



A MEDIAÇÃO NO MUSEU DA FARMÁCIA PROFESSOR LUCAS MARQUES DO AMARAL, DA UFJF: NOVOS OLHARES E COMPREENSÕES

Inácio Botto Ferreira

RESUMO

O trabalho busca apresentar ao leitor o Museu da Faculdade de Farmácia Professor Lucas Marques do Amaral, bem como as ações educativas desenvolvidas para o visitante do mesmo. Procura-se neste, discutir sobre ações educativas, mediação e sua importância para os museus nos dias atuais. Além de realizar um comparativo com outros museus de Farmácia, o referido trabalho busca desenvolver uma pesquisa sobre as visitas mediadas no museu, salientando que com os resultados obtidos, notamos que o mediador assume um importante papel para traduzir verbalmente as diferentes linguagens contidas no acervo. Foi possível notar que o envolvimento da equipe de mediadores com os visitantes é importante, pois ao realizar uma aproximação com eles, captamos os interesses dos visitantes, tanto no início da visita quanto em seu término. Tal fato torna a visita mais completa, divertida, adaptando o discurso das peças para estimular a reflexão, possibilitando a interação, pautada na ludicidade dos visitantes e deixando a visita mais rica.

PALAVRAS-CHAVE: Museu. Mediação. Ações Educativas. Visitante. MUFLA.

ABSTRACT

The work seeks to present to the reader the Museum of the Faculty of Pharmacy Professor Lucas Marques do Amaral, as well as the educational actions developed for the visitor. It is sought in this, to discuss educational actions, mediation and its importance for museums in the present day. In addition to comparing with other pharmacy museums, this work seeks to develop a research on the visits mediated in the museum, noting that with the results obtained, we noticed that the mediator assumes an important role to translate verbally the different languages contained in the collection. It was possible to notice that the involvement of the team of mediators with the visitors is important, because when making a rapprochement with them, we capture the interests of the visitors, both at the beginning of the visit and at the end of the visit. This fact makes the visit more complete, fun, adapting the discourse of the pieces to stimulate reflection, allowing the interaction, based on the ludicity of the visitors and leaving the visit richer..

KEYWORDS: Museum. Mediation. Educational Actions. Visitor. MUFLA

1. INTRODUÇÃO

Juiz de fora é um município da zona da mata mineira, com inúmeros atrativos naturais e culturais, dentre esses, destacam-se os 20 museus e centros de cultura e ciências existentes no município que apresentam exposições temáticas diferenciadas, englobando acervos de grande valor histórico, científico e cultural, cabe ressaltar que 15 instituições museológicas são cadastradas junto ao Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, incluindo o Museu da Faculdade de Farmácia Professor Lucas Marques do Amaral (MUFLA).

Este estudo tem como principal objetivo relatar o processo de fundamentação das visitas mediadas para o público do MUFLA, discutir sobre mediação e seus processos de formação, bem como as diversas atividades de interação e democratização do museu para grupos de diferentes níveis escolares e de graduação, visitantes e alunos da UFJF.

Optou-se por utilizar neste trabalho pesquisas bibliográficas, pois elas “dão suporte a uma área, a um conhecimento” (CHASIN, 2012, p.13) e uma pesquisa de cunho qualitativo para a avaliação da ficha de visitantes, “o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las.” (SILVA & MENEZES, 2012, p.20).

O artigo está dividido nas seguintes seções: introdução, o lócus de atuação, ações educativas, a pesquisa de satisfação de visitantes, redes sociais e por fim algumas conclusões.

O Museu da Faculdade de Farmácia Professor Lucas Marques do Amaral possui 45 anos de história¹. Durante seu percurso, permaneceu fechado ao público por décadas, sendo aberto ocasionalmente para grupos escolares que solicitavam visitas ao espaço por meio de professores intermediários da Faculdade de Farmácia (FF). Atualmente o MUFLA funciona de segunda a sexta, de 08h às 12h e de 13h às 17h, é um dos poucos museus do país dedicados a história da farmácia. Seu objetivo principal é contribuir para a difusão dos saberes ligados à Farmácia, fomentando que os visitantes aprendam o rico universo de trabalho do farmacêutico, em especial conseguindo vislumbrar o desenvolvimento do ofício ao longo dos anos. Além disso, se propõe a servir de instrumento para o ensino da Farmácia, para a reflexão acerca dos desafios da ciência e para a democratização, de maneira instigante e lúdica, do acervo existente no museu.

O acervo do MUFLA é composto por milhares de itens concernentes a insumos, medicamentos e objetos utilizados nos séculos XIX e XX. Dentre as peças, podem ser citadas centenas de objetos, oriundos do desmembramento da antiga Escola de Farmácia e Odontologia em 1968, frascos para acondicionar matérias-primas e produtos finais, vidrarias de laboratório, peças para produção magistral (cremes e pomadas), livros, cadernetas, microscópios, aparelhos utilizados nas análises clínicas, material de escritório, seringas, agulhas, fotografias, quadros, lamparinas, dentre outros. Todo esse acervo foi consolidado ao longo dos anos por meio da junção entre a coleção pessoal do Professor Lucas Marques do Amaral² e as doações feitas por alguns institutos da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e terceiros (AMARAL *et al.*, 2010).

O fato de atuar como mediador no MUFLA, nos projetos de extensão “*Ações educativas no Museu da Farmácia da UFJF*” entre setembro de 2015 - maio de 2017 e “*Democratizando o Acesso ao Museu da Farmácia da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)*” de junho de 2017 – até o corrente período, permitiu o graduando a conceber ações educativas direcionadas, especialmente, para a recepção de adolescentes e jovens em diferentes níveis de graduação, colaboração com o treinamento de novos bolsistas para atuar

¹ O Museu da Faculdade de Farmácia foi criado agosto de 1972 pelo então Diretor da Faculdade de Farmácia, Lucas Marques do Amaral, ele é um dos poucos museus no Brasil que retratam a história da farmácia, detendo centenas de itens relativos a potes, frascos, insumos, medicamentos e objetos dos séculos XIX e XX.

² É Farmacêutico pela Escola de Farmácia e Odontologia de Juiz de Fora (1961) com especialização em Laboratório de Saúde Pública, pela antiga Universidade do Brasil (1962/1963). É professor adjunto aposentado da Universidade Federal de Juiz de Fora, onde lecionou Física Aplicada à Farmácia e Físico Química, na Faculdade de Farmácia e Bioquímica e no Instituto de Ciências Exatas, unidades da qual foi diretor, respectivamente, de 1972 a 1976 e de 1976 a 1980. Posteriormente, foi Pró Reitor de Ensino e Pesquisa de 1980 a 1982 e Pró Reitor de Administração de 1982 a 1985.

na mediação e inventariação do museu, gerenciamento e agendamento das visitas mediadas, assim como a utilização de espaços da FF, visitas realizadas a outros museus da cidade de Juiz de Fora para conhecer seus respectivos espaços e suas ações educativas, além de perceber que a investigação aqui proposta é algo inédito para a comunidade científica da UFJF. Outras experiências contribuíram para o aprimoramento e o enriquecimento deste trabalho, como a inserção do graduando no grupo de estudo PAIDÓS – Infância, Lazer & Educação (Turismo/UFJF), fato esse que possibilitou e ampliou os saberes dos temas apresentados aqui e por fim a participação em eventos acadêmicos, locais, regionais, nacionais e internacionais, com escrita e apresentação de artigos e *banners* com a equipe abarcando a educação, patrimônio, acessibilidade, lazer e museu.

2. LOCUS DE ATUAÇÃO: PROJETOS DE EXTENSÃO, MUSEU E AÇÕES EDUCATIVAS

Através do projeto de extensão “*Ações educativas no Museu da Farmácia da UFJF*”, concebido em agosto de 2015, vários diagnósticos foram elaborados para analisar os níveis de acessibilidade cultural e física do MUFLA. No decorrer do projeto foi apreendido que o espaço museológico possuía pouca visibilidade e reconhecimento, tanto da comunidade acadêmica quanto de agentes externos à universidade. No entanto, ao reconhecer o museu como um espaço de lazer, educação e vivência do patrimônio cultural, fenômenos esses encarados aqui não como dicotômicos, mas coexistentes, algumas ações foram direcionadas a fim de favorecer: a acessibilidade física do espaço interno do museu, como a concepção de um novo *layout* e reorganização das peças; a tradução de textos informativos para o braille, bem como a possibilidade de tocar em algumas peças; a divulgação através da atualização do site do museu e de novas informações nas redes sociais; o interesse dos visitantes pelo espaço museal por meio de ações educativas que promovam novas experiências afetivas, visando, em seguida, que eles, ao atribuírem uma dimensão afetiva ao patrimônio, contribuam para sua preservação.

O projeto de extensão “*Democratizando o Acesso ao Museu da Farmácia da Universidade Federal De Juiz De Fora (UFJF): Concepção e Efetivação de Ações Educativas Para Estudantes*” têm como finalidade conceber, por intermédio de ações educativas, cujo eixo fundamental é a ludicidade, um processo em que o patrimônio do MUFLA seja encarado e apresentado de maneira dialógica e criativa; interessante e contextualizada às características de cada grupo de visitantes. Favorecendo a interação entre os pares (anfitriões e visitantes), em que se problematize os valores do museu, mas que também se abra a apreender as leituras dos outros se faz fundamental para se tentar alcançar a sensibilização dos visitantes, de maneira que se edifique um sentimento de pertença do museu para as pessoas, algo fundamental dentro um processo de valorização e preservação do patrimônio cultural.

2.1 Museu e Ações Educativas: histórico e contextualização

Na atualidade, o papel social dos museus está fortemente vinculado à formação do indivíduo e o seu desenvolvimento pessoal. Ao abarcar o registro do tempo, servindo de informação e conhecimento para a sociedade, o Comitê Internacional de Museus³ define museu como:

³O ICOM (Conselho Internacional de Museus) é uma organização de nível internacional ligada à UNESCO. Foi fundada em 1946, é formada por museus e profissionais de museus. Ao ICOM está confiada a preservação e a difusão do patrimônio mundial - cultural e natural, presente e futuro, material e imaterial - para a sociedade.



“uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberto ao público, que adquire, conserva, pesquisa, divulga e expõe, para fins de estudo, educação e lazer, testemunhos materiais e imateriais dos povos e seu ambiente.” (ICOM, 2009, s/p)

É após a Revolução Francesa que o acesso aos museus e ao seus acervos é aberto ao grande público, sendo anteriormente restritas a alta sociedade e pesquisadores. Consequentemente, os museus passaram por uma reorganização de suas coleções, tornando-se de interesse do grande público (CASTELLEN, 2004). Segundo Denise Grinspum (2001, p. 2) os museus tornaram-se “instituições de serviço público e educação que inclui exploração, estudo, observação, pensamento crítico, contemplação e diálogo”. É importante interpretarmos que o “trabalho do museu é um serviço para a coletividade, e por isso exige padrões mais elevados de prática profissional” (ROCHA, 2010, p. 86).

Após a reorganização de suas coleções, os curadores, diretores e coordenadores dos museus se viram com mais um desafio: *como tornar acessível às informações contidas nas exposições?* Foi com essa provável indagação que foram surgindo os setores de ações educativas, pautadas na educação não-escolar, que é a diferenciada da escola (educação formal), pois a educação não-escolar dos museus se volta para a reflexão, participação e transformação da realidade dos visitantes. O documento de Diretrizes para elaboração do Programa Educativo e Cultural dos Museus da *Superintendência de Museus e Artes Visuais de Minas Gerais*⁴ define ações educativas como:

“procedimentos que promovem a educação no museu, tendo relação entre o homem e o bem cultural como centro de suas atividades. Pode estar voltada para a transmissão de conhecimento dogmático, resultando em doutrinação e domesticação, ou para a participação, reflexão crítica e transformação da realidade social. Neste caso, deve ser entendida como uma ação cultural, que consiste no processo de mediação, permitindo ao homem apreender, em um sentido amplo, o bem cultural, com vistas ao desenvolvimento de uma consciência crítica e abrangente da realidade que o cerca. Seus resultados devem assegurar a ampliação das possibilidades de expressão dos indivíduos e grupos nas diferentes esferas da vida social. Concebida dessa maneira, a ação educativa nos museus promove sempre benefício para a sociedade, determinando, em última instância, o papel social dos museus.” (CADERNO DE DIRETRIZES MUSEOLÓGICAS, 2006, p. 149)

As ações educativas oferecem diferentes modos de aprendizagem, entretenimento e discussão, elas são um complemento da educação formal, além de serem concebidas através de programas e ações que tenham como principal objetivo a reflexão crítica do visitante

⁴ Documento elaborado em 2009 pela Diretoria de Desenvolvimento de Linguagens Museológicas da Superintendência de Museus da Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais.

perante a evolução da sociedade, dos seus modos de vida, cultura e conseqüentemente tecnologia, elas consistem em:

“visitas “orientadas”, “guiadas”, “monitoradas” ou mesmo “dramatizadas”, programas de atendimento e preparo dos professores, oficinas, cursos e conferências, mostras de filme, vídeos, práticas de leitura, contação de histórias, exposições itinerantes, além de projetos específicos desenvolvidos para comemorar determinadas datas e servir de suporte para algumas exposições. Além dos materiais educativos e informativos editados com a finalidade de servir a estas práticas, tais como: edição de livros, jogos, guias, folders e folhetos diversos, folhas de atividades, kits de materiais pedagógicos, áudio-guide (guia auditivo), aplicativos multimídia, CD-ROM, site institucional na internet, etc.”(FALCÃO, 2009, p.16)

Sendo assim, as ações educativas são um conjunto de ações que abarcam várias atividades que são pensadas estrategicamente para o público do museu. Caracterizam-se pelas diversas formas de mediação entre o indivíduo e o museu, gerando respeito e valorização do patrimônio através da educação, por meio da ludicidade, da linguagem, promovendo a interpretação dos objetos das coleções, contribuindo para a participação, estimulando a curiosidade dos visitantes aos objetos que são “diferentes” de seu cotidiano e assim, possibilita a reflexão do mesmo sobre os temas abordados.

2.2 Para que e para quem mediar?

A mediação neste artigo constitui uma categoria central. As visitas mediadas⁵ e o mediador⁶ são atores fundamentais para a democratização, acesso e a formação sociocultural dos visitantes. A palavra mediação segundo a definição do Dicionário Básico de Filosofia (1996, p. 177), é “numa acepção genérica o termo vem do latim significando *mediatio*, ação de relacionar duas ou mais coisas, de servir de intermediário ou ponte de passagem de uma coisa a outra”.

A mediação em museus tem como principal função a explicação das peças que estão no acervo e/ou nas exposições permanentes e temporárias (MARANDINO *et al.*, 2009). O mediador torna-se um elo entre o museu e o visitante, sendo esse o centro das ações culturais e/ou educativas. Como dito acima, a mediação integra as ações educativas do projeto de extensão “*Democratizando o Acesso ao Museu da Farmácia da Universidade Federal De Juiz De Fora (UFJF): Concepção e Efetivação de Ações Educativas Para Estudantes*”, sendo essas concebidas de formas simples contribuindo, assim, para a experiência do visitante no museu.

Entende-se que a visita ao espaço museológico é “como um momento de coleta de informações. Dessa forma, ela não deve ser sobrecarregada de conteúdo” (MARANDINO *et al.*, 2009, p.26), tem de ser pensada de forma simples e objetiva. No MUFLA essas visitas são realizadas por meio de roteiros didáticos pré-estabelecidos. O roteiro demonstrou-se um instrumento de grande valia, devido à sua adaptabilidade para os diferentes públicos que

⁵As visitas mediadas podem ser chamadas de “visitas orientadas”, “visitas guiadas” e/ou “visitas monitoradas”

⁶São os profissionais que atuam no atendimento ao público, podem ser chamados de monitores, de mediadores, ajudantes, facilitadores, instrutores, guias, explicadores (MASSARANI, 2007)



visitam o museu, sendo que o mesmo deve ser moldado e planejado de acordo com o espaço, o tempo e o objeto em questão (BARBOSA *et al.*, 2010).

Ao compreender a mediação como uma “coleta de informações” (MARANDINO *et al.* 2009), ela pode ser realizada de diferentes formas e utilizar diversos recursos, podendo ser realizada pela mediação humana; por textos explicativos; recursos multimídia (imagens, sons, vídeos); experimentos (que promovam um diálogo com os visitantes e jogos, desenhos); e painéis: que suscitam a transformação das experiências da exposição em desafios que envolvem as visitas ainda mais (MORAES *et al.*, 2007).

Seguindo a lógica da mediação humana, sendo essa uma forma de comunicação entre a exposição e o público, tornando o mediador como um elemento de conexão importante, um tradutor das diferentes linguagens presentes no museu, Azevedo (2008) salienta que o mediador:

“é um terceiro elemento num processo de construção de uma qualquer realidade fortemente comunicacional no qual desempenha o papel simultaneamente de tradutor, facilitador, negociador, anfitrião, embaixador, parceiro, moderador, decodificador, orientador, catalisador e intermediário entre dois ou mais interlocutores, tendo como cenário diferentes contextos de sociabilidade, sendo por isso a sua identidade redefinida constantemente.” (AZEVEDO, 2008, p. 11)

A comunicação, desenvolvida na mediação é uma das melhores formas de se aprender sobre os saberes dos diversos objetos existentes na exposição (CAZELLI *et al.*, 2003). Segundo Lopes (2012, p.44), “para que o aspecto educativo dos museus seja valorizado, há de se considerar a pluralidade de linguagens e públicos que visitam este espaço.” Portanto, a linguagem é uma questão muito importante, torna-se imprescindível conhecer o grupo que vai realizar a visita ao museu, pois na grande maioria das vezes é necessário trocar o discurso formal pelo diálogo ou comunicação menos formal ao se trabalhar com crianças, jovens e pessoas sem instrução escolar e acadêmica.

Pavão e Leitão (2007, p. 41) relatam que, no caso dos centros e museus de ciências, “não há como duvidar do poder da linguagem do mediador”, reconhecendo que o mediador tem um papel importante na construção e trocas dos saberes, estimulando a reflexão entre os visitantes, pois em uma “intervenção competente, os visitantes são estimulados a interagirem uns com os outros e com o objeto do conhecimento. Ao estimular essas trocas, o monitor favorece a criação de um espaço de comunicação e interlocução de saberes.” (PAVÃO; LEITÃO, 2007, p. 41). Os mediadores são pessoas incumbidas de ajudar o visitante a entender o que está sendo proposto com a exposição, tornando-se essências para os museus.

Com as definições supracitadas, podemos dizer que a mediação é uma forma de traduzir o que está sendo exposto, no acervo, e pela linguagem e forma de mediar, o mediador posiciona-se como um contextualizador, dialoga e promove o encontro das peças do acervo com os visitantes e vice-versa. O mediador assume o papel de ser o elo entre o museu e os visitantes, este pautado na ludicidade, interatividade e na educação menos formal, libertadora, crítica, permitindo assim, uma maior interação e troca de experiências e vivências entre os envolvidos (MASSARINI, 2007). O mediador é alguém que ajuda o outro a decifrar e aprender sobre o que está sendo exposto, tem o papel de motivar, desafiar e questionar o

visitante, ajudar a compreender os aspectos sociais, científicos e tecnológicos existentes no ambiente museológico.

3. AÇÕES EDUCATIVAS: O PROCESSO DE MEDIAR

A seguir, é relatado e apresentado uma parcela das atividades que foram desenvolvidas no museu e para o referido trabalho, como: um levantamento sobre os museus de Farmácia no Brasil, a concepção das visitas mediadas no MUFLA, uma pesquisa inédita sobre o público e suas percepções sobre as visitas no MUFLA, criação e alimentação das redes sociais. Contudo, destacar-se-á, neste relato, a visita mediada e a pesquisa de satisfação da mesma.

Cabe ressaltar que no MUFLA, a equipe responsável pela mediação é constituída pelos bolsistas do projeto de extensão, que passam por treinamentos constantes e leituras de trabalhos referentes a museus, mediação e educação. Tais encontros e treinamentos auxiliam nas informações e esclarecimento de dúvidas sobre o acervo (FAHL, 2003). De maneira geral, a equipe do projeto é constituída por alunos dos cursos de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Turismo, Arquitetura e Farmácia, caracterizando-se por sua interdisciplinaridade, oriundos de diversas áreas e saberes da UFJF e possuindo uma jornada semanal de 12 horas.

3.1 Museus de Farmácia no Brasil e ações educativas

Neste item, busca-se apresentar ao leitor outros museus de Farmácia existentes no Brasil. No levantamento realizado pelo autor, buscou-se identificar junto ao Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), outras instituições museológicas dedicadas à temática farmacêutica e descobriu-se que atualmente existem oito museus/centros de memória, sendo que seis, incluindo o MUFLA, são cadastrados ao IBRAM (2011) e serão apresentados a seguir:

Quadro 1: Museus de Farmácia no Brasil

Museu	Objetivo/Missão	Localização	Cadastrado ao IBRAM?	Possui alguma ação educativa?
Centro de Memória da Farmácia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Resgatar, preservar e difundir aspectos históricos da Faculdade de Farmácia da UFMG e da profissão farmacêutica.	Belo Horizonte, Minas Gerais	Não	Sim, visitas mediadas, o projeto “Circuito das Vocações” e um jogo de tabuleiro “Trilha da Farmácia”.
Centro de Memória da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da Universidade de São Paulo (FCF-USP)	Selecionar, organizar, preservar e divulgar documentos e materiais a respeito da história da FCF-USP.	São Paulo, São Paulo.	Sim	Sim, visita mediada.



Espaço História da Farmácia	Homenagear o primeiro farmacêutico de Curitiba, Augusto Stellfeld, e resgatar os primeiros passos da história da farmácia e do grupo Boticário	Curitiba, Paraná	Sim	Sim, visita mediada.
Farmácia Internacional	Expor aos clientes/visitantes peças que fazem parte do seu acervo histórico.	Antonina, Paraná.	Sim	Não possui.
Museu da Farmácia da Santa Casa de Misericórdia	Expor aos visitantes peças de seu acervo, móveis de uso do farmacêutico e coleções de vidros pintados manualmente e gravados a ouro.	Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.	Sim	Sim, visita mediada.
Museu da Farmácia Professor Lucas Marques do Amaral	Contribuir para a difusão dos saberes ligados à Farmácia.	Juiz de Fora, Minas Gerais.	Sim	Sim, visitas mediadas, atividades educativas, oficina de desenhos para crianças e um jogo em desenvolvimento.
Museu de Farmácia Antônio Lago	O museu tem como missão divulgar a história da farmácia no Brasil.	Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.	Sim	Sim, visita mediada.
Museu Pharmacia	Propor mecanismos de análise do presente e de compreensão das tendências do futuro da profissão farmacêutica, através da interação dos	Ouro Preto, Minas Gerais	Não	Sim, visitas mediadas, projeto “Semana das Crianças no Museu da Farmácia” e colônia de férias para crianças.

	visitantes com o seu passado.			
--	-------------------------------	--	--	--

Fonte: Levantamento realizado pelo próprio autor, 2017.

Ao analisar o quadro acima, constatou-se que, em somente um dos oito museus existentes no Brasil não possui nenhum tipo de ação educativa. Fato esse que levou a procurar o motivo e constatou-se que o museu da “Farmácia Internacional” é um estabelecimento comercial e funciona com uma farmácia e museu ao mesmo tempo, fundada em 1911, possui a mobília antiga no seu interior, conservada com suas vidrarias e peças utilizadas ao longo da evolução da loja é exposta aos clientes/visitantes.

Conforme os dados obtidos no levantamento, sete museus possuem algum tipo de visita mediada, como parte de suas ações educativas, conforme constatado acima. Todos têm como parte do objetivo/missão a divulgação dos saberes do farmacêutico ao longo do tempo e bem como as peças e equipamentos que eram utilizadas. O estado de Minas Gerais se destaca, possuindo três museus dedicados a Farmácia e todos eles contam a história dos cursos e instituições que estão vinculadas, em seguida vêm os estados do Paraná e Rio de Janeiro com dois e São Paulo com um.

3.2 Visitas mediadas no MUFLA: concepção e contextualização

Devemos entender as visitas mediadas e a mediação, como uma aproximação com os objetos do acervo do museu, esta, não devendo ser praticada com o discurso “bancário”, aquele que é transferido o conhecimento do objeto ou o conteúdo para o visitante, sendo necessário quebrar esse paradigma, tornar a mediação capaz de transformar os visitantes em “reais sujeitos da construção e da reconstrução do objeto” (FREIRE, 2006, p. 14). O papel do mediador não é apenas ensinar ou relatar os conteúdos contidos nas peças, mas também estimular a reflexão crítica e social do visitante. E corroborando com Freire (2006), a mediação exige uma pesquisa sobre os métodos, exposição e sobre os grupos de visitantes, fato que sempre ajuda a estimular a capacidade criadora e reflexiva do visitante e do mediador, contribuindo assim, para uma experiência que fique marcada na memória de ambos.

Para a concepção do roteiro dinâmico, bem como os modos de lidar com o público, as maneiras de se portar diante de situações inesperadas, foram necessários estudos, leituras em grupo e treinamentos para chegar ao processo de mediar uma visita, possibilitando assim, conhecer os conteúdos e o espaço pertinente à exposição. Assim, para a realização desta função, foi necessário relembrar e aprofundar assuntos relacionados à farmácia, medicamentos, aparelhos, história da Faculdade de Farmácia, do seu criador e, acima de tudo, aprender a forma de utilização de cada peça que compõe o acervo do museu. Corroborando com Queiroz (2002), que identifica e caracteriza os saberes da mediação humana no Museu de Astronomia e Ciências Afins, situado na cidade do Rio de Janeiro, Brasil.

Ao pesquisar as visitas mediadas para os diferentes públicos e seus grupos em museus, foi necessário considerar três aspectos: a exposição e seu espaço; as características do público e a relação com os mediadores. O público chega ao museu com diferentes níveis de possibilidades de compreender os temas apresentados, ou seja, com suas redes cotidianas de conhecimentos parcialmente tecidas e abertas à incorporação de outros novos fios. Os fatores sociais e as expectativas pessoais dos diferentes visitantes contribuem para a significação que eles darão às narrativas museais. Por esse motivo, a pedagogia deve contemplar todos estes



aspectos, a fim de que se estabeleça um vínculo entre museu e visitante. Para tal, é necessário que o museu esteja aberto à negociação com o público. As exposições não devem ser um simples conjunto de ilustrações e a relação com o público deve se fazer por meio de uma construção na qual os termos ilustrar, demonstrar e completar, não deve ser lidos de forma mecânica, e sim interpretados a partir de concepções voltadas à compreensão, negociação e parceria, em uma interação do sujeito com o objeto do conhecimento. (VALENTE, 1995, p.171)

A exposição permanente do MUFLA tem por objetivo mostrar ao visitante do museu o que de mais importante se destaca dentro do acervo da instituição, colocando em evidência as peças expostas. O acervo foi organizado em seis eixos temáticos que se relacionam com algumas áreas de atuação do farmacêutico, sendo elas análises clínicas, química, manipulação, alimentos, administração e botica⁷. Murta e Albano (2005, p. 25), ressaltam que a interpretação de um determinado espaço é de fundamental importância, pois “[...] requer geralmente treinamento e pesquisa pessoal, já que os registros da memória perpetuam imprecisões” aprofundando assim a relação afetiva com o museu.

Com a finalidade de orientar as visitas mediadas, foi desenvolvido um roteiro dinâmico, adaptado de acordo com as características do grupo e ou pessoa visitante, servindo para os mediadores se basearem, no qual constam algumas informações sobre a história da FF e do MUFLA, contemplando também algumas peças das áreas temáticas que sejam representativas tanto para a história do museu, quanto para o visitante. Contribuindo assim para a construção de uma intimidade entre os saberes e a ludicidade dos mediadores com as experiências sociais dos visitantes, estimulando a curiosidade crítica por parte dos mesmos.

3.2.1 Visitas temáticas

As visitas temáticas consistem em visitas que são concebidas e realizadas para os alunos das faculdades que tenham a ver com as profissões que são ligadas ao museu. Por exemplo, no dia internacional do farmacêutico⁸, convidamos os alunos do primeiro período do curso de Farmácia da UFJF a conhecerem o museu. Para esta visita, pensamos e organizamos um roteiro que contemplou peças como: utensílios e aparelhos que foram utilizados por farmacêuticos no sec. XIX e XX e que ainda são utilizados nos dias atuais, bem como as peças que não possam deixar de serem apresentadas.

Nessas visitas discute-se com os visitantes a razão de ser de alguns saberes em relação ao museu, como a evolução das técnicas e aparelhos, a valorização do trabalho, contribuindo assim para os “saberes construídos na prática comunitária” dessas pessoas. (FREIRE, 2006, p. 14)

3.3 Atuação

O MUFLA possui três tipos de visitas, sendo elas: provindas da Diretoria de Imagem Institucional da Universidade⁹, as escolas que visitam o campus da UFJF passam por um

⁷ Nome pelo qual a farmácia era conhecida antigamente.

⁹ Comemorado no dia 20 de setembro.

⁹Diretoria de Imagem Institucional da UFJF é responsável pela Assessoria de Imprensa, Projetos, Eventos, Cerimonial e Atendimento. Através de seus veículos de comunicação, objetiva informar com seriedade e



roteiro em que os alunos escolhem o museu e outros institutos. Existem também os grupos escolares, universitários e de idosos que solicitam a visita diretamente com o museu, preenchendo uma ficha de visitante e, por fim, as visitas espontâneas.

Lembro-me das primeiras visitas mediadas, a chegada dos alunos na FF, a recepção e as devidas apresentações, logo depois levei os visitantes ao anfiteatro e lá foi feita uma introdução como um bate papo informal (“momentos de descontração”) pautado com algumas informações históricas sobre o curso de Farmácia e o MUFLA. Os alunos foram convidados a fazerem perguntas sobre os cursos da UFJF, tirar dúvidas sobre a vida universitária e em seguida foram acompanhados até o museu. Nesta última etapa, com o coração acelerado, ocorreram às descobertas inimagináveis com a apresentação do acervo e de suas peças “curiosas” e “diferentes”, o deslumbramento deles, a curiosidade e a surpresa ao verem a utilidade das peças, as risadas e, por fim, a finalização¹⁰ dessa etapa no museu.

Atualmente, priorizamos uma maior aproximação com o visitante, mediante a chegada do grupo no museu, onde é feita uma contextualização histórica de maneira descontraída, e assim, ocorrem momentos em que os visitantes são levados a uma reflexão de temas ligados ao cotidiano, como: doenças transmissíveis (relacionados às peças que eram feitas de vidro), questões de gêneros (o papel da mulher na ciência com enfoque no curso de Farmácia da UFJF), entre outras. Os visitantes são convidados a trazerem as suas experiências, possibilitando assim uma maior autonomia e participação crítica deles. Corroborando com uma pedagogia capaz de ensinar sem “depositar” o conhecimento em uma “caixa”, mas sim, desafiá-los a produzir as próprias compreensões do que é falado com eles (FREIRE, 2006).

Para ajudar a tornar esses momentos mais inesquecíveis e pautados nas trocas de saberes entre mediador e visitante, foram desenvolvidas atividades que vão além da visita do museu e explora outros territórios da FF. Logo após a visita ao museu, os visitantes são convidados a conhecerem outros espaços da FF, variando entre os laboratórios e o horto da faculdade. Nesses locais, são feitas correlações com as peças que fazem parte do acervo e dos conhecimentos trazidos por eles.

Concluída a visita mediada, é feito o discurso de agradecimento com algumas ponderações sobre a visita. Além disso, nos divulgávamos e pedimos para eles curtirem e verem a fotos deles na página do *facebook* e do *instagram* do museu e pedimos para que as postem e compartilhem as fotos tiradas no local.

4. PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE VISITANTES

Para conhecer o público do MUFLA e com objetivo de tornar as visitas mais ricas, com linguagens e ações específicas para os visitantes foi elaborada uma ficha de avaliação do visitante, nela constam dados como: objetivo da visita, local de origem, instituição, itens relativos à sinalização, comunicação e satisfação. Para esse artigo será utilizado os dados referentes às ações educativas. A ficha de avaliação possibilita aos mediadores a compreensão do que esta sendo transmitido ao visitante, caracterizando-se como um *feedback* das ações

transparência a comunidade em geral e, especialmente, a acadêmica, divulgando as atividades desenvolvidas pela UFJF no âmbito da pesquisa, ensino e extensão. Disponível em: <http://www.ufjf.br/noticias/imprensa/>.

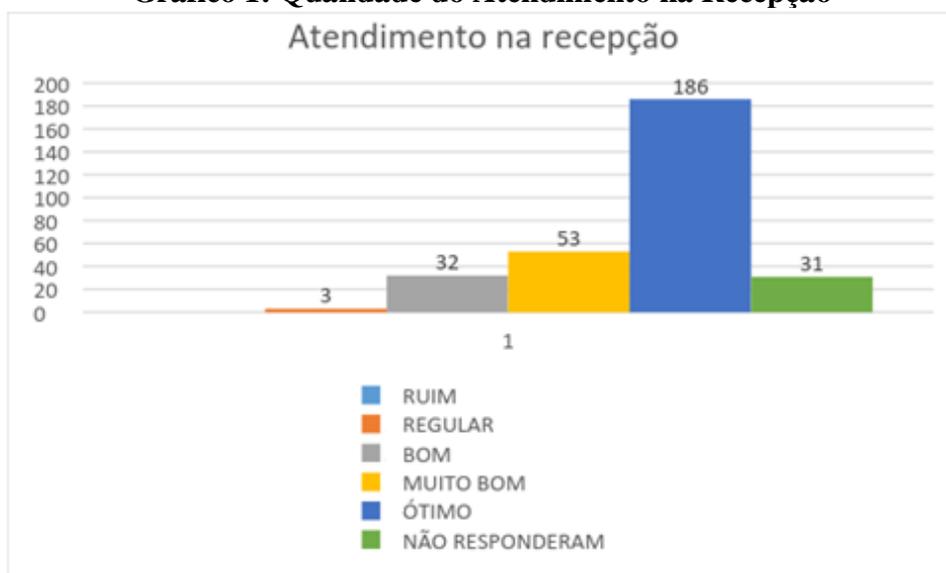
¹⁰ É nesse momento que é entregue um folder com algumas informações sobre o museu, contendo curiosidades, contato e redes sociais. Também distribuimos a ficha de avaliação da visita.

desenvolvidas nas visitas. Munley (1986) compreende que a pesquisa de público ou avaliação é importante, pois, justifica o valor da instituição e/ou de seus programas específicos; os dados coletados ajudam no planejamento de longo prazo; possibilita e auxilia a formulação de novas ações e programas educativos, servindo também para avaliação das mesmas ações e amplia a compreensão de como o público usa e compreende o museu.

A seguir, apresentar-se-á os resultados do levantamento realizado, no qual, foram avaliados 306 fichas correspondentes aos meses de junho de 2016 a agosto de 2017, e descobriu-se que 98% do público do museu neste intervalo de tempo foi composto por grupos escolares e alguns universitários, jovens de 10 a 20 anos e os outros 2% mistos, sendo que 66% eram do sexo feminino, 33% do sexo masculino e 1% não declaram o sexo.

No que tange ao Atendimento na recepção:

Gráfico 1: Qualidade do Atendimento na Recepção

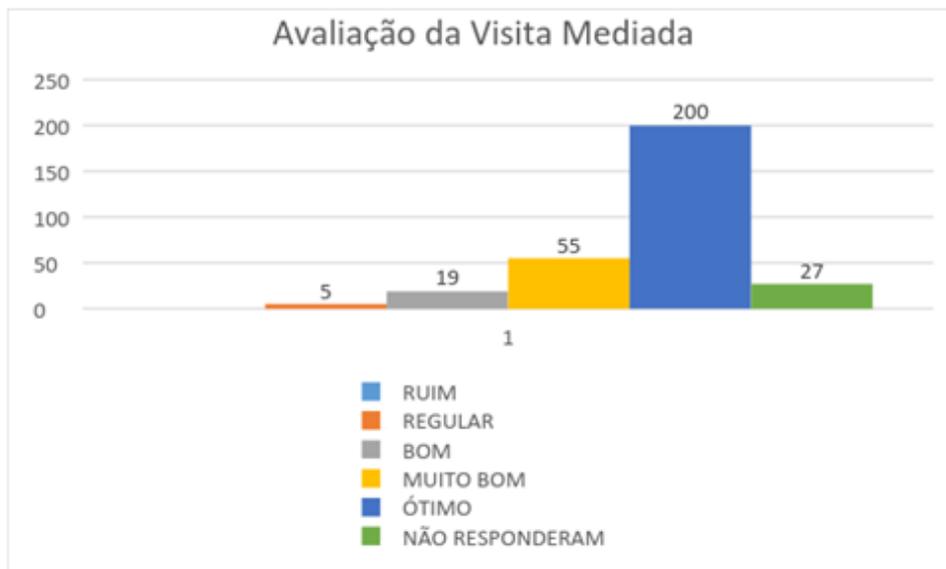


Fonte: Levantamento realizado pelo próprio autor, 2017.

No atendimento a recepção, temos que 186 visitantes (61%) consideraram-no como “ótimo”, 17% “muito bom” e 10% como “bom”. Esses dados nos mostram como que o serviço de recepção e acolhimento é importante para o museu. Quando os visitantes chegam ao MUFLA, a recepção é(são) realizada(s) pelo(s) bolsista(s) mediador(es), as apresentações e instruções (como onde guardar mochila, não tocar nas peças – pois podem danificá-las –, não comer no local da exposição – pois podem atrair animais e isentos que são capazes de danificar as peças – e informar que fotos são permitidas somente sem flash) são feitas e os visitantes são convidados a entrar no espaço, com isso partimos para a visita mediada.

O próximo item avaliado foram as visitas mediadas e temos que:

Gráfico 2: Qualidade da Visita Mediada

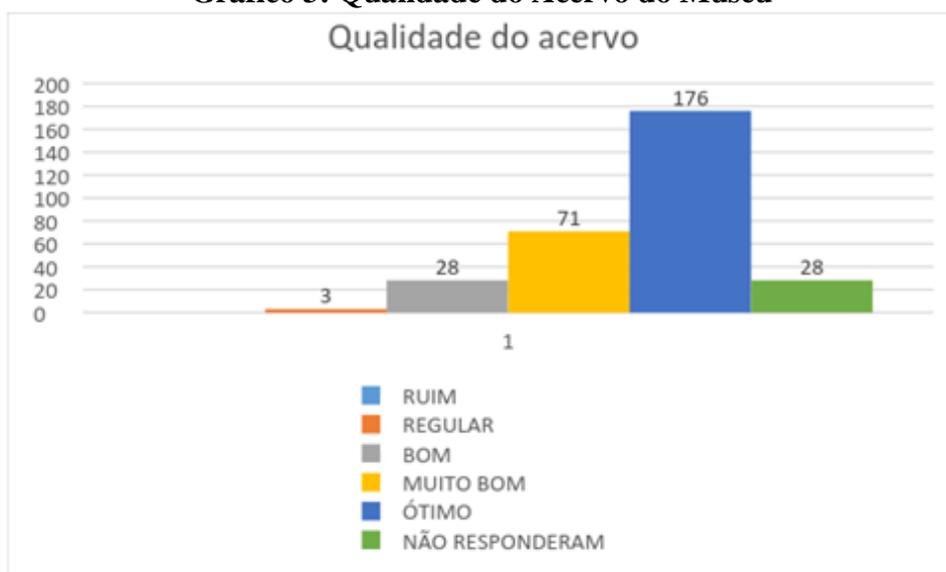


Fonte: Levantamento realizado pelo próprio autor, 2017.

Na avaliação da visita mediada pelos instrutores obtivemos que: 200 visitantes (65%) classificaram a visita como “ótimo”, 55 dos visitantes (18%) classificaram como “muito bom” e 6% como “bom”. Os números obtidos mostram que as ações, como informações coletadas antes sobre os grupos, treinamentos e estudos coletivos são constantemente desenvolvidos pelos mediadores, o que possibilita uma maior interação, entendimento e troca de experiências e saberes entre ambas as partes, deixando assim, os visitantes mais cativados a interagir com os mediadores, tornando a visita mais dinâmica e memorável. Caracterizando o mediador com um importante ator para o MUFLA, pois a visita mediada é um caminho aberto ao diálogo, que conduz o público a interpretar as peças contidas na exposição e assim dando significado e compreensão para as mesmas.

A qualidade do acervo também é analisada na ficha de avaliação:

Gráfico 3: Qualidade do Acervo do Museu

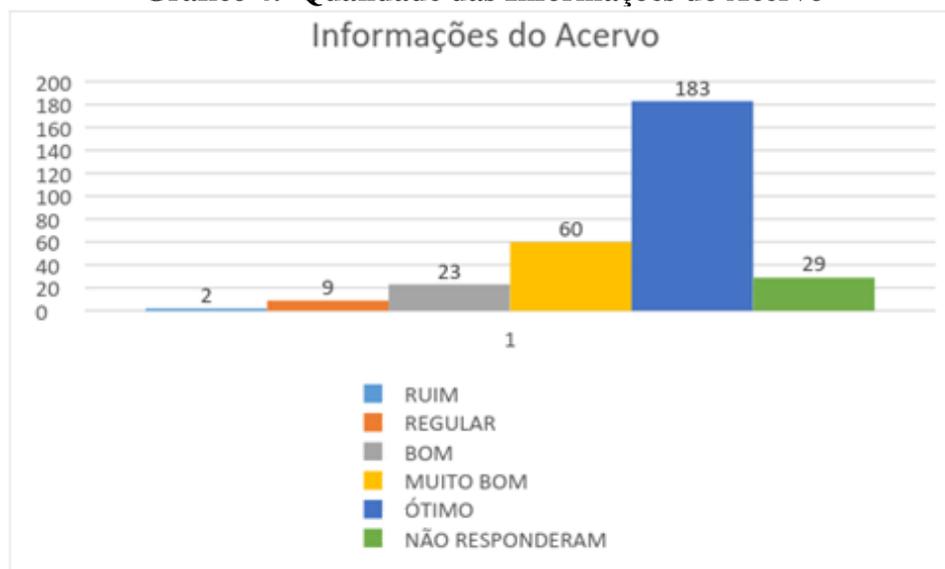


Fonte: Levantamento realizado pelo próprio autor, 2017.

A qualidade do acervo também é avaliada e 58% dos visitantes o consideraram “ótimo”, 23% “muito bom”, 9% como “bom”, 1% “regular” e 9% não responderam. Segundo (Lopes, 2014, p. 36) “os objetos e as diferentes obras contidos nele (museu) possibilitam o exercício da imaginação, da fruição e da construção de saberes.” Com isso, pesquisas sobre o acervo, como curiosidades sobre o uso das peças, inventores e formas de uso são sempre passadas aos visitantes durante a visita.

E por fim, as informações sobre o acervo:

Gráfico 4: Qualidade das Informações do Acervo



Fonte: Levantamento realizado pelo próprio autor, 2017.

As informações que estão contidas nas peças foram avaliadas e temos que 183 visitantes (60%) consideraram “ótimo”, 20% “muito bom”, 8% como “bom”. As informações (nome, função e época que foi utilizada) dispostas nas peças visam possibilitar aos visitantes uma maior vontade de interagir, levando a um diálogo com os colegas e consequentemente com o mediador. Atualmente, está sendo pensado nas informações em braille.

Salienta-se que essa pesquisa foi a primeira a ser desenvolvida no Museu em mais de quatro décadas de existência, evidenciando que apesar de anteriormente não dispormos de uma pesquisa para saber as características dos visitantes, essa possibilita mais ações voltadas para os públicos adolescentes e jovens frequentadores do museu, como debates e reflexões sobre história e a atualidade, culminando em uma educação, apontando a preocupação centrada no indivíduo, seus anseios, buscando o alargamento da consciência deles e a sua participação realmente efetiva (LOPES, 2012).

Com os resultados da avaliação das fichas, nota-se que o mediador assume um importante papel para traduzir verbalmente as diferentes linguagens contidas no acervo. Foi possível notar que o envolvimento da equipe de bolsistas/mediadores com os visitantes é importante, pois ao realizar essa aproximação com eles, é possível captar os interesses dos visitantes, tanto no início da visita quanto em seu término, fato esse, que torna a visita mais completa, divertida, adaptando o discurso das peças para estimular a reflexão, possibilitar a interação dos visitantes e deixando a visita mais rica.



Esse resultado possibilita outras formas de democratizar o acesso ao MUFLA como: (a) a criação de roteiros e abordagens diferenciadas do acervo para os diferentes públicos, (b) realização de oficinas itinerantes sobre higienização, parasitoses e toxicidade de plantas em escolas e instituições de ensino que visitarão posteriormente o museu, de maneira a democratizar o conhecimento sobre a Farmácia, (c) realizar mostras temporárias em conjunto com as instituições escolares parceiras e outros institutos da UFJF, ampliando-o assim para a comunidade acadêmica e, (d) contribuir para a difusão de bens e espaços culturais na cidade de Juiz de Fora.

5. REDES SOCIAIS

Neste trabalho, as redes sociais são consideradas como ferramentas importantes, pois elas têm o papel de possibilitar e melhorar o relacionamento do museu com o seu visitante e possível visitante. De acordo com o Dicionário de Comunicação, entende-se por redes sociais “uma rede formada por um conjunto de nós e suas conexões” (DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO, 2009 p. 303). Dessa forma, as redes sociais são plataformas que são formadas pelas conexões de indivíduos que estão ligados por algum tipo de afinidade, assunto ou interesse, seja por um livro, um curso ou algum *hobbie* em comum, por exemplo.

As redes sociais são uma forma de mediação, pois elas têm a capacidade de expor e dialogar, informações, peças do acervo, atividades propostas pelo museu com o seu público-alvo. Segundo Recuero (2009, p.15) as redes sociais têm um papel importante, pois: “a informação circula, é filtrada e repassada; conectada a conversação, onde é debatida, discutida e, assim, gera a possibilidade de novas formas de organização social baseadas em interesses das coletividades”, no caso das pessoas interessadas em museus, ou mesmo curiosos.

A criação dos perfis nas mídias sociais *Facebook e Instagram*, possibilitou uma maior aproximação com o público, criando mais um meio de comunicação e interação, uma nova ferramenta, capaz de democratizar e ampliar o museu perante outros setores sociais, possibilitando o acesso por meio de postagem de fotos e vídeos da exposição, informações históricas e assim, permiti e contribui para um “contato interativo com os objetos expostos e criar redes de discussão, que poderão dar continuidade à experiência de visitação ao museu” (LEITE, 2002, p.85).

Para as postagens são escolhidas peças que despertem certa curiosidade do usuário e dessa forma incentivem ele a pesquisar sobre o museu e ir tomar conhecimento de suas exposições. Tendo de duas a três postagens semanais, os números de visibilidades, interações, curtidas e seguidores são impressionantes. Em menos de um mês em nosso perfil no *Facebook*¹¹, tínhamos mais de 200 curtidas com mais de 15.000 alcances/visualizações dos usuários. Já no *Instagram*¹² obtivemos 46 seguidores e por volta de 150 visualizações nas fotos postadas¹³.

6. ALGUMAS CONCLUSÕES

¹¹ *Facebook*: <https://www.facebook.com/museudafarmaciaufjf>

¹² *Instagram*:. <https://www.instagram.com/museudafarmaciaufjf/>

¹³ Números fornecidos pelas próprias redes sociais.



O presente artigo teve como principal objetivo relatar o processo de concepção e efetivação das ações educativas que foram realizadas pelo autor durante a integração nas equipes dos Projetos de Extensão: “*Ações educativas no Museu da Farmácia da UFJF*” e “*Democratizando o Acesso ao Museu da Farmácia da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)*”. Pautou-se na discussão sobre mediação, bem como seus processos de criação e fundamentação no museu e outras atividades que foram desenvolvidas no decorrer dos projetos. Salienta-se que este trabalho e os dados apresentados nele são inéditos para o Museu da Farmácia Professor Lucas Marques do Amaral e a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Com as revisões bibliográficas é possível concluir que as ações educativas do museu, mesmo este sendo o mesmo espaço para todos os visitantes, contribui para as diferentes reações, sentidos e significados para cada visitante do MUFLA.

Por meio da pesquisa de satisfação do visitante, percebe-se que as visitas mediadas bem como outras técnicas de interpretação do acervo e do patrimônio, são fundamentais para: a) a compreensão, b) interação e c) democratização do museu para grupos de diferentes níveis escolares e de graduação, visitantes e alunos da UFJF e de outras instituições da cidade e região. A partir da referida pesquisa, foi possível mensurar os níveis de satisfação do público perante as ações realizadas nas visitas, contribuindo assim, para reconhecer o público do museu e com isso, tornar as visitas mediadas mais ricas, com linguagens e ações específicas para determinados grupos e/ou visitantes.

O trabalho foi importante, pois com o olhar e a integração de um estudante de turismo e/ou ciências humanas na equipe do museu possibilitaram-se novas compreensões, concepções e efetivações das ações educativas, tornando-as mais interessantes, abarcando temas e discussões atuais, jogos e brincadeiras que se tornaram memoráveis para o público. Com a formação do estudante/bolsista/mediador é pautada em diversas áreas, o mesmo aplica os conhecimentos adquiridos na sala de aula, favorecendo e tornando a visita mais rica, com experiências e ações significativas para o visitante. O mediador oriundo da área do turismo, assume um papel importante, pois ao planejar as ações educativas, pauta-se nos saberes e ensinamentos das disciplinas de lazer, planejamento, gestão cultural e social, *marketing*, eventos e outras, contribuindo assim, para a elaboração de brincadeiras, experiências, eventos, palestras e divulgação das mesmas nas redes sociais e mídias tradicionais. O discente aplica na prática valores educacionais que respaldam a concepção das ações educativas e subsidia discussões e reflexões dos grupos, conduzindo diante da mediação e outras ações os visitantes a entendimentos sobre as diversas relações humanas e sociais e formas de compreender e organizar o mundo.

Encerrando esta etapa, conclui-se que o mediador, independentemente da área científica de origem, é um importante ator para os museus, pois a visita mediada é um caminho aberto ao diálogo racional, que conduz o público a interpretar as peças contidas na exposição e, assim, ressignificar e possibilitar a compreensão para as mesmas, de uma forma lúdica, pautando-se nas experiências vividas pelos mediadores e visitantes. O mediador tem o papel não de ensinar, transferir ou relatar os conteúdos contidos nas exposições e peças do acervo, ele estimula a reflexão crítica e social dos visitantes, por meio das ações educativas que são desenvolvidas para as visitas. Cabe refletir que as ações educativas são um processo contínuo de aprendizagem por parte da equipe do museu, sempre com novos olhares e compreensões, possibilitando uma maior inclusão de todos os tipos de visitantes, contribuindo assim, para o lazer, a inclusão social e física, o acesso e conhecimento do patrimônio cultural e imaterial de uma dada coletividade.



REFERENCIAL TEÓRICO

ALMANDRADE. **O museu e sua função cultural**. Disponível em: <<http://www.forumpermanente.org/.painel/artigos/almandrade/>> . Acesso em: 04 de out. 2017.

AMARAL, Lucas M; GRANATO, Marcus; LOURENÇO, Marta C (Orgs.). **Coleções Científicas Luso-Brasileiras: patrimônio a ser descoberto**. 1. ed. Rio de Janeiro: MAST, 2010. v. 1. 382p. Disponível em: <http://www.ufjf.br/farmacia/files/2009/01/colecoes_cientificas_luso_brasileiras_patrimonio_a_ser_descoberto.pdf>. Acesso em: Outubro de 2017.

AZEVEDO, M. R. P. M. **Dinâmicas de aprendizagem nos museus: a mediação**. *Revista en-red* (online), p.1-20. Disponível em: <http://www.redeeducacaoartistica.org/docs/m_red/MariadoRosarioAzevedo_DINAMICASDEAPRENDIZAGEMNOSMUSEUS.pdf>. Acesso em: 20 de outubro de 2017.

BARBOSA, Neilia Marcelina; OLIVEIRA, Anna Luiza Barcellos de; TICLE, Maria Letícia Silva. **Ação Educativa em Museus**: Caderno 04. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura/ Superintendência de Museus e Artes Visuais de Minas Gerais, 2010.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais**. Brasília, 2012.

CADERNO de Diretrizes Museológicas 1. Brasília: Ministério da Cultura / Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional / Departamento de Museus e Centros Culturais, Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura/ Superintendência de Museus, 2º Edição, 2006.

CASTELLEN, Christiane Maria. **Museu de Arte de Santa Catarina e suas ações educativas como possibilidades de inclusão social através de parcerias**. 2004. Dissertação (Pós-graduação Lato Sensu em Ensino de Artes Visuais) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

CHASIN, Alice A. da Matta. **Manual para elaboração de trabalhos de conclusão de curso**./ Alice A. da Matta Chasin (coordenadora) - São Paulo, 2012. 97f.

DICIONÁRIO BÁSICO DE FILOSOFIA. Hilton Japiassú, Danilo Marcondes. – 3a. ed. rev. e ampliada. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996

DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO. São Paulo: Paulus, 2009.

EDITORIAL, Conselho. Breves considerações sobre a genealogia e o significado da Recomendação sobre a proteção e a promoção dos museus e coleções, de sua diversidade e de sua função na sociedade Paris, 20 de novembro de 2015. **Cadernos de Sociomuseologia**, [S.l.], v. 54, n. 10, july 2017. ISSN 1646-3714. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/5953>>. Acesso em: 29 sep. 2017.



FAHL, D. D. **Marcas do ensino escolar de Ciências presentes em Museus e Centros de Ciências: um estudo da Estação Ciência – São Paulo e do Museu Dinâmico de Ciências de Campinas – MDCC.** 2003. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, 2003.

FALCÃO, Andréa. **Museu como lugar de memória. Salto para o futuro. Museu e escola: educação formal e não-formal.** Ano XIX – Nº 3 – Maio/2009. Disponível em: <<http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000012191.pdf>> Acesso em: 04 out. 2017

FIGURELLI, Gabriela. **Os serviços educativos em museus portugueses: uma contextualização histórica. Cadernos de Sociomuseologia,** [S.l.], n. 6, nov. 2015. ISSN 1646-3714. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/5260>>. Acesso em: 29 sep. 2017.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

GRINSPUM, Denise. **Educação para o patrimônio: conceitos, metas e reflexões para formulação de política.** In: Anais do Simpósio Internacional Museu e Educação, Conceitos e Métodos. s/e, São Paulo, 2001.

GUIA DOS MUSEUS BRASILEIROS. Instituto Brasileiro de Museus. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011

IBGE. **Normas de apresentação tabular.** 3. ed. Rio de Janeiro, 1993. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv23907.pdf>>. Acesso em: 19 de outubro de 2017.

ICOM – **International Council of Museums.** Museum definition – 1974. In: Development of the museum definition according to ICOM Statutes (1946 – 2001). Disponível em: <http://icom.museum/hist_def_eng.html>. Acesso em: Setembro de 2017.

LIMA JUNIOR, Walter Lima. **Mídia Social Conectada: produção colaborativa de informação e relevância social em ambiente tecnológico digital.** Líbero (FACASPER), v. XII, p. 95-106, 2009.

LEITE, Miriam. **Museu Virtual: O diálogo possível na distância.** EPECODIM 2001 – Encontro sobre a Pesquisa em Educação, Comunicação e Divulgação Científica em Museus. Rio de Janeiro. Museu da Vida / FINEP / Museu de Astronomia. 2002. P. 81-86.

LOPES, R. A. **Desafios e Operacionalização de uma vivência de lazer enriquecedora: O caso das visitas guiadas do Museu Ferroviário/Estação Arte, de Juiz de Fora, Minas Gerais, sob a ótica de uma trabalhadora.** In: Seminário, 2012, Belo Horizonte. Coletânea do XIII Seminário: O Lazer em Debate. 2012. p. 140-146.

_____. **Vamos ao museu hoje? Lazer e educação em visitas mediadas.** Belo Horizonte, 2014. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional.



MARANDINO, M. (Org). **Educação em museus: a mediação em foco**. São Paulo: Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação Não Formal e Divulgação da Ciência/ Universidade de São Paulo/ Faculdade de Educação, 2008. 48 p.

MORAES, R. *et al* . **Mediação em museus e centros de ciências: o caso do Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS**. Massarani, L., Merzagora, M., & Rodari, P. (Orgs.). **Diálogos & Ciência: mediação em museus e centros de ciência** (pp.56-67). Rio de Janeiro, 2007: Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz.

MUNLEY, Mary Ellen. **Asking the right questions: evaluation and the museum mission**. Museum News, Washington: American Association of Museums, v. 64, n. 3, Feb. 1986.

MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Ed. UFMG; Território Brasilis, Belo Horizonte 2002.

PAVÃO, A. C.; LEITÃO, A. **Hands-on? Minds-on? Hearts-on? Social-on? Explainers-on?** In: MASSARANI, L. (Org). *Diálogos & Ciência: mediação em museus e centros de Ciência*. Rio de Janeiro: Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz, 2007. p. 40-47.

QUEIROZ, G.*et al* . **Construindo saberes da mediação na educação em museus de ciências: o caso dos mediadores do Museu de Astronomia e Ciências Afins/Brasil**. Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências, 2(2) 77-88, (2002).

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCHA, C.P. **Templo das mídias: os museus sob o signo da informação e da comunicação**. 2009. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2009.

ROCHA, Julia . **Arte-educação em instituições culturais - O ensino não formal em museus de arte**. In: **10º Encontro de Reflexões e Ações no Ensino de Arte**, 2010, Uberlândia. Anais 10º Encontro de Reflexões e Ações no Ensino de Arte, 2010.

SILVA, Edna Lúcia da, MENEZES, Eстера Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005. Disponível em: <http://tccbiblio.paginas.ufsc.br/files/2010/09/024_Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes1.pdf>. Acesso em: 10 de Agosto de 2017.

SOUZA CHAGAS, Mário. **Museus, memórias e movimentos sociais**. Cadernos de Sociomuseologia, [S.l.], n. 41, feb. 2012. ISSN 1646-3714. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/2654>>. Acesso em: 29 de setembro de 2017.

VALENTE, M. E. A. **Educação em museu: o público de hoje no museu de ontem**. Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Educação, Dissertação de Mestrado, 1995.