



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**  
**GRADUAÇÃO EM MUSEOLOGIA**

**ANNA MARIA AMORIM DE OLIVEIRA**

**MUSEUS DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL:  
análise das estratégias de comunicação (2015)**

**Brasília, DF**

**2015**

ANNA MARIA AMORIM DE OLIVEIRA

**MUSEUS DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL:  
análise das estratégias de comunicação (2015)**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciência da Informação, da Universidade de Brasília – UnB, como partes dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Museologia.

**Orientadora:** Prof. Mestre Elizângela Carrijo.

**Brasília, DF**

**2015**

Oliveira, Ana Maria Amorim de

Museus do Governo do Distrito Federal: análise das estratégias de comunicação (2015) / Ana Maria Amorim de Oliveira. – 2015.

164 f. : il. ; 30 cm.

Monografia (graduação) – Universidade de Brasília; Faculdade de Ciência da Informação, 2015.

Inclui bibliografia.

Orientação: Elizângela Carrijo.

1. Comunicação museológica. 2. Museus do Governo do Distrito Federal. 3. Estratégias de comunicação. 4. Estudo de público. 5. Museologia. 6. Ações culturais. – Brasil. I. Carrijo, Elizângela. II. Título.



## FOLHA DE APROVAÇÃO

### *Museus do Governo do Distrito Federal: uma análise de estratégias comunicacionais (2015)*

Aluna: Anna Maria Amorim de Oliveira

Monografia submetida ao corpo docente do Curso de Graduação em Museologia, da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília – UnB, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em Museologia.

#### Banca Examinadora:

Aprovada por:

Orientadora:

**Elizângela Carrijo – Orientadora**  
**Professora da Universidade de Brasília (UnB)**  
**Mestre em História - UnB**

Membro:

**Luciana Sepúlveda Kóptcke – Membro**  
**Pesquisador da Fundação Oswaldo Cruz**  
**Doutorado em Museologia**

Membro:

**Luiz Claudio Martino – Membro**  
**Professor da Universidade de Brasília (UnB)**  
**Doutor em Sociologia**

Brasília-DF, 10 de dezembro de 2015.

**Titulo:** *Museus do Governo do Distrito Federal: uma análise de estratégias comunicacionais (2015)*

**Aluno:** Anna Maria Amorim de Oliveira

Monografia apresentada ao Curso de Museologia da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Museologia.

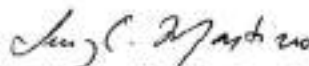
Brasília 10 de dezembro de 2015.



**Elizângela Carrijo – Orientadora**  
**Professora da Universidade de Brasília (UnB)**  
**Mestre em História - UnB**



**Luciana Sepúlveda Kóptcke – Membro**  
**Pesquisador da Fundação Oswaldo Cruz**  
**Doutora em Museologia**



**Luiz Claudio Martino – Membro**  
**Professor da Universidade de Brasília (UnB)**  
**Doutor em Sociologia**

**Ana Lúcia de Abreu Gomes- Suplente**  
**Professora da Universidade de Brasília (UnB)**  
**Doutora em História Cultural - UnB**

A todos que não conhecem nenhum museu no Distrito Federal.

## AGRADECIMENTOS

À Universidade de Brasília (UnB), especialmente à Faculdade de Ciência da Informação, por transformar a minha percepção social. À Elizângela Carrijo, professora e orientadora da minha trajetória acadêmica desde o primeiro semestre deste curso, e às demais professoras que ao longo dos últimos cinco anos compartilharam seus conhecimentos comigo. Aos amigos que fiz nesta universidade: Ana Luzia Azarias, Caique Reis, Eduardo Moraes, Karina Inatomi, Mônica de Souza, Naiara Leão, Pedro Guilherme e Robson Goes, por tornarem a rotina de estudos mais alegre. À Professora Luciana Sepúlveda e ao Professor Luiz Martino pelos textos publicados, presença e colaboração na banca examinadora deste trabalho. Ao Amaro Júnior pela disponibilidade em ajudar e ao Lucas Pacífico pela arte gráfica dos infográficos. À Bibliotecária e Pedagoga Carmem Corrêa Miranda, pela formatação deste TCC. À todos os entrevistados, funcionários da Secult/DF, Setur/DF e museus do GDF, que participaram da construção da pesquisa de campo.

À professora Eva Waisros, pela sabedoria e persistência no projeto do Museu da Educação do Distrito Federal (MUDE/DF), no qual dedicou anos de sua vida. À toda a equipe deste museu, da qual tive a oportunidade de fazer parte e acompanhar o processo de criação. Ao Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), onde fui estagiária na Coordenação de Museologia Social e Educação (COMUSE) e trabalhei com profissionais que tomarei como exemplo: Cinthia Oliveira, Eneida Queiroz, Fabiana Andrade, Mônica Padilha, Rafaela Medeiros, Valdemar de Assis, e outros colegas do Departamento de Processos Museais (DPMUS).

Aos amigos da minha vida: Carol Martins, Pedro Izolan pelas descobertas que fazemos juntos e por nossa amizade atemporal. Ao Otávio Andrade, por aqueles momentos em que somos infinitos. Às amigas desde pequenas: Giovanna Soutinho, Natália Schetinni e Vera Lúcia, por compreenderem minhas ausências. Às amigas do AYUNY Grupo de Dança, especialmente: Luzia Lima, Priscila Abreu, Priscila Peregrino e Roberta Salgueiro, por não permitirem que eu parasse de dançar.

À minha família, *in memoriam* à Maria Baptista Neval, nossa saudosa Dinha. Ao meu pai e minha mãe, pelo meu nascimento. Ao meu pai pela presença reconfortante em dias difíceis e pela maior aventura da minha infância. À minha mãe, pelo amor incondicional e esforços sem medida para me possibilitar estar aqui.

Ao meu cunhado, Danilo Dias, pelo interesse e acolhimento, e à minha irmã Simonne pela escolha do curso e revisão do texto, ajuda fundamental para a conclusão deste trabalho. Às minhas irmãs: Giovanna, por me inspirar a seguir meus sonhos e Alice, por me incentivar a estudar na UnB. Aos meus sobrinhos: Samuel, Cecília, Eduardo e Betina, e aos meus irmãos mais novos: Letícia e Leandro, por renovarem minhas esperanças em um mundo melhor. À Cláudia Filomena e Vera Lúcia, pela torcida e orações de sempre. À minha cunhada e amiga Agnes Jahn, pela pausa para o café nas tardes intermináveis na BCE. Ao meu amor, Arthur Jahn, por todo o apoio nos detalhes deste trabalho e principalmente pelo nosso crescimento juntos.

E a Deus, pela minha existência e encontro com tantas pessoas incríveis!



“Sem informação não há cidadania.  
A informação honesta contribui para o aprimoramento  
de uma sociedade. Informação é liberdade.”

*Fernanda Montenegro*

OLIVEIRA, Anna Maria Amorim de. **Museus do Governo do Distrito Federal: uma análise das estratégias de comunicação** (2015). 2015. 164f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Museologia) – Faculdade de Ciência da Informação. Brasília: Universidade de Brasília – UnB, 2015.

## **RESUMO**

O objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos museus do Governo do Distrito Federal (GDF), em 2015. Para isso, foram realizadas entrevistas com responsáveis em museus do GDF – exceto o Museu de Arte de Brasília, que está fechado – e na Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal (Secult/DF), além da Secretaria de Turismo do Distrito Federal (Setur/DF). Foi utilizada abordagem metodológica mista, por meio de dois tipos de questionários aplicados pessoalmente durante a pesquisa de campo, totalizando nove questionários respondidos. Após tabular e analisar os dados coletados, não identificamos estratégias de comunicação nos museus do GDF, pois a maioria dos entrevistados desconhecem, por parte do GDF, orientações sobre estratégias comunicacionais, além de inexistir, nas instituições pesquisadas, uma auto avaliação da comunicação interna (secretarias-museus) e externa (museus-sociedade). Este trabalho é composto por: introdução; quatro capítulos, considerações finais; referências e anexos/apêndices, e apresenta conceitos e referencial teórico, detalha a metodologia, contextualiza os museus e as secretarias do GDF, e por último, analisa os resultados gerais da pesquisa.

**Palavras-chave:** Comunicação museológica. Museus do Governo do Distrito Federal. Estratégias de comunicação. Estudo de público. Museologia. Ações culturais.

## **ABSTRACT**

The goal is to identify and analyze the communication strategies of the museums of the Federal District Government (GDF) in 2015. To this end, interviews were conducted with officials in GDF museums - except the Art Museum of Brasilia, which is closed - and the Secretary of State of the Federal District and Secretary (Secult/DF), and the Department of Tourism of the Federal District (Setur/DF). It was used a mixed methodological approach through two types of questionnaires personally applied during the field research, a total of nine questionnaires. After tabulate and analyze the data collected, did not identify communication strategies in GDF museums, since most respondents are unaware, by the GDF, guidance on communication strategies, and does not exist in the institutions surveyed, a self-assessment of internal communication (secretaries-museums) and external (museums-society). This work consists of: introduction; four chapters, closing remarks; references and annexes/appendices, and introduces concepts and theoretical framework, detailing the methodology, contextualizes museums and GDF departments, and finally, analyzes the overall results of the survey.

**Keywords:** Museological communication. Museums of the Federal District Government. Communication strategies. Public study. Museology. Cultural actions.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Organograma .....	27
Figura 2 - Mapa de museus de Brasília .....	37
Figura 3 - Fachada de uma casa do MVMC .....	39
Figura 4 - Três casas do MVMC.....	39
Figura 5 - Fachada do prédio do MPI .....	43
Figura 6 - Interior do prédio do MPI .....	44
Figura 7 - Fachada do Museu do Catetinho .....	47
Figura 8 - Fachada do prédio do MUN .....	51
Figura 9 - Interior do prédio do MUN .....	51
Figura 10 - Fachada do prédio do MHB.....	54
Figura 11 - Interior do prédio do MHB .....	55
Figura 12 - Prédio do MAB abandonado .....	58
Figura 13 - Obras do MAB paralisadas.....	58
Figura 14 - Infográfico sobre fluxo da informação sobre público dos museus do GDF.....	70
Figura 15 - Infográfico do fluxo da informação sobre as programações dos museus do GDF .....	71
Gráfico 1 - Frequência em museus do Distrito Federal.....	20
Gráfico 2 - Gráfico comparativo de respostas por questão .....	59
Gráfico 3 - Gráfico percentual comparativo das respostas dos museus GDF, 2015 .....	61
Gráfico 4 - Gráfico comparativo de respostas da Secult/DF, 2015 .....	62
Gráfico 5 - Gráfico percentual comparativo das respostas da Secult/DF, 2015.....	65
Gráfico 6 - Gráfico comparativo percentual de respostas positivas .....	66
Quadro 1 - Quadro informativo I.....	39
Quadro 2 - Quadro informativo II.....	43
Quadro 3 - Quadro informativo III.....	47
Quadro 4 - Quadro informativo IV .....	51
Quadro 5 - Quadro informativo V .....	54

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BCE/UnB	Biblioteca Central da Universidade de Brasília
BDM	Biblioteca Digital de Monografias e Teses
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CACS	Chefia da Assessoria de Comunicação Social
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CDM	Coordenação da Divisão de Museus
EAPE	Escola de Aperfeiçoamento de Professores
e-Sic	Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão
FCDF	Fundação Cultural do Distrito Federal
FCI	Faculdade de Ciência da Informação
FERTISA	Fertilizantes Minas Gerais S.A
GDF	Governo do Distrito Federal
HJKO	Hospital Juscelino Kubistchek de Oliveira
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação Ciência e Tecnologia
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
IAPAS	Instituto de Administração Financeira Previdência e Assistência Social
IPHAN	Instituto Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
JK	Juscelino Kubitschek
MAB	Museu de Arte de Brasília
MArB	Museu do Artista Brasileiro
MC	Museu do Catetinho
MHB	Museu Histórico de Brasília
MPI	Memorial dos Povos Indígenas
MUN	Museu Nacional do Conjunto Cultural da República
MUSAS/IBRAM	Revista Brasileira de Museus e Museologia

MVMC	Museu Vivo da Memória Candanga
Novacap	Companhia Urbanizadora da Nova Capital
OMCC	Observatório de Museus e Centros Culturais
PSB	Partido Socialista Brasileiro
Secult/DF	Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal
Setur/DF	Secretaria de Turismo do Distrito Federal
SPC	Subsecretaria de Políticas Culturais
SPDC	Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural
Supac	Subsecretaria do Patrimônio Cultural
Terracap	Companhia Imobiliária de Brasília
UnB	Universidade de Brasília

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO E JUSTIFICATIVA .....	15
2.1	Conceitos de Comunicação .....	15
2.2	Comunicação Museológica e Estratégias de Comunicação .....	17
2.3	Justificativa da Pesquisa nos Museus do GDF .....	20
3	METODOLOGIA .....	22
3.1	Levantamento Bibliográfico, Leitura e Produção de Texto .....	22
3.2	Pesquisa de Campo e Instrumentos de Pesquisa .....	23
3.3	Questionários, Recortes Metodológicos e Implicações Conceituais .....	24
3.4	Tabulação dos Dados .....	26
4	SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA DO DISTRITO FEDERAL (SECULT/DF), SECRETARIA DE TURISMO DO DISTRITO FEDERAL (SETUR/DF) E MUSEUS DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL .....	27
4.1	Subsecretaria de Patrimônio Cultural (Supac) .....	28
4.2	Coordenação da Divisão de Museus CDM) .....	30
4.3	Chefia de Assessoria de Comunicação Social (CACs) .....	32
4.4	Subsecretaria de Políticas Culturais (SPC), Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural (SPDC) e Ouvidoria .....	34
4.5	Diretoria do Observatório de Turismo de Brasília (Setur/DF) .....	34
4.6	Museus do Governo do Distrito Federal .....	36
4.7	Museu Vivo da Memória Candanga .....	38
4.8	Memorial dos Povos Indígenas .....	41
4.9	Museu do Catetinho .....	46
4.10	Museu Nacional do Conjunto Cultural da República (MUN) .....	49
4.11	Museu da Cidade ou Museu Histórico de Brasília (MHB) .....	53
4.12	Museu de Arte de Brasília (MAB) .....	57
5	ANÁLISE COMPARATIVA DOS DADOS COLETADOS NOS MUSEUS DO GDF E SECULT DF .....	59
5.1	Análise Comparativa dos Dados Coletados nos Museus do GDF .....	59
5.2	Análise Comparativa dos Dados Coletados na Secult/DF .....	62
5.3	Análise Comparativa dos Dados Coletados nos Museus do GDF e Secult/DF .....	66
5.4	Resultados Gerais .....	68
5.5	Análise dos Resultados Gerais .....	72

6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
	REFERÊNCIAS.....	77
	APÊNDICES.....	80
	APÊNDICE A – Roteiro de entrevista teste.....	81
	APÊNDICE B – Questionário teste.....	82
	APÊNDICE C – Tabelas de controle.....	83
	APÊNDICE D – Carta de apresentação.....	84
	APÊNDICE E – Declaração de autorização de uso e captação de áudio e imagem.....	85
	APÊNDICE F – Questionário aplicado nos museus do GDF.....	86
	APÊNDICE G – Questionário aplicado na Secult/DF e Setur/DF.....	89
	APÊNDICE H – CD com arquivos de áudio das entrevistas.....	92
	ANEXOS.....	93
	ANEXO A – Memorando da subsecretaria de políticas culturais.....	94
	ANEXO B – Memorando da subsecretaria de promoção e difusão cultural.....	96
	ANEXO C – Organograma Institucional Secult/DF.....	101
	ANEXO D – Declarações de captação e uso de áudio e imagem.....	106
	ANEXO E – Cópia dos questionários respondidos.....	116
	ANEXO F – Plano diretor do Museu do Índio.....	143



## 1 INTRODUÇÃO

No ano de 2012, o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) realizou a pesquisa “O ‘não público’ dos museus: levantamento estatístico sobre o ‘não ir’ a museus no Distrito Federal”. A pesquisa revelou que mais de 70% da população local não frequenta os museus da região e apontou algumas razões para isso. Entre as razões apontadas pelos participantes, as questões relacionadas à dificuldade de acesso e ao desconhecimento da existência dos museus somam mais de 30% das respostas dadas (IBRAM, 2012). Infere-se, assim, que o tema da comunicação museológica precisa ser pesquisado, analisado e debatido na cidade para transformar esses e outros dados que envolvem os estudos de públicos nos museus. Buscar estratégias de comunicação com o público auxilia o museu a cumprir de maneira mais eficaz o seu papel social, estabelecendo um vínculo com a comunidade local e contribuindo para a formação de público (CARVALHO, 2012). Com este trabalho, pretendemos contribuir para o tema apontando como é realizada atualmente a comunicação museológica em seis museus públicos do DF, neste caso, todos os museus do Governo do Distrito Federal (GDF).

No primeiro semestre de 2014, como desenvolvimento do projeto na disciplina de Introdução ao Trabalho de Conclusão, do Curso de Bacharelado em Museologia da Universidade de Brasília (UnB), esse tema foi por nós pensado sob as perspectivas do Eixo Curricular 1 – Teoria e Prática Museológica – o qual “focaliza a formação específica compreendendo disciplinas de conteúdos teóricos e práticos voltados para a Museologia, a Teoria Museológica, a Pesquisa Museológica e a Museografia” (FCI, 2010). Trazendo diversos questionamentos, como: os museus do GDF possuem estratégias de comunicação? Essas estratégias tem sido eficientes? Quais canais utilizam? Como os profissionais dessas instituições avaliam sua comunicação? Esses profissionais percebem a comunicação dos museus de forma convergente ou divergente? Entre outras questões que nortearam este trabalho.

Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos museus do Governo do Distrito Federal, em 2015. Sendo os objetivos específicos: investigar e avaliar as estratégias de comunicação do Museu Vivo da Memória Candanga (MVMC); Museu do Catetinho (MC); Museu Nacional do Conjunto Cultural da República (MUN); Museu de Arte de Brasília

(MAB); Memorial dos Povos Indígenas (MPI); e Museu Histórico de Brasília (MHB), além de apresentar cada uma dessas instituições. Acessamos ainda, a Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal (Secult/DF) e a Secretaria de Turismo do Distrito Federal (Setur/DF).

A metodologia utilizada foi de abordagem mista, com predominância qualitativa e procedimentos empíricos, exploratórios e descritivos. A pesquisa de campo foi feita por meio da aplicação de dois tipos de questionário em nove entrevistas realizadas pessoalmente com os responsáveis pelas instituições acima citadas, ao longo dos meses de maio, junho, julho e agosto de 2015. Foi possível a coleta de dados que foram tabulados e analisados em diálogo com os textos que envolvem a comunicação museológica, baseada principalmente no conceito de estratégias de comunicação de Hernandez e Tresseras:

facilitar o conhecimento da instituição e seus serviços; fomentar o uso desses serviços e motivar a participação em suas atividades; além de fortalecer e consolidar as relações museu-público (HERNANDEZ & TRESSERAS, apud CARVALHO, 2012, p. 118).

Dividimos o trabalho em quatro capítulos: o primeiro apresenta os conceitos e referenciais teóricos nos quais estamos nos baseando; o segundo detalha a metodologia utilizada; o terceiro contextualiza institucionalmente a Secult/DF e a Setur/DF, e os museus do GDF no âmbito histórico-institucional; e o último capítulo apresenta uma análise dos resultados obtidos com a pesquisa, seguido das considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO E JUSTIFICATIVA

Nos debates da Museologia, um museu possui três funções básicas: comunicação, pesquisa e preservação (MENSCH, apud CARVALHO 2012, p. 108). Essas funções envolvem, respectivamente: exposição e educação; documentação e publicação; conservação e segurança. Além de outros desdobramentos entre as áreas museológicas e interdisciplinares a essas. Em meio a tais possibilidades de temas dentro da área, nesta pesquisa, pensamos sobre a função da comunicação.

### 2.1 Conceitos de Comunicação

A compreensão de comunicação museológica perpassa pelo sentido do

termo comunicação [que] vem do latim *communicatio*, do qual distinguimos três elementos: uma raiz *munis*, que significa 'estar encarregado de', que acrescido do prefixo *co*, o qual expressa simultaneidade, reunião, temos a ideia de uma 'atividade realizada conjuntamente', completada pela terminação *tio*, que por sua vez reforça a ideia de atividade (MARTINO, 2010, p. 12-13).

A origem desse termo remete a três pontos: relação que possua elementos destacados do isolamento; intenção de rompimento com o isolamento e a realização disso sendo feito em comum. Ou seja, a comunicação, segundo Martino (2010), refere-se a uma relação intencional entre consciências que compartilham um mesmo objeto, por meio de um processo comunicacional. Ponto reforçado pelo comunicólogo José Roberto Penteado:

A palavra 'comunicar' vem do latim '*communicare*' com a significação de 'por em comum'. Comunicação é convivência; está na raiz de comunidade, agrupamento caracterizado por forte coesão, baseada no consenso espontâneo dos indivíduos (PENTEADO, 2001, p. 1).

Nesse sentido, a comunicação humana acontece por meio da compreensão entre transmissor e receptor e é baseada na linguagem em comum. Apesar de diferenciar essa compreensão mútua de um acordo, considerando a possibilidade de discordar, os autores citados também consideram o convívio em comunidade como

um dos processos da comunicação. Notamos aqui um possível contraponto entre os dois, pois segundo Martino a comunicação não se confunde com convivialidade, nem participação em comunidade. Para ele existe também intencionalidade entre consciências, diferentemente de Penteado (2001, p. 4) que defende a presença da espontaneidade e afirma que “ninguém se comunica consigo mesmo”.

Em meio a esses elementos que constroem possíveis sentidos para o termo (e também, em parte, para área da) comunicação, há o conceito de informação que atravessa esse debate e que precisa ser evidenciada neste espaço. Nesse sentido, Martino (2010, p. 17) considera a informação como comunicação em potencial, dependendo de sua ativação por uma outra consciência ou até mesmo aquela que codificou a mensagem. Ou seja, de acordo com este autor a informação teria como pressuposto um suporte material, considerando sua capacidade de codificação e decodificação. Algo próximo ao entendimento de Adair Caetano Peruzzolo (1972, p. 35) que entende informação como algo correspondente a mensagem, ou como signos emitidos em comunicação.

Le Coadic, teórico da Ciência da Informação, apresenta o ciclo informacional, em três processos, sendo um deles a comunicação. Para o autor este ciclo teria início com o processo de construção do conhecimento, que a partir do registro torna-se informação a ser comunicada e utilizada para construir um novo conhecimento, completando o ciclo da informação, que é contínuo. Diferentemente dos modelos de comunicação de massa, que segundo ele, limitam a comunicação a uma relação bilateral, no modelo de Le Coadic, entre os indivíduos e/ou até em âmbitos fora da relação geral que envolve as mídias de massa, a “comunicação é, portanto, o processo intermediário que permite a troca de informações entre pessoas” (LE COADIC, 1996, p. 11).

Enfim, Martino questiona a informação apenas como parte do processo de comunicação ou como seu sinônimo, pois segundo ele é por meio da informação que se alcança um mesmo objeto de consciência, e afirma que para alguns informação seria o conteúdo desse processo e comunicação seria a relação entre consciências: “O certo é que não temos comunicação sem informação, e, por outro lado, não temos informação senão em vista da possibilidade dela se tornar comunicação” (MARTINO, 2010, p. 18).

Nessa busca por relacionar consciências como desafio das práticas da comunicação humana, e porque não dizer da Comunicação enquanto área do saber, é que encontramos a proximidade com os debates da Museologia e os desafios de ações dentro dos museus.

## 2.2 Comunicação Museológica e Estratégias de Comunicação

Esse debate conceitual sobre comunicação desdobra-se em comunicação museológica, por meio das produções sobre estudo de público, nas práticas e nos projetos dos museus e/ou em contextos teóricos museológicos. Sendo a exposição a forma principal de aproximar uma sociedade e seu patrimônio cultural, e o museu caracterizado como um meio de comunicação atualmente. (CURY, 2005, p. 37)

Almeida e Lopes (2003, p. 138) ajudam-nos a pensar a respeito afirmando que “as pesquisas de público em museus estão baseadas em modelos de comunicação, explícitos ou implícitos, que norteiam as teorias e metodologias.” Em uma breve perspectiva histórica descrita por elas, os processos comunicacionais em museus, no início do século XX, eram unidirecionais, ou seja, uma via de mão única do emissor para o receptor. A partir da segunda metade desse século, a participação do receptor foi sendo mais valorizada. Posteriormente, as pesquisas de estudo de público trazem o *feedback* como elemento novo e fundamental em um modelo semiótico-textual, que passa a caracterizar o processo comunicacional como uma via de mão dupla, ou seja, um processo bidirecional entre emissor e receptor.

Ainda de acordo com essas autoras, “na área de museus, nos últimos 50 anos, houve um crescimento exponencial das pesquisas de público, voltadas para questões de *marketing*, de educação e de comunicação”. Os estudos de público, segundo Luciana Sepúlveda Koptcke, são processos para sistematizar conhecimento sobre os diversos perfis de visitantes e aprimorar atividades para cada um deles.<sup>1</sup> Os livros de visitas – assinados pelos próprios visitantes ou

---

<sup>1</sup> Devido à dinâmica social existente em cada grupo de visitantes, a autora sugere utilizar o termo *públicos*, no plural (KOPTCKE, 2012). Nesse sentido, neste trabalho, quando a palavra públicos surgir será também nesse entendimento.

preenchidos por funcionários responsáveis pela sala de exposição – foram os primeiros registros de público, no Brasil, desde final do século XIX, início do XX.

No período pós-segunda guerra mundial, a partir de pesquisas relacionadas ao tempo livre e meios de comunicação de massa, foi possível observar a circulação da informação e a influência recíproca entre indivíduos e grupos, além situar a visita como uma escolha do tempo livre, enriquecendo os estudos de público.

Nesta linha, a teoria da comunicação abre uma possibilidade importante para abordar visitantes na sua relação com as exposições nos museus, culminado com os estudos de recepção iniciados a partir dos anos 70 (KOPTCKE, 2012, p. 219).

Segundo Marília Xavier Cury, que considera a própria exposição museológica como uma obra, “a recepção é o resultado da interpretação que o público faz da obra”. Os estudos de recepção pesquisam os diferentes modos desse encontro entre a mensagem expositiva e seu destinatário, no caso o visitante, e se relacionam diretamente com a área da Comunicação. Se a importância da exposição está na interação com os públicos, fica evidente uma mudança de foco no entendimento acerca de processos comunicativos. (CURY, 2005, p. 39)

Isso nos permite perceber a amplitude que os assuntos que envolvem a comunicação museológica tomou e também obriga-nos a uma posição dentro desse vasto campo, delineando este trabalho pelas perspectivas das *estratégias de comunicação*, enquanto desejo de perceber a existência de ações relacionadas aos discursos da divulgação, da percepção do público, do papel político e institucional, e sua importância na comunicação entre os museus e a sociedade.

Assim, para seguir essa discussão, trazemos Rosane Carvalho, que dialoga com áreas afins a Museologia e Ciência da Informação, como Comunicação, *Marketing* e Administração, enfatizando as estratégias comunicacionais desse âmbito. Para exemplo, em seu artigo “Museus – novos aspectos informacionais, comunicacionais e gerenciais”, ela aborda a sustentabilidade e gestão de museus a partir de uma pesquisa em museus norte-americanos. Trata-se da atividade *Development*, que visa captar recursos para financiar as principais atividades de um museu, além de aumentar a comunicação institucional.

Numa campanha de comunicação de marketing para um museu, o profissional assume o ponto de vista do consumidor, neste caso o visitante, pesquisa quais canais este público alvo está exposto ou prefere, e lhe direciona mensagens consistentes, por canais mais personalizados, fazendo com que o receptor seja mais sensibilizado (CARVALHO, 2012, p. 107).

Para aumentar a comunicação da instituição com seus diversos tipos de *públicos*, esta autora defende a importância de uma comunicação integrada ao *marketing* e a uma articulação interna, que resulta em um modelo de gestão museológica baseado em ferramentas de *marketing* e comunicação. De acordo com ela, a utilização dessas ferramentas depende, além de políticas governamentais, de que os próprios gestores de museus percebam os espaços como organizações sem fins lucrativos e busquem ampliar sua divulgação (CARVALHO, 2012, p. 106).

Embora este trabalho não dialogue de modo direto com os autores do *Marketing*, não deixa de ser importante que os museus brasileiros reflitam sobre esse modelo de gestão no que se refere à sustentabilidade institucional e à participação social, utilizando estratégias de comunicação com seus públicos. Conforme citados neste artigo, de acordo com Hernandez e Tresseras, são três os *objetivos básicos de uma estratégia de comunicação*: facilitar o conhecimento da instituição e seus serviços; fomentar o uso desses serviços e motivar a participação em suas atividades; além de fortalecer e consolidar as relações museu-público (HERNANDEZ & TRESSERAS, apud CARVALHO, 2012, p. 118). Ancorada nesses preceitos, analisamos as estratégias de comunicação dos museus do GDF em 2015.

### 2.3 Justificativa da Pesquisa nos Museus do GDF

Uma pesquisa realizada no Distrito Federal pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM, 2012), com 1200 pessoas entrevistadas, mostra:

**Gráfico 1 – Frequência em museus do Distrito Federal**



Fonte: Relatório Final da Pesquisa O “não público” dos museus: levantamento estatístico sobre o “não ir” a museus no Distrito Federal – CPIM/DEPMUS/IBRAM (2012).

Uma das razões apontadas para essa baixa frequência é que uma parcela significativa das pessoas entrevistadas pelo IBRAM não conhece nenhum museu, apesar de existirem, segundo o Cadastro Nacional de Museus (IBRAM, 2015), 83 instituições no Distrito Federal.

A importância dos museus do Governo do Distrito Federal está no fato de representarem um patrimônio significativo nacionalmente, e de possuírem também um caráter regional, considerando que podem representar vínculos com a comunidade que ali reconhece seu próprio modo de ser. Tal potencialidade é explorada quando o museu promove atividades culturais que incentivam diálogo com os *públicos*, principalmente se divulgadas de modo amplo (COSTA, 2002).

A divulgação por si só não é suficiente para superar aspectos mais complexos, como a baixa renda e/ou escolaridade, relacionados às duas principais razões citadas para não se frequentar museus – “falta de tempo” e “não gostar” (IBRAM, 2012). No entanto, em terceiro lugar aparecem praticamente empatadas as questões “não conhece nenhum” e “dificuldade de acesso”, representando cada uma



aproximadamente 15% da amostragem pesquisada, e tais questões têm relação direta com a comunicação museológica.

Nesse cenário de 83 instituições museológicas no Distrito Federal, recortamos os museus administrados pelo GDF para favorecer a coleta de dados no prazo do semestre letivo, além de termos interesse em pesquisar instituições públicas.

Atualmente, são seis os museus do GDF: o Museu Vivo da Memória Candanga, Museu Catetinho, Memorial dos Povos Indígenas, Museu Histórico de Brasília, Museu Nacional do Conjunto Cultural da República e o Museu de Arte de Brasília, que atualmente está fechado.

### **3 METODOLOGIA**

Para identificar e analisar as estratégias de comunicação dos museus do GDF em 2015, utilizamos uma abordagem metodológica mista, quantificando e qualificando as informações. A coleta de dados foi feita em três meses, entre maio e agosto de 2015, por meio de pesquisa de campo com aplicação de dois tipos de questionários: um para entrevistas com os responsáveis pelos museus do GDF e outro para entrevistar determinados funcionários da Secult/DF. Ao todo, nove questionários foram aplicados e respondidos pessoalmente. Estão disponíveis no apêndice deste trabalho cópias dos questionários e um CD com os arquivos de áudio de todas as entrevistas gravadas.

Depois de coletados os dados foram tabulados e analisados de acordo com o cronograma estabelecido nas reuniões de orientação, somando seis etapas e procedimentos que são detalhados a seguir.

#### **3.1 Levantamento Bibliográfico, Leitura e Produção de Texto**

Nesta etapa, foram consultadas três bases: Portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES); Biblioteca Digital de Monografias e Teses (BDM) da Biblioteca Central da Universidade de Brasília (BCE/UnB); Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) do Instituto Brasileiro de Informação Ciência e Tecnologia (IBICT), além da Revista Brasileira de Museus e Museologia (MUSAS/IBRAM).

A partir do levantamento realinhamos o tema de pesquisa, para ‘comunicação museológica’ e passamos a usar com mais frequência algumas palavras-chave para as buscas: ‘Ações Culturais’, e ‘Museus’ e ‘Governo do Distrito Federal’. Por meio dessas percebemos que a pesquisa correspondeu às propostas do Eixo Curricular “Teoria e Prática Museológica” do currículo do curso de Museologia da Faculdade de Ciência da Informação.

Além desses caminhos para localizar as fontes, no primeiro semestre deste ano tive a oportunidade de cursar a disciplina “Tópicos Especiais em Organização

da Informação: Estudo de Públicos”, ministrada pela Professora Luciana Sepúlveda, do Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação/UnB. Ao participar das aulas, debatemos textos que contribuíram para as reflexões sobre a pesquisa, apresentei resultados parciais e contei com devolutivas dos colegas, além de receber sugestões de referências bibliográficas que enriqueceram este levantamento e encontram-se na bibliografia. Durante a leitura dos textos selecionados, produzi fichamentos para facilitar minhas reflexões e assim favorecer a construção deste texto final.

### **3.2 Pesquisa de Campo e Instrumentos de Pesquisa**

As entrevistas da primeira etapa direcionaram o trabalho aos entrevistados da segunda etapa, ou seja, conforme alguns setores foram aparecendo repetidamente nas respostas dos questionários. O método foi se realinhando na pesquisa de campo para o mapeamento se adequando à identificação dos dados.

Primeiramente aplicamos um questionário-teste – composto por três campos de identificação (nome, idade e ocupação), e cinco perguntas abertas (com foco na comunicação), além de um espaço para observações – para dez alunos da oficina de cerâmica do Museu Vivo da Memória Candanga, no primeiro dia de aula da turma. Esse exercício inicial amadureceu as perguntas para os instrumentos definitivos e preparou meu comportamento para o campo.

Em um segundo momento fiz uma entrevista-teste – com roteiro estruturado em identificação do profissional, mapeamento das ações culturais e suas estratégias de divulgação, além de um espaço para observações – com a coordenadora das oficinas do MVMC, Marta Neves. Tivemos uma conversa de pouco mais de meia hora e eu fui anotando as perguntas e respostas, para depois sistematizá-las em documento apêndice.

Após essas duas experiências, e a partir da comparação entre elas, foi possível propor modificações no questionário teste e aprimorar a pesquisa. Dessa forma, para atingir nosso objetivo, ampliamos os agentes participantes do processo com gestores dos museus e alguns setores da Secretaria de Estado de Cultura do

Distrito Federal, identificados na estrutura e organograma de funcionamento do GDF.

Para agendamento das entrevistas utilizamos uma tabela de controle com cargo, nome, telefone e e-mail de cada responsável, data e horário de cada entrevista marcada e após mapear as informações necessárias, entrei em contato por telefone para marcação. A aplicação dos questionários foi realizada em duas etapas: entrevista nos museus do GDF e entrevista na Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal, cada uma com respectivo questionário. Em todas as entrevistas a carta de apresentação foi entregue e a declaração de captação de uso de áudio e imagem foi assinada pelos entrevistados, que permitiram a gravação – alguns tiraram cópia deste documento.

Ao longo da pesquisa de campo elaboramos e utilizamos os seguintes instrumentos:

- Roteiro teste de entrevista (vide apêndice A);
- Questionário teste para aplicação (vide apêndice B);
- Tabelas de controle para agendamento das entrevistas (vide apêndice C);
- Carta de apresentação (vide apêndice D);
- Declaração de captação e uso de áudio e imagens (vide apêndice E);
- Questionário para aplicação nos museus do GDF (vide apêndice F);
- Questionário para aplicação na Secult/DF (vide apêndice G);
- CD com arquivos de áudio das entrevistas gravadas (vide apêndice H).

### **3.3 Questionários, Recortes Metodológicos e Implicações Conceituais**

Os questionários – incluindo os testes feitos no MVMC – foram aplicados entre 13 de maio e 31 de agosto de 2015. Para a efetiva coleta de dados aplicamos nove questionários em entrevistas presenciais com responsáveis por cinco museus do GDF (o sexto museu, o MAB, encontra-se fechado), três setores da Secretaria de Estado de Cultura e um setor da Secretaria de Turismo de Brasília.

Os nove questionários possuem campo para identificação do local e do entrevistado, oito questões compostas por quatro opções de respostas objetivas quantificáveis e perguntas abertas qualitativas para respostas mais específicas. Ao final de cada questionário o entrevistado pode optar por receber os resultados do trabalho quando disponível. A diferença do questionário desta etapa para o questionário utilizado na etapa de entrevistas na Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal e na Secretaria de Turismo do Distrito Federal, consiste em acrescentar duas questões abertas relacionadas a uma avaliação da comunicação institucional.

Estes locais foram escolhidos para as entrevistas de acordo com o organograma da Secult/DF e conforme surgiam indicações através das respostas ao questionário, como foi o caso da Setur/DF e da Assessoria de Comunicação Social da Secult/DF, que foram citadas na maioria das entrevistas com os responsáveis pelos museus do GDF.

Ao selecionar os locais para as entrevistas, contamos também com a Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural e a Subsecretaria de Políticas Culturais, das quais, respectivamente, uma não demonstrou interesse em participar e outra não conseguimos entrar em contato. Neste caso, solicitamos esclarecimentos via Ouvidoria da Secult/DF em relação as atribuições de suas subsecretarias e o motivo pelo qual os museus não estariam contemplados na perspectiva cultural de ambas. As respostas recebidas são o anexo A e B deste trabalho e as análises estão disponíveis nos capítulos seguintes.

Outras dificuldades foram encontradas ao longo das entrevistas, quando percebemos uma confusão entre conceitos relacionados a comunicação museológica. Foi comum perceber as pessoas confundindo canais e estratégias de comunicação, o que levou a aparecer respostas repetidas para duas questões distintas, além de alguns considerarem dados quantitativos de público como estudo/pesquisa de público e outros não, aparecendo respostas positivas e negativas para a mesma especificação. Nesse sentido, percebemos alguns ruídos na comunicação durante as entrevistas, que apesar de interferirem nos resultados, foram considerados enquanto dados fornecidos pelo campo. Nos capítulos seguintes essas inquietações são compartilhadas de modo transparente com os leitores.

### 3.4 Tabulação dos Dados

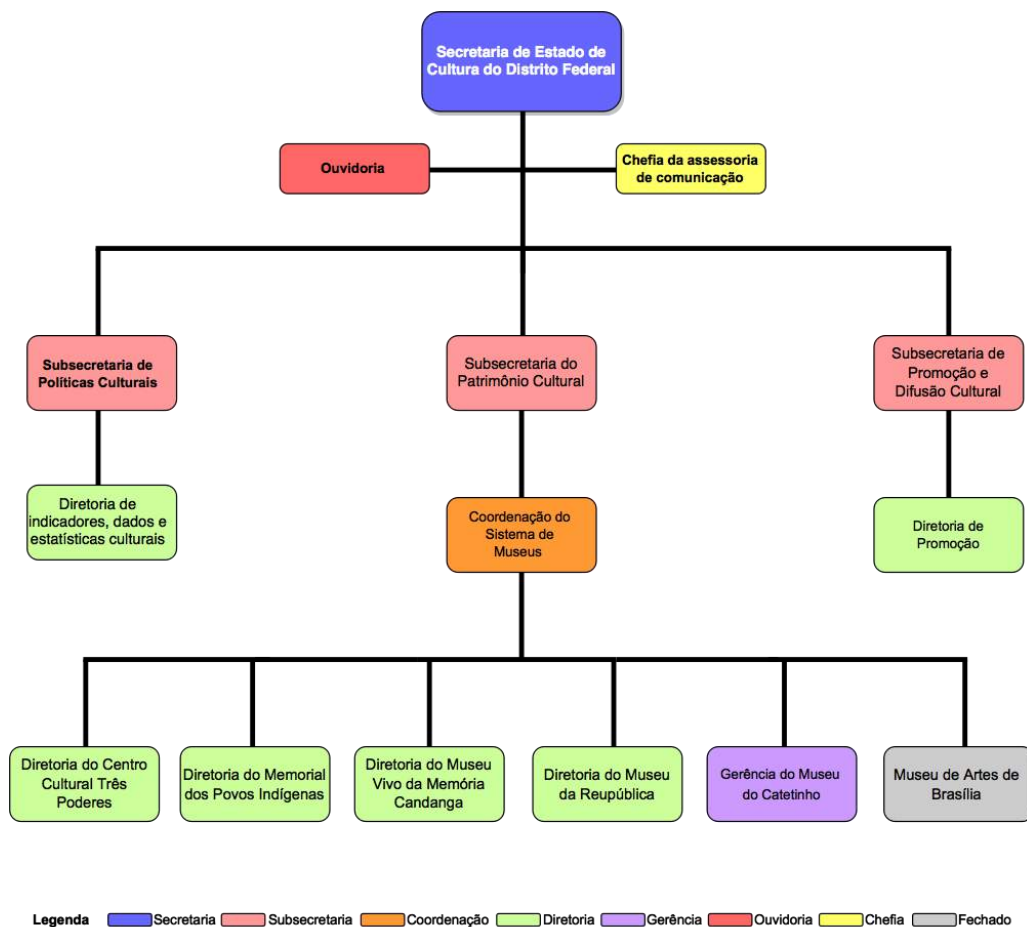
Os dados foram tabulados na plataforma para questionários eletrônicos *Google Forms*, que disponibiliza as respostas em uma planilha digital e gera estatísticas e gráficos para análise da pesquisadora. Os gráficos gerados foram utilizados para comparação das respostas entre os entrevistados de cada etapa, bem como entre as duas etapas de entrevistas, servindo como base para análise dos dados.

As respostas abertas também foram inseridas nesta plataforma, porém não representadas por gráficos. Elas foram transcritas em planilha e dispostas no capítulo seguinte. Dessa forma, essa análise foi feita a partir da observação de semelhanças nas respostas, evidenciada com repetição de frases e/ou palavras, tais como: “não foi avaliada”; “não existe formalmente uma avaliação”; “ainda não existe”. De modo que essas falas nos indicaram negação, por exemplo, e nos levaram aos resultados que serão expostos, descritos e analisados.

#### 4 SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA DO DISTRITO FEDERAL (SECULT/DF), SECRETARIA DE TURISMO DO DISTRITO FEDERAL (SETUR/DF) E MUSEUS DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

O atual GDF, tem como governador Rodrigo Rollemberg do Partido Socialista Brasileiro (PSB/DF), mandato de 2015 até 2018, e é composto dentre outras repartições públicas por 24 secretarias. Das quais interessam a esta pesquisa apenas duas: a Setur/DF, com o Observatório de Turismo de Brasília, e a Secult/DF, composta por seis subsecretárias: Subsecretaria de Administração Geral; Subsecretaria de Fomento e Incentivo Cultural; Subsecretaria do Patrimônio Cultural; Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural; Subsecretaria de Cidadania e Diversidade Cultural e a Subsecretaria de Políticas Culturais<sup>2</sup>.

Figura 1 – Organograma



Fonte: Criado pela autora baseado em dados institucionais disponíveis na página da Secult/DF, 2015.

<sup>2</sup> Essas secretarias foram definidas segundo os critérios expostos no capítulo da metodologia.

Na Figura 1 temos um esquema da hierarquia administrativa da Secult/DF e três das subsecretarias, coordenação, direções e gerência interessantes para pesquisa. Este organograma foi desenhado por nós com base nas informações do site oficial da secretaria, especificando as áreas de interesse desta pesquisa.

#### **4.1 Subsecretaria de Patrimônio Cultural (Supac)**

A atual subsecretária de patrimônio cultural da Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal, Ione Maria Carvalho, é mestre em Museologia com especialização em Programas Educativos em Museus. Segundo ela, em relação aos museus do GDF:

**1. Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?**

R: Existe um setor responsável pela comunicação dos museus, sendo este a Assessoria de Comunicação Social, vinculada diretamente ao gabinete;

**2. Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?**

R: Não existe um plano de comunicação para os museus;

**3. Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?**

R: Existem canais de comunicação dos museus, sendo estes a rádio cultura e o site da Secult/DF, utilizados para divulgação de acordo com cada evento;

**4. Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?**

R: Há estratégias para comunicar ações dos museus, que variam de acordo com os diretores e eventos, devendo antes ser aprovados, porém não soube informar se essas estratégias de comunicação são avaliadas;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?**

R: Houve um estudo e pesquisa de público dos museus realizado a alguns anos atrás por ela mesma, mas no momento é inexistente;

**6. As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?**



**R:** As programações culturais dos museus são informadas a Coordenação do Sistema de Museus na própria Supac e encaminhada para a Assessoria de Comunicação Social;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/comunicados a Secretaria de Cultura?**

**R:** Os dados estatísticos são enviados mensalmente para a Supac, com as mesmas informações sobre perfil de grupos ou visitantes, coletadas através do livro de assinaturas e são utilizadas para planejar necessidades e justificar orçamentos;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?**

**R:** Existem normas da Secult/DF para serem utilizadas pelos museus no que diz respeito ao estatuto da Supac, como por exemplo a obrigatoriedade das exposições gratuitas e sem censura;

**9. Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?**

**R:** Sobre a avaliação do GDF em relação a comunicação dos seus museus com a sociedade, atualmente não foi avaliada mas é percebida uma boa receptividade nos eventos realizados;

**10. Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?**

**R:** E sobre uma avaliação do GDF sobre sua própria comunicação com seus museus, afirma que um novo diálogo está sendo estabelecido no momento, além de pretender alcançar uma comunicação moderna através de sites e aplicativos.

Podemos perceber que a subsecretaria não possui um funcionário ou setor responsável pela comunicação dos museus do GDF, o que influencia na ausência de um plano de comunicação específico para os museus, de canais e estratégias de comunicação padronizadas, de estudo ou pesquisa de público, de avaliação da comunicação dos museus com a sociedade e da própria Secult/DF com os museus do GDF.

## **4.2 Coordenação da Divisão de Museus (CDM)**

A Coordenadora da Divisão de Museus, Anabel Sousa Lima, é graduada em Arquitetura e Urbanismo e informou que:

**1. Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?**

R: Existe um setor responsável pela comunicação dos museus do GDF, sendo este a Assessoria de Comunicação Social da Secult/DF;

**2. Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?**

R: Não existe um plano de comunicação para os museus do GDF;

**3. Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?**

R: Existem canais de comunicação dos museus com a sociedade, sendo estes redes sociais, e-mails e telefones de cada museu, além de jornal, rádio e site da Secretaria de Cultura que são utilizados para divulgação das ações culturais programadas pelos museus de acordo com eventos e/ou exposições de cada um;

**4. Há canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?**

R: Não há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF, o que existe é um procedimento no qual após projeto do evento ser aprovado pela Supac, é encaminhado para Assessoria de Comunicação que faz a arte gráfica para divulgação e o release, caso não tenha sido enviado pelo próprio museu. Ainda não existe uma avaliação dessas estratégias, mas está em desenvolvimento;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?**

R: Não existe estudo e/ou pesquisa de público dos museus do GDF;

**6. As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?**

**R:** As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Coordenação da Divisão de Museus da Supac e a Assessoria de Comunicação Social;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/comunicados a Secretaria de Cultura?**

**R:** Os dados estatísticos quantitativos são enviados mensalmente para esta coordenação na Supac, porém sem uma padronização das informações e no momento estão apenas arquivados na Subsecretaria;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?**

**R:** Não há orientações sobre estratégias comunicacionais para serem utilizadas pelos museus do GDF, apenas em âmbito federal pelo Estatuto de Museus;

**9. Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?**

**R:** Sobre uma avaliação do GDF em relação a comunicação de seus museus com a sociedade, não existe formalmente uma avaliação, porém sabe-se que as estratégias precisam ser revistas;

**10. Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?**

**R:** E sobre a avaliação da comunicação do GDF com seus museus também sabe-se que as estratégias precisam ser revistas, mas ainda não há uma avaliação formal e uniformização comunicacional, que é uma questão igualmente necessária.

Além das questões já comentadas sobre a entrevista da Supac, a fala da Coordenadora explicitou a falta de padronização dos dados quantitativos de público, de orientações estratégicas para a comunicação e de uma avaliação formal em relação as estratégias de comunicação utilizadas atualmente – que está em desenvolvimento – bem como da comunicação dos museus com a sociedade e da Secult/DF com seus museus.

### **4.3 Chefia da Assessoria de Comunicação Social (CACCS)**

O atual chefe da Assessoria de Comunicação, Guilherme Lobão de Queiroz, possui mestrado em comunicação. Segundo ele:

**1. Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?**

R: Não existe um responsável pela comunicação dos museus do GDF;

**2. Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?**

R: Existe um plano de comunicação para os museus do GDF que está em desenvolvimento para ser implementado, que se trata de uma estratégia de divulgação para todos os equipamentos culturais da Secult/DF e os museus tem o potencial de não depender de algum evento cultural;

**3. Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?**

R: Existem canais de comunicação dos museus com a sociedade, sendo estes o site e página no Facebook da Secult/DF, porém não há interesse em canais individuais dos museus, além de telefone e e-mail. São utilizados para divulgar ações culturais programadas pelos museus e é postado no Facebook pelo menos um equipamento cultural por dia;

**4. Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?**

R: Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF, sendo estas comuns a todos os equipamentos culturais, visando unificar as informações para fidelizar o usuário. Apenas em um segundo momento será feita uma avaliação da funcionalidade dessas estratégias;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?**

R: Não existe um estudo de público dos museus do GDF;

**6. As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?**

**R:** As programações culturais dos museus são informadas a Secult/DF, porém não necessariamente para a Assessoria de Comunicação, apesar de ser essa a expectativa;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/comunicados a Secretaria de Cultura?**

**R:** Não soube informar se os dados estatísticos ou relatório de atividades dos museus do GDF são enviados ou comunicados a Secult/DF;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa, e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?**

**R:** Não há nenhuma orientação sobre estratégias comunicacionais da Secult/DF para ser utilizada pelos museus do GDF, porém citou a importância da padronização da informação;

**9. Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?**

**R:** Sobre uma avaliação da comunicação entre os museus do GDF com a sociedade local, não há uma eficiência pois não há uma comunicação institucional estabelecida;

**10. Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?**

**R:** E em relação a uma avaliação da comunicação do GDF com seus museus, ainda não existe, porém após a implementação do plano de comunicação citado, será algo imediato e citou o desenvolvimento de um novo site do GDF, previsto para o ano de 2016.

O fato de não existir uma pessoa responsável especificamente pela comunicação dos museus do GDF reflete na ausência de um plano de comunicação, canais e estratégias de comunicação específicos dos museus, que por sua vez influencia em uma comunicação institucional ineficaz. Cabe ressaltar que apesar de ter afirmado o envio das programações culturais para a Secult/DF, citou que não necessariamente essas informações cheguem até a Assessoria de Comunicação Social.

#### **4.4 Subsecretaria de Políticas Culturais (SPC), Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural (SPDC) e Ouvidoria**

Não foi possível entrar em contato com a subsecretária de políticas culturais, Mariana Soares, que não foi localizada através dos números de telefone da instituição. Também não foi realizado contato telefônico com o subsecretário de promoção e difusão cultural, Sérgio Fidalgo, apenas com uma funcionária que informou que esta subsecretaria não possui atribuições relacionadas a comunicação museológica.

Para conseguirmos mais informações sobre suas competências e os motivos pelos quais os museus não estão contemplados na questão cultural dessas subsecretarias, solicitamos esclarecimentos via Ouvidoria da Secult/DF. A solicitação foi feita através do Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão (e-Sic) e de acordo a Lei 12.527 de Acesso à Informação foi respondida no prazo de 20 dias, por e-mail<sup>3</sup>.

#### **4.5 Diretoria do Observatório de Turismo de Brasília (Setur/DF)**

A Diretora do Observatório de Turismo de Brasília (portal online com dados sobre lazer e atrativos culturais locais disponíveis), da Secretaria de Turismo do Distrito Federal, Rayane Velásquez, possui mestrado em Turismo. De acordo com ela:

**1. Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?**

**R:** Na Secretaria de Turismo, o Observatório do Turismo de Brasília teve a iniciativa de comunicar dados sobre os museus do GDF em seu portal online;

**2. Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?**

**R:** Não soube informar sobre a existência de um plano de comunicação;

---

<sup>3</sup> Os dois memorandos recebidos estão anexados a este trabalho (vide anexo A e B).

**3. Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?**

R: Não soube informar sobre a existência de canais de comunicação dos museus com a sociedade, mas citou ela própria receber a programação cultural do MUN via e-mail, por exemplo e citou também o portal do Observatório;

**4. Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?**

R: Existem estratégias de comunicação dentro da Setur/DF, citando o portal online do observatório e não soube informar sobre a avaliação dessas estratégias;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?**

R: Não existe estudo e/ou pesquisa de público, mas citou a criação de um formulário por parte do observatório que não chegou a ser aplicado devido a dificuldades de recursos humanos dos museus;

**6. As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?**

R: Não soube informar se as programações culturais são informadas ao GDF;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/comunicados a Secretaria de Cultura?**

R: Não soube informar sobre o envio de relatórios de atividades a Secult/DF, apenas que a Setur/DF recebe pelo Observatório de Turismo os dados quantitativos de público e informativos de funcionamentos dos museus;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?**

R: Não soube informar sobre a existência dessas diretrizes, mas comentou que esporadicamente os museus entram em contato para orientações relacionadas a pesquisa de público e realização de algum evento específico;

**9. Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?**

**R:** Avaliou positivamente a comunicação dos museus do GDF com a sociedade, citando novamente o exemplo de mailing que recebe do MUN;

**10. Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?**

**R:** Avaliou positivamente a comunicação entre o GDF e seus museus, baseando-se no caso do bom diálogo estabelecido entre a Setur/DF e os museus do GDF.

É importante ressaltar que na Secult/DF nenhum dos funcionários entrevistados tinham conhecimento do envio dos dados estatísticos de público para a Setur/DF, tampouco do trabalho realizado por eles com os mesmos dados que até o momento estão arquivados na Supac, subsecretaria responsável pelos museus GDF. Além de ter sido proposto também pelo Observatório uma pesquisa qualitativa de público e de haver procura por parte dos museus para orientações e diálogo ineficientes com a Secult/DF<sup>4</sup>.

#### **4.6 Museus do Governo do Distrito Federal**

Atualmente, são seis os museus administrados pelo GDF: o Museu do Catetinho; o Museu Vivo da Memória Candanga, Museu Histórico de Brasília ou Museu da Cidade; o Memorial dos Povos Indígenas; o Museu de Arte de Brasília e o Museu da República<sup>5</sup>. Foram construídos entre 1956 e 2006, sendo três deles projetados por Oscar Niemeyer, dois patrimônios tombados e um está abandonado, aguardando processo de revitalização. Assim como o MAB, que até o momento não

<sup>4</sup> Cabe ressaltar o Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC) - parceria entre a Fiocruz, o Museu de Astronomia e Ciências Afins, e o Instituto Brasileiro de Museus - que apesar de atualmente não estar em funcionamento, propôs pesquisa semelhante direcionada especificamente a área da comunicação museológica. Existem publicações e mais informações disponíveis no site do OMCC (<http://www.fiocruz.br/omcc/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>).

<sup>5</sup> Foi publicada no Diário Oficial a Lei 5.293 de 24 de janeiro de 2014 (DIÁRIO OFICIAL, 2014), autorizando a cessão do Museu da República para a União, porém o museu ainda consta na estrutura administrativa da Secult/DF, de acordo com o Decreto n. 36.325 de 28 de janeiro de 2015. Neste mesmo decreto, bem como no organograma institucional (vide anexo C) e site oficial da Secult/DF, não consta o Museu Histórico e Artístico de Planaltina, apenas cinco abertos e MAB fechado.



foi revitalizado, mais dois museus do GDF tem um histórico de abandono e luta. É o caso do MVMC que não foi demolido por protestos da comunidade local e o do MPI que não foi desviado a outros fins por resistência indígena.

Outra característica relevante é a localização dos museus, situados tanto na zona central quanto em cidades satélites, como podemos visualizar na Figura 2:

**Figura 2 – Mapa de museus de Brasília**



Fonte: Rede Social do GDF.

#### 4.7 Museu Vivo da Memória Candanga

Situado no Núcleo Bandeirante, o conjunto arquitetônico do atual Museu Vivo da Memória Candanga foi construído em 1957 como Hospital Juscelino Kubitschek de Oliveira (HJKO) para dar suporte médico aos candangos<sup>6</sup> durante a construção de Brasília. Em 1968 passa a funcionar apenas como posto de saúde e a partir de 1974 o espaço passa por um longo período de abandono, servindo de habitação para ex-funcionários e famílias.<sup>7</sup> Essa situação se estende até 1983, quando começam as tentativas de desocupação da área pelo Instituto de Administração Financeira da Previdência e Assistência Social (IAPAS). Paralelamente a isto, a população local organiza protestos para o tombamento, que ocorreu em 1985 pelo Governo do Distrito Federal, iniciando conseqüentemente o seu processo de restauração e revitalização de suas edificações históricas, hoje parte de seu próprio acervo (*Ibidem*). De acordo com documentos arquivísticos da instituição “a linha de revitalização busca caracterizar o HJKO como espaço de pesquisa, preservação e difusão da história e da cultura candanga”. O Museu Vivo da Memória Candanga nasce então baseado em duas perspectivas culturais: como patrimônio material e da cultura enquanto processo, através, respectivamente, da memória social e incentivo a troca de saberes para o fazer<sup>8</sup>.

Atualmente o museu expõe os objetos de seu acervo – entre estes móveis e fotografias de época - na exposição de longa-duração “Poeira, lona e concreto”, uma narrativa da inauguração de Brasília desde o início de sua construção. Além da “Casa do Mestre Popular” que conta com peças de arte e artesanato popular, são oferecidas semestral e gratuitamente as “Oficinas do Saber Fazer” a fim de registrar, difundir e recriar o encontro de diversos modos de vida na construção da capital (*Ibidem*). Em março de 2015 o Museu Vivo da Memória Candanga teve seu tombamento como Patrimônio Histórico e Cultural Nacional homologado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

---

<sup>6</sup> Designação dada aos operários das grandes obras da construção de Brasília (VIDEOSOTT, 2007).

<sup>7</sup> GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. **História do museu vivo da memória candanga**. 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.df.gov.br/historia-do-museu-vivo-da-memoria-candanga.html>> Acesso em: 04 out. 2015).

<sup>8</sup> Documento arquivado na sala da administração do MVMC, utilizado para consulta e pesquisa.

**Figura 3 – Fachada de uma casa do MVMC**



Fonte: Galeria de fotos do site da Secult/DF.

<http://www.cultura.df.gov.br/galeria-de-fotos-do-museu-vivo-da-memoria-candanga.html>

**Quadro 1 – Quadro informativo I**

Informações gerais	
Endereço	Horário de Funcionamento
Via EPIA Sul, SPMS, Lote D - Núcleo Bandeirante	Segunda a Sábado 9h-17h
Telefone	E-mail
(61) 3301-3590	<a href="mailto:mvmc1990@gmail.com">mvmc1990@gmail.com</a>

Fonte: Elaborado pela autora com base em informações disponibilizadas no site da Secult/DF.

**Figura 4 – Três casas do MVMC**



Fonte: Galeria de fotos do site da Secult/DF.

<http://www.cultura.df.gov.br/galeria-de-fotos-do-museu-vivo-da-memoria-candanga.html>

A atual gerente do MVMC, Rosane Stuckert, é arte educadora e assistente social. Com ela fiz a primeira entrevista para coleta de dados e de acordo com suas respostas:

**1. Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?**

R: Existe um responsável pela comunicação do museu, no caso a Assessoria de Comunicação da Secult/DF;

**2. Existe algum plano de comunicação no museu?**

R: Não existe um plano de comunicação no museu;

**3. Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?**

R: Existem canais de comunicação do museu com a sociedade, sendo estes a mala direta (via e-mail), telefone, Facebook (inativo no momento) e o site da Secult/DF que são utilizados para divulgar as ações culturais de sua programação;

**4. Há estratégias para comunicar ações do museu?**

R: Há estratégias para comunicar ações do museu, sendo estas a mala direta e encaminhamento para a Assessoria de Comunicação da Secult/DF, porém não há uma avaliação de suas funcionalidades;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?**

R: Existe estudo/pesquisa de público do museu, no caso uma estatística mensal feita através de dados coletados pelo livro de assinaturas;

**6. As programações culturais do museu são informadas ao GDF?**

R: As programações culturais do museu são informadas ao GDF, especificamente para a Assessoria de Comunicação da Secult/DF;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/comunicados ao GDF?**

R: Os dados estatísticos são enviados mensalmente para a Setur/GDF e para a Supac, da Secult/DF;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?**

R: Há orientações sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus, mas não soube especificar quais seriam estas e citou a Assessoria de Comunicação da Secult/DF.

As respostas da gerente do museu explicitam que não há na instituição um funcionário responsável por sua comunicação, o que pode ter influenciado na ausência de um plano de comunicação. Em relação aos canais de comunicação o cadastro na mala direta é feito a partir dos e-mails de alunos que se inscreveram nas oficinas do museu ou através do livro de visita, o que limita a comunicação da instituição apenas com o público que já é frequentador dessas atividades. Além de que os resultados do questionário teste – citado no segundo capítulo - aplicado durante uma dessas oficinas (vide apêndice B), indica que esse público não conhece as exposições do museu.

#### 4.8 Memorial dos Povos Indígenas

Construído em 1987 no Eixo Monumental, o então Museu do Índio foi idealizado pelos antropólogos Darcy e Berta Ribeiro<sup>9</sup>, projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer em um terreno doado pela Companhia Imobiliária de Brasília (Terracap), Agência de Desenvolvimento do DF. A doação foi feita como uma homenagem aos índios brasileiros e teve apoio do Governo do Distrito Federal, na gestão de José Aparecido de Oliveira<sup>10</sup>.

Esse governador decidiu que o prédio modernista seria mais adequado para um Museu de Arte Moderna de Brasília e os índios protagonizaram um movimento de luta para retomar seu espaço, com o apoio de intelectuais e artistas locais. Entre manifestações populares e rituais indígenas, e diferentes projetos de ocupação, o prédio continuou desativado até 1989, quando passou para o poder da esfera federal. Ainda assim a situação se estendeu e durante o mandato de Fernando Collor, em 1990 foi inaugurado no espaço o Museu de Arte Moderna de Brasília,

---

<sup>9</sup> A antropóloga e etnóloga Berta G. Ribeiro, autoridade em cultura material dos povos indígenas do Brasil, elaborou o Plano Diretor para o Museu do Índio de Brasília e nas fontes consultadas sobre a história da instituição nem sempre é devidamente citada por seu trabalho. Tive a oportunidade de conhecer o documento original na íntegra (vide anexo F) no acervo do Memorial Darcy Ribeiro/UnB.

<sup>10</sup> INSTITUTO TERCEIRO SETOR. **Memorial dos povos indígenas**. Brasília, 2007. Disponível em: <[https://seculosindigenasnobrasil.files.wordpress.com/2010/07/hist\\_mem\\_povos\\_indig1.pdf](https://seculosindigenasnobrasil.files.wordpress.com/2010/07/hist_mem_povos_indig1.pdf)>. Acesso em: 4 out. 2015.

com exposição de abertura do artista venezuelano Armando Reverón, reconhecido na América Latina. (*Ibidem*)

Em 1992, o secretário geral da Presidência da República, Oto Agripino Maia, anuncia um plano para que fosse transformado em Museu de Arte Contemporânea do Brasil, cujo acervo seria composto pelas obras de arte dispersas em órgãos governamentais. Este plano não chegou a se concretizar e a luta indígena também continuou, ainda com o apoio da comunidade local. Dessa vez, o Movimento Artistas pela Natureza propôs ocupar o espaço como sede do Centro de Cultura Indígena e Ambiental, retomar o prédio simbolicamente através de rituais e divulgar uma carta aberta a sociedade, sendo uma “invasão da paz” (INSTITUTO TERCEIRO SETOR, 2007).

Mesmo assim, o espaço continua a representar uma disputa de poder. Cada vez é cogitada uma nova função, por exemplo como sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, hipótese descartada devido a inviabilidade técnica.

Já em dezembro de 1994 foi reinaugurado como Museu de Brasília, com o propósito de abrigar a memória candanga, funcionando de extensão do Instituto Histórico e Geográfico apenas por três meses<sup>11</sup>. Em março do ano seguinte, o espaço volta para a administração do Governo do Distrito Federal, na gestão de Cristovam Buarque, e iniciam-se obras de restauração. Mais uma vez os indígenas realizaram rituais para uma retomada simbólica, no então dia do índio de 1995 com cerimônia especialmente realizada por seus representantes, porém mesmo após isso o museu permaneceu fechado e aparentemente abandonado. Dois anos depois, dia 20 de abril de 1997 ocorre no espaço o velório do índio Galdino Pataxó, tragicamente assassinado por jovens brasilienses. E finalmente, no dia 16 de abril de 1999, após mais de uma década o Memorial dos Povos Indígenas foi reaberto com um ritual realizado por mais de 50 índios do Alto Xingu (INSTITUTO TERCEIRO SETOR, 2007).

O Memorial pertence legitimamente aos índios por um direito moral e arquitetônico, não se prestando a outras destinações. Como vimos no episódio da tentativa de incorporação do espaço pela Câmara Legislativa, desde o início, a destinação do prédio já está inscrita em sua estrutura arquitetônica, concebida por Oscar Niemeyer para ser uma maloca moderna, uma casa dos índios brasileiros plantada no coração da capital do país (INSTITUTO TERCEIRO SETOR, 2007, p. 42).

---

<sup>11</sup> INSTITUTO TERCEIRO SETOR, 2007.

Atualmente, o museu inspirado nas malocas dos índios Yanomami tem seu pátio interno utilizado para manifestações culturais indígenas de todo o país e acervo representativo de etnias de diversas regiões, composto por peças de arte plumária, máscaras e instrumentos musicais, entre outras da coleção “Darcy-Berta-Galvão”. Com o objetivo de “mostrar a diversidade e riqueza da cultura indígena, de forma dinâmica e viva” o Memorial dos Povos Indígenas promove eventos e exposições, além de ser uma das poucas instituições museológicas em que os próprios índios participam da gestão<sup>12</sup>.

**Figura 5 – Fachada do prédio do MPI**



Fonte: Galeria de fotos do site da Secult/DF.

<http://www.cultura.df.gov.br/galeria-de-fotos-do-memorial-dos-povos-indigenas.html>

**Quadro 2 – Quadro informativo II**

Informações gerais	
Endereço	Horário de Funcionamento
Eixo Monumental Oeste, Praça do Buriti	Terça a Sexta: 9h-17h Domingos e feriados: 10h-17h
Telefone	E-mail
(61) 3344-1154	<a href="mailto:agendamento.mpi@gmail.com">agendamento.mpi@gmail.com</a>

Fonte: Elaborado pela autora a partir de informações disponibilizadas no site da Secult/DF.

<sup>12</sup> GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, **Memorial dos povos indígenas**. 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.df.gov.br/nossa-cultura/museus/memorial-dos-povos-indigenas.html>>. Acesso em: 4. out.2015.

**Figura 6 – Interior do prédio do MPI**



Fonte: Galeria de fotos do site da Secult/DF.

<http://www.cultura.df.gov.br/galeria-de-fotos-do-memorial-dos-povos-indigenas.html>

O atual diretor do Memorial dos Povos Indígenas, Álvaro Fernandes Sampaio, possui segundo grau completo e é da etnia Tukano, habitantes do nordeste amazônico. Segundo ele, em relação a comunicação museológica do memorial:

**1. Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?**

R: Não existe responsável pela comunicação do museu;

**2. Existe algum plano de comunicação no museu?**

R: Não existe um plano de comunicação do museu;

**3. Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?**

R: Existe canal de comunicação do museu com a sociedade, mais especificamente via Secult/DF e esses canais são utilizados para divulgar ações culturais programadas pelo museu, sem periodicidade ou frequência, dependendo também de qual museu e respectiva direção;

**4. Há estratégias para comunicar ações do museu?**

R: Há estratégias para comunicar ações do museu, na medida em que surgem eventos e não existe uma avaliação da funcionalidade dessas estratégias;



**5. Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?**

R: Não existe estudo de público, havendo apenas um livro de assinaturas e estatística mensal que é enviada para a Secult/DF e Setur/DF;

**6. As programações culturais do museu são informadas ao GDF?**

R: As programações culturais do museu são informadas ao GDF, de acordo com eventos grandes para a Secretaria de Cultura, diretamente para o Secretário;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/comunicados ao GDF?**

R: Os dados estatísticos são enviados mensalmente para a Secult/DF e Setur/DF;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?**

R: Há orientações sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizado pelos museus, porém não soube informar quais seriam estas.

A inexistência de um responsável pela comunicação do memorial e consequentemente de um plano de comunicação próprio, influencia até mesmo nos canais de comunicação, sendo todos via Secult/DF, sem nenhuma subsecretaria ou setor específico citado pelo diretor. Além de ter comentado que a divulgação das ações culturais do MPI pelo GDF dependem dos museu e de sua respectiva direção, sem uma periodicidade ou frequência certas. A estratégia de divulgação é externa, de acordo com demandas de professores da Escola de Aperfeiçoamento de Professores (EAPE) para visitar a exposição do memorial. No caso de grandes eventos a programação cultural é informada diretamente para o Secretário, sem passar pela chefia imediata, Supac, que em nenhum momento foi citada na entrevista. E durante a conversa o diretor indicou descaso do governo com as questões indígenas, o que reflete na comunicação institucional do MPI com a Secult/DF.

#### 4.9 Museu do Catetinho

O chamado “Palácio de Tábuas”, foi construído em apenas dez dias no ano de 1956 para ser a primeira residência oficial do presidente Juscelino Kubistchek na nova capital, sendo assim também a primeira edificação de Brasília. A ideia de fazê-lo como uma surpresa surge durante uma conversa de seus amigos, entre eles Oscar Niemeyer, que ali mesmo no Hotel Ambassador no Rio de Janeiro, junto a dois engenheiros, desenhou os primeiros croquis e orçaram um custo para a construção, respectivamente. Tomadas as devidas providências, um grupo de trabalhadores da fábrica Fertilizantes Minas Gerais S.A (FERTISA), criada pelo próprio Juscelino Kubitschek (JK), parte da cidade de Araxá rumo ao Planalto Central, mais precisamente a Fazenda do Gama (GUIMARÃES, 2008).

A fazenda, situada nos arredores do Catetinho, foi o primeiro local visitado pelo presidente, quando foi recebido com um cafezinho na chamada Casa Velha, construção datada do século XVIII.<sup>13</sup> Ao conhecer as terras do local, fica encantado com a nascente Olho d’ Água, que inspirou Tom Jobim e Vinícius de Moraes a compor a música Água de Beber, primeira música composta em Brasília. Na ocasião os dois músicos foram convidados por JK para uma temporada no Catetinho, quando vieram compor a Sinfonia da Alvorada para inauguração da nova capital (WILLIAM, 2014).

A propriedade foi desocupada e a sede se transformou em escritório da Companhia Urbanizadora da Nova Capital (Novacap) para a construção do Catetinho, que no curto prazo previsto (01/11/1956) tinha sua obra concluída. Porém o presidente apenas poderia estar presente no dia 10 de novembro de 1956, data de inauguração do espaço, com um almoço comemorativo e uma seresta noturna, além de JK ter assinado o primeiro despacho na então residência presidencial. Exatamente três anos depois, em 10 de novembro de 1959, pouco antes da inauguração de Brasília, o palácio em madeira de ipê e angico, com único piso sustentado por pilotis - característica marcante na arquitetura da época, com volumetria das tábuas horizontais – é tombado pelo atual Instituto do Patrimônio

---

<sup>13</sup> PAES, Décio. Primeiro local visitado por JK no Planalto Central ainda é pouco conhecido. **IESB, Portal de Jornalismo**, [s.d.]. Disponível em: <<http://jornalismo.iesb.br/2015/03/21/primeiro-local-visitado-pelo-presidente-jk-planalto-central-e-pouco-conhecido-por-brasilienses-e-turistas/>>. Acesso em: 4 out. 2015).

Histórico e Artístico Nacional, entrando para o Livro do Tombo Histórico a pedido do próprio presidente (ARAÚJO, 2009).

**Figura 7 – Fachada do Museu do Catetinho**



Fonte: Portal Brasil.

[http://www.brasil.gov.br/governo/2010/03/copy2\\_of\\_catetinho/ArPDF\\_Catetinho.-DF-Data-08.JPEG/view](http://www.brasil.gov.br/governo/2010/03/copy2_of_catetinho/ArPDF_Catetinho.-DF-Data-08.JPEG/view)

Segundo as fontes consultadas, JK tinha naquele momento a visão de transformar o espaço em museu, pois com o tombamento a sua conservação prevaleceria para gerações futuras. E dessa forma, atualmente o projeto museográfico do museu manteve referências da época em ambientações que contam com objetos e mobiliário originais, além de fotografias que propiciam ao público uma experiência museológica.

Quadro 3 – Quadro informativo III

<b>Informações gerais</b>	
<b>Endereço</b>	<b>Horário de Funcionamento</b>
Km 0 - BR 040 Gama - DF	Terça a domingo 9h-17h
<b>Telefone</b>	<b>E-mail</b>
(61) 3338-8803	Não disponível.

Fonte: Elaborado pela autora com base em informações disponibilizadas no site da Secult/DF.

Até o momento em que foi realizada a entrevista, 8 de julho de 2015, o Catetinho estava sem gerência, sendo Anabel Sousa Lima, coordenadora da divisão de museus da Supac, a responsável por sua chefia imediata. De acordo com ela, no que diz respeito a comunicação museológica da instituição:

**1. Existe algum área, setor ou pessoa responsável pela comunicação do museu?**

R: Não existe um responsável pela comunicação do museu, que apenas é vinculada a Assessoria de Comunicação da Secult/DF;

**2. Existe algum plano de comunicação no museu?**

R: Não existe um plano de comunicação do museu;

**3. Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?**

R: Existem canais de comunicação do museu, sendo estes e-mail e telefone, além do site e ouvidoria da Secretaria de Cultura que são utilizados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu, porém o site não é atualizado (apenas divulgam as exposições permanentes e eventos esporadicamente);

**4. Há estratégias para comunicar ações do museu?**

R: Não há estratégias para comunicar ações do museu, apesar de estar em desenvolvimento;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público no museu?**

R: Não existe estudo ou pesquisa de público do museu, apenas contagem através do livro de visitas, quantitativo por enquanto e mensalmente enviados para a Supac;

**6. As programações culturais do museu são informadas ao GDF?**

R: As programações culturais do museu são informadas para o GDF, mais especificamente para a Coordenação da Divisão de Museus da Supac e/ou Assessoria de Comunicação, sem frequência definida;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/comunicados ao GDF?**

**R:** Os dados estatísticos de visitação são enviados mensalmente e projetos de eventos anteriormente a sua realização para aprovação e divulgação, respectivamente para a Supac e Assessoria de Comunicação da Secult/DF;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?**

**R:** Não soube informar sobre orientações de estratégias comunicacionais do GDF para serem utilizadas pelos museus, citando apenas o Estatuto de Museus e o decreto de regulamentação, além de citar a Carta de Serviço ao Cidadão, que será lançada em breve pelo GDF.

Devido à ausência de um funcionário que seja responsável pela comunicação no museu, e conseqüentemente da inexistência de um plano de comunicação, os únicos canais de comunicação são telefone e e-mail (que devido a situação da gerência, não estava sendo utilizado pela equipe do museu), além do site e rede social da Secult/DF. Tais estratégias utilizadas nesses canais não são direcionadas especificamente para o(s) museu(s) e também não se tem conhecimento de orientações do GDF nesse sentido.

#### **4.10 Museu Nacional do Conjunto Cultural da República (MUN)**

O museu projetado por Oscar Niemeyer, compõe junto a Biblioteca Nacional o Conjunto Cultural da República, localizado no início da Esplanada dos Ministérios. Ambos os equipamentos culturais foram planejados por Lucio Costa desde o projeto de construção da capital, constando o museu no Relatório do Plano Piloto de Brasília desde 1957.<sup>14</sup> Em 1970 foi reestudado por Niemeyer, que apresentou sua

---

<sup>14</sup> GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, **História do Museu Nacional**. 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.df.gov.br/historia-do-museu-nacional.html>>. Acesso em: 4 out. 2015.

primeira versão em meados da década de 80, na qual seria um prédio retangular e em uma segunda versão adquire o formato circular (GONÇALVES, 2010).

No ano de 1999 o GDF convida o arquiteto para retomar o projeto e o formato retangular chega a ser repensado, mas devido ao alto orçamento da obra o parecer do governo foi desfavorável. É proposto então o formato de cúpula, que primeiramente estaria pequeno em relação ao conjunto da esplanada dos ministérios, sendo assim o projeto dobrou o diâmetro do edifício. Foram propostas ainda duas versões antes da que foi construída em seis anos, sendo o Museu Nacional inaugurado dia 15 de dezembro de 2006, com a exposição de abertura sobre Oscar Niemeyer (GONÇALVES, 2010).

O térreo do prédio conta com dois auditórios, além de salas de apoio administrativo e museológico, que apesar de chamados indispensáveis pelo engenheiro da construção, esses espaços só aparecem após se ter dobrado o diâmetro da obra. Segundo (GONÇALVES, 2010) este programa foi emprestado do Museu de Arte Contemporânea de Niterói e adaptado pelo arquiteto para compor o museu brasiliense.

A área do salão e do mezanino são livres de paredes e percursos definidos, apesar de ter o piso em carpete e difícil acesso para obras com grandes dimensões, são flexíveis para a montagem de diversas exposições temporárias que o museu produz atualmente, uma vez que não possui exposição de longa duração. Além do museu receber eventos em sua área externa, é bastante utilizada por jovens que se encontram ali para praticar esportes como *skate* e patins, ou fazer batalhas de *rap* e danças de diversos estilos musicais (SILVA, 2013).

**Figura 8 – Fachada do prédio do MUN**

Fonte: Galeria de fotos da Secult/DF.

<http://www.cultura.df.gov.br/galeria-de-fotos-do-museu-nacional.html>

**Quadro 4 – Quadro informativo IV**

<b>Informações gerais</b>	
<b>Endereço</b>	<b>Horário de Funcionamento</b>
Setor Cultural Sul, lote 2 Próximo a Rodoviária	Terça a domingo 9h-18h30
<b>Telefone</b>	<b>E-mail</b>
(61) 3325-5220	<a href="mailto:museunacional@gmail.com">museunacional@gmail.com</a>

Fonte: Elaborado pela autora com base em informações disponibilizadas no site da Secult/DF.

**Figura 9 – Interior do prédio do MUN**

Fonte: Galeria de fotos do site da Secult/DF.

<http://www.cultura.df.gov.br/galeria-de-fotos-do-museu-nacional.html>

Atualmente, o Museu Nacional é dirigido por Wagner Barja, mestre em Arte e Tecnologia das Imagens e doutorando em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília. Segundo o diretor, em relação a comunicação museológica do MUN:

**1. Existe alguma área, setor ou responsável pela comunicação do museu?**

R: Existem responsáveis pela comunicação do museu, sendo estes funcionários da própria administração da instituição, além da assessoria de imprensa de cada exposição temporária e a Assessoria de Comunicação Social da Secult/DF;

**2. Existe algum plano de comunicação no museu?**

R: Possui plano de comunicação integrado com a Secretaria de Cultura, em parceria com proponentes de exposições temporárias (e respectiva assessoria de imprensa);

**3. Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?**

R: Existem canais de comunicação do museu, sendo estes redes sociais, mala direta, telefone, e os próprios programas culturais que são utilizados para divulgação;

**4. Há estratégias para comunicar ações do museu?**

R: Há estratégias para comunicar ações dos museus, através dos canais de comunicação e parcerias citadas nas respostas anteriores, sendo avaliadas em sua funcionalidade pelo próprio museu através de relatório das exposições e em outros eventos, apenas pela contagem de público;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?**

R: Não existe estudo ou pesquisa de público bem definidos, por ausência de mecanismos técnicos. É feita contagem manual por funcionário na portaria, pois não se prendem ao livro de visitas e existe um controle das visitas escolares agendadas;

**6. As programações culturais do museu são informadas ao GDF?**

R: As programações culturais programadas pelo museu são informadas para a Assessoria de Comunicação da Secult/DF de acordo com eventos e respectivos prazos para sua divulgação;



**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/comunicados ao GDF?**

R: É enviado anualmente para a Secretaria de Cultura relatório com dados quantitativos, resultados, entre outros;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?**

R: Não há orientações sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus, mas citou um projeto em desenvolvimento com a Secretaria de Turismo para divulgação bilíngue e indoor.

As respostas do diretor explicitam que a parceria com os proponentes das exposições temporárias influenciam positivamente na divulgação do museu, através da assessoria de imprensa trazida por cada exposição. Além disso, a equipe administrativa assume responsabilidades relacionadas a comunicação na rede social e e-mail do museu. E outros eventos frequentemente realizados pelo museu também divulgam seu trabalho.

#### **4.11 Museu da Cidade ou Museu Histórico de Brasília (MHB)**

Inaugurado no mesmo dia que a nova capital do país, em 21 de abril de 1960, foi erguido o Museu da Cidade ou Museu Histórico de Brasília para registrar histórias da construção de Brasília, sendo uma representação da transferência da capital. Na solenidade estavam presentes além de JK e sua comitiva, o poeta Guilherme de Almeida, que recitou a “Prece Natalícia de Brasília”, de sua autoria<sup>15</sup>.

Agora e aqui é a Encruzilhada Tempo-Espaço.  
Caminho que vem do Passado e vai ao futuro;  
caminho do Norte, do Sul, do Leste e do Oeste:  
caminho de ao longo dos séculos,  
caminho de ao longo do mundo:  
-agora e aqui todos se cruzam  
pelo sinal da Santa Cruz.

Guilherme de Almeida, In: Brasília Poética, 2010.

---

<sup>15</sup> GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, 2015.

Assim como a poesia acima o edifício em concreto armado, projetado por Niemeyer, tem seu acervo composto por textos históricos selecionados para compor uma narrativa inscrita nas paredes internas – disponíveis em braille e inglês – e fachada externa de mármore branco, onde há também um busto de Juscelino Kubistchek, esculpida pelo artista mineiro José Pedrosa (GOMES, 2008).

O museu foi tombado em 1982 pelo GDF e no atual momento compõe o Centro Cultural da Praça dos Três Poderes – executivo, legislativo e judiciário – situada na Esplanada dos Ministérios, representados pelo Palácio do Planalto, o Congresso Nacional e Supremo Tribunal Federal, respectivamente<sup>16</sup>.

**Figura 10 – Fachada do prédio do MHB**



Fonte: Cidade Brasília

<http://www.cidadebrasil.com.br/turismo/interest.php?interest=9>

**Quadro 5 – Quadro informativo V**

Informações gerais	
Endereço	Horário de Funcionamento
Praça dos Três Poderes Esplanada dos Ministérios	Terça a domingo e feriados 9h-18h
Telefone	E-mail
(61) 3325-6244	<a href="mailto:centroc3p@gmail.com">centroc3p@gmail.com</a>

Fonte: Elaborado pela autora com base em informações disponibilizadas no site da Secult/DF.

<sup>16</sup> *Ibidem.*

**Figura 11 – Interior do prédio do MHB**



Fonte: Wikipédia.

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_da\\_Cidade\\_%28Bras%C3%ADlia%29](https://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_da_Cidade_%28Bras%C3%ADlia%29)

Atualmente o Museu da Cidade é dirigido junto ao Panteão da Pátria e o Espaço Lúcio Costa, que juntos compõem o Centro Cultural Três Poderes, por Jussara de Almeida Menezes, formada em Educação Artística com habilitação em Artes Cênicas. Segundo ela o museu:

**1. Existe alguma área, setor ou pessoa responsável pela comunicação do museu?**

**R:** Não existe um responsável pela comunicação do museu, direcionada para a Assessoria de Comunicação da Secult/DF;

**2. Existe algum plano de comunicação no museu?**

**R:** Não existe um plano de comunicação do museu;

**3. Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?**

**R:** Existem canais de comunicação do museu com a sociedade, sendo estes rede social (Facebook do museu) e site da Secult/DF, que são utilizados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu de acordo com os eventos que são frequentes (geralmente semanais e/ou mensais);

**4. Há estratégias para comunicar ações do museu?**

R: Há estratégias para divulgação de acordo com os eventos e são avaliadas pela equipe administrativa do museu;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?**

R: Existe estudo de público do museu, sendo este uma estatística mensal quantitativa de cada um dos espaços do Centro Cultural, feito através do livro de visitas, checado e entregue por um funcionário da recepção;

**6. As programações culturais do museu são informadas ao GDF?**

R: A programação cultural do museu é enviada mensalmente para a Assessoria de Comunicação e Supac da Secult/DF;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/comunicados ao GDF?**

R: São enviados semestralmente para a Supac relatórios das atividades do museu;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientações sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?**

R: Não existem orientações do GDF sobre estratégias comunicacionais para serem utilizadas pelos museus, e citou a dificuldade da ausência de um Regimento Interno dos museus do GDF.

É interessante notar que apesar da comunicação do museu ser direcionada para a Assessoria de Comunicação Social da Secult/DF e da inexistência de um plano de comunicação específico, possui canais de comunicação individuais como página em rede social por exemplo, que funciona também como uma estratégia de divulgação e é avaliada em sua funcionalidade pela equipe administrativa do museu. O controle do livro de visitas é feito diariamente por um funcionário da recepção e entregue a administração para envio da estatística mensal, além da programação cultural do museu também ser enviada mensalmente para a Subsecretaria de Patrimônio Cultural.

#### 4.12 Museu de Arte de Brasília (MAB)

Localizado no Setor de Hotéis e Turismo Norte (SHTN), na beira do Lago Paranoá, o prédio do museu é composto por térreo, um pavimento superior e subsolo. Foi projetado por arquitetos da Novacap em 1960 e de acordo com o estilo arquitetônico moderno, possui predominantemente, vãos livres e volumetria característica da década. A ideia original não era que o edifício fosse um museu, abrigando o Clube das Forças Armadas e o Casarão do Samba, até ficar sem destino específico e o GDF ceder o espaço para abrigar um acervo de posse da Fundação Cultural do Distrito Federal (FCDF)<sup>17</sup>.

Foi inaugurado então, o Museu de Arte de Brasília no dia 07 de março de 1985, como parte do Plano Integrado de Educação e Cultura a fim de garantir espaços culturais. Além do museu, outros equipamentos culturais passaram uma revitalização na época, porém foram ações superficiais, tendo em vista problemas apresentados nestas estruturas após duas décadas. No caso do MAB, já estava previsto desde o início uma mudança para um local mais adequado para atender as demandas de uma instituição museológica e apenas dois anos e meio depois de sua abertura foi feito o primeiro projeto de sua revitalização. A questão mais urgente era a de preservação do acervo, volumoso diante a falta de condições das instalações do prédio (LINS, 2014).

O acervo é composto pela coleção da FCDF, obras de arte modernas e contemporâneas advindas de doações ou prêmios aquisitivos locais e nacionais, além de mediações - através das embaixadas situadas em Brasília – internacionais. Peças de artistas reconhecidos nacionalmente foram doadas pela Fundação Bienal de São Paulo em 1975, quando na trigésima bienal foram expostas na Sala Brasília e seriam transferidas para o Museu do Artista Brasileiro (MArB), atual Museu de Arte de Brasília. As peças premiadas nos Salões das Cidades Satélites e de Arte Moderna de Brasília também são significativas no acervo, e uma coleção de arte popular que foi adquirida e transferida para o Museu Vivo da Memória Candanga (OLIVEIRA, 2007).

---

<sup>17</sup> GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, 2015.

Atualmente o acervo do MAB encontra-se no MUN, desde 2007, quando o museu de arte foi fechado pelo Ministério Público devido aos riscos para as peças. E após várias tentativas de reforma, em março de 2014 foi publicado no Diário Oficial uma licitação para realizar a obra, porém o museu continua abandonado.

**Figura 12 – Prédio do MAB abandonado**



Fonte: Correio Braziliense.

[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2014/03/19/interna\\_diversao\\_arte,418355/apos-quase-dez-anos-fechado-mab-vai-passar-por-reformas.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2014/03/19/interna_diversao_arte,418355/apos-quase-dez-anos-fechado-mab-vai-passar-por-reformas.shtml)

**Figura 13 – Obras do MAB paralisadas**

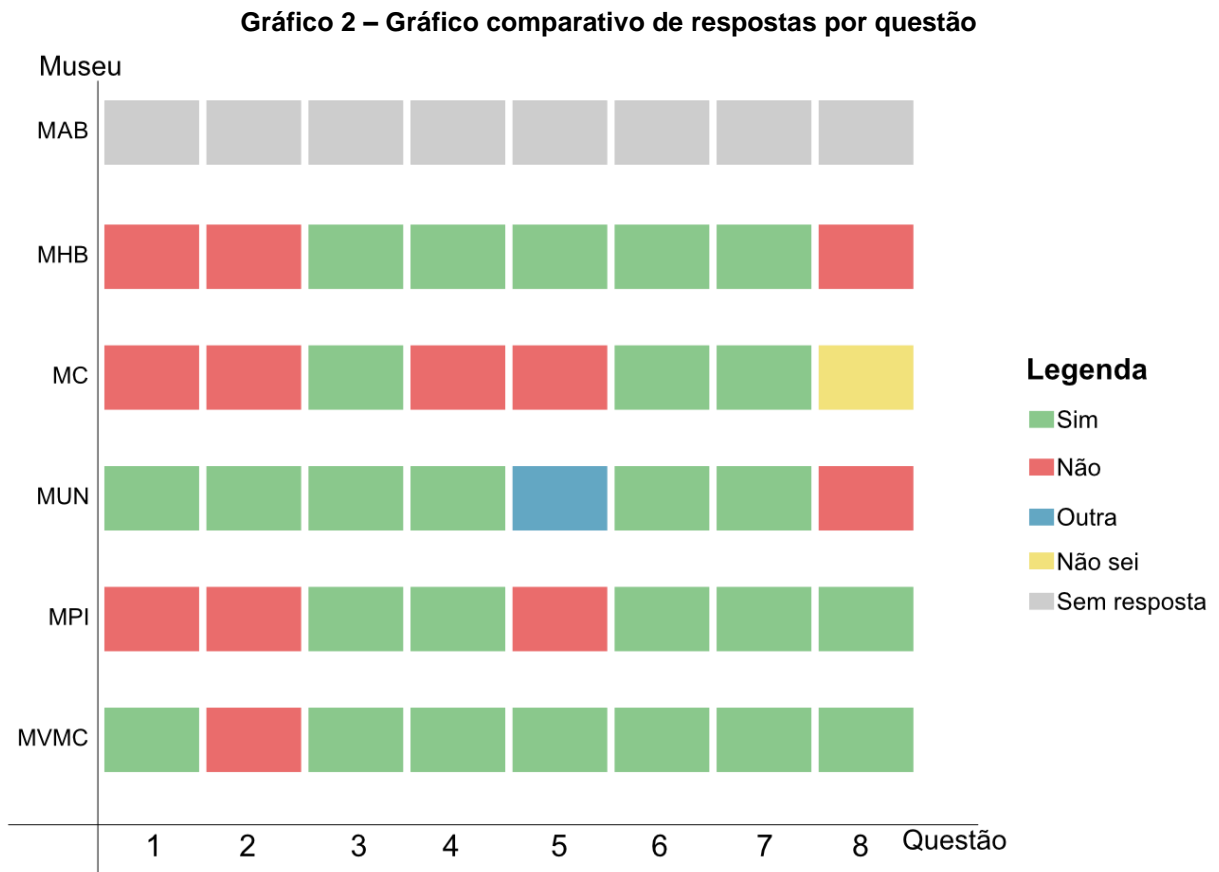


Fonte: G1 – Globo.

<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/04/sem-verba-para-finalizar-obras-gdf-mantem-pontos-turisticos-fechados.html>

## 5 ANÁLISE COMPARATIVA DOS DADOS COLETADOS NOS MUSEUS DO GDF E SECULT/DF

### 5.1 Análise Comparativa dos Dados Coletados nos Museus do GDF



Fonte: Autora.

#### 1. Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?

**R:** Entre os cinco museus do GDF que responderam ao questionário, apenas a gerente do Museu Vivo da Memória Candanga e o Diretor do Museu Nacional da República afirmaram que os museus têm pessoas responsáveis por sua comunicação e ambos citaram a Assessoria de Comunicação da Secretária de Cultura, que também foi citada nas respostas negativas, exceto no MPI;

**2. Existe algum plano de comunicação no museu?**

**R:** Em relação a um plano de comunicação, os responsáveis por quatro dos cinco museus do GDF que responderam ao questionário negaram a existência, tendo apenas o diretor do Museu Nacional feito essa afirmação, citando a Secult/DF;

**3. Existe canal geral de comunicação do museu com a sociedade?**

**R:** Todos os responsáveis pelos cinco museus do GDF que responderam ao questionário, afirmaram ter canais de comunicação com a sociedade, entre eles telefone, mala direta (via e-mail) e redes sociais, além da Secretaria de Cultura não ter aparecido apenas na resposta do MUN. Em relação a utilização desses canais para divulgar a programação cultural dos museus, apenas o MPI não foi afirmativo, colocando que a divulgação depende do museu e sua diretoria;

**4. Há estratégias para comunicar ações do museu?**

**R:** Quatro dos responsáveis pelos cinco museus do GDF que responderam ao questionário, afirmaram ter estratégias de comunicação e consideraram os canais de comunicação. Desses quatro, o diretor do Museu Nacional e a diretora do Centro Cultural Três Poderes afirmaram que essas estratégias são avaliadas pelo museu através de relatórios das exposições e contagem de outros eventos, respectivamente. A responsável pelo Catetinho negou a existência de estratégia;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?**

**R:** O diretor do Memorial dos Povos Indígenas e a responsável pelo Museu do Catetinho negaram a existência de algum estudo ou pesquisa de público, já a gerente do Museu Vivo da Memória Candanga e a diretora do Centro Cultural Três Poderes afirmaram essa existência. Independente da resposta positiva ou negativa, os quatro citaram uma estatística mensal realizada através do livro de visitas, além de dois deles terem citado o envio para a Secretaria de Cultura e para a Secretaria de Turismo. O diretor do Museu Nacional respondeu como “outra”, especificando que é feita uma contagem manual de público na entrada;



## 6. As programações culturais dos museus são informadas ao GDF?

R: Todos os responsáveis pelos cinco museus que responderam ao questionário afirmaram que as programações culturais dos museus são informadas ao GDF. Em todas as respostas a Assessoria de Comunicação da Secretaria de Cultura foi citada, além de em duas falas ter aparecido a Coordenação da Divisão de Museus da Subsecretaria de Patrimônio Cultural da Secult/DF;

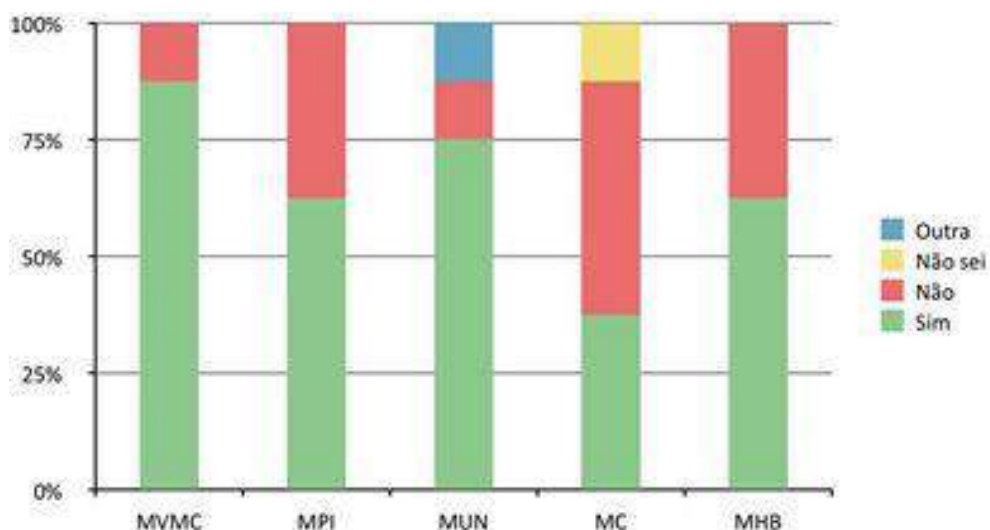
## 7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/comunicados ao GDF?

R: Todas as respostas dos responsáveis pelos museus que responderam o questionário afirmaram o encaminhamento de dados ao GDF e ao especificarem citavam novamente as estatísticas mensais de público, além de eventos culturais;

## 8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?

R: A diretora do MVMC e o diretor do MPI afirmaram a existência de diretrizes estratégicas para comunicação museológica e o diretor do MUN e a diretora do Centro Cultural Três Poderes negaram essa existência, porém independentemente da resposta positiva ou negativa nenhum dos quatro soube informar alguma diretriz do GDF, assim como alegou a responsável pelo MC;

Gráfico 3 – Gráfico percentual comparativo das respostas dos museus GDF, 2015



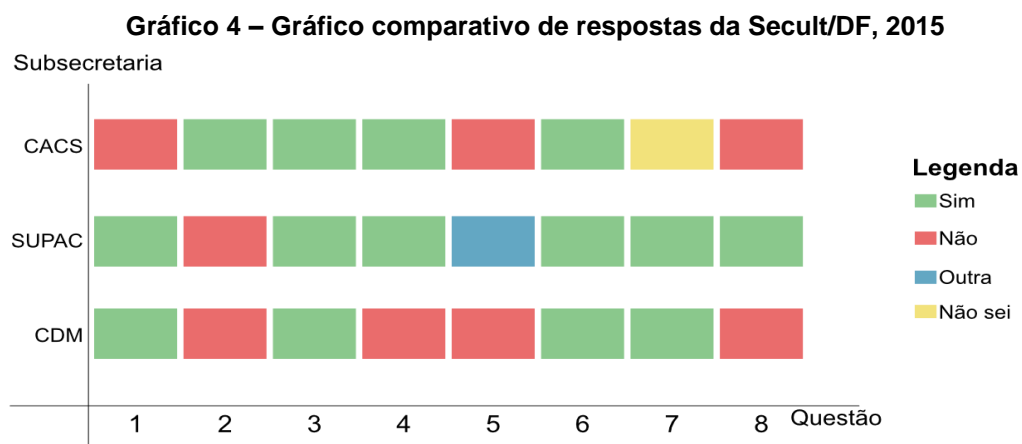
Fonte: Autora.

O gráfico 3 nos leva a pensar que o cenário é positivo, pois de modo geral os museus apresentam respostas positivas em relação as estratégias de comunicação, destacando-se o Museu Vivo da Memória Candanga e o Museu Nacional do Conjunto Cultural da República, que responderam positivamente a seis ou mais perguntas do questionário. Seguidos pelo Memorial dos Povos Indígenas e Museu Histórico de Brasília que responderam positivamente a mais de quatro perguntas, e o Museu do Catetinho que teve respostas positivas inferiores a quatro questões.

Apesar destes resultados, é necessário levar em consideração a relatividade das respostas, percebidas após a especificação de cada uma. Em algumas questões, conforme foi comentado individualmente no gráfico anterior a este, as respostas negativas e positivas apresentaram as mesmas especificações, como aconteceu na questão número um, número cinco e número oito. Outro ponto também já citado, mas que deve ser ressaltado é a repetição das respostas abertas entre algumas questões, como foi o caso da número três e quatro, e da questão número cinco e sete.

Essas especificidades podem nos indicar uma falta de compreensão da pergunta quanto: a existência ou não de uma pessoa responsável pela comunicação do museu; a definição de estudo/pesquisa de público e a diferenciação entre canais e estratégias de comunicação. A ausência de uma padronização para envio de relatórios das atividades dos museus para o GDF e de orientações estratégicas do GDF para a comunicação de seus museus, indicam também uma falha de comunicação institucional interna.

## 5.2 Análise Comparativa dos Dados Coletados na Secult/DF



Fonte: Autora.

**1. Existe alguma área, setor ou responsável pela comunicação dos museus do GDF?**

**R:** A Subsecretária de Patrimônio Cultural e a Coordenadora da Divisão de Museus afirmaram a existência de um setor responsável pela comunicação dos museus do GDF, sendo este a Assessoria de Comunicação Social. Porém, o chefe da Assessoria de Comunicação Social negou a existência de algum responsável, representando um fator decisivo para a pesquisa;

**2. Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?**

**R:** A Subsecretária de Patrimônio Cultural e a Coordenadora da Divisão de Museus negaram a existência de um plano de comunicação para os museus do GDF. Já o chefe da Assessoria de Comunicação Social afirmou uma existência, ainda que em fase de desenvolvimento para implementação;

**3. Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?**

**R:** Houve unanimidade nesta afirmação e apareceram novos canais nas respostas, como a Rádio Cultura, por exemplo, tanto da Subsecretária de Patrimônio Cultural como da Coordenadora da Divisão de Museus. Para a Assessoria de Comunicação Social existe, além do e-mail e telefone de cada museu, o site e a página no Facebook da Secretaria, atualizados de acordo com eventos e/ou diariamente com pelo menos um equipamento cultural;

**4. Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?**

**R:** Para a Coordenadora da Divisão de Museus não existem estratégias, apenas o procedimento de rotina: envio de projeto e/ou release do evento para a Assessoria de Comunicação Social, que faz a arte gráfica e é responsável pela divulgação em mídias visuais e de áudio. A Subsecretária de Patrimônio Cultural afirma a existência de estratégias e especifica que variam de acordo com os diretores e eventos dos museus, ressaltando que necessitam de uma aprovação para serem realizados. O chefe da Assessoria de Comunicação Social também faz essa afirmação e cita novamente plano de comunicação que está em desenvolvimento, e que será comum aos equipamentos culturais em geral. Já sobre a avaliação, tanto na Assessoria de Comunicação Social como na Coordenação da Divisão de Museus, foi

informado que apesar de ainda não existir no momento, está também em desenvolvimento, e a subsecretária de Patrimônio Cultural não soube informar se há ou não essa avaliação;

**5. Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?**

**R:** Tanto a Coordenadora da Divisão de Museus quanto o chefe da Assessoria de Comunicação Social negaram a existência deste estudo e/ou pesquisa, e a Subsecretária de Patrimônio Cultural optou por “outra”, devido apenas a trabalhos realizados anteriormente;

**6. As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secult/DF?**

**R:** Todas as respostas foram afirmativas, aparecendo a Assessoria de Comunicação Social em duas das três respostas dos entrevistados, apenas o próprio chefe da Assessoria de Comunicação Social especificou que não necessariamente essas informações cheguem sempre a sua chefia;

**7. Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/comunicados a Secretaria de Estado de Cultura do DF?**

**R:** Tanto a Coordenadora da Divisão de Museus e a Subsecretária de Patrimônio Cultural afirmaram o recebimento dos dados. Já o Chefe da Assessoria de Comunicação Social não soube confirmar ou não essa informação;

**8. Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secult/DF para ser utilizada pelos museus do GDF?**

**R:** Apenas a Subsecretária de Patrimônio Cultural afirmou a existência de orientações estratégicas, citando a gratuidade e censura. Para a Coordenadora da Divisão de Museus e o Chefe da Assessoria a resposta foi negativa;

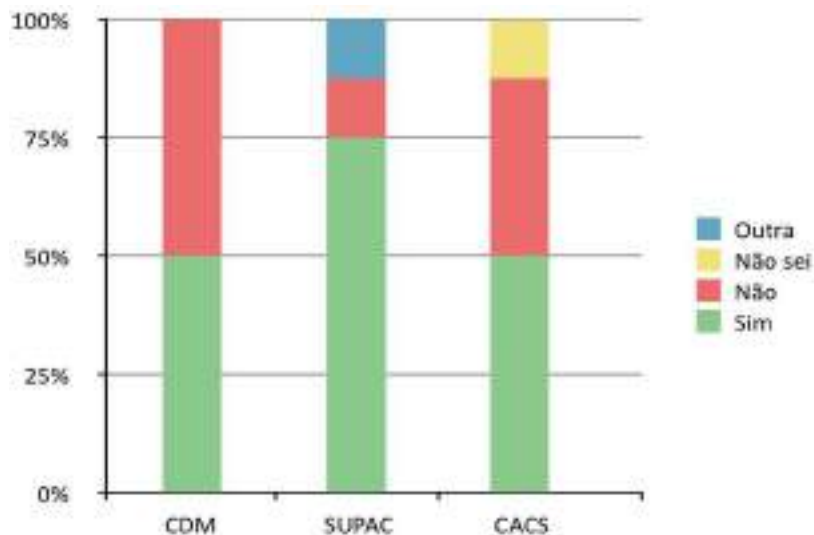
**9. Qual a avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do Distrito Federal?**

**R:** Segundo a Coordenadora da Divisão de Museus não existe, formalmente uma avaliação, mas afirma a necessidade de rever as estratégias e de acordo com a Subsecretária de Patrimônio Cultural atualmente não é feita uma avaliação, apesar de afirmar uma boa receptividade nos eventos culturais realizados pelos museus. Para o Chefe da Assessoria de Comunicação não é algo eficiente, devido à falta de uma comunicação institucional estabelecida.

**10. Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?**

**R:** Novamente, a Coordenadora da Divisão de Museus coloca a revisão de estratégias como necessidade e informa que não existe uma avaliação formal. Para a Subsecretária de Patrimônio Cultural o momento é de estabelecimento de um novo diálogo, com meta de alcançar uma comunicação moderna através de site e aplicativos. De acordo o Chefe da Assessoria de Comunicação essa avaliação não existe ainda, mas existirá em breve com implementação do plano.

**Gráfico 5 – Gráfico percentual comparativo das respostas da Secult/DF, 2015**



Fonte: Autora.

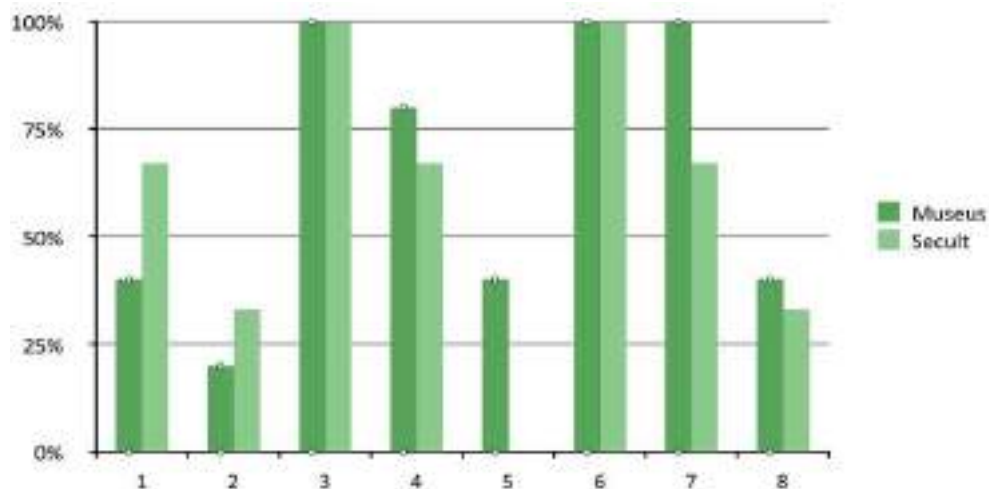
No geral os entrevistados responderam positivamente ao questionário, destacando a Supac que optou por mais de seis respostas positivas. A CDM e a Chefia da CACS optaram por quatro de respostas positivas.

Porém é necessário considerar alguns pontos além destes resultados: a contradição das funcionárias responsáveis pelos museus identificarem a Assessoria de Comunicação Social como o setor responsável pela comunicação dos museus e da própria Assessoria de Comunicação Social negar que exista um responsável especificamente pelos museus.

Outra contradição é a negação da Coordenadora da Divisão de Museus em relação a estratégias de comunicação, considerando o que existe apenas como um protocolo e a afirmação da Subsecretária de Patrimônio Artístico e Cultural sobre a existência dessas estratégias (que variam em cada museu), o que pode indicar uma falta de compreensão do assunto ou uma falha de comunicação interna. O chefe da Assessoria de Comunicação Social também afirma que existem estratégias, sendo estas comuns a todos os equipamentos culturais, faltando também uma especificidade.

### 5.3 Análise comparativa entre os dados coletados nos museus do GDF e Secult/DF

Gráfico 6 – Gráfico comparativo percentual de respostas positivas



Fonte: Autora.

1. Uma minoria dos museus afirmou a existência de um setor responsável por sua comunicação, enquanto uma maioria dos entrevistados na Secult/DF fez essa afirmação;

2. Uma minoria dos museus e da Secult/DF afirmou que os museus possuem um plano de comunicação;
3. Todos os entrevistados afirmaram que os museus possuem canais de comunicação com a sociedade;
4. A maioria dos museus e da Secult/DF afirmou que os museus possuem estratégias de comunicação;
5. Uma minoria dos museus afirmou realizar estudo e/ou pesquisa de público e nenhum dos entrevistados da Secult/DF fez essa afirmação;
6. Todos os entrevistados afirmaram que os museus enviam suas programações culturais para a Secult/DF;
7. Os museus foram unânimes em afirmar que enviam dados estatísticos e/ou relatórios e uma maioria da Secult/DF fez a mesma afirmação;
8. Uma minoria dos museus e da Secult/DF afirmou ter conhecimento de alguma orientação estratégica dada pelo GDF a seus museus.

Percebemos uma predominância de respostas positivas, em metade dos casos houve um consenso entre as respostas dos museus e da Secult/DF, sendo totalmente equivalente em apenas duas questões. Das três questões em que houve maior discordância, nos chama mais atenção a número cinco por não apresentar nenhuma resposta positiva pela Secult/DF. Além de que na questão número um houve contradição entre os museus e a Secult/DF, que respondeu positivamente a pergunta.

Apesar da minoria dos museus terem declarado a existência de um setor responsável por sua comunicação, a CACS apareceu em praticamente todas as respostas, exceto no MPI. E apesar da maioria dos entrevistados na Secult/DF terem confirmado essa existência, o próprio Chefe da Assessoria de Comunicação não se identificou dessa maneira. Essa contradição pode nos indicar uma falha na comunicação entre os museus e a Secult/DF, assim como entre os três setores responsáveis pelos museus dentro da Secult/DF.

Em relação a existência de um plano de comunicação, de todos os entrevistados nos museus e Secult/DF, apenas o MUN e a CACS fizeram essa afirmação. No caso do MUN, apesar do seu diretor ter citado a Secult/DF, cabe ressaltar que a assessoria de imprensa trazida pelos proponentes das exposições temporárias tem relevância no plano, além da própria administração do museu ter

responsáveis pela sua comunicação. E o Chefe da Assessoria de Comunicação Social da Secult/DF afirmou a existência de um plano de comunicação, comum a todos os equipamentos culturais, em desenvolvimento.

Houve unanimidade em afirmar que os museus possuem canais de comunicação. Em sua maioria estes canais são: telefone, e-mail e página no Facebook – existentes, porém não necessariamente ativas – além do site e página do Facebook da Secult/DF. Sobre isso, o Chefe de Assessoria de Comunicação Social da Secult/DF, afirma ainda que não é interessante que os museus possuam página individual na rede social, visando unificar as informações no canal geral de comunicação da Secult/DF.

A maioria das respostas afirmou a existência de estratégias de comunicação, porém houve confusão entre canais e estratégias de comunicação nas entrevistas nos museus do GDF, e entre protocolos de aprovação e divulgação de eventos na Secult/DF. Outra confusão percebida foi em relação a existência ou não de estudo/pesquisa de público, quando os museus e a Secult/DF se contradizem em suas respostas, mesmo havendo dados quantitativos de público dos museus GDF.

Foi unânime a afirmação de que os museus enviam programações culturais para a Secult/DF, porém o próprio Chefe da Assessoria de Comunicação Social – considerado por todos os outros entrevistados como o responsável pela comunicação dos museus – citou que não necessariamente essas informações chegam a sua chefia. Situação parecida acontece no que diz respeito ao envio de dados estatísticos e/ou relatórios, quando a única resposta negativa foi dada pela CACS. Além de uma minoria dos entrevistados declarar ter conhecimento de alguma orientação estratégica do GDF, os dois museus que afirmaram essa existência não souberam especificá-la.

#### **5.4 Resultados Gerais**

Após analisarmos todas as respostas e compará-las foi possível observar, por meio dos dados, a existência de fluxos operacionais na comunicação dessas instituições e para sintetizar os resultados gerais relacionados ao fluxo, aos canais e as estratégias de comunicação, estudo/pesquisa de público e envio das programações culturais, foram produzidos dois infográficos. Respectivamente:



1. Representa o fluxo da informação sobre o público e contatos dos museus do GDF, mostrando quais são os canais de comunicação e como é feita a contagem de público em cada museu. Além de mostrar para onde são enviados os dados quantitativos de público e como são utilizados pelo GDF;
2. Retrata o fluxo da informação sobre as programações culturais do museu e o que foi considerado pelos entrevistados como estratégias de comunicação.

**Figura 14 = Infográfico sobre fluxo da informação sobre público dos museus do GDF**  
**FLUXO DA INFORMAÇÃO SOBRE O PÚBLICO DOS MUSEUS DO GDF**

**CONTATOS:**



Facebook



Telefone



Email

**CONTAGEM:**



Manual



Livro de visitas



Museu Vivo da Memória  
Candanga (MVMC)  
Núcleo Bandeirante



Museu do Catetinho (MC)  
Gama



Memorial dos Povos  
Indígenas (MPI)  
Eixo Monumental



Museu Histórico  
de Brasília (MHB)  
Esplanada dos  
Ministérios



Museu Nacional do  
Conjunto Cultural da  
República (MUN)  
Setor Cultural Sul



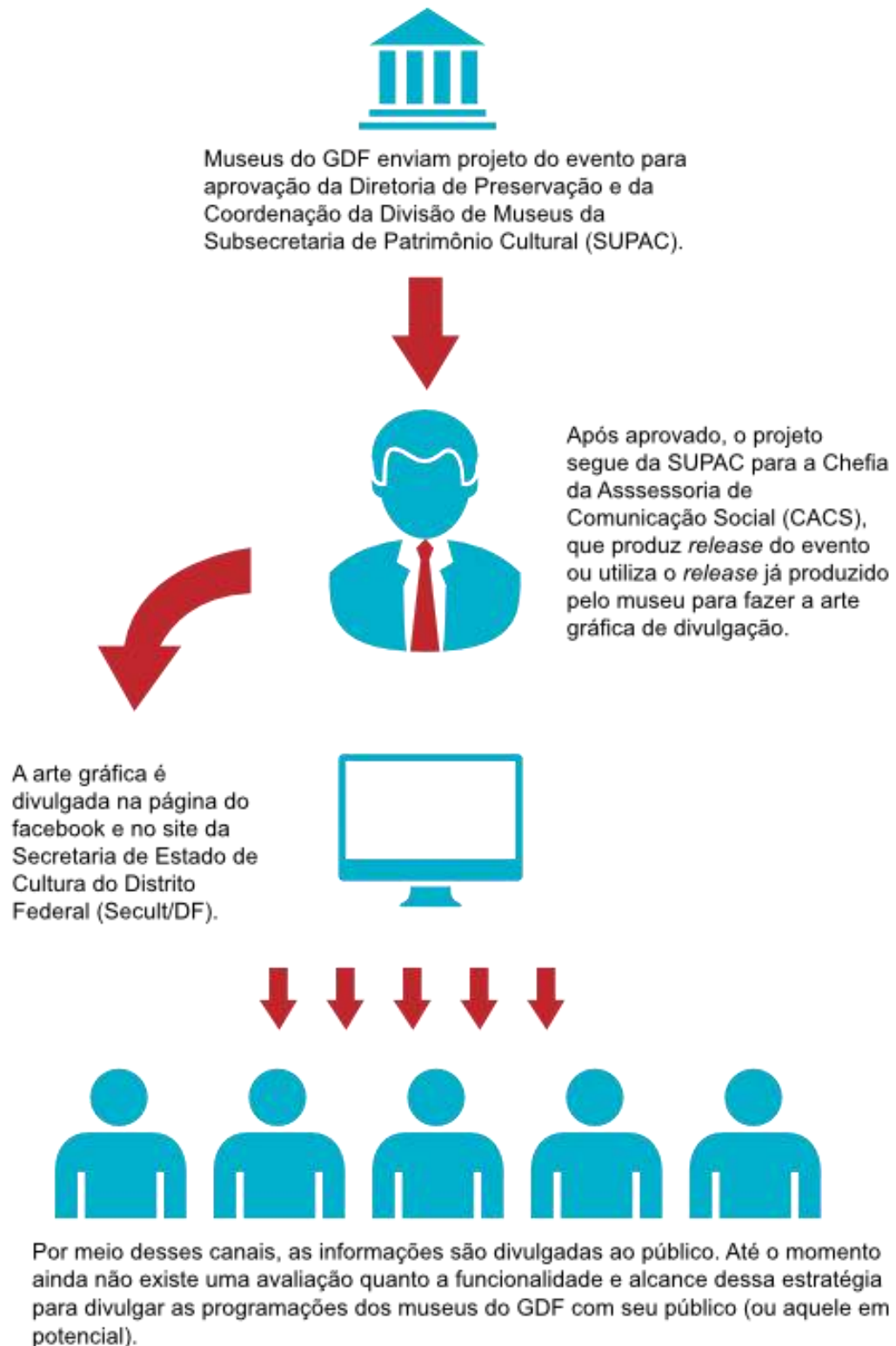
Secretaria de Estado de Cultura  
do Distrito Federal (Secult/DF)  
Dados arquivados na  
Subsecretaria de Patrimônio  
Cultural (SUPAC)



Secretaria de Estado de  
Turismo do Distrito Federal  
(Setur/DF)  
Dados disponibilizados em  
portal online\*

\*<http://observatorio.setur.df.gov.br/index.php/lazer-e-atrativos-turisticos/>

**Figura 15 – Infográfico do fluxo da informação sobre as programações dos museus do GDF**  
**FLUXO DA INFORMAÇÃO SOBRE AS PROGRAMAÇÕES DOS MUSEUS DO GDF**



Com a aprovação do projeto, paralelamente a CACS, os museus também podem divulgar o evento.

## 5.5 Análise dos Resultados Gerais

Conforme retratada pelos infográficos, os dados da pesquisa nos indicam algumas explicações para contradições existentes dentro da própria Secult/DF e entre a Secult/DF e os museus do GDF. Além de evidenciar que, ao contrário do que foi afirmado na maioria das respostas, há ausência de estratégias de comunicação dos museus com a sociedade, uma vez que não existem avaliações formais a respeito disso.

Primeiramente, os canais de comunicação variam em cada museu, mas todos possuem pelo menos telefone como canal, e em sua maioria também possuem e-mail. Isso é um ponto positivo, pois segundo Rosane Carvalho a relação entre museu e público tem sido transformada com as redes eletrônicas. No caso do e-mail, a autora afirma que além de ser o primeiro serviço da rede, é ainda o mais utilizado, por ser um meio de comunicação prático e rápido. E os museus utilizam esse recurso eletrônico para divulgar sua programação cultural, cadastrando em mala direta o público interessado (CARVALHO, 2006). Nesse sentido, para aprimorar a utilização desse canal de comunicação é necessário não apenas que todos os museus possuam e-mail, mas que exista alguém responsável por mantê-lo ativo, além de estudo/pesquisa de público qualitativas para ampliação do cadastro.

Apesar de uma maioria possuir página no Facebook, ainda que inativas, não é do interesse nem do conhecimento da CACS que os museus as mantenham. Segundo o chefe desta assessoria, a ideia é unificar as informações a fim de fidelizar o usuário, porém, ainda na perspectiva de Rosane Carvalho, os museus têm utilizado intensivamente as mídias sociais e *websites* para divulgação institucional, além de diversas outras funcionalidades possibilitadas por estas ferramentas eletrônicas. Assim, é necessário considerar a incorporação das novas tecnologias aos recursos comunicacionais dos museus, contribuindo para sua eficácia. (CARVALHO, 2012)

Em relação a estudos/pesquisa de público, apesar de todos os museus coletarem dados quantitativos e os enviarem a Secult/DF e a Setur/DF, respectivamente, uma minoria ou nenhum de seus responsáveis considerou essa existência. Isso pode nos indicar falta de informação a respeito e falha na comunicação não apenas entre a Secult/DF e seus museus, como também entre as

secretarias do GDF, tendo em vista que a Secult/DF desconhece o diálogo existente entre a Setur/DF e os museus do GDF.

Enfim, até o momento, os dados enviados pelos museus a Secult/DF estão arquivados na subsecretaria competente, Subsecretaria de Patrimônio Artístico e Cultural, enquanto na Setur/DF estes dados são disponibilizados mensalmente por meio de gráficos anuais comparativos, pelo Observatório de Turismo de Brasília em seu portal online. Inclusive, segundo a diretora do observatório, existe um formulário para pesquisa sobre perfil de público que não foi aplicado por falta de equipe disponível. De forma que percebemos uma potencial parceria entre as duas secretarias, por exemplo para pesquisas qualitativas do público dos museus do GDF.

Ainda sobre os dados quantitativos enviados mensalmente para estas secretarias, cabe ressaltar dois pontos: o método de contagem é diferenciado nos museus, sendo feito por meio de contagem ou livro de visitas; o livro de visitas também varia em cada museu, não existindo um padrão das informações coletadas. Assim, é necessário determinar – em conjunto com os museus e secretarias envolvidas - não só o método de coleta, como quais dados são interessantes coletar para enriquecer o estudo de público.

Sobre as estratégias de comunicação, percebemos apenas um procedimento de rotina para divulgação das programações culturais dos museus, conforme especificado pela coordenadora da divisão de museus da Supac e ilustrado no segundo infográfico. Como indicado pela maioria dos entrevistados, o setor responsável pela comunicação dos museus é a CACS, porém antes de seguir para divulgação é necessário que o projeto do evento seja aprovado na Supac, que faz o encaminhamento.

Na CACS, o evento é divulgado por meio de dois canais: página no Facebook e site da Secult/DF, ambos eletrônicos e gerais a todos os equipamentos culturais. Porém, segundo o chefe desta assessoria, não necessariamente as programações dos museus chegam até sua chefia e identificamos que na estrutura administrativa da Secult/DF, os museus estão a alguns níveis hierárquicos do setor responsável por sua comunicação, o que pode estar prejudicando o fluxo dessa informação.

E finalmente, falta uma avaliação da comunicação atualmente realizada pelos museus e pela Secult/DF, entre as instituições e com a sociedade. Essa ausência de *feedback* do público e de um diálogo institucional, caracteriza este processo comunicativo como unidirecional, que vem perdendo espaço para um modelo bidirecional desde meados do século passado (ALMEIDA & LOPES, 2003).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em relação ao problema de pesquisa proposto – identificar e analisar as estratégias de comunicação dos museus do GDF em 2015 – não foi identificada a existência de estratégias de comunicação dos museus do GDF após análise dos dados coletados. Isso pode ser concluído a partir de três principais fatores:

- Primeiramente, tal fato é evidenciado mediante as respostas de mais de 60% dos entrevistados à oitava pergunta, que revelam desconhecimento de orientações sobre estratégias comunicacionais por parte do GDF para serem utilizadas pelos museus;
- Em seguida, o que foi considerado em 75% das entrevistas como “estratégias de comunicação”, não contempla os objetivos básicos da definição de estratégias de comunicação adotadas neste trabalho (Hernandez & Tresseras, apud Carvalho, 2012, p.118). Ou seja, os procedimentos existentes para comunicação dos museus não facilitam o conhecimento da instituição e seus serviços, não fomentam seu uso ou motivam a participação em suas atividades, e não fortalecem ou consolidam as relações museu-público, o que segundo os autores acima citados, definiria uma estratégia de comunicação;
- Por último, a auto avaliação da comunicação tanto interna (secretarias – museus) quanto externa (museus – sociedade), inexistente na maioria das instituições pesquisadas, impossibilitando quaisquer mudanças necessárias e algum encontro entre eles para juntos traçarem atividades convergentes para o bem público (tanto enquanto dados administrativos para a cultura da cidade, quanto para a comunicação com a sociedade).

Com essa pesquisa, aprendi que é necessário empreender no interior de instituições governamentais estratégicas, tais quais, a Secult/DF e a Setur/DF, ações voltadas para a comunicação intra-institucional, possibilitando o estabelecimento de vias de diálogo entre esses órgãos e os museus, que não dialogam, trabalhando isolados. Esse diálogo pode ser facilmente viabilizado por meio das tecnologias de comunicação atuais que favorecem a troca de informação de maneira ágil e prática, potencializando encontros dentro do GDF (grupos de trabalho no WhatsApp,

Facebook, Gmail, entre outros exemplos com tecnologias de baixo ou inexistentes custos).

A valorização de instituições culturais, como os museus, depende da organização interna de instituições-chave no contexto cultural. Essa organização se faz crucial para o acesso à informação e a utilização desses espaços, que são, por definição públicos. De maneira generalizada, uma notável falta de comunicação foi revelada, nos diversos âmbitos da pesquisa. Entre os museus e a Secult/DF, bem como dos museus entre si e dentro da própria Secult/DF, o que reflete diretamente na comunicação dessas instituições públicas com a sociedade.

Conforme ressaltado pela Professora Luciana Sepúlveda na banca examinadora do trabalho, essa ausência de uma cultura organizacional direcionada ao planejamento e avaliação, impede que sejam realizados estudos/pesquisas de público ou até mesmo que os dados quantitativos de visita já existentes, sejam transformados em informação útil para profissionais da área. Nesse sentido, nos questionamos o que seria e para que serviria a comunicação em museus para os funcionários públicos? Com quem os museus do GDF se comunicam, deveriam ou poderiam se comunicar? Enfim, nessa “era da comunicação” que vivemos, parece que ainda precisamos aprender a nos comunicar uns com os outros.



## REFERÊNCIAS

ALMEIDA Adriana Mortara; LOPES, Maria Margaret. Modelos de comunicação aplicados aos estudos de público de museus. **Revista Ciências Humanas**, Taubaté, v.9, n.2, p. 137-145, jul-dez 2003. Disponível em: <<http://site.unitau.br/scripts/prppg/humanas/download/modelcomunicapli-v9-n2-03.pdf>> Acesso em: 8 abr. 2015.

ALMEIDA, Guilherme de. Prece natalícia de Brasília. **Brasília Poética**, 21 abr. 2010. Disponível em: <[http://brasiliapoetica.blog.br/site/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1681](http://brasiliapoetica.blog.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=1681)>. Acesso em: 8 abr. 2015.

ARAUJO, Raphael Ferreira. **Catetinho – patrimônio esquecido de Brasília**. 2009. 102 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Universidade de Brasília, Brasília, 2009. Disponível em: <[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/1073/1/2009\\_RaphaelFerreiraAraujo.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/1073/1/2009_RaphaelFerreiraAraujo.pdf)>. Acesso em: 9 abr. 2015.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. Museu: novos aspectos informacionais, comunicacionais e gerenciais. **Museologia e Patrimônio**, v.5, n. n.1, p. 103, 2012. Disponível em: <<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/189/180>>. Acesso em: 8.abr. 2015.

\_\_\_\_\_. As transformações da relação museu e público sob a influência das tecnologias da informação. **MUSAS – Revista Brasileira de Museus e Museologia**. v.2, n.2 p. 127-139, 2006. Disponível em: <<https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/04/Musas2.pdf>> Acesso: 8.abr. 2015.

COSTA, Lygia Martins. **De museologia, arte e políticas de patrimônio**. Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2002.

CURY, Marília Xavier. O campo de atuação da museologia. In: **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005. p. 19-48

DIÁRIO OFICIAL DO DISTRITO FEDERAL **Lei n. 5.923 de 24 de janeiro de 2014**. Ano XLIII, n. 20, 27 jan. 2014. Disponível em: <[http://www.buriti.df.gov.br/ftp/diariooficial/2014/01\\_Janeiro/DODF%20N%C2%BA%2020%2027-01-2014/Se%C3%A7%C3%A3o01-%20020.pdf](http://www.buriti.df.gov.br/ftp/diariooficial/2014/01_Janeiro/DODF%20N%C2%BA%2020%2027-01-2014/Se%C3%A7%C3%A3o01-%20020.pdf)>. Acesso em: 9 abr. 2015.

FCI. **Manual do curso de bacharelado em Museologia**. Brasília: UnB (Faculdade de Ciência da Informação), 2010.

GONÇALVES, Simone Neiva Loures. **Museus projetados por Oscar Niemeyer de 1951 a 2006: o programa como coadjuvante**. 2010. 325 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16138/tde-30062010-093643/en.php>>. Acesso em: 8.abr. 2015.

GUIMARÃES, Ahilton. **A construção do Catetinho**. 2008. Disponível em: <<http://www.aconstrucaodocatetinho.com.br/>>. Aceso em: 9 abr. 2015.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, **História do Museu Nacional**. 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.df.gov.br/historia-do-museu-nacional.html>>. Acesso em: 4 out. 2015.

\_\_\_\_\_. **História do museu vivo da memória candanga**. 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.df.gov.br/historia-do-museu-vivo-da-memoria-candanga.html>>. Acesso em: 04 out. 2015).

\_\_\_\_\_. **Memorial dos povos indígenas**. 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.df.gov.br/nossa-cultura/museus/memorial-dos-povos-indigenas.html>>. Acesso em: 4. out.2015.

GOMES, Ana Lúcia de Abreu. **Brasília: de espaço a lugar, de sertão a capital (1956-1960)**. 2008. 351 f. Tese (para obtenção do título Doutor em História) – Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <[http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/1484/1/2008\\_AnaLuciaAGomes\\_reduzida.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/1484/1/2008_AnaLuciaAGomes_reduzida.pdf)>. Acesso em: 9 abr. 2015.

IBRAM. **Cadastro nacional de museus**. 2. ed. 2015. Disponível em: <<http://sistemas.museus.gov.br/cnm/pesquisa/listarPorUf?uf=DF>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

**Relatório final da pesquisa do “não-público” dos museus: levantamento estatístico sobre o “não ir” a museus no Distrito Federal**. CPIM/DEPMUS/IBRAM, 2012. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2013/09/nao-publico.pdf>>. Acesso em: 8 abr. 2015.

INSTITUTO TERCEIRO SETOR. **Memorial dos povos indígenas**. Brasília, 2007. Disponível em: <[https://seculosindigenasnobrasil.files.wordpress.com/2010/07/hist\\_mem\\_povos\\_indig1.pdf](https://seculosindigenasnobrasil.files.wordpress.com/2010/07/hist_mem_povos_indig1.pdf)>. Acesso em: 9 abr. 2015.

KOPTCKE, Luciana Sepúlveda; PEREIRA, Marcele Regina Nogueira. Museus e seus arquivos: em busca de fontes para estudar os públicos. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, Rio de Janeiro, v.17, n.3, p. 809- 828, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v17n3/14.pdf>>. Acesso em: 8 abr. 2015.

\_\_\_\_\_. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Revista Museologia e Interdisciplinariedade**, v.1, n.1, p. 209-235, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/6854/5522>> Acesso em: 08.abr.2015.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. (Tradução de Maria Yêda F.S de Filgueiras Gomes). Brasília-DF: Briquet de Lemos/Livros, 1996. Disponível em: <<http://www.restaurabr.org/siterestaurabr/CICRAD2011/M1%20Aulas/M1A3%20Aula/20619171-le-coadic-francois-a-ciencia-da-informacao.pdf>>. Acesso em: 7 abr. 2015.

LINS, Ariel Brasileiro. **Museu de Arte de Brasília: fragmentos de uma política de aquisição (1985-2007)**. 2014. 72 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Museologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/10704/1/2014\\_ArielBrasileiroLins.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/10704/1/2014_ArielBrasileiroLins.pdf)>. Acesso em: 9 abr. 2015.

MARTINO, Claudio Luiz. De qual comunicação estamos falando?. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010, p. 11-25.

\_\_\_\_\_. Interdisciplinaridade e objetivo de estudo da comunicação. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010, p. 27-38.

OLIVEIRA, Emerson Dionísio Gomes de. **A exposição que sonhou com um museu**. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA, XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, São Leopoldo, 2007. p. 1-7. Disponível em: <[http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16258/3/EVENTO\\_Exposi%C3%A7%C3%A3oSonhouMuseu.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16258/3/EVENTO_Exposi%C3%A7%C3%A3oSonhouMuseu.pdf)>. Acesso em: 9 abr. 2015.

PAES, Décio. Primeiro local visitado por JK no Planalto Central ainda é pouco conhecido. **IESB, Portal de Jornalismo**, [s.d.]. Disponível em: <<http://jornalismo.iesb.br/2015/03/21/primeiro-local-visitado-pelo-presidente-jk-planalto-central-e-pouco-conhecido-por-brasilienses-e-turistas/>>. Acesso em: 4 out. 2015.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. Conceito de comunicação humana. In: \_\_\_\_\_. **A técnica da comunicação humana**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001, p. 1-42.

PERUZZOLO, Adair Caetano. A comunicação social. In: \_\_\_\_\_. **Comunicação e cultura**. Porto Alegre: Sulina, 1972, p. 34-42.

SILVA, Anna Paula da. **Entre conceitos de documentação museológica e arte contemporânea: análise do Donato como sistema de catalogação do acervo do Museu Nacional do Conjunto Cultural da República (2011-2013)**. 2013. 218 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Museologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/6178>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

VIDESOTT, Luisa. Os candangos. **Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo**, 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/risco/article/view/44721/48351>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

WILLIAM, Fábio. O que Tom Jobim e Vinícius de Moraes tem a ver com Brasília?. **Jornal da Globo**, Brasília, DF 19 abr. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2010/04/o-que-tom-jobim-e-vinicius-de-moraes-tem-ver-com-brasilia.html>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A – Roteiro de entrevista TESTE



**Entrevistada:** Marta Neves Megener

**Cargo:** Coordenadora de Oficinas de Arte e Artesanato, desde 2009

**Formação:** Artes Plásticas

- **Quais as ações culturais oferecidas no Museu Vivo da Memória Candanga?**

Gratuita e aberta ao público: curso de cerâmica; periodicidade: trimestral para iniciantes e semestral para intermediário e avançado.

Gratuita e direcionada a público específico: oficina da memória com professores da EAPE, periodicidade semestral; oficina de empreendedorismo social com grupo de artesãos, periodicidade semestral.

Particular e aberta ao público: oficina de madeira, periodicidade mensal; oficina de vidro, periodicidade semestral; oficina de gravura, periodicidade semestral; oficina de Batik, periodicidade semestral (de acordo com atual portaria vigente).

- **Quais as estratégias de divulgação dessas ações culturais?**

Meio eletrônico: mala direta pelos e-mails cadastrados, periodicidade de acordo com realização de oficinas e demais eventos; Site Secult: esporádico.

\*Meio físico: Agenda Cultural, periodicidade mensal; Folhetos regulares museu.

Outros meios: jornais e canais de TV cadastrados no mailing, eventualmente.

\*Desvinculado de cada um dos museus e agenda cultural do site desatualizada

**Obs:** as oficinas gratuitas, principalmente de cerâmica possuem boa procura com familiares inscritos ou por indicação de amigos, na semana da inscrição as pessoas interessadas telefonam bastante e a divulgação das particulares tem outros meios individuais; o museu não possui redes sociais em funcionamento.

**Brasília, 15 de maio de 2015.**

**APÊNDICE B – Questionário TESTE**

Olá!

Primeiramente gostaria de agradecer a disposição para responder algumas perguntas. Trata-se de um questionário teste que faz parte do meu Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Museologia pela Universidade de Brasília – UnB, e a sua participação é fundamental para o amadurecimento desta pesquisa. Vamos começar?

**Nome:**

**Ocupação:**

**Idade:**

- Você já conhecia o Museu Vivo da Memória Candanga (MVMC)?
- Visitou alguma exposição do MVMC? Qual(is)?
- Conhece algum canal de comunicação com o MVMC? Qual(is)?
- Como você ficou sabendo desta oficina de cerâmica?
- Sabe de outra atividade cultural oferecida pela MVMC? Qual(is)?

**Obs:**

---

---

---

---

---

Brasília, \_\_\_\_\_ de maio de 2015.

## APÊNDICE C – Tabelas de controle



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA  
Instrumento de coleta de dados/ Pesquisa TCC/ CONTROLE DE AGENDAMENTO

MUSEUS DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL (2015)						
INSTITUIÇÃO	CARGO RESPONSÁVEL	NOME RESPONSÁVEL	TELEFONO	E-MAIL	AGENDAMENTO	OBSERVAÇÃO
MEMORIAL DOS POVOS INDÍGENAS	Gerente	Álvaro Tucano	3344-9272	<a href="mailto:agendamento.mpi@gmail.com">agendamento.mpi@gmail.com</a>	Entrevista realizada quinta-feira dia 02 de julho, às 14h	
MUSEU VIVO DA MEMÓRIA CANDANGA	Gerente	Rosane Stuckert	3301-7584	<a href="mailto:mymc1990@gmail.com">mymc1990@gmail.com</a>	Entrevista realizada dia 29 de junho	E-mail enviado para esclarecimentos respondido.
MUSEU DA REPÚBLICA	Diretor	Wagner Barja	3325-6220	<a href="mailto:museunacional@gmail.com">museunacional@gmail.com</a>	Entrevista realizada sexta-feira, dia 3 de julho às 14h	
CATETINHO	Responsável	Sem responsável no momento.	3338-8803	Sem e-mail no momento.	Entrevista realizada dia 08 de julho às 14h.	AnaBel Lima (Secult) respondeu pelo Catetinho.
MUSEU DA CIDADE	Diretora	Jussara Menezes	3225-7708	<a href="mailto:centroc3p@comail.com">centroc3p@comail.com</a>	Entrevista realizada dia 27 de agosto às 15h.	
MUSEU DE ARTE DE BRASÍLIA						FECHADO

Legenda: Realizada (verde), Em andamento (amarelo), A terminar (vermelho), Fechado (cinza).

Instrumento de coleta de dados/ Pesquisa TCC/ CONTROLE DE AGENDAMENTO  
Versão 1.01 - 1.09 - Brasília - Novembro 2014 - 2015



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA  
Instrumento de coleta de dados/ Pesquisa TCC/ CONTROLE DE AGENDAMENTO

Secretaria de Cultura - GDF (2015)						
	Cargo	Nome	Telefone	Email	Agendamento	Obs.
Assessoria de Comunicação e Social	Chefe	Guilherme Lobão	3325-6230 8175-3301	<a href="mailto:guilherme.lobao@cultura.df.gov.br">guilherme.lobao@cultura.df.gov.br</a>	Entrevista realizada sexta-feira, dia 24 de julho às 10h.	
Subsecretaria do Patrimônio Cultural	Subsecretária	Isela Maria Carvalho	3325-6157	<a href="mailto:isela.mcarvalho@comail.com">isela.mcarvalho@comail.com</a>	Entrevista realizada para quinta-feira, dia 23 de julho às 14h00.	
Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural	Subsecretário	Sérgio Simão Fidalgo	3325-6162 3325-6148	<a href="mailto:sergio.simao@comail.com">sergio.simao@comail.com</a> / <a href="mailto:sergiosimao@comail.com">sergiosimao@comail.com</a>	Enviar e-mail solicitando nossos esclarecimentos via ouvidoria.	
Subsecretaria de Políticas Culturais	Subsecretária	Mariana Soares	3325-6126		Enviar e-mail solicitando nossos esclarecimentos via ouvidoria.	
Coordenação de Museus	Coordenadora	AnaBel Sousa Lima	3325-6251		Entrevista realizada na segunda, dia 20 de julho às 9h30.	
Ouvidoria	Ouvidora	Lida Ribeiro de Andrade	3325-5204	<a href="http://www.fundocul.gov.br">www.fundocul.gov.br</a>	Resposta recebida via e-mail.	

Legenda: Realizada (verde), Em andamento (amarelo), A terminar (vermelho), Fechado (cinza).

Instrumento de coleta de dados/ Pesquisa TCC/ CONTROLE DE AGENDAMENTO  
Versão 1.01 - 1.09 - Brasília - Novembro 2014 - 2015

## APÊNDICE D – Carta de apresentação

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação – FCI  
Curso de Museologia



Brasília, 15 de junho de 2015.

Ilmo(a). Sr(a).  
Responsável pelo Museu

Sirvo-me desta para apresentar a estudante **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula **11/0008570**, do Curso de Museologia, desta Faculdade de Ciência da Informação (FCI), da Universidade de Brasília (UnB). Ela está sob minha orientação no desenvolvimento de uma pesquisa que visa identificar e analisar as estratégias de comunicação dos museus do Governo do Distrito Federal (GDF).

Nesse sentido, a estudante precisa aplicar um questionário (duração máxima de 30 minutos) para compreender como funciona a área e/ou atividades de comunicação do museu. Por entendermos que essas informações são essenciais para realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da estudante, solicitamos as devidas autorizações e orientações institucionais.

Do mesmo modo, nos colocamos à disposição para eventuais esclarecimentos e nos comprometemos a citar os créditos do museu, enviar cópia da versão final do trabalho e nos colocar à disposição para somar esforços com planos dessa instituição que tanto tem agregado valor à nossa sociedade.

Na certeza de vossa compreensão e colaboração, despeço-me e agradeço.

Atenciosamente,

Elizângela Carrijo  
Professora  
Insc: 1041622 - PORTUG

**Elizângela Carrijo**

Professora | Matrícula FUB 1041622

Curriculo disponível em <http://lattes.cnpq.br/4126785926136488>

Faculdade de Ciência da Informação | Universidade de Brasília

[ecarrijo@unb.br](mailto:ecarrijo@unb.br) | + 55 (61) 8602-0122.



## APÊNDICE E – Declaração de autorização de uso e captação de áudio e imagem



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA Faculdade  
de Ciência da Informação – FCI Curso de  
Museologia

### DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula **11/0008570**, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ do \_\_\_\_\_, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

(Assinatura do entrevistado)  
Responsável pela instituição

**ANNA MARIA AMORIM**  
Estudante UnB, matrícula 11/0008570

Brasília, DF, \_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

## APÊNDICE F – Questionário aplicado nos museus do GDF




---

### UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. **Muito obrigada** por aceitar me receber e participar do processo!*

#### DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)

Nome completo:

---

Cargo/Função:

---

Escolaridade e Formação acadêmica:

---

E-mail e telefone de contato:

---

#### DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA

Nome do museu:

---

Endereço completo:

---

E-mail e telefone:

---

Data da entrevista: \_\_\_\_\_

Hora Inicial: \_\_\_\_\_ Hora Final: \_\_\_\_\_

## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?	Sim	Não	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades.			
2	Existe algum plano de comunicação no museu?	Sim	Não	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?	Sim	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais).			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu?			
4	Há estratégias para comunicar ações do museu?	Sim	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição).			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)?			

5	Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?	Sim	Não	Não sei	Outra
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos).			
6	As programações culturais do museu são informadas ao GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável.			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/ comunicados ao GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável.			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?	Sim	Não	Não sei	Outra
		8.1 Se sim, por favor, especifique.			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim	Não
Se sim, qual e-mail?	

**FIM**

*Muito obrigada por sua participação!*

## APÊNDICE G – Questionário aplicado na Secult/DF e Setur/DF




---

### UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO – ETAPA 2/ GDF

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. **Muito obrigada** por aceitar me receber e participar do processo!*

#### DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)

Nome completo:

---

Cargo/Função:

---

Escolaridade e Formação acadêmica:

---

E-mail e telefone de contato:

---

#### DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA

Órgão público:

---

Endereço completo:

---

E-mail e telefone:

---

Data da entrevista: \_\_\_\_\_

Hora Inicial: \_\_\_\_\_ Hora Final: \_\_\_\_\_

**QUESTÕES**

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades.			
2	Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?	Sim	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais).			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu?			
4	Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição).			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)?			
5	Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos).			

6	As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?	Sim	Não	Não sei	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável.			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/ comunicados a Secretaria de Cultura?	Sim	Não	Não sei	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável.			
		7.2 Se sim, por favor, especifique o que o GDF faz com os dados recebidos?			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		8.1 Se sim, por favor, especifique.			
9	Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada <b>entre</b> os museus e a sociedade do DF?				
10	Qual avaliação do GDF sobre <b>sua</b> comunicação com os museus?				

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim	Não
Se sim, qual e-mail?	

**FIM**

*Muito obrigada por sua participação!*

## APÊNDICE H – CD com arquivos de áudio das entrevistas

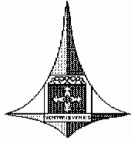
Disponível em:

<https://drive.google.com/folderview?id=0B0WhYhjF4wsffjZ1cmJiZFRRd0pDOWs2ckJTWFRIZ1hiUExYMIjZDRwNm9zNVFGSzVzdGM&usp=sharing>



## **ANEXOS**

## ANEXO A – Memorando da subsecretaria de políticas culturais



**GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL**  
**SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA**  
**SUBSECRETARIA DE POLITICAS CULTURAIS**

**DESPACHO**

Brasília/DF, 10 de setembro de 2015.

**Destino:** Ouvidoria da Secretaria de Cultura do DF/Gabinete

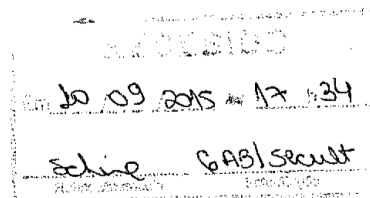
**Assunto:** Resposta à solicitação de protocolo no. 00150000068201560, enviada ao Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão – e-SIC.

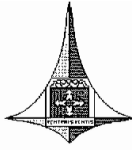
Senhora Lídia Ribeiro de Andrade,

Segue anexa a resposta à solicitação encaminhada por meio do memorando no. 110/2015-OUV/SEC/SEC, datada de 03 de setembro de 2015, em resposta à solicitação de informação por meio da e-SIC, protocolo no. 00150000068201560 pela Sra. Anna Maria Amaral.

Atenciosamente,

  
**Daniela Diniz Tavares**  
 Assessora Especial de Políticas Culturais  
 Subsecretaria de Políticas Culturais  
 Secretaria de Cultura do Distrito Federal





**GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL**  
**SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA**  
**SUBSECRETARIA DE POLITICAS CULTURAIS**

**Assunto:** Resposta à solicitação de protocolo no. 00150000068201560, enviada ao Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão – e-SIC.

Em referência à solicitação enviada ao Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão - e-SIC - no dia 21 de agosto de 2015, registrado sob o protocolo no. 00150000068201560, esclarece-se que a Subsecretaria de Políticas Culturais tem como uma de suas principais competências a avaliação e formulação de políticas públicas de cultura, em sua multisetorialidade e transversalidade.

Outra responsabilidade é coordenar a formulação, implementação, gerenciamento e monitoramento do Sistema de Cultura do Distrito Federal, Plano de Cultura do Distrito Federal e Sistema de Informação e Indicadores Culturais do Distrito Federal.

O Plano de Cultura do DF, em especial, contém sete eixos diretores. O primeiro deles diz respeito ao “Patrimônio e Infraestrutura Cultural”. Nesse eixo estão mais explicitamente contidas as estratégias e ações para a dinamização dos circuitos e de todos os equipamentos públicos culturais, incluindo os museus. Porém, todos os outros seis eixos podem também contemplar ações para o desenvolvimento da área museológica.

Dessa forma, explicitamos que os museus são competentemente geridos pela Subsecretaria de Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural, e que as ações para a área são também contempladas pelas políticas culturais formuladas e avaliadas pela Subsecretaria de Políticas Culturais desta Secretaria.

**ANEXO B – Memorando da subsecretaria de promoção e difusão cultural**



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL  
SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA  
SUBSECRETARIA DE PROMOÇÃO E DIFUSÃO CULTURAL

Memo

265/2015 – SPDC/SEC

Brasília, 10 de setembro de 2015.

Para: Ouvidoria/GAB-SECULT

Senhora Lídia Ribeiro de Andrade

Senhora Ouvidora,

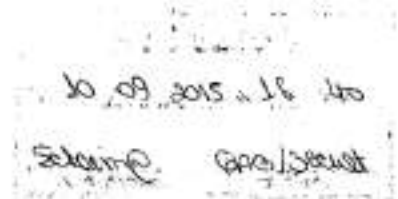
Em resposta ao Memo nº 111/2015 OUV-GAB/SECULT, datado de 03 de setembro de 2015, informo que os museus estão aos cuidados da Subsecretaria de Patrimônio, conforme a estrutura gestora da Secretaria de Cultura em consonância com as atividades desenvolvidas por aquela pasta.

Quanto a Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural, segue relacionado às atribuições relativas a esta pasta.

Atenciosamente,

  
**SERGIO FIDALGO**

Subsecretário





**GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL  
SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA  
SUBSECRETARIA DE PROMOÇÃO E DIFUSÃO CULTURAL**

A Subsecretaria de Promoções e Difusão Cultural, unidade orgânica de comando e supervisão, diretamente subordinada ao Secretário de Estado de Cultura, compete:

- I. elaborar e submeter ao Secretário o planejamento anual da Subsecretaria;
- II. promover a formação, informação e experimentação na elaboração de política em arte e cultura;
- III. planejar, acompanhar e coordenar a diretoria de promoções, na realização de eventos culturais;
- IV. coordenar e realizar direta ou indiretamente as propostas de projetos de oficinas artísticas, espetáculos musicais, cênicos e exibições cinematográficas, visando o diálogo na elaboração e implementação de políticas culturais;
- V. dialogar com todas as subsecretarias acompanhando a implementação de políticas culturais de interesse da secretaria;
- VI. Coordenar o diálogo junto a sociedade civil organizada do meio cultural, para elaboração e implementação de políticas públicas de cultura;
- VII. planejar, elaborar e acompanhar a execução da programação a ser desenvolvida pelo Sistema Cultural;
- VIII. emitir pronunciamento no âmbito de sua competência; e
- IX. desenvolver outras atividades na sua área de atuação que lhes forem conferidas ou delegadas.

A Diretoria de Promoção, unidade orgânica de direção, diretamente subordinada a Subsecretaria de Promoção e Difusão Cultural, compete:

- I. elaborar estudos técnicos e projetos para a montagem e execução da programação de eventos culturais em todas as cidades do Distrito Federal;
- II. contatar, propor e efetuar contratação de artistas de diversas áreas culturais;
- III. coordenar e executar os serviços para realizar sonorização, iluminação, montagem de palco, segurança e divulgação de eventos culturais promovidos, no âmbito da Secretaria de Cultura, inclusive apresentações da Orquestra Sinfônica do Teatro Nacional Claudio Santoro e exposições artísticas;
- IV. planejar, coordenar e fiscalizar as atividades de organização e difusão cultural;
- V. elaborar estudos técnicos e projetos de interesse da unidade a que se subordina e
- VI. exercer outras atribuições que lhes forem conferidas ou delegadas.

A Gêneria de Eventos e Produções, unidade orgânica de gerência, diretamente subordinada a Diretoria de Promoção, compete:

- I. planejar, coordenar, acompanhar e avaliar a execução das atividades relativas a eventos, programas e produções artísticas no âmbito da Secretaria de Estado de Cultura e órgãos do Governo do Distrito Federal;
- II. apresentar proposta anual de eventos e programas a serem desenvolvidos pela Secretaria de Estado de Cultura;
- III. acompanhar e avaliar os eventos e programas realizados pela Secretaria de Estado de Cultura;
- IV. realizar o cadastramento e manutenção do banco de dados de artistas e grupos culturais residentes no Distrito Federal e Região Integrada do Entorno;
- V. coordenar, avaliar e executar a produção dos eventos promovidos pela Secretaria de Estado de Cultura e órgãos do Governo do Distrito Federal;
- VI. supervisionar a execução das atividades culturais realizadas pela Secretaria de Cultura em parceria com as Administrações Regionais e executar outras atividades que lhe forem atribuídas na sua área de atuação.



**GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL  
SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA  
SUBSECRETARIA DE PROMOÇÃO E DIFUSÃO CULTURAL**

Ao Núcleo de Acompanhamento de Eventos, unidade orgânica de execução, diretamente subordinada a Gerência de Eventos e Produções, compete:

A Gerência Montagem, unidade orgânica de gerência, diretamente subordinada a Diretoria de Apoio compete:

- I. planejar, coordenar, avaliar e reparar as atividades de manutenção hidráulica e elétrica, bem como serviços e obras de qualquer natureza na Secretaria de Cultura e Próprios Culturais;
- II. planejar, supervisionar e avaliar as atividades relacionadas à montagem e desmontagem de exposições;
- III. planejar e avaliar as ações destinadas ao bom funcionamento dos Próprios Culturais;
- IV. elaborar, coordenar e executar, direta ou indiretamente, a realização do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro;
- V. elaborar e propor normas referentes à concessão dos Próprios Culturais; e executar outras atividades que lhe forem atribuídas na sua área de atuação.

Ao Núcleo de Apoio à Montagem, unidade orgânica de execução, diretamente subordinada a Gerência de Montagem, compete:

- I. desempenhar atribuições de natureza administrativa e técnico-especializada da sua área de competência;
- II. assistir a chefia nos assuntos inerentes à sua área de atuação;
- III. distribuir e executar as atividades que lhes são pertinentes;
- IV. zelar pelo uso correto dos equipamentos, pela ordem dos trabalhos e pela guarda dos materiais da unidade;
- V. efetuar programação anual de trabalho da unidade em conjunto com a chefia imediata;
- VI. registrar e atualizar dados de atividades realizadas;
- VII. orientar sua equipe para ações voltadas para a qualidade e produtividade na sua unidade;
- VIII. propor, orientar e fiscalizar o cumprimento de normas e procedimentos dentro da sua área de atuação; e
- IX. executar outras atribuições que lhe forem conferidas ou delegadas.

A Gerência da Concha Acústica, unidade orgânica de direção, diretamente subordinada a Coordenação de Promoções Culturais, compete:

I.

A Diretoria a Casa do Cantador, unidade orgânica de direção, diretamente subordinada a Coordenação de Promoções Culturais, compete:

- I. promover e apoiar a difusão da cultura brasileira, e, principalmente brasiliense, em colaboração, com os demais órgãos e entidades públicos e privados, com vistas a maior participação e divulgação dos artistas e eventos culturais realizados na Casa do Cantador e no Distrito Federal, bem como para a ampliação do acesso dos diversos segmentos sociais às atividades culturais desta Capital Federal;
- II. promover articulação intersetorial, no âmbito do Sistema Brasiliense de Cultura, necessárias à execução e integração dos programas e projetos culturais do Governo do Distrito Federal com os demais níveis do Governo;
- III. coordenar a implantação dos Fóruns de Políticas Culturais da Casa do Cantador, responsáveis pela articulação entre a Secretaria e a comunidade cultural;
- IV. articular-se com órgão e entidades públicas privadas para o desenvolvimento de ações que assegurem o alcance dos impactos econômicos e sociais das políticas na área cultural;
- V. criar e coordenar grupos temáticos na Casa do Cantador destinados à elaboração de atividades voltadas para eventos culturais comemorativos e/ou voltados para o público em geral e gratuito;
- VI. coordenar as atividades administrativas, delegando aos seus subordinados atribuições que lhe conferem;



**GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL  
SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA  
SUBSECRETARIA DE PROMOÇÃO E DIFUSÃO CULTURAL**

- VII. desenvolver trabalhos de caráter técnico em designer artístico na criação, formação e montagem de projetos gráficos culturais, bem como a comunicação, publicidade e propaganda;
- VIII. coordenar e controlar a execução de projetos, eventos e apresentações ligadas à Literatura de Cordel, Cantoria de Viola e Repente e outros;
- IX. coordenar e acompanhar a organização da CORDELTECA;
- X. desenvolver oficinas de artes com orientação técnica;
- XI. adequar os espaços artísticos para as condições indispensáveis ao bom andamento da programação artística e cultural;
- XII. controlar o cadastro de participantes inscritos nos cursos desenvolvidos pelas oficinas de artes;
- XIII. desenvolver serviços administrativos, operacional e atendimento ao público;
- XIV. elaborar a previsão da necessidade de material permanente e de consumo;
- XV. zelar pela guarda e o bom funcionamento dos equipamentos, móveis e utensílios da Casa e os colocados sob seu uso e responsabilidade; e
- XVI. desenvolver outras atividades que lhe forem atribuídas na sua área de competência.

À Diretoria de Apoio a Projetos, unidade orgânica de direção, diretamente subordinada a Subsecretaria de Política e Promoções Culturais, compete:

Gerência de Execução de Projetos, unidade orgânica de gerência, diretamente subordinada a Diretoria de Apoio a Projetos, compete:

Núcleo de Acompanhamento de Projetos, unidade orgânica de execução, diretamente subordinada a Gerência de Execução de Projetos, compete:

À Gerência de Execução de Convênios, unidade orgânica de gerência, diretamente subordinada a Diretoria de Apoio a Projetos, compete:

À Núcleo de Execução Física de Convênios, unidade orgânica de execução, diretamente subordinada a Gerência de Execução de Convênios, compete:

À Coordenação de Audio-Visual, unidade orgânica de coordenação, diretamente subordinada a Subsecretaria de Promoções e Difusão Cultural, compete:

- I. planejar, elaborar, coordenar e executar direta ou indiretamente, a realização do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro;
- II. planejar, propor, coordenar, supervisionar, controlar e fiscalizar as atividades relativas ao apoio, incentivo e fomento da produção audiovisual no Distrito Federal;
- III. elaborar e propor projetos que visem à formação e qualificação de mão-de-obra especializada;
- IV. propor a regulamentação e controlar a cessão do uso de espaços e/ou equipamentos, aos produtores culturais e/ou diretores de cinema e vídeo como forma de apoio à produção audiovisual;
- V. controlar e supervisionar as atividades realizadas no Polo de Cinema e Vídeo e no Cine Brasília;
- VI. adotar providências para a conservação e recuperação de bens patrimoniais do Polo de Cinema e Vídeo;
- VII. elaborar as escalas e execução de serviços dos servidores lotados no Polo de Cinema e Vídeo e Cine Brasília;
- VIII. emitir pronunciamento no âmbito de sua competência;
- IX. prestar apoio técnico e administrativo ao CONCIVI (Descrever sigla);
- X. proceder à elaboração e produção de mostras cinematográficas;
- XI. coordenação Geral do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro; e
- XII. desenvolver outras atividades que lhe forem atribuídas na sua área de atuação.



**GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL  
SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA  
SUBSECRETARIA DE PROMOÇÃO E DIFUSÃO CULTURAL**

A Gerência do Festival de Brasília de Cinema Brasileiro, unidade orgânica de gerência, diretamente subordinada a Coordenação de Audio Visual, compete:

- I- Idealizar, planejar e executar todas as ações relativas ao evento;
- II- Gerenciar as atividades do agenciador do evento, quanto ao processo de captação de patrocínios, bem como, pagamentos de toda e qualquer despesa por parte deste;
- III- executar outras atividades que lhe forem atribuídas na sua área de atuação.

A Gerência do Polo de Cinema, unidade orgânica de gerência, diretamente subordinada a Coordenação de Audio Visual, compete:

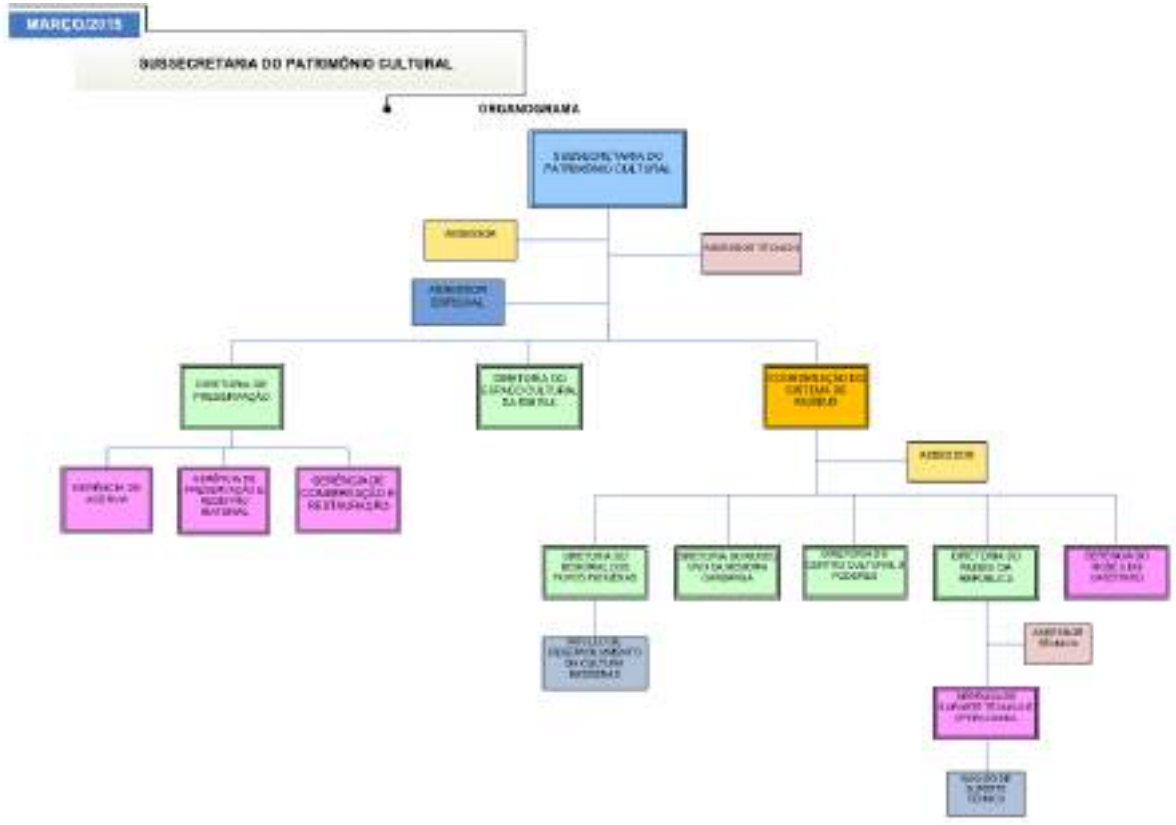
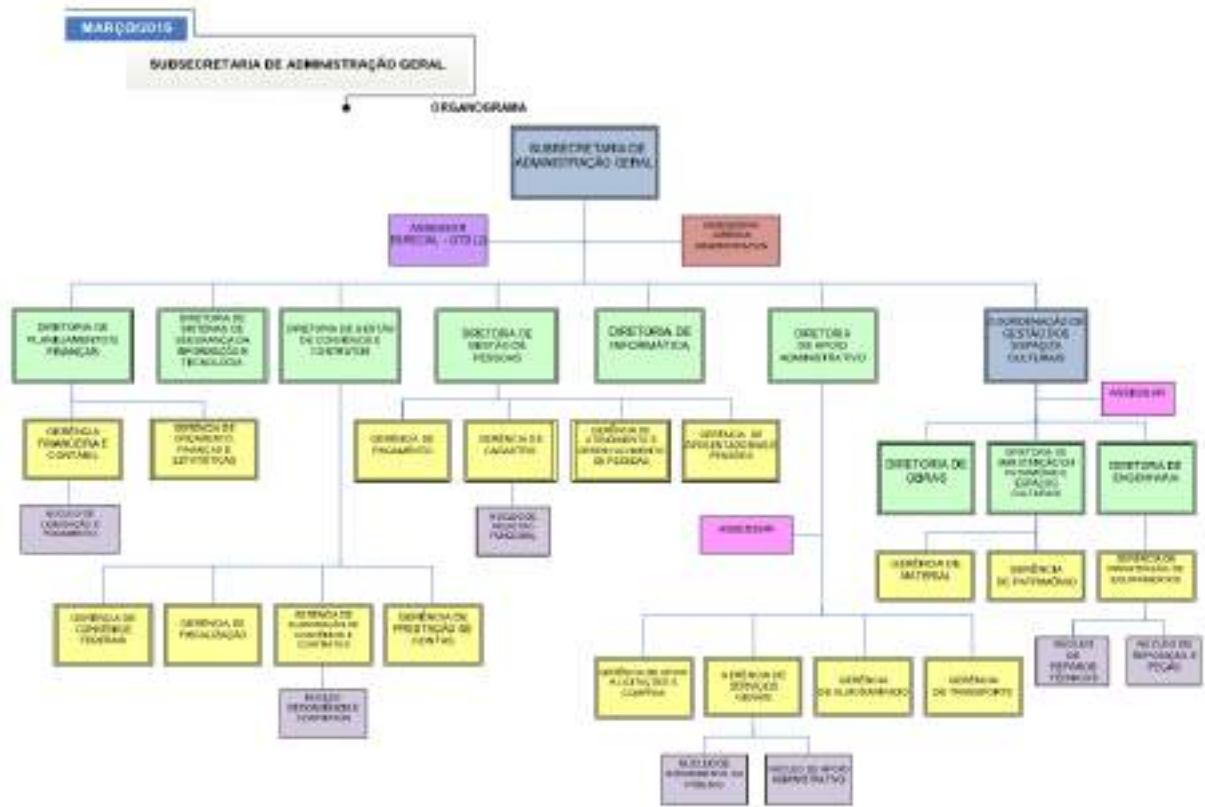
- I - planejar e executar as ações voltadas à execução de políticas para o fortalecimento e o crescimento da indústria do audiovisual no Distrito Federal;
- II - planejar e promover as ações necessárias à difusão, à preservação e à renovação das obras cinematográficas e de outros conteúdos audiovisuais do Distrito Federal, bem assim à pesquisa, à formação e à qualificação profissional;
- III - executar outras atividades que lhe forem atribuídas na sua área de atuação.

A Gerência do Cine Brasília, unidade orgânica de gerência, diretamente subordinada a Coordenação de Audio Visual, compete:

- I. controlar a entrada e saída de filmes da programação comercial ou de mostras cinematográficas apoiadas pela Secretaria de Cultura;
- II. supervisionar as escalas e execução de serviços dos servidores lotados no Polo de Cinema e Vídeo e no Cine Brasília;
- III. executar atividades de projeção de filmes 35mm;
- IV. executar os planos de suporte técnico e produções;
- V. controlar e executar as atividades de bilheteria e arrecadação providenciando os suprimentos necessários ao seu bom funcionamento;
- VI. emitir pronunciamento no âmbito de sua competência; e
- VII. executar outras atividades que lhe forem atribuídas na sua área de atuação.

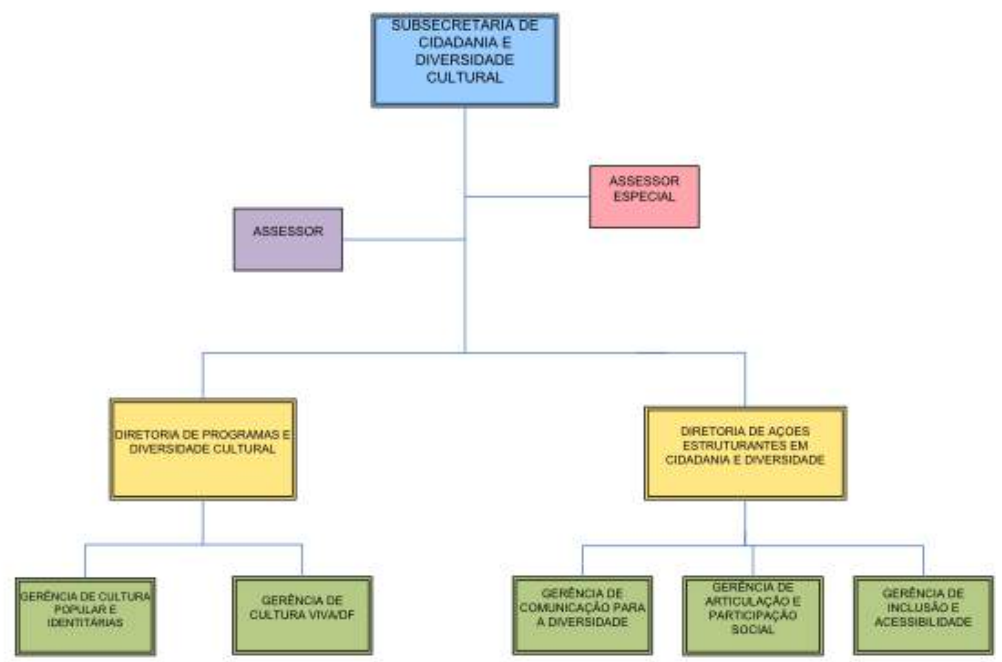




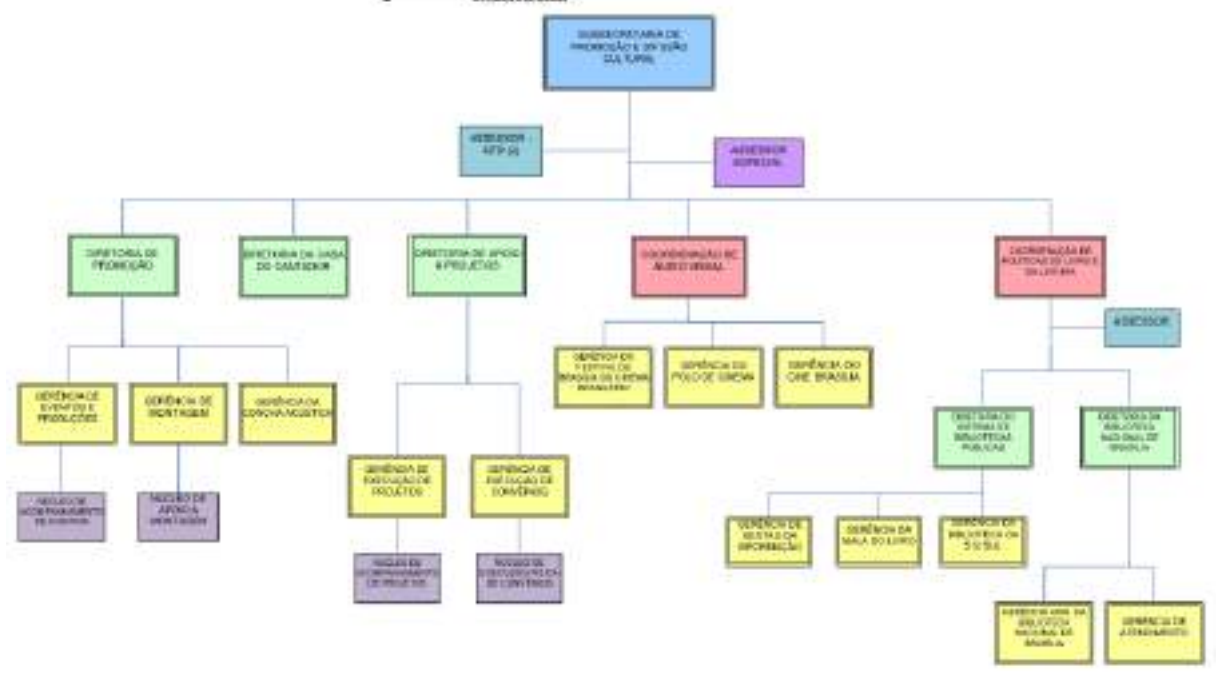




**MARÇO/2015**  
**SUBSECRETARIA DE CIDADANIA E DIVERSIDADE CULTURAL**  
**ORGANOGRAMA**



**MARÇO/2015**  
**SUBSECRETARIA DE PROMOÇÃO E DIFUSÃO CULTURAL**  
**ORGANOGRAMA**





## ANEXO D – Declarações de captação e uso de áudio e imagem



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação  
Curso de Museologia

### DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGENS

Eu, **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula **11/0008570**, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **ROSANE STUCKERT** do **Museu Vivo da Memória Candanga**, do Governo do Distrito Federal, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da UnB, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Esta declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

**ROSANE STUCKERT**  
Gerente do Museu Vivo da Memória Candanga

**ANNA MARIA AMORIM**  
Estudante UnB, matrícula 11/0008570

Brasília/ DF, 29 de junho de 2015.



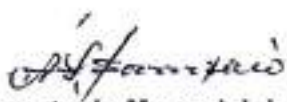
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação  
Curso de Museologia

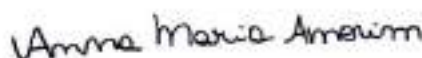
## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGENS

Eu, **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula **11/0008570**, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Álvaro Tucano** do **Memorial dos Povos Indígenas**, do Governo do Distrito Federal, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da UnB, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Esta declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambos assinamos abaixo:

 **ÁLVARO TUCANO**  
Gerente do Memorial dos Povos Indígenas

  
**ANNA MARIA AMORIM**  
Estudante UnB, matrícula **11/0008570**

**Brasília/ DF, 02 de julho de 2015.**



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação  
Curso de Museologia

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGENS

Eu, **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula **11/0008570**, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Wagner Barja** do **Museu Nacional da República**, do Governo do Distrito Federal, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da UnB, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Esta declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambos assinamos abaixo:

**Wagner Barja**  
Diretor do Museu Nacional da República

*Anna Maria Amorim*  
**ANNA MARIA AMORIM**  
Estudante UnB, matrícula 11/0008570

Brasília/ DF, 03 de julho de 2015.





UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação - FCI  
Curso de Museologia

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula 11/0008570, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Anabel Sousa Lima**, do **Catetinho**, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

**ANABEL SOUSA LIMA**

**Responsável pelo Catetinho**

*Coordenadora do Sistema de Museus  
da UnB*

*Anna Maria Amorim*

**ANNA MARIA AMORIM**

**Estudante UnB, matrícula 11/0008570**

**Brasília, DF, 08 de julho de 2015.**



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação – FCI  
Curso de Museologia

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, ANNA MARIA AMORIM, matrícula 11/0008570, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Anabel Sousa Lima**, do **Sistema de Museus da Secretaria de Cultura do Distrito Federal**, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

ANABEL SOUSA LIMA

Coordenadora ~~do Sistema~~ de Museus da Secretaria de Cultura do Distrito Federal  
da Divisão

ANNA MARIA AMORIM

Estudante UnB, matrícula 11/0008570

Anna Maria Amorim

Brasília, DF, 20 de julho de 2015.



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação – FCI  
Curso de Museologia

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula **11/0008570**, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Guilherme Lobão**, da **Assessoria de Comunicação Social da Secretaria de Cultura do Distrito Federal**, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

**GUILHERME LOBÃO**

**Chefe da Assessoria de Comunicação Social da Secretaria de Cultura/DF**

**ANNA MARIA AMORIM**

Estudante UnB, matrícula 11/0008570

*Anna Maria Amorim*

**Brasília, DF, 21 de julho de 2015.**



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação – FCI  
Curso de Museologia

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, **ANNA MARIA AMORIM**, matrícula 11/0008570, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Ione Maria Carvalho**, da **Subsecretaria de Patrimônio Cultural da Secretaria de Cultura do Distrito Federal**, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

**IONE MARIA CARVALHO**

**Subsecretaria de Patrimônio Cultural da Secretaria de Cultura/DF**

**ANNA MARIA AMORIM**

Estudante UnB, matrícula 11/0008570

*Anna Maria Amorim*

Brasília, DF, 22 de julho de 2015.



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação – FCI  
Curso de Museologia


## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, ANNA MARIA AMORIM, matrícula 11/0008570, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Jussara de Almeida Menezes**, do **Centro Cultural Três Poderes**, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

**JUSSARA DE ALMEIDA MENEZES**  
Gerente do Centro Cultural Três Poderes

*Anna Maria Amorim*  
**ANNA MARIA AMORIM**   
Estudante UnB, matrícula 11/0008570

Brasília, DF, 27 de agosto de 2015.



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação – FCI  
Curso de Museologia

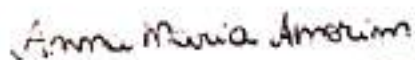

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, ANNA MARIA AMORIM, matrícula 11/0008570, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por **Jussara de Almeida Menezes**, do **Centro Cultural Três Poderes**, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

  
JUSSARA DE ALMEIDA MENEZES  
Gerente do Centro Cultural Três Poderes

  
ANNA MARIA AMORIM   
Estudante UnB, matrícula 11/0008570

Brasília, DF, 27 de agosto de 2015.




UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Faculdade de Ciência da Informação – FCI  
Curso de Museologia

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO DE USO E CAPTAÇÃO DE ÁUDIO E IMAGEM

Eu, ANNA MARIA AMORIM, matrícula 11/0008570, estudante de Museologia na Universidade de Brasília (UnB), declaro estar autorizada por Rayane Ruan, do **Observatório de Turismo de Brasília**, a sem ônus captar áudio e imagens da instituição durante o desenvolvimento de minha pesquisa no local. De igual modo, também poderei fazer uso desse material, com as devidas referências e créditos, para produção do trabalho de conclusão de curso – que a partir de 2016 estará disponível na Biblioteca Digital de Monografias da instituição, endereço eletrônico: <http://bdm.unb.br/>.

Essa declaração de autorização firma meus propósitos de cumprir e respeitar as exigências da legislação brasileira de Direitos Autorais, registradas na Lei No. 9.610/1998.

Por ser verdade, ambas assinamos abaixo:

  
Rayane Ruan Q. Velasquez  
Docente do Observatório de Turismo

ANNA MARIA AMORIM

Estudante UnB, matrícula 11/0008570

Brasília, DF, 31 de agosto de 2015.

## ANEXO E – Cópia dos questionários respondidos




---

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO**

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!*

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Rosane Stuelert

Cargo/Função:

Gerente de Museu Vivo da Memória Landanga (MVMC)

Escolaridade e Formação acadêmica:

Arte Educadora / Serviço Social

E-mail e telefone de contato:

rosanestuelert@hotmail.com**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Nome do museu:

Museu Vivo da Memória Landanga (MVMC)

Endereço completo:

Via EPIA Sul - Lote B - Núcleo Bandeirante - DF / CEP: 71735-000

E-mail e telefone:

mvmc1990@gmail.com / (61) 3301-3590Data da entrevista: 29 de junho de 2015Hora Inicial: 17:09h Hora Final: 17:25h



## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades. <p>Assessoria de Comunicação, ligada ao gabinete do Secretário de Cultura, diretora Mariana. Obs</p>			
2	Existe algum plano de comunicação no museu?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais). <p>Mala direta, por e-mail. Telefone. Facebook do museu e site da secretaria.</p>			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu? <p>Sim</p>			
4	Há estratégias para comunicar ações do museu?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição). <p>Mala direta, iminivelmente p/ Assessoria.</p>			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como é por quem)? <p>Não.</p>			

5	Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?	Sim	Não	Não sei	Outra
		X	*		
5.1 Se sim, por favor, especifique.					
Ao final de mês é enviada estatísticas p/ Secretaria de Cultura e Turismo. * Livro de assinaturas utilizadas para coleta.					
6	As programações culturais do museu são informadas ao GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		X			
6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável.					
* Mensal. Para secretaria e subsecretaria de patrimônios culturais (SUPAC). * Programação cultural opera / Atenção.					
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/ comunicados ao GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		X			
7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável.					
*					
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?	Sim	Não	Não sei	Outra
		X			
8.1 Se sim, por favor, especifique.					
Assessoria de Comunicação, Sandra Lenta. Telefone : 3325-6228. Ligar e informar.					

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim	Não
X	
Se sim, qual e-mail?	
rosinestuckent@hotmail.com	

**FIM**

Muito obrigada por sua participação!



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO**

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!*

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Alvarosa Fernandes Sampaio

Cargo/Função:

Diretor

Escolaridade e Formação acadêmica:

Segunda Grau

E-mail e telefone de contato:

alvarastukama@gmail.com

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Nome do museu:

Museu dos Povos Indígenas

Endereço completo:

Eixo Monumental, Deste S/N, CEP: 70.070 - 350

E-mail e telefone:

3344-1154 / 3345-1155

Data da entrevista: 02 de julho de 2015

Hora Inicial: 14:00 Hora Final: 14:15

## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades.			
2	Existe algum plano de comunicação no museu?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais).  <i>Via Secretaria de Cultura.</i>			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu?  <i>Dependendo do museu e da direção. Sem periodicidade ou frequência.</i>			
4	Há estratégias para comunicar ações do museu?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição).  <i>Escola de Aprendizagem... (EAPE). Na medida em que surgem eventos.</i>			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)?  <i>Professores realizam avaliações e exposições Sobre a divulgação não existe.</i>			

5	Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos). Existe livro de assinaturas (mãe, df, UF, exterior, acordamento, total) Estatísticas mensal p/ Secretaria de Turismo, Cultura.			
6	As programações culturais do museu são informadas ao GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável. De acordo com reunião grandes, secretaria de cultura, diretamente com Secretário.			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/ comunicados ao GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável. idem questões 5.			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		8.1 Se sim, por favor, especifique. Não sabe informar.			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim X	Não
Se sim, qual e-mail? abvanculane@gmail.com	

**FIM**

Muito obrigada por sua participação!



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO**

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!*

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Wagner Barja

Cargo/Função:

Director

Escolaridade e Formação acadêmica:

\* Notária Sabar em Teoria e História da Arte, Plástica e Arte Educação.

E-mail e telefone de contato:

wbarja@terra.com.br / 9648-8871 / 3325-6410

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Nome do museu:

Museu Nacional do Conjunto Cultural da República

Endereço completo:

Seter Cultural Sul, lote 2 - Esplanada dos Ministérios.

E-mail e telefone:

3325-6410 / museunacional@gmail.com

Data da entrevista: 03 de julho

Hora Inicial: 14:15 Hora Final: 15:00

\* Concedida pelo Conselho Superior de Educação, pelo Ministério de Educação em 1954, Mestre em Artes, Tecnologia da Imagem (1994/UnB) e doutorando na FCE/UnB.

## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?  obs: publicações!	Sim X	Não	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades.  Mala direta e redes sociais por função rápida de manter de atualizações. Assessoria de comunicação / Exposições.			
2	Existe algum plano de comunicação no museu?  Assessoria de imprensa	Sim X	Não	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.  Integrado com a Secretaria de Cultura. em parceria com proponentes exporifer Divulgações no exterior para visitas.			
3	Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais).  Programas culturais (exposições, cinema); Redes sociais, mala direta, etc.  3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu?  Sim. Exemplo: mídia impressa (pôsteres).			
4	Há estratégias para comunicar ações do museu?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição).  Segundo itens 1, 2 e 3.  4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)?  Sim. Pelo próprio museu, relatórios das exposições (clipping e impacto de público) Além de outros visitantes, pela contagem.			

5	Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?	Sim	Não	Não sei	Outra X
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos). Não muito público, sem mecanismos técnicos. Não se prendem as listas de assinaturas, mas sim pela contagem manual.			
6	As programações culturais do museu são informadas ao GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável. De acordo com o projeto de divulgação e/ou Apoio de Comunicação. Ver responsável.			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/ comunicados ao GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável. Anualmente para a Secretaria de Cultura. Dados quantitativos, resultados, etc.			
8	Sabe informar se há alguma prática, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		8.1 Se sim, por favor, especifique. Projeto com Secretaria de Turismo para divulgação bilingue e vídeos, além do meu, divulgando o Sistema de Museus. * * responsável temporariamente			

\* responsável temporariamente

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim X	Não
Se sim, qual e-mail?	
davi.e-mail@educacao.gov.br	

**FIM**

Muito obrigada por sua participação!





UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA  
Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!*

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Anabel Sousa Lima

Cargo/Função:

Coordenadora do Sistema de Museus da Secretaria de Cultura

Escolaridade e Formação acadêmica:

Graduada em Arquitetura e Urbanismo

E-mail e telefone de contato:

anabelslima@gmail.com / 3325-6251

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Nome do museu:

Latetinha

Endereço completo:

Km 0 - BR 040 / Gama - DF

E-mail e telefone:

museudscatetinha@gmail.com / 3338-8803

Data da entrevista: 08 de julho de 2015

Hora Inicial: 14h13 Hora Final: 14h32

## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades.			
		obs: vinculada à Secretaria Arqueologia.			
2	Existe algum plano de comunicação no museu?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais).			
		Site Secretaria e Divisão - Emails de cada museu - Arqueologia de Comunicações.			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu?			
		Sim. Site não é atualizado (exposições permanentes) e eventos esporadicamente.			
4	Há estratégias para comunicar ações do museu?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição).			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)?			
		obs: desenvolvimento			

5	Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?  obs arquivados.	Sim	Não X	Não sei	Outra
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos). Contagem de visitas, através de livros. Quantitativos, por enquanto, mensal. Na Subsecretaria de Patrimônio Cultural.			
6	As programações culturais do museu são informadas ao GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável. Exponencialmente para licenciamentos de museus (scult) ou Agência Comunicação. obs: Diretoria de Promoções (Sub. Patrimônio)			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/ comunicados ao GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável. Contagem mensal. Projeto de eventos, em vis de realizações e para divulgações.			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?	Sim	Não	Não sei X	Outra
		8.1 Se sim, por favor, especifique. Estatuto de Museus e Decreto Regulamentar Lenta de Serviço ao Cidadão (GDF) breve.			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim X	Não
Se sim, qual e-mail? amabelsimab@gmail.com	

**FIM**

Muito obrigada por sua participação!



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO – ETAPA 2/ GDF**

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!*

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Anabel Sousa Lima

Cargo/Função:

Coordenadora do Sistema de Museus da Secretaria Distrito Federal

Escolaridade e Formação acadêmica:

Superior completo - Arquitetura e Urbanismo

E-mail e telefone de contato:

anabelsima@gmail.com /

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Órgão público:

Secretaria de Cultura do Distrito Federal

Endereço completo:

Via N3 - Anexo do Teatro Nacional Cláudio Santoro

E-mail e telefone:

anabelsima@gmail.com / raphael.recult@gmail.com

Data da entrevista: 20 de julho de 2015

Hora Inicial: 09:38h Hora Final: 10:06h

## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?	Sim X	Não X	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades.  Ausência de comunicação da Secretaria.			
2	Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais). Ausência (formal, site, rádio cultura e redes, e- social - geral e de cada museu pelo gerência) 3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu? Sim. De acordo com os <sup>eventos</sup> <del>meios</del> e exposições.			
4	Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição). Obs: release e projeto de evento pela Ausência / ou diretoria, arte gráfica para divulgação. 4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)? Não. Em desenvolvimento (avaliação) pela SUPAC. Questão de auditoria. &			
5	Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos).			

6	As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?	Sim	Não	Não sei	Outra
		X			
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável. SUPAC (coordenação de aquisição) e Arquivo.			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/ comunicados a Secretaria de Cultura?	Sim	Não	Não sei	Outra
		X			
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável. Idem 6. Quantitativo mensal, sem padrão.			
		7.2 Se sim, por favor, especifique o que o GDF faz com os dados recebidos? No momento estão arquivados SUPAC.			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
			X		
		8.1 Se sim, por favor, especifique. Estatuto de museus - IBRAM (ônibus federal).			
9	Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?	Formalmente não existe e uma avaliação, porém as estratégias precisam ser revistas.			
10	Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?	Também estratégias que precisam ser revistas, formalmente ainda não existe. Questão da uniformização comunicacional.			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim	Não
X	
Se sim, qual e-mail? arabelsion@igmail.com	

**FIM**

Muito obrigada por sua participação!



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO – ETAPA 2/ GDF**

Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. **Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!**

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Jeni Maria de Carvalho

Cargo/Função:

Subsecretária de Patrimônio Cultural

Escolaridade e Formação acadêmica:

Graduação em História, pós-graduação em Antropologia Social \*

E-mail e telefone de contato:

jenimaria48@hotmail.com / 3325-6269 / 3155-3228

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Órgão público:

Secretaria de Cultura / DF

Endereço completo:

Via. N2 - Anexo do Teatro Nacional Cláudio Santoro / 70070-200

E-mail e telefone:

raphael.muller@gmail.com

Data da entrevista: 23 de julho de 2015

Hora Inicial: 14h24 Hora Final: 14h44

\* Mestrado em Museologia com especialização em Programas Educativos em Museus.

## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades. Assessoria de Comunicação do Gabinete.			
2	Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais). Rádios cultura, secretaria de cultura (museu nacional fazendo seu próprio/palco).			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu? Sim. De acordo com os eventos que há.			
4	Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição). De acordo com os eventos, podendo divulgar por seu próprio.			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)? Não sabe informar.			
5	Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra X
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos). Houve, mas no momento não existe.			



6	As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?	Sim <input checked="" type="checkbox"/>	Não	Não sei	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável. <i>Acessos de comunicação. Coordenação de Museus, subsecretaria e comunidade.</i>			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/ comunicados a Secretaria de Cultura?	Sim <input checked="" type="checkbox"/>	Não	Não sei	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável. <i>Mensal. Se são enviar ou grupos, através de e-mails com as mesmas informações. *</i> 7.2 Se sim, por favor, especifique o que o GDF faz com os dados recebidos? <i>Planejamento de necessidades, justificar dados requerimentos. * home, e-mail, perfil...</i>			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?	Sim <input checked="" type="checkbox"/>	Não	Não sei	Outra <input checked="" type="checkbox"/>
		8.1 Se sim, por favor, especifique. <i>Exposição gratuita, sem censura. Existem normas, estatuto da subsecretaria.</i>			
9	Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?	<i>Atualmente não foi feita avaliação. Boa receptividade é percebida nos eventos.</i>			
10	Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?	<i>Se estabelecendo, novo diálogo. * Visão: comunicação moderna (operativos, site pl digitalização acervo, contemporânea).</i>			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim <input checked="" type="checkbox"/>	Não
Se sim, qual e-mail? <i>comunicavalia@df.gov.br</i>	

**FIM**

Muito obrigada por sua participação!



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO – ETAPA 2/ GDF**

**Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!**

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Guilherme Iório de Queiroz

Cargo/Função:

Chefe da Área de Comunicação

Escolaridade e Formação acadêmica:

Tercero grau completo e mestrado em Comunicação

E-mail e telefone de contato:

3575-3501 / guilherme.iorio@cultura.gov.br / guilhermeliorio@gmail.com

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Órgão público:

Secretaria de Cultura

Endereço completo:

Via N2 - Anexo do Teatro Nacional Cláudio Santoro / 70070-200

E-mail e telefone:

comunicacao@cultura.gov.br / 3525-6220

Data da entrevista: 24 de julho

Hora Inicial: 10h32 Hora Final: 10h54

## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades.			
2	Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique. Está em desenvolvimento para ser implementado. * São independentes dos eventos culturais.			
3	Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais). Site do Secretarias e página no Facebook. (não há interesse em levar indivíduos). *			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu? Sim. Pelo menos um equipamento cultural por dia e/ou evento (no Facebook).			
4	Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição). Pessoas locais museu ↓ Checagem Anuária semanal informação ↓ * Horários de funcionamento em feriados e datas especiais			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)? Em um segundo momento neste momento: integração e recíproca, depois um feedback.			
5	Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos).			

\* Não operar para os museus, criação de estratégias a partir de nova gestão, assim

6	As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável. Não necessariamente na Assessoria de Comunicação, mas esta é a expectativa (questão de estrutura).			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/ comunicados a Secretaria de Cultura?	Sim	Não	Não sei X	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável. SUPAC. Coordenação dos museus (museu). 7.2 Se sim, por favor, especifique o que o GDF faz com os dados recebidos?			
8	Sabemos informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		8.1 Se sim, por favor, especifique. obs: autonomia em alguns pontos, questões de padronização			
9	Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?	Não há uma experiência, pois não há uma comunicação institucional estabelecida.			
10	Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?	Não há esta avaliação, por implementação do plano das estratégias do plano, imediato. Prioridade de novo site GDF para o ano 2016			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim X	Não
Se sim, qual e-mail? vide dos preenchidos	

**FIM**

Muito obrigada por sua participação!



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO**

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!*

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Jussara de Almeida Menezes

Cargo/Função:

Curadora do Centro Cultural Três Poderes

Escolaridade e Formação acadêmica:

Superior completo - Educação Artística \*

E-mail e telefone de contato:

entrec3p@gmail.com / 3226 - 7709 / 3525 - 6244

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Nome do museu:

Museu Histórico de Brasília - Centro Cultural 3 poderes

Endereço completo:

Esplanada dos Ministérios, Praça dos Três Poderes

E-mail e telefone:

||

Data da entrevista: 27 de agosto

Hora Inicial: 15:15h Hora Final: 15:45h

\* Habilitação em Artes Únicas

### QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação do museu?	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não sei	Outra
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades. <i>Assessoria de Comunicação.</i>			
2	Existe algum plano de comunicação no museu?	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não sei	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal de comunicação do museu com a sociedade?	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não sei	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais). <i>Redes sociais (facebook dos centros culturais) e site da Secretaria de Cultura.</i>			
		3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu? <i>Sim. De acordo com os eventos, mais frequentes (temorais e/ou mensais).</i>			
4	Há estratégias para comunicar ações do museu?	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição). <i>Divulgações dos eventos de acordo.</i>			
		4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)? <i>Sim, pela equipe de administração.</i>			

5	Existe algum estudo/pesquisa de público do museu?	Sim	Não	Não sei	Outra
		<input checked="" type="checkbox"/>			
		5.1 Se sim, por favor, especifique.			
		Estatística mensal quantitativa de len- tro cultural Três Poderes. Livro de visitas ↕			
6	As programações culturais do museu são informadas ao GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		<input checked="" type="checkbox"/>			
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável.			
		Programação mensal p/ Assessoria de Comuni- cação - SUPAC.			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre o museu são enviados/ comunicados ao GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra
		<input checked="" type="checkbox"/>			
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável.			
		Sim, para a SUPAC por semestre, além do "Poderes de Arte" e "Arte Segura": Aula de literatura no Museu Histórico de Brasília.			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais do GDF para ser utilizada pelos museus?	Sim	Não	Não sei	Outra
			<input checked="" type="checkbox"/>		
		8.1 Se sim, por favor, especifique.			
		Ausência de Regimento Interno do museu do GDF.			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim	Não
<input checked="" type="checkbox"/>	
Se sim, qual e-mail?	
centroBC3p@gmail.com	

FIM

Muito obrigada por sua participação!

⊗ Separadamente por cada equipamento cultural.  
Grupos exalar e



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - CURSO DE MUSEOLOGIA**  
**Instrumento de coleta de dados/ QUESTIONÁRIO – ETAPA 2/ GDF**

*Olá! Meu nome é Anna Maria Amorim e este questionário faz parte da minha pesquisa para conclusão do curso de Museologia da Universidade de Brasília (UnB). Meu objetivo é identificar e analisar as estratégias de comunicação dos Museus do Governo do Distrito Federal (GDF). Para isso, por favor, poderia responder as perguntas abaixo? Levará menos de trinta minutos do seu tempo e as informações contribuirão com a monografia. Muito obrigada por aceitar me receber e participar do processo!*

**DADOS DO(A) ENTREVISTADO(A)**

Nome completo:

Rayane Ruan Q. Velasquez

Cargo/Função:

Docente do Observatório de Turismo

Escolaridade e Formação acadêmica:

Mestrado em Turismo

E-mail e telefone de contato:

rayane.velasquez@setur.df.gov.br / 3234-2797

**DADOS DO LOCAL & ENTREVISTA**

Órgão público:

Secretaria de Turismo

Endereço completo:

Centro de Convenções Ulysses Guimarães, Ala Sul - 1º Andar

E-mail e telefone:

''

Data da entrevista: 31 de agosto

Hora Inicial: 15h28 Hora Final: 15h43



## QUESTÕES

No	Pergunta	Respostas			
		Sim	Não	Não sei	Outra
1	Existe alguma área, setor e/ou pessoa responsável pela comunicação dos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei	Outra X
		1.1 Se sim, por favor, identifique qual (quem) é e como funciona a área e/ou atividades. Ela surge devido dos museus (variando em tamanho) dentro da área turística.			
2	Existe algum plano de comunicação para os museus do GDF?	Sim	Não	Não sei X	Outra
		2.1 Se sim, por favor, especifique.			
3	Existe canal geral de comunicação dos museus do GDF com a sociedade?	Sim	Não	Não sei X	Outra
		3.1 Se sim, por favor, especifique (identificar quais).  3.2 Se sim, esses canais são usados para divulgar as ações culturais programadas pelo museu?  obs: portal observatório			
4	Há estratégias para comunicar ações dos museus do GDF?	Sim X	Não	Não sei	Outra
		4.1 Se sim, por favor, especifique (como é feita a operacionalização da instituição). Via e-mail, marketing. 4.2 Se sim, essas estratégias são avaliadas em sua funcionalidade (como e por quem)? Não sabe informar.			
5	Existe algum estudo/pesquisa de público dos museus do GDF?	Sim	Não X	Não sei	Outra
		5.1 Se sim, por favor, especifique (como é feito, quais instrumentos). obs: criação de formulário. Perfil (faixa etária, sexo, hábitos) via e-mail, quantitativo. (+) avaliação institucional.			

6	As programações culturais dos museus do GDF são informadas a Secretaria de Cultura?	Sim	Não	Não sei X	Outra
		6.1 Se sim, por favor, especifique qual é a frequência, o órgão e/ou responsável.			
7	Os dados estatísticos e/ou relatórios de atividades sobre os museus do GDF são enviados/ comunicados a Secretaria de Cultura?  <i>obs: Setur (quantitativos de público e informacionais de funcionamento).</i>	Sim	Não	Não sei X	Outra
		7.1 Se sim, por favor, especifique a frequência, o órgão e/ou responsável.			
		7.2 Se sim, por favor, especifique o que o GDF faz com os dados recebidos?			
8	Sabe informar se há alguma política, normativa e/ou orientação sobre estratégias comunicacionais da Secretaria de Cultura para ser utilizada pelos museus do GDF?	Sim	Não	Não sei X	Outra
		8.1 Se sim, por favor, especifique.  <i>obs: pesquisa de público (em regra há procura da parte p/ algum evento específico).</i>			
9	Qual avaliação do GDF sobre a comunicação realizada entre os museus e a sociedade do DF?	<i>Muito boa. A divulgação que recebe (museu nacional), avaliação positiva!</i>			
10	Qual avaliação do GDF sobre sua comunicação com os museus?	<i>Muito boa. Diálogo bom, mobilização de mídia de público, abertura.</i>			

Você tem interesse em receber (por mensagem eletrônica) os resultados desta pesquisa?

Sim X	Não
Se sim, qual e-mail? " "	

**FIM**

*Muito obrigada por sua participação!*

## ANEXO F – Plano diretor do Museu do Índio

### MUSEU DO ÍNDIO DE BRASÍLIA

#### Plano-diretor

Berta G. Ribeiro  
Museu Nacional, UFRJ  
Bolsista do CNPq

#### Prólogo

O Governo do Distrito Federal tomou a iniciativa de levar a cabo um projeto cultural e científico da maior importância: a implantação do Museu do Índio de Brasília. A instituição que se pretende criar tem por objetivo resgatar e divulgar as tradições culturais e o legado do primitivo habitante do Brasil, uma das matrizes básicas da nacionalidade. Mais precisamente, o Museu do Índio se propõe:

1. preservar as expressões mais autênticas da herança indígena, ainda em vigor, contribuindo para que o povo brasileiro amplie o conhecimento de suas origens;
2. recuperar o patrimônio histórico-cultural milenar do Índio, a ser devolvido, prioritariamente, a ele próprio;
3. ampliar o conhecimento da etnologia através da pesquisa e divulgação científica da cultura indígena, como agente vivo do processo histórico nacional;
- 4) combater os estigmas e a discriminação que incidem sobre o Índio, a fim de forjar e fortalecer a identidade nacional;
- 5) influir para que os órgãos governamentais e a opinião pública se conscientizem da contribuição do saber indígena à cultura brasileira e universal, ajudando, desse modo, o atendimento de suas justas reivindicações;
- 6) render um tributo a incontáveis artesãos indígenas, em sua maioria contemporâneos, cujas mãos captaram a essência dos conceitos do belo segundo as normas e valores de suas sociedades;
- 7) Estabelecer, como diretriz básica do Museu, o discurso interpretativo da aventura humana nos trópicos, em contraposição aos procedimentos museológicos tradicionais de aglomerados de peças dissociados de seu contexto sócio-cultural;
- 8) colocar a serviço do Museu os recursos modernos de comunicação audiovisual, a fim de criar a ambientação necessária à explicitação de sua mensagem; e recorrer a réplicas, a par de peças originais, para atender à necessidade de desenvolver os circuitos temáticos e seus significados;

2.

- 9) estabelecer vínculos entre o Museu e instituições científicas, educativas e culturais da capital da República e de outras regiões do país, a fim de fomentar e complementar reciprocamente suas tarefas;
- 10) enriquecer, através de exposições temáticas, cursos, conferências, pesquisas de campo e museológicas, exibição de filmes e outros registros audiovisuais, o cenário cultural e científico de Brasília.

Ninguém ignora que a política indigenista brasileira atravessa, na atualidade, uma época de crise. Vivemos um tempo em que urge repensar a ação governamental em relação ao Índio, passando de um assistencialismo eventual e mal dirigido, a soluções duradouras. É indispensável, por isso, que os responsáveis por essa ação se instrumentem a redefini-la. Cabe ponderar o que se sabe e o que se ignora, os acertos e os erros, por mais justificáveis que possam parecer. O próprio Índio deve ser alertado sobre as defasagens e percalços da ação de que tem sido objeto e conscientizado quanto à realidade social em que se insere. Apropriando-se da "crônica dos conquistadores" reescreverá, no futuro, sua própria história.

Essa é a proposta do Museu do Índio de Brasília. Sua ambição mais alta é que a comunidade indígena e a sociedade nacional se orgulhem e se beneficiem do acervo de conhecimentos e bens culturais<sup>do</sup> que o Museu se fará guardião. Que saibam valorizar o seu passado. Que compreendam a intenção de entidades e pessoas que se empenham em assegurar a sobrevivência física e a autonomia cultural dos remanescentes indígenas do Brasil. Que se convençam do apreço universal por sua arte, seus estilos de vida, seus itinerários materiais e espirituais.

O que se pretende, em suma, é reconstituir a imagem do Índio, não como um ser prístino, estranho e exótico, vinculado a um passado remoto, senão como uma entidade viva, associada à identidade nacional e a seu destino.

#### Histórico

Várias são as fontes do presente plano-diretor. Em primeiro lugar, a experiência de quem o assina: de 1953 a 1958 como estagiária e naturalista-auxiliar da antiga Divisão (hoje Departamento) de Antropologia do Museu Nacional, UFRJ e, de 1976 até a presente data - com um intervalo de 5 meses no Museu do Índio, FUNAI, Rio de Janeiro - como pesquisadora, sem vínculo empregatício, da mesma instituição.

Ao longo desses anos, dediquei-me a estudos museológicos e de campo da tecnologia, artesanato e arte indígena, contextualizados nos modos de produção e na ideologia dos grupos pesquisados. (Ver anexo 1, sumário do currículo).

3.

Outra fonte foi a implantação do Museu do Índio (Serviço de Proteção aos Índios, Rio de Janeiro), cujo projeto e realização por Darcy Ribeiro, entre 1953 e 1956, acompanhei de perto. O lema "um museu contra o preconceito", que orientou as atividades de difusão daquela instituição, sintetiza o compromisso político e ideológico a que se ateve. Essa experiência foi retomada no curto espaço de cinco meses, em que me incumbi do Setor de Museologia desse órgão, sob a gestão de Carlos de Araújo Moreira Neto, em 1985.

Uma terceira fonte foi o treinamento adquirido na formulação de um projeto de exposição na Cúria do Fórum do Senado Romano, Roma, Itália, em 1983, com a exibição das coleções do Museu Luigi Pigorini, e que deu lugar a reflexões sobre o papel social dos museus etnográficos. Elas foram resumidas numa comunicação apresentada ao grupo de trabalho "Antropologia educacional" que se reuniu durante a 14ª Reunião da Associação Brasileira de Antropologia, UnB, 1984. Essa comunicação foi publicada na Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos (INEP/MEC). (Ver: anexo 2).

Subsídio importante para o presente plano-diretor foi o estudo preparado por Darcy Ribeiro para a criação, em Belo Horizonte, do Museu do Homem vinculado à Universidade Federal de Minas Gerais, sob o patrocínio da Fundação de Desenvolvimento da Pesquisa daquela Universidade (Cf. Ribeiro, D. 1978). Esse estudo inspirou o projeto arquitetônico de Oscar Niemeyer para o referido Museu e, mais tarde, o do Museu do Índio de Brasília, cujo detalhamento deverá lastrear-se na presente proposta.

Finalmente, em dezembro de 1984, atendendo a um convite da Fundação Roberto Marinho e da Fundação Nacional do Índio, iniciei a elaboração de um projeto de exposição permanente que seria montada com o acervo da ARTINDIA, empresa de venda de artesanato indígena vinculada à FUNAI. Essa mostra seria instalada numa área de 800 m<sup>2</sup> que seria cedida pela prefeitura de Brasília junto ao edifício do Centro de Convenções.

O projeto, intitulado "Índios do Brasil: cultura e identidade", o bedeceu à mesma orientação científica e didática que imprimi ao da exposição de Roma, já mencionada. Não tendo sido obtido o patrocínio necessário à sua implementação, acabou engavetado. Cabe esclarecer que a elaboração do projeto foi estipendiada por mim, sem qualquer concurso das referidas instituições. Embora sujeito a retificações, em alguns detalhes, e à complementação na parte referente à pré-história da América, servirá como embasamento à programação arquitetônica, caso se viabilize a implantação do Museu do Índio de Brasília, constituindo sua exposição inaugural a ser exibida durante 10 anos. (Ver: anexo 3).

#### Temática da exposição inaugural

Um dos objetivos de um museu de etnografia em países do Terceiro Mundo, como o nosso, deve ser o de contribuir para a reconciliação de nossas origens pluri-étnicas. Ao Museu do Índio de Brasília, devotado à preservação e exibição dos bens culturais do primitivo habitante do Brasil, cabe tornar presente, no nível da consciência, à população da capital do País, homogeneizada e unidimensionada por efeito dos meios de comunicação de massa, as fontes da identidade nacional.

Neste sentido, a ação educativa e comunicativa do Museu do Índio deve voltar-se ao debate da ampla e complexa problemática da sobrevivência das populações indígenas remanescentes no Brasil, da contribuição que deram historicamente à formação do "ser nacional", da diversidade e riqueza de suas culturas, raiz profunda da identidade cultural do povo brasileiro.

Para esse efeito, deve-se partir de um conceito amplo de cultura, a exemplo da definição do secretário geral da UNESCO, Amadou Mathar M' Bow, para quem, cultura

"é ao mesmo tempo aquilo que uma comunidade criou e que chegou a ser graças a essa criação; o que produziu em todos os domínios em que exerce sua criatividade; e o conjunto dos traços espirituais e materiais que, ao longo desse processo, chegaram a modelar sua identidade, distinguindo-a de outras".

Semelhante definição objetiva a englobar no processo cultural todas as realizações de um povo, seus valores e formas de expressão, suas práticas e conhecimentos, que não se restringem ao saber erudito e elitista a que tem acesso uma minoria privilegiada nos países subdesenvolvidos. A ampliação do conceito de cultura deve despertar no visitante de um museu etnográfico idéias de relativismo cultural, de superação do etnocentrismo, na medida em que lhe são apresentadas soluções alternativas para enfrentar problemas humanos comuns: os da subsistência, de convívio e reprodução social.

Dessa forma o público se conscientiza de que o fenômeno humano assume características diversas segundo o espaço geográfico e as etapas do processo tecnológico em que se realiza. E, sobretudo, da validade de suas manifestações como reforçamento de uma identidade local, regional ou nacional. Conscientiza-se, outrossim, sobre as potencialidades da cultura regional tendo em vista a melhoria da qualidade de vida de imensas populações interioranas desassistidas pelos centros urbanos.

A atuação educativa de um museu etnográfico deve sintetizar esses diferentes contextos que conformam o universo da cultura brasileira; deve enaltecer suas dimensões humanas, pese as gritantes diferenças que possam ter com relação ao tipo ocidental de cultura em que

5.

se inserem as populações urbanas do nosso país.

Impõe-se, sobretudo, como objetivo nuclear da política educacional de um museu etnográfico, despertar o respeito a todas as formas de expressão cultural, a diferentes visões do mundo e a contextos culturais específicos, como são os indígenas.

Para a concretização dessa proposta, a ação do Museu do Índio de Brasília deverá orientar-se segundo os pressupostos enunciados no prólogo do presente plano-diretor. Dentro desse espírito foi planejada a temática de sua exposição inaugural, que terá como meta mostrar:

- 1) a beleza e a densidade da cultura indígena e a importância do seu legado à cultura brasileira e universal;
- 2) as compulsões que os Índios enfrentaram ao longo de nossa história e que, não obstante tudo, continuam aferrados à sua identidade étnica.

Como se vê, o projeto da exposição inaugural foi concebido de modo a oferecer, por um lado, uma visão antropológica das culturas indígenas do passado e do presente e, pelo outro, uma abordagem, por assim dizer, jornalística, dos problemas que os remanescentes tribais enfrentam para sobreviverem como faces diferenciadas da sociedade nacional.

Em função de sua temática, a exposição inaugural será denominada "Índios do Brasil: cultura e identidade". Os principais temas a serem abordados - dependendo da disponibilidade do acervo e da viabilidade de traduzi-los em linguagem museológica - serão:

- I - Origem e antiguidade do homem nas Américas
  - a) Principais culturas pré-colombianas no Brasil
- II - O Brasil em 1500
  - a) Quantos seriam os Índios da América pré-colombiana
  - b) O Índio e o europeu quinhentista
- III - Contribuição do Índio à cultura brasileira e universal
  - 1) O saber indígena: uma civilização vegetal
    - a) O saber etnobotânico: plantas silvestres e cultivadas
    - b) O saber etnozoológico: tabus alimentares e o equilíbrio do ecossistema
  - 2) As artes da vida: transformação da matéria bruta em matéria-prima e suas aplicações
  - 3) Os meios de subsistência
    - a) Práticas agrícolas e integração homem/roça/fauna
    - b) Remanejamento da floresta, campos cerrados e capoeira
    - c) Caça, pesca, coleta
- IV - A reprodução da sociedade
  - a) Ciclo de vida e ritos de passagem
  - b) Uso e simbolização do espaço
  - c) O mito, o rito e o objeto ritual

6.

- V - Índios do Brasil, hoje
- a) Como se distribui a população indígena
  - b) As frentes de expansão e os últimos refúgios
  - c) Áreas culturais indígenas: ainda um mosaico de línguas e culturas
- VI - O Índio perante a Nação
- a) A questão indígena e o problema da terra
  - b) A busca de uma identidade
  - c) A legislação indígena e os custos da cidadania
  - d) Educação e permanência histórica do Índio
  - e) Artesanato e identidade étnica

Trata-se, como se vê, de um projeto ambicioso, tanto no plano dos propósitos quanto, e sobretudo, da realização, a qual só se tornará possível na medida em que se lograr a integração de textos com iconografia e objetos, em proporções praticamente iguais. Revisto e completado, o projeto servirá de base a um catálogo-guia que o visitante consultará antes, durante ou após a visita à exposição. Servirá, também, como material educativo, não só para os quadros da FUNAI como para os próprios índios, já alfabetizados, para professores e escolares de primeiro e segundo grau, que constituem a principal clientela de um museu.

O esforço me parece válido na medida em que representa uma tentativa de utilizar um meio de comunicação visual para transmitir idéias, conceitos e argumentos destinados a conscientizar a influente opinião pública de Brasília sobre o drama histórico dos povos indígenas. Neste sentido, a mostra se somará a outros esforços que vêm sendo feitos para que os responsáveis pelo destino da Nação assumam a dívida moral e ética que contraímos com o primitivo habitante. Somente na medida em que despertarmos a consciência nacional para a problemática indígena - conscientização esta dirigida, em primeiro lugar, pelas próprias lideranças indígenas - poderemos garantir sua sobrevivência e resgatar nossa própria história e identidade.

Para implementar este projeto necessitaria contar com a colaboração, a título de consultoria, de:

- um antropólogo com conhecimento de etnohistória e indigenismo para proceder ao levantamento complementar de bibliografia e iconografia;
- um arqueólogo para desenvolver o tema que iniciaria a exposição: povoamento da América e culturas pré-colombianas;
- um bibliotecário que ajudaria nos levantamentos bibliográficos e iconográficos;
- um fotógrafo que se encarregaria de preparar os negativos e cópias-contato das fotos faltantes a serem posteriormente ampliadas para ilustrar os temas da exposição;
- um desenhista que prepararia os mapas e ilustrações a traço.

E, ainda, de uma verba para fazer face às despesas de aquisição



7.

sição de filmes, papel fotográfico, revelação, pagamento de serviços de datilografia, xerox e correio.

Planejamento arquitetônico e  
programação visual

O projeto da exposição inaugural, acima referido, que, em seu detalhamento, contém 10 macro-temas (ou circuitos temáticos) divididos em 287 temas-textos, correspondendo a desdobramentos dos circuitos temáticos (comportando ou não ilustrações de peças, fotos e mapas), servirá de base não só ao planejamento arquitetônico do edifício-sede que abrigará o Museu, como também à programação visual da mostra.

A par do espaço previsto para a exposição permanente, calcado no detalhamento do projeto da exposição inaugural, deverão ser feitas especificações para o planejamento arquitetônico de outras unidades do Museu, a saber:

1. espaços externos para exposições especiais e, sobretudo, para o jardim botânico que abrigará plantas nativas e cultivadas pelos povos indígenas: plantas manufatureiras (palmáceas, bromeliáceas, malváceas, aráceas, etc.); plantas alimentícias; plantas medicinais; plantas da roça e da aldeia; outras plantas úteis.
2. Espaço para a construção de uma maloca indígena - do alto Xingu, alto rio Negro ou outra - que não só servirá como demonstração de um modelo de arquitetura indígena, como também para atividades escolares e recreativas extra-classe da população infantil em visita ao Museu do Índio.
3. Local para instalação de serviços gerais, tais como: recepção, portaria, sanitários, loja para venda de artesanato e de livros pertinentes à temática do Museu e da etnografia indígena em geral.
4. Reserva técnica devidamente climatizada, segundo exigências climáticas do planalto central, para armazenar as coleções museológicas e laboratório para a conservação e restauração do acervo.
5. Auditório para cursos e conferências e uma sala menor para projeção de filmes, slides e audiovisuais.
6. Área para exposições temporárias a ser denominada "Sala do artista indígena", a exemplo da congênere do Museu do Folclore Edison Carneiro. Aí serão exibidos, alternadamente, artesanatos elaborados por diferentes grupos indígenas e colocados à venda por representantes dos produtores que, desse modo, entrarão em contato direto com seu público.
7. Salas para a administração do Museu e seu corpo técnico: antropô-

8.

logo, museólogo, bibliotecário, animador cultural.

8. Sala para a catalogação e indexação do acervo, arquivo e documentação.
9. Sala para pessoal administrativo (guardas, etc.), e pessoal de conservação.
10. Oficina de montagem de exposições, de conservação do prédio e dos jardins, provida do equipamento necessário a esses serviços.
11. Restaurante
12. Pátio para estacionamento de carros.

O conjunto arquitetônico foi concebido por Oscar Niemeyer como uma maloca indígena. Especificamente, um anel circular à maneira de casa-aldeia dos índios Yanomâmi. (Ver: anexo 4). A par de sua beleza e funcionalidade, esse risco fará com que o visitante comum - criança ou homem do povo - não se sinta constrangido em ingressar no Museu. Isso ocorre, comumente, mesmo no caso de museus ditos de "cultura popular" instalados em edifícios suntuosos.

Nestas condições, o projeto arquitetônico em si e as opções museológicas tomadas constituir-se-ão num aval para "deselitizar" o museu, tornando sua mensagem acessível e de fácil assimilação. Esse papel será desempenhado, principalmente, pelas exposições contidas na Casa Indígena, no jardim e parque que rodearão o edifício-sede, parque este que obviará a secura do clima de Brasília, contribuindo para a conservação das coleções.

Dessa forma superaremos as barreiras prevaletentes entre a comunidade e o museu, que tende a encará-lo como uma instituição hermética, obsoleta e supérflua. Ao contrário disso, o cidadão comum encontrará uma identificação com os objetos ou temas ali expostos: a casa de farinha, o equipamento de pesca, o mundeu e a arapuca, a construção de pau-a-pique. Ou seja, os artefatos de uso diário do candango em seu local de origem.

Conseqüentemente, as populações carentes, que constituem a maioria da população de Brasília, valorizarão o pote de barro, a rede de dormir, a esteira, a peneira, o cesto-baú, o pilão, o banco, talhados artesanalmente, os quais tendem a substituir por manufaturas kitch. Verão que os objetos selecionados para a exposição não são os confeccionados em série, senão os que representam a mais autêntica expressão da criatividade artesanal. Perceberão, também, que no nível adaptativo - isto é, de domínio da natureza para o provimento da subsistência - a ponte que une a cultura indígena à cultura rústica brasileira é muito maior do que geralmente se supõe.

A exibição desses objetos, por assim dizer triviais e cotidianos,

9.  
devidamente contextualizados, contribuirá para que a população se conscientize sobre a importância de preservar o patrimônio de saber e de fazer que pejorativamente chamamos "arcaico" ou "inculto", valorizando-o como um bem cultural inestimável.

A integração museu/visitante se dará, inclusive, pela desvitrinização das peças, exceto aquelas que, por sua fragilidade ou pequena dimensão, exigem esse tipo de protetor. Principalmente na Casa Indígena, desprovida de assoalho, elas ficarão ao alcance da mão e do manuseio: tanto a rede, quanto o pote, o arco e flechas ou o cesto, a canoa e o remo. A Casa, a ser construída pelos próprios índios, com a matéria-prima pertinente, será guarnecida de objetos que normalmente se encontram na habitação tribal tradicional. Nela o artesão indígena, em visita à capital, poderá fazer seus artesanatos. E o escolar, moldar cerâmica, trançar cestos, ou talhar madeira à maneira indígena. Dessa forma, o visitante, sobretudo crianças e jovens, deixará de ser mero espectador. O professor será o próprio artesão índio, que também será chamado a identificar os objetos de sua cultura, os materiais de que são feitos, seus códigos simbólicos e funcionais. Esse tipo de atividade, que poderia ser chamada etno-museologia, e que se estende à restauração de peças, já vem sendo praticada, com êxito, pelo Museu Goeldi, de Belém do Pará, Museu Paulista e Museu Plínio Ayrosa, ambos da Universidade de São Paulo. Tal como a figura do curador indígena, o plano-diretor do Museu do Índio de Brasília prevê a do curador visitante, de que tratarei mais tarde.

Cabe ponderar que a singeleza do suporte físico do Museu não implica em rusticidade, preconceito em que incorre a museografia tradicional ao exibir produtos de cultura indígena ou popular. Linhas simples e despojadas oferecem uma ambientação mais descontraída para esse tipo de material.

Além do projeto arquitetônico, a programação visual da exposição, da reserva técnica e demais anexos do Museu será entregue ao escritório de Oscar Niemeyer, o que garante a sua adequação às necessidades e conceitos aqui expostos. Muitos deles foram testados na prática por Ione Carvalho no Rio Grande do Sul, no Equador e na Nicarágua. (Ver: referências bibliográficas - manusc. 1984). O Museu de Folclore Edson Carneiro é outro exemplo edificante da validade dessa nova concepção de museu, integrado à comunidade que lhe cabe servir. (Ver: R.G. Lima 1985).

#### A constituição do acervo

O projeto da exposição "Índios do Brasil: cultura e identidade" previa a utilização do acervo da Artíndia, de cerca de 1.500 peças, exposto, em parte, no Centro de Convenções de Brasília. Trata-se de artesanatos contemporâneos coletados, seja nas aldeias indígenas,

10.

por ocasião dos moitarãs <sup>(1)</sup> promovidos pela Artindia uma vez ao ano, seja confeccionados espontaneamente pelos Índios para o mercado externo. Dentre a multiplicidade de artefatos oferecidos ao comércio artesanal, a Artindia seleccionou aqueles que se impunham pelo seu valor estético, o virtuosismo da execução e a autenticidade da concepção e das matérias-primas empregadas. Esse acervo representa, portanto, a produção atual de tribos vivas.

É de se assinalar que coleções antigas, como as do Museu Nacional, foram constituídas, com honrosas exceções, segundo esse mesmo critério de seleção. As mais representativas e documentadas são as que foram reunidas por etnólogos, interessados nas manifestações materiais da cultura, no curso de suas pesquisas de campo.

Para que possamos contar com essa coleção da Artindia, o Museu do Índio de Brasília deverá firmar um convênio com a FUNAI mediante o qual essa fundação cederá em comodato, pelo período de 30 anos, o referido acervo. Sua complementação exigirá novos colecionamentos, principalmente entre tribos contactadas nas últimas três décadas. Ao que se saiba, elas não estão representadas em nenhum museu do país. Tais coleções poderão ser encomendadas a antropólogos que realizam pesquisas de campo junto a esses grupos, ou a funcionários da FUNAI.

Cabe observar que o acervo do Museu do Índio de Brasília não deverá ser incrementado a esmo, e sim em função da sua exposição permanente, de exposições temporárias realizadas em suas dependências e de exposições itinerantes a serem enviadas a escolas do Distrito Federal e cidades vizinhas.

Dentro dessa perspectiva, recomenda-se firmar convênios com instituições museológicas para a troca e a circulação de coleções. Recomenda-se, outrossim, aceitar doações de particulares que, frequentemente, conservam em suas casas coleções preciosas porque não confiam que sejam bem cuidadas por órgãos públicos. E, ainda, coleções entregues à guarda de instituições que não tem condições de conservá-las e expô-las convenientemente. É o caso da coleção do alto Xingu feita por Eduardo Galvao para a Universidade de Brasília, cedida à Fundação Nacional pró-Memória.

Formalizada a decisão de implantar o Museu do Índio de Brasília, a primeira providência será efetuar o levantamento e documentação do acervo da Artindia. A par disso, recomenda-se continuar o que vinha sendo feito pela coordenadora do <sup>presente</sup> plano-diretor no Museu do Índio do Rio de Janeiro. Suas coleções remontam à época da criação do Serviço de Proteção aos Índios pelo Marechal Rondon, na primeira década do século. Tendo sido transferido de um prédio no Maracanã, para o atual

(1) Termo tupi empregado no alto Xingu para significar rituais de troca intertribal. No dia do índio (19 de abril), a Artindia promove uma feira-mostra de uma dada tribo, reservando para seu acervo as peças mais elaboradas.

11.

endereço, há cerca de 10 anos, algumas de suas coleções continuam encaixotadas. Por isso é impossível consultá-las ou ter uma idéia exata de sua presença na reserva técnica. Alguns espécimes pertencentes a esse museu deveriam ser solicitados à FUNAI para figurar nos circuitos temáticos da exposição programada.

Vencida a etapa de organização do acervo etnográfico do Museu do Índio de Brasília, apresentar-se-á a tarefa de proceder à descrição dos objetos e seu registro em fichas catalográficas. Ou seja, num formulário-padrão a ser elaborado pelo Programa Nacional de Museus em consulta com analistas de sistemas. Para isso será necessário criar, previamente, uma linguagem documental, uniforme e sintética, passível de utilizar sistemas mecânicos de registro e cruzamento de dados, ou seja, lançando mão dos recursos da informática.

Esse esforço, que culminará com a elaboração de um dicionário de termos definidores dos artefatos, técnicas e matérias-primas indígenas, estruturados à maneira de um thesaurus, já está sendo empreendido por mim em colaboração com a museóloga Adalgisa Bomfim d'Eça, do Programa Nacional de Museus, do Ministério da Cultura. (Ver: anexo 5, resumo do projeto Nomenclatura das coleções etnográficas).

Como consultoras participam as antropólogas Lúcia H. van Welthen, curadora das coleções etnográficas do Museu Paraense Emílio Goeldi, Sônia Ferraro Dorta, que exerce a mesma função no Museu Paulista, Dominique Gallois, no Museu Piñío Ayrosa e as museólogas Lúcia da Silva Bastos e Fátima Regina Nascimento, bem como o antropólogo e arquiteto Hamilton Botelho Malhano, os três últimos vinculados ao Museu Nacional.

O projeto de catalogação de coleções etnográficas com normalização vocabular para uso de computador será continuado no Museu do Índio de Brasília, como tarefa prioritária. A indexação das coleções segundo a referida proposta tornará possível sua consulta como ocorre, normalmente, com os livros de uma biblioteca. Para isso, a reserva técnica deverá <sup>ser</sup> minuciosamente planejada no projeto arquitetônico.

A identificação dessas coleções e sua documentação será entregue a antropólogos que se especializam em determinada área ou uma tribo dada. E, sempre que possível, a membros dessas tribos. Para isso serão convidados a tornar-se, durante um certo período, curadores dessas coleções. Ou então curadores visitantes de um projeto de exposição, a exemplo do que ocorreu no caso da mostra organizada pela Smithsonian Institution subordinada ao tema: "Celebração. Um mundo de arte e ritual". Nesse caso, a colaboração do Prof. Victor Turner, antropólogo conhecido mundialmente por suas obras no domínio do ritual, foi decisiva para o planejamento e execução da mostra. (Ver: referências bibliográficas, Turner 1982).

12.

É de se assinalar que tarefas de tal vulto exigem a colaboração não remunerada de estudantes e voluntários. Esse sistema é adotado pelos museus norte-americanos em que senhoras de classe média alta prestam serviços de catalogação e arrecadação de fundos.

Em nosso caso, será preciso convocar a própria comunidade para que se engaje nas propostas do museu, concebido como um veículo pedagógico e comunicador de amplo espectro cultural.

#### Atividades científicas e educacionais

A par de suas funções específicas, educativas e comunicadoras, o Museu do Índio de Brasília deverá ser implementado como uma Casa da Cultura Indígena, destinada a registrar seu patrimônio ancestral e tornar-se eco de seus anseios de auto-reconstrução.

Mencionamos, anteriormente, dois projetos museológicos da maior significação prática e acadêmica, que detalharemos a seguir: a nomenclatura das coleções etnográficas, cuja metodologia será aplicável a acervos semelhantes do Brasil e do exterior, e a curadoria de determinadas coleções por especialistas em uma dada área cultural, ou tribo, ou por membros da tribo.

Para tornar esses estudos praticáveis, a reserva técnica deverá ser organizada de modo a tornar acessível sua consulta, procedendo-se à localização topográfica das peças como ocorre nos arquivos e bibliotecas. Para isso concorrerá, enormemente, a indexação das coleções segundo a proposta já referida.

Cabe reconhecer que são ainda poucos os especialistas - etnólogos, indigenistas, missionários e os próprios Índios - interessados em conhecer e estudar coleções etnográficas. Entretanto, a organização do acervo e sua armazenagem de forma racional, facultará, certamente, o incentivo a esse tipo de consulta e, também, a estudos específicos de cultura material indígena, quanto a seus aspectos cognitivos e simbólicos.

Acresça-se a isso que, a consulta a acervos de museus etnográficos se fará cada vez mais imperiosa para os próprios Índios, à medida em que avançarem no processo de aculturação e sentirem a necessidade de recuperar seu patrimônio ancestral representado pelo sistema de objetos de cada cultura.

Isto já ocorre, no que se refere a tribos do Nordeste e do Sul do país que, constantemente, reclamam a reprodução de registros iconográficos de monografias etnológicas para reaprenderem a feitura de seus artefatos, seja para uso interno, seja, sobretudo, para a venda a um mercado externo.

13.

O acesso a coleções etnográficas - tal como o pesquisador dispõe em relação a livros e documentos escritos - dará igualmente um novo impulso aos estudos de cultura material, praticamente abandonados nas últimas décadas entre nós. Ou seja, os de tipo puramente museológico - como a comparação observada no caráter e freqüência de artefatos de uma dada tribo, em determinado período - ou, ainda, os estudos de campo, contextualizados no universo cultural indígena; ou a combinação de ambas as abordagens, o que é mais recomendável.

Os antropólogos dedicados a estudos dessa índole - quase todos ligados a museus etnográficos - revelaram, na introdução dos resultados de seus trabalhos, as dificuldades que encontraram para o seu museio, comparando os métodos de trabalho em museus a escavações arqueológicas <sup>(1)</sup>.

Outro subproduto do projeto, tão importante quanto as finalidades que busca alcançar, acima expostas, será contribuir para formar antropólogos e museólogos habilitados a desempenhar as funções de curatoria e pesquisa requeridas por um museu etnográfico.

Para isso, e para outras linhas de pesquisa, o Museu do Índio de Brasília deverá entrar em contato com a Universidade de Brasília, a Fundação Nacional pró-Memória e outras instituições, estabelecendo vasos comunicantes para evitar duplicação de pessoal e recursos técnicos. Celebrados os necessários convênios, o Museu poderá oferecer cursos sobre as potencialidades do estudo da cultura material, técnicas de restauração, etc. A recente publicação de três volumes da Suma etnológica brasileira, respectivamente, sobre Etnobiologia, Tecnologia indígena e Arte Índia, demonstra a importância científica e documental das informações que encerram. (Ver: D. Ribeiro (editor) 1986, referências bibliográficas).

Exemplar quanto a outra linha de pesquisas, igualmente com aplicação prática, seria o projeto Interação Museu/Escola. Como proposta inicial, ele objetivaria avaliar a atitude de alunos do 1º e 2º graus de escolas públicas do plano piloto para com a questão indígena. Ou seja: 1) inquirir seu conhecimento dessa questão e as bases em que ele se fundamenta; 2) verificar se a criança, em início de escolarização, tem preconceitos contra o Índio, e de que natureza são. A hipótese que se coloca é que, além de outros fatores - cinema, outros meios de comunicação - a escola, através de conceitos emitidos pelos professores e livros escolares, contribui para formar uma idéia errônea do Índio, baseada em prénoções que remontam ao período colo-

(1) Ver: Dolores Newton (1971) e Lúcia Hussak van Welthen (1984) na lista bibliográfica anexa.

nial.

Em função disso, propõe-se uma pesquisa destinada a ser não apenas um trabalho acadêmico, de análise metódica dos estereótipos infanto-juvenis concernentes ao primitivo habitante, mas também a induzir à mudança dessa ideologia.

Essa seria uma das metas do Museu do Índio de Brasília, a ser criado com a finalidade de combater o preconceito contra o Índio. A pesquisa objetivaria, portanto, uma interação do Museu com a comunidade local, principalmente escolar, para que os alunos pudessem encontrar nele um centro de atividades extra-escolares, de aprendizado e de lazer.

E, mais, ao aperfeiçoar o serviço educacional do Museu, contribuir para melhorar os procedimentos pedagógicos que resultem numa reflexão sobre: a) o papel do Índio em nossa formação histórica e cultural; b) os problemas que enfrenta para sobreviver e conservar as tradições herdadas de seus antepassados; c) o valor histórico e cultural da adaptação ecológica e do conhecimento da natureza de que o Índio é possuidor, e que vem sendo secularmente desperdiçado.

Como se sabe, a escolarização atua como um filtro que seleciona informações transmitidas ao educando segundo as quais, valores e estilos de vida que divergem dos da sociedade dominante são aberrações ou "fósseis do espírito humano", no caso das populações aborígenes. A autoridade do professor, e dos conceitos emitidos nos livros didáticos, não deixam lugar a dúvidas ou a questionamentos. O próprio educador recebe a influência da hierarquização do saber, aceitando, muitas vezes, sem exame crítico, uma visão estereotipada da realidade social.

Num artigo intitulado "Antropologia e Educação na Sociedade Complexa" Hugo E. Lavisolo afirma que, em contraposição à estranheza que suscitam os costumes de outros povos, os da nossa própria sociedade são tidos como "naturalmente naturais" (1984:58). Mostra que o papel da antropologia tem sido o de tornar o "estranho familiar", ou seja, o de naturalizar o dado etnográfico.

"Tornar o estranho familiar" é, sem dúvida, o papel educacional e político de um museu etnográfico. Assumir esse papel é crucial em países do Terceiro Mundo, como o nosso, em que a dominação colonialista de um estrato étnico, pretensamente superior, justificou a espoliação, o extermínio e a repressão dos estilos de vida e de expressão cultural das populações aborígenes e do negro escravo.

Essas justificativas estão claramente formuladas nos compêndios de história do Brasil. Em outras palavras, o livro didático transmite uma imagem convencional, uniforme, estática e fria de todos os grupos tribais. Ignora a copiosa bibliografia etnológica que elucidada



15.

a riqueza do mosaico das culturas indígenas do Brasil, as quais variam segundo a adaptação ecológica e o momento histórico em que são observadas.

Ao contrário disso, transmitem a visão dos colonialistas dos séculos XVI e XVII, contrastando o índio ao europeu da época da conquista, o qual, face ao "primitivismo" dos povos ágrafos que aqui encontrou, é reverenciado como herói civilizador.

Cabe ao Museu do Índio de Brasília, em consonância com os princípios que orientarão sua criação, investigar mais a fundo esses estereótipos, a fim de instrumentar-se a combatê-los. E, ao mesmo tempo, contribuir para a formação de antropólogos, museólogos e educadores habilitados a exercer as duas funções básicas de um museu dentro de uma nova concepção da instituição: preservar e estudar os bens culturais que se encontram sob sua guarda e estabelecer um diálogo com a comunidade a que se propõe servir, sobre tudo a sua clientela infanto-juvenil.

Um projeto dessa envergadura só pode ser implementado com a colaboração da Universidade de Brasília e as Secretarias de Educação e Cultura do Distrito Federal, sob a orientação do corpo técnico do Museu do Índio. Este, como mencionamos anteriormente, deverá contar com um animador cultural. Poderá ser antropólogo, sociólogo, museólogo ou educador, mas cuja virtude mais alta seja a capacidade de estabelecer relações de horizontalidade com a clientela do museu. Só assim se fará a interação Museu/Comunidade e Museu/Escola.

Outro projeto previsto, de maior importância, seria o estudo da atuação da Artindia, da Funai, na preservação, fomento e comercialização do artesanato indígena. Em alguns casos, a produção artesanal para a venda encontra-se em franco processo de deterioração e deturpação, ou vem sendo abandonada como no caso das tribos do alto rio Negro. Com efeito, depois de um surto extraordinário, verificado entre 1978 e 1984, está havendo o abandono dessa atividade como forma de angariar pagamento em dinheiro, devido à descoberta de ouro na região.

Semelhante estudo representaria um desdobramento e detalhamento do que empreendi em 1981 publicado sob o título "Artesanato indígena: para que, para quem?" (B.G. Ribeiro 1983). Exigiria pesquisa de campo, de casos modelares, para verificar como se processa o aprendizado e a prática de técnicas artesanais pelas camadas mais jovens da população e o benefício econômico que delas resulta.

Este tipo de estudo vincula-se estreitamente aos propósitos de um museu como o que estamos planejando, uma vez que lhe cabe, como tarefa específica, manter a tecnologia viva. Isto é, não ater-se apenas à preservação de objetos em suas prateleiras e sim empenhar-se para que os modos de fazer que os tornaram possíveis, bem como as ma-

16.

térias-primas (fibras, argilas, corantes, madeiras) empregadas continuam presentes no-dia-a-dia. . A única forma de manter esse saber é transmiti-lo de geração a geração. Para isso é preciso abrir-lhe perspectivas de um mercado consumidor, seja interno quanto externo. Este último, buscando mais qualidade que quantidade, e remunerando condignamente o trabalho artesanal.

Estas e outras linhas de atuação exigirão o apoio logístico de: a) biblioteca especializada; b) setor fotográfico, fílmico e audiovisual; c) castramento de documentação etnológica. Os acervos respectivos poderão ser constituídos a partir de coleções particulares, a exemplo do que ocorreu no caso do Museu do Índio do Rio de Janeiro, cuja biblioteca e fototeca teve por lastro a de Rondon. Também aqui será necessário firmar convênios para aquisição e permuta.

No caso do setor fotográfico e cinematográfico dever-se-á entrar em entendimentos com a Universidade Católica de Goiás que não só adquiriu a fototeca (26.223 diapositivos e 25.000 negativos), filmoteca (40.070 pés) e anotações lingüísticas (332 páginas) de Jesco von Puttkamer, mas cujo Instituto de Prê-história e Antropologia mantém uma equipe de cinegrafistas que vem registrando conflitos de terra e outros aspectos de situações de contato entre índios e brancos na Amazônia.

Registros dessa natureza encontram-se espalhados por inúmeras instituições: museus etnográficos, universidades, cinematecas, Embrafilme, CEDI (Centro de Informação e Documentação Ecumênica, com sede em S. Paulo), sem falar das coleções particulares. O que cumpre, neste caso, é, através de um esforço interdisciplinar e interinstitucional cadastrar esse patrimônio e divulgá-lo, uma vez que encerra informações preciosas sobre os estilos de vida e a história indígena.

O importante a esse respeito é programar, adequadamente, os espaços a serem reservados para esse tipo de documentação no prédio-sede do Museu. E ter em vista que, a esses acervos deve aplicar-se a opção tomada quanto às coleções etnográficas: não cabe duplicá-las e sim cadastrá-las, devidamente, para que se tornem acessíveis na medida das necessidades.

#### Plano de implantação

A experiência do Museu do Índio do Rio de Janeiro, no período do seu florescimento (1953-1956), demonstra que se pode erguer uma instituição desse tipo com um reduzido número de especialistas, contanto que imbuídos de uma visão global da problemática indígena e do papel social de um museu etnográfico.

17.

Dentro dessa concepção, o primeiro compromisso deve ser o de fixar os limites de sua atuação e do seu acervo para evitar o gigantismo e a burocratização que entravariam qualquer trabalho criativo.

Obtidos os recursos e os instrumentos legais para a implantação do Museu do Índio de Brasília, caberá constituir uma Comissão Executiva que se encarregue de:

- 1) assessorar a equipe de arquitetos e programadores visuais do escritório Oscar Niemeyer que fará o detalhamento do projeto arquitetônico e técnico-funcional do Museu do Índio a ser construído no Eixo Monumental, em frente ao Memorial JK, vinculado ao Governo do Distrito Federal;
- 2) rever o plano geral da Exposição Inaugural para, em função dele, programar as atividades de coleta de material etnográfico original, elaborar réplicas e produzir a documentação cine-fotográfica e sonora que permitirá efetuar a montagem da mostra;
- 3) elaborar os orçamentos do projeto global do Museu do Índio de Brasília, até a data de sua provável instalação, e distribuir os recursos alocados para esse fim de modo a tornar viável sua inauguração no prazo previsto;
- 4) firmar convênios com instituições, tais como, a Funai, o Museu Nacional, o Ministério da Cultura, a fim de contar com o apoio técnico de pessoal especializado, tendo em vista a montagem da Exposição Inaugural;
- 5) discutir o Plano-Diretor do Museu, resumido no presente documento, com a comunidade científica, representada pela Associação Brasileira de Antropologia, a comunidade indígena, representada pela União das Nações Indígenas, a FUNAI, as Secretarias de Educação e Cultura do Distrito Federal e outros órgãos pertinentes, a fim de obter seu apoio e engajamento no projeto;
- 6) debater o plano-diretor e o projeto da exposição inaugural com a equipe de Oscar Niemeyer tendo em vista sua programação visual;
- 7) planejar, com o assessoramento dos serviços técnico-administrativos do Distrito Federal, a futura organização do Museu, dos seus órgãos de auto-governo e da constituição do pessoal técnico e administrativo;
- 8) preparar, entretanto, o quadro técnico do Museu que deverá ser treinado, em breves estágios, em instituições congêneres tais como o Museu Nacional e o Museu Plínio Ayrosa.

A capacidade da Comissão Executiva de fazer face a essas tarefas, preliminares e simultâneas, se deverá o êxito e a aceleração do empreendimento.

18.

Para a sua viabilização contamos com o apoio do Governador do Distrito Federal, Deputado José Aparecido de Oliveira, que formulou o convite para que elaborássemos o presente plano-diretor e coordenássemos a implantação do Museu do Índio de Brasília.

Contamos, também, com o empenho de Oscar Niemeyer no mesmo sentido. E, ainda, com a Fundação Banco do Brasil, na pessoa de seu presidente, Dr. Camillo Calazans, que se dispõe a financiar o projeto. E, também, com o Ministro Costa Couto, que se prontificou a facultar-nos a constituição do acervo básico do Museu, de acordo com uma listagem a ser feita oportunamente e encaminhada à FUNAI. E, por último, com a museóloga Adalgisa Bonfim d'Eça, do Programa Nacional de Museus, que nos ajudaria a desenvolver o projeto.

A soma e concatenação desses esforços e intenções tornará possível materializar a generosa iniciativa do Governador José Aparecido de Oliveira, que dotará Brasília de uma instituição de interesse humanístico, artístico e científico.

#### Referências bibliográficas

- Carvalho, Ione  
1984 "Museus didáticos comunitários". Comunicação à 14ª Reunião Brasileira de Antropologia, UnB, Brasília /inédito/.
- Lavisolo, Hugo Rodolfo  
1984 Antropologia e educação na sociedade complexa. Rev. Bras. Est. Pedagógicas 65 (149):56-69, Brasília, INEP/MEC.
- Lima, Ricardo Gomes  
1985 Museu de Folclore Edison Carneiro. Trajetória e considerações sobre um museu etnográfico. Boletim do Programa Nacional de Museus, 6:5-8, Rio de Janeiro, MinC.
- Newton, Dolores  
1971 Social and historical dimensions of Timbira material culture. Dissertação de doutoramento, Harvard Univ. /inédito/
- Ribeiro, Berta G.  
1983 Artesanato indígena: para que, para quem? IN: Vários Autores. O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea, p. 11-48, INF/FUNARTE, Rio de Janeiro.
- 1985 Museu: veículo comunicador e pedagógico. Rev. Bras. Est. Pedagógicas, 66(152):77-99, INEP/MEC, Brasília.
- Ribeiro, Darcy  
1955 Um museu contra o preconceito. Museum, VIII(1):5-10, UNESCO.
- 1978 Museu do Homem. Univ. Fed. Minas Gerais/FUNDEP, Belo Horizonte.
- Ribeiro, Darcy (editor)  
1986 Suma etnológica brasileira, 3 vols. Vol. 1 - Etnobiologia; vol. 2 - Tecnologia indígena; vol. 3 - Arte Índia. Coordenação: Berta G. Ribeiro, Vozes/FINEP, Rio de Janeiro.
- Turner, Victor et alii  
1982 Celebration. A world of art and ritual. Catálogo da exposição Smithsonian Institution Press, Washington.