



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

GT9 – Museu, Patrimônio e Informação

**MUSEU E INFORMAÇÃO ARTÍSTICA: A DIMENSÃO INFORMACIONAL E O
HORIZONTE DA DIVULGAÇÃO EM MUSEUS DE ARTE**
*MUSEUM AND ARTISTIC INFORMATION: THE INFORMATIONAL DIMENSION
AND THE ART MUSEUM DIVULGATION'S HORIZON*

Julia Nolasco L. de Moraes¹

Modalidade de apresentação: Comunicação Oral

Resumo: Discute-se o papel-chave da informação no contexto das ações de musealização, enfatizando o museu a partir de sua dimensão informacional e descortinando possibilidades para a divulgação artística entendida como comunicação da informação de/sobre arte a públicos não familiarizados com os referenciais, critérios, linguagens e princípios do campo artístico. Para tanto, são apresentadas algumas definições de informação, a fim de dar suporte à compreensão dos museus como sistemas informacionais voltados à fruição de diferentes públicos; além de definições e especificidades da informação artística no contexto dos museus. Em um terceiro momento, caracteriza-se a documentação e a pesquisa como ações estratégicas do processo de musealização, fornecendo subsídios para a divulgação artística. Procura-se trazer à discussão a dimensão informacional dos museus como grau de potência, entendendo-a como necessariamente integrada e inter-relacionada às dimensões comunicacional e educativa das instituições. Tal condição corrobora a construção de possibilidades voltadas à formulação de narrativas expositivas mais plurais e acessíveis, destinadas a interlocução com diferentes públicos, mais ou menos familiarizados com o universo da arte.

Palavras-chave: Museu. Dimensão informacional dos museus. Informação artística. Divulgação artística

Abstract: The article discusses the key role of information in the context of musealization actions, emphasizing the museum as from its informational dimension and revealing possibilities for artistic divulgation, understood as communication of information of/about art to a public unfamiliar with the references, criteria, languages and principles of the artistic field. Therefore, we present some definitions of information in order to support the understanding of museums as information systems focused on reception of different audiences; as well as definitions and specifics of artistic information in the context of museums. In a third moment, we characterize documentation and research as strategic actions of the musealization process by providing grants for artistic divulgation. We pursue to debate the informational dimension of museums as degree of potency, understanding it as necessarily integrated and inter-related to their communicational and educational dimensions. This condition

¹ Bacharel em Museologia (UNIRIO), Mestre em Ciência da Informação (UFF-IBICT), Doutora em Ciência da Informação (UFRJ – IBICT). Professora Adjunta da Escola de Museologia da UNIRIO. E-mail: julianlmoraes@gmail.com

contributes for building possibilities that aim to formulate more plural and accessible narrative exhibitions, aimed at different audiences, more or less familiar with the artistic universe.

Keywords: Museum. Informational dimension of museums. Artistic information. Artistic divulgation

1 INTRODUÇÃO

A questão central discutida neste trabalho parte de experiência vivida pela autora, na qualidade de museóloga de um museu de arte, no contexto de realização de uma exposição temporária com obras de renomado artista visual brasileiro, identificado por críticos de arte como conceitual. Responsável por receber as obras na instituição para montagem da mostra e, durante o primeiro contato com o conjunto de “coisas” que as compunham, sem conseguir atribuir sentido ao que seus olhos viam diante da materialidade do que se apresentava adjetivado como artístico, a autora se inquietou diante de sua “cegueira” em primeira instância. Minimamente familiarizada com linguagens, critérios, referenciais e valores do universo da arte, frente a tal condição, foi preciso recorrer a informações não presentes nas obras, legendas e textos produzidos pelos curadores da mostra, com o propósito de identificar e tentar compreender a matéria poética das obras do artista e o sentido da exposição. Somente depois de cumprir tal itinerário, que envolveu idas à biblioteca, buscas na internet e até mesmo conversa com o artista, foi capaz de ler e atribuir sentido à “poesia” por trás das *coisas-obras* que se plantavam à sua frente. Esta experiência evidenciou que o significado e o valor das obras de arte não são intrinsecamente dados, assim como a fruição da arte não é espontânea, conforme atestam Bourdieu e Darbel (2003), além do relevante papel da informação como estrutura-chave de transformação do usuário de uma condição para outra.

Obedecendo à lógica de modelo de exposição conhecida como “cubo branco”, as referidas obras foram expostas no museu com legendas que traziam informações tipicamente reduzidas (nome do autor, título da obra e ano) e texto curatorial que disponibilizava grande quantidade de informações que partia da premissa de que o visitante deveria ter conhecimento prévio acerca da importância de outros artistas consagrados pela História da Arte mundial e nacional, além dos rituais comumente vividos e de ferramentas frequentemente utilizadas em museus. A linguagem utilizada para tal adotava termos cultos e refinamento de construções frasais, o que embora não signifique a necessária incompreensão do texto por parte de alguns segmentos de público, poderia ser capaz de identificar o público-alvo da exposição como integrantes do universo artístico, desencorajando aqueles que não o eram a interagir. Neste ponto, vale destacar a ponderação de Bourdieu e Darbel (2003, p. 89) de que o “sentimento profundo da indignidade (e da incompetência) que assombra os visitantes menos cultos, como que

esmagados pelo respeito diante do universo sagrado da cultura legítima, contribui consideravelmente para mantê-los afastados dos museus”.

Constatou-se, assim, que para além da visualização das obras e a apreensão de sua materialidade no espaço de exposição, para que ocorresse a fruição, a atribuição de sentido e a ressignificação da poesia das coisas expostas, seria necessário a articulação de uma série de informações e conhecimentos que não constavam na materialidade das obras, tampouco nas legendas de identificação ou no texto curatorial de linguagem erudita e auto-referente que foram apresentados ao público. Tal experiência evidenciou a importância do uso de lentes sensíveis e adequadas para identificar e promover a leitura de pistas simbólicas que poderiam favorecer o encontro entre visitantes e a “poesia das coisas”. Assim, nos confirmou que o trabalho dos museus sobre “coisas” qualificadas como artísticas, científicas, históricas etc. somente ganha relevância quando, por meio dele, diferentes segmentos de público tornam-se motivados a revelar e ressignificar a poesia de tais “coisas” como bens compartilhados cultural e socialmente. Neste contexto, as informações precisam ser reconhecidas como elementos estratégicos no processo de musealização, com vista à construção de condições mínimas para o encontro entre diferentes segmentos de público e a “poesia das coisas”.

As reflexões ensejadas pela experiência vivida pela autora deram origem a tese de doutorado em Ciência da Informação defendida em 2014, que teve como objetivo geral discutir fundamentos teóricos que orientam o processo de musealização e propor um conceito de divulgação artística, tomando como base pressupostos da divulgação científica, com vista à construção de estratégias infocomunicacionais para o desvelamento da “poesia das coisas” em museus de arte. O conceito de divulgação artística foi definido como “comunicação da informação de/sobre arte a públicos não familiarizados com os referenciais, critérios, linguagens e princípios do campo artístico, com vista a sua instrumentalização no que se refere aos códigos mínimos necessários à fruição da arte” (MORAES, 2014, p. 224). Durante a pesquisa, também foram identificados princípios que ajudam a deslindar a identidade dos discursos de divulgação, independentemente da especialidade da informação (artística, científica, histórica etc.): linguagem estruturada a partir de códigos compartilhados com o público-alvo das ações, favorecendo a identificação de informações capazes de alterar o estado cognitivo dos sujeitos e a promoção de diálogos com seu cotidiano; articulação entre informação **de** especialidade (de ciência/arte) e informação **sobre** especialidade (sobre ciência/arte), a fim de que possam ser contextualizados e revelarem os critérios, valores, referenciais e princípios do campo em questão; valorização de ações processuais e não apenas os produtos finais dos processos, contemplando fatos, princípios, produtos e implicações em

torno do conhecimento especializado; atenção às necessidades informacionais e motivações comuns do público-alvo, a fim de favorecer dinâmicas dialógicas voltadas à possibilidade de ressignificações na realidade dos diferentes sujeitos; e, finalmente, compreendeu-se que tais discursos de divulgação costumam ser objetivados a contribuir para a formação e o exercício da sensibilidade dos sujeitos (MORAES, 2014, p. 224-225).

No presente trabalho, partimos de um dos capítulos da referida tese para discutir o papel-chave da informação no contexto das ações de musealização, enfatizando a dimensão informacional dos museus, compreendida de maneira integrada e inter-relacionada às dimensões educativa e comunicacional. Somente a partir do reconhecimento e da valorização de tal condição seria possível vislumbrar o horizonte da divulgação artística nos museus de arte como uma das orientações possíveis ao processo de musealização. Para estruturação do que se pretende abordar aqui, numa primeira seção, nos debruçamos sobre a dimensão informacional dos museus, a qual se estabelece graças ao processo de musealização, buscando abordar alguns conceitos de informação que dão suporte ao entendimento dessas instituições como sistemas informacionais voltados à fruição de diferentes públicos. Em um segundo momento, apresentamos definições e especificidades em torno daquilo que chamamos informação artística no contexto dos museus. Em um terceiro ponto, abordamos a documentação e a pesquisa como ações estratégicas do processo de musealização, as quais produzem e gerem informações artísticas que subsidiam a comunicação da arte.

2 DESVELANDO A INFORMAÇÃO COMO CONCEITO E A DIMENSÃO INFORMACIONAL DOS MUSEUS

Neste item, traremos à tona algumas problemáticas que giram em torno do conceito de informação, apoiando-nos especialmente nas contribuições de Capurro e Hjørland (2007), a fim de dar suporte à discussão acerca da dimensão informacional dos museus e da importância do reconhecimento de tal condição para o desenvolvimento de iniciativas voltadas à divulgação artística por meio desses espaços. Por *dimensão*, entendemos como o “sentido de medida, extensão, volume, grau de potência” (CHAGAS, 2001/2002, p. 47) a ser mais ou menos desenvolvido e estimulado pelas instituições.

Do ponto de vista da Ciência da Informação, Capurro e Hjørland (2007, p. 193) acreditam que, numa situação prática, aquilo que se constitui como informação depende da questão a que se pretende responder. Assim, definem que a informação se configura como aquilo que é capaz de ser informativo para alguém. (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 187)

Tal caracterização se conforma diante da alegação de que um mesmo objeto/documento pode dar origem à identificação e interpretação de diferentes informações, a depender das perguntas que serão feitas, tomando-o como ponto de partida comum. Como exemplo para ilustrar esta situação, os autores citam o caso de uma pedra, a qual pode ser analisada a partir de diferentes perspectivas científicas. Notavelmente, um arqueólogo e um geólogo estarão em busca de informações distintas acerca deste objeto, tomando-o como evidência material de um determinado fenômeno estudado desde o ponto de vista da Arqueologia e da Geologia. Por outro lado, para profissionais de outras áreas ou pessoas comuns, contudo, uma pedra pode ser apenas uma pedra, simples objeto banal, sendo descaracterizada sua dimensão informacional. Em virtude disso, as perguntas que tais especialistas farão a si próprios diante da mesma pedra, tomando como referencial métodos de análise e interpretação de suas respectivas disciplinas, enfatizarão mais ou menos determinados aspectos, acarretando não somente em perguntas diferentes, como igualmente respostas. No caso daqueles para quem a pedra é apenas uma pedra, possivelmente, nem mesmo pergunta farão, pois aquilo não será compreendido como um problema-questão, passando provavelmente despercebido como algo passível de análise e interpretação.

Neste caminho, Capurro e Hjørland (2007, p. 187) elaboram a seguinte definição para informação: “[...] informação é qualquer coisa que é de importância na resposta a uma questão”. Todavia, certos do generalismo do que pode significar, contextualizam sua definição frente às necessidades dos usuários de informação, considerando-os numa perspectiva coletiva e não individual. Nas palavras dos autores:

[...] Informação é qualquer coisa que é de importância na resposta a uma questão. Qualquer coisa pode ser informação. Na prática, contudo, informação deve ser definida em relação às necessidades dos grupos-alvo servidos pelos especialistas em informação, não de modo universal ou individualista, mas, em vez disso, de modo coletivo ou particular. Informação é o que pode responder questões importantes relacionadas às atividades do grupo-alvo. A geração, coleta, organização, interpretação, armazenamento, recuperação, disseminação e transformação da informação deve, portanto, ser baseada em visões/ teorias sobre problemas, questões, objetivos que a informação deverá satisfazer. (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 187)

A definição de Capurro e Hjørland (2007) nos permite destacar alguns pontos, também desenvolvidos por outros autores da Ciência da Informação: a relação dialética entre informação (pensada na acepção social do termo) e usuário, entendendo-se que algo somente se caracteriza como informação mediante a sua identificação (mais ou menos consciente) e interpretação como tal por alguém; a ideia de que a informação é disponibilizada aos usuários

tendo como referência critérios e valores de ordem coletiva e não individual, portanto a partir de códigos compartilhados social e culturalmente; o desafio de que, ao ser processada e difundida ao usuário, a informação seja relevante para a elaboração de respostas a perguntas e, eventualmente, a criação de novas perguntas, incitando um processo de busca cada vez maior por informações.

Como forma de aplicar sua definição a práticas objetivas para um melhor esclarecimento, Capurro e Hjørland (2007, p. 187) buscam exemplificar que tipo de informação satisfaria aos usuários em diferentes contextos: no caso de bibliotecas públicas, as respostas estariam relacionadas à função democrática da biblioteca pública na sociedade; já na medicina, com a solução de problemas relacionados a saúde; no caso dos estudos femininos, as informações devem levar à compreensão e emancipação das mulheres; nos sistemas comerciais, às estratégias de negócios; e assim por diante...

Nesta via, não poderíamos deixar de nos questionar: e no caso dos museus, sobretudo os de arte, a que questões, problemas e objetivos as informações deveriam satisfazer? Que tipo de informação seria capaz de responder às perguntas dos diferentes segmentos de público que os visitam, a fim de permitir e motivar a fruição e a apropriação simbólica das obras como bens públicos compartilhados? Ao nos determos mais profundamente sobre estes questionamentos, dada a natureza do museu como instância relacional polifônica e plural, na certa chegaríamos ao ponto de que não há uma resposta objetiva e definitiva a ser considerada como fórmula universal. Neste sentido, vale salientar que, conforme apontam Capurro e Hjørland (2007, p. 193-194), a informação pode ser entendida como conceito subjetivo, ainda que os significados que lhe atribuem seus usuários sejam determinados nos contextos social e cultural:

[...] a informação é um conceito subjetivo, mas não fundamentalmente em um sentido individual. Os critérios sobre o que conta como informação são formulados por processos sócio-culturais e científicos. Usuários deveriam ser vistos como indivíduos em situações concretas dentro de organizações sociais e domínios de conhecimento. [...] Não é possível para os sistemas de informação mapear todos os possíveis valores de informação. Nem alguém pode mapear somente as situações verdadeiras. As pessoas têm diferentes bagagens educacionais e desempenham diferentes funções na divisão do trabalho na sociedade. [...] A informação pode ser identificada, descrita e representada em sistemas de informação para diferentes domínios de conhecimento. É claro que surgem problemas para determinar se uma coisa é informativa ou não para determinado domínio. Alguns domínios têm alto grau de consenso e critérios de relevância explícitos. Outros domínios têm paradigmas diferentes, conflitantes, cada um contendo sua própria visão, mais ou menos implícita, da *informatividade* [grifo do autor] dos diferentes tipos de fontes de informação (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 192)

O trecho em destaque de Capurro e Hjørland nos permite compreender como aquilo que chamam de *informatividade* – o que podemos definir, conforme termos dos próprios autores, como a capacidade de uma *coisa* ser informação ou não para um determinado domínio - é diretamente relacionado com o tipo e as características específicas do sistema de informação em questão. Deste modo, uma série de variáveis sobre os museus (questões administrativas, tipológicas, conceituais, de imaginário etc.), seu público, seu entorno, a especialidade com/sobre a qual trabalha, entre muitas outras, precisam ser levadas em conta para que se atue na perspectiva de tentar satisfazer as necessidades informacionais do público. Neste sentido, vale retomar a ideia da dimensão informacional do museu como grau de potência, permitindo-nos deduzir que tal condição é construída mediante às tentativas da instituição de construção do encontro entre as representações que atuam na direção de promover o acesso a “poesia das coisas” e a habilidade dos visitantes de identificarem-nas como tal e se apropriarem delas para a sua própria autonomia de produção de significados. Conforme afirmam Capurro e Hjørland (2007, p. 193), embora o processo interpretativo tenha algo de individual, o significado é determinado nos contextos social e cultural e, logo, é com base nestes que o museu desenvolve sua linguagem própria para produzir, gerir e difundir informações como sistema. Este, por sua vez, vale ressaltar, não tem fim em si mesmo, mas apenas cumpre seu papel quando se transforma em ferramenta a ser apropriada simbolicamente por seus usuários para a produção de conhecimento e criatividade.

Outros autores da Ciência da Informação também apresentam definições de *informação* de expressiva importância para nosso trabalho, os quais aqui, por limite de espaço de discussão, apenas pontuamos. A contribuição de Belkin e Robertson (1976, p. 198) passa pela admissão de que a informação é capaz de produzir mudança de um estado para outro, modificando, assim, o comportamento cognitivo do receptor da informação. Além disso, aponta para a pressuposição de que o receptor não seja sujeito *vazio, preenchível*, mas que, ao contrário, seja detentor de estruturas cognitivas anteriores, as quais lhe permitem promover articulações e conexões diante do estímulo cognitivo que representa a informação. Já Vickery (1987) pondera que o sujeito somente irá prestar atenção em uma mensagem, tomando-a efetivamente como informação, quando a considera compreensível e relevante para suas próprias necessidades. Isto significa dizer que a informação somente passa a ser reconhecida pelo receptor como tal no caso e no momento deste ser capaz de identificar seu potencial informativo para mudança de um estado de conhecimento. Dito de outro modo, aplicando à realidade dos museus, ao não reconhecer que algo pode ser apreendido como informação e que tampouco pode servir de subsídio para desvendar a “poesia das coisas”, o sujeito não se

detém sobre aquilo e, deste modo, tende a não acionar seus esquemas interpretativos, a fim de promover sua apreensão com vista à mudança do comportamento cognitivo e a produção de conhecimento.

A ideia defendida por Vickery (1987) se aproxima, de certa maneira, ao que está subjacente à noção de relevância de Saracevic (1970), para quem o objetivo de todo sistema, rede, centro ou serviço de informação é oferecer aos seus usuários aquilo que é relevante. Carvalho (1998, p. 28) aplica as ideias do autor ao contexto dos museus sinalizando a possibilidade de que só seja transferida para o visitante aquela informação que para ele seja relevante. Esta reflexão possibilita inferir que, do ponto de vista informacional, o grande desafio do processo de musealização é encadear estratégias e ações que permitam produzir, gerir e difundir informações que sejam relevantes para possibilitar o acesso de diferentes categorias de usuários/público à “poesia das coisas”, fazendo juz, assim, a sua dimensão informacional como sistema. Outra importante contribuição é a de Menou (1995), para quem o uso da informação para processo de solução de problemas está relacionado a externalidades e internalidades. Isto significa dizer que fatores culturais, psicológicos e a disposição para a interação também influenciam no processo de apreensão da informação.

As definições de informação nos incitam a reconhecer os museus como unidades cujas ações sejam integradas e inter-relacionadas, por meio do processo de musealização, visando a produção, gestão e difusão de informações que efetivamente satisfaçam as questões, objetivos e necessidades de seus diferentes usuários, e, sobretudo, suscitem novas perguntas. Assim, mais importante do que trabalhar na perspectiva de construir alternativas para possibilitar a apreensão de conteúdos por parte de seus usuários, o sistema precisa atuar como agente de sementeira e aperfeiçoamento de olhar analítico, crítico e sensível, instigando uma atitude investigativa e imaginativa diante das informações, ensejando a conformação de novos questionamentos. Essas, por conseguinte, precisam ser produzidas, geridas e difundidas com vista a possibilitar diferentes segmentos de visitantes a terem acesso aquilo que há de compartilhado social e culturalmente, o que faz sua distinção como bem público musealizado.

3 A INFORMAÇÃO ARTÍSTICA NO CONTEXTO DOS MUSEUS

De acordo com Lima (2000, p. 18), o campo Informação em Arte pode ser caracterizado como aquele que se dedica às informações concernentes ao *Discurso da Arte* e ao *Discurso sobre Arte*. O primeiro seria elaborado pelo artista e estaria presente na obra, relacionando-se com a criação/produção artística e à interpretação do próprio artista; enquanto o segundo seria produzido por historiadores da arte, curadores de exposições, críticos de arte e

outros especialistas de diferentes campos do conhecimento, assim como pelo próprio artista, e estaria relacionado à apreciação e às interpretações de terceiros (LIMA, 2000, p. 23).

Deste modo, constituir-se-iam objeto de interesse do campo do saber interdisciplinar Informação em Arte tanto os objetos artísticos considerados obras de arte, como as referências sobre tais obras, artistas, processos criativos e interpretativos, os quais articulados substantivam a Pesquisa em Arte desenvolvida nos museus. Esta, por sua vez, ganha relevância no contexto da musealização ao produzir informações a serem difundidas pelas instituições, especialmente por meio de publicações, da linguagem museológica das exposições e das mediações pedagógicas empreendidas pelos setores educativos.

Pinheiro é autora que também se dedica a estudar o campo da Informação em Arte, apresentando-nos contribuições específicas para se refletir acerca da comunicação da informação artística, notadamente nos museus.

Em publicação datada de 1996, Pinheiro define Informação em Arte como estudo dos fundamentos teóricos e da natureza da representação da informação estética – a qual abrange o “conteúdo informacional do objeto de arte, documento em seu sentido mais amplo, oriundo de múltiplas manifestações e produções artísticas”, envolvendo a diversidade e as singularidades documentais, as questões da Arte e as características de modelos de sistemas de informação artística (PINHEIRO, 1996). Alguns anos mais tarde, Pinheiro (2000, p.7) define Informação em Arte como “o estudo da representação do conteúdo informacional de objetos/obras de arte, a partir de sua análise e interpretação”, entendendo que a obra de arte é fonte de informação.

A partir dessas definições, chamamos atenção para alguns pontos específicos trazidos à tona pela autora. Ao identificar o objeto de arte como portador de conteúdo informacional, “documento em seu sentido mais amplo”, supomos sua condição de artefato produzido num dado contexto, conforme circunstâncias socioculturais específicas de produção e fruição, as quais o imputam funções distintas daquelas de outros objetos. Neste caso, ao se distinguir dos demais como objeto de arte, necessariamente pressupõe sucessivas interpretações e não apenas um sentido único, estabelecendo-se como evidência de um processo criativo e sensível que corporifica diferentes camadas de sentidos e enseja outros tantos.

Compreendendo-se o objeto de arte como tal, reafirma-se que interessa ao campo da Informação em Arte não apenas a informação estética como conteúdo isolado de seu contexto de produção e interpretação, mas, sobretudo, o universo com o qual esta informação se relaciona, o que a torna e valoriza como de natureza estética. Sob esta perspectiva, ao se estudar e/ou processar a informação estética, é fundamental nota-la no contexto das questões e

problemáticas da Arte, as quais se estabelecem no âmbito da cultura, ajustando-se, deste modo, as características dos modelos de sistemas dedicados a sua representação, análise e interpretação da realidade voltada à fruição estética.

Em publicação mais recente, datada de 2008, Pinheiro reelabora sua definição do campo do saber Informação em Arte, enfatizando aspectos e preocupações já originalmente presentes, porém não destacados na formalização de suas definições anteriores, os quais nos interessam particularmente por convergirem para às dinâmicas comunicacionais e, oportunamente, a divulgação artística por meio de exposições:

Informação em Arte é o estudo da representação do conteúdo informacional de objetos de Arte, a partir de sua análise e interpretação. Nesse sentido, a obra de arte é fonte de informação, objeto de estudo e trabalho pertinente a museólogos, em museus de Arte. Esse procedimento, que abrange a análise e interpretação inclui linguagens e técnica artísticas, assim como a ambiência, o cenário, o contexto, sua inserção num determinado tempo e espaço (Historia da Arte), fluxos e transferência de informação em museus de Arte, especialmente em exposições, implantação de redes e sistemas em museus, impactos das tecnologias de informação e comunicação -TIC's em museus etc. Informação em Arte também diz respeito a estudos dos documentos sobre Arte, isto é, os bibliográficos, primários e secundários, desde o livro, o artigo de periódico, até as bibliografias, estados da arte e outros suportes e, hoje, museus na Web e museus virtuais. (PINHEIRO, 2008, p. 10)

Observamos que, neste trecho, Pinheiro indica como objeto de interesse do campo do saber Informação em Arte aspectos relacionados à informação estética no contexto de sua comunicação nos museus: linguagem como sistema de representação capaz de promover a comunicação, ambiência e cenário como elementos que influenciam a análise e interpretação da informação, os fluxos e a transferência de informação nos museus, especialmente por meio de exposições, impactos das TIC's a partir da crescente inserção de museus na *Web* e de museus virtuais.

Pensar a informação artística no contexto da comunicação museológica requer que tenhamos em mente que as necessidades informacionais do público familiarizado com os referenciais, critérios e linguagens que constituem o universo da disciplina ou matéria temática em questão dos museus são diferentes daqueles que os desconhecem e/ou não são familiarizados com tais códigos sócio-culturais. Como, portanto, comunicar a informação estética para estes últimos sem perder de vista, inclusive, que, dentro desta categoria de “visitantes não familiarizados com a informação especializada”, é possível identificar diferentes segmentações, seja por faixa etária, por nível de formação educacional, por interesses comuns etc.? Outro questionamento que podemos realizar é de que maneira comunicar a informação estética sem que o *Discurso sobre Arte* se sobreponha ao *Discurso*

da Arte, sobrevalorizando uma recepção pautada na racionalização do valor da obra de arte e reduzindo o potencial imaginativo e afetivo da recepção? Estas questões confirmam a relevância de se fomentar investigações sobre o assunto, contribuindo para problematizar as ações de musealização com vista a possibilitar a divulgação artística como recurso de potencialização da dimensão educativa dos museus.

Conforme destaca Pinheiro (2008, p. 53), para se comunicar a arte, é preciso tanto comunicar a informação semântica, quanto a informação estética, esta última não passível de tradução. Destaca-se, neste sentido, o papel da educação, em sua acepção processual, ao longo da vida e das vivências dos indivíduos, que possibilita que os sujeitos se sensibilizem diante de diferentes estímulos exteriores e interiores e sejam capazes de se apropriar simbolicamente da arte. Deste modo, defendemos a ideia de que mais do que comunicar informações com vista a sua imediata apreensão e assimilação pelos diferentes visitantes, cabe ao museu construir encontros, especialmente por meio das exposições (como principal linguagem dessas instituições), em que os visitantes sintam-se ávidos e encorajados a degustar, a sua maneira e ao seu tempo, a experiência vivida, de maneira a prolongar a vivência em seu cotidiano de articulações e descobertas ao longo da vida.

Com isto, advogamos a necessidade dos museus se constituírem como plataformas para a sensibilização e o conhecimento, o qual estará mais fortemente vinculado à experiência vivida no e por meio do museu do que propriamente às informações tornadas disponíveis; estas servirão de chave ao processo, possibilitando a transformação do visitante e a produção de conhecimento. Assim, faz-se essencial que os museus reflitam não somente sobre quais informações divulgar, mas também como fazê-lo, de modo a promover a sensibilização cognitiva e afetiva de diferentes visitantes. É por meio das ações inter-relacionadas da musealização que a construção desses caminhos se torna possível.

Podemos considerar, assim, a exposição em museus de arte como um discurso específico estruturado a partir do Discurso da Arte e do Discurso sobre Arte, e de muitos outros saberes próprios ao contexto museológico, diferenciando-se, por exemplo, do discurso da e sobre Arte em ambiente de galerias, salões, bienais, leilões, entre outros espaços, com funções distintas. Para viabilização da formulação de tal discurso singular dos museus em torno da arte, é preciso uma orientação durante o processo de musealização neste sentido, admitindo-se o fortalecimento da condição de sistema de informação capaz de proceder ao tratamento de informações destinadas ao público já familiarizado, bem como aquele que não o é.

Para isso, é fundamental assumir que os visitantes são interpelados por diferentes contextos de aprendizagem, recepção e apreensão de informações, apresentando diferentes níveis de conhecimento e familiarização com as linguagens, valores, referenciais e princípios da arte, residindo aí (embora não somente) o caráter plural dos museus. Isto implica no reconhecimento, ao longo do processo de musealização, de que nem o Discurso da Arte, nem o Discurso sobre Arte e nem a interpretação individual introspectiva dos “n” visitantes são definidores do significado dos objetos de arte, mas que, ao contrário, este é configurado pelos diálogos, encontros e desencontros, pela articulação, justaposição e negociação dos sentidos compartilhados social e culturalmente. Admitindo-se tal condição, visando à formulação de discursos expositivos inclusivos e plurais, ganham relevância as ações de documentação e pesquisa, capazes de fornecer subsídios à construção do *Discurso sobre Arte* voltado a públicos diversificados, corroborando a noção de divulgação artística.

4 DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA COMO AÇÕES ESTRATÉGICAS PARA A DIVULGAÇÃO ARTÍSTICA EM MUSEUS

Como mencionado anteriormente, sob a perspectiva da Informação em Arte, a obra de arte é fonte de informação. Considerando-se o museu como sistema capaz de produzir, analisar, interpretar, representar e difundir informações, no âmbito da consecução do processo de musealização, este torna-se lugar privilegiado para o acesso de diferentes públicos às obras de arte não apenas em sua condição física e material, mas, sobretudo, cultural, social e simbólica. Para que tal possibilidade de acesso se materialize sob a forma de linguagem museológica, é fundamental a realização de alguns procedimentos compreendidos no âmbito da cadeia operatória da musealização, alguns deles estratégicos para a potencialização da obra de arte como fonte de informação. No presente item, abordaremos as ações de pesquisa e documentação como atividades cruciais para subsidiar a formulação de proposições narrativas expositivas, identificando-as como produtoras e gestoras de informações, potencialmente comunicáveis a públicos diversos. Acreditamos que o desenvolvimento dessas atividades em integração com outras permite a construção de condições para a proposição de discursos expositivos formulados a partir de pilares que favoreçam a divulgação artística.

Com base em Hooper-Greenhill, Loureiro (2000, p. 116) nos surpreende ao afirmar que até meados do século XX, os museus quase sempre acumulavam coleções sem que houvesse uma orientação clara sobre como geri-las, acarretando na subvalorização da dimensão informacional dessas instituições. Apenas a partir da década de 1960 é que os museus teriam começado a rever suas práticas. Segundo Ferrez (1994), foi a partir das

mudanças relativas à consciência do papel social dos museus, que os museus teriam admitido que reunir objetos e garantir sua preservação física não seria o bastante como finalidade institucional, devendo-se compreender estas ações como meio para se alcançar algo maior e mais complexo. Ao longo da segunda metade do século XX, foi ganhando corpo e se estabelecendo a lógica do tripé das funções básicas a serem desempenhadas pelos museus: preservação, pesquisa e comunicação. A harmonia entre essas funções ensejaria a forma singular com que os museus poderiam trabalhar com e a partir do patrimônio, com vista ao cumprimento de seu papel social.

Mensch (1992, p. IX) situa a documentação como atividade englobada pela função de preservação dos museus, juntamente com as ações de conservação e restauração, no âmbito dos museus ditos tradicionais. Observa-se a partir desta tríade que enquanto as duas últimas atividades estão mais relacionadas a preservação das propriedades físicas dos bens musealizados, a documentação poderia ser encarada como aquela atividade dedicada a levantar e organizar, entre outras, informações relacionadas aos aspectos simbólicos, culturais e sociais desses bens. Sob este horizonte, a documentação pode ser compreendida como atividade estratégica do processo de musealização, sendo uma das principais ações que concorrem para o desenvolvimento de meios pelos quais os visitantes possam ter acesso a “poesia das coisas” e ressignificarem-na em seu cotidiano próprio.

Baseada nos estudos de Mensch, Ferrez (1994) indica que, sob a abordagem museológica, duas diferentes categorias de informações podem ser identificadas a partir dos objetos: informações intrínsecas e extrínsecas. As primeiras são “deduzidas do próprio objeto, através da análise das suas qualidades físicas”, englobando composição material, construção técnica e morfologia. Já as segundas são aquelas “obtidas de outras fontes que não o objeto”, permitindo-nos “[...] conhecer os contextos nos quais os objetos existiram, funcionaram e adquiriram significados” (FERREZ, 1994). Estas informações extrínsecas são denominadas por Mensch (apud FERREZ, 1994) de informações documentais e contextuais. Esse modelo de análise e interpretação informacional permite compreender que a documentação é atividade complexa, que demanda ação interdisciplinar e colaborativa de diferentes profissionais e disciplinas.

A respeito das informações extrínsecas, conforme salienta Ferrez (1994), muitas vezes são estas que permitem a revelação dos motivos pelos quais os objetos foram musealizados. Por esta razão são essenciais como referências aos critérios de valorização dos objetos como bens compartilhados social e culturalmente. As ideias defendidas por Ferrez tornam possível inferir como as informações extrínsecas são importantes no desvelamento da “poesia das

coisas”, correndo-se o risco de, ao não serem compreendidas como estratégicas e levadas minuciosamente em consideração, o museu se tornar repositório de objetos, limitando o trabalho não somente da Museologia, mas também dos outros saberes que interdisciplinarmente constroem o discurso expositivo.

Desta maneira, conforme define Loureiro (2000, p. 112), a documentação museológica é “ferramenta de grande utilidade para a localização de itens da coleção e o controle de seus deslocamentos internos e externos”, mas é também e, sobretudo, “[...] fonte de pesquisa e auxiliar indispensável ao desenvolvimento de exposições ou outras atividades do museu”. Nota-se, assim, que serve a inúmeras ações e momentos do processo de musealização, sendo essencial para as instituições produzirem, analisarem, gerirem e difundirem informações tendo o público como principal interessado. A documentação é, portanto, atividade central para se trabalhar com a perspectiva da divulgação artística. Neste ponto, vale sublinhar que para Ferrez (1994), a documentação é mais do que um conjunto de informações sobre cada item da coleção, configurando-se como um “sistema composto de partes inter-relacionadas que formam um todo coerente, unitário, que intermedia fontes de informação e usuários, e se estrutura em função do objetivo de atender às necessidades de informação de sua clientela.”

Atenta à aplicação das metodologias da documentação museológica diante dos novos paradigmas da arte contemporânea, Silva (2014) nos apresenta grande desafio a ser enfrentado pelos museus que abrigam acervos de linguagens contemporâneas da arte. De acordo com a autora (2014, p. 189), recentemente houve uma mudança no paradigma da arte que “alterou a concepção do objeto artístico, desestruturando a lógica linear que organizava as linguagens, os estilos e as técnicas”. Tais transformações, naturalmente vem apresentando questões à forma como os museus documentam essas obras e potencializam seu aspecto informacional. Nesta perspectiva, Silva (2014, p. 186) situa as obras de arte como documentos de categoria diferenciada, sendo criadas precisamente para possibilitar uma experiência estética e, ao serem incorporadas às coleções, devem manter esta sua função original. Desta maneira, justifica a autora, as obras de arte sobrepõem duas dimensões ao ingressarem no museu e tornarem-se bens musealizados, uma estética e outra documental.

Assim, ao ingressar numa coleção de museu, tais dimensões são documentadas a partir das informações intrínsecas e extrínsecas dos objetos, conforme já abordado anteriormente. O problema que Silva (2014, p. 187) coloca é: frente ao novo paradigma da arte, o qual deu origem a linguagens que valorizam aspectos imateriais da experiência estética, como tais referenciais de análise e interpretação de potencial informativo, pautados em outro paradigma, poderão ser capazes de documentar obras que se caracterizam como proposições imateriais,

efêmeras ou relacionais? Diante de obras cuja materialidade não constitui, nem comunica e/ou pouco constitui e comunica valor sobre o ato criativo, como processá-las museologicamente? Logo, chega-se à conclusão de que em muitos desses casos, as informações extrínsecas acabam por adquirir “uma conotação muito mais ampla do que a contextualização da obra”, o que leva Silva a concluir que:

Relatos do público, entrevistas com o artista, e outros elementos que poderiam ser considerados contextuais em uma obra tradicional, seriam os responsáveis por permitir a compreensão da obra de arte, sua possível remontagem, ou, de maneira mais abrangente, seriam os elementos determinantes para a sua preservação. De outro modo: Se para um objeto material ou em uma obra de arte tradicional as informações extrínsecas permitem a ampliação da condição informacional do objeto como documento, no caso das obras contemporâneas imateriais ou relacionais essas informações e suas respectivas estruturas dentro de um sistema de documentação, são imprescindíveis para a existência da obra. A preservação dessa tipologia de acervo depende fundamentalmente dessa estrutura documental. (SILVA, 2014, p. 188)

O que Silva expõe é a importância da documentação para a musealização e preservação das obras de arte contemporâneas como evidências que conectam um tempo a outro: o tempo da criação e o tempo da memória. Nas palavras da autora, “esse tipo de linguagem, frequente na arte contemporânea, depende do trabalho da documentação para existir, ainda que somente enquanto memória ou informação de uma obra definitivamente acabada.” (SILVA, 2014, p. 191)

Tais problematizações permitem vislumbrar a complexidade da documentação como atividade do ciclo da musealização, potencializando a dimensão informacional, comunicacional e educativa dessas instituições. Neste ponto, faz-se necessário reconhecer que as funções básicas dos museus são interdependentes e complementares e, logo, uma subsidia e é subsidiada pela realização da outra, o que permite que tais instituições sejam concebidas como unidade. Assim, para que uma exposição, principal meio de comunicação entre museu e público, aconteça como experiência de difusão de informações a diferentes públicos, mais ou menos familiarizados com referenciais dos universos em questão, é fundamental que outras ações informacionais já tenham entrado em curso e construído condições para tal. Do mesmo modo, a avaliação das exposições pode identificar necessidades ou fornecer informações relevantes para as demais atividades do ciclo da musealização.

Em texto a respeito da pesquisa como cultura institucional, Bittencourt (2005, p. 42) atribui papel estratégico à pesquisa, antes mesmo da incorporação de um objeto a uma coleção, o que torna oportuno salientar a musealização como processo que tem início previamente à institucionalização do objeto, através da ação de coleta/aquisição. De acordo

com o autor, é preciso distinguir a condição de instituições *recolhedoras ativas* e *recolhedoras passivas*. Baseado em Burcaw e Stránsky, o autor afirma que o *recolhedor ativo* é aquele que busca objetos de maneira racional e sistemática: “[...] por ter tomado iniciativas anteriores de pesquisa, a instituição sabe o que precisa recolher e, a partir do conhecimento dessa necessidade, vai a campo identificar onde estão os objetos de que precisa, quem são os atuais possuidores e como fazer para incorporá-los” (BITTENCOURT, 2005, p.42). Já a ideia de *recolhimento passivo* está assentada sobre a forma de aquisição em que as instituições, em geral, aceitam doações, registram os novos objetos, dão um mínimo de tratamento de informação mas, quase sempre, pouco os estudam ou expõem, subvalorizando, portanto, seu potencial informativo e comunicativo.

Nota-se por esta questão observada pelo autor como a pesquisa precisa ser encarada como função motriz do museu, envolvendo desde a decisão política de aquisição de um determinado objeto para musealização, passando à reunião de fontes para documentação das coleções (especialmente no que tange às informações extrínsecas, embora não somente), a identificação de necessidades informacionais e expectativas conforme perfil do público das ações comunicacionais propostas pelo museu, até a avaliação dos impactos da exposição sobre os visitantes.

Autora que reflete sobre a pesquisa no museu de um ponto de vista que entrecruza Museologia e Ciência da Informação, Rocha (1999, p. 84) a define a partir de seu potencial de ampliação de “possibilidades argumentativas da exposição, servindo de recurso informacional para a construção da ‘versão’ apresentada pelo museu na exposição”. A autora (1999, p. 84) afirma que a pesquisa no museu precisa ter como foco a análise processual e circunstancial de um sistema de relações e inter-relações que se estabelecem no âmbito de um contexto complexo determinado, sendo importante constituir-se à luz de abordagem interdisciplinar, buscando em diferentes campos disciplinares “[...] referentes às relações sociais e culturais, o suporte teórico necessário para produção do conhecimento acerca do objeto estudado”. Para Rocha

[...] torna-se vital para os museus estabelecerem uma área de pesquisa que responda aos objetivos museológicos de produção do conhecimento, que atue no enriquecimento do universo informacional do acervo, não apenas sedimentando e transmitindo uma determinada informação que retrata o estado do conhecimento de épocas passadas, mas sim, criando e produzindo dentro de um novo contexto, diferentes questões e reflexões que originarão novas possibilidades de leituras e significações para o usuário. (ROCHA, 1999, p. 87)

Nesta linha, a autora reitera seu argumento a partir da afirmação de Abreu (1996 apud ROCHA, 1999, p. 87): “Um museu sem uma área de pesquisa voltada para a produção de conhecimentos tende a fossilizar-se, reduzindo seu enorme potencial criativo ao mero repasse de informações cristalizadas”. O que chama atenção na exposição de Rocha é a indicação da necessidade do museu, compreendido como lugar de produção do conhecimento, potencializar sua dimensão informacional por intermédio da ação de pesquisa, e, a partir dela, acrescentamos nós, também a comunicacional e educativa. Desta maneira, torna-se fundamental que sua disposição investigativa nunca cesse, mas que seja permanentemente revista e atualizada diante das novas metodologias, teorias e contextos insurgentes. Esta capacidade dos museus revisitarem e reinventarem suas narrativas por meio da permanente análise e interpretação de suas coleções, graças ao fortalecimento de sua dimensão informacional, ensejando novas leituras e usos sociais, poderia ser compreendida como parte necessária ao desenvolvimento de uma instituição ativa e renovada frente às demandas e questões contemporâneas.

No que tange especificamente aos museus de arte, conforme já mencionado anteriormente, entende-se que o acervo sobrepõe duas dimensões, uma estética e outra documental. Deste modo, seu sentido e resignificação no âmbito da cultura nunca se esgotam, mas, pelo contrário, quanto mais é apropriado socialmente, mais resignificações pode ensejar a partir de novas leituras e releituras, daí a relevância de iniciativas voltadas à divulgação. Com isto, pretendemos defender que especialmente as informações extrínsecas dos objetos de arte precisam ser permanentemente investigadas e repensadas, sendo possível identificar diferentes e sobrepostas camadas de sentidos que conformam seu valor social. Isto só faz fomentar a valorização do patrimônio como bem compartilhado social e culturalmente.

Neste ponto, é essencial que os museus desenvolvam metodologias de análise e interpretação de seus acervos que valorizem o caráter aberto e polifônico da arte, a fim de evitar cristalizações de significados que corroborem o esgotamento de sua dimensão estética em detrimento da documental. Tampouco precisam estar submetidos apenas à dimensão estética, deixando de problematizar e investir em seu caráter documental, esquivando-se de seu papel social educativo como instituição de memória. O desafio do processo de musealização em museus de arte é, portanto, construir estratégias para permitir a fruição tanto da dimensão estética, quanto da documental da arte, no contexto de sua valorização como bem público compartilhado por diferentes grupos sociais.

Isto posto, admitimos que aquele museu que se compromete apenas com a valorização da dimensão estética da arte, deixando de investir em seu potencial informativo empobrece

seu papel social como instância de preservação, comunicação e pesquisa voltada à educação e sensibilização dos sujeitos. O mesmo pode ser admitido quando a instituição investe apenas no caráter documental dos objetos artísticos, cristalizando significados e leituras, numa atitude autoritária que hierarquiza conhecimentos e sistemas de valores. Certamente, este desafio não é de fácil enfrentamento. E, sob esta condição, a pesquisa exerce papel vital, subsidiando práticas de permanente atualização da narrativa institucional frente às demandas que se apresentam à cultura e aos museus.

Tal percepção enseja destacarmos a improvável solução universal para enfrentar tal desafio de maneira definitiva. Contudo, alguns modelos se apresentam como tentativas de encarar mais ou menos diretamente as questões que se colocam, como é o caso do *Modelo Estrutural para Pesquisas em Artes Plásticas* cunhado por Lima em 1995. Evidenciando a natureza variada de informações passíveis de serem produzidas, geridas e difundidas no âmbito da pesquisa sobre acervos artísticos, este nos inspira como proposição de método de análise e interpretação, a identificar uma série de informações passíveis de divulgação no contexto dos museus de arte, desde que processadas no decorrer da musealização.

Deste modo, o que se percebe é um universo amplo de potencialidades a serem trabalhadas pelos museus com vista à comunicação com diferentes públicos à medida em que investem em sua dimensão informacional e atuam na perspectiva de funções museológicas interdependentes. A partir disso, descortina-se a possibilidade do desenvolvimento de uma ação voltada à divulgação artística como parte do fortalecimento da dimensão educativa dos museus.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, procuramos trazer à discussão a dimensão informacional dos museus como grau de potência, entendendo-a como necessariamente integrada e inter-relaciona às dimensões comunicacional e educativa das instituições. Tal condição corrobora para construção de possibilidades voltadas à formulação de narrativas expositivas mais plurais e acessíveis, destinadas a públicos mais ou menos familiarizados com o universo, critérios e valores do universo de especialidade em questão do museu. Em nosso caso específico, interessa particularmente os museus de arte e a divulgação artística como plataforma para a sensibilização e instrumentalização de visitantes no que se refere aos códigos mínimos necessários à fruição da arte. Para tal, as atividades de documentação e pesquisa são consideradas fundamentais e estratégicas para a possibilidade de construção de discursos expositivos sobre a arte que valorizem a interlocução com a diferentes segmentos de público.

Neste trabalho, não pretendemos esgotar o debate sobre a dimensão informacional dos museus, tampouco sobre a divulgação artística. Pelo contrário, pretende-se sinalizar para a importância da problematização e da ampliação de pesquisas sobre esses pontos, contribuindo para se pensar o papel dos museus na contemporaneidade diante da pluralidade de seus públicos.

REFERÊNCIAS

- BELKIN, Nicholas J.; ROBERTSON, Stephen E. Information Science and the phenomena of information. **Journal of the American Society for Information Science - JASIS**, v.27, n. 4, p.197-204, July Aug. 1976.
- BITTENCOURT, José Neves. A pesquisa como cultura institucional: objetos, política de aquisição e identidades nos museus brasileiros. In: GRANATO, Marcus; SANTOS, Claudia Penha dos (Org.). **Museus instituição de Pesquisa**. Rio de Janeiro: Museu de Astronomia e Ciências Afins, 2005.
- BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte – os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: EDUSP, 2003.
- CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.12, n.1, 2007.
- CARVALHO, Rosane Maria Rocha. **Exposição em museus e público: o processo de comunicação e transferência da informação**. 1998. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - IBICT-ECO/UFRJ, Rio de Janeiro.
- CHAGAS, Mario. Museus de ciência: assim é se lhe parece. **Caderno do Museu da Vida: o formal e o não formal na dimensão educativa do museu**. 2001/2002. Disponível em: <http://www.museudavida.fiocruz.br/media/Cadernos-do-Museu-da-Vida-2001-2002.pdf>. Acesso em 13 out 2008.
- FERREZ, Helena Dodd. Documentação museológica: teoria para uma boa prática. **Estudos Museológicos**. Rio de Janeiro. IPHAN: 1994 (Cadernos de Ensaios)
- LIMA, Diana Farjalla Correia. Acervos artísticos e informação: modelo estrutural para pesquisas em artes plásticas. In: PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; GONZÁLEZ DE GOMÉZ, Maria Nélide (Org.). **Interdiscursos da Ciência da Informação: Arte, Museu e Imagem**. Rio de Janeiro; Brasília: IBICT/DEP/DDI, 2000.
- LOUREIRO, Maria Lucia de Niemeyer Matheus. A obra de arte musealizada – de objeto de contemplação à fonte de informação. In: PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; GONZÁLEZ DE

- GOMÉZ, Maria Nélide (Org). **Interdiscursos da Ciência da Informação: Arte, Museu e Imagem**. Rio de Janeiro; Brasília: IBICT/DEP/DDI, 2000.
- MENOU, Michel J. Trends in... a critical review. The impact of information – II. Concepts of information and its value. **Information Processing & Management**, v. 31, n.4, 1995.
- MENSCH, Peter Van. Modelos conceituais de museus e sua relação com o patrimônio natural e cultural. **Boletim ICOFOM/LAM**. 1ª Reunião Anual do ICOFOM-LAM. Ano 2, n. 4/5, 1992.
- MORAES, Julia Nolasco Leitão de. **Museu, informação artística e "poesia das coisas": a divulgação artística em museus de arte**. 2014. 237 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - Instituto Brasileiro em Ciência da Informação/IBICT, Escola de Comunicação-Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ. Rio de Janeiro: IBICT/ECO-UFRJ. 2014. Orientadora: Lena Vania Ribeiro Pinheiro
- PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Arte, objeto artístico, documento e informação em museus. **ICOFOM Study Series**. 26. 1996. Rio de Janeiro.
- PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Itinerários epistemológicos da instituição e constituição da Informação em Arte no campo interdisciplinar da Museologia e da Ciência da Informação. **Revista Museologia e Patrimônio**, v.1, n.1, 2008.
- PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Prefácio. PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; GONZÁLEZ DE GOMÉZ, Maria Nélide (Org). **Interdiscursos da Ciência da Informação: Arte, Museu e Imagem**. Rio de Janeiro; Brasília: IBICT/DEP/DDI, 2000.
- ROCHA, Luisa Maria Gomes de Mattos. **Museu, informação e comunicação: o processo de construção do discurso museográfico e suas estratégias**. 1999. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – IBICT-ECO/UFRJ, Rio de Janeiro, 1999.
- SARACEVIC, Tefko. The concept of "relevance" in Information Science: a historical review. In: _____, Ed. **Introduction to Information Science**. New York: R.R.Bowker Co., 1970.
- SILVA, Mariana Estellita Lins. A documentação museológica e os novos paradigmas da arte contemporânea. **Museologia e Interdisciplinaridade**, v. 3, n.5, 2014.
- VICKERY, B. C.; VICKERY, A. **Information Science in theory and practice**. London: Bee Herworth, 1987.