



XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVII ENANCIB)

GT 9 – Museu, Patrimônio e Informação

**MUSEUS DE ARTE, INFORMAÇÃO E PÚBLICO: A DIVULGAÇÃO ARTÍSTICA
COMO HORIZONTE**

***ART MUSEUMS, INFORMATION AND AUDIENCE: THE HORIZON BROUGHT BY
THE ARTISTIC DIVULGATION***

Julia Nolasco Leitão de Moraes¹

Modalidade da apresentação: Comunicação Oral

Resumo: Apresenta-se a divulgação artística como conceito que inspira problematizar a relação entre museus de arte, informação especializada **de/sobre** arte e público. Argumenta-se que os princípios da divulgação da informação especializada em museus, seja qual for a natureza do acervo, inspiram pensar na musealização como conjunto de ações que objetiva criar condições para que diferentes segmentos de público tenham acesso autônomo não somente às *coisas* que compõem as coleções dos museus, mas, também e principalmente, à *poesia das coisas*. Para o desenvolvimento da proposta, o artigo se subdivide em um primeiro item dedicado a apresentar as especificidades do discurso de divulgação da informação especializada em museus e, num segundo, a considerações e desafios que envolvem a relação entre museus de arte, informação e público. Entendendo a divulgação artística como estratégia voltada à sensibilização e familiarização com a informação artística, o trabalho defende que esta seja encarada como horizonte e não apenas atividade estanque no processo de musealização do patrimônio, o que estimula o aprofundamento do debate em torno da inclusão e da ampliação do acesso aos museus de arte por múltiplos segmentos de público.

Palavras-chave: Divulgação artística. Museu. Público. Informação artística

¹ Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO

Abstract: *Artistic divulgation is considered a way to problematize the relationship among art museums and specialized information **on** and **about** art and audience. It is argued the divulgation basis of specialized information on museums - it doesn't matter the collection - lead to believe that musealization is a set of actions to create conditions to different segment of people to have autonomous access, not only to things gathered in museum collections, but mainly to the poetry of things. The paper begins by presenting characteristics of specialized information on museums followed by considerations and challenges on the relationship among museums, information and audience. Artistic divulgation is taken as a strategy to sensitize and familiarize the public with artistic information. Thus, we defend it should be considered as a horizon and not only an isolate activity in the process of heritage musealization, stimulating further debate on inclusion and amplification of the access to art museums by multiple segment of people.*

Keywords: *Artistic divulgation. Museum. Audience. Artistic information.*

1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho pretendemos apresentar a divulgação artística como conceito que traz em seu bojo discussões que inspiram problematizar a relação entre museus de arte, informação artística e público, tomando como foco principal a questão do acesso ao patrimônio. Em pesquisa de doutorado em Ciência da Informação defendida em 2014, definimos divulgação artística como “comunicação da informação de/sobre arte a públicos não familiarizados com os referenciais, critérios, linguagens e princípios do campo artístico, com vista a sua instrumentalização no que se refere aos códigos mínimos necessários à fruição da arte” (MORAES, 2014, p. 224). Durante a pesquisa, também foram identificados princípios que ajudam a deslindar a identidade dos discursos de divulgação, independentemente da especialidade da informação (artística, científica, histórica etc.): linguagem estruturada a partir de códigos compartilhados com o público-alvo das ações, favorecendo a identificação de informações capazes de alterar o estado cognitivo dos sujeitos e a promoção de diálogos com seu cotidiano; articulação entre informação **de** especialidade (de ciência/arte) e informação **sobre** especialidade (sobre ciência/arte), a fim de que possam ser contextualizados e revelarem os critérios, valores, referenciais e princípios do campo em questão; valorização de ações processuais e não apenas os produtos finais dos processos, contemplando fatos, princípios, produtos e implicações em torno do conhecimento especializado; atenção às necessidades informacionais e motivações comuns do público-alvo, a fim de favorecer dinâmicas dialógicas voltadas à possibilidade de ressignificações na realidade dos diferentes sujeitos; e, finalmente, compreendeu-se que tais discursos de divulgação costumam ser objetivados a contribuir para a formação e o exercício da sensibilidade dos sujeitos (MORAES, 2014, p. 224-225).

Deste modo, defendemos que os princípios da divulgação da informação especializada, seja qual for a natureza do acervo, inspiram pensar na musealização como

conjunto de ações fundadas a partir do objetivo de criar condições para que visitantes com diferentes características/habilidades físicas, sensoriais, cognitivas, sócio-econômicas, educacionais e culturais tenham acesso autônomo não somente às *coisas* que compõem as coleções dos museus (acessibilidade física), mas, também e principalmente, à *poesia das coisas*, ou seja, aos sentidos compartilhados social e culturalmente, os quais justificam sua condição de *museália*.

A fim de desenvolver a proposta deste artigo, num primeiro momento, apresentaremos breves apontamentos a respeito das especificidades do discurso de divulgação no contexto específico dos museus tradicionais, procurando entender o que distingue a divulgação da informação especializada nessas instituições. Num segundo item, traremos à tona algumas considerações, problematizações e desafios que envolvem pensar a relação público e museus de arte diante do entendimento da musealização como processo técnico e discursivo e alguns desafios que envolvem os museus de arte, especialmente no que se refere a sua relação com o(s) público(s) não familiarizado(s) com o universo artístico.

2 A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES ESPECIALIZADAS NO CONTEXTO DOS MUSEUS

No âmbito dos estudos da Ciência da Informação, tendo como inspiração o debate acerca da divulgação científica, o termo divulgação costuma estar associado ao processo de veiculação da informação especializada para público leigo, implicando na transformação da linguagem especializada em termos mais simples, com vista à ampla possibilidade de acesso a esta informação. Em nossa tese, propomos a apropriação da acepção do termo divulgação – originalmente relacionado a informação de/sobre ciência - para o universo da informação de/sobre arte, sem, contudo, deixar de admitir e reforçar que existem inúmeras diferenças entre o campo científico e artístico. Paralelamente a esta discussão, conforme será explorado neste item, quando a divulgação da informação especializada ocorre no contexto específico dos museus, nuances, expectativas, características e finalidades específicas desta instituição precisam ser levadas em consideração.

Assim, neste item, apresentaremos alguns debates que emergem da discussão em torno da divulgação científica, especialmente em museus tradicionais, que nos provocam a refletir sobre a problemática da divulgação da informação de/sobre arte em museus de arte.

Embora desenvolva outras ações voltadas à comunicação do patrimônio, é notavelmente a partir das exposições que o museu e sua equipe de profissionais procuram socializar os conhecimentos que produzem, construindo em conjunto uma narrativa cultural

que corresponde a um discurso especialmente elaborado com a finalidade de comunicar alguma coisa para alguém.

Conforme enumera Scheiner (2003), para que se constitua como linguagem específica do museu, a exposição pode fazer uso de elementos específicos de outras linguagens e de outros campos do conhecimento, externos à Museologia: do campo tecnológico, os efeitos de som, luz e as linguagens virtuais; da arquitetura, da arte, do teatro e do *design*, a capacidade de conjugar forma, espaço, cor, tempo e movimento, criando conjuntos sógnicos de grande expressividade; das disciplinas científicas, o discurso do objeto.

Tal conjugação de elementos de outros campos e linguagens dá ensejo à criação do discurso museológico, que corresponde a uma forma específica de produção e difusão de informações, que toma como terreno e ferramenta o museu e o patrimônio que se pretende seja de valor comum. Esta maneira específica, própria dos museus, deverá conjugar diversos saberes com vista à produção de uma linguagem museológica, a qual se diferencia de outros tipos de linguagens e formas de veiculação de informações.

As ideias da autora nos remetem à tese defendida por Marandino (2005, p. 177) de que, na realidade, o processo de transformação do discurso científico, tratado por Scheiner (2003) como discurso do objeto, em discurso museológico não deve ser entendido meramente como uma simplificação de informações. Isto porque o processo de conjugação, interação e aplicação de diferentes saberes em prol da criação de uma nova estrutura de linguagem e de informação requer um conjunto de conhecimentos que alteram as matrizes originais de saberes, constituindo um novo, estabelecido de maneira interdisciplinar, com finalidades e propósitos próprios específicos, o *discurso de divulgação*. Este, por sua vez, tem como um dos objetivos a sensibilização dos sujeitos para um tema e/ou aspecto específico relacionado à especialidade ou a sua implicação.

Assim, para Marandino (2005, p. 177), o processo de transformação do conhecimento especializado científico com fins de ensino e divulgação se constitui como produção de um novo saber que toma como base o saber sábio, científico, mas também o educacional, comunicacional, museológico, de marcenaria, de outras técnicas etc, ou seja, envolve muitos saberes que não apenas o científico, constituindo-se como um tipo de saber específico.

A tese defendida por Marandino nos conduz, então, a uma perspectiva central para o desenvolvimento deste artigo: o entendimento de que o discurso científico destinado aos pares é diferente do discurso museológico destinado a diferentes segmentos de público, ainda que seja empreendido num museu dedicado à cultura científica. Isto porque tratam-se de discursos com interlocutores, finalidades e propósitos distintos. Neste ponto, podemos aplicar lógica

semelhante às iniciativas de divulgação artística em museus de arte, ainda que seja preciso reconhecer as especificidades das instituições: formular discursos expositivos destinados a outros artistas e/ou críticos, curadores, teóricos da arte e/ou visitantes com alto nível de conhecimento artístico é diferente de formular discursos voltados ao público que não tem o domínio sobre os principais códigos, valores e referenciais artísticos valorizados nas exposições.

De acordo com Marandino (2005, p. 176), é preciso compreender os museus como instâncias que possuem uma cultura própria. Entre os aspectos desta cultura museal que determinariam o modo de produção de seu discurso específico estariam: a história dos museus; a história institucional; a existência ou não de acervo e a origem do mesmo; os tipos e a natureza dos objetos expostos; a proposta conceitual das exposições, o que inclui sua concepção teórica, quem a define e/ou quem a financia; a formação das equipes elaboradoras das exposições; os vários discursos e tipos de textos utilizados; e, finalmente, o discurso especializado, oriundo daquilo que chama de *saber sábio*. Com relação a este último, Marandino (2005, p. 176) destaca a influência de seus conteúdos, métodos, objetos de estudo, evidências materiais, estrutura epistemológica, entre outros.

O que Marandino expõe é que, por mais que um museu possa ter como proposta a abordagem sobre a cultura científica (ou artística, poderíamos imaginar), a maneira como deverá tratá-la será necessariamente influenciada por questões que emergem a partir do campo museal e de muitas outras esferas que não dizem respeito única e exclusivamente ao campo científico (ou artístico), mas que desenvolvem uma interação com ele. Deste modo, o saber científico especializado é apenas um daqueles que se conjugarão em prol da iniciativa, na medida em que cria-se um novo discurso, com regras, critérios, códigos e valores próprios, voltado à divulgação. Por esta razão, a autora opta por caracterizar o processo de elaboração do discurso expositivo como uma espécie de jogo, sobre o qual incidem relações de poder presentes nas interações entre os diferentes discursos e saberes envolvidos (MARANDINO, 2005, p. 176).

Para Marandino, é preciso compreender o discurso expositivo como:

[...] um processo histórico-social, com seus embates, controvérsias, jogos de poder e legitimações. Em determinados momentos, em virtude das políticas estabelecidas pelos órgãos diretamente envolvidos na produção cultural (ministérios e secretarias de cultura, educação e de ciência e tecnologia), das propostas conceituais das exposições (científicas, museológicas, educacionais), da formação das equipes que as elaboram etc., determinados discursos e saberes se sobressaem e legitimam, enquanto outros podem ser ocultados no discurso expositivo final. Com efeito, em alguns momentos o discurso da ciência pode se sobrepor aos demais e ter hegemonia

no discurso final, mas em outros, discursos como os da museologia ou educação, assim como os da comunidade local ou da escola poderão determinar as escolhas e seleções feitas. (MARANDINO, 2005, p. 176)

A tese defendida por Marandino (2004) parte de dois conceitos oriundos da Educação, repensados e apropriados pela autora para discutir a divulgação e a educação no contexto específico dos museus, fornecendo aportes, portanto, não somente à formulação de discursos de divulgação em museus de ciência, mas também, em outras tipologias de museus, contribuindo para fortalecer a dimensão educativa desses espaços. Os conceitos são: *transposição didática*, que tem Chevallard como principal referência, e, resumidamente, refere-se ao trabalho de transformação de um objeto de saber em um objeto de ensino (MARANDINO, 2004, p. 98); e *recontextualização*, cujo principal expoente é Bernstein, aludindo à transferência de textos entre diferentes contextos de produção e reprodução, mediada pelas relações de poder e pela regulação do discurso de ordem social (MARANDINO, 2004, p.104).

Marandino (2004, p. 107) se apropria desses dois conceitos em sua tese e aplica-os ao contexto dos museus, acreditando que, de certo modo, o discurso expositivo apresenta características bastante semelhantes ao discurso pedagógico. Contudo, reconhece que há especificidades no discurso museológico, como aspectos concernentes à relação entre os elementos tempo, espaço e objetos, além do papel social dos museus, distinto do de escolas, embora ambos apresentem-se como espaços educativos, um relacionado ao sistema formal e o outro não.

Desta maneira, o ponto central defendido por Marandino que interessa particularmente a este artigo é que para se compreender a divulgação científica empreendida em museus de ciência é fundamental que haja também entendimento acerca da cultura museal, que imprime marcas de sua identidade em qualquer que seja o tipo de informação especializada com a qual lida (MARANDINO, 2005, p. 177). Isto porque o museu também é *locus* de produção de saber e, sendo assim, o discurso especializado – o *saber do sábio* - passa necessariamente por um processo de transformação ao interagir com os saberes que interpelam o campo museal. Este, por princípio, destina-se a uma grande variedade de segmentos de público.

Nesta via, destaca-se que os campos da ciência e da arte interagem com o campo museal de maneiras diferentes, embora ambos reconheçam sua vocação como intermediário entre suas culturas especializadas e os públicos, mais ou menos familiarizado(s) com as especialidades. Se para a comunidade científica, em geral, os museus de ciências são referências especialmente para salvaguarda de acervos, divulgação da informação científica e

promoção da cultura científica e de sua memória relacionada; para a comunidade artística, os museus de arte são frequentemente associados a sua integração com o ciclo de produção, crítica, valorização econômica e ensino da arte, sendo, portanto, engrenagens fundamentais ao campo artístico como um todo, o que não acontece de maneira tão latente com os museus de ciência.

O que se sublinha neste trabalho, contudo, é que os museus se apresentam como referências não somente para os indivíduos ou grupos vinculados aos campos de conhecimento especializados e específicos (pares), mas, também, para outros segmentos da sociedade, aquele conhecido como *público em geral*, composto por indivíduos e grupos mais ou menos familiarizados com estas linguagens especializadas. Desta forma, o desafio dos museus é grande: é preciso desenvolver estratégias no âmbito do processo de musealização que garantam a interação tanto do público não familiarizado com os campos especializados, o qual vai ao museu em busca de uma experiência de aprendizado, lazer, prazer, turismo etc., quanto daquele que integra o campo especializado e que, para além da experiência comunicacional que é capaz de estabelecer com as propostas do museu, espera deste reconhecimento e por vezes legitimação de aspectos de sua cultura especializada.

Estas reflexões nos conduzem, então, às ações dos museus voltadas ao segmento de público que motiva a elaboração desse artigo: os não familiarizados com a cultura especializada abordada pelos museus, ou seja, aos destinatários das ações de divulgação nos museus. O que estas instituições almejavam proporcionar a partir da experiência de visita?

Albagli (1996, p. 401), ao trata-los como veículos de informação científica, acredita que os museus e centros de ciência são capazes de proporcionar “um ambiente propício e instrumentos adequados para provocar nas pessoas os *insights* que irão motivar futuras buscas independentes por conhecimento científico”. Já Marandino (2005, p. 179) confia que os museus devem ter o propósito de sensibilizar e divertir seu público, levando-o à produção de sentido ou, ainda, promover a aprendizagem e reformulação de suas concepções anteriores. Ambas colocações das autoras concordam com aquilo que é defendido por Wagensberg (2005) de que a experiência vivenciada por meio do museu deva permitir uma mudança de estado, promovendo a vontade de aprender de modo a provocar uma mudança individual e, como consequência, também social.

Ainda que as ponderações dos três autores se refiram aos museus de ciência, certamente é possível aproximá-las aos museus de arte. Isto porque motivar futuras buscas independentes por conhecimento – relacionado a alguma disciplina ou não - pode ser considerado um dos papéis dos museus na contemporaneidade, contribuindo para a formação

e o exercício da sensibilidade, independentemente do acervo e da abordagem da instituição em questão, seja pela curiosidade disciplinar ou o deleite estético. Ressalta-se, apenas, que os estímulos para buscas independentes do conhecimento podem se constituir de formas diferenciadas a depender da proposta do museu.

Para os cientistas comportamentais que dão base às argumentações de Albagli,

[...] o aprendizado é um processo que acontece ao longo do tempo, mediante acúmulo de conceitos, habilidades e experiências. Frequentemente, ainda que o que uma criança observa ou vivencia em um museu ou centro de ciência a fascine, isto pode não ser imediatamente compreensível para ela. Posteriormente, no entanto, quando ele ou ela recebe, na escola, uma explicação sobre aquele fenômeno, o seu aprendizado torna-se mais fácil e menos abstrato. (ALBAGLI, 1996, p. 401)

Ainda que esta afirmação também se refira aos museus e centros de ciência e não seja restrita à infância, mas a todas as fases da vida, é igualmente passível de aplicação às experiências em museus que abordam e difundem a arte e a cultura e atuam voltados à imaginação e sensibilização e estética.

Assim, nos museus, é possível ver, tocar, cheirar, ouvir, provar, sentir, se emocionar, se instigar... e aprender ou reunir elementos para o aprendizado, a curto ou longo prazo, e para o deleite e a criação no tempo presente ou no futuro. Embora não se constitua como instituição devotada ao ensino formal, o museu é, sem dúvida, um meio privilegiado para a divulgação de informações especializadas submetidas a um processo de transformação para linguagem acessível, o que se dá no âmbito das ações de musealização, com vistas à formação e exercício de sensibilidades, à educação e às possibilidades interpretativas mediadas pelas realidades diferentes dos visitantes. Para tal, entretanto, é fundamental que as instituições reconheçam o papel central da informação neste processo, observando as diferentes necessidades e expectativas informacionais que o processo de musealização deve atender, tendo em vista a diversidade de público.

3 MUSEUS DE ARTE, INFORMAÇÃO E PÚBLICO: ALGUNS DESAFIOS E CONSIDERAÇÕES DIANTE DO HORIZONTE DESCORTINADO PELA DIVULGAÇÃO ARTÍSTICA

Podemos caracterizar a musealização como processo que busca reconhecer, potencializar, desvelar, compartilhar, problematizar, recriar, ressignificar cultural e socialmente a “poesia das coisas” distinguidas como patrimônio por um dado grupo, num momento e contexto específico. Constitui-se, assim, de acordo com referenciais e valores

construídos, disputados e partilhados social e culturalmente, e não sobre critérios individuais e/ou pessoais.

É por meio desta operação que não se restringe ao aspecto material dos objetos, mas que se expressa, também, discursivamente, a partir das dimensões informacional, comunicacional e educativa que ensinam, que o museu se reinventa e se constitui. E, se consideramos que a musealização é processo que se realiza não apenas conforme práticas e fundamentos técnicos, mas também ancorado em relações sociais, culturais, políticas e simbólicas, então podemos admitir que conceitualmente a integralização da operação se dá mediante o acesso por parte de diferentes segmentos de público à poesia simbolicamente impressa sobre as coisas determinadas como *museália* e a sua ressignificação. Isto implica dizer que a musealização se realiza como tal quando o conjunto de suas ações é capaz de sensibilizar o visitante a adotar atitude interrogativa e imaginativa, proporcionando mudança em seu comportamento diante das coisas e, para além delas, motivando-o a ressignificar as experiências de seu cotidiano e o patrimônio comum.

Esta premissa requer que notemos, ainda, que a mudança de comportamento do visitante não se dá exclusiva, mecânica e homoganeamente pelo contato com informações ou a mera visualização de objetos dispostos de maneira organizada. Tais informações e objetos precisam ser interpretados e ressignificados pelos visitantes nos contextos pessoal e social de suas vidas, produzir sentidos na conexão com a cultura, permitir que estabeleçam consciente ou inconscientemente articulações com experiências anteriores e posteriores à visita, no museu ou fora dele. Nesta perspectiva, vale sublinhar que, conforme alertam vários autores, entre eles Falk, Dierking e Addams (2006, p. 328), aquilo que os visitantes aprendem nas exposições não depende unicamente das informações disponíveis, mas também de seus conhecimentos prévios, experiências e interesses, daquilo que lhes desperta atenção, do que olham, fazem, falam e pensam durante o momento em que visitam o museu e depois, quando permanecem aprendendo informalmente em seu cotidiano, promovendo, de forma mais ou menos consciente, conexões com a experiência da visita.

Deste modo, os museus, seja qual for a natureza de seu acervo, enfrentam complexo desafio no que tange ao processo de musealização: orientar suas ações de forma a garantir o acesso aos bens musealizados, instigando visitantes de diferentes segmentos de público, em seu tempo e conforme sua vivência, a formar e exercitar sua sensibilidade e atitude crítica, imaginativa, criativa, investigativa diante do que há de simbólico e é partilhado cultural e socialmente, para além do aspecto material dos objetos preservados como memória coletiva. Assim, a dimensão educativa, informacional e comunicacional dos museus reside em sua

capacidade de motivar os visitantes a atribuírem sentido àquilo que leem por meio das coisas, estimulando a formação e o exercício de atitude sensível, crítica e imaginativa em relação às coisas e para além delas. Neste ponto, destacamos a importância dos museus se compreenderem como espaços para aquilo que Falk, Dierking e Addams (2006) definem como aprendizado de livre escolha (*free choice learning*), sem, contudo, deixar de reconhecer que apresentam limitações e estas fazem parte da realidade.

As reflexões feitas até aqui nos inspiram a problematizar os museus de arte diante do desafio do acesso a informação artística por parte de diferentes públicos, entendendo que a divulgação artística é um caminho que se abre para este fim. Assumimos, então, que o processo de desvelamento da “poesia das coisas” é capaz de promover mudanças nos visitantes, contribuindo para sua formação permanente como sujeitos críticos e criativos, motivados pela dinâmica de aprendizado de livre escolha (*free choice learning*), mas, para isso, é fundamental que os museus invistam em estratégias plurais para construir seus discursos expositivos, considerando a diversidade de visitantes e suas diferentes necessidades informacionais. Isto pode implicar, inclusive, na revisão de práticas e modelos de produção, gestão e difusão de informações nos museus de arte, com o objetivo de ampliar as possibilidades de interação dos visitantes com as exposições e o acervo, corroborando para a apropriação simbólica. É, portanto, neste contexto que inserimos a relevância da discussão em torno da divulgação artística.

Isto posto, para o desenvolvimento de nossas ponderações, neste segundo item, nos apoiaremos especialmente no estudo desenvolvido por Bourdieu, Darbel e grande equipe, a respeito dos museus de arte e seu público, datado da década de 1960, mas ainda atual. Conforme os autores, embora possam ser abertos a todos, os museus costumam ser interditados a grande maioria dos visitantes. Isto porque, conforme apontam, a maneira como tais instituições se apresentam ao público, frequentemente, favorece a vivência de experiências muito distintas ao considerarmos o conjunto de visitantes familiarizados com a cultura artística e aqueles que não o são.

Para os autores, existem condições sociais e culturais que interferem no processo de leitura e apropriação simbólica das obras de arte, havendo indivíduos lenta e culturalmente educados a identificar pistas nos museus que os permitem interpretá-las, enquanto outros não o são e por isso encontram certa dificuldade e podem acabar por desenvolver sentimento de inadequação aos rituais reiterados durante as exposições. Assim, segundo os autores (2003, p. 168), os museus constantemente criariam e fortaleceriam sentimentos distintos, conforme o segmento de público e o nível de familiaridade com o universo da arte: filiação, por parte

daqueles que compartilham valores e códigos, e exclusão, por parte dos visitantes que não são familiarizados com os rituais e códigos utilizados pela instituição.

De acordo com Bourdieu e Darbel (2003, p. 71), “a obra de arte considerada enquanto bem simbólico não existe como tal a não ser para quem detenha os meios de apropriar-se dela, ou seja, de decifrá-la” e nem todos que visitam os museus seriam familiarizados com esses meios. Tal afirmativa não implica dizer que, diante de uma obra de arte exposta num museu, um visitante não familiarizado com o universo da arte deixará de identificá-la ou reconhece-la como tal (ainda que isso também possa acontecer, especialmente em museus de arte contemporânea), mas sugere que o prazer por usufruir de uma obra de arte, saboreá-la, seja resultado da ativação de esquemas interpretativos do sujeito, os quais variam conforme as experiências vividas e a educação recebida ao longo da vida, incluindo aquela relacionada a família e ao ensino formal. Assim, segundo Bourdieu e Darbel (2003, p. 105), a fruição da arte não é espontânea, mas é uma operação que pressupõe o controle de instrumentos que possibilitem o indivíduo a decifrar os elementos internos e externos a obra e que vai se desenvolvendo mediante a frequência de práticas similares.

Coli (2006) é outro autor que defende que a apreciação da obra de arte é, na verdade, um processo que reúne e articula uma série de aprendizagens e vivências anteriores que serão evocadas durante o ato da fruição, quase sempre de maneira inconsciente. Segundo este autor (2006, p. 117), “a fruição da arte não é espontânea, um dom, uma graça. Pressupõe um esforço diante da cultura”. Assim, acredita que “ver um quadro, ler um livro, é utilizar instrumentos culturais para apreendê-los” (COLI, 2006, p. 120). A partir disso, Coli cita alguns exemplos que mostram como a leitura e a interpretação que fazemos, sejam de obras artísticas ou outras expressões que criamos para nos manifestar, são mediadas por aquilo que já conhecemos e pelo que vivenciamos e como interagimos com nosso cotidiano. Tendo em vista a lucidez e clareza dos exemplos apresentados pelo autor, nós aqui os reproduzimos:

[...] Se o quadro representa um homem na cruz, sabemos que se trata da crucificação do Cristo; se reproduz uma montanha e um rio, reconhecemos o que nossa cultura denomina ‘paisagem’; se o livro começa por ‘uma noite destas, vindo da cidade para o Engenho Novo, encontrei num trem da Central um rapaz aqui do bairro, que eu conheço de vista e de chapéu’, nós compreendemos a frase porque está escrita numa linguagem familiar e dominamos os elementos culturais aos quais faz referência. [...] A frase que citamos acima, aparentemente simples, é assim tão clara? Todos os leitores brasileiros ou mesmo estrangeiros, caso o livro seja traduzido – saberão o que é o Engenho Novo?, trem da Central, que hoje associamos a um meio de transporte proletário, insuficiente e malconservado, terá a mesma significação na frase? Além disso, quantos de nós compreendemos sem confusão o que é o ‘conhece de chapéu’. (COLI, 2006, p. 120-121)

O que os exemplos de Coli mostram, especialmente no caso do livro, é a existência de um sistema de códigos, construído, articulado, negociado e compartilhado cultural e socialmente, que permite ao sujeito não somente ler um enunciado literalmente, reconhecer a existência de informações, mas, essencialmente, atribuir sentido àquilo que lê/ identifica como informativo, produzindo significados. Ser capaz de usufruir e compartilhar deste sistema de códigos requer algum nível de familiaridade, treino, esforço. Por esta razão, Coli (2006, p. 127) acredita que a “frequentação a obra de arte” é o melhor recurso à sua apreciação autônoma, pois “pela frequentação evitamos delegar a outrem a nossa relação com a obra”.

Residiria, pois, aí a importância da formulação de exposições voltadas à divulgação artística: construir estratégias infocomunicacionais com vista a motivar os diferentes sujeitos a se familiarizarem com referenciais, critérios, linguagens e princípios que conformam a informação artística e, como tal, favoreceriam a frequentação autônoma da arte. Neste sentido, Coli (2006, p. 127) adverte que ao familiarizarmo-nos com os instrumentos necessários para a leitura de uma obra de arte, nos tornamos mais capazes de interpretá-la sem que fiquemos dependentes de leituras efetuadas por outras pessoas, portanto, a partir de parâmetros que podem ser muito distintos dos nossos, correndo-se o risco de absolutizarmos tais interpretações e nos sentirmos desqualificados diante das complexas relações que podem indicar.

Esta capacidade de ter autonomia para efetuar a leitura de uma obra de arte relaciona-se com o conceito de *competência artística* de Bourdieu e Darbel (2003, p. 77): “produto da interiorização de um código social, tão profundamente inscrito nos hábitos e memórias que funciona no plano inconsciente”. Conforme os autores, a competência artística define-se como:

[...] conhecimento prévio dos princípios de divisão, propriamente artísticos, que permitem situar uma representação, pela classificação das indicações estilísticas que ela contém, entre as possibilidades de representação que constituem o universo artístico. Esse modo de classificação opõe-se ao modo que consistiria em classificar uma obra entre as possibilidades de representação que constituem o universo dos objetos cotidianos (ou, mais precisamente, dos utensílios) ou o universo dos signos, o que equivaleria a tratá-la com um simples monumento, ou seja, como um simples meio de comunicação, encarregado de transmitir uma significação transcendente. (BOURDIEU; DARBEL, 2003, p. 73)

Como notamos, os autores chamam atenção para a importância de se efetuar leituras sobre as obras que se baseiem em referenciais e valores próprios do universo da arte e não dos objetos do cotidiano ou, ainda, de outras categorias. Assinala-se, assim, conforme já

mencionado anteriormente, que o processo de familiarização com esses referenciais e critérios é lento e exige certo esforço diante da cultura. Deste modo, ninguém nasce apto a efetuar a leitura de uma obra de arte ou exposição, mas vai adquirindo habilidades para tal mediante ao constante estímulo e contato com estas linguagens, daí a pertinência do desenvolvimento de ações relacionadas à divulgação artística. Em vista disso, tendo em conta a função social dos museus e sua dimensão educativa, é fundamental que essas instituições atuem na perspectiva do reconhecimento de que o domínio sobre os códigos de leitura da informação artística é algo construído ao longo da vivência dos indivíduos e que seus visitantes encontram-se em diferentes momentos e níveis deste processo de familiarização, apresentando, portanto, diferentes necessidades informacionais. Estas, por sua vez, precisam ser permanentemente averiguadas e pautar a tônica de formulação do discurso expositivo, constituído a partir do *Discurso da Arte* e do *Discurso sobre Arte*, mas também de outros saberes, especialmente aqueles concernentes às técnicas e métodos voltados à construção de experiências de aprendizagem e produção de conhecimento, daí a importância de equipes interdisciplinares.

Conforme apontam Bourdieu e Darbel (2003, p 75), ser detentor da competência artística permite mais facilmente que o sujeito tenha internalizada uma atitude interrogativa diante da obra e da exposição, tornando-o mais sensível frente a evidências que funcionam como pistas simbólicas mais ou menos perceptíveis. Isto o permitirá identificar, por meio da materialidade das coisas e de sua associação com eventuais recursos adicionais, mais ou menos relevantes como complementação, tais como legendas com informações referenciais, textos curatoriais, folderes, elementos capazes de se mostrarem significantes para a fruição/apreciação e o desvelamento da “poesia das coisas”.

De acordo com Bourdieu e Darbel (2003, p. 80), os sujeitos que não são familiarizados com o universo e os códigos da arte acabam por “[...] apreender as obras de arte em sua pura materialidade fenomenal, ou seja, à maneira de simples objetos do mundo”. Em virtude desta condição, tal como já mencionado anteriormente, os autores acreditam que os visitantes tendem a lançar mão de categorias de percepção que não são as mais adequadas ao universo específico em questão, com isso deixando de vivenciar a experiência estética em sua maior potência. A esta inabilidade de aplicar os códigos de percepção apropriados ao fenômeno observado, os autores (2003, p. 81) chamam de *cegueira cultural*. É o que favorece que num grupo heterogêneo de pessoas numa exposição algumas identifiquem elementos significantes que ensejarão múltiplas conexões, suscitando interação e alteração de estado cognitivo, e outras, apesar de terem contato com a mesma realidade circunstancial, não a apreendam de

maneira sensível, tornando-se indiferentes à possibilidade de que altere significativamente sua experiência.

Os conceitos de *competência artística* e *cegueira cultural*, como definidos por Bourdieu e Darbel (2003), ao serem aplicados no contexto de exposições em museus de arte, mostram-se oportunos para a reflexão em torno dos desafios que envolvem a formulação de discursos expositivos que evitem criar ou reforçar barreiras que dificultem ou impeçam a leitura da arte por visitantes que não são familiarizados com códigos artísticos e que, também, precisam ter resguardo seu direito ao acesso a essas instituições e ao patrimônio. Sendo assim, é importante que as equipes dos museus se esforcem em formular narrativas que motivem diferentes categorias de público a adotar atitude investigativa e criativa diante dos códigos de leitura da arte, proporcionando-lhes condições para tal.

Tal disposição ganha relevância ainda maior ao nos atermos à advertência de Boudieu e Darbel (2003, p. 89) de que “o sentimento profundo de indignidade (e de incompetência) que assombra os visitantes menos cultos, como que esmagados pelo respeito diante do universo sagrado da cultura legítima, contribui consideravelmente para mantê-los afastados dos museus”. Neste sentido, cumpre também destacar que para Coli (2006, p.131), a frequência deve ser vista como direito social, assim, acredita “as pessoas que, em nossa sociedade, têm consciência do papel fundamental desempenhado pela arte no seio da cultura, são forçosamente obrigadas a colocar o problema do acesso à obra. É necessário exigir os meios da frequência”. Entendemos que a divulgação artística em museus pode se constituir como estratégia infocomunicacional para tal. Além disso, destacamos o valor da arte não apenas como linguagem autônoma, mas, também, meio pelo qual se torna possível educar os sujeitos para a Realidade, conforme afirmam diversos autores ligados à Educação pela Arte / Arte Educação.

O acesso à arte e à informação artística se constituem, assim, como problema que precisa ser encarado pelos museus. Sendo assim, deve ser tratado de modo ancorado na musealização, ensejando o debate em torno da divulgação artística como iniciativa de construção de alternativas para a sensibilização e familiarização de diferentes segmentos de público, com os códigos que permitem identificar informações que contribuam para a leitura da arte e para a transformação cognitiva e afetiva do visitante. Ter domínio sobre estes códigos não significa, de modo algum, produzir interpretações que sejam iguais aquelas dos demais visitantes, dos criadores da exposição ou do artista, uniformizando o significado das obras, pois a expressão maior da arte está em sua capacidade de suscitar diferentes leituras mediadas pelo contexto sócio-cultural, e não produzir significados absolutos. No entanto, o

processo de familiarização com os códigos da arte pode contribuir para o desenvolvimento da autonomia dos sujeitos, propiciando a equiparação das condições de identificação das informações capazes de subsidiar a apreciação, interação e articulações, desmistificando a soberania da leitura realizada por críticos/teóricos de arte, curadores e outros profissionais, e potencializando a relação dos diferentes visitantes com a arte a partir de suas múltiplas ressignificações. O museu é, assim, espaço privilegiado para isso.

Diante deste complexo desafio, é preciso que as equipes dos museus invistam no azeitamento do processo de musealização e, como consequência, na formulação de discursos expositivos inteligíveis, baseados em diferentes saberes, e não na mera reunião de objetos artísticos em um espaço pintado de cor neutra e legendas com referências técnicas. Tais saberes precisam ser subsidiados por informações que levem em conta diversos graus de familiaridade com o universo da arte, sendo reconhecida a heterogeneidade do público e a condição interpretativa histórico-socialmente datada das narrativas. Assim, os museus podem atuar na perspectiva de fomentar a atitude investigativa e imaginativa de seus visitantes, por meio de discurso voltado à divulgação da informação artística, afastando a possibilidade de absolutização de leituras.

Para tal, é fundamental o desenvolvimento de ações integradas na musealização e a criação de exposições que tenham como princípio motor a articulação de possibilidades diversas para fruição da arte, podendo isto ser facilitado por recursos especiais que vêm ganhando destaque nos últimos anos, como: integração de ferramentas pautadas em novas tecnologias de informação e comunicação à experiência de visitação; adoção de ferramentas de mediação que integrem diferentes sentidos humanos (visão, audição, paladar, tato e olfato), permitindo que os visitantes experimentem a fruição estética por meio de mais de um sentido; desenvolvimento de exposições que politizem a arte, seu universo e as comunidades que orbitam em torno dele; entre outras alternativas.

Neste ponto, vale destacar que para formular um discurso expositivo inteligível, conforme apontam as ponderações de Bourdieu e Darbel (2003), é necessário que os códigos da exposição estejam em sintonia com os códigos de recepção/leitura dos visitantes - capital adquirido graças a uma prática de frequência de uso, contato e reprodução. Na ausência de uma sintonia, o visitante tende a não identificar e processar informações e modificar seu comportamento cognitivo, o que torna a exposição desprovida de sentido e “poesia”, fragilizando seu potencial como instância comunicacional, informacional e educativa. Deste modo, a interação do visitante com o conjunto expositivo não se realiza de maneira a

promover leituras e articulações que propiciem ressignificações mediadas por seu cotidiano e uma verdadeira apropriação simbólica.

Em seu prefácio, Catani (2003, p. 11) esclarece de maneira bastante ilustrativa ideias de Bourdieu e Darbel que vão nesta direção, nos dizendo que é inútil aumentar o tom de voz a um estrangeiro para se fazer compreender, se este não for familiarizado com os códigos de nossa língua. Restará a nós explorar outro sistema de códigos, que não o idioma, que possibilite a comunicação: desenhos, linguagem corporal etc. Aplicando a lógica da ideia do autor ao contexto dos museus, nos damos conta de que seria inútil cobrir os painéis das exposições ou sobrecarregar os visitantes de folders, guias, placas com textos que disponibilizam inúmeras informações, se estes não forem capazes de atribuir sentido àquilo que leem. É preciso mudar os pilares sobre os quais são assentadas as práticas de formulação de narrativas expositivas e o horizonte descortinado pela divulgação artística evidencia isso.

Entretanto Bourdieu e Darbel (2003) chamam atenção para um aspecto curioso relacionado aos recursos auxiliares à mediação nas exposições. Segundo os autores, eles contribuem para “minimizar o sentimento de inacessibilidade da obra e de indignidade do espectador” (BOURDIEU; DARBEL, 2003, p. 84), ganhando neste contexto função simbólica fundamental: eles atestam que para fruir a obra pode ser necessário o conhecimento de códigos que a conformam e valorizam e que não conhece-los não é nenhuma falta de virtude. Ocorre que, como mostra a pesquisa dos autores, a utilização de tais recursos em exposições é frequentemente criticada por visitantes detentores da competência artística, os quais orgulham-se de sua condição distintiva (BOURDIEU; DARBEL, 2003, p. 88)

Coli (2006) também faz considerações a respeito da importância dos textos em exposições para subsidiar a leitura das obras. O autor analisa que é preciso atentar que esses “[...] iluminam certos aspectos, chamam atenção para outros, constroem relações ligando as obras entre si, ou à história, à sociologia, à psicologia, à filosofia; mas tais análises são sempre parciais, porque a obra acaba sempre escapando ao desvendamento total.” (COLI, 2006, p. 122). Isto, para o autor, significa que “qualquer método de análise pode ser eficiente, trazer informações úteis, mas não esgota, nem traduz a ‘verdade’ da obra. [...] [O texto] não esgota o objeto artístico – pode eventualmente enriquecê-lo.” (COLI, p. 122). Neste sentido, Coli (2006, p. 123) acredita que os textos são instrumentos complementares e não tradutores ou explicadores absolutos da obra.

Também Carol Duncan (2008, p. 129) comenta a respeito dos recursos adicionais em exposições de arte. De acordo com a estudiosa, quanto mais estética as instalações – o que a autora caracteriza como: poucos objetos e paredes circundantes mais vazias -, maior a

tendência do museu ser entendido como espaço sacralizado. Para Duncan (2008, p. 129), ao adotarem a prática de isolamento de objetos naquilo que chama de “capelas estéticas” ou “nichos estéticos” sem, contudo, apontar um dado histórico a respeito, os museus acabam por enfraquecer o seu próprio esforço em prol da educação. Como consequência, tendem a privilegiar o potencial sacralizador da instituição, que não estimula a motivação para o aprendizado, mas a experiência de enculcação de uma verdade estética, passível de ser compreendida e contestada somente por alguns poucos. Isto, então, reforça, de acordo com a autora (2008), a imagem do visitante familiarizado com as categorias de percepção da arte e do curador como seres inquestionáveis e dos leigos como sujeitos indignos à renovação espiritual que a experiência estética pode proporcionar.

Nota-se, assim, a partir das ponderações de Boudieu e Darbel (2003), Coli (2006) e Duncan (2008), que textos e outras ferramentas de mediação têm um papel muito mais simbólico do que propriamente de revelação da “poesia das coisas”, o que nos leva a atribuir relativa importância a sua presença. A problemática que se coloca, contudo, é: ao se formular narrativas que sejam pautadas na associação entre obras musealizadas e diferentes ferramentas de mediação, tais como textos, legendas explicativas, recursos digitais e sonoros, protótipos, instalação de reproduções de ateliês, entre outros, intensifica-se a responsabilidade da instituição no que se refere ao tipo de informação artística que poderá subsidiar tal processo. Reafirma-se, sob este horizonte, o papel estruturante da musealização como operação integrada, a qual precisa incidir sobre a materialidade e as camadas de sentidos dos acervos.

Tal constatação nos conduz ao debate em torno da pressuposição de que o receptor identifica que algo é informação quando consciente ou inconscientemente o considera potencialmente informativo, ou seja, quando é capaz de promover alguma alteração em seu estado cognitivo, conforme apontam diversos autores ao definir *informação*. Assim, é conveniente trazer à tona a definição de Capurro e Hjørland (2007, p. 187) de que aquilo que se constitui como informação depende da questão a que se pretende responder. Isto implica em reconhecer que, numa exposição, algo pode ser informativo para um grupo de visitantes e não ser para outro, a depender do tipo de pergunta que mobiliza a fruição de ambos.

Admitindo, então, a definição de competência artística de Bourdieu e Darbel (2003) e especialmente a noção de informação tal como Capurro e Hjørland (2007), somos instigados a considerar a possibilidade de que os grupos familiarizados com os referenciais e valores da cultura artística realizem suas leituras sobre a exposição mobilizados por questões/perguntas distintas daquelas que sugestionam os segmentos que não são familiarizados com o universo da arte. Enquanto uns podem trazer consigo disposições que os favorecem a fruir a arte sem

auxílio de ferramentas de mediação, os não familiarizados podem precisar contar com contextualização que contribua para tornar o discurso expositivo mais acessível e inteligível. Isto para que se sintam motivados a identificar as pistas simbólicas que evidenciam a que tipo de perguntas as informações disponíveis pretendem responder.

A partir daí, vemos despontar a discussão em torno da existência de distintas necessidades informacionais, as quais precisam receber atenção dos museus. Neste ponto, pode ser conveniente a adoção de ferramentas de mediação em exposições que encorajem a interação dos diferentes grupos, conforme códigos que melhor se adequem ao seu modo de leitura, tendo em vista que a familiarização com o universo da arte não se faz de uma hora para outra. Trata-se de um exercício que parte de referenciais, critérios, valores e princípios construídos social e culturalmente e os museus são espaços privilegiados não somente para a familiarização com estes códigos, mas, também, para as disputas e os enfrentamentos que os legitimam e consagram como mais ou menos adequados.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Defendemos na discussão proposta por este artigo que é preciso que os museus, supostamente destinados a diferentes segmentos de público, atentem para a operacionalização articulada das ações de musealização e revejam suas estratégias de mediação, a fim de priorizar a formulação de exposições que encorajem à interação, tanto por parte do público leigo, quanto daquele mais ou menos conhecedor dos rituais e *modus operandi* relacionados ao campo artístico. Tal iniciativa voltada ao público não familiarizado com o campo artístico pode ser caracterizada como proposta de divulgação artística, tentando desenvolver meios que estimulem atitudes críticas, investigativas e imaginativas com o propósito de desmistificar a fruição da arte como experiência inata, passível de ser vivenciada somente por alguns.

Entretanto, conforme argumenta Conduru (2008, p. 75), há o risco de, ao se promover ações voltadas à legibilidade das obras, dar-se origem à simplificação ou a subvalorização da arte e da informação artística. É preciso, acredita, muita cautela para não converter a arte em simples passatempo, uma modalidade do lazer, diminuindo sua capacidade de produzir reflexões e mudanças individuais e coletivas que levam a pensar o cotidiano. De acordo com o autor (CONDURU, 2008, p. 75), há riscos de, ao se empreender práticas em prol da divulgação artística, privilegiar-se o caráter de entretenimento, do espetáculo, abrindo-se espaço e promovendo estímulo à alienação, de forma a arregimentar o controle social, conferindo à arte o mesmo valor e propósito de outras atrações que visam ao entretenimento e exclusivamente isto.

De fato, não há como negar que este seja um risco. Por outro lado, a apatia e os sentimentos de incapacidade e impropriedade também se constituem como devastadoras ameaças aos museus, entendidos em seu papel público e sua função social, ainda mais se considerarmos seu papel na contemporaneidade.

Conforme defendido ao longo deste texto, a musealização se justifica como operação que visa possibilitar o acesso de diferentes segmentos de público à “poesia das coisas”. Esta, por sua vez, não é fixa, não está depositada sobre as coisas, mas é construída permanentemente, no contexto social e cultural, pelas múltiplas ressignificações que têm origem a partir da apropriação simbólica dessas coisas.

Se, conforme afirmam Bourdieu e Darbel (2003, p. 71), a obra de arte somente é considerada como bem simbólico quando é possível dela apropriar-se assim, as ações do processo de musealização devem ser orientadas no sentido de construir as condições necessárias para que isso aconteça. A divulgação artística, quando entendida como horizonte e não apenas atividade estanque no âmbito da musealização do patrimônio artístico, estimula aprofundarmos o debate em torno da inclusão e da ampliação do acesso aos museus de arte por múltiplos segmentos de público.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, Sarita. Divulgação científica: informação para a cidadania? **Ciência da Informação**, v. 25, n. 3, 1996.
- BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte – os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: EDUSP, 2003.
- CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.12, n.1, 2007.
- CATANI, Afrânio Mendes. Apresentação: a cultura não é um privilégio natural. In: BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte – os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: EDUSP, 2003.
- COLI, Jorge. **O que é arte**. São Paulo: Brasiliense, 2006. Coleção Primeiros Passos
- CONDURU, Roberto. Por uma translucidez crítica. **Cadernos de diretrizes museológicas 2: mediação e museus: curadorias, exposições, ação educativa**. JULIÃO, Leticia; BITTENCOURT, José Neves. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, Superintendência de Museus, 2008.
- DUNCAN, Carol. O museu de arte como ritual. **Revista Poésis**, v. 11, 2008.

FALK, John H.; DIERKING, Lynn D.; ADDAMS, Mariana. Living in a Learning Society: Museums and free choice learning. In: MACDONALD, Sharon (Org.). **A Companion to Museum Studies**. Blackwell Publishing, 2006.

MARANDINO, Martha. A pesquisa e a produção de saberes nos museus de ciência. **História, Ciências, Saúde: Manguinhos**. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, Casa de Oswaldo Cruz, v.1, n.1, 2005.

_____. Transposição ou Recontextualização? Sobre a produção de saberes na educação em museus de ciências. **Revista Brasileira de Educação**, v. 26, 2004.

MORAES, Julia Nolasco Leitão de. **Museu, informação artística e "poesia das coisas"**: a divulgação artística em museus de arte. 2014. 237 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - Instituto Brasileiro em Ciência da Informação/IBICT, Escola de Comunicação-Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ. Rio de Janeiro: IBICT/ECO-UFRJ. 2014. Orientadora: Lena Vania Ribeiro Pinheiro

SCHEINER, Tereza Moletta. Comunicação, educação exposição: novos saberes, novos sentidos. **Semiosfera**, Rio de Janeiro, ano 3, n. 4-5, jul 2003. Disponível em: <http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera45/index.html>. Acesso em: 28 jan 2013.

WAGENSBERG, Jorge. O museu “total”, uma ferramenta para a mudança social. **História, Ciências Saúde – Manguinhos**, v. 12, 2005. Disponível em: <http://www.museudavida.fiocruz.br/4scwc/Texto%20Provocativo%20-%20Jorge%20Wagensberg.pdf>. Acesso em 15 jul. 2012.