humanos são participantes tanto como atores e narradores da história e a abundância de narradores mostra a própria limitação da teoria histórica determinada pelo Ocidente.

Trouillot nos narra o contexto em que a produção historiográfica se encontrava ao fim dos anos 1970. Como mencionado por Cauvin, a produção da história passou por diversas transformações até encontramos uma academia mais plural e diversa, em que o trabalho coletivo fosse discutido, praticado e divulgado na academia e fora dela. Entretanto, até que esta coletividade acontecesse, Trouillot via que o tamanho, complexibilidade e a relevância de onde a história era produzida era notavelmente fora da academia.<sup>234</sup> Para o autor, todos somos historiadores amadores em certos níveis de compreensão de nossa produção e aprendemos a história de amadores semelhantes porque antes mesmo de sermos sujeitos de nossos pares, nós

---

<sup>230</sup> TROUILLOT, Michael-Rolph. *Silencing the Past: Power and Production of History*. Boston, Massachusetts: Beacon Press, 1996. p. 27

<sup>231</sup> Tradução nossa: ...any historical narrative is a particular bundle of silences, the result of a unique process, and the operation required to deconstruct these silences will vary accordingly.

<sup>232</sup> O conceito de Ocidente é discutido por autores decoloniais e pós-coloniais como Homi. K. Bhaba. Este autor compreende o Ocidente, delimitado no Norte Global, como uma instituição que carrega e explora o capital simbólico, possuindo um bloco de poder na literatura, cinema e outras formas de produção de discurso. Conferir: BHABHA, Homi, K. *The Commitment to Theory*. *New Formations*, n. 5, 1988.

<sup>233</sup> TROUILLOT. *Op. Cit.* 1996. p. 56.

<sup>234</sup> *Ibid.* p. 19.

acessamos a história em celebrações, museus, feriados nacionais e no ensino básico.<sup>235</sup> Trouillot nos convida a ver os atores que participam da produção da história e os locais onde ocorre esta produção em diferentes artesãos de vários níveis, desde estudantes, diretores de cinema, escritores e outros participantes do público da história.<sup>236</sup>

Paulo Knauss, diretor do MHN entre 2015 a 2020, junto de Aline Montenegro Magalhães e Rafael Zamorano Bezerra, historiadores e funcionários do setor de pesquisa do MHN, publicaram sobre o “coleccionismo engajado” que ocorreu durante os anos da gestão de Knauss no Museu. Os autores informam que a instituição buscou uma construção coletiva com comunidades civis organizadas a partir de 2017.<sup>237</sup> As iniciativas mencionadas giraram em torno de rodas de conversa com movimentos da sociedade civil e pesquisa coletiva em acervos que envolvem os grupos sociais destes movimentos. As coleções mencionadas pelos autores foram o acervo das famílias Vila Autódromo, removidas durante a construção do complexo olímpico no Rio de Janeiro, o acervo da “Família Panair”, grupos de ex-funcionários da empresa Panair fechada em 1965, a coleção de Zaira Trindade que trata de 40 objetos de assentamentos africanos e de religiões afro-brasileiras, e a coleção do Movimento Feminista produzida nas rodas de conversa do movimento com o próprio MHN.

O acervo da Vila Autódromo é oriundo do Museu das Remoções, criado como movimento e projeto para tratar das histórias das famílias que estavam na Vila Autódromo desde o início dos anos 1960. A Vila foi uma das 119 favelas realocadas pela gestão Eduardo Paes (2009 – 2016) para as construções oriundas das Olimpíadas do Rio em 2016. Como informa os próprios autores, a construção do acervo e do Museu das Remoções foi um processo de luta e garantia da memória:

Mais de 500 famílias foram removidas dali para a construção do Parque Olímpico, do Centro de Mídia e das reformas de mobilidade urbana. Durante todo processo houve uma intensa mobilização dos moradores que utilizaram de ferramentas museológicas – como a criação do Museu das Remoções, “um instrumento de resistência e luta [...] contra as políticas de remoções, suas ações arbitrárias e consequentes apagamentos de memória”.<sup>238</sup>

O acervo constituído por escombros das casas de moradores foi compreendido como um conjunto de elementos representativos e documentos históricos da luta por moradia no

---

<sup>235</sup> Ibid. p. 20.

<sup>236</sup> Ibid. p. 25.

<sup>237</sup> KNAUSS, Paulo; MAGALHÃES, Aline Montenegro; BEZERRA, Rafael Zamorano. Sobre coleccionismo engajado no Museu Histórico Nacional. In: Em contato: comunidades, cultura e engajamento, 2019, São Paulo. Em contato: comunidades, cultura e engajamento. São Paulo: Museu da Imigração, 2019. v. 1. p. 35-44.

<sup>238</sup> Ibid. p. 39.

processo de gentrificação com a criminalização da pobreza.<sup>239</sup> A aquisição do acervo pelo MHN em maio de 2017 foi após um ano da inauguração do Museu das Remoções e nisto houve um trabalho contínuo com a participação das famílias para saber quais objetos seriam recebidos além de registros de fotos e vídeos que contam as histórias destas famílias.<sup>240</sup>

A coleção da “Família Panair”, também discutida e trabalhada com a equipe do MHN foi já iniciada em 2016 com a intenção de adquirir 600 itens e construída em conjunto com a Família Panair, como informa o relatório anual do MHN de 2016. De acordo com o próprio relatório, o processo de musealização<sup>241</sup> passou pelo manuseio e identificação dos 600 itens que foram arquivados e separados.<sup>242</sup> Para o MHN, a Panair não mostraria somente a importância histórica da empresa aérea, mas se confunde com a histórica política do Brasil contemporâneo. No processo coletivo de musealização, o relatório enfatiza:

A originalidade da coleção está também em reunir um registro de biografia coletiva, em que o conjunto de peças representa uma história compartilhada por muitos indivíduos e seus familiares, reunidos em torno da mais antiga associação de funcionários de uma empresa extinta no mundo.<sup>243</sup>

Outra coleção tratada é a de Zaira Trindade, que foi adquirida pelo MHN em 1999 após um trabalho técnico de musealização, que para os autores Knauss, Magalhães e Zamorano, não foi pleno, diante do desconhecimento à religião do Candomblé, enquanto a própria Ialorixá (mãe de santo) estava encerrando suas atividades religiosas para o processo de doação.<sup>244</sup> A coleção trata de 38 objetos de um terreiro de candomblé localizado na comunidade de Vila Vintém, no Rio de Janeiro, entre os bairros Padre Miguel e Realengo. Os autores nos informam a dificuldade de lidar com o acervo, o que motivou as rodas de conversa com membros do movimento negro. Aline Magalhães, em texto mais recente<sup>245</sup>, nos diz que a roda sobre a diáspora africana do MHN gerou um grupo de trabalho com objetivo de estudo e tratamento

---

<sup>239</sup> Ibid p. 39.

<sup>240</sup> BOGADO, Diana; PEIXINHO, Lia. Na luta pelo direito à moradia nasce o Museu das Remoções. e-cadernos CES, n. 36, 2021. Disponível em: <http://journals.openedition.org/eces/6745>. Acessado em: 13 jun 2023.

<sup>241</sup><sup>241</sup> Apesar de uma literatura vasta sobre compreender as formas de musealização, aqui trago o conceito abordado por Desvallés e Mairesse, ao ver a musealização como ação prática da museologia e em museus na qual é uma operação e processo científico em que objetos adquirem um estado de objeto de museus. Entre os elementos desta operação estão a seleção, aquisição, gestão, conservação, pesquisa, catalogação e comunicação.

<sup>242</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. Rio de Janeiro. 2016b. p. 26.

<sup>243</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2016b. p. 3.

<sup>244</sup> KNAUSS, Paulo; MAGALHÃES, Aline Montenegro; BEZERRA, Rafael Zamorano. Op. Cit. p. 40.

<sup>245</sup> MAGALHÃES, Aline Montenegro. Da diáspora africana no Museu Histórico Nacional: um estudo sobre as exposições entre 1980 e 2020. ANAIS DO MUSEU PAULISTA, v. 30, 2022. p. 18 – 19.

desta coleção que constituem assentamentos<sup>246</sup> de Oxum, Iemanjá, Ogum e Obuluaê mas nunca haviam sido expostos no Museu Histórico Nacional, pois estes são o sagrado a não ser visto a não-iniciados do Candomblé. Em roda de conversa, a participação de Tat'Etú Lengulukenu, sacerdote do terreiro Inzo Unsaba Ria Inkosse, foi profícua no processo de tratamento das peças:

O acervo foi exposto na reserva técnica do MHN para a visita do Babalorixá, que na ocasião, identificou a relação das peças com a liturgia do candomblé e os elementos materiais que devem ser preservados na conservação preventiva. Identificou também que o sagrado ainda está presente nos objetos e que deverá ser realizado um ritual visando dessacralizá-los, tornando-os de fato, acervos museológicos.<sup>247</sup>

O trabalho com as peças analisadas e pesquisadas junto de Tat'Etú foi utilizado na revitalização da exposição Cidadania em Construção, o último módulo de exposição de longa duração do MHN, abordando o direito ao livre culto, perseguições a religiões de matriz africana e ao racismo que populações negras passam ainda na sociedade brasileira.<sup>248</sup> O trabalho coletivo junto de membros vinculados aos acervos adquiridos, construídos e pesquisados permitiu uma nova abertura do MHN para pensar seus próprios acervos. O acervo da Vila Autódromo fez parte de exposição Cidadania em Construção em vitrine que traz a relação com outras remoções como a do Morro do Castelo durante o processo de urbanização para a Exposição de 1922.<sup>249</sup> Da mesma forma, a construção coletiva com a Família Panair iniciada em 2016 possibilitou uma exposição temporária no museu em 2019 entre 11 de julho a 29 de setembro, botando em evidência este acervo coletivo feito por ex-funcionários que antes eram visitantes a espaços do MHN se tornavam pesquisadores participantes do museu.

O último trabalho citado por Knauss, Magalhães e Zamorano é o grupo com rodas de conversa do Movimento Feminista, encabeçado pela professora Hildete Pereira de Melo Hermes como peça-chave deste movimento. As rodas organizadas trataram da participação das mulheres na história do Brasil e seu produto final foi a coleção do Movimento Feminista que contém não somente livros de autoria de membros do movimento, mas objetos que fizeram parte simbólica da vida de lutas destas mulheres, como óculos, cinzeiro, e até um telefone, objeto usado para contato de reuniões do grupo. Os objetos, processo de musealização, se

---

<sup>246</sup> Aline Magalhães nos aponta os assentamentos - objetos sagrados do iniciado do candomblé - como relação forte com a espacialidade sacralizada do terreiro, a natureza e os iniciados. O terreiro é, portanto, foco da memória e ação construtiva do legado africano.

<sup>247</sup> KNAUSS, Paulo; MAGALHÃES, Aline Montenegro; BEZERRA, Rafael Zamorano. Op. Cit. p. 41.

<sup>248</sup> MAGALHÃES, Aline Montenegro. Op. Cit. p. 19.

<sup>249</sup> MAGALHÃES, Aline. Rastros e restos nos interessam. In: Exporvisões: Miradas afetivas sobre museus, patrimônios e afins. Disponível em <https://exporvisoes.com/2020/10/30/rastros-e-restos-nos-interessam/>

tornaram símbolo da prática da militância.<sup>250</sup> Para os autores, as práticas aplicadas nestes últimos anos pelo MHN foram propostas de autoridade compartilhada, ao perceberem como o museu é um espaço que por muito tempo foi elevado a lugar de autoridades acadêmicas e científicas e perpetuando práticas colonizadoras que retiram objetos de contextos culturais próprios. Para os autores, a autoridade compartilhada proposta por Frisch é potencializadora de compartilhar saberes diversos:

...permitindo um tratamento museológico mais consistente, que potencialize sua característica documental. É também uma prática decolonial, no sentido de construir narrativas museológicas mais plurais, justamente em instituições tão marcadas pela ação do estado, pelas narrativas historiográficas consagradas pelo discurso do poder.<sup>251</sup>

Os autores estão conscientes que a autoridade compartilhada está relacionada ao trabalho de uma museologia participativa. Paulo Knauss, ciente dos debates da história pública, já participava de publicação organizada sobre o tema para tratar de desenvolvimento dos museus em seu caráter público e social ao ver os desafios que os museus tem na história pública. Ele cita a mesa de Santiago do Chile de 1972 que defende um museu integral a serviço da sociedade.<sup>252</sup> Desta maneira, como apresentei sobre as instituições compostas por acordos sociais, como defendeu Mary Douglas, o MHN, composto por seu diretor e pesquisadores, envolveu-se num processo social que inclui os públicos no processo de criação, musealização e mediação da história.

A história pública construída no MHN pode ser compreendida na autoridade compartilhada do Museu ao ver seus públicos como uma sociedade ampla e diversa que pode acessar o museu em suas diversas camadas, como disse o próprio diretor no Relatório anual de 2019:

Cabe registrar que todas as ações desenvolvidas ganham sentido diante do desafio de preparar o Museu para o seu centenário em 2022, que coincide com o bicentenário da Independência do Brasil, tendo como meta oferecer aos públicos um edifício modernizado e um espaço público revigorado com capacidade de favorecer todas as suas potencialidades, além de programas de trabalho estruturados e consistentes capazes de animar o MHN como centro de produção compartilhado com a sociedade.<sup>253</sup>

---

<sup>250</sup> KNAUSS, Paulo; MAGALHÃES, Aline Montenegro; BEZERRA, Rafael Zamorano. Op. Cit. p. 40.

<sup>251</sup> Ibid. p. 42

<sup>252</sup> KNAUSS, Paulo. Quais os desafios dos museus em face da história pública?. In: Ana Maria Mauad; Ricardo Santhiago; Viviane Trinda Borges. (Org.). Que história pública queremos? 1ed. São Paulo: Letra e Voz, 2018, v. 1, p. 141-146.

<sup>253</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. Rio de Janeiro, 2019. p. 7



Percebo que a autoridade compartilhada produzida pelo MHN é possível diante dos processos de mediação cultural que pude debater nesta pesquisa. Os intelectuais mediadores do MHN são essenciais para o processo de mediação entre o conhecimento histórico acumulado nas coleções do Museu e estes mediadores podem ser encontrados em várias esferas da instituição: os núcleos de pesquisa, educação e comunicação que participaram das rodas de conversa com os grupos da sociedade civil; os núcleos de pesquisa e de acervo que estiveram no processo de documentação e musealização destes acervos adquiridos e pesquisados; e novamente os núcleos de exposição, educação e a direção do MHN que esteve acompanhando desde o começo, para que esta museologia integral também se encontre na comunicação das exposições e visitas educativas.

Ao mesmo tempo, a mediação defendida por E. P. Thompson – a experiência dos agentes históricos para sua consciência social – é eficaz em análise das experiências do MHN. A experiência dos moradores da Vila Autódromo, ao perceberem suas remoções e sua localização como um outro tipo de cidadão pensado pela gestão da cidade do Rio de Janeiro faz os moradores discutirem que cidade é esta que estava sendo construída para as Olimpíadas de 2016:

O processo de remoção foi tenso e envolveu luta, sangue, disputa. Pelo menos 580 famílias foram removidas. Talvez, a prefeitura não contasse com a resistência de 20 famílias que insistiam em dizer: “Nem todos têm um preço”. Essas 20 famílias, com o auxílio de apoiadores e amigos, (r)existiram, inventaram novas possibilidades de estar no mundo e venceram os Jogos Olímpicos.<sup>254</sup>

Vimos que nas rodas do Movimento Negro, os 38 itens da coleção Zaira Trindade precisavam de um aprofundamento e análise que a equipe do museu não poderia ter acesso. O Babalorixá Tat’Etu Lengulukenu não estaria também como um intelectual mediador, pois os objetos estavam na esfera do sagrado, tanto que para o sacerdote, os objetos ainda estavam sacralizados. Entretanto, as conversas da equipe do MHN e o sacerdote os fizeram perceber que Zaira Trindade tinha intenções de deixar o seu sagrado, os assentamentos, para serem vistos, mas queria que o acolhimento deste sagrado fosse com respeito.<sup>255</sup> A mediação dos

---

<sup>254</sup> CHAGAS, M. S.; BOGADO, D. . A Museologia que não serve para a vida não serve para nada: O Museu das Remoções como potência criativa e potência de resistência. In: Lia Calabre; Eula Dantas Taveira Cabral; Maurício Siqueira, Vívian Fonseca. (Org.). Memória das Olimpíadas no Brasil: Diálogos e olhares. 1ed.Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2017, v. 1, p. 143.

<sup>255</sup> SESSÃO 2: “Autoridade compartilhada e produção de conhecimento nos museus”. Rio de Janeiro: Museu Histórico nacional, 2021. 1 vídeo (123 min). Disponível em: <https://bit.ly/3j4SHWY>. Acesso em: 13 jun de 2023. Apresentação de Tat’Etu Lengunlukenu et al. no Seminário do Museu Histórico Nacional: Escutas, conexões e outras histórias nos museus, realizado entre 13 e 14 de outubro de 2021.

intelectuais mediadores do museu se dá no aspecto das próprias rodas de conversa serem a “interface” que aproximasse membros do Movimento Negro com o acervo discutido e apresentado. A experiência de Tat’Etu como sacerdote e “ser social” é que permitiu que a equipe do MHN possa ter conhecido e aprendido com aqueles objetos em processo de musealização. De forma semelhante, as rodas de conversa do Movimento Feminista foram a interface de mediação da equipe do MHN para que as mulheres membros do Movimento pudessem dialogar para a produção da coleção, atraindo objetos diversificados e com simbologias específicas por estas mulheres, mas este diálogo, mais uma vez, foi possível pelas experiências do Movimento ao transmitiram sua “consciência social” como “seres sociais” do Movimento Feminista.



Figura 6: Coleção Zaira Trindade na exposição Cidadania em Construção.  
Fonte: Museu Histórico Nacional.<sup>256</sup>

<sup>256</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Retrospectiva MHN: Confira os destaques de nossa programação em 2021. Disponível em: <https://mhn.museus.gov.br/index.php/retrospectiva-mhn-confira-os-destaques-de-nossa-programacao-em-2021/>. Acesso em 27 jul 2023.

### 2.4.1. Outras ações colaborativas em museus

Vemos pela experiência coletiva do MHN, que o trabalho da autoridade compartilhada não está fincado à parte final de produção historiográfica, como a divulgação ou mesmo a narrativa. Thomas Cauvin nos diz, que apesar do trabalho de Frisch em 1990 ter iniciado sobre a história oral, a autoridade compartilhada pode ser vista, atualmente, como trabalho interpretativo e de produção de sentidos.<sup>257</sup> Compartilhar a autoridade historiográfica, desta maneira, pode ser aplicada no desenho de projetos, questionários de pesquisas, produção de coleções e até no processo de interpretação destas ações.<sup>258</sup>

Entretanto, como já discutido nas intercessões da nova museologia e a história pública, a autoridade compartilhada é uma proposta e almejada no processo participativo de públicos com os museus há algumas décadas. A nova museologia, definida na Declaração de Quebec em 1984, trouxe aspirações de profissionais de museus a ações feitas entre museus e comunidades já no final dos anos 1960.<sup>259</sup> A própria declaração enfatiza que as ações tradicionais dos museus como conservação, educação e identificação, devem ser integradas às populações. A Declaração de Quebec tornou-se lugar que compreendeu todas as museologias pensadas e trabalhadas naquele período. A Declaração de Santiago de 1972 tratava destas ações, mas enfatizou-se em olhar mais para a América Latina na busca da sociedade pelo acesso à cultura. O museu integral ou ecomuseu, conceituado por Hugh de Varine e René Rivard<sup>260</sup> em 1972 estariam entre as várias experiências integradas em 1984. Os museus comunitários e ecomuseus já eram experiências utilizadas há mais de uma década naquele período por alguns países da Europa, América do Norte e América Latina, mas não havia um movimento sumarizado que integrasse estas ações. Em 1985, Georges Henri Rivière apresentou uma concepção desenvolvida dos ecomuseus (hoje chamados de museus comunitários) que se interseccionam com a autoridade compartilhada.<sup>261</sup>

---

<sup>257</sup> CAUVIN, Thomas. Op. Cit. 2016. p. 216.

<sup>258</sup> Ibid. p. 217.

<sup>259</sup> DECLARAÇÃO DE QUEBEC. Op. Cit. 1999.

<sup>260</sup> MAYRAND, Pierre. The new museology proclaimed. In: ICOM. Museum International. Volume, 37, n. 4, 1985. 200–201.

<sup>261</sup> Tradução nossa: An ecomuseum is an instrument conceived, fashioned and operated jointly by a public authority and a local population. The public authority's involvement is through the experts, facilities and resources it provides; the local population's involvement depends on its aspirations, knowledge and individual approach.

Um ecomuseu é um instrumento concebido, desenhado e operado juntamente por uma autoridade pública e uma população local. O envolvimento da autoridade pública é através de especialistas, estabelecimentos e recursos que ela providencia. O envolvimento da população local depende de suas aspirações, conhecimento e abordagens individuais.<sup>262</sup>

Trabalhos se seguiram em décadas seguintes na nova museologia com a museologia social, os pontos de memória, os museus comunitários, museus locais e de território, mas uma dificuldade que se manteve e analisada com muitos projetos e trabalhos é do trabalho coletivo em museus mais tradicionais e mais conhecidos pela população brasileira. De acordo com pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) de 2010<sup>263</sup>, quase 70% da população brasileira nunca foi a museus e centros culturais. O acesso à cultura não se limita só a museus, pois pouco mais da metade da população não iria a cinemas e shows de música. Enquanto isso, 78% assiste filmes e TV em casa. Em nossa esfera do séc. XXI, e dos contextos das desigualdades sociais, as trocas e substituições de manifestações culturais por mídias de massa tem sido corrente por meio da homogeneização da globalização.<sup>264</sup> Ao mesmo tempo, tínhamos em 2010 um pouco mais de 3 mil museus<sup>265</sup> para abarcar diversos grupos sociais e expressões culturais espalhadas pelos 196 milhões de brasileiros daquele ano. O desafio atual é continuar a promoção da integração social com a cultura, através das várias formas da Museologia Social e da História Pública que podem nos auxiliar como públicos agentes e intelectuais mediadores. No caso da população LGBTQIA+, a Museologia LGBTQ+ tem sido a articulação com o intuito de evidenciar a memória LGBTQIA+ há muito tempo silenciada pelos museus tradicionais.

Tony Boita, em sua cartografia etnográfica das memórias desobedientes<sup>266</sup>, busca pelas memórias de sexualidades desobedientes exiladas dos lugares de memória e instituições culturais. O autor nos diz que até o fim dos anos 1990, diante da epidemia de AIDS, ainda não havia uma produção museológica ou de memória LGBTQIA+ nas instituições brasileiras, enquanto já haviam museus em 7 países, estabelecidos entre 1967 a 1999 motivados por

---

<sup>262</sup> RIVIÈRE, Georges Henri. The ecomuseum—an evolutive definition. In: ICOM. Museum International. Volume, 37, n. 4, 1985. p. 182–183.

<sup>263</sup> CORREIO DO ESTADO. O Ipea constata que 70% da população nunca foi a um museu. Correio do Estado, Campo Grande, 17 nov. 2010. Disponível em: < [https://correiodoestado.com.br/correio-b/ipea-constata-que-70-da-populacao-nunca-foi-a-um-museu/85922/#:~:text=Cerca%20de%2070%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o,%2C%20divulgada%20hoje%20\(17\)>](https://correiodoestado.com.br/correio-b/ipea-constata-que-70-da-populacao-nunca-foi-a-um-museu/85922/#:~:text=Cerca%20de%2070%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o,%2C%20divulgada%20hoje%20(17)>). Acesso em: 13 jun 2023.

<sup>264</sup> UNESCO. Recomendação sobre a salvaguarda da cultura tradicional e popular, 1989. p. 4. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Recomendacao%20Paris%201989.pdf>. Acesso em 13 jun 2023.

<sup>265</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Museus em Números. Brasília, v. 1, 2011. p. 16.

<sup>266</sup> BOITA, Tony Willian. Cartografia etnográfica de memórias desobedientes. 2018. 214f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia.

movimentos sociais, e comunidades de museus.<sup>267</sup> Em discussões coletivas, Jean Baptista, Tony Boita desenvolvem a categoria conceitual da Museologia LGBTQ+, uma museologia pedagógica e plural, que pretende problematizar os esquecimentos dos museus brasileiros, evidenciar a história LGBTQ+ de atores históricos diversos, valorizar as diferenças e é solidária com a autoafirmação das diversas identidades sexuais e de gênero.<sup>268</sup> Entre as ações vinculadas ao trabalho da Museologia LGBTQ+, foram construídas a Rede LGBTQ de Memória e museologia Social e a Revista Memória LGBTQ, um periódico colaborativo, publicado desde 2013, e que trata das várias identidades dissidentes e múltiplas sexualidades. Para Boita e Baptista, o Museologia LGBTQ+ está em constante renovação e transformação e que inclui o conjunto de ações colaborativas da América Latina.<sup>269</sup>

Outras museologias colaborativas também estão em efusão. No caso das nações indígenas, e de acervos oriundos de suas culturas, a esfera museológica tem construído novas ferramentas de integração e participação coletiva. Atualmente a Museologia Colaborativa tem sido um campo que trata especificamente da participação coletiva de nações indígenas para analisar, investigar e musealizar acervos de seus próprios povos. Claudia Lopez Garcés, Valdemar Ka'apor e outros autores nos informam do desenvolvimento da museologia colaborativa no processo de integração entre povos nativos com seus objetos custeados nos espaços dos museus.<sup>270</sup> Para os autores, a museologia colaborativa é um conceito que agrega várias experiências democráticas em museus, e no caso dos autores, envolve a participação dos povos indígenas nos processos de curadoria, pesquisa e exposições, reintegrando objetos de maneira central entre museus e comunidades locais, estreitando relações num processo de mudança estrutural e de descolonização.<sup>271</sup> Neste processo, os museus etnográficos estariam refletindo sobre seus privilégios e suas próprias posições de poder e hierarquia nas práticas de pesquisa.

Marília Xavier Cury traz trabalhos recentes de museologia colaborativa no processo de construção de exposições com povos nativos, sendo o mais recente (à escrita desta pesquisa) já

---

<sup>267</sup> Ibid. p. 49.

<sup>268</sup> SANTOS, Suzy da Silva. Ecomuseus e museus comunitários no Brasil: estudo exploratório de possibilidades museológicas. 2017. (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo. São Paulo.

<sup>269</sup> BAPTISTA, J.; BOITA, T.; WICHERS, C. O que é Museologia LGBTQ. Revista Memórias LGBTQ, v. 12, p. 10-16, 2020.

<sup>270</sup> LÓPEZ GARCÉS, Claudia Leonor et al. Conversações desassossegadas: diálogos sobre coleções etnográficas com o povo indígena Ka'apor. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, Belém, v. 12, n. 3, p. 713-734, set./dez. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bgoeldi/a/HSFH4LLwJf6KdYjNvzMf9gS/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 27 abr. 2023.

<sup>271</sup> Ibidem.

intitulando sobre a Museologia Colaborativa<sup>272</sup>. Em 2012, Cury relata pela primeira vez sua experiência ao compartilhar sua curadoria com os povos Kaingang da Terra Indígena Vanuíre para tratar do acervo do Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre em Tupã, no estado de São Paulo. À época, o termo ‘museologia colaborativa’ ainda não estava estabelecido, mas Cury propõe um método cooperativo de trabalho entre o povo Kaingang e a equipe curatorial do museu.<sup>273</sup> Cury nos informa que o trabalho cooperativo com os Kaingang foi um trabalho complexo que envolvia muita responsabilidade, mas também diálogo e alteridade para que as vozes dos daqueles povos fossem ouvidas durante todo o processo curatorial e expográfico:

As inúmeras conversas e formas de aproximação permitiram que a narrativa fosse se consolidando. Aos poucos percebemos que as memórias dos antepassados estavam aprisionadas e que a exposição seria uma excelente estratégia para torná-las ativas. Mais do que uma consciência sobre as potencialidades da memória, a participação deflagrou uma necessidade de falar pelas sucessivas gerações que viveram a expropriação do território de forma violenta, a privação de certas práticas culturais e religiosas, a imposição de outra estrutura econômica, as punições e humilhações etc. As conversas revelaram o que queriam dizer sobre o quanto sofreram.<sup>274</sup>

Cury nos faz perceber que o trabalho coletivo com os povos nativos, para sua representação museológica, não é um trabalho fácil, mas necessário. O trabalho de mediação de especialistas com os povos nativos foi um trabalho complexo e fundamental para gerenciar profissionais, suas expectativas e dos povos Kaingang, na qual todas as visões são transformadas no processo de trabalho, sendo mais rico que a própria exposição.<sup>275</sup>

Ao compararmos com a autoridade compartilhada, Thomas Cauvin nos diz que historiadores públicos devem lidar com as emoções dos públicos ao se adentrar num plano de reações, desacordos e discussões, lidando com assuntos sensíveis e como devem confrontá-los.<sup>276</sup> No caso dos museus com temas históricos há uma complexidade específica, pois os museus tem em sua história um caráter celebratório, de visão triunfante de um passado identitário, porque celebrações estão associadas ao orgulho, glória, mártires e heróis, e acabam esquecendo muitos atores do passado, principalmente museus de história nacional e local.<sup>277</sup>

---

<sup>272</sup> CURY, Marília Xavier. Narrativas museográficas e autorrepresentação indígena - A museologia colaborativa em construção. Revista de Antropologia del Museo de Entre Rios, 2023.

<sup>273</sup> Cury, M. X. Museologia, Comunicação Museológica e Narrativa Indígena: a Experiência do Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre. Museologia & Interdisciplinaridade, v.1, n.1, p. 49–76. Brasília: Universidade de Brasília. 2012.

<sup>274</sup> Ibid. p. 70 – 71.

<sup>275</sup> Ibid. p. 75.

<sup>276</sup> CAUVIN, Thomas. Op. Cit. 2016. p. 217,

<sup>277</sup> Ibid. p. 219 – 220.

Cauvin, entretanto, aconselha que historiadores públicos de estudos de nacionalidade devem engajar públicos para enfrentar estereótipos, questionar as celebrações e aspectos obscuros do passado. Neste engajamento, várias vozes precisam ser ouvidas, sem preconceito, para diversificar o debate público. Ao mesmo tempo, o papel crítico de profissionais da história não deve ser afastado no trabalho coletivo, ao colher as vozes dos públicos, pois estes públicos precisam desse uso crítico historiográfico. Cauvin nos relembra que profissionais da história precisam enfrentar silêncios, histórias “controversas”, atores que se consideram donos de narrativas do passado e grupos que desejam revisar a história à sua própria perspectiva.<sup>278</sup> O autor nos adverte que a colaboração pode trazer reações indesejadas através de perseguições na mídia, redes sociais e com ações de ódio. Por isso, a autoridade compartilhada deve ser discutida de antemão antes de qualquer ação ao bem coletivo.<sup>279</sup>

#### **2.4.2. Autoridade Compartilhada e Multivocal do MHN.**

Cury e Cauvin nos informam a dificuldade do trabalho coletivo para propor exposições, representações e narrativas em museus e não estão sozinhos nessa afirmação. Dagny Stuedahl aponta que projetos inovadores de longo prazo em museus para engajamento de públicos requerem grande estrutura, organização e aquisição de recursos para estabelecer novas relações com visitantes e toda a sociedade.<sup>280</sup> Da mesma maneira, existe dificuldade na relação entre a equipe do museu com os grupos sociais em uma ação colaborativa. Stuedahl demonstra que há dificuldade de profissionais de museus de aceitarem compartilhar autoridade com participantes externos.<sup>281</sup>

Entre os estudos apresentados pelo autor – como o design expositivo e curadoria produzidos por adolescentes convidados e profissionais – há a questão da falta de confiança nas habilidades de participantes no processo curatorial, o que levanta a necessidade de se procurar ferramentas para que vozes externas a museus possam ser levadas em conta. O autor também aponta o pouco diálogo entre setores do próprio museu, como o caso de mediadores do setor educativo não participarem do processo curatorial/expográfico e de curadores não se interessarem pelas atividades educativas.<sup>282</sup> Stuedahl entende que ações participativas com

---

<sup>278</sup> Ibid. p. 221.

<sup>279</sup> Ibid. p. 225.

<sup>280</sup> STUEDAHL, Dagny. Participation in design and changing practices of museum development. In: DROTNER, Kirsten et al. *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*. Londres e Nova York: Routledge. 2019. p. 222.

<sup>281</sup> Ibidem.

<sup>282</sup> Ibid. p. 227.

públicos não são possíveis quando profissionais de museus não renunciam um pouco de sua autoridade.

Taavi Tatsi, ao analisar as transformações culturais e sociais do Museu Nacional da Estônia, compreende que uma curadoria colaborativa tem sido pouco praticada pela instituição e quando ocorria, funcionários do museu sentiam ansiedade e resistência por ver que o trabalho colaborativo com o público externo traria mais trabalho para a equipe museológica.<sup>283</sup> Ao mesmo tempo, Tatsi observou que o museu ainda tinha um caráter de museu templo mas também era reflexivo em suas ações e voltado à diversidade. Desta maneira, o público do museu era presente no processo inicial de produção de algumas exposições, mas posteriormente não era acionado para mudanças mais estruturais.<sup>284</sup> Apesar do resultado pouco colaborativo do museu pesquisado, o autor considera que a participação de públicos em projetos colaborativos do museu teve papel vital na transformação museológica e de seus profissionais, tanto para desafiar a relação de poder como na forma de expandir a comunicação do museu e a participação de seus públicos.<sup>285</sup>

Tatsi conseguiu arranjar, neste estudo, dois eixos de análise sobre museus e públicos: 1 - a dimensão social da comunicação do museu e 2 - a dimensão participativa do museu. A primeira dimensão trata de saber quem tem “voz” na instituição do museu e passa por dois extremos: o monovocal e o multivocal. Nesta linha, uma comunicação monovocal trata da única voz do museu em que indivíduos apenas visitam o museu e seu conteúdo, mas a cada estágio para uma comunicação multivocal a pessoa visitante se torna participante, cria redes, faz uso social de espaços e propõe projetos em grupo. Uma comunicação multivocal do museu permite que a agência e voz dos públicos sejam ouvidas pelos próprios públicos.<sup>286</sup> A segunda dimensão já trata das relações de poder entre especialistas do museu e as comunidades em uma linha que tem o extremo autoritativo (que vem da autoridade do especialista) para o colaborativo. O campo autoritativo é o mais comum em museus em que a presença de especialistas na pesquisa, curadoria e comunicação é central. O campo colaborativo coloca comunidades e especialistas juntos no campo de decisões estruturais do museu.<sup>287</sup>

Para Tatsi estas duas dimensões cruzadas criam 4 áreas cinzentas de comunicação com participação de museus (como aparece na figura 6) e que podem variar dependendo de projetos

---

<sup>283</sup> TATSI, Taavi. Transformations of museum-embedded cultural expertise. Tartu, Estonia: University of Tartu Press. 2013. p. 43.

<sup>284</sup> Ibid. p. 41.

<sup>285</sup> Ibid. p. 56.

<sup>286</sup> Ibid. p. 23

<sup>287</sup> Ibid. p. 25.



e intenções da instituição museológica. A Curadoria Comunitária envolve o aspecto monovocal e colaborativo das ações museais, enquanto a Curadoria Profissional é o trabalho feito pelos especialistas dos museus, tanto na produção de exposições como outras ações institucionais. Quando há o encontro da dimensão autoritativa com uma comunicação multivocal, o autor compreende que há uma Comunidade de engajamento contributivo, na qual as ações são iniciadas pelo museu, mas existe a contribuição de várias vozes no processo de musealização e outras ações institucionais do museu. Por último, o autor menciona a Autoria Colaborativa (Open Work)<sup>288</sup>, uma visão a ser almejada pelos museus, em que o trabalho colaborativo seja em todas as ações da instituição, e que públicos em diversas esferas sociais, como visitantes, pesquisadores e participantes estejam no processo de tomada de decisão e autoria das ações museográficas.

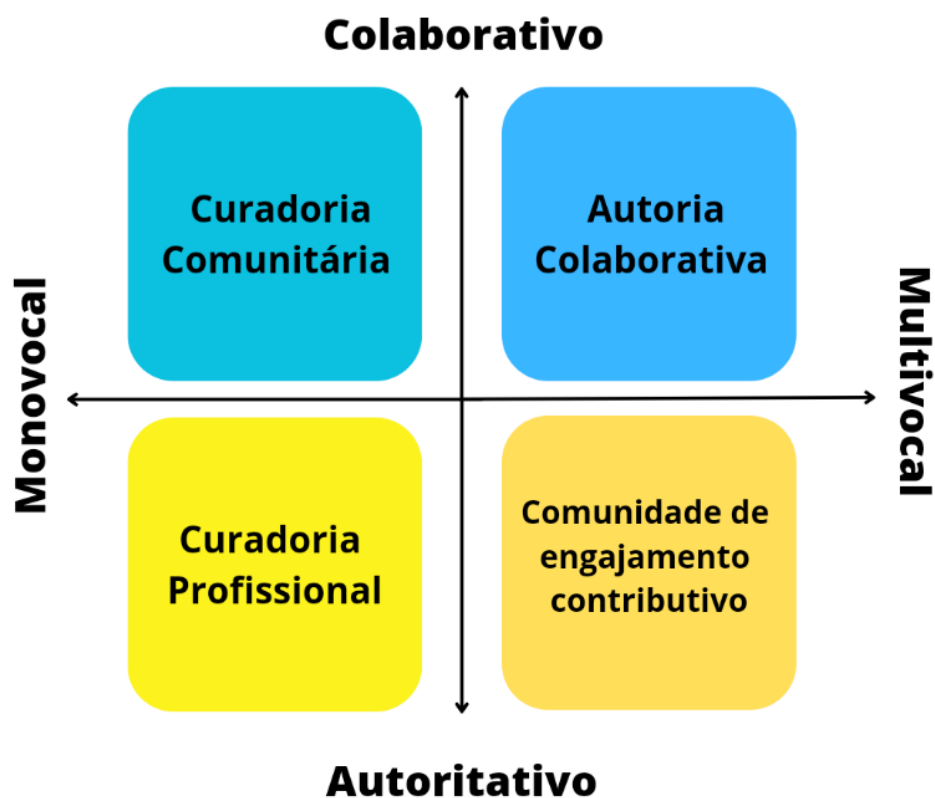


Figura 7 – Dimensões de comunicação e participação em museus  
 Fonte: Taavi Tatsi.<sup>289</sup>

<sup>288</sup> A tradução do termo Open Work para Autoria Colaborativa se deve à análise do autor ao trabalho de Theopisti Stylianou-Lambert, que compreende o Open Work em museus como ações de autoria e responsabilidade dos grupos sociais envolvidos no espaço museológico. Desta maneira, Open Work trata do acesso de públicos às tomadas de decisão no museu.

<sup>289</sup> Versão traduzida pelo autor da pesquisa.

Ao trazer para análise os 4 projetos feitos pelo Museu Histórico Nacional entre 2016 a 2020 posso compreender que todos os projetos propõem uma comunicação multivocal do museu. Como exemplos, cito a exposição “Nas asas da Panair”. O relatório de 2019 do MHN menciona que a exposição “Nas asas da Panair” foi desenvolvida através de uma estratégia de curadoria compartilhada com a Família Panair por ser uma comunidade que se relaciona com as peças e se vê representada por elas.<sup>290</sup> 696 peças foram selecionadas, catalogadas e expostas em 2019. As peças foram doadas por 42 ex-funcionários da empresa e num processo museológico é necessário que conversas com doadores sejam aplicadas para o processo de catalogação e pesquisa. Desta maneira, além das equipes de pesquisa, acervo e exposição do MHN, foram inseridas 42 vozes numa agência com intenção, ação e pensamento crítico, que em comunidade, puderam participar do processo de musealização numa mediação de suas experiências como seres sociais. Entretanto, não podemos afirmar que o trabalho conjunto foi uma Autoria Colaborativa.

Pela proposta de Tatsi, uma Autoria Colaborativa envolve a participação de públicos na tomada de decisões em todos os aspectos museológicos: pesquisa, documentação e comunicação. Não é encontrado nas fontes ou em publicações recentes uma descrição do processo colaborativo de formação da exposição. O que posso sugerir é que as 42 vozes da Família Panair estavam presentes no processo de documentação e pesquisa, mas no processo curatorial e narrativo, suponho que as equipes de profissionais do MHN foram mais presentes. Isto é baseado tanto na menção de reuniões das equipes do Museu sobre a exposição no Relatório de 2019, como também o catálogo da exposição mencionar apenas a professora e historiadora Mariza de Carvalho Soares como a curadora da exposição.<sup>291</sup>

O módulo “Cidadania em Construção” da exposição de longa duração passou por um processo desde 2017 para modificação de sua narrativa e inclusão de novos objetos e coleções adquiridas desde 2016. Mencionei anteriormente que os objetos da coleção Zaira Trindade e da coleção Vila Autódromo fizeram parte do módulo de longa duração. Como discutido, aponte que a mediação deste acervo com o MHN se deu pelo Babalorixá Tat’Etu Lengulukenu ao identificar o acervo como assentamos da Ialorixá com o desejo deste sagrado fosse mantido, pesquisado e exposto nos espaços do MHN. Aqui, apesar de se tratar de uma contribuição externa de um agente, o trabalho colaborativo de Tat’Etu também foi multivocal por estar

---

<sup>290</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op Cit. 2019. p. 5.

<sup>291</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Nas Asas da Panair: Catálogo da Exposição. Rio de Janeiro: Panair do Brasil e Artepadiha, 2019. p. 13.

fazendo parte do processo de musealização. Da mesma forma, as decisões de selecionar algumas peças para a exposição de longa duração se tratou de um trabalho curatorial especializado para relacionar com outros temas do Movimento Negro na exposição, levando a exposição ter uma participação mais autoritativa que colaborativa. Aline Magalhães nos informa que mesmo após a inserção de mais elementos negros e afro-brasileiros na exposição, não houve maior visibilidade da história negra do Brasil e que exposições do próprio MHN: “...continuam marcadas por silenciamentos, hierarquização, domesticação e invisibilização da história africana.”<sup>292</sup> Nesta perspectiva, compreendo que o trabalho de pesquisa, comunicação e acesso da comunidade negra ao MHN precisa ser constante, para pensar em projetos organizados e desenvolvidos por pessoas negras das equipes do MHN e do movimento negro que almeja o direito de representação e à memória.

O acervo da Vila Autódromo foi constituído por residentes removidos da Vila, participantes do Museu das Remoções e especialistas do MHN e de outras instituições como Mario Chagas, diretor do Museu da República, à época. O acervo foi adquirido pelo MHN em 2017 e seus objetos passaram por duas exposições. A primeira foi em 2017 após a aquisição da coleção e o planejamento passou por reuniões com a o movimento e o Museu das Remoções. A exposição é lançada em maio do mesmo ano, apresentando objetos e histórias das famílias que se relacionam com aqueles vestígios de suas casas. A segunda exposição foi a inserção de alguns dos objetos da coleção fazerem parte do módulo “Cidadania em Construção” em 2018. Os objetos foram arranjados com elementos de outras remoções históricas do Rio de Janeiro, como a derrubada do Morro do Castelo. Uma janela de alumínio da Vila foi exposta ao lado de uma pia batismal do Morro do Castelo. Em entrevista, Paulo Knauss relata que esta organização subjetiva demanda o ato interpretativo de públicos como também foi da curadoria para promover local de debates.<sup>293</sup>

Não foi possível encontrar nas fontes como foi o processo colaborativo das equipes do MHN com o Museu das Remoções para as duas exposições. O que posso apontar é que os autores citados que mencionam estas coleções compreendem um trabalho colaborativo, o que concordo, e na perspectiva de Tatsi existe uma Comunidade de engajamento contributivo nos processos de aquisição de acervo e musealização. Suponho que na primeira exposição que tratou somente do acervo do Museu das Remoções, a comunidade da Vila Autódromo esteve

---

<sup>292</sup> MAGALHÃES, Aline Montenegro. Op. Cit. p. 21.

<sup>293</sup> QUEIROZ, Cristhina. Museus de história descubrem tesouros na reserva técnica. Pesquisa Fapesp, São Paulo, n. 322, p. 16 - 25, dezembro 2022. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/museus-de-historia-descubrem-tesouros-na-reserva-tecnica/>. Acesso em: 13 jun. 2023.

integrada no processo curatorial. Já na segunda exposição, que faz a correlação interpretativa entre atuais e antigas remoções da cidade do Rio, seria uma proposta curatorial das equipes do MHN. Em conclusão, mesmo mantendo comunicação multivocal com os públicos agentes em que o MHN se integrou, o processo colaborativo curatorial e narrativo ainda é mais intrínseco a especialistas do museu até que outras experiências surjam. Entretanto, vejo o trabalho produzido pela direção e equipes do MHN como profícua no debate das relações de poder dos museus históricos e como exercício da autoridade compartilhada a ser registrada e mais pesquisada. Ao mesmo tempo, posso perceber a agência destes grupos e públicos nestas 4 atividades. A intenção, ação e pensamento crítico dos públicos foram necessárias para as rodas de conversa, a seleção de acervos e na construção de exposições. Esta agência não estaria em todas as atividades, principalmente no desenvolvimento curatorial, mas ainda é possível ser observada uma agência efetiva destes grupos.

Observar a autoridade compartilhada no Museu Histórico Nacional foi um exercício de entender a produção historiográfica e sua divulgação através dos museus históricos, que por muitos anos foram esta ferramenta para outras histórias e silêncios. Ao trazer como análise as atividades do MHN com as 4 coleções citadas, não venho propor que quanto mais participativo o museu será melhor, mais democrático e mais acessível. Tati e Cauvin informam que todas as formas de comunicação e participação são legítimas ao espaço museológico. A análise trazida aqui serve para ver como podemos construir novas formas de compartilhar o trabalho histórico de maneira crítica. Cauvin nos ilustra<sup>294</sup>:

Para adotar uma autoridade compartilhada, historiadores podem compartilhar não só os resultados finais, mas também as atividades interpretativas. O objetivo não é fazer uma história baseada em opiniões, mas fazer o público ter entendimento de um passado mais crítico.<sup>295</sup>

Compreender até aqui a transformação do MHN, seu papel institucional, de suas equipes e como a história pública pode ser produzida e mediada em seus espaços, me coloca à vontade de abordarmos os públicos acolhidos e reconhecidos pelo Museu Histórico Nacional. Até o momento pude abordar sobre quais públicos o MHN de 1922 se direcionava. Trouxe neste capítulo quais grupos sociais de públicos o MHN foi capaz de compartilhar a autoridade historiográfica e museológica. Já é relatado em pesquisas como os públicos tem papel agente

---

<sup>294</sup> CAUVIN, Thomas. Op. Cit. 2016 p. 226.

<sup>295</sup> Tradução nossa: ...to foster shared authority, historian could share not only the final results but also their interpretive activities. The objective is not to make history mor opinion-based, but to make public understanding of the past mor critical.

em Museus e outras esferas sociais e midiáticas. O MHN, em seus planos museológicos, também compreende a agência de seus públicos. O que proponho analisar no próximo capítulo é quais públicos agentes o MHN imaginou e observou em si e quais ações, mediações e colaborações o museu conseguiu produzir.

## **Capítulo 3: Públicos Museais - Ações do Museu Histórico Nacional diante da agência de seus públicos**

### **3.1. Públicos do Museu Histórico Nacional**

Como discutido no primeiro capítulo, os públicos são entendidos pelos museus contemporâneos como grupos sociais que possuem uma voz ativa de escrita, escuta, participação, respostas e nas mediações entre o patrimônio cultural de grupos sociais com as instituições museológicas que resguardam este patrimônio. No caso dos museus históricos, a agência dos públicos se relaciona na agência histórica dos sujeitos históricos representados e construídos na produção histórica e de sua comunicação. Entretanto, os públicos, sendo grupos ou somente um indivíduo não estão sozinhos no mundo. Os públicos dos museus históricos estão inseridos na sociedade contemporânea, que pela perspectiva de Jean Baudrillard, é uma sociedade de consumo, imersa na universalidade das novidades oferecidas pela mídia de massa no âmbito político, histórico e cultural.<sup>296</sup> Esta sociedade passou por transformações constantes pela mídia em que se inseriram e com a qual se relacionaram, moldando relações sociais e suas relações com referências culturais e históricas no século XX e XXI. Nesta última década, vemos as relações sociais se estenderem pela internet e redes sociais e a história é consumida como produtos mercantilizados, por meio de filmes, romances, videogames, redes sociais, etc.

#### **3.1.1. História e públicos do consumo**

Jerome de Groot apresenta o ato de consumo da história e a forma como a História Pública pode se relacionar neste processo. Desta maneira, o autor questiona as implicações da história como produto a ser consumido. De Groot descreve a história na cultura popular e das mídias de massa como algo múltiplo, multiplicador, mas também instável e pontua que o lugar “histórico”, diante do sentimento de nostalgia da sociedade de consumo, se tornou importante e complexo nas práticas representacionais.<sup>297</sup> O autor nos diz ainda que usos de representação do passado são de um interesse comercializável através de usos da publicidade, cinema da internet. O conhecimento histórico é cooptado a serviço da indústria cultural para encorajar o

---

<sup>296</sup> BAUDRILLARD, Jean. *The Consumer Society: Myths and Structures*. Sage Publications, London, 1998.

<sup>297</sup> DE GROOT, Jerome. *Op. Cit.* 2009, p. 4.

público consumidor a produtos específicos. A história não seria um *commodity*, mas uma estratégia comercial, segundo o autor.<sup>298</sup>

O autor questiona como as tecnologias da atualidade podem ter transformado a história em consumo. Em exemplos, de Groot nos aponta como as séries de televisão, romances históricos, filmes “de época” e documentários são alguns casos em que a história é inserida num produto rentável e lucrativo.<sup>299</sup> Desta maneira, a história como estratégia comercial envolve a relação de eventos e agentes históricos com marcas e produtos. Da história se retiraria arquétipos (*tropes*) para serem associadas a estes *commodities* e práticas de consumo diante do *status* que o passado possui ao desejo econômico e do consumidor.<sup>300</sup>

Já observando as transformações da sociedade de consumo, Néstor Canclini percebe as mudanças do uso dos espaços de memória e história no processo de hibridização das culturas. Esta hibridização ocorre, para o autor, através das mudanças tecnológicas e das novas formas de utilizar-se dos espaços, públicos e privados, em que a sociedade se encontra. As comunicações, antes comuns no espaço urbano, como *outdoors*, cinema, teatro e jornais impressos, seriam levadas para dentro de casa quando as mídias de massa se tornam presentes como formas mais acessíveis de comunicação.<sup>301</sup> O celular *smartphone* é o exemplo mais recente desta transformação em que se encontram a televisão, e cinema como locais de socialização. Ao mesmo tempo, o público interfere nos espaços urbanos, como em monumentos de memória – as estátuas públicas e os museus. Os públicos interferem nestes espaços na forma de protestos e pichações, trazendo, portanto, novos sentidos de interesse político aos locais de história que não representam os grupos sociais que intervêm nesses espaços.<sup>302</sup> O caso recente do “incêndio” à estátua do Borba Gato em São Paulo traz para a realidade das ruas do espaço público uma ação discutida nas redes *online* e em vários pontos do mundo sobre questões de decolonização e trazer em evidência os silêncios da história construídos em séculos anteriores.<sup>303</sup>

Canclini também menciona o processo de “descoleccionar” as referências culturais. O ato de colecionar serviu no passado para a construção dos museus, monumentos e outros

---

<sup>298</sup> Ibid. p. 10.

<sup>299</sup> Ibid. p. 2.

<sup>300</sup> Ibid. p. 10.

<sup>301</sup> CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas Híbridas: Estratégias para entrar y salir de la modernidade*. México, DF: Editorial Grialbo, 1989. p. 265.

<sup>302</sup> Ibid. p. 281.

<sup>303</sup> SALVADORE, Fausto. Um problema monumental: Herança de exclusão em São Paulo faz com que apenas 5% dos monumentos homenageiem negros, indígenas e mulheres. *Revista Apartes*. São Paulo: Câmara Municipal de São Paulo. 2021. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/apartes/um-problema-monumental/>. Acesso em: 10 mai. 2023.

espaços de memória, mas descolecionar permite que públicos amplos e instituições midiáticas possam produzir suas próprias referências culturais. Este descolecionar ocorre sobretudo através das mídias de massa. Para o autor, as propagandas, os videoclipes, e o cinema – entre alguns exemplos – que referenciam culturas tradicionais são exemplos deste ato.<sup>304</sup> Uma evidência recente é o uso de museus para eventos midiáticos e videoclipes. O caso do MET Gala (*Metropolitan Museum Gala*), que serve para angariar fundos a instituições vinculadas ao museu, perde seu sentido histórico para públicos se atentarem mais às celebridades e roupas que vestem, como o caso da uma celebridade que usou o famoso vestido de Marilyn Monroe em 2022 e acabou prejudicando a estrutura da própria peça que já estava musealizada pelo seu fator histórico.<sup>305</sup> Canclini não classifica o ato de descolecionar como negativo, mas como um ato amplo, que da mesma forma que o colecionar, produz novas histórias e também silêncios. Para o autor o mundo está numa efervescência de imagens, na arte do *fast-food*, em que os eventos históricos são elementos indiciários visuais, mas não são compreendidos.<sup>306</sup>

Neta pesquisa, compreendo que o ato de descolecionar é uma prática utilizada para o consumo da história nas várias mídias que utilizam do passado como produtos e *marketing*. No campo dos museus, entender os públicos como consumidores é uma realidade. François Mairèsse nos diz que em grandes museus a relação entre a instituição e os públicos se assemelha à lógica de mercado entre o produto e o consumidor que termina após a transação comercial.<sup>307</sup> Em um museu grande, os públicos se mantêm anônimos e suas visitas são levadas com suas experiências pontuais. O autor afirma que por base nos estudos de público dos últimos 30 anos, o aumento que se tem visto de públicos se deve a uma relação de mercado. Ele nos dá exemplo do Louvre que teve 1.590.000 visitas em 1980, 3.540.000 em 1990 e 5.700.000 visitas em 2003, um aumento que se deve principalmente ao turismo internacional, que no caso do Louvre, tem os turistas como 66% da composição total de visitantes.<sup>308</sup>

Ao mesmo tempo que públicos consomem a história, crises de representação são debatidas no museu inserido na esfera midiática e de mercado. Andreas Huyssen, em sua publicação no último ano do séc. XX<sup>309</sup>, afirma que estamos num período em que o mundo

---

<sup>304</sup> CANCLINI, Néstor Garcia. Op. Cit. p. 283.

<sup>305</sup> ICOM INTERNATIONAL COMMITTEE FOR MUSEUMS AND COLLECTIONS OF COSTUME, FASHION AND TEXTILES. About the use of a historic dress that belonged to Marilyn Monroe. 9 mai, 2022. Disponível em: <https://costume.mini.icom.museum/about-the-use-of-a-historic-dress-that-belonged-to-marilyn-monroe/>. Acesso em 10 de maio de 2023.

<sup>306</sup> CANCLINI, Néstor Garcia. Op. Cit. p. 285.

<sup>307</sup> MAIRESSE, François. Op. Cit. 2006. p. 24.

<sup>308</sup> Ibid. p. 23.

<sup>309</sup> HUYSSSEN, Andreas. Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2ª ed. 2004.



está sendo musealizado<sup>310</sup> e com maior intensidade desde 1989. O autor aponta que vivemos num período da nostalgia e do *boom* das modas retrô, da comercialização nostálgica, da obsessiva automusealização através da câmera fotográfica (e que vejo atualmente em nossos registros em redes sociais como memórias do cotidiano), da história do consumo pela literatura de romances históricos, filmes e agora pela *internet*.<sup>311</sup> O autor aponta que essas memórias da musealização se misturaram com as mídias de massa produzindo memórias imaginadas e potencialmente esquecíveis. Vivemos então num paradoxo segundo o qual a musealização de tudo concorre com as amnésias de nosso tempo quando a produção em massa cria produtos obsoletos e nosso presente se torna mais temporário.

Huysen informa que muitos críticos veem os museus como uma solução, mas para o autor, ver os museus como espaços de garantir a memória neste período de esquecimentos é muito ingênuo. Não seria possível apenas contrapor o discurso histórico dos museus com o das mídias de massa, pois traria apenas uma velha dicotomia de alta e baixa cultura. Devemos então estar abertos às muitas possibilidades de representação do real e suas memórias com o próprio uso das mídias.<sup>312</sup> O autor nos diz que a musealização não tem capacidade de compensar os esquecimentos feitos pela era do consumo, pois as próprias instituições de memória são afetadas pelos produtos da mídia e seu espetáculo, tendo o risco de perder sua capacidade de representar a memória no presente.<sup>313</sup> As tecnologias transformam nossas percepções humanas e por isso, os lugares de memória e as mídias de massa estão em construção conjunta nas negociações da preservação da memória. Desta maneira, Huysen acredita que os múltiplos discursos em debate produzidos nas mídias de massa, monumentos e museus são a solução contra congelamentos da memória em representações míticas e heroicas da tradição, ou imaginárias pelas representações ficcionais da mídia.<sup>314</sup>

Nesta perspectiva da construção conjunta entre espaços de memórias e mídias de massa, Alejandro Baer<sup>315</sup> fala das dificuldades da representação do holocausto tanto pela mídia de massa quanto pelos museus. A produção de filmes, documentários e até museus poderiam criar uma performance da realidade, mas há perigo do esvaziamento de sentido aos acontecimentos do passado. O autor cita como o filme “A Lista de Schindler” produziu uma popularidade de

---

<sup>310</sup> Aqui, a musealização utilizada pelo autor não é a mesma em que trabalhei no capítulo anterior. Entendo a musealização discutida como o processo de monumentalizar a história e o surgimento contínuo de museus para os diversos eventos históricos e artísticos, algo criticado pelo autor.

<sup>311</sup> Ibid. p. 14.

<sup>312</sup> Ibid. p. 22.

<sup>313</sup> Ibid. p. 30.

<sup>314</sup> Ibid. p. 82.

<sup>315</sup> BAER, Alejandro. Consuming history and memory through mass media products. *European Journal of Cultural Studies*, v. 4, n. 4, 2001, p. 491-501.

visitação e voluntariado nos museus do holocausto que surgiram, o que evidencia o entusiasmo de públicos ao consumo da memória influenciada pelo imaginário construído da indústria cultural.<sup>316</sup> Baer descreve o histórico problemático da representação do holocausto na televisão e também a inserção da memória na consciência coletiva, como o olhar constante da dor pelas vítimas, ou o exagero da exposição da violência. O autor nos diz que os novos modelos de representação do passado caminham para uma mistura entre apelo emocional, formas ficcionais e as representações conceituais dos eventos históricos,<sup>317</sup> na qual novos meios tecnológicos se envolvem com os artefatos e curadorias, o que pode tornar o espaço de representação do passado numa arena de efeitos especiais.

Entretanto, Baer compreende que estas novas ferramentas alcançam públicos mais globalizados e que a própria presença dos produtos midiáticos promove uma compreensão mais rica da memória coletiva, sendo mais reflexiva e consciente. Neste olhar, Baer e Huyssen concordam que a multiplicidade de vozes pela mídia e locais de memória permitem uma construção coletiva de debate da história. Huyssen defende que ao focarmos na dimensão pública e memória coletiva em monumentos e museus, se evita a fossilização dos espaços de representação do passado e seus posteriores esquecimentos da erosão do tempo.<sup>318</sup> Huyssen compreende que a busca pela nostalgia e musealização em massa ocorre devido às amnésias de nosso presente. Preservar o próprio passado nas mídias de massa seria uma tentativa da atual sociedade de diminuir a velocidade da obsolescência que ocorre em nosso cotidiano. Nesta proposta do autor eu olho nosso presente do séc. XXI: vivemos com novos produtos constantes e que se tornam obsoletos em seguida. Produzimos registros constantes de nossas vidas nas redes sociais que logo são esquecidos. O autor já nos alertava no fim do século XX e esta análise continua atual. Diante desta busca nostálgica acarretada pelo consumo, Huyssen compreende que museus se beneficiaram desta procura ao passado por estes possuem a materialidade de elementos do história - os artefatos ou museálias - enquanto vivemos através de mídias de conteúdos sempre temporários, uma comunicação imaterial nas telas da televisão, celulares e computadores, e como vemos atualmente com *tweets* ou *stories* das redes sociais.<sup>319</sup> Para o autor, a musealização e a busca pela história não poderá evitar os esquecimentos que ocorrem em nosso presente, mas poderão combater a ansiedade social diante da velocidade de mudança e obsolescência. Como agentes da sociedade, sendo públicos ou historiadores,

---

<sup>316</sup> Ibid. p. 495.

<sup>317</sup> Ibid. p. 498.

<sup>318</sup> HUYSSSEN, Andreas. Op. Cit. p. 68.

<sup>319</sup> Ibid. p. 77.

podemos prevenir os esquecimentos, mas não temos controle sobre os efeitos das mídias na mente dos públicos.<sup>320</sup>

### 3.1.2. Públicos e suas identidades partilhadas

Os públicos, além de estarem no campo do consumo cultural, também estão interligados com suas identidades individuais e coletivas no processo de consumo das culturas. Stuart Hall nos diz que as identidades são construções por elementos de representação. Nós não nascemos com estas identidades, mas elas são sociais, coletivas, construídas e moldadas em vários processos. No caso das narrativas de identidades nacionais, Hall nos diz que elas contam com histórias, imagens, cenários, símbolos e rituais para simbolizar e representar as experiências partilhadas para dar sentido nas identidades nacionais.<sup>321</sup> No caso do Museu Histórico Nacional, em sua fundação, Gustavo Barroso construiu uma proposta de identidade nacional que estava em acordo com as compreensões da elite brasileira do período. O MHN, às vésperas de comemorar seu centenário e bicentenário do Brasil, não traz mais uma construção de uma identidade nacional, mas propõe debater as várias formas identitárias brasileiras. Enquanto o Plano Museológico de 2011 trata de pensar na reestruturação da instituição em si como instituição de referência da preservação e pesquisa do patrimônio, o Plano de 2016 traz também uma promoção da mobilização coletiva, da consciência histórica, e do acesso social ao patrimônio cultural resguardado pela instituição, como infere a sua missão institucional.<sup>322</sup> O plano em si não aborda sobre as identidades dos públicos e suas memórias, mas compreendo que o documento, ao pensar no trabalho coletivo, traz para si esta soma de identidades. Isto se evidencia no Relatório Anual de 2019, quando trata das curadorias coletivas, renovações estruturais físicas e investimento na conscientização histórica para se tornar “um centro de produção de conhecimento compartilhado com a sociedade”.<sup>323</sup>

Stuart Hall nos diz que a sociedade contemporânea tem se afastado das identidades nacionais vigentes até o meio do século XX para trabalhar com as identidades locais e regionais, mas parte da responsabilidade se deve à globalização com seus efeitos contraditórios. O autor aponta que a globalização traz consigo os nichos de mercado, e que em vez de propor uma identidade global, cria regras e sistemas para identidades locais com influências de

---

<sup>320</sup> Ibid. p. 79.

<sup>321</sup> HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. p. 52

<sup>322</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2016a. p. 13.

<sup>323</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2019. p. 6.

mercados externos numa distribuição desigual, principalmente nas periferias.<sup>324</sup> Nós, do sul global, somos consumidores dos filmes e TV estadunidenses e da cultura pop do norte global. Com esta comunicação, a periferia do globo sempre está aberta a influências ocidentais. O autor também nos informa da criação das novas identidades a partir dos anos 1970: ser negro, ser mulher e ser LGBTQIA+ atravessaram os limites das fronteiras nacionais e locais, mas estas identidades são vistas como “o outro” homogeneizado pelas identidades dominantes, enquanto estas identidades periféricas constroem sua gama de diferenças por entender estas novas identidades como caráter político de tempos e lugares específicos e que não são auto-excludentes.<sup>325</sup> Stuart Hall, conclui que a globalização permite a pluralidade de identidades, mas de acordo com suas regras, homogeneizando outras e até trazendo antigas tradições de identidades conservadoras.

A vinda das novas identidades políticas e a reação das identidades tradicionais tem provocado um embate global e sentido nos contextos brasileiros. Leituras históricas revisionistas tentam trazer e manter uma história já questionada e superada para manter uma identidade nacional, tradicional e conservadora. Ao analisar os relatórios, estudos de público e portais de avaliação turística não encontrei críticas conservadoras ou de narrativa tradicional sobre o Museu Histórico Nacional. Há comentários elogiando a exposição sobre o império do Brasil e da colonização portuguesa, mas nada que eu possa sugerir que seriam elogios voltados a uma história tradicional. No relatório de comunicação de 2015, são relatadas as avaliações de públicos pela *TripAdvisor* e que mencionam o museu como encontro da nossa identidade nacional, trazendo pequena evidência de que o museu, para certos grupos, representa uma identidade, mas não fala de várias.<sup>326</sup> Estas ideias de tradição e nacionalidade costumam aparecer quando as “novas identidades” ficam em evidência como espaço político ou em protestos contra narrativas tradicionais em monumentos históricos. Um caso conhecido foi da exposição “QueerMuseu”, perseguida por movimentos de direita e fechada após acusações difamatórias e opostas à proposta original da curadoria. Outros projetos de exposições em 2017 também foram perseguidos, como a exposição “Não Matarás”, no Museu Nacional de Brasília, que tratou, através da coleção de vários artistas, da luta contra a ditadura civil-militar. Em 13 de setembro daquele ano, um deputado conhecido da bancada evangélica foi ao museu, por motivo de uma denúncia, para averiguar se lá teriam obras de “conteúdo sexual”. Nada foi encontrado. Wagner Barja, diretor do Museu Nacional de Brasília à época disse: “Eu acho que

---

<sup>324</sup> HALL, Stuart. Op. Cit. 2005 p. 78.

<sup>325</sup> Ibid. p. 86.

<sup>326</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório da Assessoria de Comunicação. 2015. p. 15.

a atitude de ir a um museu tentar censurar alguma coisa já é um mau sintoma”<sup>327</sup>. Nos anos seguintes, museus tiveram que informar indicação etária em exposições de arte, levando ao questionamento: Arte tem idade?<sup>328</sup>

Em contrapartida ao embate das identidades periféricas com as identidades tradicionais, Stuart Hall fala de outras identidades produzidas pela globalização do capitalismo: as Identidades Partilhadas, de consumidores do mercado, clientes de serviços, públicos das mesmas imagens e mensagens, mesmo estes grupos estando distantes uns dos outros pelo espaço e o tempo.<sup>329</sup> O autor nos diz que culturas nacionais e locais se tornam expostas às influências globais, mostrando uma dificuldade de manter estas culturas afastadas das infiltrações culturais externas. Vários são os casos de culturas imateriais que recorreram à UNESCO e, no caso brasileiro, ao IPHAN para registrar suas histórias e modos de fazer e aprender antes que a homogeneização global dos meios de comunicação de massa apague estas memórias coletivas.<sup>330</sup> As identidades partilhadas são, portanto, a soma, às vezes desigual, do multiculturalismo das identidades periféricas, identidades locais com as identidades da comunicação de massa. Nestas identidades, existem *nerds queer*, feministas roqueiras e fãs brasileiros da música pop coreana. São identidades compartilhadas de culturas locais e de mídias de massa que não são excludentes. Neste aspecto, os museus vivenciam este fenômeno há algumas décadas. O Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) de Brasília, recebeu entre 27 de janeiro a 26 de fevereiro, 56.740 visitas<sup>331</sup> para a exposição *Game On*, que trata da história do videogame, mas também permitiu que vários consoles de jogos funcionassem para a experiência, lazer e aprendizagem de públicos. As identidades partilhadas destes públicos são várias, tanto como indivíduos e como grupos, mas o vínculo cultural em comum com os videogames uniu 54 mil visitas para um mesmo espaço em apenas um mês.

---

<sup>327</sup> SANZ, Beatriz. A onda “QueerMuseu” tentou cercar outras obras mas encontrou resistência. São Paulo: El País Brasil, 21 de setembro, 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/21/cultura/1506018494\\_703601.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/21/cultura/1506018494_703601.html). Acessado em 29 de maio de 2023.

<sup>328</sup> BOTELHO, Carolina. Classificação indicativa de faixa etária em exposições provoca polêmica. Folha de Pernambuco. Pernambuco. 11 de outubro de 2017. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/classificacao-indicativa-de-faixa-etaria-em-exposicoes-provoca-polemia/44754/>. Acessado em 29 de maio de 2023.

<sup>329</sup> HALL, Stuart. Op. Cit. 2005 p. 74.

<sup>330</sup> UNESCO. Op. Cit. 1989. p. 4.

<sup>331</sup> THE ART NEWSPAPER. Visitor Figures. N° 245, Abril 2013. p. 15 – 29.

### 3.1.3. Museografia do MHN e a Musealidade dos públicos

Compreendo a Museografia não apenas como o ato de construir exposições, mas como definem André Desvallées e François Mairesse, é um ato prático da museologia: “...o conjunto de técnicas desenvolvidas para preencher as funções museais, e particularmente aquilo que concerne à administração do museu, à conservação, à restauração, à segurança e à exposição”.<sup>332</sup> Entre as práticas da museografia está a expografia na elaboração conjunta da gestão de acervos para o desenvolvimento de exposições. Temos também as ações educativas como ação museográfica, com a função de agregar, acolher e promover o conhecimento de acervos e o patrimônio museológico para e com os públicos que os frequentam. Outras práticas museográficas são as da pesquisa e da comunicação institucional, complementando o tripé Pesquisa – Preservação - Comunicação dos museus, ou o modelo PPC, que trata das funções basilares dos museus, um conceito que tem um histórico longo, passando pela Associação Chinesa de Museus em 1964 e estabelecida em publicações pela Reinwardt Academie, nos Países Baixos a partir de 1983, de acordo com a tese de Peter Van Mensch.<sup>333</sup>

Entre as práticas museográficas mencionadas, as exposições, as ações educativas e a comunicação institucional são algumas que mais se relacionam com os públicos e são estas que tenho intenção de analisar. No caso da comunicação institucional tenho interesse na relação de públicos com as redes sociais, com a divulgação de acervos pelo portal oficial *online* do MHN e outras formas que a instituição pensou em trazer o aspecto tecnológico para si diante dos públicos inseridos na vida digital. Portanto, proponho entender como o MHN praticou estas museografias com seus públicos agentes, consumidores de cultura e de identidades partilhadas. Para isto, pretendo observar estas museografias diante da musealidade produzida por estes públicos.

A musealidade tem sido vista em várias produções da teoria museológica como uma prática no processo de musealização. Para Desvallées e Mairesse, a musealização produz a musealidade, um valor específico que emana dos objetos musealizados.<sup>334</sup> O processo de pesquisa, documentação, curadoria e exposição da musealização produz, portanto, uma imagem, uma representação da realidade, um substituto e modelo no espaço do museu. Algo próximo se passa na operação historiográfica, em que transformamos algo natural, bruto e

---

<sup>332</sup> DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. Op. Cit. 2015. p. 59.

<sup>333</sup> VAN MENSCH, Peter. Towards a methodology of museology. 1992. 245 f. Tese (Doutorado em Museologia) - Universidade de Zagreb, Zagreb, 1992. Disponível em: <http://vana.muuseum.ee/uploads/files/mensch17.html>. Acesso em 4 de junho de 2023.

<sup>334</sup> DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. Op. Cit. 2015. p. 58.

caótico, que é o tempo histórico, numa ordem de dados, eventos e narrativas. A operação historiográfica transforma em cultura o que foi retirado da sociedade e da vida natural.<sup>335</sup> Entretanto, a musealidade não é vista somente como uma representação, uma produção de sentidos, compartilhada dentro de um grupo social, como compreende Stuart Hall.<sup>336</sup> Em seu estudo sobre a musealidade nos processos de musealização e patrimonialização, Ivan Vaz compreende várias discussões sobre o caráter da musealidade na imposição de valores e significados sobre os objetos. O autor compreende a musealidade como fator de construção, valorização e transmissão das qualidades impostas à materialidade:

A musealidade é aqui entendida como característica dada pelo Homem, em um contexto, de recorte e ordenamento da realidade, transformando a última em um objeto e adaptando-a a um outro contexto, de guarde e comunicação – sendo o museu, apenas um dos meios.<sup>337</sup>

A musealidade, portanto, impõe valores de unicidade, legitimidade e autenticidade sobre os objetos culturais que estão musealizados. Este processo é reconhecido ao ser feito pelos profissionais de museus, inclusive historiadores. Entretanto, a musealidade também seria encontrada nos públicos dos museus históricos? Como acontece esta imposição de valor? Durante o processo de musealização, profissionais de museus, os intelectuais mediadores utilizam da mediação para transformar e criar um objeto híbrido que pode ser transmitido numa comunicação de mão dupla com os públicos. Historiadores públicos, ao participarem do processo de mediação produzem *podcasts*, *sites*, curadorias e ações coletivas que permitem a participação colaborativa, como as ações que vimos a construção de coleções coletivas junto do Museu Histórico Nacional com movimentos negros, o movimento feminista brasileiro, a “família Panair” e a comunidade da Vila Autódromo. Neste processo coletivo, estes grupos também fizeram suas mediações por suas experiências e impondo valores sob objetos que se tornam representações de suas histórias. A musealidade destes públicos permitiu uma construção coletiva de histórias representadas e musealizadas. Esta imposição de valor estaria, portanto, produzindo significados e interpretações dos públicos, profissionais da história e visitantes, que se aproximam dos objetos musealizados. Entretanto, ao nos depararmos com exposições e os objetos históricos ou que contem representações históricas (como as obras de arte) não só interpretamos, mas também produzimos emoções e sensações que estão além de

---

<sup>335</sup> CERTEAU, Michel de. A escrita da história. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982, p. 79.

<sup>336</sup> HALL, Stuart. Cultura e Representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016. p. 23.

<sup>337</sup> VAZ, Ivan. Sobre a Musealidade. 2017. 102f. Dissertação (Mestrado em Museologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 44.



significados e interpretações. Como vimos no capítulo 1, pela discussão de Morales Moreno, os públicos tem uma relação de experiência imediata com os objetos. Ao visitar a exposição *Game On*, visitantes que vivenciaram jogos na infância e vida adulta, não estão apenas interpretando e produzindo significados do jogo, mas vivendo as fases, aventuras e desafios que cada jogo propõe. Ao criar o Museu das Remoções, a comunidade da Vila Autódromo está rememorando suas vidas nas casas derrubadas e sua luta diária para terem sua cidadania vista pelas as instituições governamentais. Estas sensações e impactos sensoriais pelos objetos (de maneira física e/ou emocional), Hans Ulrich Gumbrecht compreende como *produção de presença*.<sup>338</sup> Para o autor, a presença tem uma relação temporal e espacial da sociedade com os seus objetos. Isto não quer dizer que esta sensação estaria separada da interpretação, mas estariam em conjunção, em vários níveis na relação de indivíduos com os sentidos e os *efeitos de presença*. Para Gumbrecht é quase impossível termos experiências somente pela produção de presença, pois vivemos numa sociedade de sentidos, em que a interpretação e representação surgem e permanecem em todos os momentos e espaços da vida.<sup>339</sup> Apesar do autor ver que os efeitos de sentido e interpretação ocorrem mais em leituras de texto, ele defende que não é possível ter experiência estética sem um efeito de presença.<sup>340</sup>

Gumbrecht propõe, em seu trabalho de análise da presença, de também olharmos para o passado e não pensar pelos efeitos de sentido, mas também ver os como os sujeitos de seu tempo histórico puderam viver e experienciar, por seus próprios corpos, a presença e os sentidos.<sup>341</sup> E como são os efeitos de presença em museus, na história representada e nos objetos históricos? Gumbrecht compreende que todos os objetos culturais e todas as culturas podem ser analisados em configuração de efeitos de presença e efeitos de sentido/ interpretação e que temos a capacidade de fazer esta distinção.<sup>342</sup> Entretanto, por vivermos numa cultura de sentidos e interpretações, a produção de presença só é possível através de efeitos de presença, uma forma de sentir, mas sem evidenciar totalmente a experiência, pois estamos mediados em “almofadas de sentido”, rodeados pela vontade de interpretação.<sup>343</sup>

Gumbrecht também percebe, como Huyssen, que estamos ansiosos em nosso tempo, preenchendo o presente com artefatos do passado, por culturas da nostalgia, e pela popularidade

---

<sup>338</sup> GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de Presença*. O que o sentido não consegue transmitir. Editora PUC RIO: Rio de Janeiro, 2004. p. 13.

<sup>339</sup> *Ibid.* p. 135.

<sup>340</sup> *Ibid.* p. 141.

<sup>341</sup> FRANÇA, Luara Galvão de França. Apontamentos para um debate sobre a presença do passado: ideias de Hans Ulrich Gumbrecht. XIV Encontro Regional da ANPUH-RIO Memória e Patrimônio: Rio de Janeiro, 2010. p. 10.

<sup>342</sup> GUMBRECHT, Hans, Ulrich. *Op. Cit.* p. 41.

<sup>343</sup> *Ibid.* p. 35.



dos museus. Nossa sociedade tem um desejo de presentificação, de cheirar, ouvir e tocar o passado.<sup>344</sup> Para o autor, surge um desejo de presença de termos em nossos corpos a sensação de se relacionar com objetos específicos do passado, de termos os encontrado em cotidianos históricos. Diante deste contexto de produzir a presença e impor valores e sentidos na cultura material, nós temos uma musealidade que envolve uma relação de interpretações e sensações. Independente do consumo de públicos e suas identidades partilhadas, cada indivíduo tem em sua experiência na visita ao museu de história, uma musealidade com efeitos de presença ao passado representado. As ações museográficas de exposição, ações educativas e a comunicação *online* do museu com seus públicos produz diferentes musealidades e efeitos de presença. A cada ação museográfica que trarei nesta pesquisa, não terei intenção de definir os públicos do MHN, mas a cada museografia analisada, procuro as intenções do MHN diante das musealidades com efeitos de presença que os públicos museais tiveram em sua experiência, mediação cultural e agência.

### **3.2. Públicos e as exposições recentes do MHN.**

Os públicos do Museu Histórico Nacional foram compreendidos na última década como uma coletânea de indivíduos e grupos agentes tanto na sua recepção com a comunicação do museu como também na participação ativa com ações coletivas propostas pela instituição, como vimos no capítulo 2, mas como apresentei em mesmo capítulo, o processo de curadoria e narrativas foi mais comumente feito por esquipes dos núcleos do Museu Histórico Nacional, nomeados desde o Plano Museológico de 2016 como Núcleo de Dinâmica Cultural. Este núcleo foi separado em setores que tratam da relação direta do MHN com os públicos. Temos os setores de Exposições, Pesquisa, Educação e Comunicação.<sup>345</sup> Como evidenciado pelos relatórios de 2016 a 2019 analisados, os setores trabalham em conjunto para a produção de exposições, ações educativas, comunicação institucional e pesquisa curatorial, mas os setores se dividem diante da função finalística que nomeia o setor. Como vimos na análise das 4 coleções do capítulo 2, os setores estiveram presentes no processo de rodas de conversa com grupos sociais participantes e cada equipe pôde produzir os materiais produzidos de seu setor. Aline Montenegro, que nos relata sobre as curadorias de acervos negros do MHN, por exemplo, fez parte do setor de pesquisa e durante os anos de 2016 a 2019 é mencionada em várias ações

---

<sup>344</sup> Ibid. p. 152.

<sup>345</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2016a. p. 6.

e etapas da construção das coleções, na comunicação institucional e até em ações educativas gerenciadas pelo setor de Educação, como a sua participação no programa “Bonde da História” com a temática “Presença Negra no Museu Histórico Nacional” em 1º de outubro de 2017.<sup>346</sup>

O setor de Exposições, entretanto, é o setor que se focou na produção expográfica e na narrativa de exposições construídas pelo próprio MHN, mas também na instalação de exposições externas convidadas a estarem nas salas de exposições temporárias do museu. Como informado no capítulo 2, apesar do processo de musealização (seleção, documentação e pesquisa de acervos) ter tido um trabalho participativo e de dimensão colaborativa, pela teoria de Tatsi, o processo curatorial e narrativo, que também faz parte do processo de musealização, foi mais encontrado como uma produção construída por especialistas do MHN, algo comum e mencionado por outros autores abordados nesta pesquisa. O mesmo aconteceu com as exposições temporárias. Neste tipo de trabalho, estas exposições possuem curadorias e projetos expográficos externos por indivíduos ou instituições privadas e públicas que trazem sua perspectiva e debate no espaço museológico.

### **3.2.1. Efeitos de presença e o capital cultural dos públicos**

Quero trazer aqui duas exposições temporárias que tiveram curadorias externas, mas que são interessantes para pensar a lógica do MHN com seus públicos. A primeira que gostaria de apresentar é a *Art of the Brick*, que compõe esculturas de LEGO com referências da cultura pop, e esteve no MHN entre novembro de 2016 e janeiro de 2017. De acordo com os relatórios anuais dos respectivos anos, as exposições temporárias passaram por reuniões e discussões com os setores de comunicação, exposições, pesquisa e educação para que as expografias se adequassem ao espaço arquitetônico, e para que o acervo pudesse dialogar com os públicos visitantes destas exposições. Os relatórios de 2016 e 2017 mencionam os setores de exposições, educativo e comunicação no processo de instalação da exposição, enquanto o setor de exposições ficou responsável pela montagem e desmontagem da exposição. O setor educativo participou na interlocução de sua equipe de mediadores para trabalhar na exposição durante seu período de abertura entre 16 de novembro de 2016 a 5 de fevereiro de 2017; já o setor de comunicação ficou responsável pela articulação com as equipes de segurança e recepção para aportar os públicos que viriam.

---

<sup>346</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. OP. Cit. 2017a. p. 67.

A exposição *Art of the Brick* já era considerada um sucesso internacional antes de chegar no Museu Histórico Nacional. Ela trazia 82 obras criadas pelo artista plástico Nathan Sawaya com mais de um milhão de blocos de LEGO e trazia reconstruções de obras de artes conhecidas, como “O Grito” de Edward Munch, “Monalisa” de Da Vinci, e “Noite Estrelada” de Van Gogh. A exposição ainda trazia esculturas originais do artista e reprodução de imagens de figuras conhecidas do século XX como Pelé e Marilyn Monroe. A exposição foi considerada um sucesso de público para os critérios do MHN. O museu trouxe 15 exposições de curta duração naquele ano, mas tirando o mês de agosto que teve um recorde de público de 25.328 visitantes, o resto do ano, até novembro, teve um público mensalmente menor, com o exemplo de maior público o de setembro, com 13.205 visitantes. A exposição *Art of the Brick* inaugurada em 16 de novembro trouxe ao museu um público de 28.123 visitantes em novembro, 40.857 em dezembro e 70.492 visitantes em janeiro de 2017, o que foi possível ao estender a exposição para finalizar em 5 de fevereiro de 2017 invés de 15 de janeiro como estava planejado.

Paulo Knauss, diretor do MHN no período, diz que as exposições temporárias como *Art of the Brick* serviram como ferramenta de atrair públicos, mas também foram instrumentos para constituir focos de trabalho em públicos infantis e juvenis como uma marca do Museu Histórico Nacional.<sup>347</sup> Portanto, para a direção e o MHN como um todo, as exposições temporárias são ferramentas de atração da sociedade para conhecer o museu e suas exposições de longa duração. Para o museu ter uma maior compreensão de seus públicos no período da exposição, foram feitas pesquisas de opinião de público e avaliação dos circuitos de exposições de longa duração e temporárias entre novembro de 2016 a fevereiro de 2017. Foram aplicados 609 questionários a visitantes em duas exposições, incluindo *Art of the Brick* e nas exposições de longa duração. A pesquisa trazia um questionário que abarcava questões sociais, interesses pessoais e opiniões dos visitantes sobre os espaços visitados. Em perguntas sobre pontos negativos sobre *Art of the Brick* o relatório faz as seguintes observações:

Nossos entrevistados quando questionados do que menos agradou em suas visitas responderam, em relação à exposição “The Art of the Brick,” que a exposição foi longa e um pouco repetitiva, parecia mais comercial direcionada para a venda, muito tumulto, confusão, crianças correndo, pessoas tirando fotos bloqueando a passagem, não havia guias para organizar a visita, o tempo de duração para visitar a exposição foi insuficiente, a iluminação de algumas peças e de algumas placas informativas estava inadequada, a falta de pessoal para informar sobre as peças, os preços abusivos da loja e o calor que fazia nas salas.<sup>348</sup>

---

<sup>347</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. 2016. p. 3.

<sup>348</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório da Pesquisa de Perfil/Opinião de Público/Avaliação do Circuito das Exposições de Longa Duração e Temporárias (2013 a 2017). Setor de Educativo. 2017b. p. 43.



Figura 8: Exposição Art of The Brick  
Fonte: Site Viajadores<sup>349</sup>

Apesar do caráter impressionante do trabalho do artista pelas peças originais e das reproduções propostas, ficou evidente para parte dos visitantes entrevistados que a exposição tinha um aspecto comercial e publicitário. Entretanto as críticas não afastaram o público que apareceu em janeiro, devido às férias de verão, e composto de famílias e crianças que se divertiam entre as obras e os espaços imersivos e até interativos. O capital cultural abordado por Bourdieu e Darbel nos museus franceses ao fim dos anos 1960 ainda é uma ferramenta interessante de análise para os públicos contemporâneos. No caso dos públicos de *Art of the Brick* alguns elementos que a exposição propõe estão configurados tanto na vida social de públicos, mas também no seu conhecimento sobre arte. O elemento que salta aos olhos desta exposição é o uso de Nathan Sawaya com os blocos de LEGO. O brinquedo é conhecido mundialmente e teve seu sucesso internacional ao fim dos anos 1950 após estabelecer os seus blocos como conhecemos atualmente nas lojas, com a criação de rodas e figuras humanas respectivamente na década de 1960 e 1970.<sup>350</sup> A empresa investiu nas últimas duas décadas a

<sup>349</sup> VIAJONÁRIOS. The Art of the Brick: Exposição de Arte com blocos de LEGO®. Disponível em: <https://viajadores.com/the-art-of-the-brick/>. Acesso em 27 jul 2023.

<sup>350</sup> SHAPIRA, Ian. Lego's plastic bricks transformed childhood. Are they sturdy enough to survive screens? The Washington Post. 19 de setembro de 2017. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/retropolis/wp/2017/09/15/legos-plastic-bricks-transformed-childhood-are-they-sturdy-enough-to-survive-screens/>. Acessado em 27 de maio de 2023.

sua relação de influência midiática ao fazer brinquedos temáticos a filmes comerciais que lançavam como o *Star Wars* Episódio I em 2001 e *Harry Potter* nos anos seguintes. Desde o lançamento de seus próprios filmes a empresa de brinquedos teve sua receita em crescimento exponencial entre 805 milhões de euros em 2003 para 8,7 bilhões de euros em 2022.<sup>351</sup> Desta maneira, o brinquedo esteve na vida e infância de várias gerações.

Os públicos de *Art of the Brick* não seriam somente crianças, mas jovens e adultos que também viveram sua experiência com os blocos de LEGO e poderiam estar resgatando suas memórias em visitas pela exposição, em efeitos de presença, e com suas identidades partilhadas. O capital cultural dos públicos desta exposição estaria em relação íntima com os brinquedos em sentimento de nostalgia e memória, mas também estaria no aspecto das reproduções artística e comerciais que o artista propôs na sua exposição. O que evidencia este público adulto e nostálgico presente na exposição são alguns resultados da pesquisa de público aqui citada. Pela abordagem feita, o setor Educativo encontrou no grupo pesquisado um público de maioria do gênero feminino (61%) e com maior faixa etária de 30 a 39 anos (29%) seguido da faixa de 20 a 29 (26%), 40 a 49 (19%), e o público jovem e infantil de 12 a 19 anos com apenas 11% da amostra pesquisada.<sup>352</sup> Dentre o grupo entrevistado, 82% veio ao MHN com a intenção de ver *Art of the Brick*, enquanto somente 14% veio para ver a exposição de longa duração. A maioria também possuía ensino superior completo (76%, sendo 48% graduação completa) tendo o Ensino Médio completo só 14% e menor escolaridade não passando dos 3%. Por outro lado, o que me surpreendeu foi a residência dos visitantes. Sabendo por estudos de público anteriores que os públicos do MHN eram em maior parte de ensino superior e turístico, também esperaria que estes grupos seriam de bairros e setores gentrificados ou de vários estados brasileiros. O que encontrei foi uma amostragem de grupos sociais residentes em mais da metade da região metropolitana do Rio de Janeiro (58%), e inserido destes, 33% eram residentes das cidades da região metropolitana. Dos 77% residente da cidade do Rio, 55% era da zona norte, 16% da zona sul, 26% da zona oeste.<sup>353</sup> O que posso sugerir da amostragem encontrada, é que a maioria dos públicos de *Art of the Brick* seria de uma classe média emergente que acessou o brinquedo LEGO em sua infância e juventude. Estes públicos, maioria de ensino superior, adquiriu um capital cultural que possibilita a visita a museus (mesmo que maioria nunca tivesse ido ao MHN) a ponto de estarem cientes da divulgação da exposição que

---

<sup>351</sup> TIGHE, T. LEGO Group revenue 2003-2022. Statista. 27 de abril, 2023. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/282870/lego-group-revenue/>. Acessado em 27 de maio de 2023.

<sup>352</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2017b. p. 37.

<sup>353</sup> Ibid. p. 38.

ocorreu ao fim do ano de 2016 e o verão de 2017, já que 33% souberam da exposição por amigos e familiares, 18% pela mídia e 25% pelas redes sociais do MHN.

Não defendo que o MHN estava ciente do tipo de públicos que estaria recebendo nestas exposições temporárias comerciais, mas em sua premissa de integração social, o museu espera que vários projetos de exposições e eventos possam trazer uma maior diversificação de públicos. No Plano Museológico de 2016, o museu tem como objetivo de identificar seus públicos para qualificar seus atendimentos.<sup>354</sup> O MHN compreende que tem um *status* devido a sua história centenária e seu acervo representativo da história brasileira, mas busca atrair mais públicos com ações múltiplas de trabalho, entre elas as exposições comerciais. O programa educativo do Plano Museológico de 2016 diz que há uma falha em ferramentas de pesquisa de públicos, mas compreende precisar produzir novas estratégias tanto para os públicos já frequente do museu - o que se inclui o público escolar e turístico - e para atrair novos públicos de grupos sociais e faixas etárias diversas.<sup>355</sup>

Além das pesquisas de público de 2017 e de 1999 feitos por Rosane Carvalho, o museu passou pela pesquisa do Observatório de Museus em 2009<sup>356</sup> e por pesquisas do Setor de Pesquisa em 2013. Na época, o museu estava sob direção de Vera Lúcia Tostes. Compreendo que os públicos imaginados como frequente pelo museu em 2017 seriam os analisados nos estudos de 2009 e 2013. Entre as conclusões do estudo e que também aparecem no relatório anual de 2013, é que a maioria dos públicos são sempre de 1ª visita, mas há um aumento significativo entre 2009 a 2013. No caso de 2013, em duas pesquisas feitas em datas distintas (janeiro/fevereiro e julho/agosto), 58% e 63% dos visitantes não haviam ainda visitado o MHN. O caso se repete na pesquisa de 2017 com 66% das pessoas entrevistadas. Já em 2009 o público novo era de 56,6% e entre os frequentadores, 31,5% vieram ao museu mais de uma vez sendo que destes, 47,5% conheciam o museu há mais de 5 anos. Como no caso de 2017, a maior parte dos entrevistados de 2013 tem ensino superior completo (64% e 61%), de cor branca (66% e 70%) e a maioria veio por motivo turístico (60% e 68%). Infelizmente a pesquisa não investigou o local de residência das pessoas entrevistadas, mas informa que a maioria é da região sudeste (59% e 45%),<sup>357</sup> o que diferencia bastante dos públicos entrevistados de 2017 em que havia apenas 12% de outros estados enquanto 70% informou ser do estado do Rio de

---

<sup>354</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2016b. p. 13.

<sup>355</sup> Ibid. p. 47.

<sup>356</sup> KOPTCKE, Luciana Sepúlveda (Coord.). Pesquisa Perfil – Opinião 2009: museu do Rio de Janeiro 2009. MAST; ENCE/IBGE, 2012. p. 25 – 26.

<sup>357</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório da Pesquisa de Perfil/Opinião de Público/Avaliação do Circuito das Exposições de Longa Duração e Temporárias (janeiro a agosto de 2013). Assessoria de Comunicação. 2013. p. 62 – 84.



Janeiro e 58% da capital. Importante frisar que entre 2009 e 2013 não houve muitas diferenças sociais entre as amostragens de públicos.

Em 2009 a maior parte dos públicos fez ou estuda no ensino superior, incluindo pós-graduação (65,1%), são brancos (56,5%), visitaram o museu para “se divertir” (53,3%) e conhecer o museu (68,9%). A direção do MHN, registrada nos planos museológicos de 2011 e 2016, estava certa sobre o uso das exposições comerciais. Elas são ferramentas de atração de públicos e também de sua diversificação, mudando o público turístico para um público local da cidade do Rio de Janeiro, e mesmo com estes públicos tenham um capital cultural constituído do ensino superior, acesso a arte e brinquedos comuns da classe média, grande parte não havia visitado o museu, o que foi possível através daquela exposição, possibilitando a visita à exposição de longa duração e encontrando pontos positivos e críticas como resume o relatório de pesquisa:

Nossos pesquisados assinalaram os seguintes aspectos: A falta de coerência histórica no decorrer das exposições; De não ter numeração e explicação em algumas peças; A forma que as peças, são catalogadas; Da falta de informação sobre a história do Museu e de sua arquitetura; Da má iluminação, da música e sons dos ambientes; Não há uma análise muito profunda nas explicações das peças; Alguns quadros foram difíceis de serem visualizados por conta da luz das janelas; A parte da Escravidão não é relatada e retratada como deveria ser é vergonhoso; A parte Indígena não é bem explorada; Houve uma quebra na narrativa da história a partir da República as últimas salas são lastimáveis. (exposição Cidadania em Construção); da falta de guias nas exposições e do ar condicionado que não estava funcionando, das infiltrações e goteiras pelos salões.<sup>358</sup>

Creio que muitas destas críticas foram uma ferramenta produtiva nos processos de pesquisa, ação educativa e comunicação que viriam em anos posteriores ao MHN. É mencionado nos relatórios anuais de 2017, 2018 e 2019 o investimento do setor de pesquisa para reconstruir o circuito “Cidadania em Construção” como também melhorar a comunicação de objetos de outras exposições. Destas pesquisas que pudemos ver a produção coletiva nas coleções do Museu das Remoções e a coleção Zaira Trindade que foram incluídas no circuito final da exposição de longa duração, como mencionei no capítulo 2.

A conclusão dos planos museológicos de 2011 e 2016 de ver as exposições comerciais como instrumento de atração de públicos do MHN não foi tirada sem experiência. Desde o final da década de 2010 os museus tem vivido a constante das exposições comerciais ou *blockbuster*, como normalmente são chamadas, e que tem atraído intensivos públicos,

---

<sup>358</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2017b. p. 44.

principalmente no Brasil. Apesar das exposições de arte e comerciais em centros culturais e museus do Brasil alcançarem patamares mundiais, é em 2011 que o Brasil fica em primeiro lugar no total do número de visitantes com a exposição “O Mundo Mágico de Escher”, que ficou entre 18 de janeiro a 27 de março no Centro Cultural Banco do Brasil do Rio de Janeiro. Se destacando em primeiro lugar entre várias exposições do mundo, a exposição de Escher continha uma visita diária de 9 mil visitantes e obtendo o total de 573.691 visitas naquele período.<sup>359</sup> Pela primeira vez no Brasil uma exposição trazia filas gigantescas para conhecer o trabalho de um artista através de uma exposição que trazia uma cenografia chamativa, elaborada e interativa para diversos públicos. No caso do Museu Histórico Nacional as exposições comerciais se instalavam pelo museu há algum tempo. A exposição “Escritos do Mar Morto”<sup>360</sup>, foi uma das razões que trouxe uma visitação anual de 110.708 visitas ao MHN em 2004<sup>361</sup>, algo que só é ultrapassado em 2008 com uma visitação anual de 339.167 que tinha a exposição “Corpo Humano”<sup>362</sup> com uma estimativa de 170.00 visitas em 2008 e 57.864 visitantes em janeiro de 2009. Diante destes dados, fica evidente para a gestão do MHN que as exposições temporárias, de caráter comercial e estética chamativa podem atrair públicos diversos, com efeitos de presença múltiplos, e transformando o que era estimado pelo MHN em anos anteriores. Com esta atração, o museu pôde focar-se em desenvolver melhor sua comunicação, exposições e ação educativa para estes novos públicos acolhidos.

### **3.2.2. A comunicação holística pela musealidade dos públicos**

Estes estudos de público ocorridos em 2009, 2013 e 2017 não trazem um perfil da totalidade de públicos e o MHN compreende isso por sempre chamar os grupos analisados de entrevistados, mas com esses estudos o museu pode se nortear em ações tanto na escolha de exposições temporárias, outras ações museográficas e em novas decisões devido a críticas destes grupos. Este tipo de decisão está argumentado na literatura, como nos trabalhos de Eilleen Hooper-Greenhill, ao estudar públicos e comunicação desde os anos 1990. Em um dos

---

<sup>359</sup> THE ART NEWSPAPER. Visitor Figures. Nº 234, Abril 2012. p. 35 – 38.

<sup>360</sup> CUNHA, Rodrigo. Pergaminhos do Mar Morto. Ciência e Cultura. São Paulo, v. 57, n. 1, pág. 58, março de 2005. Disponível em <[http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0009-67252005000100026&lng=en&nrm=iso](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252005000100026&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 28 de maio de 2023.

<sup>361</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2011. p. 43.

<sup>362</sup> GUIA DA SEMANA. Corpo humano real e fascinante: Museu Histórico Nacional. Guia da Semana, 22 de dezembro de 2008. Disponível em: [<https://www.guiadasemana.com.br/rio-de-janeiro/arte/evento/corpo-humano-real-e-fascinante-museu-historico-nacional-22-12-2008>]. Acesso em: 13 jun 2023.



seus trabalhos sobre comunicação em museus, ela nos propõe a comunicação holística dos museus. Para a autora, compreender a abordagem holística da comunicação em museus é observar todas as ações museográficas, não somente as exposições. Como públicos, nós temos relações sociais com as equipes de segurança, recepção, com a arquitetura, com os banheiros, a loja do museu, a administração, as publicações, as redes sociais do museu, e o conforto nos espaços museológicos. Neste viés, a comunicação holística vem da perspectiva da pessoa visitante.<sup>363</sup>

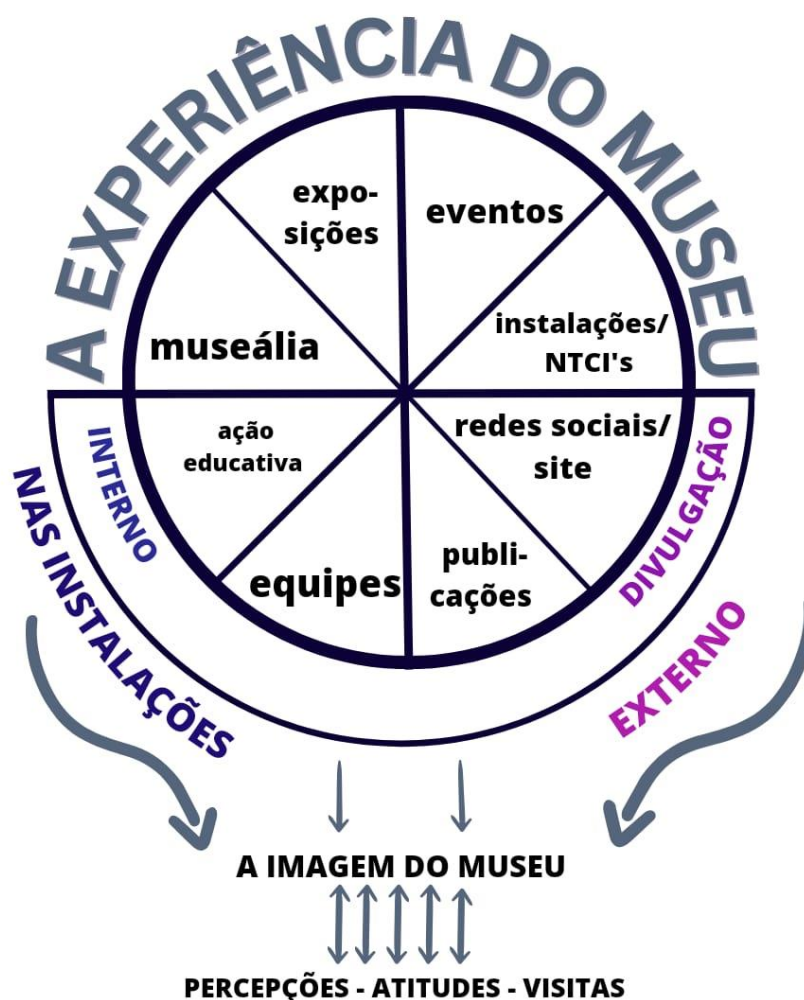


Figura 9: A Comunicação Holística dos Museus.  
 Fonte: Eilleen Hooper-Greenhill<sup>364</sup>

A agência de públicos se torna presente e o formato de públicos passivos na comunicação é uma visão obsoleta. Hooper-Greenhill diz que, nesta comunicação, os públicos sempre encontram formas de avisar a instituição caso sejam colocados numa situação passiva

<sup>363</sup> HOOPER-GREENHILL, E. Communication in theory and practice. In: HOOPER-GREENHILL, E. (Org.). The Educational role of The Museum. Routledge, London, p. 28-43, 1994.

<sup>364</sup> Tradução e atualização elaborada pelo autor da pesquisa

de apenas receptores da mensagem e incapazes de participar do diálogo. Como resposta dos públicos, os museus começam a ser evitados. Ao observarmos os estudos de 2009, 2013 e 2017 feitos pelo Observatório de Museus e pelo próprio MHN, vemos estes avisos quando o museu investiga as ações destes públicos, mas estes avisos estão sempre presentes. Como exemplo, vemos nos estudos de 2009 e 2017 que as visitas costumam ser feitas em grupos de famílias e amigos, compreendendo o museu como um espaço social de lazer e de aprendizagem, mas também vemos que a ida ao MHN tem sido por uma comunicação boca-a-boca para conhecer novas exposições ou o museu em si.

Em 2009, os públicos entrevistados descobrem o museu através de professores (21,81%), ao passar pelo edifício (16,5%), panfletos e cartazes (2,5%), rádio (0,7%), televisão (4,3%) e pela internet (5,8%). Em 2017, quase 10 anos depois, o alcance aos públicos muda significativamente. Visitantes sabem sobre o museu através de amigos e família (33%), redes sociais do MHN (25%), jornais e revistas (18%), o site do museu (8%), ao passar pelo edifício (2%), e cartazes (4%). As mudanças foram tanto da perspectiva do próprio museu em mudar sua comunicação institucional, mas também dos contextos físicos e sociais que o MHN não teve como modificar. Por exemplo, a decaída de públicos que conhecem o museu ao passar pelo local cai drasticamente, o que pode ser explicado pela saída do Mergulhão perto do MHN e da Praça XV, com a retirada do viaduto que escondia o próprio museu. Atualmente o espaço é amplo, visível, mas que não tem mais transeuntes que saem de seus trabalhos e passam pelo museu para pegar transporte público para casa. A mudança de ações dos públicos espontâneos pelo uso de transporte entre o trabalho e o Mergulhão foram ações indiretas devido à política municipal e estadual que o museu não teve controle. Com isto o MHN teve que focar numa divulgação mais virtual, algo sobre o qual falarei posteriormente. Entretanto, enquanto a divulgação institucional de 2009 dependia de professores e da mídia tradicional, a comunicação de 2017 se dá pelas relações sociais dos públicos e do esforço do MHN de se integrar nas redes sociais e disseminar seu *site*. Se a amostragem de 2017 para visitar *Art of the Brick* representar um todo, os públicos usaram do boca-a-boca e acesso às redes para conhecer a exposição *blockbuster* e o próprio museu. O que percebo é que o MHN, mesmo tendo crescido na questão virtual, ainda depende das relações sociais dos públicos para que sua comunicação seja amplificada e esta é uma agência de uma comunicação holística de públicos.

Entretanto, para o MHN ou qualquer instituição museal estar ciente da agência dos públicos, há uma compreensão de que as ações de públicos, como visitantes de exposições e participantes de ações coletivas, dependem da experiência como públicos. Ao tratar sobre o capital cultural dos públicos e seus *habitus*, John H. Falk e Lynn D. Dierking são uma

referência no estudo da experiência de visitantes no espaço do museu. Em trabalho publicado nos anos 1990 e revisitado em 2016<sup>365</sup>, Falk e Dierking nos explicam sobre o Modelo Contextual de Aprendizagem (*The Contextual Model of Learning*) que traz três contextos interseccionados da experiência de aprendizagem de visitantes. O primeiro contexto é o Contexto Pessoal (*Personal Context*) que traz graus variados de experiência e musealidades do indivíduo, seu conhecimento, suas escolhas de aprendizagem, interesses, atitudes e motivações<sup>366</sup>. Este contexto faz os autores e pesquisadores de públicos entenderem porque experiências entre visitantes são diferentes, memoráveis e também esquecíveis. Outro contexto é o Sociocultural (*The Sociocultural Context*) que trata da sociedade, cultura, crenças, costumes e identidades partilhadas que indivíduos estão inseridos, e como estes valores se relacionam com a experiência museal, como a visita em grupo pode mudar interpretações e sensações de visitantes, na qual uma visita com uma criança de 8 anos e uma pessoa de 80 anos traz compreensões diversas sobre o mesmo objeto, exposição e ação educativa. Por último temos o contexto Físico (*The Physical Context*) que trata da relação de indivíduos com o espaço físico do museu, sua arquitetura, ergonomia, estética, a cenografia e a expografia.<sup>367</sup> Para os autores, os três contextos separados e juntos produzem um fatorial de experiências com visitantes como indivíduos e grupos num museu. A mediação cultural de Thompson como a experiência do ser social dialoga com o trabalho contínuo de Falk e Dierking. A experiência do indivíduo como ser social no espaço do museu o faz ter consciência de suas identidades como cidadão e consumidor em sua identidade partilhada. A experiência o faz participar no trabalho coletivo de coleções e para reviver a nostalgia em efeitos de presença num espetáculo dos brinquedos de sua infância. O Museu Histórico Nacional, consciente de públicos frequentadores e novos visitantes, trouxe uma diversidade de propostas expositivas por reconhecer que os públicos também se encaixam na diversidade de identidades. Como informado nos Planos Museológicos, o MHN não tinha intenção somente de alcançar públicos, mas entende-los, diversifica-los e convidá-los numa construção conjunta.

Para finalizar sobre as exposições do Museu Histórico Nacional a seus públicos, quero mencionar outra exposição temporária em período semelhante ao de *Art of the Brick*: a exposição *Nirvana: Taking Punk to the Masses* que trata da geração punk e grunge dos anos

---

<sup>365</sup> FALK, John H.; DIERKING, Lynn D. *The Museum Experience Revisited*. London, New York: Routledge, 2016.

<sup>366</sup> Ibid. p. 26

<sup>367</sup> Diferencio cenografia e expografia por muitos autores tratarem os termos em contextos e técnicas diferentes. Enquanto expografia (também chamada de museografia por outros autores) trata da construção especializada da exposição pelo design e arquitetura, a cenografia trata da ambientação teatral e emocional que envolve visitantes com a arte e outras museálias, como aborda Lisbeth Golçalves na publicação “Entre Cenografias”.

1990. A exposição foi trazida ao MHN por uma produção da Samsung e ocorreu entre 22 de junho a 22 de agosto. A mostra tinha sido um sucesso na cidade de Seattle, o berço do *grunge*. Foi organizada pelo Museu de Cultura Pop de Seattle (MoPOP) e continha 200 itens como fotos, vídeos, cartazes e objetos pessoais da banda Nirvana.<sup>368</sup>

*Nirvana: Taking Punk to the Masses* não trouxe um público exorbitante em comparação com *Art of the Brick*, mas trouxe a maior visitação do ano após esta última exposição. Durante os meses de junho, julho e agosto de 2017, a exposição trouxe ao museu a quantidade de 8.224, 12.856 e 7.556 visitas respectivamente, enquanto o resto do ano tinha visita mensal de um pouco mais de 2 mil visitantes, sendo o maior em outubro, com 2.843 visitas. O setor Educativo fez uma pesquisa simplificada com 30 visitantes para entender as motivações e a experiência dos entrevistados nesta exposição. Apesar da amostragem pequena, os resultados são semelhantes ao *Art of the Brick* trazendo um maior público de ensino superior (82%), residente do estado do Rio de Janeiro (73%) sendo 46% da região metropolitana da capital, não frequentador (57%), e que veio ao museu para ver *Nirvana: Taking Punk to the Masses* (90%). Só alguns aspectos foram diferentes a outro estudos: a maior parte dos visitantes se identificou no gênero masculino (53%) e descobriu o museu (ou a exposição) pela mídia de jornais e revistas (23%) e as redes sociais e *site* do museu (47%), deixando a comunicação de amigos e família com 20%.

Como disse anteriormente, a amostragem é muito pequena para propor hipóteses destas mudanças. O público identificado como masculino não é muito maior que o feminino e não tenho a intenção de sugerir que uma exposição de temática musical do rock *grunge* seria voltada mais ao público masculino, mas é importante salientar que todos os outros estudos mostrarem uma maioria feminina nas amostragens: agosto de 2017 (58%), abril 2017 (58%), novembro 2016 – exposição *Art of the Brick* (61%), agosto de 2016, que teve a exposição “Frida e Eu” (79%), maio 2016 (58%), agosto 2013 (68%), janeiro 2013 (55%), 2009 (63,7%), e a exposição “Tapeçarias Europeias” – junho a agosto de 1999 (72%). Nesta base seria interessante analisar mais a questão de gênero em públicos museais encontrados, mas este não é o foco desta pesquisa. Por fim, a quantidade massiva de visitantes que vieram por motivo da exposição e souberam do museu mais pelas mídias comerciais e do museu, apresenta como a exposição tem um caráter mais midiático e nostálgico, e que os públicos visitantes seriam uma

---

<sup>368</sup> ROLLING STONE BRASIL. Taking Punk to the Masses, exposição com mais de 200 itens do Nirvana, chega ao RJ em junho. Rolling Stone Brasil, 30 de maio de 2017. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/exposicao-nirvana-taking-punk-masses-brasil-rj-junho/>. Acesso em: 29 de maio de 2023.

nova amostragem não frequentadora que enriquece as experiências do museu, com suas identidades partilhadas e pelo rock vivido e rememorado dos anos 1990, por efeitos de presença, produzindo experiências físicas e sociais de sua nostalgia com a banda Nirvana que marcou a geração daquele período. A amostragem de públicos com o *habitus* de visitar museus levou 40% do total ao MHN, os fazendo apreciarem os objetos pessoais de Kurt Cobain, instrumentos, objetos da banda, as fotos, e compreenderem a exposição como um todo.<sup>369</sup> 46% do público entrevistado tinha mais de 30 anos de idade, vindo em família (37%) e com amigos (23%) Sua comunicação holística trouxe críticas a outras exposições durante as entrevistas e sua mediação cultural entre seus seres sociais com os espaços, ações e diálogos com intelectuais mediadores do Museu Histórico Nacional promoveu a diversificação almejada pela instituição.

### **3.3 - Públicos e as ações educativas do MHN**

Pudemos ver o impacto da experiência pessoal, social e física pela comunicação holística dos públicos para irem ver exposições de acordo com as estratégias cientes do MHN. Em continuação desta análise, quero também entender as ações do museu ao produzir suas ações educativas em seus públicos agentes. As ações educativas do museu foram coordenadas pelo setor educativo do MHN, mas sempre alinhado com os outros setores. Desta maneira, ao tratarmos sobre o MHN, menciono o setor educativo e também a instituição em conjunto no trabalho e desenvolvimento das ações educativas para seus públicos.

#### **3.3.1. Públicos de Projetos Sociais do MHN**

Como vimos no capítulo 2, a educação museal é a linha da museologia que trata de ações de aprendizagem com a produção coletiva de conhecimento e acesso cultural. Para o PNEM de 2017, o direito à memória e agência cidadã é uma defesa dos atores que trabalham e frequentam os museus brasileiros e vimos como esta diretriz se relaciona com uma visão de mediação cultural entre a história e seus públicos. Entretanto, tanto a mediação cultural como a educação museal já eram abordadas e trabalhadas no MHN antes do PNEM ou se conceituar a educação museal como uma prática de saberes para a construção de conhecimento dos públicos.<sup>370</sup> O Plano Museológico de 2008 nos diz que a Divisão Educativa do MHN trata da

---

<sup>369</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2017b. p. 7

<sup>370</sup> DESVALLÉS; MAIRESSE. Op. Cit. 2015 p. 38.

articulação de projetos sociais do museu com a sociedade. No programa educativo deste plano museológico, o MHN estabelece quais são os públicos focados nestas ações educativas de projetos sociais:

...alunos e professores das escolas públicas e particulares da cidade e de municípios, Associações de Comunidades, Centros de Atividades para terceira idade, deficientes e egressos do sistema penal, além de cursos profissionalizantes voltados para a população adolescente carente, em parceria com outros museus e ONGs.<sup>371</sup>

O Plano de 2011 deixa mais evidente como a Divisão Educativa funcionava. O Setor Educativo cuidava da mediação do acervo e conteúdo histórico do museu com os públicos em percursos expositivos, mas também produzia encontros de educadores, profissionais de museus e turismo no projeto “Museu, espaço de construção do saber”, e no projeto “A Escola em movimento no Museu”, que discutia com grupos escolares as datas comemorativas do Brasil através das visitas expositivas e atividades culturais.<sup>372</sup> Já a Assessoria de Comunicação articulava os projetos sociais com os públicos de instituições de assistência social. Estas ações educativas estavam numa proposta de integração comunitária através de ações sociais desde 1993.<sup>373</sup> Vera Tostes foi diretora do museu desde 1994 mantendo as ações sociais promovidas pelo MHN até sua saída em 2014. Pela visão da direção e do MHN como um todo, as ações educativas não se tratavam de só aproximar os acervos de públicos, mas também compreender que públicos poderiam ter um acolhimento e apoio social através da estrutura do museu. Desta maneira, 6 projetos sociais foram articulados até 2016.

Primeiramente cito a “Atividade Cultural” que recebia pessoas de diversos grupos vinculados a instituições educacionais e sociais para visitar o museu e participar de ações educativas, cursos e palestras oferecidas; outro projeto era a parceria com a empresa FETRANSPOR, estabelecida em agosto de 2002, que oferecia ônibus para transportar públicos de escolas públicas e centros sociais. Estudantes, educadores e grupos sociais assistidos por centros de apoio foram beneficiados com a parceria que levou até 2016 um total de 42.977 visitantes. Infelizmente a parceria foi encerrada em agosto de 2017<sup>374</sup>, finalizando o projeto que trouxe acesso a 914 escolas públicas e 209 projetos sociais. Com o fim da parceria, muitas instituições de serviço social não puderam mais ter acesso a ônibus para visitarem os museus,

---

<sup>371</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2008. p. 19

<sup>372</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2011a. p. 26.

<sup>373</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. RELATÓRIO DE ATIVIDADES: PROJETOS SOCIAIS DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011. 2011b.

<sup>374</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2017a. p. 49



mas as visitas de grupos sociais de terceira idade, necessidades especiais e outros grupos de apoio social mantiveram suas visitas.

FETRANSPOR				
Ano	Escolas	Projetos Sociais	Visitantes	Ônibus por semana
2002	16	0	572	1
2003	55	0	2219	2
2004	45	0	1800	2
2005	54	1	2342	2
2006	45	1	1934	2
2007	29	1	1288	2
2008	60	0	2622	2
2009	74	1	3033	2
2010	57	1	2338	2
2011	76	8	3340	3
2012	87	41	4822	4
2013	85	44	4524	4
2014	87	41	4387	4
2015	89	43	4725	4
2016	55	27	3031	4
<b>TOTAL</b>	<b>914</b>	<b>209</b>	<b>42977</b>	

Quadro 2: Parceria FETRANSPOR 2002 - 2016<sup>375</sup>

Fonte: Museu Histórico Nacional

A parceria com a FETRANSPOR permitiu o acesso social de várias escolas públicas e grupos de centros de apoio para participarem das ações oferecidas pelo museu. Antes das gestões recentes pensarem no museu como um espaço de curadoria coletiva, o MHN se via como local social na qual a educação não-formal e informal poderia ser construída com os públicos que participavam de cursos, palestras, eventos musicais e sociais promovidos pelos seus projetos com outras instituições. Outros projetos foram muito interessantes nesta proposta de acolher grupos sociais marginalizados como forma de promover cidadania e acesso cultural através do MHN: o Projeto Melhor Idade, desenvolvido em 1996, recebia semanalmente vários grupos de idosos para visitar os espaços do museu nas exposições e em ações e cursos culturais; o Projeto Necessidades Especiais, estabelecido em 2003, articulava a vinda de grupos de pessoas com deficiência e neurodivergentes para visitas e cursos nos espaços do MHN; a parceria com a Companhia Municipal de Limpeza Urbana (COMLURB), trazia grupos contínuos de funcionários aos espaços do MHN para visitas de temáticas especiais, como a do Dia do Gari de 16 de maio; também haviam ações voltadas a funcionários do MHN para orientar em segmentos de orientação escolar, exames médicos, dependência química e inclusão

<sup>375</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2016b. p. 70

digital desde 2005; e o Projeto Jardinagem do Museu que recebeu estagiários do curso de jardinagem da ONG Ser Cidadão para a área administrativa do museu.

Como exemplo da participação destes grupos nas atividades do museu, cito o quantitativo de 2011.<sup>376</sup> Para as visitas do Projeto de Atividade Cultural vieram 1890 pessoas de 60 instituições culturais e sociais, convidadas para cursos profissionalizantes, reforço escolar, pré-vestibular e atividades culturais. No projeto Melhor Idade, o MHN recebeu 1.059 pessoas de 19 instituições e associações de apoio a pessoas idosas, promovendo participação em cursos e atividades. Finalizo ao citar o Projeto de Necessidades Especiais que acolheu 159 pessoas em visitas mediadas focadas no acesso estrutural e social das pessoas convidadas para conhecerem as exposições e atividades do museu. O sucesso da FETRANSPOR apresenta a comunicação holística de públicos, não como grupos sociais avulsos que vão ao museu, mas como instituições com interesse do fomento educacional e integração social. Instituições vinculadas ao projeto da Melhor Idade, Necessidades Especiais e escolas públicas periféricas são públicos institucionais que aprovam os projetos oferecidos pelo Museu Histórico Nacional, valorizado o bem estar, cidadania e integração cultural e de aprendizagem. A experiência pessoal, social e física dos públicos dos projetos culturais foi intensificada no processo de mediação cultural das equipes do MHN e das equipes dos centros sociais transformadas em públicos agentes.

Além dos projetos que traziam comunidades para os museus também acontecia o sentido inverso, de levar 6 exposições itinerantes, produzidas nos anos 1990<sup>377</sup> junto do Serviço Social do Comércio (SESC), para outros espaços, mas com a particularidade desta itinerância ser feita para populações carcerárias de presídios e hospitais de custódia, nas UPPs das comunidades da cidade do Rio e outras instituições de assistência social. As exposições elaboradas para irem em itinerância eram: Memória Cearense, que apresentava reproduções de fotografias, aquarelas e desenhos de José dos Reis Carvalho, integrante da comissão científica de expedição ao Ceará em 1859; A República no Traço de Rian, que trazia reproduções de caricaturas de políticos e outros personagens da Primeira República; Pelas Ruas e Calçadas; Imagens do Brasil, que traz reproduções de desenhos de cidades históricas brasileiras feitos por Alfredo Norfini; Nossa História, 14 painéis fotográficos que abordavam desde a história indígena até a autonomia do Brasil como nação; e Império e República, 3 caixas desmontáveis contendo imagens e objetos que abordam diferentes aspectos do Império e República do Brasil.

---

<sup>376</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2011b.

<sup>377</sup> O relatório mais antigo que tive acesso, o de 1997, não cita a data de produção destas exposições itinerantes. Também não encontrei menção da criação destas exposições em todos os relatórios que tive acesso.



Como exemplo de itinerância destas exposições, em 2011<sup>378</sup>, a exposição Brasil Nossa História visitou Museu de Arte Moderna de Resende, RJ, entre 01 de abril até 05 de julho e obteve 3.216 visitantes. Posteriormente, a exposição visitou o Instituto Penal Oscar Stevenson em Benfica, RJ, entre 27 a 29 de setembro, adquirindo 270 visitantes. Por último a exposição foi para a Penitenciária P. Vieira Ferreira Neto, em Niterói.

Outra exposição itinerante que vale comentar é Pelas Ruas e Calçadas, que trata do desenvolvimento do comércio informal e ambulante durante os séculos de formação do Brasil, contendo um acervo de fotografias do século XX e outras iconografias. A exposição foi para a Fundação Ser cidadão em Santa Cruz, RJ, entre julho a setembro de 2011 e acolheu 1.200 visitantes. A exposição finalizou sua itinerância do ano na Casa de Convivência Dercy Gonçalves na capital do Rio de Janeiro, entre dezembro de 2011 a janeiro de 2012 trazendo 800 visitantes. Compreendo que a gestão do museu via os espaços do edifício como local de integração social além das práticas museográficas de preservação, pesquisa e comunicação do acervo histórico, mas além do edifício, o acervo também faz parte da mediação cultural da história e as práticas extramuros destas exposições itinerantes puderem permitir estas experiências. Por uma visão da Nova Museologia, o museu era um fórum de trocas entre grupos e aprendizagem em espaços extramuros pela História Pública, as exposições itinerantes podiam ser levadas para debater a história em espaços com públicos que não tinham um acesso direto ao museu. Remorando nosso debate da História Pública em museus, compreendo a participação de intelectuais mediadores do museu neste processo de mediação cultural entre os grupos sociais e suas experiências com os espaços, exposições e acervos com portas abertas para estas comunidades.

Todos os projetos citados são exemplos de que a gestão do MHN desde os anos 1990 tinha uma proposta de integração social com as comunidades da cidade do Rio de Janeiro. O relatório anual de 1997 felicita os projetos daquele ano por trazerem uma visibilidade ao museu através da mídia e de seus públicos. O relatório diz que a grande oferta de atividades que o MHN trouxe, possibilitou o aumento de públicos, mas também acolheu grupos de várias características. Como exemplo, o mesmo relatório menciona a atividade “Quintas em Jogo no Museu”, uma ação que dinamizou os espaços culturais ao trazer estudantes de escolas públicas e privadas para conhecerem o acervo e vivenciassem histórias em formato de jogos de RPG.<sup>379</sup> Para a gestão do MHN, estas ações foram positivas ao ver como resultado uma relação mais

---

<sup>378</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2011a. p. 12.

<sup>379</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 1997. p. 2.

intima dos públicos com a instituição. Desta maneira, a gestão do MHN via a importância do crescimento social do MHN e de sua integração com novos públicos que conheçam o museu. No relatório anual de 1999, a gestão do museu se congratula pelo seu alcance ultrapassar os muros do museu, indo a outros estados, sendo visto nos sistemas eletrônicos (por ter lançado seu *site* em 1996) e atendendo públicos diversos.<sup>380</sup>

Ao analisar o quantitativo de públicos da última década do MHN, a instituição teve um público escolar constante. De fato, com a parceria da FETRANSPOR, o público escolar tinha uma quantidade maior e mais diversa, como menciona o relatório de 2016, que pela parceria, vieram escolas e instituições sociais de 26 bairros do Rio de Janeiro e 5 cidades da região metropolitana: Duque de Caixas, São Gonçalo, Nova Iguaçu, Belford Roxo e Niterói.<sup>381</sup> Mesmo com o fim do projeto, os atendimentos educativos do MHN permaneceram com um grande quantitativo de públicos, visitas mediadas de várias escolas agendadas e com diversos eventos vinculados às visitas escolares. Em tabela abaixo apresento como os públicos escolares se mantiveram com a FETRANSPOR e sua saída. A retirada da empresa mostrou uma queda considerável, mas a visita mediada a grandes públicos escolares se manteve por interesse de várias escolas públicas e privadas usarem o MHN como espaço de aprendizagem. Em 2019 os públicos escolares alcançam um quantitativo de quase 20 mil estudantes, mesmo o quantitativo total de visitas ter diminuído em comparação a anos anteriores, o que apresenta que as decisões e estratégias de comunicação institucional trouxeram bons frutos na relação dos públicos com o MHN nestes 10 anos.<sup>382</sup>

<b>Públicos/Ano</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>FETRANSPOR</b>	2.338	3.340	4.822	4.725	4.387	4.725	3.031			
<b>Instituições</b>		499	874	868	688					
<b>Público escolar</b>	13.285	14.790	23.909	23.652	17.714		11.500	13.166	11.788	19.761
<b>Total atendido</b>		18.628	33.675	43.436	23.982		17.978	30.594	25.906	42.002
<b>Total visitantes</b>	101.322	120.000	145.820	140.393	110.070		166.397	137.443	44.864	74.653

Quadro 3: Públicos escolares e totais anuais – 2010 a 2020.

Fonte: Elaborado pelo autor por base dos relatórios anuais.

<sup>380</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 1999.

<sup>381</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2016b. p. 49.

<sup>382</sup> É importante frisar que a quantidade de públicos da FETRANSPOR mencionados na tabela estão incluídos ou no público escolar ou no total atendido a depender de quais instituições vieram pelo acesso ao ônibus da empresa. A falta de dados sobre instituições visitantes entre 2015 a 2019 se dá por falta de relatórios ou pelo MHN não registrar sobre as instituições visitantes nos relatórios anuais.

### 3.3.2. Bonde da História do MHN

Infelizmente, sem acessar o relatório anual de 2015, muitas informações não puderam ser compreendidas para esta pesquisa. Justamente por ser um ano de transição de direção não tem como saber como ocorreu a mudança de foco dos projetos sociais, mas compreendo que o foco da nova direção se dava tanto na estruturação do museu como também pensar em novas estratégias de comunicação que possibilitassem a diversificação dos públicos. Desta maneira, venho falar novamente sobre as ações educativas Bonde da História e Bondinho da História que explanei no capítulo 1.

Como mencionado anteriormente, O Bonde da História e o Bondinho da História foram duas ações educativas criadas em 2017 para fazer visitas temáticas com públicos espontâneos durante os fins de semana e feriados em visitas mediadas pelo setor educativo do MHN. Muitas visitas temáticas se envolveram com datas cívicas brasileiras, mas também outros temas de debate histórico durante o ano, trazendo a história de novos atores evidenciados pela historiografia, como a história das mulheres, pessoas negras e indígenas. O Bondinho da História começou em 2018 e focado em públicos infantis, com temas relacionados ao acervo e a algumas de suas histórias.

<b>Bonde da História e Bondinho da História 2017 - 2019</b>			
<b>15 temas mais visitados</b>		<b>Visitantes</b>	<b>Encontros</b>
1	Circuito MHN	644	78
2	Umbanda na História do MHN	559	6
3	Museus, Memória e Mulheres	336	14
4	Bondinho: Dia de Copa	320	2
5	10 Objetos que Fizeram Nossa História	247	18
6	Bondinho: O mito Yorubá: Oxalá e a Criação do Mundo	212	12
7	Bondinho: Descobrindo o mundo no MHN	200	1
8	Independência ou Morte	186	3
9	Pinturas Históricas	185	24
10	Mentiras e Mitos na História do Brasil	173	5
11	A presença Negra no MHN	170	9
12	O Rio de Janeiro no MHN	149	12
13	O Retrato de D. João	124	4
14	Bondinho: Do Móvel ao Automóvel, um pedacinho da nossa história	114	7
15	Bondinho: Detetives no Museu	104	6

Quadro 4: Encontros e visitantes do Bonde da História e Bondinho da História entre 2017 a 2019.

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos relatórios anuais.

A proposta do Bonde da História pôde abordar, nos três anos analisados, diversos temas discutidos na área da historiografia e do patrimônio cultural. Apesar da visita mediada “Círculo MHN” - que trata de visita “clássica” pelas exposições de Longa Duração – ter o maior público dos fins de semana e feriados, creio que a visita que teve mais sucesso e interesse de públicos foi a visita “Umbanda na história do MHN” que trouxe elementos das religiões de matriz africana em acervos do museu, como a coleção de Zaira Trindade que tem objetos expostos na exposição Cidadania em Construção, mas também outros objetos emblemáticos como a instalação artística “Altar de Oxalá” de Emanuel Araújo. Esta visita se deu nos meses de janeiro e agosto de 2018 com recorde de 200 visitantes naquele mês.<sup>383</sup> A visita voltou em novembro do mesmo ano devido à semana de consciência negra, e trouxe 190 interessados em participar da visita temática, quando padrão de visitantes é entre 10 a 30 pessoas. Em 2019 os públicos desta visita foram menores, mas ainda superando o padrão de 30 pessoas, chegando a ter 65 no dia da visita.

Este interesse dos públicos se mostrou tanto na ida ao museu como nas redes sociais. A postagem sobre a visita alcançou 42,5 mil pessoas em abril de 2019, 24 mil em agosto e 10 mil em novembro do mesmo ano<sup>384</sup>. A comunicação holística dos públicos pelo tema permitiu que os temas religiosos e culturais afro-brasileiros fossem levados em conta, trazendo diversidade de públicos e integração social. Caso semelhante se deu nas visitas temáticas ao público infantil, com a visita “O mito Yorubá”, que tirando a oficina da copa do mundo, foi a visita de público infantil mais visitada, mas teve quantidades diversas, trazendo desde 10 visitantes em fevereiro de 2018 a 42 visitantes em março. Esta visita além de trazer contação de história sobre Xangô e Oxalá, também promovia a montagem de bonecos sobre o tema. Além da musealidade dos públicos, ao tratarem a visibilidade negra na história brasileira ser encontrada no MHN, os efeitos de presença por emoções e sensações envolvidas pela fé e intimidade, são elementos participantes na vinda e participação de públicos no debate historiográfico representado no Museu Histórico Nacional.

É perceptível que as visitas do Bonde da História possuem quantidades muito menores (656 visitas em 2017, 2.668 em 2018 e 1.797 em 2019) em comparação com o total de visitas escolares entre 2010 a 2019, ou mesmo das visitas de instituições sociais (em que se pode quantificar até 2016) pela FETRANSPOR. Entretanto, as visitas do Bonde envolvem questões de recursos do MHN. As equipes de educativo de mediadores e arte-educadores sempre passa

---

<sup>383</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2018.

<sup>384</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2019.

por renovações em troca de empresas contratada, e também, a quantidade de educadores aos fins de semana é muito menor comparada aos públicos. O Bonde tem uma intenção crítica aos acervos do MHN, à história estabelecida no senso comum, a discutir a história representada, e de evidenciar novas formas de olhar a história do Brasil. Compreendo que a gestão do MHN, composta por servidores, especialistas e educadores museais, veem a permanência do projeto como necessária, independentemente da quantidade de públicos.

### **3.4. Públicos e o engajamento das redes sociais e NTIC's do MHN**

Ao fim dos anos 1990, os museus tiveram um novo aspecto de relação com os públicos. Antes os públicos tinham o museu como um espaço de relação entre seus grupos de amigos, familiares, grupos escolares ou de instituições sociais que estivessem vinculados. Ao fim dos anos 1990 a internet chega na vida privada da sociedade, acessando locais e pessoas, que antes só seria possível, por telefones, cartas e numa comunicação pessoal em espaços públicos como já foram as igrejas, os shoppings, os cafés e os museus. Entretanto, a inserção da internet não modifica a vida das pessoas, mas também dimensões socioeconômicas diversas.<sup>385</sup> Inês Amaral nos contextualiza a internet que vivemos na década de 2010 com a inserção em peso das redes sociais e da chamada Web 2.0 ou internet colaborativa. Em 2006 a população mundial tinha 17,6% em conexão com a internet. Em 2016 este acesso alcança 46,1%. A internet materializa nossa discussão das identidades partilhadas e homogeneização destas identidades pela globalização. A autora nos traz a defesa de Pierre Lévy sobre a Inteligência Coletiva, que pode ser alcançada pela inovação social das transformações produzidas pela internet e a participação colaborativa de usuários inseridos nos ciberespaços. Entretanto, a cultura e comunicação de massa ainda não desaparece, mas se insere nesta comunicação múltipla em que receptores se tornam emissores e o espaço de comunicação se torna uma esfera pública de ideias.<sup>386</sup>

---

<sup>385</sup> AMARAL, Inês. *Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes*. Covilhã, Portugal: LABCOM. 2016. p. 19.

<sup>386</sup> *Ibid.* p. 20.

### 3.4.1. Esfera Pública Digital dos Museus Históricos

Jürgen Habermas é o sociólogo conhecido por trazer à tona a questão da esfera pública, definida não como um espaço físico, mas um local de discurso e tópicos de interesse público. Sua análise começa com a esfera pública burguesa que surge no século XVIII, que ele descreve como indivíduos da aristocracia reunidos para o debate público.<sup>387</sup> Retratar essa esfera pública burguesa era mostrar como essa classe se distinguia das outras, e isso se via através de espaços como cafés e clubes, onde a discussão e opinião pública se dava.<sup>388</sup> Mas críticos posteriores discutiram a esfera pública de Habermas abarcando outros públicos e outros modelos da esfera pública, como a do proletariado – uma forma de compreender outras estruturas e interesses da discussão pública e política e a participação dessa classe em pautas democráticas.<sup>389</sup>

Jennifer Barrett apresenta as críticas à esfera pública ao fazer uso dos museus como locais de discurso do debate público. Barrett considera a possibilidade de um público universal através da visualidade das imagens, dos objetos históricos, exposições e da arquitetura dos museus. Ela apresenta uma esfera cultural que oferece discursos alternativos a serem considerados como esfera pública. A autora defende<sup>390</sup>: “Particularmente, argumento a importância dos discursos visuais e espaciais como elementos cruciais da esfera pública, oferecendo uma alternativa viável para a centralidade da esfera pública literária”.<sup>391</sup>

A autora percebe que a teoria de Habermas sobre a esfera pública é promissora na compreensão do debate político e democrático. Entretanto, ela nota que devem-se olhar aqueles que são excluídos pela esfera pública, pois, pela compreensão teórica de Habermas, a escrita na esfera pública é uma forma normativa de discurso que permite a ascensão da esfera pública burguesa, apesar de, na contemporaneidade, em específico nos séculos XX e XXI, a retórica liberal afirmar que há uma esfera pública acessível a todos. Para Barrett, a esfera pública é inerentemente cultural e se manifesta através de interações culturais realizadas por aqueles que dela participam<sup>392</sup>, diferentemente da compreensão de Habermas, em que o código normativo de interação da esfera pública é somente o literário, a escrita.

---

<sup>387</sup> HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press, 1989. p. 27.

<sup>388</sup> *Ibid.* p. 30.

<sup>389</sup> HOHENDAHL, Peter Uwe. *Critical Theory, Public Sphere and Culture. Jürgen Habermas and his Critics*. *New German Critique*. n. 16. 1979. p. 104.

<sup>390</sup> BARRETT, J. *Museums and the Public Sphere*. Chichester, UK: 1ed. Wiley-Blackwell, 2011. p. 37.

<sup>391</sup> Tradução nossa: “In particular, I argue the importance of visual and spatial discourses as crucial elements of the public sphere, offering a viable alternative to the centrality of the literary public sphere”.

<sup>392</sup> *Ibid.* p. 40.

Barrett observa que Habermas trata também de visualidades como discurso normativo. A publicidade, por exemplo, é vista como função necessária na prática da esfera pública, mas a autora contra-argumenta dizendo que nessa mídia se exige familiaridade, como acontece em outros meios de representação do debate da esfera pública. Apesar da crítica de Barrett, entendo que ambos concordam que há exclusões na participação da esfera pública. Habermas apresenta os jornais, a publicidade, os cafés e clubes do século XVIII e XIX como espaços e discursos normativos de inserção na esfera pública burguesa; já Barrett, que inclui outros discursos normativos e linguagens, como a visualidade, afirma que há a necessidade de permitir que grupos excluídos acessem essas linguagens – os meios de representação – para se inserirem na esfera pública.

Tendo a visualidade como elemento da esfera pública museal, como ela se daria na esfera pública virtual? Inês Amaral defende as ideias de Pierre Lévy ao ver os dispositivos midiáticos como moldadores da opinião pública, e o ciberespaço também pode causar estas mudanças, na conversa coletiva e distribuição de opiniões.<sup>393</sup> Lévy compreende que a internet causou transformações e reestruturações da vida pública e democrática, potencializando uma comunicação transparente, reorganizando a esfera pública devido ao caráter de inteligência coletiva proporcionado pela internet. Apesar de eu não ser um especialista do poder midiático e das redes sociais e virtuais, preciso confessar que vejo a perspectiva da inteligência coletiva na internet de modo otimista demais. Quando se trata da internet, os museus históricos constituem outros problemas de diálogo. Terje Rasmussen relaciona as perspectivas de Habermas com a mídia de massa e a internet e nos diz que a esfera pública está imensamente alargada, principalmente na internet, onde a diversidade de pontos de vista e vivências se manifesta a convite da esfera pública. Os usuários são chamados a participar do diálogo na sociedade, mas a mídia de massa continua sendo a base constituinte da esfera pública, e, na lógica da mídia de massa, a maioria dos usuários é pouco vista, enquanto poucos *sites* e indivíduos (empresas e influenciadores digitais) gozam de notoriedade, voz e alcance no debate da esfera pública *online*.<sup>394</sup> A liberdade democrática da esfera pública é, portanto, falseada e os atores principais continuariam a debater a esfera pública sem muita participação do coletivo, mesmo contendo usuários emissores da informação.

Nesta perspectiva, Amaral compreende a esfera pública virtual como um espaço em que nos comunicamos de forma mais acessível com responsáveis institucionais. Estaríamos,

---

<sup>393</sup> AMARAL, Inês. Op. Cit. 2016. p. 28.

<sup>394</sup> RASMUSSEN, Terje. Internet and the political public sphere. *Sociology Compass*, v. 8, n. 12, 2014, p.1324.



portanto, em contato com governos, empresas, grupos sociais de contextos diferentes, o que faria esta comunicação da esfera pública virtual ser global. Entretanto, a autora entende que a esfera pública da internet é multifacetada e complexa, sem poder achar um ponto de equilíbrio do caos e equilíbrio democrático<sup>395</sup> e mesmo com a tecnologia, impedimentos clássicos se mantiveram no acesso às mídias profissionais, na qual empresas de notícias possuem acesso e visibilidade total a certas notícias e assuntos do debate público.

No campo da história e sua difusão na esfera pública, profissionais da história pública estão caminhando neste processo, mas como estaria a visibilidade neste alcance? Bruno Leal nos diz que historiadores não estiveram sempre separados na comunicação com o “grande público”, mas ainda há poucos historiadores voltados à divulgação da história para públicos não acadêmicos, principalmente no Brasil. O autor compreende que as ações de difusão da pesquisa histórica por poucos profissionais é por esta ser considerada uma área menos importante a estes profissionais no processo de produção historiográfica.<sup>396</sup> Em seu trabalho com o portal Café História, criado em 2008, as formas de hospedagem digital, divulgação e estruturação do portal se modificam tanto por necessidades tecnológicas, como mudanças de comportamentos de públicos. Uma das mudanças foi a saída do portal da rede social *Ning* devido à polarização político-ideológica que acontecia no Brasil em 2016 provocando desentendimentos, preconceitos e outros comportamentos inviáveis para o debate intelectual proposto pelo portal:

O princípio da internet colaborativa, na qual os participantes são responsáveis por boa parte do conteúdo, parecia ter chegado a um momento de esgotamento. As ferramentas colaborativas passaram a ser usadas por indivíduos desestabilizadores, os chamados *trolls*, que, embora em número reduzido, tumultuavam o ambiente e afastavam aqueles que tinham interesse em desenvolver um debate respeitoso, produtivo e consistente.<sup>397</sup>

A nova fase do portal, em 2017, focou-se em conteúdos desenvolvidos por especialistas, sendo 59 artigos, 15 entrevistas e 9 bibliografias comentadas – até 2019 - recebendo entre 3 mil a 5 mil acessos diários. Como apresentei em capítulo anterior, pesquisas de público foram feitas mostrando um interesse do público acadêmico ao portal. O autor conclui que mesmo a

---

<sup>395</sup> Ibid. p. 46.

<sup>396</sup> CARVALHO, Bruno Leal Pastor de. Café História: Divulgação científica de História na internet. In: Bruno Leal Pastor Carvalho; Ana Paula Tavares Teixeira. (Org.). História pública e divulgação de história. 1ed. Belo Horizonte: Letra e Voz, 2019, v. 1, p. 107.

<sup>397</sup> Ibid. p. 115.



divulgação científica se volte a o grande público, existe também um impacto expressivo no público acadêmico.<sup>398</sup>

No caso dos museus e museus de história, o que aparenta é que a inserção destas instituições na esfera pública virtual foi algo recente. No caso do Museu Histórico Nacional, a criação de um *site* foi considerada inovadora no âmbito museológico brasileiro em 1996 e com uma média 368.326 acessos de entre 2008 a 2016. Em relatórios posteriores entre 2017 a 2019 o método de quantificação muda, focando apenas na produção de postagens no *site*. Para a assessoria de comunicação do museu não era mais importante registrar os acessos ao site nos relatórios anuais, e sim das redes sociais que o MHN estava inserido desde a criação de seu perfil no Facebook em 2014 e no Instagram em 2015. A mudança valoriza mais o engajamento das redes do museu através de reações (como curtidas), comentários e compartilhamentos. Porém, o mais importante para a instituição foi o total de seguidores que o MHN adquiriu. Não vejo a mudança do museu em focar nas redes sociais pela comunicação institucional, como uma mudança da comunicação holística dos públicos. Neste aspecto, o MHN segue uma tendência iniciada por museus estrangeiros e que foi reproduzida no Brasil. Um novo *habitus* se formou na sociedade do consumo de tratar os museus como portais de conhecimento a serem seguidos e compartilhados nas redes sociais. A musealidade dos públicos não estaria somente na presença física nos espaços museológicos, mas o ato de descolecionar os museus como forma de divulgação da história e do conhecimento seria o ato recorrente que o MHN não teria um controle direto, mas segue o modelo imposto para estar presente na esfera pública virtual, seguindo sua missão institucional e compreensão de mediação cultural.

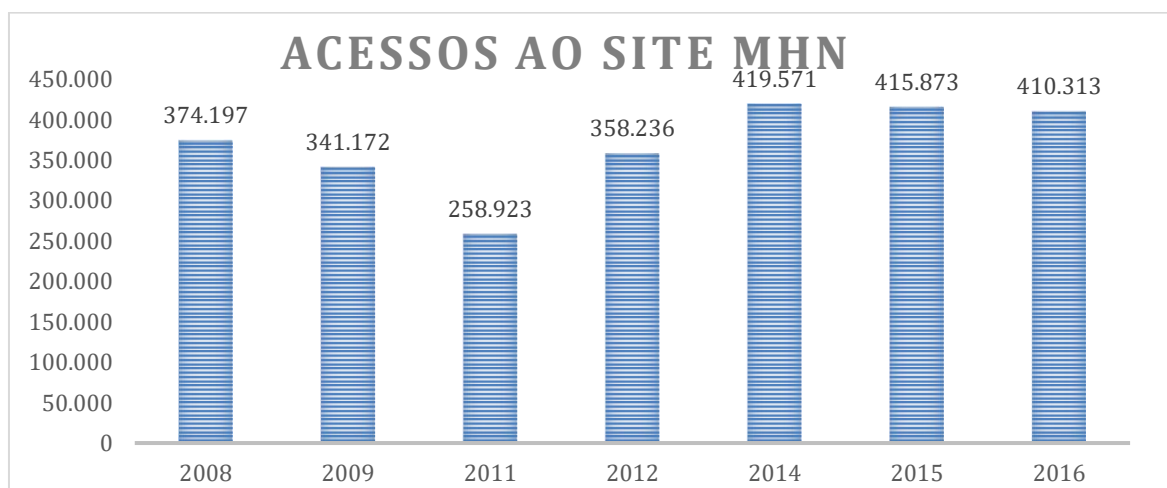


Figura 10: Acesso ao *site* MHN 2008 – 2016.  
Fonte: Elaborada pelo autor.

<sup>398</sup> Ibid. p. 120.

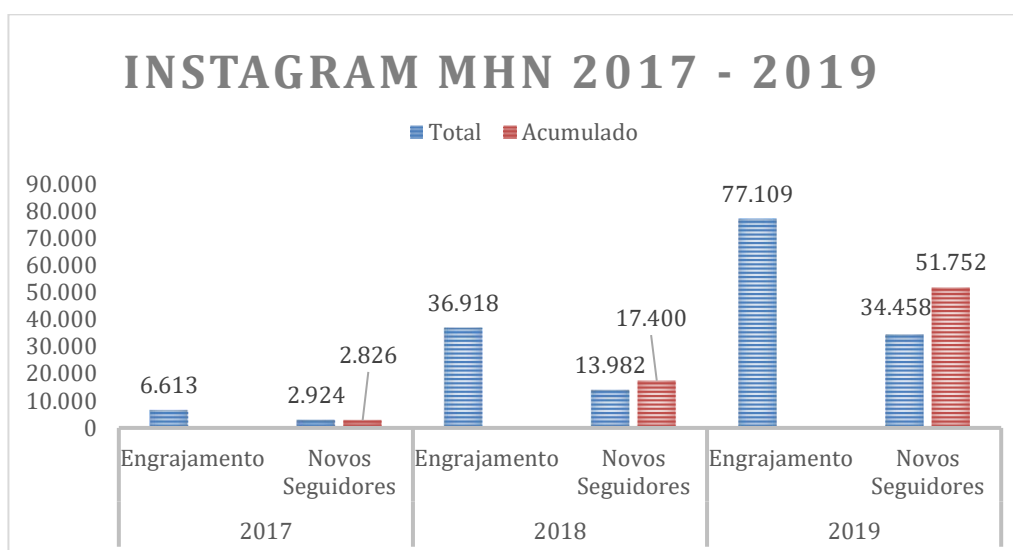
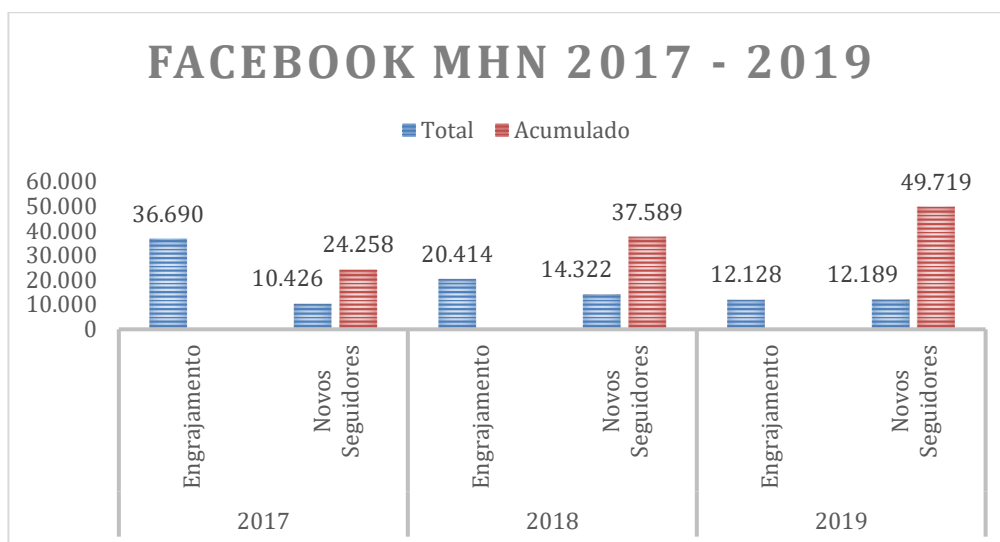


Figura 11: Facebook MHN 2017 – 2018; Figura 12: Instagram MHN 2017 – 2018.  
 Fonte: Elaboradas pelo autor.

Como podemos ver nos gráficos que tratam do crescimento de seguidores do MHN nos três anos analisados, a cada ano temos o total de seguidores adquiridos anualmente, mas também o total acumulado. Já o cálculo do engajamento feito pelo MHN mudou duas vezes entre 2017 a 2018. Em 2017 se quantificava comentários, reações e compartilhamentos da rede Facebook, mas no mesmo ano se optou por dar um valor total dos três engajamentos. Em 2018 este engajamento não é mais quantificado, e sim o número de curtidas que a página ou postagens da página adquiriu durante o ano, mostrando apenas o número acumulado, o que me fez fazer subtrações para saber quantas curtidas foram adquiridas durante o mês e o total do ano. Os gráficos apresentados foram feitos por base em tabela construída com os dados

adquiridos dos relatórios dos três anos e, pelo tamanho, optei por deixar como anexo da pesquisa.

Rosane Carvalho já nos apresentava, em 2012, que com a Web 2.0, as redes sociais, sítios de vídeos *online* e outras plataformas de compartilhamento se tornaram tão importantes para os museus quanto os seus espaços físicos pois a adesão *wiki* é uma tendência sendo seguida em museus por todo o mundo.<sup>399</sup> Carvalho nos traz o contexto que especialistas de museus afora apresentavam os bons frutos que as redes sociais e outras plataformas de compartilhamento podiam trazer aos museus. A divulgação, visualização a acervos fotografados, acesso a conteúdos de textos e vídeos seriam algumas das formas que as redes sociais poderiam divulgar os museus. Para Ana Carvalho e Alexandre Matos, o fato de as mídias digitais fazerem parte do dia-a-dia de vários grupos sociais, dos jovens aos mais adultos, a adoção de novas tecnologias como *sites* de museus e as redes sociais, se tornou elemento importante do museu na esfera pública.<sup>400</sup> Vejo que o MHN pensou de maneira semelhante ao construir seu *site* em 1996 e se inserir nas redes sociais duas décadas depois. Apesar do *site* ser considerado bem visitado, o MHN nunca considerou ter um museu virtual.

A década de 2010 foi o período de grande discussão para diferenciar *site* de museus e museus virtuais, o que para muitos ainda há uma confusão sobre o temas mas, em resumo, os *sites* seriam extensões dos museus físicos enquanto os museus virtuais teriam seu acervo, sua educação museal e pesquisa focados na plataforma *online*.<sup>401</sup> Obviamente, outros ramos de representação e musealização virtual podem ser possíveis, como o texto de Rosane Carvalho apresenta, tanto que ao chamar estas propostas como um todo, chamamos de museus da internet. Com o surgimento dos museus na esfera da internet, sua popularização chegou aos públicos, mostrando que os museus físicos tinham uma intenção de popularização. Em 2011 tínhamos 23 museus virtuais brasileiros pela publicação Museus em Números do IBRAM, mas com a demora de uma nova edição a plataforma Museusbr<sup>402</sup> foi criada para permitir uma atualização contínua dos museus brasileiros e nos possibilita saber que temos atualmente 59 museus de caráter virtual cadastrados na plataforma e sediados no Brasil.

---

<sup>399</sup> CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. Comunicação e Informação de Museus na Internet e o Visitante Virtual. In: XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XIII ENANCIB 2012. GT 9: Museu, Patrimônio e Informação. Rio de Janeiro: ANCIB, 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/183258>. Acesso em: 05 jun. 2023.

<sup>400</sup> CARVALHO, A.; MATOS, A. Museum Professionals in a Digital World: Insights from a Case Study in Portugal. *Museum International*, n° 70, pp. 34-47.

<sup>401</sup> CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. Op. Cit. 2012. p. 4.

<sup>402</sup> MINISTÉRIO DA CULTURA. Museusbr. Disponível em: <http://museus.cultura.gov.br/>. Acesso em: 4 de junho de 2023.

Com o florescer destes museus e o uso de redes sociais para sua divulgação, os públicos virtuais começaram a ser vistos e pesquisados. Carvalho menciona pesquisas de 1997 para verificar perfil e demandas de usuários que frequentavam *sites* de museus e concluindo um perfil de visitantes entre 40 a 64 anos.<sup>403</sup> Já em pleno ano de 2022 e 2023, os públicos tem mudado e também a forma de se olhar engajamento. A quantidade de seguidores tem representado o modelo de ver a popularidade no museu. No artigo *Revealed: the top 20 most popular art museums on social media in 2023*, os 20 museus citados possuem mais de um milhão de seguidores, tendo o *Museum of Modern Art – MoMA*, de Nova York com 13.346.854 seguidores.<sup>404</sup> No período de 2019, enquanto o MHN tinha 101.471 seguidores de suas redes sociais somadas, o MoMA estava em primeiro lugar na lista de museus com mais seguidores, com 12.442.000 seguidores com suas redes somadas (Facebook, Instagram e Twitter) e o 10º lugar era o *Victoria and Albert Museum* com 3.304.000 seguidores<sup>405</sup>. O que se percebe é que os museus em contextos brasileiros e outros portais de museus nas mídias de massa possuem alcances diferentes. Ao que se indica, a esfera pública entre museu e público se encontra desnivelada.

Evidentemente, não podemos comparar redes sociais de museus estrangeiros com brasileiros, quando estes têm grandes recursos, eventos famosos (o MET Gala, por exemplo), e também públicos vultosos anualmente. Ao mesmo tempo não podemos colocar em comparação as redes dos museus brasileiros com a de empresas midiáticas e os influenciadores digitais. O que se pode perceber é que o MHN tenta acompanhar o movimento dos grupos sociais inseridos nas redes, da mesma forma que o museu possui funcionários inseridos no mesmo ciberespaço. De acordo com a assessoria de comunicação do MHN em 2015, a inserção do museu em novas tecnologias fez o MHN ultrapassar as fronteiras espaciais, ampliando os públicos e cumprindo a missão de produzir e difundir o conhecimento.<sup>406</sup> Contudo, compreendo que o MHN tem interesse de se tornar visível na esfera pública cultural, tanto para abranger públicos, quanto para que seu trabalho seja visibilizado. O que evidencia essa busca de visibilidade são várias propostas tecnológicas que o museu se inseriu desde a criação do seu *site* em 1996.

---

<sup>403</sup> Ibid. p. 10.

<sup>404</sup> THE ART NEWSPAPER. Museums social media booms thanks to anniversaries and blockbuster. The Art Newspaper, 27 mar. 2023. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2023/03/27/museums-social-media-booms-thanks-to-anniversaries-and-blockbusters> . Acesso em: 4 jun. 2023.

<sup>405</sup> THE ART NEWSPAPER. Museum masters of the social media universe. The Art Newspaper. Abril 2020. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2020/05/Arts-Most-Popular-visitor-figures-2019.pdf>. Acesso em: 4 de junho. 2023.

<sup>406</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório da Assessoria de Comunicação. 2015. p. 1.

### 3.4.2. Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – NTIC's do MHN

De acordo com Helena Cunha de Uzeda, as novas tecnologias têm funcionado como braços de comunicação nos espaços museológicos, integrando em projetos de divulgação, controle interno e na comunicação das próprias exposições museais.<sup>407</sup> Entretanto, a autora confessa que esta afirmação precisa de uma melhor análise e mais estudos já que o uso das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação – NTIC's ainda estão em produção e em estudos contínuos. A autora procura entender os limites de atuação da NTIC'S, o uso intensivo das mídias digitais e como elas podem modificar a relação comunicacional com públicos de museus como tem mudados a vida contemporânea. Uzeda nos diz que a vinda das novas tecnologias foi bem-vinda no começo de práticas para processos arquivísticos, de catalogação museológica e outros processos de gestão da informação, mas com o passar dos usos e formas, as novas mídias se espalharam para outras atividades museológicas como o monitoramento de reservas técnicas, fluxo de públicos, segurança, bilheteria e segurança. Por fim, os museus criaram *homepages*, participam das redes sociais para comunicação direta com públicos e criando terminais digitais (telas *touch* em espaços de exposição tratando do acervo e das exposições). Para a autora já temos uma dependência tecnológica definitiva e rotineira e as NTIC's estabelecidas nos espaços dos museus é uma continuação deste caminho.<sup>408</sup>

O caminho dos museus e da história no âmbito virtual parece ser contínuo, e há o medo de que as novas construções virtuais possam substituir as representações museológicas. Pierre Levy discorda desta concepção já no fim do séc. XX:

Por acaso constatou-se que a irresistível ascensão do Musée imaginaire cantado por Malraux, quer dizer, a multiplicação dos catálogos, dos livros e dos filmes de arte, tenha feito diminuir o público dos museus? Pelo contrário. Quanto mais difundidos os elementos recombináveis do museu imaginário, mais foram fundados prédios abertos ao público cuja função era abrigar e expor a presença física das obras. Ainda assim, se estudássemos o destino de determinado quadro célebre, descobriríamos que foi apreciado mais frequentemente como reprodução do que como original. Da mesma forma, os museus virtuais provavelmente nunca farão concorrência aos museus reais, sendo antes suas extensões publicitárias.<sup>409</sup>

A substituição do real pelo virtual não seria o suficiente para fazer públicos consumirem a história e cultura apenas pelos *smartphones*, computadores e outras formas de virtualização.

---

<sup>407</sup> UZEDA, Helena Cunha de. As novas tecnologias nas exposições museológicas: objetos reais e a concorrência digital.. In: XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. 2016. p. 3.

<sup>408</sup> Ibid. p. 5.

<sup>409</sup> LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo/SP: Editora 34, 1999. p. 154.

Levy entende que o crescimento do virtual provoca o mundo atual e saber que o virtual se desenvolve mais rápido. No caso dos museus, o autor nos lembra que muitas produções midiáticas nunca substituíram o museu: nem catálogos, livros, filmes e álbuns fotográficos (e eu atualizo para as nossas *selfies* em museus nas redes sociais) poderiam diminuir públicos e o interesse do indivíduo pela “riqueza sensível da peça fisicamente presente.”<sup>410</sup> Lembro da compreensão de Gumbrecht de que nossos interesses pelo produtos históricos em filmes, romances históricos e museus se dá pelo nosso desejo de *presença* “já que não podemos sempre tocar, ouvir ou cheirar o passado, tratamos com carinho as ilusões de tais percepções.”<sup>411</sup> Desta maneira, os efeitos de presença em nossas visitas e participações em museus, e nossa musealidade ao ler valores nas obras que vemos pessoalmente, impedem a substituição pela a virtualidade das museálias e dos museus.

O Museu Histórico Nacional, em todos os relatórios que pude ler como fonte, não apresenta preocupação da substituição do virtual e a perda de públicos, mas compreende que os públicos procuram novas tecnologias recentes nas formas de expor e compor as estruturas do museu no cotidiano, e por isso, o MHN produziu várias ações para que os públicos estivessem cientes do uso das NTIC's em seus espaços e como Levy, entendeu que as novas tecnologias trazem publicidade e atração de novos públicos.

Como já mencionei, o MHN lança seu *site* em 1996 contando já com 19.563 acessos naquele ano e tendo 410.313 acessos em 2016. Em 1997 o museu instala um tótem multimídia com conteúdo sobre as exposições e acervos. Em 1999, o museu produz CD *roms* dos Anais do MHN, incluindo 7 mil páginas de produções desde 1940. Em 2004, o MHN se volta para o uso de NTIC's para o trabalho museológico, instalando 45 computadores, mas também lançando CD rom da exposição Tempos dos Braganças, que trata de acervos do período imperial do Brasil. Em 2005, a produção destes CD *roms* é migrada para o *site*, desenvolvendo 16 galerias virtuais em inglês e português. Até 2009 o *site* tinha 27 galerias virtuais com 2.199 páginas e 3847 imagens digitalizadas do acervo. Em 2012, o museu produz um aplicativo para a Apple e já possuindo 277 *downloads* naquele mesmo ano. Em 2013, o museu começa sua migração de catalogação de acervos para novos sistemas digitais e disponibilizando *online* os relatórios e catálogos do museu entre 1922 e 1970, sendo alguns destes relatórios as fontes desta pesquisa.

---

<sup>410</sup> Ibid. p. 218.

<sup>411</sup> GUMBRECHT. Op. Cit. 2005. p. 151.

Em 2014, o museu oficializa sua parceria com a Google no projeto *Google Art Gallery* com duas exposições virtuais para também serem vistas em *smartphones* e *tablets* do sistema Android. No mesmo ano o MHN lança sua página no Facebook e em 2015 no Instagram. Em 2016, em parceria, o MHN desenvolve o programa de Realidade Aumentada da exposição Móvel ao Automóvel que contem carruagens do período colonial e imperial brasileiro. Como mostra a pesquisa de Alessandra Oliveira Marçal, os públicos tinham dificuldade de entender e utilizar o programa em *tablet*<sup>412</sup> que tinha a intenção de ver detalhes das carruagens digitalizadas, inclusive em seu interior. Posteriormente, a proposta foi finalizada.

Em 2017, além da organização de processos pelo Sistema Eletrônico de Informação (SEI), o MHN continuou sua parceria com a Google na produção de fotografias de alta definição para o portal *Google Arts & Culture* lançado no mesmo ano em evento do 7º Fórum Nacional de Museus em que eu estive presente. É iniciado também a implementação do sistema Tainacan, nova plataforma de catalogação, gestão de divulgação de acervos, de acesso livre e gratuito e produzido pela Universidade Federal do Goiás. O Tainacan se tornou ferramenta abraçada pelo Ibram e passou a ser implementado em diversos museus vinculados à instituição.<sup>413</sup> Com o uso do Tainacan, a utilização do *site* pelas galerias virtuais foi transformada para o portal que foi inaugurado com parte do acervo do MHN em novembro de 2018, sendo 500 obras de 3 coleções. Por fim, em 2019, o MHN investe na gestão digital de acervos com 3 programas de gestão da informação: O Tainacan, com 4.076 metadados; a Biblioteca Virtual MHN-DOC-Pro contendo os relatórios entre 1922 a 1970 e os Anais MHN mais antigos; e o sistema catalográfico Koha-MHN para o acervo bibliográfico, migrando 24.816 livros catalogados do acervo. Interessante também incluir a participação do MHN no trabalho coletivo da Brasileira Fotográfica<sup>414</sup>, em que o museu disponibilizou para o portal 6.197 itens fotográficos, em 2019, para serem disponibilizados no portal mantido pela Biblioteca Nacional.

Analisando este breve histórico de usos de NTIC'S pelo MHN, podemos perceber como estas ferramentas tiveram mais a intenção de divulgação do acervo do que de participar de uma linguagem de comunicação de exposições e acervos. Passando pelo *site*, as redes sociais, os aplicativos de *smartphone*, Realidade Aumentada, até chegar aos programas de gestão de

---

<sup>412</sup> MARÇAL, Alessandra de Oliveira. A REALIDADE AUMENTADA COMO FERRAMENTA DE MEDIAÇÃO: análise crítica de sua aplicação no Museu Histórico Nacional. 2018. 101f. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. p. 75.

<sup>413</sup> TAINACAN. Casos de uso do Tainacan. Disponível em: <https://tainacan.org/casos-de-uso-do-tainacan/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

<sup>414</sup> BRASILIANA FOTOGRAFICA. Objetivos. Disponível em: [https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?page\\_id=96](https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?page_id=96). Acesso em: 10 jun. 2023.



acervos, incluindo o Tainacan, todas estas ferramentas apresentam uma intenção de divulgação e aprofundamento dos acervos expostos ou mesmos resguardados na reserva técnica do museu. Diferente destas propostas, a ferramenta de explorar o MHN pelo *Google Arts & Culture* permite que possamos visitar as galerias das exposições de longa duração utilizando a ferramenta de visão 360° como ocorre na plataforma *Google Maps* para conhecer detalhes de ruas e prédios. Nesta ferramenta podemos passar pelas galerias das exposições Oretama, Portugueses pelo Mundo, Construção da Nação e Cidadania em Construção. Entretanto, como aparecem apenas as fotografias 360°, com pouca resolução, não é possível uma leitura aprofundada nos objetos expostos ou dos textos das paredes fotografados para a ferramenta. É notável também que a exposição Cidadania em Construção está desatualizada por ainda ter as fotografias da exposição em 2018 e sem as inserções e mudanças feitas pelo museu em 2019, como menciona o artigo de Aline Montenegro e os relatórios citados nesta pesquisa. A falta de atualização em exposições virtuais é um risco para exposições que sempre precisam de manutenção e atualização, e no caso do MHN, que não tem um controle sobre a plataforma da Google que tem os direitos sob as fotografias 360°. Com isto, públicos visitantes nesta ferramenta tem um acesso às exposições do museu e podem até produzir efeitos de presença e musealidade, mas não como está posto, sem uma mediação construída, a ferramenta não fomenta uma proposta crítica ou de aprendizagem para usuários *online*, o que nos permite concordar com Pierre Levy de ver esta ferramenta, pelo menos, como uma forma de divulgação do acervo para conhecer os espaços físicos do museu.

Já olhando para o Tainacan, as imagens do acervo podem ser acessadas por caminhos diferentes: Usuários podem acessar as imagens pelo sistema de busca do *site* do MHN, busca do Google, em páginas da Wikipédia, buscas do Yahoo, e outras ferramentas. Como o Tainacan foi uma ferramenta recente, não consegui dados vinculados a 2019, mas pelos dados gentilmente cedidos pelo Ibram, sobre o acesso de usuários em 2022, é contabilizado que a maioria dos usuários que entram no acervo do Tainacan, o acessam pelo menu principal e pela ferramenta de busca do *site* do MHN (2.588 e 1.580 usuários respectivamente do total de 5.255 usuários). Outro dado interessante é da maioria de visitantes do acervo disponibilizado do Tainacan ser de novos usuários (69,2%) e que 80,1%<sup>415</sup> visitam o acervo sem ter relação direta com as exposições disponibilizadas (visitar apenas uma obra invés da exposição), o que pode sugerir que a busca é voltada para obras específicas disponíveis invés de buscar por toda a

---

<sup>415</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Museu Histórico Nacional – Analytics. Coordenação de Arquitetura de Informação Museal – CAInf. 2023.



exposição que a obra está inserida. Neste contexto, a maioria dos usuários está ciente de que as obras se encontram no Museu Histórico Nacional, já que 4.168 usuários entraram pelo *site*. É importante mencionar que o número de usuários pode ser pequeno, mas 25.849 visualizações de páginas foram feitas, quantitativo utilizado para as visitas no *site* até 2016. O quantitativo, entretanto, é inferior aos números do *site* em 2016. O que posso sugerir, diante destes dados, é que parte do acesso ao acervo e eventos também ocorre pelas redes sociais. O que pode evidenciar esta hipótese é o alcance das postagens, como por exemplo, o alcance a 7.091 pessoas em postagem sobre a gratuidade do museu no Facebook, e 42,5 mil alcances em postagem do Bonde da História “Umbanda na história do Brasil” em abril, no Instagram.<sup>416</sup>

Por fim, os números e as propostas de NTIC’s feitas pelo MHN nos últimos 27 anos, e principalmente na década de 2010 – 2019 analisada nesta pesquisa, apresentam o uso de novas tecnologias pelo MHN como ferramenta de divulgação do acervo, para atrair públicos e para se manter na esfera pública cultural e digital, mantendo a visibilidade do MHN como instituição cultural e também para cumprir sua missão institucional com seus públicos para difusão do conhecimento histórico e de integração social. Apesar deste capítulo ter separado as exposições, ações educativas e NTIC’s em sessões separadas, as três ações museográficas trabalhavam em conjunto para propor discussões da história, atração de públicos e para coletar, em comunicação holística, a agenda dos públicos atuantes do museu através de suas mediações culturais. Este era o projeto do MHN pensado para o centenário do museu para 2022. Entretanto, com a pandemia ocorrida em 2020, outro projeto foi apresentado, mais digital e mais coletivo, mas que não foi objeto desta pesquisa.

---

<sup>416</sup> MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Op. Cit. 2019. pp. 148 – 172.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, a história e a relação do Museu Histórico Nacional com seus públicos nos últimos anos foram a linha que pude percorrer para ler, aprofundar, contextualizar e analisar o MHN como objeto de pesquisa. Durante um século de existência, o museu foi um agente histórico permeado de relações sociais que contextualizaram ações externas e internas que envolveram políticas, gestores, equipes e os públicos envolvidos no espaço museológico, mas também foi um laboratório da construção e estudo colaborativo da história. Em nossa discussão com os entendimentos de Ulpiano Meneses, os museus históricos precisam afastar seus objetivos focados nas coleções históricas e se aproximar dos agentes históricos em que estas musealias são vinculadas. Compreendo que o laboratório da história proposto por Meneses é uma das facetas do Museu Fórum discutido no capítulo 1. O fórum pensado por Duncan Cameron, como espaço imaginado para trocas sociais, políticas e culturais é um espaço em que seres sociais estão presentes com suas agências e percepções. Pensar no Museu Fórum é imaginar um real afastamento dos museus delimitados no séc. XIX para pensar num espaço coletivo e colaborativo de públicos inseridos nas equipes do museu, em sua vizinhança, e nos espaços virtuais.

Minha hipótese inicial era de que o museu, nesta última década, possuía uma compreensão específica de atuação com os seus públicos. Entretanto, em conferência dos Planos Museológicos e relatórios anuais, observei que o MHN possuía uma concepção mais generalizada destes públicos, pelo motivo das ações do museu atraírem públicos variados e complexos, e não se ter uma certeza de quem esses públicos seriam. Entretanto, o MHN manteve a consciência de que, independentemente de como fossem, os públicos deveriam se manter diversos e participativos. Seria através da relação do museu com o ambiente externo, das relações sociais contemporâneas, as ações de outros museus, das políticas públicas museológicas, da relação institucional do MHN com grupos sociais e instituições públicas, que o museu poderia construir estratégias e ações para cumprir sua missão museal e institucional.

Pelas compreensões de Mary Douglas, o MHN, como instituição, também é constituído de públicos, sendo indivíduos ou coletivos, que se relacionam para tomar decisões, estratégias e ações. Ao pensarmos no Museu Histórico Nacional pelas equipes do Núcleo de Dinâmica Cultural, o setor educativo, o setor de pesquisa, o setor de comunicação e o setor de exposições, compreendemos quatro grupos distintos que possuem metas separadas, mas se interrelacionam para ações comuns destas mesmas metas. O MHN, portanto, ao pensar na sua relação com os

públicos, estaria pensando nas especificidades em que cada ação museográfica poderia construir com grupos variados, interseccionados, separados e múltiplos.

Pela análise das fontes, pude observar que o Museu Histórico Nacional propõe ações colaborativas diante da sua relação institucional com as abordagens teóricas que o rodeiam. O trabalho de Paulo Knauss, Aline Montenegro e Rafael Zamorano apresenta um fragmento das perspectivas das equipes museais diante da necessidade institucional de promover atuações de caráter colaborativo e crítico. Ao estarem cientes das abordagens colaborativas da Autoridade Compartilhada ou da Museologia Colaborativa, as equipes do MHN se sentem intimadas a produzir este trabalho, diante de seu valor com profissionais e agentes críticos da histórica. Ao mesmo tempo, enquanto o MHN compreende que os seus públicos precisam ser diversos, as equipes do museu entendem que trazer o consumo da história a seus espaços é uma estratégia necessária para atrair os não-públicos, ou aqueles grupos que não se identificam em estar nos espaços museais. Ao observarmos que Boudieu e Darbel viam uma aproximação identitária de públicos com os objetos históricos, e elencarmos as defesas de Huyssen e Gumbrecht de que a geração do séc. XXI anseia por sentir o passado, o Museu Histórico Nacional se encontra cerceado para lidar com os públicos que consomem história. Não escolher estratégias midiáticas para atrair novos públicos seria até um desperdício de investimento institucional.

No primeiro capítulo, abordei a interseção entre a História Pública e a Nova Museologia. Não se pode negar que as diversas compreensões da Museologia Social estão envolvidas no MHN como lugar e instituição, mas é interessante trazer o debate da História Pública para pensar o museu como espaço de aproximação de públicos com agência e a agência histórica dos sujeitos vinculados aos objetos históricos expostos, pesquisados, mediados, divulgados e catalogados. Ao mesmo tempo, a História Pública nos dá oportunidade de pensar em como fazer estas ações com a inserção de públicos nestas práticas. No segundo capítulo, trouxe a discussão da Mediação Cultural para vermos como profissionais da história e museus podem se relacionar com os públicos da quais suas atividades se voltam.

Ao propor a Mediação Cultural como experiência social, pude me aprofundar em como os grupos sociais que se inserem no museu podem oferecer trocas, debates, críticas, transformações ao conhecimento histórico em construção. A coleção do Museu das Remoções, apesar de ter seu próprio espaço, e com uma missão definitiva e estabelecida, ao se vincular ao MHN, permitiu que as coleções do museu já existentes, pudessem ser repensadas e discutidas, e não somente pelas equipes do museu, mas pelos grupos que constituíram esta coleção, que representa identidades locais evidentes sobre a história do Rio de Janeiro, a desigualdade social, de moradia, e no projeto de cidadania que envolve o município e o resto do país. A autoridade

compartilhada de Frisch nos possibilita a sempre questionar em como um trabalho colaborativo pode ser construído quando mais vozes do nosso tempo histórico se tornam dissidentes. Já, ao pensarmos nas abordagens de Tatsi, compreender a soma de vozes nos auxilia em abordagens alcançar uma comunicação multivocal e dá oportunidades ao MHN de pensar em novas formas de comunicação coletiva. Taatsi nos diz que todas as formas de comunicação de um museu são válidas quando promovem o debate crítico. Entretanto a Autoria Colaborativa ainda é almejada para o processo de decisões e produções coletivas em museus mais tradicionais.

Apesar de haver exemplos de museus de temas históricos voltados ao trabalho coletivo, como caso do Museu da Abolição, existem muitas abordagens em busca da colaboração social: nos museus comunitários, na Museologia LGBTQ+ e com a Museologia Colaborativa em museus etnográficos. Trazer a Autoridade Compartilhada para o Museu Histórico Nacional, entretanto, é pensar numa ferramenta da produção histórica coletiva, necessária para os museus que debatem a história de maneira crítica, e para esse debate, os públicos não podem estar afastados, pois sua agência traz em evidência a agência histórica contida numa produção de sentidos das ações museográficas dos museus históricos. O MHN, constituído de diversas vozes, compreendeu na última década que o espaço do museu traz acesso social e visibilidade das diversas identidades brasileiras em transformação.

No terceiro capítulo, a separação das ações museográficas foi uma ferramenta artificial para me auxiliar em ver com mais atenção as motivações do Museu Histórico Nacional como instituição coletiva. Neste exercício, pude observar uma fração das interações e experiências que os públicos puderam vivenciar nas atuações do MHN e evidenciar as identidades compartilhadas inseridas em cada indivíduo e grupo social. Se eu optasse por outra forma de separação, suponho que outras experiências apareceriam. Algumas semelhantes, outras conectas e aproximadas, mas ainda assim, vejo que seriam promissoras. Fico satisfeito de poder abordar as musealidades com efeitos de presença dos públicos do MHN. Apesar de eu não poder abordar todo o texto de Morales Moreno, o autor nos mostra uma preocupação séria da separação de públicos com os museus diante da globalização homogeneizadora. Morales Morenos observou que os públicos estavam perdendo referencialidade pela forma como muitos museus históricos faziam suas exposições sacralizadoras do passado. Quando o autor propõe de nos aproximarmos da experiência imediata dos objetos históricos, é por saber que os efeitos de presença das musealias podem construir pensamentos críticos e evidenciar agências em nossa mediação cultural como seres sociais. Desta maneira, quando os públicos do MHN estavam na exposição *Nirvana*, ou numa mediação do “Bonde da História”, penso que as

musealidades produzidas por estes públicos foram únicas, mas também coletivas, e com isto, auxiliam no desenvolvimento do Museu Histórico Nacional na Autoridade Compartilhada.

Em última análise, identifico algumas limitações e desafios em relação às redes sociais e NTIC's. Apesar do MHN caminhar para ser uma instituição mais conectada e engajada, os impedimentos estruturais afastam o museu de se inserir em públicos mais amplos e mais diversos. Entretanto, tenho ciência de que o MHN não está só neste desafio. O contexto social brasileiro impede que muitos grupos sociais tenham acesso digital, cultural e social com espaços culturais e de produção histórica. Tal dificuldade evidencia as diversas propostas colaborativas de integração social, perpassando pela História Pública e alcançando vários ramos da Museologia Social. Compreendo que as múltiplas propostas de colaboração cultural são uma resposta da ansiedade pela visibilidade cultural, de sentir o passado e de conhecer suas próprias histórias.

Por fim, compreendo que o Museu Histórico Nacional tem um papel importante a desempenhar na transformação das identidades brasileiras, tanto como um laboratório do patrimônio histórico e cultural do país quanto como um fórum para o diálogo, reflexão crítica e produção de agências históricas dos grupos sociais multi-identitários. No entanto, para cumprir esse papel de maneira eficaz, o museu precisa continuar a se adaptar e caminhar, buscando novas formas de se conectar, se inserir e engajar com seus públicos, a fim de incorporar perspectivas mais diversas e o pensamento crítico em sua produção histórica colaborativa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFFONSECA JR, Leo. O custo de vida na cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Ministério da Agricultura, 1919.

AMARAL, Inês. Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes. Covilhã, Portugal: LABCOM. 2016.

Anuário Estatístico do Brasil, 1937, Rio de Janeiro, IBGE, v. 3., 1937.

APPLEBY, J.; HUNT, L.; JACOB, M. Introdução a Telling the truth about history. In: NOVAIS, F. A.; FO-RASTIERI DA SILVA, R. Nova história em perspectiva. Volume 1. São Paulo, Cosac Naify. 2011.

ARTE!BRASILEIROS. Museus asfixiados por Bolsonaro. Arte!Brasileiros. Disponível em: <https://artebrasi-leiros.com.br/arte/instituicao/museus-asfixiados-por-bolsonaro/>. Acesso em: 13 jun 2023

ASSUNÇÃO, A. M. da Silva. PINHO, F. A. Mediação Cultural e o Teatro de Mamulengo. In: SALCEDO, Diego Andres (Org.). Mediação Cultural. Pedro & João Editores. São Carlos, Pernambuco. 2016.

BAER, Alejandro. Consuming history and memory through mass media products. *European Journal of Cul-tural Studies*, v. 4, n. 4, 2001.

BAPTISTA, J.; BOITA, T.; WICHERS, C. O que é Museologia LGBT. *Revista Memórias LGBT*, v. 12, p. 10-16, 2020.

BARBOSA, Ana Mae. Mediação cultural é social. In: BARBOSA, Ana Mae, COUTINHO, Rejane G. (orgs.) *Arte/Educação como mediação cultural e social*. São Paulo: UNESP, 2009.

BARRETT, J. *Museums and the Public Sphere*. Chichester, UK: 1ed. Wiley-Blackwell, 2011.

BARTON, K. C. Agency, choice and historical action: How history teaching can help students think about democratic decision making. In: *Citizenship Teaching & Learning*, v.7, n. 2, 2012.

BAUDRILLARD, Jean. *The Consumer Society: Miths and Structures*. Sage Publications, London, 1998.

BHABHA. Homi, K. *The Commitment to Theory*. *New Formations*, n. 5, 1988.

BITTENCOURT. J. N. mediação, curadoria, museu. Uma introdução em torno de definições, intenções e atores. In: BITTENCOURT, J. N. (org.). *Caderno de diretrizes museológicas 2: mediação em museus: curadorias, exposições e ação educativa*. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais: Superintendência de Museus, p. 3-12, 2008.

BOGADO, Diana; PEIXINHO, Lia. Na luta pelo direito à moradia nasce o Museu das Remoções. e-cadernos CES, n. 36, 2021. Disponível em: <http://journals.openedition.org/eces/6745>. Acesso em 27 jul 2023.

BOITA, Tony Willian. Cartografia etnográfica de memórias desobedientes. 2018. 214f. Dissertação (Mes-trado em Antropologia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia

Bordeaux M.-C., Caillet É. La médiation culturelle : pratiques et enjeux théoriques. Culture et musées, hors-série, 2013.

BOTELHO, Carolina. Classificação indicativa de faixa etária em exposições provoca polêmica. Folha de Pernambuco. Pernambuco. 11 de outubro de 2017. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/classifi-cacao-indicativa-de-faixa-etaria-em-exposicoes-provoca-polemia/44754/>. Acesso em 29 de maio de 2023

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: EDUSP; Zouk, 2003.

BRASIL. Decreto nº 5.264, de 22 de outubro de 2004.

BRASIL. Decreto nº 8.124, de 17 de outubro de 2013

BRASIL. Política Nacional de Museus. Brasília, 2007.

BRASILIANA FOTOGRÁFICA. Objetivos. Disponível em: [https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?page\\_id=96](https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?page_id=96). Acesso em: 10 jun. 2023.

BREFE, Ana Cláudia Fonseca. Museus Históricos na França: entre a reflexão histórica e a identidade nacional. Anais do Museu Paulista. vol.5, n.1, 1997.

BULHÕES, Girlene C.. AS LOUÇAS DE VOVÓ, O PRATO DO GARIMPEIRO, A ALTURA DOS OLHOS E NUENS; ABELHAS, FORMIGAS, SELEÇÃO E SELETIVIDADE; PATRIMÔNIO, FRATRI-MÔNIO, A CASA DA PRINCESA DO SEU TIÇÃO E O MUSEU DO DJHAIR; A CABEÇA DA MEDUSA, ÁRVORES, RIZOMAS, AFETOS, AFETIVIDADES E BEM VIVER; COLEÇÕES, ACERVOS, MUSGO E OUTRAS PERFORMANCES MUSEAIS. In: Revista Eletrônica Ventilando Acervos. Florianópolis. v. 4. n. 1. p. 1 - 54. 2016.

Caillet E., Lehalle E., A l'approche du musée, la médiation culturelle, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1995.

CALDEIRA. A. P. S. Ramiz Galvão e o projeto de uma biblioteca nacional. IN: GOMES, Angela de Castro e HANSEN, Patrícia. Intelectuais mediadores: práticas culturais e projetos políticos. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2016.

CAMERON, Duncan F. The museum: a temple or the forum. In: Curator, New York: American Museum of Natural History, v. 14, n. 1, p. 11-24, mar. 1970.

CANCLINI, Néstor Garcia. Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidade. México, DF: Editorial Gualbo, 1989.

CANDIDO, M. M. D. Ondas do Pensamento Museológico Brasileiro. Cadernos de Sociomuseologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2003.

CARVALHO, A.; MATOS, A. Museum Professionals in a Digital World: Insights from a Case Study in Portugal. *Museum International*, n° 70.

CARVALHO, Bruno Leal Pastor de. A divulgação do conhecimento histórico entre e fora dos pares: entre-vista com Prof.Dr.Bruno Leal. Juiz de Fora (UFJF). In: *Revista Faces de Clío*. Minas Gerais. Vol. 8. Ed. 15. 2022.

CARVALHO, Bruno Leal Pastor de. Café História: Divulgação científica de História na internet. In: Bruno Leal Pastor Carvalho; Ana Paula Tavares Teixeira. (Org.). *História pública e divulgação de história*. 1ed. Belo Horizonte: Letra e Voz, v. 1. 2019.

CARVALHO, Bruno Leal Pastor de; TEIXEIRA, A. P. T. Os lugares do historiador-divulgador. In: Bruno Leal Pastor Carvalho; Ana Paula Tavares Teixeira. (Org.). *História pública e divulgação de história*. 1ed. Belo Horizonte: Letra e Voz, v.1, 2019.

CARVALHO, Rosane M.R. de. As pesquisas de público no Museu Histórico Nacional. *Anais do Museu Histórico Nacional*. Vol.34. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, pp. 395 – 412, 2002.

\_\_\_\_\_. Comunicação e Informação de Museus na Internet e o Visitante Virtual. In: XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XIII ENANCIB 2012. GT 9: Museu, Patrimônio e Informação. Rio de Janeiro: ANCIB, 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/183258>. Acesso em: 05 jun. 2023.

CAUVIN, Thomas. *Public History. A Textbook of Practice*. New York: Routledge. 2016.

CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

CHAGAS, M. S.; BOGADO, D. . A Museologia que não serve para a vida não serve para nada: O Museu das Remoções como potência criativa e potência de resistência. In: Lia Calabre; Eula Dantas Taveira Cabral; Maurício Siqueira, Vívian Fonseca. (Org.). *Memória das Olimpíadas no Brasil: Diálogos e olhares*. 1ed.Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2017, v. 1.

CHAGAS, Mário de Souza; GODOY, Solange de Sampaio. Tradição e Ruptura no Museu Histórico Nacional. In: *Anais do Museu Histórico Nacional*, v. 27, 1995.

CHAGAS, M. S. Museus de Ciência: Assim é se lhe parece. In: *Caderno do Museu da Vida: O formal e o não-formal na dimensão educativa do museu*. FioCruz, p. 46-59, 2002.

CORREIO DO ESTADO. O Ipea constata que 70% da população nunca foi a um museu. *Correio do Estado*, Campo Grande, 17 nov. 2010. Disponível em: < [https://correiodoestado.com.br/correio-b/ipea-constata-que-70-da-populacao-nunca-foi-a-um-museu/85922/#:~:text=Cerca%20de%2070%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o,%2C%20divulgada%20hoje%20\(17\)>](https://correiodoestado.com.br/correio-b/ipea-constata-que-70-da-populacao-nunca-foi-a-um-museu/85922/#:~:text=Cerca%20de%2070%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o,%2C%20divulgada%20hoje%20(17)>). Acesso em: 13 jun 2023

CORRIN, L. *Mining the Museum: an installation*. Baltimore: Contemporary. Catálogo de Exposição. Maryland Historical Society. 1993 – 1994. 1994.

Cury, M. X. Museologia, Comunicação Museológica e Narrativa Indígena: a Experiência do Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuère. *Museologia & Interdisciplinaridade*, v.1, n.1, p. 49–76. Brasília: Universidade de Brasília. 2012.



CURY, Marília Xavier. Narrativas museográficas e autorrepresentação indígena - A museologia colaborativa em construção. *Revista de Antropologia del Museo de Entre Rios*, 2023.

DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo?. *Prisma.com*, n. 4, 2007. P. 7. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prisma.com/article/view/2100/3046>. Acesso em: 13 jun 2023.

DE GROOT, Jerome. *Consuming history: historians and heritage in contemporary popular Culture*. London: Routledge, 2009.

DECLARAÇÃO DE QUEBEC. Princípios de base de uma Novo Museologia, 1984. In: PRIMO, Judite (Org.). *Cadernos De Sociomuseologia*. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia. n.15. 1999.

DEL VALLE, D. CIMINO. Rosario L. La mediación cultural: apuntes para um enfoque latinoamericano. *FILIA. Revista N° 3*. Guayaquil, Equador. Abril 2021.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. *Conceitos-chave de Museologia*. São Paulo: Secretaria de Es-tado de Cultura, 2015.

DOUGLAS, Mary. *Como as instituições pensam*. São Paulo: Edusp, 1998.

DW.COM. Alemanha restituirá arte saqueada à Nigéria. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/alema-nha-restituir%C3%A1-arte-saqueada-%C3%A0-nig%C3%A9ria/a-57393395>. Acesso em: 13

EUROPEANA. World War Collection of Photographs. Disponível em : <https://pro.europeana.eu/data/world-war-one-collection-of-photographs>

EVANS, Tanya. A História Pública e os seus múltiplos encontros: entrevista com Tanya Evans. Entrevista concedida a Adnré de Lemos Freixo. In: *Café História – História feita com cliques*. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/historia-publica-e-historia-familiar/>. Acesso em: 13 jun 2023.

FALK, John H.; DIERKING, Lynn D. *The Museum Experience Revisited*. London, New York: Routledge, 2016.

FAUSTO, Boris. *Trabalho Urbano e Conflito Social: 1890 – 1920*. Companhia das Letras: São Paulo: Companhia das Letras, 2ª ed. 2016.

FRANÇA, Luara Galvão de França. Apontamentos para um debate sobre a presença do passado: ideias de Hans Ulrich Gumbrecht. XIV Encontro Regional da ANPUH-RIO Memória e Patrimônio: Rio de Janeiro, 2010.

FRISCH, Michael. A História Pública não é um via de mão única ou De A Shared Authority à cozinha digi-tal, e vice-versa. In: MAUAD, Ana Maria; ALMEIDA, Juniele Rabêlo de; SANTHIAGO, Ricardo. (Org.). *His-tória Pública no Brasil: Sentidos e Itinerários*. 1ed. São Paulo: Letra e Voz, 2016, v. 1.

GOMES, Angela de Castro e HANSEN, Patrícia. *Intelectuais mediadores: práticas culturais e projetos políti-cos*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2016.

GOMES, Isabel. CAZELLI, Sibeles. Formação de mediadores em museus de ciência: Saberes e Práticas. Re-vista Ensaio. Belo Horizonte, v. 18, n. 1, p. 23 – 46. Jan – abr 2016.

GUIA DA SEMANA. Corpo humano real e fascinante: Museu Histórico Nacional. Guia da Semana, 22 de dezembro de 2008. Disponível em: [<https://www.guiadasemana.com.br/rio-de-janeiro/arte/evento/corpo-hu-mano-real-e-fascinante-museu-historico-nacional-22-12-2008>]. Acesso em: 13 jun 2023.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Produção de Presença. O que o sentido não consegue transmitir. Editora PUC RIO: Rio de Janeiro, 2004.

HABERMAS, J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: MIT Press, 1989.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HALL, Stuart. Cultura e Representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HOHENDAHL, Peter Uwe. Critical Theory, Public Sphere and Culture. Jürgen Habermas and his Critics. New German Critique. n. 16. 1979.

HOOPER-GREENHILL, E. Communication in theory and practice. In: HOOPER-GREENHILL, E. (Org.). The Educational role of The Museum. Routledge, London, p. 28-43, 1994.

HUYSEN, Andreas. Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2ª ed. 2004.

ICOM INTERNATIONAL COMMITTEE FOR MUSEUMS AND COLLECTIONS OF COSTUME, FASHION AND TEXTILES. About the use of a historic dress that belonged to Marilyn Monroe. 9 mai, 2022. Disponível em: <https://costume.mini.icom.museum/about-the-use-of-a-historic-dress-that-belonged-to-marilyn-monroe/>. Acesso em 10 de maio de 2023.

JULIÃO, Leticia. Apontamentos sobre a história do museu. In: Caderno de Diretrizes Museológicas. Brasília: MinC/Iphan/Departamento de Museus e Centros Culturais; Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura/Superintendência de Museus, 2006.

KARP, I. WILSON, F. Constructing the spectacle of culture in museums. In: Thinking about Exhibitions. New York: Routledge. 2016.

KEAN, Hilda. Where is Public History? In: DEAN, David M. (Org.). A Companion to Public History. John Wiley & Sons, 2018.

KNAUSS, Paulo. Quais os desafios dos museus em face da história pública?. In: Ana Maria Mauad; Ricardo Santhiago; Viviane Trinda Borges. (Org.). Que história pública queremos? 1ed.São Paulo: Letra e Voz, 2018, v. 1, p. 141-146.

KNAUSS, PAULO; CARVALHO, Bruno L. P. Museus para se pensar o presente em perspectiva histórica. In: Bruno Leal Pastor de Carvalho; Ana Paula Tavares Teixeira. (Org.). História pública e divulgação de história. 11ed.São Paulo: Letra e Voz, v.1, 2019.

KNAUSS, Paulo; MAGALHÃES, Aline Montenegro; BEZERRA, Rafael Zamorano. Sobre colecionismo engajado no Museu Histórico Nacional. In: Em contato: comunidades, cultura e engajamento, 2019, São Paulo.

KÖPTCKE, LUCIANA SEPÚLVEDA. Bárbaros, civilizados e escravos: o público dos museus no Brasil. Re-vista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, v. 31, 2005.

KOPTCKE, Luciana Sepúlveda; PEREIRA, Marcele Regina Nogueira. Museus e seus arquivos: em busca de fontes para estudar os públicos. In: Hist. cienc. saude-Manguinhos [online], vol.17, n.3. pp.809-828. 2010. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-59702010000300014&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702010000300014&lng=en&nrm=iso). Acesso em 13 jun 2023

LE GOFF, Jacques. A História, o historiador e os Mass Media. In: GOFF, Le Goff. Reflexões sobre a história. Lisboa: Edições 70, 2009. p. 9 – 11

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo/SP: Editora 34, 1999.

LIVINGSTONE, Sonia. Chapter 1: On the relation between audiences and publics. In: LIVINGSTONE, Sonia (Org.). In: Audiences and Publics: When cultural engagement matters for the public sphere. Portland, OR, EUA: Intellect, 2005.

LÓPEZ GARCÉS, Claudia Leonor et al. Conversações desassossegadas: diálogos sobre coleções etnográficas com o povo indígena Ka'apor. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, Belém, v. 12, n. 3, p. 713-734, set./dez. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bgoeldi/a/HSFH4LLwJf6KdYjN-vzMf9gS/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 27 abr. 2023.

MAGALDI, M. B.; SCHEINER, Tereza. Museus e Museologia: Novas sociedades, novas tecnologias. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 2011. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/in-dex.php/enancib/index> . Acesso em 13 jun 2023.

MAGALHÃES, Aline Montenegro. Da diáspora africana no Museu Histórico Nacional: um estudo sobre as exposições entre 1980 e 2020. ANAIS DO MUSEU PAULISTA, v. 30, p. 1-29, 2022.

\_\_\_\_\_. Rastros e restos nos interessam. In: Exporvisões: Miradas afetivas sobre museus, patrimônios e afins. Disponível em <https://exporvisoes.com/2020/10/30/rastros-e-restos-nos-interessam/>

MAIRESSE, François. Comunicação, mediação e marketing. Museologia & Interdisciplinaridade, Brasília, v. 4, n. 7, p. 57-73, out./nov. 2015. p. 58. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/arti-cle/view/16773>. Acesso em: 13 jun 2023 .

\_\_\_\_\_. La Notion de Public (French). In: ICOFOM Study Series – ISS 35. Museology and Audience – Museologia y el Público de Museos. Germany/Argentina: ICOFOM. 2006.

MARANDINO, Martha (org.) Educação em Museus: a mediação em foco. São Paulo: FEUSP, 2008.

MARÇAL, Alessandra de Oliveira. A REALIDADE AUMENTADA COMO FERRAMENTA DE MEDIAÇÃO: análise crítica de sua aplicação no Museu Histórico Nacional. 2018. 101f. Dissertação

(Mestrado em Museologia e Patrimônio) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MAYRAND, Pierre. The new museology proclaimed. In: ICOM. Museum International. V. 37, n. 4, 1985. pp. 200–201.

MENESES, U. T. B. A exposição museológica e o conhecimento histórico. In: FIGUEIREDO, B.; VIDAL, D. G. Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna. Belo Horizonte: Argumentum; Brasília, DF: CNPq, 2005.

\_\_\_\_\_. Do Teatro da Memória ao Laboratório de História”. Anais do Museu Paulista, vol. 1, 1994.

MERRILL, Michael. An Interview with E.P.Thompson. Radical History Review. N. 12. Outubro de 1976.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Museus.br. Disponível em: <http://museus.cultura.gov.br/> . Acesso em: 4 de junho de 2023.

MORAES, Julia Nolasco Leitão de. Entrecendo conceitos, mirando o horizonte da participação: musealização, comunicação e públicos. In: Museologia & Interdisciplinaridade, v. 9, n. Especial, dez de 2020.

MORALES MORENO, L. G. La Crisis de los Museos de Historia. In: ICOFOM Study Series. Alemanha /Argentina: ICOFOM. n. 35. 2006.

MOREIRA, Fernando João de Matos. Uma reflexão sobre o conceito de público nos museus locais. In: Musas – Revista Brasileira de Museus e Museologia, n. 3, Rio de Janeiro: Ibram, 2007.

MÖRSCH, Carmen et al. Time for Cultural Mediation. Zurich: Institute for Art Education of Zurich University of the Arts (ZHdK), 2014.

NONADA. Cultura perdeu R\$6,9 bi em dois anos e terá desafios para se reerguer, avaliando o governo de transição. Nonada, 12 dez. 2022. Disponível em: <https://www.nonada.com.br/2022/12/cultura-perdeu-r69-bi-em-dois-anos-e-tera-desafios-para-se-reerguer-avalia-governo-de-transicao/> . Acesso em 13 jun 2023.

ONLINE ETYMOLOGY DICTIONARY. Disponível em: <https://www.etymonline.com/word/public>.

PEREIRA, Pedro Jardel Fonseca. A mediação cultural através das mídias digitais: o papel do intelectual mediador na produção e compartilhamento de conteúdos na internet. In: Revista Faces de Clio. Minas Gerais. Vol. 8. Ed. 15. 2022. p. 92 – 111.

PERROTTI, Edmir. Mediação Cultural: Além dos procedimentos. In: SALCEDO, Diego Andres. Mediação Cultural. São Carlos: Pedro & João Editores, 2106.

POSSAS, Helga Cristina Gonçalves. Classificar e Ordenar: Os gabinetes de curiosidades e a História natural. In: FIGUEIREDO, B. G. VIDAL, D. G. (Org.). Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna, p.151 -162. Belo Horizonte; Brasília Argumentum CNPq 2005.

PUPO, Maria Lucia de Souza Barros. Mediação artística, uma tessitura em processo. In: Urdimento. Flórida-nópolis: Programa de Pós-Graduação em Teatro / CEART/UFES, vol. 1, n.17, 2011. pp. 113-121.

QUEIROZ, Cristhina. Museus de história descobrem tesouros na reserva técnica. Pesquisa Fapesp, São Paulo, n. 322, p. 16 - 25, dezembro 2022. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/museus-de-historia-descobrem-tesouros-na-reserva-tecnica/>. Acesso em: 13 jun. 2023.

RASMUSSEN, Terje. Internet and the political public sphere. In: Sociology Compass, v. 8, n. 12, 2014.

REYES.R.A.G. Introduction. In: REYES. R.A.G. (Org.). Art, Trade, and Cultural Mediation in Asia, 1600–1950. Palgrave Macmillan. Londres. 2019.

RIBEIRO, F. A.; A Exposição Internacional do Centenário da Independência do Brasil de 1922 no processo de modernização da cidade do Rio de Janeiro.. In: XVI ENANPUR - Espaço, Planejamento e Insurgências, 2015, Belo Horizonte. XVI ENANPUR - Espaço, Planejamento e Insurgências: Alternativas Contemporâneas para o Desenvolvimento Urbano e Regional., 2015. Disponível em:<http://gestaouniversitaria.com.br/artigos/a-exposicao-internacional-do-centenario-da-independencia-do-brasil-de-1922-no-processo-de-modernizacao-da-cidade-do-rio-de-janeiro>

RIVIÈRE, Georges Henri. (1985). The ecomuseum—an evolutive definition. In: ICOM. Museum Internatio-nal. Volume, 37, n. 4, 1985.

RODRIGUES, Cristiane. A construção social do vadio e o crime de vadiagem (1886-1906). 2006. Dissertação (Mestrado em História) - Instituto de História, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

Roig-Sanz, D.; Meylaers, R.. General Introduction. Literary Translation and Cultural Mediators. Toward and agent and Process-Oriented Approach. In: D. Roig-Sanz, R. Meylaers (Org.). Literary Translation and Cultural Mediators in 'Peripheral' Cultures: Customs Officers or Smugglers? Palgrave Macmillan. Gerberstrasse, Suíça, 2018.

ROLLING STONE BRASIL. Taking Punk to the Masses, exposição com mais de 200 itens do Nirvana, chega ao RJ em junho. Rolling Stone Brasil, 30 de maio de 2017. Disponível em: <https://rollings-tone.uol.com.br/noticia/exposicao-nirvana-taking-punk-masses-brasil-rj-junho/>. Acesso em: 29 de maio de 2023.

SÁ, I. C.; ECHTERNACHT, A. L. I.; SEOANE, R. V. R. M. Clóvis Bornay: Memória de um centenário esquecido. Anais do Museu Histórico Nacional, v. 50, p. 100-121, 2018. p. 118. Disponível em: <https://anais-mhn.museus.gov.br/index.php/amhn/article/view/129>. Acesso em 13 jun 2023.

SALVADORE, Fausto. Um problema monumental: Herança de exclusão em São Paulo faz com que apenas 5% dos monumentos homenageiem negros, indígenas e mulheres. Revista Apartes. São Paulo: Câmara Municipal de São Paulo. 2021. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/apartes/um-problema-monumental/>. Acesso em: 10 mai. 2023.

SANTHIAGO, Ricardo. Duas palavras, muitos significados: Alguns comentários sobre a história pública no Brasil. In: MAUAD, Ana Maria; ALMEIDA, Juniele Rabêlo de; SANTHIAGO, Ricardo. (Org.). História Pública no Brasil: Sentidos e Itinerários. 1ed. São Paulo: Letra e Voz, 2016, v. 1.

Santos, M. C. T. M. REFLEXÕES SOBRE A NOVA MUSEOLOGIA. *Cadernos De Sociomuseologia*, V. 18, n. 18, 2002. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/arti-cle/view/363>. Acesso em: 10 jun 2023.

SANTOS, M. S. *A Escrita do Passado nos Museus Históricos*. 1. ed. Rio de Janeiro: Garamond/Minc, Iphan, Demu, 2006.

SANTOS, Suzy da Silva. *Ecomuseus e museus comunitários no Brasil: estudo exploratório de possibilidades museológicas*. 2017. (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo. São Paulo

SANZ, Beatriz. A onda “QueerMuseu” tentou cercar outras obras mas encontrou resistência. São Paulo: El País Brasil, 21 de setembro, 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/21/cul-tura/1506018494\\_703601.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/21/cul-tura/1506018494_703601.html). Acessado em 29 de maio de 2023 .

SCHEINER, Tereza. C. Repensando o Museu Integral: do conceito às práticas. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, Belém, v.7, n.1, p.15-30, 2012 .

SCHUSTER, Sven. História, nação e raça no contexto da Exposição do Centenário em 1922. *Hist. cienc. saude-Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 121-134, mar. 2014. Disponível em <[http://www.scielo.br/sci-elo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-59702014000100121&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/sci-elo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702014000100121&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 13 jun. 2023.

SCHWARCZ, Lilia. A era dos museus de etnografia no Brasil: o Museu Paulista, o Museu Nacional e o Mu-seu Paraense em finais do XIX. In: FIGUEIREDO, Betânia Gonçalves; VIDAL, Diana Gonçalves (Org.). *Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna*. Belo Horizonte: Argumentum, 2005.

SEVCENKO, N. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 3a. ed., S.P., Ed. Brasiliense, 1989.

SHAPIRA, Ian. Lego’s plastic bricks transformed childhood. Are they sturdy enough to survive screens? *The Washington Post*. 19 de setembro de 2017. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/retropo-lis/wp/2017/09/15/legos-plastic-bricks-transformed-childhood-are-they-sturdy-enough-to-survive-screens/>. Acessado em 27 de maio de 2023.

SHARPE, Jim. A História vista de baixo. In: BURKE. Peter. *A escrita da História: Novas Perspectivas*. São Paulo: UNESP. 1992.

SIGNATES, L. Estudo sobre o conceito de mediação. In: *Novos Olhares*. São Paulo: ECA/USP, n. 2, 1998.

STUEDAHL, Dagny. Participation in design and changing practices of museum development. In: DROT-NER, Kirsten et al. *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*. Londres e Nova York: Routledge. 2019.

TATSI, Taavi. *Transformations of museum-embedded cultural expertise*. Tartu, Estonia: University of Tartu Press. 2013.

TIGHE, T. LEGO Group revenue 2003-2022. Statista. 27 de abril, 2023. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/282870/lego-group-revenue/>. Acessado em 27 de maio de 2023.

TRIMBERGER, Kay Ellen. E.P. Thompson: Understanding the Process of History. In: SKOCPOL, Theda (Org.) *Vision and Method in Historical Sociology*. Cambridge University Press. 1984.

TROUILLOT, Michael-Rolph. *Silencing the Past: Power and Production of History*. Boston, Massachusetts: Beacon Press, 1996.

UNESCO. Recomendação sobre a salvaguarda da cultura tradicional e popular, 1989. p. 4. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Recomendacao%20Paris%201989.pdf>. Acesso em 13 jun 2023.

UNHA, Rodrigo. Pergaminhos do Mar Morto. *Ciência e Cultura*. São Paulo, v. 57, n. 1, pág. 58, março de 2005. Disponível em <[http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0009-67252005000100026&lng=en&nrm=iso](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252005000100026&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 28 de maio de 2023.

UZEDA, Helena Cunha de. As novas tecnologias nas exposições museológicas: objetos reais e a concorrência digital.. In: XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. 2016.

VAN MENSCH, Peter. *Towards a methodology of museology*. 1992. 245 f. Tese (Doutorado em Museologia) - Universidade de Zagreb, Zagreb, 1992. Disponível em: <http://vana.muuseum.ee/uploads/files/mensch17.html>. Acesso em 4 de junho de 2023.

VAZ, Ivan. *Sobre a Musealidade*. 2017. 102f. Dissertação (Mestrado em Museologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo.

VIGOSTSKI, L. S. *A formação social da mente*. São Paulo: Martins Fontes. 1999.

WINTZERITH, Stéphanie. About the importance of words – or how to match semantic notions, theoretical concepts and professional practice. In: ICOM Education, 29, Committee for Education and Cultural Action – CECA, Books on Demand, Norderstedt, Germany. 2020.

XAVIER, Janaína Silva. *Plano Museológico. Uma discussão para o Museu de Arqueologia Bíblica Paulo Bork do Centro Universitário Adventista de São Paulo*. Dissertação. São Paulo, SP: PPGMUS – USP. 2015.

ZANOLLA, Sílvia. R. da Silva. O conceito de mediação em Vigostski e Adorno. *Psicologia & Sociedade*; v. 24, n. 1, 2012.

## FONTES

CORREIO DA MANHÃ, 20 de setembro de 1922. Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-di-gital/correio-manha/089842> Arquivo digital 08599. Acesso em: 13 jun 2023.

CORREIO DA MANHÃ, 22 de outubro de 1922. Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digi-tal/correio-manha/089842>. Arquivo digital 08631. Acesso em 13 jun 2023

CORREIO DA MANHÃ, 31 de maio de 1922, p. 3. Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-di-gital/correio-manha/089842>. Arquivo digital 08487. Acesso em 13 jun 2023

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Plano Nacional Setorial de Museus 2010 - 2020. Brasília, DF: IBRAM, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Relatório de Gestão 2003/2010. Brasília, DF: IBRAM, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Museus em Números. Brasília, v. 1, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Museus e a Dimensão Econômica. Da cadeia produtiva à gestão sustentável. 2014

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Subsídios para elaboração de Planos Museológicos. Brasília, DF: IBRAM, 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Política Nacional de Educação Museal. Brasília, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Museu Histórico Nacional – Analytics. Coordenação de Arquitetura de Informação Museal – CAInf. 2023.

IPHAN. Portaria Normativa N° 1, de 5 de julho de 2006.

KOPTCKE, Luciana Sepúlveda (Coord.). Pesquisa Perfil – Opinião 2009: museu do Rio de Janeiro 2009. MAST; ENCE/IBGE, 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano Museológico Museu da Abolição. Recife, PE. 2008.

Museu da Abolição. Acervos. Disponível em: <https://museudaabolicao.museus.gov.br/acervos/>. Acesso em: 10 jun. 2023.



MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Regulamento de 1922. In: Biblioteca Virtual. Disponível em: <http://do-cvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=41306>. Acesso em 13 jun 2023

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório 1922. In: Biblioteca Virtual. Disponível em: <http://do-cvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=42569>. Acesso em 13 jun

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório 1923. In: Biblioteca Virtual. Disponível em: Acessível em: <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=42578>. Acesso em 13 jun

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 1997.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Estudo de Visitação do Museu Histórico Nacional. 1999.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 1999.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico. 2008.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico 2011 – 2015. 2011a.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2011b.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. RELATÓRIO DE ATIVIDADES: PROJETOS SOCIAIS DE JA-NEIRO A DEZEMBRO DE 2011. 2011c.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Linha do Tempo 1922 - 2012. 2012a.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2012b.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório da Pesquisa de Perfil/Opinião de Público/Avaliação do Circuito das Exposições de Longa Duração e Temporárias (janeiro a agosto de 2013). Assessoria de Comunicação. 2013a.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2013b.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2014.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório da Assessoria de Comunicação. 2015.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Plano Museológico. 2016a.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2016b.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2017a.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório da Pesquisa de Perfil/Opinião de Público/Avaliação do Circuito das Exposições de Longa Duração e Temporárias (novembro de 2016 a fevereiro de 2017). Setor de Educativo. 2017b.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2018.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Relatório Anual. 2019a.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Nas Asas da Panair: Catálogo da Exposição. Rio de Janeiro: Panair do Brasil e Artepadiha, 2019b.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. Bonde da História. A presença negra no MHN. 2020. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_n9Skx63zXM](https://www.youtube.com/watch?v=_n9Skx63zXM). Acesso em 13 jun 2023.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. SESSÃO 2: “Autoridade compartilhada e produção de conhecimento nos museus”. Rio de Janeiro: Museu Histórico nacional, [2021]. 1 vídeo (123 min). Publicado pelo canal Museu Histórico Nacional. Disponível em: <https://bit.ly/3j4SHWY>. Acesso em: 30 de abril de 2022. Apresentação de Tat’Etu Lengunlukeno et al. no Semi-nário do Museu Histórico Nacional: Escutas, conexões e outras histórias nos museus, realizado entre 13 e 14 de outubro de 2021.

MUSEU HISTÓRICO NACIONAL. 2023. Exposição Virtual Museu Histórico Nacional. Disponível em: <<https://artsandculture.google.com/partner/museu-historico-nacional>> Acesso 10 jun 2023.

TAINANCAN. Casos de uso do Tainacan. Disponível em: <https://tainacan.org/casos-de-uso-do-tainacan/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

THE ART NEWSPAPER. Museum masters of the social media universe. The Art Newspaper. Abril 2020. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2020/05/Arts-Most-Popular-visitor-figures-2019.pdf>. Acesso em: 4 de junho. 2023.

THE ART NEWSPAPER. Museums social media booms thanks to anniversaries and blockbuster. The Art Newspaper, 27 mar. 2023. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2023/03/27/museums-social-me-dia-booms-thanks-to-anniversaries-and-blockbusters> . Acesso em: 4 jun. 2023

THE ART NEWSPAPER. Visitor Figures. N° 234, Abril 2012.

THE ART NEWSPAPER. Visitor Figures. N° 245, Abril 2013.

## ANEXOS

### Anexo 1 – Públicos do MHN: 1990 – 2019

Públicos/Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Público escolar				15.075	18.237	11.087			63.851	37.766
Total visitantes				56.476	110.708	44.239	78.493	43.491	339.167	133.730
Públicos/Ano	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Público escolar								14.813		
Total visitantes					35.000	33.793	61.756	68.118	64.245	92.683
Públicos/Ano	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FETRANSPOR	2.338	3.340	4.822	4.725	4387	4725	3.031			
Instituições		499	874	868	688					
Público escolar	13.285	14.790	23.909	23.652	17.714		11.500	13.166	11.788	19.761
Total atendido		18.628	33.675	43.436	23.982		17.978	30.594	25.906	42.002
Total visitantes	101.322	120.000	145.820	140.393	110.070		166.397	137.443	44.868	67.587

### Anexo 2 – Exposições Itinerantes

exposições itinerantes								
			2008	2009	2010	2011	2012	2014
exposições			3	5		4	5	4
instituições			3	4		5	11	1
visitantes			13.420	6488		1469*	11159	
exposições itinerantes								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999		
exposições				5				
instituições				4				
visitantes	100.000	100.000	93.000	137.109	159.896	42.548		

### Anexo 3 – Acessos do Site MHN : 1996 -2016

	Acessos	Avaliações totais no ano
ANO	SITE	TripAdvisor
1996	19.563	
1997	28.886	
1998	32.911	
1999	48.548	
2000		
2001		
2002		
2003		
2004		
2005	253.721	
2006	354.000	
2007		
2008	374.197	
2009	341.172	
2010		
2011	258.923	
2012	358.236	
2013		
2014	419.571	
2015	415.873	352
2016	410.313	
2017		779
2018		853
2019		898
<b>MÉDIA</b>		
<b>2008</b>		
<b>2016</b>	368.326	

#### Anexo 4 – Dados Redes Sociais: 2016 – 2019

Redes	2017	Janeiri	Fever	Março	Abril	Mai	Junho
Facebook	Postagens	28	18	28	17	19	25
	Engraçamento	6.687	3.484	5.909	1.737	2902	6921
	Novos Seguidores	1620	850	1620	665	746	1809
Instagram	Postagens	9	9	12	5	2	11
	Engraçamento	1265	906	1110	560	195	1237
	Novos Seguidores	1790	105	100	99	96	197
	2018	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho
Facebook	Postagens	13	13	13	13	24	30
	Engraçamento	1117	2514	1196	1378	2641	1390
	Novos Seguidores	301	591	419	408	508	183
Instagram	Postagens	1	9	8	4	7	15
	Engraçamento	148	1086	1043	496	616	1388
	Novos Seguidores	88	107	70	103	207	518
	2019	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho
Facebook	Postagens	21	20	11	19	20	24
	Engraçamento	790	515	1230	825	1757	862
	Novos Seguidores	801	550	737	821	1402	1265
Instagram	Postagens	14	15	14	13	17	16
	Engraçamento	6027	5980	4354	4354	9042	6203
	Novos Seguidores	2250	2030	2090	2670	3406	3410

Redes	2017	Julho	Agosto	Setem	Outu	Nove	Dezemb	Total	Acumulado
Facebook	Postagens	10	20	11	9	6	12	203	
	Engraçamento	1419	2902	1545	1746	327	1111	36.690	
	Novos Seguidores	819	694	297	276	284	746	10426	24258
Instagram	Postagens	2	5	3	1	0	1	60	
	Engraçamento	181	652	307	163	0	37	6613	
	Novos Seguidores	113	84	115	48	50	127	2924	2826
	2018	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total	Acumulado
Facebook	Postagens	11	18	25	23	21	30	234	
	Engraçamento		804	6862	907	917	688	20414	37239
	Novos Seguidores	445	574	7164	668	1169	1892	14322	37589
Instagram	Postagens	17	15	19	21	17	13	146	
	Engraçamento	1764	2548	11652	5510	5805	4862	36918	
	Novos Seguidores	689	3600	2685	2441	1753	1721	13982	17400
	2019	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total	Acumulado
Facebook	Postagens	20	13	24	25	25	28	250	
	Engraçamento	1313	1322	698	1274	928	614	12128	48852
	Novos Seguidores	1342	1353	1235	992	738	953	12189	49719
Instagram	Postagens	16	17	17	20	17	14	190	
	Engraçamento	6845	7025	7964	9162	6250	3903	77109	
	Novos Seguidores	3490	3133	2933	4211	3184	1651	34458	51752

## Anexo 5 – Bonde da História

<b>Temas Bonde da História</b>	<b>2017</b>		<b>2018</b>		<b>2019</b>		<b>Total</b>	
<b>Legenda - EV - eventos/ VI - visitantes</b>								
<b>OS MAIS VISITADOS</b>	EV	VI	EV	VI	EV	VI	EV	VI
<b>Circuito MHN</b>	<b>26</b>	<b>218</b>	<b>43</b>	<b>344</b>	<b>9</b>	<b>82</b>	<b>78</b>	<b>644</b>
Umbanda na História do MHN	0	0	3	415	3	144	6	559
Museus, Memória e Mulheres	5	3	4	149	5	184	14	336
Bondinho: Dia de Copa	0	0	2	320			2	320
10 Objetos que Fizeram Nossa História	0	0	4	78	14	169	18	247
Bondinho: O mito Yorubá: Oxalá e a Criação do Mundo	0	0	7	101	5	111	12	212
Bondinho: Descobrindo o mundo no MHN	0	0	1	200			1	200
Independência ou Morte	0	0	2	180	1	6	3	186
<b>Pinturas Históricas</b>	<b>15</b>	<b>84</b>	<b>4</b>	<b>29</b>	<b>5</b>	<b>72</b>	<b>24</b>	<b>185</b>
Mentiras e Mitos na História do Brasil	0	0	2	82	3	91	5	173
A presença Negra no MHN	2	40	4	55	3	75	9	170
O Rio de Janeiro no MHN	0	0	6	38	6	111	12	149
O Retrato de D. João	0	0	2	50	2	74	4	124
Bondinho: Do Móvel ao Automóvel, um pedacinho da nossa história	0	0	6	97	1	17	7	114
Bondinho: Detetives no Museu					6	104	6	104
Cristo no Brasil Colônia/ Cristo no MHN	3	76	3	19	1	2	7	97
Bondinho: Mani e suas Aventuras na História	0	0	5	56	3	37	8	93
Bondinho: Museu de Brincadeiras	0	0	2	17	4	65	6	82
Bondinho: Brincando no Pátio dos Canhões	0	0	2	6	5	74	7	80
Caminhos que levam ao Museu: Conhecendo nosso centro histórico.	5	78	0	0			5	78
Museu de Afetos	0	0	1	73			1	73
Bondinho: Museu, Memória, Mulheres e Meninas	0	0	6	48	2	15	8	63
Descobrimento ou Invasão					3	60	3	60
Diálogos entre museus MHN X MN					2	52	2	52
Proclamação da República	0	0	1	18	1	33	2	51
Bondinho: O Rio de Janeiro de Leandro Joaquim	0	0	6	35	3	12	9	47
Camisas, Futebol e Histórias	0	0	2	45			2	45
Quando o mar virou Rio	5	40	0	0			5	40
Bondinho: Plantando memórias					1	40	1	40
A Presença do Indígena no MHN	1	9	1	0	1	30	3	39
Julgamentos históricos	2	38	0	0			2	38
Violencias históricas	0	0	3	32	1	3	4	35
Guerras do Brasil					1	33	1	33

Bondinho: Museólogo por um dia					2	32	2	32
Paisagens de Guerra	0	0	2	32			2	32
As Maiores Mentiras do Brasil	0	0	1	32			1	32
Impressões do Museu	2	30	0	0			2	30
Tiradentes: herói ou vilão?	3	21	0	0	1	8	4	29
Homenagem ao Museu Nacional	0	0	1	27			1	27
Bondinho: Embarcando com D. João					1	22	1	22
Museu para Museólogos	0	0	1	15	1	5	2	20
Tiradentes: Inimigo da coroa, herói da República	0	0	1	20			1	20
Bondinho: Quem foi Aimberê					2	19	2	19
Brasil entre Rupturas	0	0	1	15			1	15
Bondinho: AS fontes na construção da história	0	0	2	8	1	6	3	14
Que rasgo foi esse?	0	0	1	12			1	12
O Rio de Janeiro por Leandro Joaquim	1	10	0	0			1	10
Trabalho e Trabalhadores	0	0	1	10			1	10
Bondinho: Chegada dos Portugueses					1	8	1	8
Bonde em Libras	2	6	0	0			2	6
Bondinho: Pinturas e Jogos em Paisagens de Guerra	0	0	1	5			1	5
Bondinho: Terra a vista	0	0	1	5			1	5
Bondinho	1	3	0	0			1	3
Bondinho: Pintando as memórias do Rio de Janeiro					2	1	2	1
Bondinho: Museu de Afetos	0	0	1	0			1	0
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>656</b>	<b>136</b>	<b>2668</b>	<b>102</b>	<b>1797</b>	<b>311</b>	<b>5121</b>