



Audiência de visitação estimulada na atividade 'observação do Sol com filtro' (Foto: Acervo MAST, 2014).

Audiência de visitação programada na exposição 'As Estações do Ano: Terra em Movimento' (Foto: Acervo MAST, 2014).



## AS DIFERENTES AUDIÊNCIAS DE MUSEUS



Audiência de visitação espontânea na exposição de longa duração 'Olhar o Céu, Medir a Terra' (Foto: Acervo MAST, 2013).

Audiência de visitação espontânea na exposição temporária 'Faz Tempo' (Foto: Acervo MAST, 2013).



# OS PÚBLICOS, RECURSOS PARA OS MUSEUS?

Luciana Sepúlveda Köptcke (Diretoria Regional de Brasília/Fiocruz e UNB)\*

## 1 - Introdução

O museu moderno, ou seja, aquele que a partir do século XIX ressignifica o patrimônio das coleções privadas como legado da civilização e da cultura<sup>1</sup> nacional e mundial apresenta compreensões diversas sobre sua missão e papel social. Ao longo dos séculos, as instituições museais se transformaram, posto que são “[...] um produto da evolução social”<sup>2</sup> (CAMERON, 1992). Desta forma, foram e são percebidas como espaços onde grupos compartilham, discutem e guardam objetos, fortalecem valores, afirmam e constroem significados que se tornam legado comum de um povo ou ainda do patrimônio universal. Nestes espaços, se produz conhecimento e se busca educar e contribuir com a organização social (KOPTCKE, 2005).

---

\* Possui graduação em Licenciatura em Educação Artística pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (1987), diploma de Estudos Avançados em Museologia - Muséum National D'Histoire Naturelle (1994) e doutorado em Museologia - Muséum National D'Histoire Naturelle (1998). Atualmente é pesquisadora da Fundação Oswaldo Cruz e professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação na UNB. Tem experiência na área de museologia, atuando principalmente nos seguintes temas: estudos de público, divulgação da ciência, educação em museus, parceria educativa escola-museu e museus-brasil. A partir de 2008 desenvolve projetos de pesquisa com foco nas parcerias educativas e nos arranjos intersetoriais relacionando saúde, cultura e educação. Realiza atividades de extensão voltadas para jovens, educadores do ensino médio, atores do terceiro setor.

<sup>1</sup> Segundo o sociólogo Norbert Elias (1973), alemães, ingleses e franceses utilizavam no século XVIII os termos Kultur e Civilization, respectivamente, de forma diferenciada. Enquanto o termo germânico tratava das produções espirituais de um povo, uma nação, a Civilização inglesa e francesa sintetizava os avanços materiais, científicos e comportamentais de um povo, qualificando as conquistas da Europa Ocidental diante de outras sociedades consideradas primitivas ou menos avançadas, como um estado a ser alcançado. Enquanto a noção de Civilização apaga até certo ponto, as diferenças entre os povos, valorizando o que os povos civilizados guardam em comum, a noção de Cultura alemã enfatiza as diferenças nacionais, as particularidades dos grupos.

<sup>2</sup> [...] un produit de l'évolution sociale (tradução livre da autora).

Talvez não desempenhem todos estes papéis simultaneamente e nem todos os museus o fazem, mas estas são as representações que compartilhamos a seu respeito. As ciências sociais e a sociologia, em particular, ajudaram a compreender como os museus operam a distinção social por meio do arbitrário cultural que orienta as suas escolhas. Suas práticas expositivas resultam em violência simbólica ao impor e legitimar como herança comum e valor de referência para o conjunto da sociedade o que na verdade constitui o legado de um grupo particular (BOURDIEU et al., 1969; BOURDIEU, 2004). Entretanto, funcionam também como arenas políticas onde há disputa entre narrativas diversificadas da cultura e sobre o que representa. Quando atuam desta maneira, os museus podem oferecer oportunidades para o pensamento crítico e para o diálogo intercultural. Organizações dinâmicas e vivas, eles se transformam, defendendo uma determinada posição em seu campo de atuação, compreendido como espaço de relações objetivas, de concorrência e luta por recursos (BOURDIEU, 2003). Para tanto, buscam adaptar-se aos contextos macro, das políticas nacionais, internacionais e setoriais e micro, das relações e demandas cotidianas, internas às instituições.

Na verdade, não é fácil explicar o que seria um museu, em geral. Para melhor descrever suas práticas, identificar seus propósitos e compreender como atua, caberia considerar o tipo de acervo que guarda (arte, ciência, história, etnografia...), o local onde se situa (país, cidade...), sua rede de relações e os papéis que busca desempenhar na sociedade. Desta forma, acredita-se, seria possível inscrever a forma institucional definida como “museu” no espaço social<sup>3</sup> onde ocorre e analisá-la como experiência ou caso singular do conceito.

Quando ‘O Amor pela Arte’ foi publicado, Bourdieu et al. (1969) revelaram como ocorre a construção social do gosto pelas obras de arte e como a prática de visitar museus resulta de processos difusos de socialização, em particular no espaço familiar e na escola. Percebida como indicador de uma cultura elitista, a visita ao museu de arte seria uma marca distintiva para seus praticantes, aumentando seu capital cultural e simbólico, e ao final, colaborando para a reprodução das oportunidades de mobilidade social instituídas.

---

<sup>3</sup> O espaço social aqui referido pode ser o próprio Estado ou a sociedade cultural e socialmente definida como nação ou país; ou subcampos dentro desta sociedade como o campo científico, o artístico, o educacional, o político, em determinado momento.

A pesquisa francesa constituiu um marco na construção da prática de visita a museus como objeto de análise sociológica. Sem contar a relevância dos resultados, os autores publicaram, com detalhes, a metodologia da pesquisa, compartilhando preciosos ensinamentos teóricos e metodológicos. Na construção da amostra de museus europeus que participaram da pesquisa, enfatizamos alguns dos critérios adotados. Os autores consideraram o volume e a qualidade das coleções dos museus de arte europeus, (avaliadas por especialistas), a nota que estas instituições receberam no guia verde<sup>4</sup>, e o número anual de visitas para classificá-los como os mais importantes nos seus países de origem. Importância, esta, aferida pelo reconhecimento dentro do campo da arte e dos museus e na sociedade em geral. Desta forma, a amostra da pesquisa foi composta por instituições com alto capital cultural objetivado (tamanho e qualidade das coleções) e alto capital simbólico, mensurado pela intensidade das visitas e pela opinião dos especialistas e do Guia.

Este texto propõe desenvolver uma reflexão sobre a natureza dos capitais e dos recursos convertidos em capital pelos museus de arte, tendo como premissa a constituição dos públicos como um recurso operado de formas diferentes pela instituição museal, de acordo com a dinâmica do campo artístico e do campo social geral. Além das coleções e das visitas, os museus de arte acumulam capital financeiro (financiamento público e privado) e social (rede de relações de seus gestores e profissionais, parceiros, associação de amigos), que são mutuamente conversíveis, definindo para eles uma posição não apenas no subcampo das artes plásticas, mas, eventualmente, em outros campos (universitário, cultural, educacional, econômico, dos direitos humanos, das políticas sociais). Além da dinâmica do contexto macro, a análise do museu na perspectiva da teoria dos campos revela relações específicas, a exemplo da relação entre os museus e o campo da educação básica. Como as crises atravessadas pelo ensino formal e pela escola<sup>5</sup> interferem, ao longo do tempo, na relação que os museus de arte constroem com seus públicos?

---

<sup>4</sup> O Guia Verde ou Guide Vert é uma referência de classificação dos espaços e instituições turísticas na França (ver na obra).

<sup>5</sup> A parceria entre os museus e as instituições de ensino formal aumentaram no mundo inteiro após a segunda guerra mundial, na França, nos Estados Unidos como no Brasil, se buscou compartilhar a responsabilidade do 'fracasso da escola' em promover a inclusão pelo trabalho e o acesso aos melhores postos no mercado de trabalho a maior parcela das populações destes países. Os museus, diante de crises econômicas e em resposta aos

Ao final da década de 1980, a Associação Americana de Museus, instituição não governamental que representa os profissionais e as instituições museais nos Estados Unidos, criou uma Força Tarefa<sup>6</sup> voltada para identificar os pontos críticos da educação nos museus e indicar diretrizes para o futuro. Com base na constatação de uma crise sem precedentes posto que “um quinto da (nossa) população (norte-americana) estará virtualmente desempregada, incapacitada para participar do processo democrático e incapacitada para educar suas crianças” (BLOOM e MINTZ, 1992) e na diminuição dos recursos disponíveis, os museus precisarão fortalecer sua identidade como instituições educacionais.

Nesta era de diminuição do apoio público e aumento da competição junto às grandes corporações e fundações por cada dólar, competimos pelo financiamento com programas para os sem teto, tratamento e prevenção ao uso de drogas, gravidez na adolescência e evasão escolar de adolescentes. Instituições culturais [...] infelizmente são usualmente percebidas como luxo [...]. Educação, por outro lado, é amplamente reconhecida como uma parte importante da solução para nossos mais urgentes problemas. Certamente, será mais efetivo reforçar nossa identidade como instituições educacionais do que modificar a percepção pública (social) sobre o valor das instituições culturais... (BLOOM e MINTZ, 1992, p. 73-74)<sup>7</sup>.

Esta perspectiva de análise permite compreender as escolhas e práticas cotidianas da instituição como resultado de relações de interdependência entre forças e interesses externos, como as agendas das políticas públicas e o

---

questionamentos sobre o sistema formal de ensino, investiram profundamente em programas e ações voltadas para a comunidade escolar (KOPTCKE, 2000; BLOOM e MINTZ, 1990).

<sup>6</sup> O relatório desta Força Tarefa ficou conhecido como *Excellence and equity: education and public dimension of museums*. Washington, DC: AAM, 1991.

<sup>7</sup> In this era of diminishing public support and increased competition for the corporate and foundation dollar, we compete for funding with programs for the homeless, treatment and prevention of substance abuse, teenage pregnancy, and high school dropouts. Cultural institutions may provide touchstones, inspiration, reminders of the magnificent potential of human spirit. Unfortunately they are often seen as luxuries that many communities can ill afford. Education, on the other hand, is widely accepted as an important part of the solution to our most pressing problems. Surely it will be more effective to reinforce our identities as educational institutions than to change the public perception of the value of cultural institutions (BLOOM e MITZ, first published 1990, 1992, p. 73-74). Livre tradução da autora.

contexto econômico, por exemplo, e as relações e recursos internos, como o capital social de um gestor, a natureza do acervo, dos serviços propostos e dos conhecimentos característicos da instituição ou a sensibilidade para pautas inclusivas, trazida por colaboradores eventuais ou permanentes.

## **2 - A acessibilidade e o público nos museus nos Estados Unidos da América**

As lutas pelos direitos civis nos Estados Unidos, nos anos 60, constituíram o contexto de aparecimento do movimento dos direitos de portadores de deficiência. O movimento, fruto da articulação de veteranos da Guerra do Vietnam, com maior nível de educação e forte capital social, foi crescendo e agregando novas pautas, ao longo das décadas de 1960, 1970 e 1980. Este processo conquistou novos marcos legais<sup>8</sup> com o propósito de promover efetivamente ambientes sem barreiras. Cabe destacar neste processo, o movimento conhecido como “Design Universal”, liderado por um grupo de designers, arquitetos e pesquisadores que rejeitavam todo tipo de segregação ou soluções que impusessem uma situação de exclusão às pessoas portadoras de qualquer tipo de deficiência. A premissa era que a deficiência resulta de uma relação ineficaz entre a diversidade da vida e o ambiente criado pela cultura e, portanto, era preciso desenvolver um design efetivo, capaz de que responder às necessidades de todos.

[...] A deficiência não se encontra na pessoa, mas na interação entre a pessoa e o ambiente. A dificuldade resulta de um design incapaz de antecipar toda a gama de variabilidade (diversidade) da população (RAPPOLT-SCHLIMANN e DALEY, 2013, p. 307-308)<sup>9</sup>.

Em 1990, foi promulgada a Lei dos Americanos com Deficiência (The American with Disabilities Act, ADA), considerada a mais importante até o presente por considerar que o desenho para um ambiente sem barreiras deve

---

<sup>8</sup> Lei de 1968 - o Ato de Barreiras Arquitetônicas (Architectural Barrier Act) e o Ato para reabilitação vocacional de 1973 (Vocational Rehabilitation Act).

<sup>9</sup> Disability is not situated within the person but rather in the interaction between the person and the environment. Difficulty is experienced as a result of design that did not anticipate the full range of variability in the population. Livre tradução da autora.

responder a pessoas com diversos tipos de deficiência. Entretanto, para os defensores da proposta de um Design Universal, as soluções propostas pela ADA eram ainda insuficientes. Aqueles que advogavam pelo Design Universal defendiam que as soluções deveriam ocorrer sem adaptações ou tipo específico de design, para evitar estigmatização. O Design deveria ser para todos, o que funciona bem para pessoas com deficiência pode funcionar para todos os membros da população, principalmente dentro de uma sociedade em processo de envelhecimento. Posteriormente, outra questão abordada foi a garantia da participação das pessoas diretamente concernidas (portadores de deficiência) nos processos de adequação ou construção de ambientes sem barreiras.

A evolução destes movimentos reflete a mudança na construção simbólica da deficiência dentro da sociedade norte-americana, bem como os lugares que podem ser atualmente ocupados por estas pessoas na sociedade. Ao mesmo tempo, no bojo da sua luta, estes grupos modelam e interferem na construção cultural do conjunto da sociedade, modificando a história do país (IMRIE e REYES, 2009). Uma percepção alargada da deficiência se estabelece, incluindo, nos anos 90, pessoas com deficiências de comunicação assim como portadores do HIV, diabéticos e idosos, pessoas com Alzheimer, pessoas no espectro do autismo, dentre outros grupos. No fundo, a deficiência como um estado relacional cobre todas as dimensões da existência humana, pois sempre, em algum momento de nossas vidas, podemos necessitar “adequações”, de algum tipo, para “funcionar” ou atuar socialmente.

Com a Lei de 1973, os museus norte-americanos, seguindo a seção 504, principalmente aqueles que recebiam financiamento público, precisaram adaptar-se para acolher portadores de deficiência. Muitos, com grande custo, iniciaram reformas nos seus prédios e elaboraram programas especiais embora o público para quem se preparavam se mantivesse alheio ao acolhimento oferecido. Na verdade, argumentava Kenney (1981), a maior parte das pessoas portadoras de deficiência não vislumbrava a possibilidade de visitar espaços públicos, dentre estes os museus. Para alguns, a informação não chegava (pessoas com baixa ou nenhuma visão ou problemas de audição), para outros faltava transporte ou não possuíam a oportunidade de escolha para sair- principalmente no caso daqueles que se encontravam em instituições. Outros, ainda, originários de um universo com pouca familiaridade com a visita aos museus e baixa educação escolar, encontravam-se distantes, culturalmente, destas instituições. Entretanto,

argumentava a autora, desenvolver estratégias para este tipo de público não era apenas necessário para cumprir a seção 504 da Lei, mas um aspecto significativo do desenvolvimento de uma política de público, em geral. Portadores de deficiência também são membros de outros grupos, como minorias étnicas e raciais, tradicionalmente distantes dos museus no passado, porém esforços para aproximar alguns destes segmentos não necessariamente incluíram os portadores de deficiência.

Museus desempenham um papel integral na sociedade civil. São instituições sociais que refletem e formatam as ideias e o conhecimento preservado e disseminado para as gerações presentes e futuras (JANES e CONATY, 2005). Logo, o que um museu apresenta como significativo e valioso, e aqueles que considera como parte dos seus visitantes, comunica mensagens sobre o que e quem são parte legítima da sociedade “normal”. Considerando o exposto, museus podem desempenhar um papel crítico na luta pelos direitos dos portadores de deficiência e na sua inclusão. Se as pessoas portadoras de deficiências são excluídas dos museus, isto reforça noções ableistas existentes de que estas pessoas são “outros”, diferentes de “nós” normais (HEHIR, 2002). Contrariamente, a inclusão destas pessoas nos museus é um importante indicador que portadores de deficiência fazem parte da sociedade “normal” (REICH, 2014, p. 1).

São muitos os desafios que os museus encontram no sentido de desenvolverem suas audiências, ou público e sua responsabilidade neste sentido vai muito além de resguardar, conservar e interpretar um legado comum. Estas instituições precisam mobilizar as comunidades para a importância do que oferecem, e, neste sentido, os portadores de deficiências têm tanto a ganhar como a oferecer ao museu.

### **3 - O que leva um pequeno museu de Arte norte-americano a construir um programa para portadores do mal de Alzheimer e seus cuidadores?**

#### **3.1 - O Estudo de Caso**

Pretende-se demonstrar a construção do público como um tipo de capital ou recurso para o museu. Para tanto, serão apresentados os resultados da pesquisa exploratória, qualitativa, realizada, em 2014, em dois museus norte-

americanos, sobre fatores promotores ou facilitadores da criação de programas de acessibilidade e de promoção da saúde.

A pesquisa visou compreender os contextos e fatores que apoiam, favorecem ou dificultam a participação dos museus na promoção da acessibilidade e no empoderamento social, fortalecendo o bem-estar na comunidade onde se situam. Dentre os seis objetivos específicos propostas na pesquisa, nos deteremos aqui em descrever os contextos (como, porque, quem, quando) que apoiam, incentivam ou inibem o desenvolvimento de programas de acessibilidade em museus; e conhecer e compreender como programas e práticas promotoras de acessibilidade cultural são percebidos e interpretados pelos profissionais e parceiros das instituições e como se engajam (investem) no programa<sup>10</sup>.

### **3.2 - Questões iniciais da pesquisa**

O estudo tomou como objeto de análise os processos de planejamento, tomada de decisão, criação e adaptação de práticas, estabelecimento das prioridades organizacionais e engajamento com questões sociais e demandas externas, além da construção de parcerias para alcançar seus objetivos. Muitas questões surgiram na construção desta investigação, mas priorizamos, aqui, saber:

a) Quais são os fatores críticos para incentivar e apoiar o desenvolvimento de programas de acessibilidade e de promoção da saúde nos museus?

b) Como os profissionais dos museus e seus parceiros percebem e se envolvem com estes programas?

---

<sup>10</sup> A descrição detalhada do projeto de pesquisa encontra-se em Koptcke, 2014. *The overlapping agendas of health promotion and accessibility: how could museums make a difference?* Preliminary report. Smithsonian Institution, Center for Learning and Digital Access Fellowship in Museum Practice.

### **3.3 - Metodologia**

Estudos de caso são observações qualitativas e densas de uma situação que permitem a compreensão profunda de um fenômeno que ocorre em uma unidade específica, dentro de um quadro temporal. Revelam a ocorrência simultânea de variados fatos, processos e significados de eventos específicos para uma comunidade ou indivíduo relacionados com a unidade de estudo estabelecida (PATTON, 2002).

O estudo considerou como critérios de escolha o reconhecimento do Programa a ser estudado como uma atividade em curso há pelo menos doze meses na instituição e por outro lado, sua originalidade dentre ações anteriormente realizadas pelo museu. Foram priorizadas instituições e programas situados na cidade de Washington DC, por motivo de conveniência temporal e orçamentária. Dentre os dois casos examinados, analisaremos neste artigo o "Conversations Program" para pessoas com Alzheimer e seus cuidadores no Museu Kreeger doravante denominado "Conversações".

### **3.4 - Método de coleta de dados**

Foi implementado um método de coleta múltipla e triangulação de dados, incluindo análise Documental, reunindo 33 documentos referentes ao Programa "Conversações" para pessoas com Alzheimer e seus cuidadores, 11 entrevistas semiestruturadas visando conhecer as percepções dos profissionais dos museus sobre o Programa e quatro (4) observações participantes durante as atividades regulares do Programa no Museu Kreeger e reuniões de trabalho com o objetivo de melhor compreender a experiência compartilhada pelos profissionais envolvidos com os Programas em cada museu. Um jornal de campo foi preenchido diariamente com todo tipo de informação pertinente para o observador, registrando as atividades planejadas, modificações no programa, assim como as impressões e insights do pesquisador durante o processo de ida a campo, revisão da literatura e análise documental.

O protocolo de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética do Smithsonian Institution, Human Subjects Institutional Review Board (IRB), e aprovado em 12 de maio de 2014 sob o número: HS14028.

### 3.5 - O Museu Kreeger

O Museu Kreeger é um lugar especial, para os poucos que o visitam.

[...] sabe, é este incrível pequeno lugar, único em Washington DC. [...] há uma calma, um sentimento de intimidade que nos envolve. Está presente no edifício, na arte, na arquitetura. Mas também porque somos tão poucos profissionais na equipe, é como uma família aqui (Entrevistado nº 1.1)<sup>11</sup>.

Cercado por parques e luxuosas residências em Foxhall Road, uma área nobre da cidade, porém distante do epicentro turístico, conhecido como “Mall”, o “Kreeger” abriu suas portas em junho de 1994. A casa, situada em uma área arborizada de 5,5 acres, foi encomendada ao consagrado arquiteto pós-moderno Philip Johnson pelo advogado, colecionador e violinista David Lloyd Kreeger. O edifício deveria responder à tripla função de acomodar a coleção de telas e esculturas Europeias e norte-americanas do final do XIX e do século XX, oferecer um local para performances musicais e servir como residência para a família Kreeger, pai, mãe e dois filhos, antes de tornar-se museu após o falecimento do patrono em 1990.

O apreço pela música, o prazer com a fruição estética e a crença no poder universal da linguagem artística em promover melhor entendimento e boa vontade entre as pessoas e as nações manifesto por Kreeger em seu projeto, estabeleceu como missão para o Museu “desenvolver a compreensão e o apreço (gosto) pela arte e pela música em um contexto arquitetônico único e excepcional” (GREENBERG, 2009).

Assim como a maioria dos museus de arte, o Kreeger é formado a partir de uma coleção privada. Trata, pois, de uma organização sem fins lucrativos, cujo orçamento para operação é 50 por cento assumido pela Fundação David Lloyd Kreeger e os outros 50 por cento resultam de captação por meio de mecenato, editais, prêmios, doações, venda de material, bilheteria, aluguel do espaço para recepções e associação de amigos.

---

<sup>11</sup> Livre tradução da autora de trecho de entrevista concedida por um membro da equipe do museu (KOPTCKE, 2014). [...] you know, it's this amazing little unique place in Washington DC. And it's almost... there's an intimacy about it and a calm about it that, um, that it drew me. It's presented in the building and the art and the architecture. But also because it is such a small staff, you're like family there.

O depoimento da equipe de profissionais do museu revelou que a abertura de um museu naquela vizinhança, tão exclusiva, gerou uma forte ansiedade. A diretora do museu assumiu no momento da inauguração o compromisso com os vizinhos de que a visitação seria apenas agendada para um número máximo de pessoas por dia, de modo a não gerar transtornos para a comunidade. Logo, não admira que, embora a área de visitação incluindo o parque de 5,5 acres não seja tão pequena, as visitas anuais não ultrapassem 15 mil, com crescimento de 0,53% entre 2012 e 2013<sup>12</sup>. Dentre estes, a visitação escolar varia de 10 a 22 por cento. É importante enfatizar que no bairro onde está localizado o museu não há metro ou ônibus, dificultando o acesso e tornando praticamente impossível a ocorrência de visitas “inesperadas” decididas pelo “passante curioso”.

Os profissionais do museu caracterizam o público como mais velho, com alto nível educacional, “uma audiência de altíssimo nível” (Entrevistado nº 3). São pessoas que fogem ao comum, buscam algo diferente, nos diz outro entrevistado. “Acolhemos muitas pessoas distintas, importantes, reconhecidas (knowledgeable people) a exemplo de curadores de museus como o Louvre” (Entrevistado nº 4.3).

Este sentimento de exclusividade é reafirmado ao analisar a grade de atividades proposta. O museu abre nas terças, quartas e quintas-feiras apenas para grupos ou indivíduos previamente agendados, com visitas guiadas às 10h30 e 13h30. No entanto, recentemente, reservou as sextas-feiras e os Sábados para visitação livre, sem agendamento, das 10 às 16 horas, demonstrando maior abertura com relação à presença de visitantes no museu.

Em paralelo ao atendimento à visitação espontânea às exposições permanente e temporária e ao jardim de esculturas, o museu oferece programas educativos. No momento da pesquisa, eram oferecidas sete atividades para o público escolar, cobrindo séries diversas. As visitas, em geral seguidas de oficinas, duravam no mínimo 60 e no máximo 120 minutos, na proporção de três dias na semana, duas vezes ao dia. Para estes grupos, eram aceitos até 50 participantes de cada vez, com a previsão de um acompanhante adulto para cada 8 crianças ou adolescentes. As diferentes atividades ou programas não

---

<sup>12</sup> Segundo o controle de visitas do Museu, em 2012 foram 14.267 visitantes, enquanto em 2013 chegou a 14.343.

ocorrem concomitantemente, de forma a evitar que dois grupos visitem o museu simultaneamente.

Para crianças fora do contexto escolar são oferecidas oficinas de arte educação, e para os adultos, sessões noturnas, happy-hours, concertos musicais, lançamento de livros, seminários temáticos, e ainda eventos especiais e recepções para levantar fundos para o museu. As oficinas são pagas, mesmo aquelas para escolares, bem como a entrada no museu para pessoas fora do contexto escolar.

A análise destes programas ao longo dos últimos anos sinaliza uma crescente preocupação em ampliar o poder de atração do museu e incluir outros tipos de público, mais jovens, famílias da vizinhança ou ainda público de outras partes da cidade. No bojo deste “movimento de abertura” surgiu o Programa “Conversações” para pessoas com Alzheimer e seus cuidadores.

### **3.6 - O Programa “Conversações”**

A questão do envelhecimento da população americana, referida como “América Acinzentada” (The Gray of America) propõe um conjunto de mudanças no planejamento de várias políticas públicas nas áreas da saúde, bem-estar ou cultura. O envelhecimento da população implica, por exemplo, no aumento dos casos do mal de Alzheimer, que atualmente aflige cerca de 5 milhões de americanos, com projeção de 16 milhões de pessoas com este mal em 2050. O mal de Alzheimer é uma doença degenerativa sem cura, até o momento, que destrói as células do cérebro, interferindo na memória, raciocínio, e comportamento de forma intensa. Causa o isolamento progressivo do doente do convívio social, até sua morte. O alto custo financeiro e social deste mal vem chamando a atenção para a necessidade de investimentos não apenas na pesquisa médica em busca da cura, como na investigação para prevenir a doença e também para diminuir o sofrimento e melhorar a qualidade de vida daqueles por ela acometidos e suas famílias. Pesquisas sobre o uso das linguagens artísticas na área da saúde mental e também junto a pacientes com mal de Alzheimer, sugerem o potencial deste tipo de experiência para provocar autoconsciência, empoderamento, expressão, socialização assim como melhorar

a qualidade de vida por meio de estimulação mental, comunicação, crescimento pessoal e envolvimento social (ROSEMBERG et al., 2009).

O Programa “Conversações” para pessoas com Alzheimer e seus cuidadores promove um “fórum de diálogo e conexão por meio da arte e da música” (doc. 15)<sup>13</sup> inspirado no reconhecido Programa “Meet me at the MoMA” (Encontre-me no MoMA), iniciado no Museu de Arte Moderna de Nova York. Em 2011, o Museu Kreeger acolhe e participa de uma oficina para disseminação do programa desenvolvido pelo MoMA. Naquela ocasião, “o Museu de Arte Moderna de Nova York veio aqui apresentar seu programa, eles buscaram o Philips Collection (outro museu de arte em Washington, DC) e uma instituição cuidadora de pessoas idosas, IONA” (Entrevistados nº 3). Segundo um dos entrevistados, a equipe do MoMA oferecia suporte para outros museus, pois tinham ganhado um financiamento específico para ajudar outras instituições a se apropriarem do programa original. Também tinham o apoio do Hospital Mont Sinai, em Nova York (Entrevistado nº 1.1).

Após ter recebido, em 2007, o apoio da Fundação MetLife<sup>14</sup> para desenvolver formação em todo o país com foco na difusão do programa para pessoas com Alzheimer e seus cuidadores, no decorrer dos anos de 2008 e 2009 o MoMA realizou oficinas e treinamentos em 15 estados para profissionais de cerca de 50 museus, dentre os quais o Kreeger.

Em matéria publicada em jornal específico ao campo das artes em 2007, a coordenadora de Programas e Acessibilidade do Museu de Arte Moderna de Nova York, Francesca Rosenberg, argumentava que embora outras instituições como o Museu de Belas Artes de Boston e o Museu de Belas Artes de Virgínia também tivessem desenvolvido programas para pessoas com Alzheimer, ainda não se tinha notícia de nada tão abrangente como o (nosso) programa. Temos visto muitas experiências piloto, sinalizando que este tipo de programa está definitivamente na cabeça das pessoas (SHARP, 2007).

O MoMA buscava afirmar sua expertise na área de acessibilidade, iniciada em meados da década de 40, com o esforço de acolhimento dos

---

<sup>13</sup> Esta numeração se refere à organização de todos os documentos analisados para cada caso estudado.

<sup>14</sup> MetLife é uma empresa de seguro de vida e saúde. A Fundação MetLife apoia projetos dentro da perspectiva do marketing social e cultural.

veteranos da II Grande Guerra, tendo até 2009 acumulado cinco prêmios no campo da acessibilidade, e convite para apresentar a experiência do Programa Encontre-me no MoMA na abertura da XV Conferência da Associação para o cuidado com a Demência e o mal de Alzheimer, em 2007. Tal reconhecimento operava na forma de capital simbólico e financeiro que se retroalimentavam continuamente. Aliando-se a uma rede de parceiros de outros campos como o da Saúde, da Academia e da Acessibilidade, o Museu ampliava sua rede de contatos, capital social, mobilizava a atenção desta nova rede para suas ações e a partir do reconhecimento dos pares, tanto do campo museal quanto dos demais campos, recebia recompensas financeiras que eram, ao mesmo tempo, recompensas simbólicas.

A adesão do Museu Kreeger resultou, por um lado, da disposição e agilidade institucional para tentar coisas novas, decorrente do tamanho do museu e de seu modelo de gestão familiar<sup>15</sup>, facilitando o processo de tomada de decisão no alto escalão, e por outro lado, da abertura da Diretora que ao longo dos anos, a partir de sua declarada disposição para inovar, “sou uma artista de coração, preciso criar!”, investiu no desenvolvimento do serviço educativo do museu, primeiro com a formação de docentes voluntários para desenvolver as visitas guiadas, em seguida, com programas com financiamento específico, prevendo a contratação de educadores e músicos, como foi o caso do programa “Escute Arte, Veja Música”, em parceria com a Universidade Católica Americana e financiamento do Instituto de Museus e Bibliotecas (IMLS) e, ainda, o Programa “Conversações” a partir da adesão à proposta apresentada na oficina realizada pelo MoMA.

“Podemos fazer isso facilmente!” declarou a Diretora após a oficina. A percepção de uma relação custo-benefício favorável e da coerência com a missão institucional, considerando afinal que tratava de ampliar a ação da instituição para outro segmento da população, foram outros fatores favoráveis à

---

<sup>15</sup> O Conselho de Gestão do Museu é composto por três membros, que ao longo dos anos tornaram-se “parte da família”, declarou em entrevista a Diretora. “It’s a Family board and this museum is run very differently from most museums because of that. It’s all of three people, not to exceed five” (Entrevistado nº 3). Na instituição, são ao todo nove profissionais contratados a tempo completo. Alguns contratos de 20 horas, prestadores de serviço pontuais e voluntários, cerca de 90, responsáveis pelas visitas guiadas e também pela condução da atividade do Programa “Conversações”.

implantação do Programa no Museu Kreeger. Neste processo, foram mobilizados parceiros como instituições de Cuidado para pessoas com mal de Alzheimer, Hospitais, Universidades e Associações, como foi o caso do Instituto Nacional para o Envelhecimento (NIA). As parcerias traziam conhecimento de outras áreas, contatos para mobilizar o público do programa, e reconhecimento, a partir de estudos científicos que pudessem confirmar os resultados e benefícios do Programa para as pessoas com a doença. Rapidamente, o investimento institucional visou à construção de um modelo que se diferenciasse da proposta do MoMA, capitalizando para o Kreeger um produto novo, com linhas distintas que se baseavam na característica institucional de unir a música à experiência diante da obra de arte, e investir na qualidade do conteúdo com base na história da arte e na arte educação, além de garantir um dia da semana exclusivo para atender a este público<sup>16</sup>.

O Programa construído ao longo dos anos, entre 2011 e 2014, pelas três diferentes coordenadoras, consiste em 60 minutos de experiência nos quais, após o acolhimento na entrada e distribuição de crachás e material de apoio<sup>17</sup> os participantes são acomodados em uma das salas do museu, diante da obra que será o ponto deflagrador da conversa daquele dia. No período da pesquisa, três pessoas partilhavam a responsabilidade de conduzir os 30 minutos de conversa diante da obra: a coordenadora do Programa, sempre presente, e uma das duas voluntárias envolvidas. A responsável pelo serviço educativo do museu também acompanhava cada sessão do programa. Durante os outros 30 minutos, ocorria o concerto a cargo dos músicos parceiros da Escola Levine de Música.

---

<sup>16</sup> "I think it's a model program. I think it should be going all through the country, seriously. I mean, it's really unique..." (Entrevistado nº 3)

<sup>17</sup> A segunda coordenadora do programa passou a preparar um material com reprodução das obras que seriam discutidas, informações sobre o artista e apontamentos sobre o tema gerador daquele encontro. Este material poderia ser baixado pelo site internet do museu e servir como estímulo e preparação para a visita ou, entregue no dia, ser retomado posteriormente como apoio a relançar a conversa após a visita. Era voltado para os cuidadores, principalmente, e também para as pessoas com Alzheimer em estágio inicial da doença.

#### **4 - Achados: o público, mil e uma utilidades!**

Ao investir no desenvolvimento de um programa voltado para pessoas com mal de Alzheimer e seus cuidadores, o Museu investe na inclusão de um “novo” segmento da população dentre os seus públicos. O programa, neste sentido, representa este investimento e ao expressarem como percebem a importância e os desafios deste programa para a instituição e para sua prática profissional, a equipe do museu e seus parceiros revelam os diferentes sentidos atribuídos a este público e as expectativas referentes ao que representam para a instituição.

##### **4.1 - Diversidade promove maior acesso: o programa e o contato com novos públicos amplia a capacidade de incluir ainda outros segmentos e públicos**

Dentre os fatores promotores da implantação de programas de acessibilidade no museu, observou-se a existência de um processo de abertura e acesso em curso, uma cultura ou mentalidade compartilhada por atores chave-com poder de decisão, dentre os quais a diretora e a chefe do setor educativo. No caso do Kreeger, ficou claro que ao longo dos últimos vinte anos foram elaborados projetos visando atrair segmentos diversificados, um público mais jovem, escolares de diferentes localidades da cidade, jovens com problemas de aprendizagem, dentre outros. Os entrevistados mencionam o problema da inclusão e do acesso aos museus de arte, em particular, em diversas oportunidades, ao falar do motivo para iniciar o Programa ou sobre desafios da instituição. Assim, com relação a fatores facilitadores, citam o nível de sensibilização da instituição e experiências prévias em promover o acesso de públicos não familiarizados com o museu.

[..] eu penso que todos os museus têm um problema com a diversidade de seus visitantes, ao menos todos os de arte. Você sabe, em geral os públicos destas instituições tendem a ser brancos, classe média alta, [...] então, [...] neste sentido o Kreeger tenta sair, alcançar a comunidade. Penso que o Programa Conversações é uma extensão deste movimento (Entrevistado do nº 1.1).

Vou te dizer uma coisa, porque fizemos o Programa Escute a arte, veja a música, tivemos a ideia, vimos que podíamos fazer Conversações" (Entrevistado nº 3). Do mesmo modo, o Programa promoveria o acesso à arte,

Eles (as pessoas com Alzheimer) podem ter cuidadores que não sabem nada sobre museus e nunca pensariam em trazê-los ao museu e, se o fizessem, eles apenas cruzariam as salas sem saber para onde olhar, o que buscar, e a (o) esposa (o) da mesma forma. Então, sim, o museu está alcançando um grupo que de outra forma não chegaria aqui (Entrevistado nº 2.1).

Ao comentar sobre a agenda da acessibilidade no museu, um dos parceiros enfatiza a importância de Programas como "Conversações" e fala do potencial para ampliar o alcance para pessoas de baixa renda, dentre outros grupos:

[...] certamente a acessibilidade (no museu) em termos de alcançar todos os segmentos da comunidade, incluindo pessoas portadoras de deficiências e pessoas com essa grande perda (de memória, etc), eu penso que isso poderia ser expandido. Porque é de graça, deveria ser extremamente acessível para pessoas que não podem pagar este tipo de coisa. Mas até agora, não alcançamos estas pessoas, mas é uma coisa que eu espero que consigamos fazer. [...] eu também vejo que existem outros segmentos da população com todo tipo de questão que poderiam ser alcançados por programas deste tipo. Uma área de discussão era sobre soldados feridos que retornam da guerra, acho que "Guerreiros feridos" era o nome do programa (Entrevistado nº 5.4).

O contato com este segmento da população gera um tipo de competência que pode ser utilizada junto a outros grupos, pois segundo um dos profissionais do museu,

[...] o Programa trata a acessibilidade em um sentido pouco explorado por outros museus, pois poucos estão lidando com pessoas que trazem problemas neuro-cognitivos, sim, [...] quais museus estão diretamente lidando com pessoas que sofrem desta forma? Abre a porta para muitos outros tipos de programas. Ver o sucesso deste Programa me faz pensar que ele poderia ser um modelo para outros tipos de programa que abordam a questão da acessibilidade (Entrevistado nº 1.2).

Quando abordam desafios que o programa enfrenta, os parceiros e os profissionais do museu são unânimes a enfatizar a importância de ampliar o acesso e a inclusão social por meio de programas como este.

[...] Não estamos alcançando ninguém de classes menos privilegiadas (com o programa). Apenas pessoas de recursos. Além de indivíduos, pensem nas instituições (de cuidado) que frequentam o museu. Como este programa não traz custos, poderíamos supor que o programa conseguisse trazer pessoas que não teriam acesso a espaços como este de outro modo, isto seria uma ação poderosa (Entrevistado nº 5.4).

A responsável pelo serviço educativo ao falar sobre o futuro, comenta não querer mudar nada drasticamente, porque acredita que o programa é bom, mas gostaria de alcançar novas audiências<sup>18</sup>. A diretora, inclusive, aponta perspectivas de ampliação de novos segmentos, a partir de negociações em curso entre a responsável pelo serviço educativo e parceiros:

Se conseguirmos recursos, poderemos trazer ônibus com visitantes de outras regiões do distrito e alcançar uma população muito além dos “vizinhos” das regiões nordeste da cidade (Entrevistado nº 3).

#### **4.2 - O público ou o Programa como valor agregado em contraposição à preocupação com a quantidade de visitantes.**

No Museu Kreeger o aumento significativo do número de visitas não era considerado a maior prioridade. A preocupação dos profissionais e da Diretora com a qualidade dos serviços oferecidos se sobrepunha e entrava em conflito com a eventual demanda de acolher mais do que 15 mil visitas por ano. A preocupação com a excelência do trabalho foi mencionada durante a entrevista, quando a Diretora falou sobre sua primeira experiência como gestora cultural:

---

<sup>18</sup> I don't want it to change drastically because I think we've got something good here. [...] in the future I want to see it continue. I want to maybe see it diversified. Um, I want to see it reach new audiences (Entrevistado nº 4.3).

[...] e eu queria proporcionar às pessoas o contato com as tendências contemporâneas da arte. Então, não era um quadro bonitinho para colocar na parede da sala, mas o resultado da investigação dos artistas naquele momento [...]. Era uma galeria, era um espaço de criação para os artistas e também uma estrutura voltada para educar, e para mim, era muito importante que o nível, bem, que fosse de alto nível, que não fosse um centro voltado para o comércio, para o valor comercial (Entrevistado nº 3).

Esta questão chegava a ser percebida como um desafio ou problema diante das regras estabelecidas para obtenção de financiamento, seguindo a lógica do mercado, onde a utilidade é mesurada quantitativamente.

Ao mesmo tempo em que um dos parceiros coloca a preocupação em aumentar o número de encontros "[...] seria bom se pudéssemos aumentar o número de encontros, fazer isso de forma mais condensada e intensiva. Somos parcialmente limitados por uma questão de espaço e tempo..." (Entrevistado nº 5.4), a responsável pelo setor educativo do museu reflete a propósito do aumento global de visitas:

Penso que seria bom ter mais gente, eu penso [...] Eu penso que levantaria outras questões, no entanto, porque agora conseguimos fechar o museu para uma visita escolar, sabe, e temos apenas aquele grupo aqui e podemos focar totalmente naquelas crianças. Agora se respondêssemos a esta enorme demanda, eu não penso que desenvolveríamos nosso programa com a mesma qualidade que fazemos agora. Então, de certa forma, talvez seja melhor deixar como está. E tem este sentimento de exclusividade, mas eu falo todo o tempo para as pessoas que estamos abrindo nas Sextas e nos Sábados sem precisar agendar (Entrevistado nº 4.3).

Dessa forma, o trabalho com públicos que exigem um tipo de acolhimento exclusivo por meio de programas desenhados especificamente para eles, cujo êxito restringe o número de participantes, permite ao museu agregar valor social sem necessariamente precisar responder à lógica da rentabilidade numérica.

### **4.3 - O Programa e seu público como recurso para aumentar o capital simbólico (reconhecimento)**

Inúmeras vezes durante as entrevistas se falou no potencial do programa em trazer reconhecimento para o museu. Novamente, a responsável pelo serviço educativo afirma:

[...] Na verdade já está acontecendo (obter reconhecimento). Nós recebemos um telefonema de uma mulher do Museu de Duke. Acho que é o Museu Nasher. [...] recebemos outro telefona de um jovem que está fazendo uma tese e também buscou informações sobre nós, sobre o Programa... (Entrevistado nº 4.3).

Novamente, o desejo de criar um modelo replicável é abordado, “[...] e esperamos criar nosso próprio modelo de programa, e talvez eventualmente, a longo prazo, poder disseminar para outras instituições. Na verdade isso já está acontecendo” (Entrevistado nº 4.3).

### **4.4 - A interdependência entre capital simbólico e financeiro**

Embora citado muitas vezes como fator promotor, cuja ausência pode impedir a ampliação ou sustentabilidade de um programa, o fator econômico financeiro não foi a condição essencial para deflagrar o programa “Conversações”. Surge como recurso posterior, a partir do reconhecimento do programa, como resultado da conversão de capital simbólico e social gerado pelo sucesso do “Conversações”, em capital financeiro, com a elaboração de projetos para Captação. Desta forma, se percebe a interdependência entre capital simbólico e financeiro, muitas vezes reunidos em um prêmio, por exemplo, cujo valor financeiro é tão ou menos importante que o reconhecimento expresso pela premiação.

### **4.5 - O Programa - e seu novo público - amplia a rede social do museu**

Ao comentarem sobre a necessidade de estabelecer parcerias para implantar um novo programa como “Conversações”, profissionais do museu enfatizam a construção ou o aumento da rede social da instituição. Sinalizam,

igualmente, a importância do apoio – capital social convertido em recurso simbólico e cultural (formação, saber algo novo) – do Museu de Arte Moderna de Nova York.

[...] Então, nós capitalizamos os recursos e o apoio que o MoMA nos deu e construímos relações com Instituições locais de acolhimento e cuidado de pessoas com Alzheimer, e com o Instituto Nacional para o Envelhecimento e com a Universidade de Georgetown. [...] nós realmente nos lançamos em direção a vários parceiros e construímos estas relações... [...] e então trabalhamos também para buscar financiamento. [...] Para conseguirmos fazer os primeiros agendamentos, fomos construindo e fortalecendo nossas redes sociais, falávamos com as pessoas nas instituições... (Entrevistado nº 1.1).

Estes parceiros, serviam muitas vezes para obter visibilidade, trabalhar a rede social, e ser visto e reconhecido em outro campo de atividade, como era o caso da comunidade de práticas e saberes instituídos em torno das pessoas com mal de Alzheimer. A responsável pelo serviço educativo cita, com referência às razões que a levaram a buscar estas parcerias:

[...] Bem, eu penso que no início quando começamos, o objetivo principal era ser conhecido, obter exposição entre as pessoas diretamente envolvidas com este segmento. Então alguns destes parceiros, eu acho, formávamos parcerias, apenas para poder dizer: Oh, estamos no radar na instituição “X”, mas não havia nada de fato que efetivasse a parceria, apenas usávamos os nomes das instituições reciprocamente (Entrevistado n.º 4.3).

Um parceiro do Programa comenta que a parceria trazia a oportunidade de alcançar um número maior de pessoas, aumentava a notoriedade, potencialmente o capital social e simbólico disponível para o futuro. “A parte não altruísta da estória é simplesmente ter seu nome lá fora, obter reconhecimento...” (Entrevistado nº 5.4).

A necessidade e, portanto, o aumento efetivo da rede social da instituição decorrente da busca por novos parceiros é também ilustrado pelo depoimento da diretora ao falar sobre as parcerias, que pôde contar também com sua rede pessoal na construção de novas conexões:

Bem, vou te contar...Meu primeiro passo quando decidimos que iríamos fazer isso (o programa), por acaso eu conhecia o diretor do NIA, Instituto Nacional para o Envelhecimento. E fui até ele e contei o que estávamos planejando fazer. E ele nos pôs em contato com pessoas com quem, segundo ele, nós deveríamos nos relacionar no NIA. E estes foram definitivamente nossos primeiros parceiros bem no começo [...]. Eles nos levaram a estabelecer contato com a Universidade de Howard... (Entrevistado nº 3).

#### **4.6 - Programa e público como oportunidade de aprendizagem**

Segundo a responsável pelo serviço educativo, a diretora e profissionais envolvidos com o Programa, o contato com este “novo” público consistiu em uma experiência de mobilização e sensibilização com relação à diferença. Lidar naturalmente com a diversidade, num plano pessoal e mais geral, constituiu uma verdadeira experiência de aprendizagem profissional com relação à educação, à mediação e à comunicação nos museus.

Eu acho que tem muito mais do que a sensibilização e conscientização [...]. Certamente estamos alcançando as pessoas que estão envolvidas com o programa, é mais do que ter conhecimento sobre uma questão, de ouvir falar. Os docentes sabem sobre o Programa mas quando eles começam a observar, e definitivamente quando encontram e acolhem e finalmente atuam na mediação no programa eles estão aprendendo como efetivamente comunicar, ponto final. Mas, certamente, com aquela audiência especial (Entrevistado nº 4.3).

Segundo a diretora, o “programa com certeza nos tornou muito mais sensíveis” (Entrevistado nº 3) e para a responsável pelo Serviço Educativo, aumentou as habilidades comunicacionais e educacionais e motivou a criação de novos materiais de apoio para expor e utilizar peças da coleção, a exemplo de um cavalete construído especialmente para exibir um quadro em outro espaço do museu:

Pois é, então, eu penso que estamos nos tornando melhores educadores e também outra coisa, eu penso que passamos a perceber melhor certas diferenças físicas e a fazer o museu o mais acessível possível. E você sabe, eu tenho este cavalete

maravilhoso, fiquei muito orgulhosa do meu cavalete (Entrevistado nº 4.3).

## **5 - Considerações finais**

A análise da narrativa dos profissionais de um museu e parceiros envolvidos com um programa de acessibilidade sobre a importância e os desafios apresentados na sua realização, permitiu levantar a discussão sobre como o acesso a um novo segmento da população em um museu pode representar um tipo de recurso para a instituição a ser convertido em capital social, cultural, simbólico e financeiro.

Identificamos nas entrevistas a percepção de que integrar pessoas com mal de Alzheimer e seus cuidadores entre os públicos atendidos pelo museu permite aprender e construir competências transponíveis a outras situações ou práticas (capital cultural). Agrega valor e traz reconhecimento entre os pares (outros museus), junto a parceiros de campos diversos como universidades e associações, órgãos políticos e da administração pública (capital simbólico). Além disso, pode trazer recursos financeiros, ao captar verbas públicas e privadas de empresas e órgãos, ou de forma conexa ao capital simbólico – reconhecimento- no caso de prêmios recebidos.

Igualmente, o movimento de abertura e acolhimento de novos segmentos da população acarreta ou induz ao alargamento do capital social da instituição ao induzir o gestor e os profissionais a buscar parcerias de diversos tipos para poder implementar o novo Programa.

Os museus buscam responder a questões sociais por múltiplas razões: moral, legal ou financeira. Ao construírem agendas voltadas para a acessibilidade, esperam alargar sua audiência e facilitar experiências benéficas para o maior e mais diverso contingente de pessoas possível. Os resultados ou efeitos esperados encontram-se no mesmo grupo semântico da democracia participativa, da valorização da diversidade cultural e da relevância para promover a equidade.

Contudo, o foco em audiências diversificadas pode gerar novas demandas para estas instituições, questionando a missão clássica de preservar,

pesquisar disseminar e educar, e apresentam novos parceiros- como agentes do turismo, do meio ambiente, da saúde, da educação especial, do serviço social- levantando discussões conceituais sobre a natureza da instituição e sua missão e problemas na realização cotidiana de projetos, programas e mostras voltados para estes grupos diversos.

Finalmente, se pode presumir que a presença de públicos específicos na instituição fortaleça interna e externamente o projeto de democratização do acesso, de acessibilidade e de diversificação e inclusão cultural, resultando em valor social agregado, também considerado como capital simbólico.

O presente exercício de pensamento explorou dados de uma pesquisa com foco nos fatores promotores de agendas referentes à acessibilidade e à promoção da saúde no museu, visando sustentar a premissa de que o público pode representar diferentes tipos de recursos convertidos em capitais a serem mobilizados pela instituição, buscando manter ou melhorar sua posição no campo da Cultura, da Ciência ou da Educação.

## **Referências**

BLOOM, J.; MINTZ, A. Museums and the future of education. In: *Patterns in Practice, selections from the Journal of Museum Education*, Washington, DC: MER, 1992. p. 71-78.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BOURDIEU, P. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BOURDIEU, P.; DARBEL, A.; SCHNAPPER, D. *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Paris: Éditions de Minuit, 1969.

CAMERON, D. Le musée, temple ou fórum. In: BARRY, M. O.; WASSERMAN, F. (Coord.). *Vagues, une anthologie de la nouvelle muséologie*. vol 1, Mâcon: Éditions W, M.N.E.S., 1992, p. 77-85.

ELIAS, N. *La civilisation des moeurs*. Calmann-Lévy, 1973.

GREENBERG, J. A. The Kreeger Museum. In: SPILSBURY, G. D. (Ed.). *The Kreeger Museum*. Washington, DC: Bergamot, 2009. p. 1-3.

- HEHIR, T. Eliminating ableism in education. *Harvard Education Review*, v. 72, n. 1, p. 1-33, april, 2002.
- IMRIE, R.; REYES, M. G. In: BURCH, S. (Ed.). *Encyclopedia of American Disability History*. New York: Facts of Life, 2009. p. 919-921.
- JANES, Robert R.; CONATY, Gerald. *Looking reality in the eye: museums and social responsibility*. University of Calgary Press, 2005.
- KENNEY, Alice P. Compel them to come. In: *Roundtable Reports*, v. 6, n. 2, p. 3-14, 1981.
- KOPTCKE, L. S. Bárbaros, escravos e civilizados: o público dos museus no Brasil. In: CHAGAS, M. (Org.). *Museus: antropofagia da memória e do patrimônio*. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, n. 31. Rio de Janeiro: IPHAN, 2005. p. 184-205.
- KÖPTCKE, L. S. *Lesenseignants et l'expositions cientifique: une étude de l'appropriation pédagogique des expositions et du rôle de médiateur de l'enseignantla visite scolaire*. 1. ed. Lille: Presses Universitaires du Septentrion, 2000. 591p.
- KOPTCKE, L. S. *The overlapping agendas of health promotion and accessibility: how could museums make a difference?* Unpublished, preliminary research report. Smithsonian Institution, Center for Learning and Digital Access Fellowship in Museum Practice, 2014.
- PATTON, M. Q. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 3rd Edition, Sage Publication, Thousand Oaks, 2002.
- RAPPOLT-SCHLIMANN, G.; DALEY, S. G. Providing access to engagement in learning: the potential of universal design for learning in Museum Design. *Curator*, v. 56, n. 3, p. 307-321, jul. 2013.
- REICH, C. *Taking action toward inclusion: organizational change and the inclusion of people with disabilities in museum learning*. Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, Boston College, Lynch School of Education, Department of Curriculum and Instruction, may, 2014.
- ROSEMBERG, F.; PARSE, A.; HUMBLE, L.; MCGEE, C. *Meet me: making art accessible to people with dementia*. New York: The Museum of Modern Art, 2009.
- SHARP, E. MetLife gives \$450,000 for Alzheimer's program. *ArtNews*, v. 16, n. 20, December, 2007.