

## NO MUSEU COM A TURMA DO CHARLIE BROWN

*Para Esther Valente e Liana O'Campo  
que facilitaram o meu caminho até Charlie Brown*

### **Prólogo - uma excursão ao supermercado**

Consciente da importância dos museus enquanto espaço de reflexão, educação, encontro e lazer, a professora da turma de Charlie Brown organiza uma excursão ao Museu de Arte da cidade. Após a visita os alunos devem preparar, para efeito de avaliação, um relatório sobre o Museu.

Charlie Brown está preocupado com a perspectiva de ter que elaborar o referido relatório e tirar nota 10 (dez) para não perder o ano.

No dia marcado para a visita, dois ônibus realizam o transporte das crianças da escola até as proximidades do Museu. Ao saírem dos ônibus, as crianças são organizadas em fila. No entanto, Charlie Brown, Snoopy, Isaura, Beth Pimentinha e Márcia distanciam-se do grupo excursionista e terminam entrando, por engano, num Supermercado, julgando que estavam no Museu.

A visita de Charlie Brown ao supermercado transcorre com normalidade. As listagens de preço são percebidas como catálogos de exposição; a campanha de preços baixos é percebida como uma estratégia do Museu para superar suas dificuldades financeiras; as latas empilhadas de extrato de tomate são percebidas como esculturas populares; alguns pernis (ou coisa parecida) são percebidos como ossos de dinossauros. A pequena Márcia, apesar de todos os argumentos de Beth Pimentinha, insiste em dizer que o Museu se parece muito com uma mercearia.

Ao saírem do Supermercado, que fica ao lado do Museu, Charlie Brown e seus amigos encontram o outro grupo excursionista, entram no ônibus e voltam para casa.

Charlie Brown prepara o seu relatório e depois de entregá-lo à professora, descobre, em conversa com amigos que não foram ao supermercado, que ele não foi ao "verdadeiro" Museu.

No dia marcado para a entrega das notas, Charlie Brown está tenso e angustiado. No entanto, ao receber o resultado o seu rosto se ilumina. Ele tirou 10 (dez) e não perdeu o ano. A professora ainda anotou em seu relatório o seguinte comentário: "Sua analogia foi brilhante. Comparar o Museu ao supermercado foi uma idéia genial".

### **1. Uma excursão ao museu - preparação**

O presente trabalho está ancorado na premissa de que há um aprendizado possível com aquilo que está situado na dimensão do ficcional e que, via de regra, é produzido por intelectuais que operam fora do âmbito de determinado campo de conhecimento.

A realidade para o homem/sujeito só se emprenha de sentido através de uma representação afetiva, cognitiva, sensorial ou intuitiva, articulada com o social. Por este ponto de vista, a realidade é apreendida por intermédio de representações. Não é demais lembrar aqui o mito da caverna, referido por Platão. Ao admitir que a realidade é captada pela via da representação colocamo-nos exactamente no plano do signo. Segundo C. PIERCE, "um signo intenta representar, em parte pelo menos, um objeto que é, portanto, num certo sentido, a causa determinante do signo, mesmo se o signo representar o objeto falsamente. Mas dizer que ele representa seu objeto implica que ele afeta uma mente, de tal modo que, de certa maneira, determina naquela mente algo que é mediatamente devido ao objeto. Essa determinação da qual a causa imediata ou determinante é o signo, e da qual a causa imediata é o objeto, pode ser chamada o Interpretante." (SANTAELLA, 1987:78).

A compreensão de que o signo é alguma coisa que representa outra, levou, provavelmente, U. ECO a admitir que o signo "é tudo aquilo que nos permite mentir" (HORTA, 1992:11) e que dialeticamente nos permite também não-mentir.<sup>1</sup> A verdade e a

mentira não estão nas coisas. Os objetos/bens culturais compreendidos como signos são, em consequência, não a verdade coagulada, mas a potencialidade do jogo mentira/verdade. Este jogo dialético próprio das operações com os bens culturais, enquanto signos submetidos a um processo de musealização, coloca-nos dramaticamente diante do entendimento de que não há mentira absoluta. A mentira é verdade relativa, ou seja, depende de determinado referencial.<sup>2</sup>

Assim, o desenho animado *Uma excursão ao supermercado*<sup>3</sup>, anteriormente narrado, é a um só tempo usado para mentir e para 'dizer' verdades relativas. É esta ambiguidade que o torna particularmente interessante. A presença do ambíguo, como esclarece U. ECO, é frequente na "comunicação estética em que a mensagem é propositadamente ambígua justamente para estimular o uso de códigos diferentes por parte daqueles que, em lugares diferentes e em tempos diferentes, tomarão contato com a obra de arte.

Se na comunicação cotidiana a ambiguidade é excluída e na estética é proposital, nas comunicações de massa a ambiguidade, ainda que ignorada, está sempre presente." (ECO, 1984:170-171).

O desenho animado em questão é o ambíguo do ambíguo (o avesso do avesso, diria o poeta cantando Sampa), uma vez que além de sua própria ambiguidade refere-se à ambiguidade presente no sistema museal. No presente texto ele serve de mote para pensarmos o jogo sógnico ocorrente nas instituições museais. Como, no entanto, este trabalho é apenas um breve namoro (ou uma 'ficada', na linguagem da juventude atual), sem nenhuma intenção de um compromisso fechado com a análise semiológica, o viés adotado é mesmo o da museologia, enquanto disciplina que se ocupa, como sustenta objetos culturais no ambiente chamado museu ou fora dele, por intermédio de uma proposta conceitual, desenvolvendo certas funções e de acordo com certos métodos e técnicas denominados de museologia.<sup>4</sup>

## **2. De mãos dadas com Charlie Brown - navegando a teoria**

Ao dirigir o nosso foco de atenção para o desenho animado, anteriormente referido, buscamos perceber temas candentes e abertos para a discussão no campo da Museologia, tais como: o olhar museológico, o fato museal, o processo de musealização, a imagem museu, e construção de discurso, a ação educativa e a contemporaneidade dos museus. Reconhecendo a ficção como campo fértil para a reflexão, buscamos abrir algumas linhas de debate a partir de um mergulho no cosmo ficcional.

### **2.1. O olhar museológico**

A experiência de Charlie Brown, ainda que revestida de uma capa de ingenuidade infantil, corrobora a noção da existência de um modo especificamente museológico de olhar o mundo. Um olhar que é capaz de questionar o imediatamente vivido e deslumbrar-se com as novas descobertas. Um olhar constituidor de signos, a medida em que busca um 'outro' sentido além do sentido aparente. Um olhar que sem eliminar definitivamente a função primeira dos objetos/bens culturais, acrescenta-lhes novas funções, transformando-os em representações, em semióforos, em documentos ou suportes de informação. Um olhar, enfim, que transforma os mais diferentes espaços/cenários em museu. Por esta perspectiva, compreende-se que o modo especificamente museológico de olhar o mundo opera em relação às funções dos objetos/bens culturais e dos espaços/cenários com as propriedades transformativa e aditiva. Estas propriedades se esclarecem à medida em que se compreende que o supermercado, ainda que momentaneamente aos olhos de Charlie Brown e de seus amigos tenha sido transformado em museu, não deixou de ser (não perdeu a função de) um supermercado.

## 2.2. O fato museal

Segundo W. RUSSIO (1984), A. GREGOROVA (1990) e outros a Museologia é uma ciência em construção, cujo objeto de estudo não está concentrado no museu. Para RUSSIO o objeto de estudo da Museologia é o fato museal, ou seja, a relação profunda entre o homem/sujeito e o objeto/bem cultural num espaço/cenário denominado museu, tudo isso participando da mesma realidade em transformação. A concepção de Museologia sustentada por CASTRILLON-VIZCARRA em nada se opõe a esta defendida por RUSSIO e GREGOROVA, até mesmo porque o estudo sobre a atribuição de sentidos está inevitavelmente inserido no âmbito do fato museal. O processo de atribuição de sentidos está vinculado também à atribuição de valores.

Isto nos faz compreender que os objetos/signos não têm valor em si, e sim valor culturalmente atribuído. O desenho animado aqui debatido revela de forma brutal que os objetos não têm significado em si. É evidente que estamos nos referindo apenas aos valores extrínsecos.

A experiência de Charlie Brown, é importante frisar, contribui para um equacionamento mais adequado do fato museal, uma vez que desperta a atenção do observador atento para a possibilidade de ocorrência desse mesmo fato museal fora do âmbito do museu-instituição. Neste caso, o espaço/cenário denominado museu para dar conta das possibilidades do olhar museológico, deve ser compreendido do ponto de vista conceitual e não do institucional.

A possibilidade de ocorrência do fato museal fora do âmbito do museu-instituição, a rigor, não é uma novidade, ainda que soe como heresia para muitas pessoas. As exposições itinerantes, a apresentação de bens culturais pertencentes a museus em escolas, clubes, fábricas, praias, ruas, lojas, etc., são a prova definitiva de que o fato museal não está aprisionado no museu-instituição.<sup>5</sup>

Aceitando-se esta maior abrangência do fato museal, é inevitável admitir que o campo de estudo da Museologia não está

restrito aos museus e aos objetos musealizados, mas abrange a relação homem-realidade mediatizada pelos bens culturais. Esta alteração de enfoque tem repercussão directa na concepção de ações educativas, na construção de linhas de pesquisa, na política de documentação museológica.

### 2.3. O processo de musealização

A experiência do fato museal vivida por Charlie Brown no âmbito de um supermercado permite pensar na natureza e nas características do processo de musealização. Este processo, que se desenvolve a partir da aplicação do conceito museu a um espaço/cenário determinado, está vinculado a uma intencionalidade representacional. Só se pode falar em musealização a partir do momento em que se estabelece uma intenção de que tal objeto passe a representar outra coisa. Apropriando-nos da imagem proposta, com certa reserva, por U. ECO (1984:168) poderíamos dizer que a musealização guarda relação com a figura "do chefe canibal que pendurou no pescoço, feito colar, um despertador", transformando assim, "um instrumento para medir o tempo numa jóia 'op'."

Parece claro que a musealização é uma cristalização do olhar museológico e implica no estabelecimento de um determinado recorte dentro do universo do museável. Em outras palavras: potencialmente tudo é museável (passível de ser incorporado a um museu), mas, em verdade, apenas determinado recorte da realidade será musealizado. A passagem do museável para o musealizado é que se denomina de processo de musealização. Mesmo não sendo a única, a musealização é uma forma efetiva de preservação de bens culturais. Ainda que a preservação possa ser voluntária e involuntária<sup>6</sup>, a musealização é sempre resultado de um ato de vontade. Nesta ordem de idéias, pode-se estabelecer que a musealização - de curta ou de longa duração - é uma construção voluntária, de caráter seletivo e político, vinculada a um esquema de atribuição de valores: culturais, ideológicos, religiosos, econômicos etc.

## 2.4. A imagem-museu

O brilhantismo e a genialidade identificados pela professora de Charlie Brown na analogia entre o museu e o supermercado deriva-se, com segurança, do reconhecimento de que esta analogia é original e inusitada.

Na realidade, não é frequente o desenvolvimento de uma imagem-museu associada a um supermercado. Muito mais frequente é a sustentação de imagens que vinculam o museu a cemitério de objetos, a lugar de coisas ricas e velhas<sup>7</sup>, a templo sagrado, a palácio de princesas e reis, e, mais recentemente, a escolas e casas de cultura.<sup>8</sup> Estas imagens que variam no tempo e no espaço, permitem que se compreenda o caráter multifacetário e mimético da instituição museológica. Elas são construídas efetivamente a partir da experiência dos indivíduos e dos grupos sociais com as três funções básicas dos museus: preservação, investigação e comunicação de bens culturais.

A analogia entre o museu e o supermercado só é possível porque eles são diferentes. Partindo-se desse ponto, pode-se perceber que o supermercado encontra-se no universo do museável e coloca em exibição para um grande público um sem número de objetos/bens culturais, gerando com isso a possibilidade, já verificada anteriormente, de ocorrência do fato museal. O supermercado é um templo do tempo do consumo. Os bens culturais ali apresentados estão inseridos na roda-viva do mercado, destinam-se ao uso objetivo, ao comércio. O museu é um templo do tempo da memória. Os bens culturais musealizados estão fora da roda-gigante do consumo, eles existem como um desafio (ou um roubo) à morte, como um duelo com o tempo ou um desejo de projeção do tempo A no tempo B. Com os bens culturais musealizados é possível, no entanto, a troca simbólica, o escambo de informações.

## 2.5. A construção do discurso

Ao estabelecer uma relação direta com os objetos/bens culturais expostos no supermercado, Charlie Brown elaborou um determinado discurso, fez uma determinada leitura da realidade ali apresentada. Esse fato serve para indicar que, a partir de um mesmo conjunto de bens culturais, discursos diversos podem ser construídos.

Se, por um lado pode-se falar no discurso construído pelo participante<sup>9</sup> - indivíduo ou grupo -; por outro, se pode perceber o discurso construído por aqueles que no museu operam com a linguagem das exposições (função comunicação). Nem sempre há um sinal de identidade entre estes dois discursos e aí reside um grande perigo para o museu, mas também uma grande riqueza cultural.

Se é verdade que o museu pode articular um discurso incompreendido para o participante, é também certo que o participante sempre terá a possibilidade de arejar com a sua experiência pessoal, a tentativa de estabelecimento de discursos monolíticos. O participante poderá problematizar e fazer uma leitura transversal<sup>10</sup>, ali onde o museu apresenta apenas solução.

Acenando com a possibilidade de uma 'guerrilha semiológica' ou de uma 'guerrilha cultural', U. ECO chega a propor que: "Uma organização educativa que conseguisse fazer um determinado público discutir a mensagem que está recebendo poderia inverter o significado dessa mensagem. Ou mostrar que a mensagem pode ser interpretada de diversos modos. Reparem: não estou propondo uma nova e mais terrível forma de controle da opinião pública. Estou propondo uma ação para impelir o público a controlar a mensagem e suas múltiplas possibilidades de interpretação." (ECO, 1984:174)

Tudo isso permite que se compreenda que os bens culturais não são a expressão materializada dos fatos ou dos acontecimentos prontos para serem colhidos e apresentados como prova da "verdade positiva". Não. Os bens culturais, enquanto signos sem significado em si, são suportes de informação, representação de memória. Vale dizer,



no entanto, que a memória e a informação não existem por si mesmas, mas em relação. Tanto a memória, quanto a informação são passíveis de utilização para a dominação e para a liberdade dos indivíduos e dos grupos sociais.

Tudo isso leva a compreender - o que muitas vezes tende a ser camuflado - que a história contada no museu<sup>11</sup> não é inquestionável, e que as exposições museológicas não são "a" verdade, mas "um" discurso, construído a partir de "uma" determinada concepção de mundo. Como esclarece M. L. HORTA:

"(...) os objetos não falam por si, mas na verdade falam por nós, por cada um de nós que os usamos e percebemos, de diferentes maneiras... esse processo é impossível de ser controlado, mas pode ser ao menos reconhecido e aproveitado como um fator de enriquecimento da experiência museal. O reconhecimento desta 'produtividade' do signo, e de suas infinitas possibilidades, pode ser um instrumento de enriquecimento do 'mobiliário mental' dos usuários do museu, dos leitores dos nossos discursos, e as consequências deste instrumento no processo fundamentalmente educativo da comunicação museológica podem ser melhor avaliadas e compreendidas." (HORTA, 1992:16)

## 2.6. A ação educativa

Apesar da resistência de muitos profissionais, a educação e o lazer são, por definição<sup>12</sup> finalidade das instituições museológicas. A ação educativa de caráter museológico se desenvolve precisamente no âmbito do fato museal. Essa afirmação, correta do ponto de vista teórico, diz pouco a respeito da orientação vetorial da ação educativa, que tanto poderá estar voltada para o diálogo, para a reflexão, para a transformação da realidade social, quanto para o monólogo, para a domesticação e para a conformação social. A opção por uma ação educativa voltada para o diálogo considera o bem cultural como trabalho coagulado, produzido, mantido e transformado pelo homem e

a ele mesmo destinado. Assim concebida, a ação educativa é processo de transformação do bem cultural em bem social. (CHAGAS, 1987).

Aparentemente, a professora de Charlie Brown compreende o potencial educativo dos museus e tenta, ainda que de forma simples, atualizá-lo através de uma visita escolar. A visita escolar, no entanto, é apenas um fragmento desse potencial.

## **2.7. A contemporaneidade dos museus**

O museu está em metamorfose. Como afirma P. V. MENSCH (1987): "O museu não é mais o que costumava ser." Originário de um tempo sem supermercado, sem computador, sem sinal de trânsito e sem disco laser, o museu convive hoje com uma realidade em mudança acelerada e bastante diversa da original.

Após a segunda guerra mundial, surgiram museus de tipologia bastante variada. Todavia, apesar da variedade tipológica, as três funções básicas - a preservação, a investigação e a comunicação - permanecem como o princípio de identidade dos museus.

O equilíbrio ou o desequilíbrio entre estas três funções resulta da orientação filosófica e política adotada pela instituição museal.

É evidente que em certos momentos as instituições podem enfatizar esta ou aquela função, sem que isto represente um grave problema ou um grande perigo. A questão fundamental é como evitar a cristalização em uma função, o que por vezes ocorre, em detrimento das outras. Quando há a cristalização na função preservação, por exemplo a instituição é compreendida como um depósito de coisas várias, como um centro de preservação pela preservação. Por outro lado, a cristalização na função pesquisa dificulta o crescimento e o amadurecimento da instituição. Neste caso, a tendência é que ela se aproxime do modelo propalado de casa de excelência científica e se afaste do conceito de museu. Finalmente, a cristalização na função comunicação tende a transformar a instituição em casa de espetáculos, em espaço de show.

O museu efetivamente, é importante frisar, não é apenas uma casa de preservação ou um centro de excelência científica ou uma casa de espetáculos, mas a combinação potencializada de todas estas tendências.

É interessante notar que o museu alimenta uma contradição interna, um ponto de permanente tensão, que se expressa através das funções preservação e comunicação. Para radicalizar e evidenciar esta contradição, fala-se em preservação e dinamização cultural. Neste caso, a dinamização envolve a comunicação e a investigação.

Enquanto a preservação mais rigorosa busca evitar o perigo e opõe-se à exposição, ao contato do participante, aos efeitos prejudiciais da luz, da umidade e da temperatura; a dinamização caminha em direção ao uso social, à apropriação do bem cultural pelo participante, expondo-o assim aos mais diversos riscos.

O desafio maior do museu é alcançar um ponto de equilíbrio entre a preservação e a dinamização e esta, por seu turno, atue com desejável bom senso e com a noção de cálculo de risco. Em qualquer hipótese, o que é preciso admitir é que a morte dos bens culturais é inevitável e que a preservação busca apenas prolongar, por mais algum tempo, a vida física dos mesmos.

O equilíbrio entre a dinamização e a preservação permite ao museu responder de forma ativa aos desafios e questionamentos impostos pela contemporaneidade.

A excursão de Charlie Brown ao supermercado-museu ironiza a produção artística, questiona a preservação e a dinamização de bens culturais, abre novos espaços para o pensamento museológico e insere e a contemporaneidade no âmbito dos museus.

### **3. Do engano à celebração da viagem**

Enquanto Charlie Brown estiver entrando nos supermercados pensando que eles são museus, os museus têm saída. Problema grave estará colocado a partir do momento em que o engano virar opção. O

engano de Charlie Brown musealiza o supermercado, transformando-o em signo, em outra coisa, ou seja, em museu.

A experiência vivenciada por Charlie Brown coloca em pauta um problema, entre outros, que pode ser assim traduzido: os museus podem ser substituídos pelos supermercados? A nossa resposta é não. O museu tem espaço na sociedade brasileira atual exatamente porque se opõe ao frenesi modernoso, mas a garantia desse espaço não poderá ser feita através do enclausuramento, e sim pela via da abertura do museu para a vida, para o tempo presente. A solução para o problema colocado por Charlie Brown não está na mercantilização da cultura, como a primeira vista poderiam supor aqueles que estão engajados em projetos de espetáculos neo-liberais, e sim no encontro com a cultura viva, com as manifestações populares, na abertura para a diversidade cultural, na quebra dos discursos positivistas e totalitários.

Ao tirar nota 10 e ainda receber comentários elogiosos da professora sobre o seu relatório de viagem, Charlie Brown consagra a sua excursão e nos leva a compreender que ali onde havia engano, a professora viu a correção e a genialidade. A nota 10 pode ser compreendida como a aceitação de uma leitura diversa. O engano nos diz que os objetos/hóspedes dos supermercados podem, independentemente da intenção original, ser percebidos como suportes de informação. Percebê-los assim, é realizar uma 'recepção crítica' (ECO, 1984:174), é abrir uma trincheira de resistência ao avanço do mercadologismo cultural.

Ao realizar uma contra-leitura do supermercado Charlie Brown transformou o tempo do consumo acelerado, num tempo cultural de fluir mais lento a descompassado. Em verdade, o tempo museal é uma aposta na transcendência da morte.

#### **4. Epílogo alegórico**

Este texto que buscou costurar com fino e frágil fio de palavras: a ficção e a realidade, não estaria arrematado sem a longa citação da célebre alegoria de LICHTWEHR, sobre a origem da

parábola. A alegoría, como se sabe, diz uma coisa querendo dizer outra.

*"Cierta dia - el último dia de la Edad de Oro -, la Mentira sorprendió a la Verdad mientras dormía; la arrebató sus albas vestiduras; se revistió con ellas, y quedó así constituída en única soberana de la Tierra. Seducido el mundo por el falso brillo de la Mentira disfrazada de Verdad, hubo de perder bien pronto su primitiva inocencia, renunciando a toda sabiduría, a toda probidad y a toda justicia. Expulsada y menospreciada la Verdad, rindióse desde entonces a la Mentira, que le habia usurpado su nombre, el culto que antaño sólo se rendía a lo verdadero y justo. Todo cuanto la Verdad decia, era al punto calificado de visión, y todo cuanto hacía, se deputaba como lo más intolerable de las extravagancias. A despecho, pues, de sus legítimos fueros, llegó la Verdad hasta suplicar doquiera po que se la oyese y atendiese, pero fué rechazada con los peores modos, de todos cuantos lugares visitara. !Hubo hasta insolente que se atrevió a calificar de libertinaje su casta e ingenua desnudez!... - Vete, noramala, la decían! - Vete muy lejos de aquí, mujer odiosa, que así te atreves a presentarte desnuda ante nuestros pudorosos ojos! !Jamás lograrás tú seducirnos con tus absurdos!*

*Convencida la Verdad de que la Humanidad cordialmente a execraba, huyo al desierto. No bien hubo llegado a él, encontró junto a unas zarzas las chillonas vestiduras que había dejado la Mentira cuando a ella le robó las suyas, y, como no tenía otras, se las puso, quedando así la Verdad siempre verdad, pero disfrazada ya con el vestido propio y característico de la Mentira... ...*

*La Verdad, así metamorfoseada, pudo ya retornar entre los hombres, que la acogieron entonces con asombro y alegría. Aquellos mismos que antes se habían escandalizado con su desnudez, fueron los que mejor la recibieron bajo tamaña apariencia extranjera y bajo el bellissimo nombre de fábula o 'Parábola', que ella entonces adoptó." (LUNA, 1921:14-15).*



---

## NOTAS

1. Não conseguimos encontrar um verbo diretamente relacionado com o substantivo feminino verdade.
2. O conceito de 'maya' desenvolvido pelas escolas de filosofia da Índia, entre as quais destacamos a Vedanta, é bastante elucidativo no que diz respeito ao jogo da ilusão e da mentira.
3. Este é o título do desenho animado veiculado pela SBT. A primeira informação que obtive sobre este desenho me foi fornecida por Esther Valente do Museu de Astronomia e Ciências Afins, em seguida a Prof<sup>a</sup>. Liana O'Campo da Universidade do Rio de Janeiro apresentou-me uma cópia do mesmo, em fita VHS, utilizada por seus netos.
4. A definição de museologia adotada por CASTRILLON-VIZCARRA em nada contradiz aquela adotada pela Prof<sup>a</sup>. Waldisa Russio e que expressa a linha teórica que temos adotado em nossos trabalhos.
5. A Prof<sup>a</sup>. W. RUSSIO em maio de 1990, em uma de suas últimas participações em seminários e debates, já encaminhava o seu pensamento nessa direção.
6. A preservação involuntária pode ser exemplificada através de determinados sítios arqueológicos ainda não explorados. Após a descoberta e exploração desses sítios, a preservação entra no campo do voluntário.
7. Esta imagem encontra-se trabalhada no texto Museu: Coisa Velha, Coisa Antiga - resultado de um trabalho de investigação coordenado pelo autor e publicado em 1987, pela UNIRIO.
8. A respeito dessa multiplicidade de imagens veja-se o texto Subsídios para implantação de uma política museológica brasileira, IJNPS, Recife, 1976.
9. O termo participante, aqui adotado, foi proposto pelo prof. Lamartine Pereira - comunicação apresentada no dia 26 de agosto de 1992, durante o Congresso Internacional América 92,

- promovido pela UFRJ - em substituição aos termos público, usuário, frequentador e visitante.
10. A possibilidade de uma leitura transversal do espetáculo museal pode ser melhor compreendida através de uma paráfrase museológica do texto de Richard Demarcy, contido em sua obra *Eléments d'une sociologie du spectacle*.
  11. A rigor todo museu é de história, uma vez que todos trabalham com o já realizado, o já feito.
  12. Veja-se a definição oficial de museu, contida no estatuto do Conselho Internacional de Museus (ICOM), artigo 3º e 4º.

## BIBLIOGRAFIA

- (1921) LUNA, M. R., *Por el reino encantado da maya*. Madrid, Publicaciones de ciencia natural editorial pueyo, 207.
- (1972) MOLES, A. e outros. *Semiologia dos objetos*. Petrópolis, Vozes. 196 p.
- (1978) FREIRE, P. *Ação cultural para a liberdade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra. 149 p.
- (1980) HELBO, A. (org.) *Semiologia da representação: teatro, televisão, história em quadrinhos*. São Paulo, Cultrix. 188 p.
- (1981) GREIMAS, A. J. *Semiologia e ciências sociais*. São Paulo, Cultrix. 93 p.
- (1983) SANTAELLA, L. *O que é semiótica*. São Paulo, Brasiliense. 114 p.
- (1984) ECO, U. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 353 p.
- (1984) RUSSIO, W. *Cultura, Patrimônio e preservação (texto III)*. In: ARANTES, A. A. (org.). *Produzindo o passado*. São Paulo, Brasiliense. p. 59-78.
- (1985) NICOLAS, A. (org.) *Nouvelles muséologies (M.N.E.S.)* Marseille, M.N.E.S. 192 p.
- (1986) CASTRILLON-VIZCARRA, A. *El museu peruano: utopia y realidad*. Lima, Industrial grafica. 138 p.



- 
- (1987) MONTENEGRO, H. Animacion cultural en los museos. Habana, Ministerio de Cultura (xerox). 36 p.
- (1987) VARINE, H. de. O tempo social. Rio de Janeiro, Eça. 205 p.
- (1989) CHAGAS, M. Preservação do patrimônio culturaal: educação e museu. Cadernos Museológicos nº 2. Rio de Janeiro. ISPC. p. 46-53.
- (1989) MENSCH, P. V. Museus em movimento. Cadernos Museológicos nº 1. Rio de Janeiro, IBPC. p. 49-54.
- (1990) GREGOROVA, A. A discussão da museologia como disciplina científica. Cadernos museológicos nº 3. Rio de Janeiro, IBPC. p. 45-49.
- (1991) CHAGAS, M. O objeto de pesquisa no caso dos museus. Apontamentos Memória & Cultura. Ano II - nº 1., UNIRIO, 37-51 p.
- (1992) HORTA, M. L. P. Semiótica museal. Rio de Janeiro (xerox). 21 p.