

FORMAS DE MEDIAÇÃO NO PROJETO 40 MUSEUS EM 40 SEMANAS

Priscila Leonel / Universidade Estadual Paulista

RESUMO

O artigo traz um estudo do projeto “40 museus em 40 semanas” discutindo as diferentes formas de mediação que fizeram parte desta proposta de visitação em museus. O projeto pesquisado teve como objetivo convidar pessoas para ir ao museu, participando de visitas mediadas, previamente agendadas com educadores das instituições. Fornecendo, portanto, material para análises a cerca da relação entre as diversas formas de mediação perpassando o conceito de democratização da cultura. Serão abordados, principalmente, dois aspectos, a mediação cultural, através dos educativos e a mediação técnica, principalmente através das mídias sociais.

PALAVRAS-CHAVE

museu; mediação cultural; visitantes de museus.

ABSTRACT

The article reflects on a study of the project "40 museums in 40 weeks" discussing the different forms of mediation that were part of this proposal for visitation in museums. The project aimed to invite people to go to museum, to participate in visits in advance agendas mediated by educators from the institutions. Providing therefore material for analysis about the relationship between the various forms of mediation permeating the concept of culture democratization . Will be addressed mainly two aspects, cultural mediation, through educational performance, and technical mediation, especially through social media.

KEY-WORDS

Museum; cultural mediation: museum visitors.

“A vida é arte do encontro
Embora haja tanto desencontro pela vida”.

Vinícius de Moraisⁱ

Começo falando do *encontro*, para reiterar algo que remete diretamente ao processo de visitação em museus, o encontro com a instituição e com obra. Neste artigo apresento o projeto chamado “*40 museus em 40 semanas*”, o qual é objeto da minha pesquisa de mestrado e que possibilitará uma discussão sobre encontros e desencontros entre arte e pessoas, nos museus. Cabe aqui, apresentar o projeto do qual fui idealizadora e responsável, o objetivo do projeto foi realizar visitas coletivas em museus, que fossem mediadas pelo educativo, sempre aos finais de semana e de forma gratuita, com intuito de estimular a visitação em instituições culturais. As visitas aconteceram durante quarenta semanas entre 2013 e 2014, na cidade de São Paulo. Nesta perspectiva, também se tornou possível apreciar um ambiente profícuo para pesquisa em arte-educação uma vez que havia empenho e esforço em criar, fazer e observar mediação. Segundo Barbosa (2009, p. 21), “*o esforço que se emprega para ampliar o contato e o prazer da população com a cultura, que a cerca, resulta em benefícios sociais, como qualidade das relações humanas e compreensão de si e do outro.*”

A pesquisa tem como foco análises das formas de mediação que se praticam em instituições culturais, discutindo formas de participação no convívio social dos visitantes, pois segundo Quintela (2011, p. 63), “o tema da mediação cultural readquiriu nas três últimas décadas muita relevância nos discursos políticos e programáticos que convocam à formação e atração de públicos para as artes e a cultura”, curiosamente, gerando canais de relacionamento mais proximais. Neste artigo trazemos um pequeno recorte da pesquisa, focando na noção de mediação que carrega muitas definições. Neste caso, nos apropriaremos de duas definições, as operações implicadas no processo de comunicação (mediação técnica) e a intervenção da dimensão subjetiva, nas práticas de comunicação (mediação cultural). Portanto, busco aqui compreender, interpretar e discutir em que dimensão é possível mediar o dinamismo de uma visita a um museu de arte. Segundo Darras (2008, p.

37), “as mediações são processos de acompanhamento semiótico que intervêm ao longo das operações de difusão e de propagação de objetos culturais”. Destaco para esta análise que os encontros do projeto “40 Museus em 40 Semanas” eram promovidos por uma divulgação feita exclusivamente, pelas redes sociais na internet, que será entendida como uma forma de mediação técnica e as visitas eram sempre acompanhadas por um educador da instituição, promovendo uma mediação cultural.

Mediação técnica

Dentro da perspectiva da comunicação, as mudanças sempre tiveram um papel essencial no desenvolvimento dos processos cognitivos, a comunicação está imbricada na materialização e no uso da cultura. Focando na atuação das mídias sócias, como parte do contexto cultural contemporâneo e que fizeram parte do cenário do projeto “40 museus em 40 semanas” é possível constatar que, segundo Jean Caune (2012, p. IX) “as mudanças socioculturais que marcaram a passagem do século XX ao século XXI explicam, de alguma maneira, a convergência entre fatos de comunicação e fatos culturais”.

Com novas redes de conexões transdisciplinares nos processos de divulgação de projetos culturais, dentre elas, a internet, por exemplo, convidando pessoas a se unir a um grupo na porta do museu para participarem de uma visita. Esse convite era feito semanalmente com um novo banner que contava um pouquinho da história do museu escolhido para aquela semana, contendo também a data, endereço e horário da visita.



Exemplo de banner: “Convite para visitar exposição na OCA”, produzido por Priscila Leonel.

O banner era postadoⁱⁱ na mídia social, Facebook, onde era visualizado por possíveis públicos. Apesar do meu entendimento empírico da ferramenta, muitas pessoas eram alcançadas pela divulgação do projeto e isto se tornou uma chave para entender e para planejar as visitas, pois o compartilhamento destas informações em grupos específicos fazia com que o banner tivesse uma visibilidade acentuada. De certa forma cumprindo um papel social de levar um pouquinho de cada um dos museus para pessoas que talvez não pudessem comparecer nas visitas, mas que saberiam da existência do espaço e poderiam se planejar para visitar o museu em algum momento futuro. Para entender melhor sobre o papel e presença das mídias sociais faz-se importante incluir nesta discussão Raquel Recuero que coloca,

Mídia social compreende um fenômeno complexo que abarca o conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativa, mais rápidas e mais populares e as apropriações sociais que foram e que são geradas em torno dessa ferramenta. Gerando novas formas de circulação, filtragem e difusão destas informações. (RECUERO, 2011, p.14)

A definição apontada indica que há um novo modelo de comunicação disponível e que o mesmo possui características que permeiam as mídias sociais e se apresentam como uma possibilidade de ação para os museus. Ferramenta que pode ser utilizada para conhecer e se relacionar com o público de formas muito

variadas, usando ambientes de visitação virtual, fóruns para discussão e até jogos online que perpassem a temática dos museus, gerando mais visualizações.

Soares (2000, p. 123), diz que “quando o homem humaniza o mundo através de suas criações, humaniza-se a si mesmo”, ao analisar o contexto do projeto posso dizer que a criação da internet e das mídias sócias, que hoje são muito usadas para lazer e comércio, podem ser também fonte de ligação entre museu e público. A utilização das mídias sociais reafirmou a necessidade de ir ao encontro do público e se fazer presente em seu meio pode originar mais relações entre pessoas e obras de arte, tecendo um campo de reflexão que pode se desdobrar em humanização.

O atual estudo sobre o projeto também tem ajudado a compreender mais sobre o ambiente das mídias sociais, verificando que existe um nível de engajamentoⁱⁱⁱ (visualizações, curtidas e comentários) na internet que faz parte daquele contexto e não se transpõe para vida real e nem sempre gera frequentadores. A investigação vem demonstrando que existe um mundo de representações do sujeito nas mídias sociais e esse fato permite compreender como se dá o envolvimento dos sujeitos nas redes sociais, a partir deste estudo de caso, que pode ser representativo do envolvimento com questões culturais nas redes. Convidar para ir ao museu era o objetivo desejado pelo projeto, mas nem sempre foi só um convite, foi se constatando que os banners agregavam informações sobre a instituição e também reforçavam a existência de projetos, assim quando as pessoas estivessem em seus momentos propícios poderiam procurar por grupos semelhantes ou ir diretamente visitar as instituições.

Para melhor situar sobre o ambiente virtual, faz-se necessário atentar para o número de visualizações de um banner, trago um exemplo abaixo onde o número de visualizações são mil oitocentas e quatorze, que geraram na prática vinte e quatro pessoas na visita física ao museu.

40 museus em 40 semanas
Publicado por Priscila Leonel [?] · 29 de maio de 2014 · Editado ·

Queridos, é com muito prazer que convido a todos para última vista do nosso projeto 40 Museus em 40 Semanas! Guardei meu museu favorito para o final e quero dividir esse espaço tão importante para mim com vocês! Por isso peço que reservem a tarde do próximo sábado, dia 31/05/2014 para esta visita.

1.814 pessoas alcançadas **Impulsionar publicação**

Curtir · Comentar · Compartilhar

Museologia Brasil, Camila Macedo, Cecília Alencar e outras 7 pessoas curtiram isso.

49 compartilhamentos

Página do projeto, no Facebook, divulgando a visita na Pinacoteca do Estado de São Paulo. Dados sobre a visualização e as curtidas do banner, produzido por Priscila Leonel.

Nesta visita citada acima houve um grande número de visitantes e muitas destas pessoas já haviam participado de algumas visitas anteriores. Provavelmente por ser a última visita do projeto, este dia estava mais cheio do que a média de participantes normal, mas havia em especial, um casal de namorados, que veio de Curitiba para participar da última visita do projeto, por terem visto o banner nas mídias sociais. Isso mostra como a divulgação do projeto conseguiu ser ampla e evidenciar o valor dado pelo público, suficiente para que alguém se movesse por alguns estados a ponto de querer participar daquela atividade coletiva. Este é um exemplo de avanço que a comunicação traz e permitiu que aquele casal pudesse ver ali, uma oportunidade de se aproximar de um bem cultural.

Contudo, deste exemplo, emerge uma reflexão sobre o conhecimento da existência e acessibilidade dos bens culturais, pois o museu citado no exemplo anterior é a Pinacoteca do Estado de São Paulo que está aberta seis dias por semana, com sábados gratuitos e educadores a disposição do público. Coexiste uma questão: será que o público sabe disso? Algumas pessoas podem não saber, a ponto de

achar que precisavam vir naquele dia para aproveitar uma visita que o projeto estava oferecendo, outras podem ser levadas a compreender que elas podem realizar a visita quando quiser. Desta maneira a correlação entre comunicação e cultura, se faz inevitável, pois aparece como uma forma de alcançar pessoas em princípio apartadas da vida dos museus.

O projeto mostra que a internet possibilita alcançar pessoas, através das mídias sociais, sem perder o foco que é o da visitação presencial que gera o encontro. Também se torna significativo imprimir nesta discussão a questão do público e das ofertas culturais, pois a disponibilização da arte requer que a mesma realmente esteja acessível. Segundo Mantecon (2009), temos hoje uma oferta cultural que se faz pública, entretanto, a antropóloga explica que nem sempre foi assim, pois a democratização do museu é uma prática relativamente nova, ela menciona também que existem mais barreiras simbólicas que desfavorecem a visitação, do que barreiras oficiais, e considera que existem questões de mercado que estão mudando essa situação. O público veio a aparecer no cenário cultural, no século XVIII, quando as ofertas culturais começaram a convocar visitantes, mesmo que em número reduzido. E no século XX, segundo Mantecon (2009, p. 184) “as políticas culturais se acostumaram a pensar mais nos criadores do que no público, mais na arte que na comunicação”, é no século XXI que o público começa a se aproximar dos bens culturais, portanto é preciso também atentar que este relacionamento se situa em um campo novo, tanto para os museus como para sociedade. Ao mesmo tempo é interessante pensar que enquanto os museus levaram tanto tempo para se aproximar do público, a internet parece ter conquistado este espaço em menor tempo. Em 1683 nascia o, considerado, primeiro museu moderno, com objetivo declarado de educar o público, o Museu Ashmolean, na Inglaterra e a primeira empresa de conexão de internet foi em 1969, nos Estados Unidos, onde o primeiro e-mail foi enviado em 1971. Hoje, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia/2015, quarenta e oito por cento dos brasileiros usam internet regularmente, sendo que entre os internautas, noventa e dois por cento estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook, com oitenta e três por cento. Este projeto revela que é executável trazer a prática das mídias sociais com intuito de

democratização da cultura, pois as mídias sociais permitem ao museu criar conversas em tempo real com os visitantes, inclusive já existem aplicativos de celulares capazes de falar sobre obras de arte quando colocados frente a elas. Um exemplo de sistema operacional deste tipo é o aplicativo Polissonorum, considerado um grande guia sonoro da cidade do Rio de Janeiro, o aplicativo é organizado em roteiros, possui registro cultural da cidade e os áudios contam as histórias de cada lugar à medida que o ouvinte executa seu roteiro turístico a pé. Este exemplo pontual, ainda não disseminado na vida cultural das pessoas, mostra mais um exemplo da mediação técnica disponível aos museus.

Mediação cultural

A mediação cultural consiste em construir uma interface entre dois universos, o do público e do objeto cultural. Segundo Alencar (2008) há muitas respostas para o que é, ou não, mediação cultural, mas ela chama a atenção para um entendimento que é o de “estar entre”. Sendo, o papel do educador mediador, *estar entre* as obras, as conexões, o museu, o artista, o curador, o museógrafo, os textos de parede, a mídia, o historiador, os materiais educativos e o público. Sendo assim, *estar entre* pode ser muitas coisas e caberá ao mediador articular esta fração do encontro, que começou muito antes da visita e que terminará muito tempo depois ou quiçá nunca. Dentre as variáveis intrínsecas a este estudo de caso, entendemos que a mediação cultural é uma forma de compreender o momento do encontro físico com a obra. Sendo assim, esta pesquisa pretende analisar as falas e o comportamento dos visitantes, assim como as posturas dos educadores, possibilitando perceber as nuances da mediação que estava sendo realizada.

Segundo Darras (2009) existem diferentes tipos de mediação que se agrupam em três tendências principais: o processo de mediação por *imersão*, por *transmissão* e por *interatividade*. Esta última é considerada uma mediação *construtivista*, que assume e explora as contradições do sistema social imposto para arte, principalmente o sistema dos museus, e contribuem para reflexão crítica sobre a paisagem cultural.

Durante as visitas observamos momentos em que os visitantes podiam dialogar sobre a obra e não apenas ouvir o educador, assim como momentos em que os educadores estimulavam a descoberta das obras pelos próprios visitantes, deixando-os livres para explorar o espaço e escolher a obra que gostariam de comentar. Assim como, em outras visitas percebemos momentos em que o educador não abria nenhuma brecha para a construção coletiva de conhecimentos, só ele falava e já fornecia respostas prontas. Trago aqui um exemplo que aconteceu em uma visita ao MAM-SP (Museu de Arte Moderna de São Paulo) na exposição Vontade Construtiva na Coleção Fadel que aconteceu dia 19 de abril de 2014. Pelas anotações em meu diário de campo é difícil identificar em que tipo de mediação poderia se encaixar a proposta da educadora, mas a descrição traz um pouquinho do clima da visita.

O grupo se reuniu do lado de fora do museu, as pessoas foram se agrupando aos poucos, quando eu cheguei já havia um grupo, algumas pessoas eu conhecia e me apresentei para as demais que mencionaram ter visto o banner no facebook e por isso compareceram. Vejo que já estamos no horário e convido o grupo a entrar, a educadora nos encontra e damos início à visita. Ela começa falando muito, tentando contextualizar e o grupo ouve tudo com atenção, em determinado momento a mediadora diz ao grupo para andarem pelo espaço e se houver dúvida, podem chama-la. As pessoas começam a observar as obras, conversar entre si, (como mostra a foto abaixo).



Visita ao Museu de Arte Moderna de São Paulo. Na foto, a interação de duas participantes do grupo com uma obra. Foto: Priscila Leonel

Os visitantes discutem as obras, outros observam sozinhos e alguns se aproximam da educadora e fazem perguntas, isso vai acontecendo durante um tempo. Algumas vezes a educadora respondia algo em tom de voz mais alto e os integrantes do grupo iam se aproximando, outras vezes isso não acontecia, também percebi que nesse tempo a educadora tentava chamar a atenção para alguma obra, se aproximando dela e começando a falar, mas os participantes não correspondiam e continuavam suas visitas pessoais. Nesta visita eu senti falta do grupo estar mais unido, das conversas serem divididas com todos os integrantes, também achei que a educadora estava mais preocupada em trazer questões históricas dos artistas e dos movimentos artísticos do que levantar questões das pessoas sobre o que elas estavam vendo, sentindo ou lembrando. Em um momento, a educadora dá a visita como encerrada e chama todo o grupo para fazer o fechamento e agradece.

Esta educadora foi muito simpática e solícita, mas a experiência desta visita me fez refletir sobre o que pode ser uma visita mediada e uma visita coletiva. A possibilidade de explorar as obras, sozinhos, é uma estratégia interessante para propor reflexão e fruição das obras, mas pensando nas definições propostas por Darras e Alencar, sobre construção conjunta e o mediador *estar entre* tudo aquilo, não vi como aquela construção conjunta tenha acontecido, houve espaço somente para possíveis construções individuais e não percebi que a mediação estava no meio, era um suporte, estava ao lado. Senti falta também de um momento para trazer as reflexões para o grupo e discutir as percepções. Alencar (2008) considera em seu texto a insuficiência de uma mediação que somente pode intermediar conhecimentos e sujeitos, ressaltando um tipo de mediação que seja provocadora e investigativa, com diálogo e reflexão. O exemplo da visita ao MAM-SP revela que havia uma metodologia para propor um encontro com a obra e ao mesmo tempo parecia que a mediadora queria transmitir um conhecimento, porém sem ao mesmo ouvir os visitantes, sem saber de suas expectativas ou que eles traziam consigo para o museu, suas percepções e conhecimentos. Segundo Martins,

O processo de comunicação a partir dos objetos permite que o público perceba e interprete vários aspectos — científico, histórico, artístico, técnico, social — associados a eles. Os objetos expostos podem, assim, ser a base para o prazer estético, a contemplação, a observação, dentre muitas outras possibilidades. Para que esse processo de compreensão e apropriação sobre o objeto aconteça, é importante levar em consideração não só os diversos significados de

um mesmo objeto, como as diferenças existentes entre os visitantes. (MARTINS, 2013, p. 18)

Faz-se necessário discutir também a mediação que pode ser um desestímulo, trazendo casos de interlocução entre educador e visitantes que ficaram abertas e até distantes. Nesse sentido, foi possível observar durante algumas visitas do projeto “40 museus em 40 semanas” alguns educativos que se tornaram verdadeiras barreiras entre o visitante e a obra de arte. Trago outro exemplo, a partir das anotações do diário de campo, sobre a visita ao Gabinete do Desenho^{iv}, na cidade de São Paulo no dia 29 de junho de 2013.

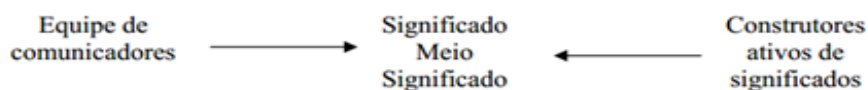
Em alguns momentos, a educadora explicava desenhos da Anita Malfatti, falando sobre a ideia colocada e o processo criativo da artista. A educadora era tão doce e gentil nas suas explicações que, para mim, parecia uma professora da educação infantil. Em outro momento vemos um desenho de fusca feito por Sérgio Romagnolo e uma participante, na faixa etária de uns cinquenta anos, parece não conhecer o artista, mas se interessa pela obra e começa a contar sobre como eram os fuscas na época dela e o grupo começa a discutir a intenção do artista em fazer aquele desenho. Neste momento a educadora se vira, direcionando o grupo para outra obra, não responde a visitante, não faz comentários e, sua ação é como uma poda àquela conversa. Mais adiante enquanto o grupo observava outro desenho, um dos participantes diz que aquela imagem seria uma boa estampa de cobertor, mas a educadora também não comenta, a frase fica jogada no vazio, é como se ela não ouvisse. Apresentando uma postura de não dar continuidade as conversas propostas pelo grupo.

Essa educadora não fez um acolhimento inicial, para conhecer um pouco cada um dos participantes, ela já começou apresentando e percorrendo o espaço expositivo, sendo assim não teve tempo de saber o que as pessoas estavam buscando, essa postura só se reiterou ao longo da visita. Abaixo temos uma fotografia tirada por um dos participantes que revela um pouco dessa postura, ao se colocar de costas para obra e de frente para o grupo, como se ela fosse detentora do saber. Lembrando o modelo das salas de aula de ensino formal que ainda temos na maioria das escolas.



Visita ao Gabinete do Desenho
Foto do projeto 40 museus em 40 semanas

A proposta de mediação experimentada nessa visita relatada é divergente da mediação construtivista que busca uma reflexão crítica através de um processo de desconstrução e reconstrução da expressão cultural apresentada. O diálogo entre educador e visitante carrega elementos de comunicação e esta ferramenta não se constrói só com um caminho de ida da informação, mas também com caminho de volta. Como é possível verificar no esquema produzido por Marília Xavier Cury (2005), sobre o processo de ressignificação e construção de conhecimento em museus:



Marília Xavier Cury
Esquema da comunicação, 2005

O estudo chama a atenção para a discussão em torno da temática da concepção do termo mediação e dos vários formatos que ele percorre, talvez até por serem tão recentes os estudos que vão nesta direção, segundo Rejane Galvão Coutinho,

No Brasil, a questão da mediação cultural recentemente vem sendo alvo de experimentações e pesquisas em consonância com as abordagens pós-modernas de ensino de arte. Esse interesse tem suas origens na década de 1990. (COUTINHO, 2009, p. 171)

Mediação construtivista

Não podemos deixar de revelar que as reflexões a cerca da pesquisa, até o momento, trouxeram dúvidas sobre se este projeto não era na verdade uma espécie de missão missionária que tentava cooptar desertados, por meio do encontro com as obras da alta cultura, através do uso de mídias sociais. Buscando leituras sobre democratização da cultura e a questão da mediação cultural, podemos formular melhor uma concepção do projeto, acreditando que ele tenha sido uma possibilidade de encontro com obras de arte. Algo que se aproxima ao que Rancière (2014, p. 20) designa como um convite aos “indivíduos a traçarem seu próprio caminho na floresta das coisas”. Sendo assim, entendemos que depende do tipo de mediação que ali se coloca, para que a experiência possa ser significativa e neste momento, abarcamos tanto a mediação cultural como a mediação técnica, pois é a composição de ambas que vai gerar uma visita e o que as pessoas podem levar da visita.

Considerando as diversas formas de mediação nos museus de São Paulo, acreditamos que quando se oferece ao público uma possibilidade de relacionamento com o acervo e não somente a transmissão de informações prontas, o visitante poderá tecer vínculos mais profundos com as obras. Sendo esta uma das questões que esta pesquisa tem estudado, a fim de verificar qual o impacto do trabalho dos educadores nos participantes do projeto. Segundo Darras (2009), as mediações que favorecem o diálogo, são chamadas de construtivistas, sendo mais ricas, pois estimulam o visitante a fazer conexões e articulações cada vez mais complexas, contribuindo para o desenvolvimento da capacidade de pensar o fenômeno cultural, explorando as contradições das representações e crenças da instituição cultural, mas também as contradições de seus públicos. A questão da mediação também é pensada na perspectiva construtivista por Vygotsky (1988), quando afirma que os processos mentais superiores (pensamento, linguagem, comportamento volitivo) do

indivíduo têm origem em processos sociais e o desenvolvimento desses processos no ser humano é mediado com o uso de instrumentos e signos. Para ele, esse processo implica uma mediação essencialmente humana e semiótica.

Lembrando que se faz necessário compreender o contexto no qual se insere a mediação para pensar estratégias que efetivamente aproximem a sociedade de seus bens culturais e patrimoniais (COUTINHO, 2009a, 2009b, 2010a, 2010b, 2011), esta pesquisa tem buscado mapear estes contextos, voltando-se a teoria sempre que necessário para discutir seus achados. Dentre as muitas apropriações para a palavra mediação, Davallon (2003, p. 5) chama a atenção para uma “mediação que é reconciliação de duas partes”, apesar de ser um termo comumente usado no direito, proponho uma aproximação deste significado para a relação entre museu e sociedade, apresentando um processo de mediação que se faz necessário para aproximar estas partes, como é o caso do projeto “40 museus em 40 semanas” que buscou ser um sistema de articulação. Este estudo tem possibilitado discutir as formas de entrelaçamento entre mediação cultural e mediação técnica na busca de melhor disponibilizar a arte e rever o processos de democratização da cultura. Buscamos aqui, reforçar a importância de estudos sobre mediação, que ainda se fazem recentes e desconectados.

Notas

ⁱ Música de Vinícius de Moraes em parceria com o compositor e violonista Baden Powell, de 1962.

ⁱⁱ Postar significa publicar ou compartilhar uma mensagem em algum fórum ou rede social na internet

ⁱⁱⁱ **Engajamento é o nível de envolvimento, interação, intimidade e influência que um indivíduo tem com uma marca ao longo do tempo.** O engajamento vai além do alcance e da frequência para medir os sentimentos reais das pessoas. Brian Haven, da Forrester, em 2007.

^{iv} Gabinete do Desenho era uma das casas parte do Museu da Cidade de São Paulo. A instituição, situado na Rua da Consolação, nº1024, com entrada é gratuita, foi inaugurada em 2012 e desativada em 2014. Seu acervo, que contemplava desenhos, aquarelas e gravuras de artistas nacionais e estrangeiros, foi direcionado para OCA, outro prédio que funciona como aparelho do Museu da cidade São Paulo, no Parque do Ibirapuera.

Referências

ALENCAR, V. P. de. *O mediador cultural: considerações sobre a formação e profissionalização de educadores de museus e exposições de arte*. Dissertação (Mestrado em Artes). Instituto de Artes, UNESP, São Paulo, 2008.

BARBOSA, A. M. e COUTINHO, R. G. *Arte/Educação como mediação cultural e social*. São Paulo: Ed. Unesp, 2009.

CAUNE, J. *Cultura e Comunicação- convergências teóricas e lugares de mediação*. São Paulo: Ed. UNESP. 2012.

COUTINHO, R. G. *Sobre o Laboratório Metodológico Arte Público*, Recife, Diálogos Entre Arte e Público, v. 3, p. 114-116, 2010a.

_____. Estratégias de mediação e a abordagem triangular. In: *Arte/Educação como mediação cultural e social*. São Paulo: Editora UNESP, 2009a, p. 171-185.

_____. *Questões sobre mediação e educação patrimonial*. In: Anais do 20º Encontro Nacional da ANPAP (Cd-Rom). Rio de Janeiro: ANPAP, 2011.

_____. *Considerações sobre a cultura da pesquisa e a formação de educadores mediadores*. In: Anais do 19º Encontro Nacional da ANPAP (Cd-Rom). Salvador: Edufba, 2010b.

_____. *Questões sobre a formação de mediadores culturais*. In: Anais do 18º Encontro Nacional da ANPAP (Cd-Rom). Salvador: Edufba, 2009b

CURY, M.X. *Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus*. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 12 (suplemento), p. 365-80, 2005.

DAVALLON, J. *A mediação: a comunicação em processo?* Tradução: Maria Rosário Saraiva. Paris, França: Médiatons & Médiateurs, 2003

FERREIRA, M. *Entrevista para Rio Soft* em 28 de abril de 2014. Acessado em 10/04/2015. <http://www.riosoft.org.br/entrevista-com-ceo-da-mobcontent-marcos-ferreira/>

HAVEN, B. *Marketing's New Key Metric: Engagement*, Forrester, 2007.

MANTECON, A. R. *O que é público?* In: Revista Poiesis n.14, 2009.

MARTINS, L. C. *Que público é esse? Formação de públicos de museus e centros culturais*, 1. ed. – São Paulo: Percebe, 2013.

OREIRO, I; CARVALHO A. P. de. *Ser visto para Lembrar que Existo: A Exposição da Vida Privada nas Redes Sociais*. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.

Pesquisa Brasileira de Mídia/2015, realizada pelo governo da república. Acesso em 15/05/2015 <http://www.brasil.gov.br/governo/pesquisa-brasileira-de-midia>

QUINTELA, P. *Estratégias de mediação cultural: Inovação e experimentação no Serviço Educativo da Casa da Música*, Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 94, 2011.

RECUERO, R. *Para entender mídias sociais*. Prefácio, Org. Ana Brambilla, 2011.

SOARES, M. A. *Contribuições para fundamentação da Educação Estética e Escolar*, I Encontro Centro-oeste ANPAP, 2000.

TORNAGHI, M. *Credo incrédulo – pressuposto de um trabalho em mediação*. Em: *O mundo é mais do que isso*, Rio de Janeiro: EAV, 2014.

VYGOTSKY, L.S. *A formação social da mente*. 2a ed. brasileira. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

Priscila Leonel

Mestranda em Arte Educação na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Graduada em Marketing pela Universidade de São Paulo. Atua como professora de Comunicação museológica na Escola Técnica Estadual Parque da Juventude. Em suas pesquisas, dedica-se a relação entre público e os museus.