



**ESTUDO DE
PÚBLICO DE
MUSEUS DE
PORTO ALEGRE**

**Nilza Colombo
Patricia Barbosa**
(Orgs.)



NILZA COLOMBO
PATRICIA BARBOSA
(Orgs.)

ESTUDO DE PÚBLICO DE
MUSEUS DE PORTO ALEGRE

Porto Alegre
UFRGS
2024



NILZA COLOMBO PATRICIA BARBOSA

(Orgs.)

ESTUDO DE PÚBLICO DE MUSEUS DE PORTO ALEGRE

**Amanda Trois da Silva
André Schwarz Rodrigues
Aurora Cristina Cecatto
Caroline Brum Machado
Clara Bastos Targa
Gabriela Schneider
Oscar de Oliveira Isaias
Vitória Werlang Giraldo**

Capa

Rafaella S. Estudio

Editoração eletrônica

Patricia Gabriela Machado Barbosa

NÃO ILUSTRADO

CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
BIBLIOTECA

E82 Estudo de público de Museus de Porto Alegre. / Nilza Colombo, Patricia Barbosa, Organizadoras.
— Porto Alegre : UFRGS, 2024.
53 p. : il. color.

ISBN 978-65-00-02709-9 (e-book)

1. Museologia. 2. Museus. 3. Estudo de usuário. 4. Porto Alegre. I. Colombo, Nilza. II. Barbosa, Patricia.

CDU: 930.85

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Reitor

Carlos André Bulhões Mendes

Vice-Reitora

Patricia Pranke

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Diretora

Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-diretora

Vera Regina Schmitz

Departamento de Ciências da Informação (DCI)

Chefia do DCI

Rene Faustino Gabriel Júnior

Chefia Substituta do DCI

Caterina Marta Groposo Pavão

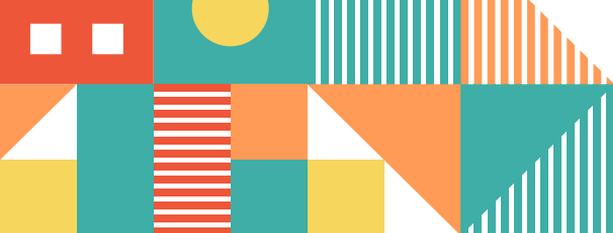
ComGrad de Museologia

Coordenadora

Fernanda Rechenberg

Coordenadora Substituta

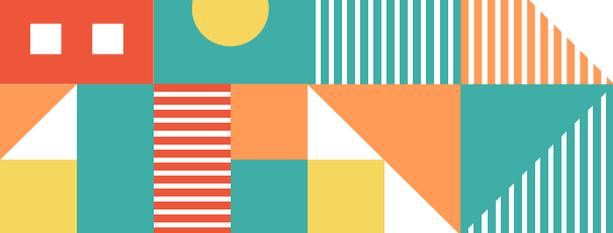
Fernanda Carvalho de Albuquerque



Sumário



Apresentação	8
Patricia Gabriela Machado Barbosa	
Museu do Grêmio Hermínio Bittencourt	9
Amanda Trois da Silva	
Museu de Porto Alegre Joaquim Felizardo	13
André Schwarz Rodrigues	
Museu do Sport Club Internacional – Ruy Tedesco	18
Aurora Cristina Cecatto	
Museu da UFRGS	24
Caroline Brum Machado	
Museu de Arte Contemporânea - MACRS	28
Clara Bastos Targa	



Museu da Comunicação Hipólito José da Costa 36

Gabriela Schneider

Museu Anchieta de Ciências Naturais 42

Oscar de Oliveira Isaias

Museu da Fundação Iberê Camargo 45

Vitória Werlang Giraldo

Encerramento 49

Nilza Cristina Taborda de Jesus Colombo

Sobre os autores 52



Apresentação

Patricia Gabriela Machado Barbosa

Este *e-book* é fruto das pesquisas realizadas pelos(as) alunos(as) da disciplina, Estudo de Público em museus, do curso de Museologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com orientação da professora Dra. Nilza Cristina Taborda de Jesus Colombo. A justificativa para a divulgação deste *e-book* surgiu por uma lacuna/falta de produções sobre estudos de público de instituições museológicas da cidade de Porto Alegre, RS.

Inicialmente a partir das orientações da professora, realizou-se uma busca pelas instituições de Porto Alegre, RS através do Sistema Estadual de Museus (SEM-RS) e Rede de Museus e Acervos Museológicos da UFRGS (REMAM). Posteriormente as instituições foram contatadas pelos(as) alunos(as) com um roteiro de informações previamente estabelecidos pela professora Nilza Colombo, e a partir dos dados encaminhados, foram produzidas as pesquisas e em concomitante reflexões sobre os estudos de públicos realizados por estes museus e instituições culturais.

Portanto, os museus e as instituições culturais estão cada vez mais atentas a ouvir seus públicos, mas ainda há muito a avançar. A qualidade e a periodicidade de estudos de público são elementos-chave para a ampliação do acesso à cultura em nosso país. É por meio da compreensão do perfil dos visitantes e dos não visitantes, suas necessidades, expectativas e usos da instituição e de seus acervos, que poderemos avançar na criação de ações mais significativas para os diferentes tipos de público.

Museus e instituições culturais guardam e comunicam importantes parcelas da cultura humana, mas isso só tem significado se for compartilhado com a sociedade. Os estudos e pesquisas de público são uma importante estratégia para o diálogo entre o patrimônio e as pessoas.

Boa leitura!

Museu do Grêmio Hermínio Bittencourt

Amanda Trois da Silva

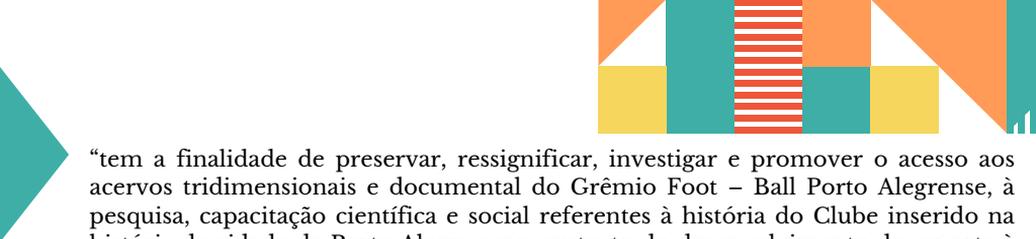
O Museu do Grêmio Hermínio Bittencourt (figura 1) foi criado no ano de 1984. É uma instituição privada sem fins lucrativos sendo sua mantenedora o Grêmio Foot – Ball Porto Alegrense. Desde 2015, fica localizado nas dependências da Arena do Grêmio, no bairro Humaitá, zona norte de Porto Alegre. Ele é aberto ao público geral, de segunda a domingo das 10h às 18h com cobrança de ingresso sendo os valores disponíveis no site.

Figura 1 - Entrada do Museu do Grêmio



Fonte: Da autora, 2023

Conforme o regimento interno, o artigo 2º, do capítulo I afirma que o museu:



“tem a finalidade de preservar, ressignificar, investigar e promover o acesso aos acervos tridimensionais e documental do Grêmio Foot – Ball Porto Alegrense, à pesquisa, capacitação científica e social referentes à história do Clube inserido na história da cidade de Porto Alegre e no contexto do desenvolvimento do esporte à nível regional e nacional (Art .2º - Regimento Interno)”.

A missão, visão e valores são elementos importantíssimos para a construção de uma identidade para espaços museais, pois são norteadores que auxiliam a estabelecer conexões e diálogos com o público e apresenta a instituição.

ESTUDO DE PÚBLICO DA INSTITUIÇÃO

O estudo de público em museus é uma área de pesquisa no campo da museologia que busca compreender o comportamento, as necessidades e as expectativas dos visitantes em exposições e ambientes museológicos, sendo essa uma análise importantíssima para definirmos e aprimorarmos as experiências vivenciadas pelo público.

Dentro desta área podem ser utilizadas diversas metodologias, incluindo pesquisa de público, análise de dados demográficos, observações comportamentais, entrevistas e *feedbacks* dos visitantes, objetivando assim a melhor compreensão de como as pessoas interagem com as exposições, propostas educativas e tudo aquilo que é ofertado pelo museu.

Assim sendo, o estudo de público é fundamental e desempenha um papel importante para a proposição de melhorias quanto à experiência do visitante, possibilitando assim o direcionamento quanto às demandas trazidas pela sociedade para fortalecer ainda mais a instituição.

O museu do Grêmio ainda não possui um estudo de público implementado como um processo institucionalizado, o que é o objetivo da museóloga Sibelle Barbosa. Apesar da instituição cobrar o ingresso e o número de ingressos vendidos possam auxiliar como um mecanismo quantitativo isso não ocorre. A principal ferramenta de estudo de público é o Livro de Visitas que aos poucos está sendo transcrito e passando por uma análise de dados pela museóloga.



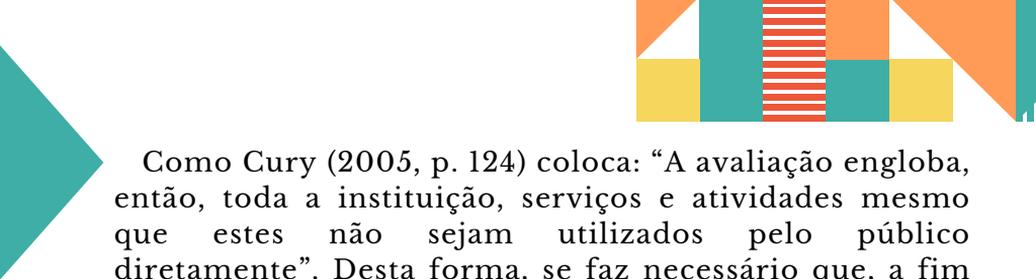
O primeiro livro de visitas foi disponibilizado aos visitantes em 30 de junho de 2019 com os seguintes campos: data da visita, nome, cidade/estado/país, idade, profissão, escolaridade e a pergunta: “Você faz parte de alguma torcida organizada ou consulado. Qual?” Analisando o fato de que a maioria das pessoas que visitam são gremistas ou gostam do clube ou de futebol, o preenchimento do livro é visto como um laço com o clube e/ou com o esporte em geral.

Com base nesta primeira proposta de campos para o livro de visitas e após a inclusão dos dados em planilhas, foi possível observar a maior porção do público e da região sul do país, em sua maioria homens, com ensino superior e pós-graduação.

Os campos do livro permaneceram os já listados acima até o ano de 2020 quando em uma conversa entre os funcionários que fazem a recepção e a museóloga foi constatado que, apesar do livro estar sendo preenchido, não havia grande adesão. A partir de então, houve a mudança da pergunta para: “Time: para qual torce?”. E é neste momento que se pode observar que a maioria dos visitantes eram da torcida gremista que iam apreciar o museu.

Já na abertura do segundo livro, em junho de 2023, houve novamente uma alteração nos campos a serem preenchidos, pois não havia a necessidade de serem tantos. Após a análise, ficaram a data, o nome, a cidade, comentário sobre o museu e o contato. Deste modo e com a abertura do campo de comentários sobre o museu observa-se que as pessoas utilizam o mesmo para elogiar e criticar a exposição, bem como o seu time do coração.

O Museu do Grêmio Hermínio Bittencourt está caminhando para a estruturação de um estudo de público conciso, com a coleta, análise e entrega das avaliações do público apesar de apenas possuírem o livro de registro como ferramenta para este estudo.



Como Cury (2005, p. 124) coloca: “A avaliação engloba, então, toda a instituição, serviços e atividades mesmo que estes não sejam utilizados pelo público diretamente”. Desta forma, se faz necessário que, a fim de auxiliar neste estudo, o museu tenha como idealização de um futuro o planejamento de ações de uma maneira macro que auxilie na sua realização, em sua instrumentalização e que vise interligar a instituição toda e não fique somente voltada às visitas nas exposições.

REFERÊNCIAS

ALEGRENSE, Grêmio Foot – Ball Porto. **Museu Hermínio Bittencourt**. Disponível em: <https://gremio.net/conteudo/index/46>. Acesso em: 19 dez. 2023.

CURY, Marília Xavier. A Cultura da Avaliação. In: CURY, Marília Xavier. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. 1a ed. São Paulo: Annablume Editora, 2005. p. 121-139.

Museu de Porto Alegre Joaquim Felizardo

André Schwarz Rodrigues

O Museu de Porto Alegre Joaquim Felizardo (figura 1) se localiza no edifício Solar Lopo Gonçalves, uma antiga chácara construída entre 1845 e 1855 pelo comerciante português Lopo Gonçalves. A edificação tem estilo luso-brasileiro. Em 1946, o arquiteto Albano José Volkmer (1942-2007) adquiriu o Solar, transformando-o na instalação de sua fábrica de velas. O Serviço de Assistência e Seguro Social dos Economiários utilizou o edifício como núcleo residencial para seus associados em 1966. Em 21 de dezembro de 1979, o Solar foi tombado, iniciando as obras de restauração no ano seguinte e concluindo em 1982, com a mudança do Museu para o endereço atual.

Figura 1 - Entrada do Museu de Porto Alegre



Fonte: Do autor, 2023



O Museu possui um acervo tridimensional composto por mais de 1.300 objetos dos séculos XIX e XX provenientes de doações tanto de setores ligados à Prefeitura Municipal quanto de doações particulares. Além disso, o Museu abriga um acervo arqueológico com 200.000 peças de diferentes grupos que habitavam o território desde o período pré-colonial. Sua coleção fotográfica inclui cerca de 9.000 imagens de Porto Alegre dos séculos XIX e XX, juntamente com uma coleção de mais de 400 cartões postais das primeiras décadas do século XX.

Para garantir acessibilidade, o Museu proporciona visitas para públicos com deficiências, audioguia, catálogo em braile e maquetes táteis. A edificação também passou por adaptações para auxiliar o público com mobilidade reduzida.

ESTUDO DE PÚBLICO DA INSTITUIÇÃO

O Museu de Porto Alegre Joaquim Felizardo, no momento atual desta pesquisa, enfrenta a falta de um setor educativo, uma vez que as duas funcionárias anteriormente responsáveis por esse setor estão aposentadas ou em processo de aposentadoria. Dentro da instituição, foi possível encontrar um formulário entregue aos professores, contendo perguntas relacionadas às exposições atuais de longa e curta duração. Além disso, o formulário inclui espaço para comentários sobre as experiências e expectativas durante as visitas mediadas. Vale ressaltar que, no momento, o Museu solicita que as visitas mediadas para escolas sejam agendadas com antecedência por e-mail.



O formulário em questão adota a seguinte estrutura: São solicitadas informações iniciais, como o nome da escola que realizou a visita, junto ao número de telefone; o tipo de escola (estadual, municipal ou particular), a quantidade de alunos participantes, a data da visita, o nome do professor responsável, a série da turma e o e-mail do responsável, que, neste caso, é o professor.

Em seguida, uma série de cinco perguntas é apresentada:

I – Das temáticas relacionadas abaixo, qual(is) a(s) que mais contemplou(aram) os conteúdos trabalhados em sala de aula?

(...) Preservação do patrimônio arquitetônico;

(...) Preservação do patrimônio natural;

(...) Sala 1 – O solar que virou Museu;

(...) Sala 2 – Gente da Cidade;

(...) Sala 3 – Lendas urbanas de Porto Alegre.

Vale observar que a primeira sala contém a exposição de longa duração, enquanto as salas 2 e 3 abrigam exposições de curta duração, refletindo o momento em que a pesquisa foi realizada.

II – A abordagem oferecida na visita está de acordo com a faixa etária?

(...) Sim; (...) Não; (...) Em parte.

III – Qual o momento da atividade que despertou maior interesse dos seus alunos?

IV – Esta experiência no Museu de Porto Alegre possibilita ampliar sua atividade pedagógica? Por quê?

V – Observações e sugestões.



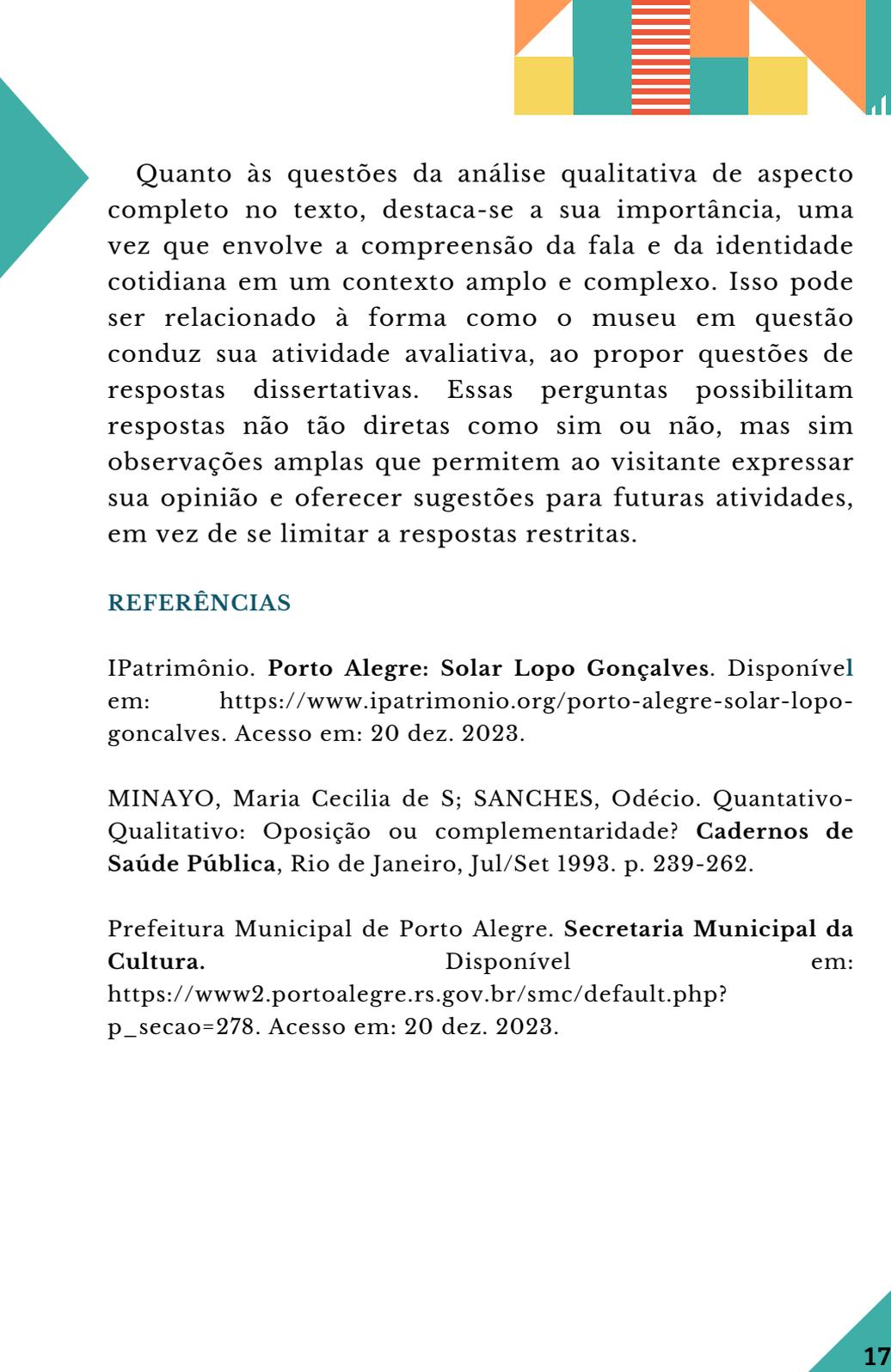
O formulário encerra com um espaço para assinatura, autorizando o uso de texto e imagem na divulgação do Museu nas redes sociais.

Através de conversas com os funcionários do Museu, ficou evidente que esses formulários são armazenados em uma pasta específica localizada dentro da sala designada para o setor educativo, juntamente com a biblioteca do Museu. No entanto, atualmente, essas informações não são analisadas para fins de estudos dentro do próprio Museu, em vez disso, elas são guardadas exclusivamente para possíveis atividades e pesquisas de interessados.

No texto *Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou complementaridade?* os autores Odécio Sanches e Maria Cecília Minayo citam Granger (1982) que estabelece uma relação entre qualidade e experiência:

Segundo Granger (1982), a realidade social é qualitativa e os acontecimentos nos são dados primeiramente como qualidades em dois níveis: a) em primeiro lugar, como um vivido absoluto e único incapaz de ser captado pela ciência; e b) em segundo lugar, enquanto experiência vivida em nível de forma, sobretudo da linguagem que a prática científica visa transformar em conceitos. (GRANGER apud SANCHES e MINAYO, 1993, p. 245).

Dessa maneira, é viável considerar o museu como um espaço que oferece uma experiência única para os visitantes. A partir dessa perspectiva, essa experiência pode influenciar na análise do museu, especialmente das perguntas do formulário, quando há discussão e avaliação conjunta entre o professor e seu grupo de alunos.



Quanto às questões da análise qualitativa de aspecto completo no texto, destaca-se a sua importância, uma vez que envolve a compreensão da fala e da identidade cotidiana em um contexto amplo e complexo. Isso pode ser relacionado à forma como o museu em questão conduz sua atividade avaliativa, ao propor questões de respostas dissertativas. Essas perguntas possibilitam respostas não tão diretas como sim ou não, mas sim observações amplas que permitem ao visitante expressar sua opinião e oferecer sugestões para futuras atividades, em vez de se limitar a respostas restritas.

REFERÊNCIAS

IPatrimônio. **Porto Alegre: Solar Lopo Gonçalves**. Disponível em: <https://www.ipatrimonio.org/porto-alegre-solar-lopo-goncalves>. Acesso em: 20 dez. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de S; SANCHES, Odécio. Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, Jul/Set 1993. p. 239-262.

Prefeitura Municipal de Porto Alegre. **Secretaria Municipal da Cultura**. Disponível em: https://www2.portoalegre.rs.gov.br/smc/default.php?p_secao=278. Acesso em: 20 dez. 2023.

Museu do Sport Club Internacional – Ruy Tedesco

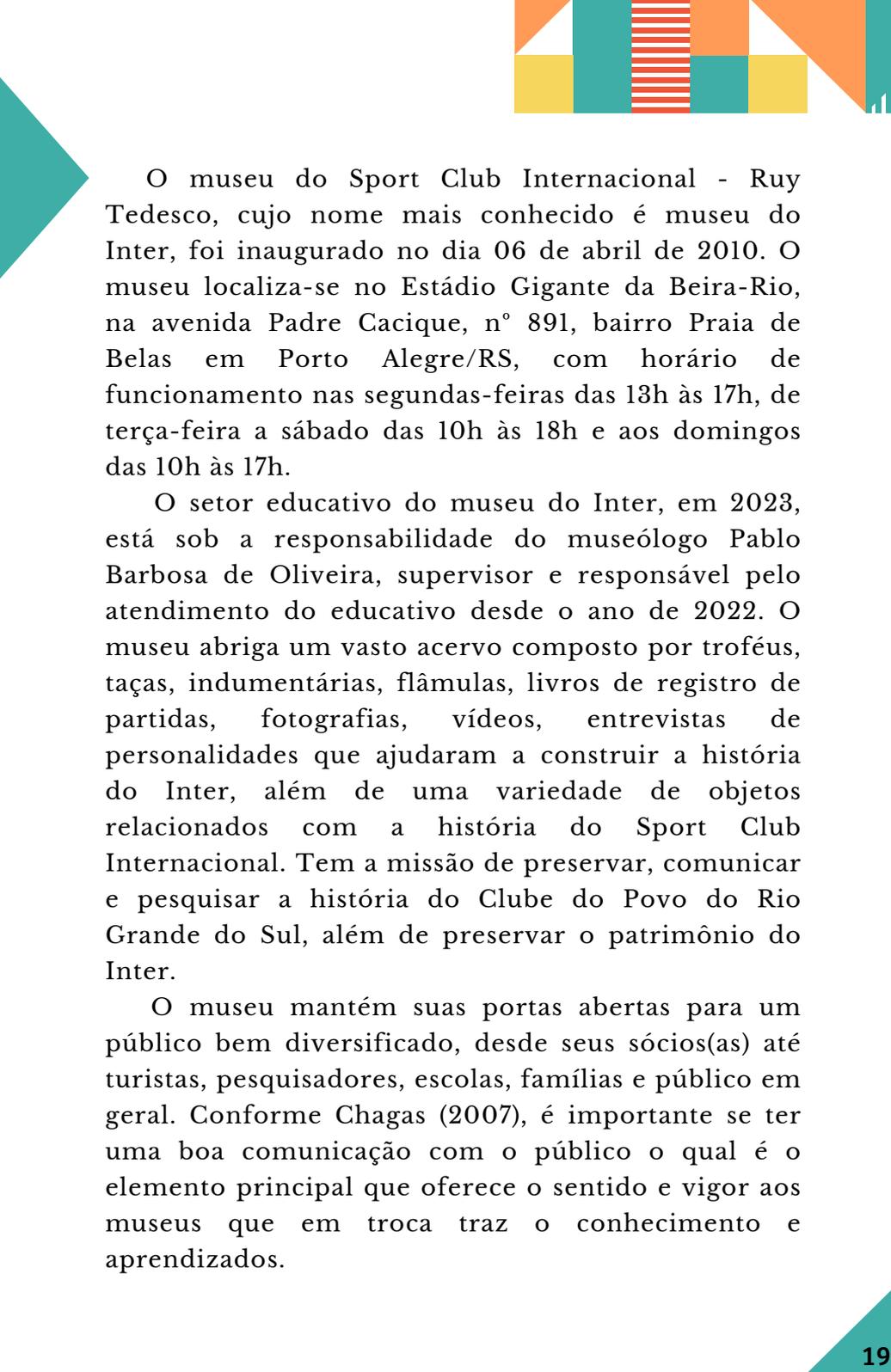
Aurora Cristina Cecatto

Atualmente, há uma grande variedade de tipologias de museus. Existem os históricos, os de arte, os de ciência e aqueles com o foco em times de futebol, como o caso do Sport Club Internacional, isto é, o Inter de Porto Alegre/RS que possui o museu intitulado Engenheiro Ruy Tedesco (figura 1).

Figura 1 - Museu do Inter



Fonte: Patricia Machado, 2024



O museu do Sport Club Internacional - Ruy Tedesco, cujo nome mais conhecido é museu do Inter, foi inaugurado no dia 06 de abril de 2010. O museu localiza-se no Estádio Gigante da Beira-Rio, na avenida Padre Cacique, nº 891, bairro Praia de Belas em Porto Alegre/RS, com horário de funcionamento nas segundas-feiras das 13h às 17h, de terça-feira a sábado das 10h às 18h e aos domingos das 10h às 17h.

O setor educativo do museu do Inter, em 2023, está sob a responsabilidade do museólogo Pablo Barbosa de Oliveira, supervisor e responsável pelo atendimento do educativo desde o ano de 2022. O museu abriga um vasto acervo composto por troféus, taças, indumentárias, flâmulas, livros de registro de partidas, fotografias, vídeos, entrevistas de personalidades que ajudaram a construir a história do Inter, além de uma variedade de objetos relacionados com a história do Sport Club Internacional. Tem a missão de preservar, comunicar e pesquisar a história do Clube do Povo do Rio Grande do Sul, além de preservar o patrimônio do Inter.

O museu mantém suas portas abertas para um público bem diversificado, desde seus sócios(as) até turistas, pesquisadores, escolas, famílias e público em geral. Conforme Chagas (2007), é importante se ter uma boa comunicação com o público o qual é o elemento principal que oferece o sentido e vigor aos museus que em troca traz o conhecimento e aprendizados.

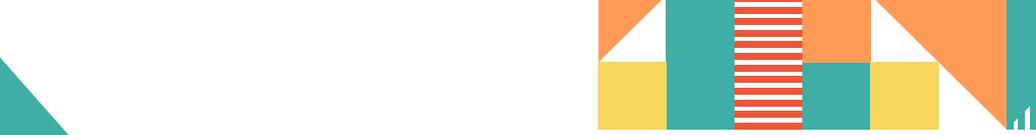


Em entrevista com o supervisor do setor educativo, foi constatado que o público do museu se divide por época do ano: de setembro a dezembro há grande frequência de escolas. Janeiro, fevereiro, final de dezembro e julho o público está voltado aos turistas, torcedores ou não do Inter e muitas famílias. Já, nos restantes dos meses o museu tem a visita mesclada entre escolas e público espontâneo. Entretanto, não há uma separação na contagem do público. Em 2022, foi realizada uma pesquisa de satisfação apenas com as escolas, mas o foco é o público em geral.

O museu realiza um estudo quantitativo do público pelo sistema de vendas onde são coletados os dados dos visitantes pagantes e isentos (CPF e nome). Para as escolas são coletados os nomes e turmas dos alunos.

Assim, o controle de público do museu começou a ser realizado em 2022, após a instituição passar por mudanças em suas lideranças, ano esse que teve o desafio de demonstrar o potencial do museu para o Sport Club Internacional.

Em 2023, o destaque foi do público escolar, com uma média de visitas de 60 escolas por mês. Também esse ano foi destinado para a organização de isenções, passando a oferecer dois horários isentos por semana, nas terças e quartas às 15h tendo um total de 8.709 visitantes, incluindo sócios(as).



Os dados obtidos foram resultado do estudo do público elaborado pela equipe do museu do Inter que segundo Carvalho (2005) a pesquisa de público é utilizada para a verificação do perfil do visitante, seus interesses, apreciações culturais, suas escolhas e vivências em museus. Características importantes para atrair o público em geral ao museu.

Desse modo, para chamar os públicos, são elaboradas no museu do Inter ações educativas em diversos períodos dos anos. Também, o museu utiliza os recursos tecnológicos para aproximar o público da história do clube e as redes sociais em seus perfis como *facebook*, *instagram* e *twitter* na interação com seus visitantes e lançamento de campanhas, exposições e promoções. De acordo com Chagas (2007), é necessário conhecer os públicos do museu e suas demandas que tornam o museu um instrumento transformador na aproximação e entendimento dos visitantes. Assim, os meios oferecidos pelo museu terão boa aceitação por parte dos visitantes, conforme as opiniões respondidas nos resultados de pesquisas de satisfação realizadas pelo clube.

O museu possui outro banco de dados atualizado que alimenta o sistema interativo da exposição que é acessado pelo público através das telas multitoque. Desta forma, durante a visita no museu, o público tem a opção de buscar a informação fazendo sua própria exploração.



Com relação às ações educativas promovidas pelo museu, ambas têm por objetivo evidenciar que a História do Sport Club Internacional é composta por diferentes patrimônios, aproximar ainda mais as famílias, buscar uma comunicação mais clara e objetiva com as escolas, divulgar diferentes histórias dos torcedores com os seus acervos pessoais. As ações são divulgadas nas escolas via contato telefônico ou e-mail e para o público em geral através da imprensa e redes sociais com o objetivo de aproximar e conectar o seu público às atividades envolvidas. É dessa maneira que segundo Carvalho (2005), os museus podem elaborar estratégias para atrair os seus visitantes na participação de outras atividades culturais em diversos sentidos. Com isso, o público em geral e os torcedores do Inter também obtém a oportunidade de acompanhar o cotidiano até de qualquer lugar do mundo ao utilizarem a internet.

Conforme os relatórios anuais sobre as ações educativas desenvolvidas como atrativos ao público, o museu tem obtido diversos pontos positivos como a participação das escolas na interação das crianças, dinâmicas para a mediação, integração ao discurso e percurso da parte de exposição, ótimos *feedbacks* com o retorno satisfatório do público. Também educa o público para a diversidade de patrimônios que integram a História do Sport Club Internacional com a sua participação, compartilhando memórias afetivas familiares.



Da mesma forma, via on-line pelas redes sociais, as ações realizadas pelo museu tiveram como pontos positivos: a possibilidade de um maior destaque e criação de uma boa interação com o público nas redes sociais. Além disso, foram destacados momentos importantes da História colorada e do mundial de clubes e apresentados diferentes patrimônios da torcida colorada. Carvalho (2005), destaca que através dos recursos eletrônicos há o incentivo às vistas e o crescimento do conhecimento com a informação oferecida pelo museu ao público. Com isso, há uma maior valorização dos museus e sua busca contribuindo no olhar da disseminação da informação e entretenimento do público para com o museu do Inter.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Rosane Maria Rocha. A informação e o público: Museologia e Ciência da Informação. In: __. **As transformações da relação museu e público: a influência das tecnologias da informação e comunicação no desenvolvimento de um público virtual.** Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO, Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT, 2005. p. 25-45.

CHAGAS; Mário de Souza; STUDART; Denise Coelho; VIEIRA; Ana Carolina Maciel; FARIA; Ana Carolina Gelmini de; AMARAL; Ana Luiza; COSTA, Paula Nunes; SOARES, Newton Fabiano. **Museus e Público Jovem: percepções e receptividades.** Revista Museologia e Patrimônio, v.03, n°01, Jan/ Jul 2007.

Museu da UFRGS

Caroline Brum Machado

O presente trabalho possui como tema o Estudo de Público em Museus, tendo como estudo de caso o Museu da Universidade do Rio Grande do Sul (UFRGS) (figura 1). O Museu da UFRGS “é um museu universitário multidisciplinar responsável por valorizar, pesquisar e difundir o patrimônio cultural” da universidade, realizando ações educativas e projetos interdisciplinares “voltados para todos os públicos, abordando as pesquisas e discussões acadêmicas desenvolvidas e tematizadas na universidade”.

Para o desenvolvimento da pesquisa realizou-se uma entrevista com os servidores do setor educativo do Museu, além de pesquisa bibliográfica atinente ao tema.

Figura 1 - Museu da UFRGS



Fonte: Da autora, 2023



Iniciou-se a entrevista com o questionamento sobre a realização de estudo de público por parte do Museu, advindo a informação que atualmente a instituição não executa, embora entenda sua importância e possua interesse em implementar ações que permitam mapear o público frequentador e o não frequentador do Museu.

Para o agendamento de visitas escolares é preenchido um formulário no site do Museu, onde se identificam nome e endereço da escola, dados dos professores, tamanho da turma e graduação (ex.: ensino médio). Nesse sentido, é possível mapear dados que ajudem a entender parte do perfil deste público.

A equipe do Museu relatou a intenção de verificar quais as matérias/disciplinas estão frequentando as exposições, mas que ainda não foi possível debruçar-se sobre os dados ou elaborar uma entrevista para coletar as informações desejadas. Entretanto, já constataram um aumento na visitação por parte de cursos profissionalizantes e turmas de professores que não costumavam frequentar o Museu, como Matemática e Educação Física, por exemplo.

Já, quanto ao público espontâneo, não há uma coleta de dados além do livro de visitas, que atualmente é utilizado para contagem de visitantes, não caracterizando estudo de público. Atualmente os campos existentes no livro de visitação são: nome, instituição/local, profissão/atividade e idade. No caso de abertura de exposições, entretanto, há um outro livro de visita, uma vez que nessas solenidades, geralmente estão presentes autoridades na área da temática exposta e o Museu deseja arquivar de outra forma essas informações.



Quando reaberto o Museu da UFRGS, pós isolamento social devido à COVID-19, realizou-se uma análise por amostra no livro de presenças, mas durante a entrevista os servidores declararam que vislumbram essa análise como não ideal, mas a possível de se executar no momento.

Questionados sobre as perguntas que constariam na entrevista, caso houvesse, a equipe relatou que possui formulários voltados para funcionários, curadores, professores, público espontâneo e mediadores, mas que no momento não estão sendo aplicados, pois não há quem analise e archive os dados corretamente. Os formulários foram criados com base em um minicurso ministrado pela museóloga Rosane Carvalho, no 4º Fórum Nacional de Museus, realizado em 2010.

Em período próximo (entre 2010 e 2012) a equipe do Museu também constatou que o público visitante era majoritariamente idoso, motivo pelo qual entrou em contato com a PROEXT e os Diretórios Acadêmicos de diversos cursos da UFRGS, realizando ações para prospectar público acadêmico para além dos alunos dos cursos que comumente frequentavam - da Faculdade de Educação.

Já, quanto às ações implementadas atualmente, serão realizadas pesquisas com os bolsistas-mediadores a cada troca de exposição, a fim de verificar percepções e necessidades, bem como aprimorar o treinamento fornecido e outras questões que forem expostas. No que diz respeito à exposição curricular obrigatória do curso de Museologia, que acontece anualmente no mezanino do Museu da UFRGS, a Pesquisa é realizada pela turma que organiza a exposição e os dados geralmente são repassados ao Museu.



Conforme nos aponta Cury (2005), “a avaliação de exposições deve ser entendida na dimensão global do processo que abrange planejamento, criação, produção, montagem, divulgação e recepção”. Nesse sentido a autora aponta o processo como um sistema de comunicação museológica, capaz de desvelar a realidade e auxiliar no aprimoramento de ações, promovendo transformações institucionais.

Posto o panorama atual, tem-se que a equipe do Museu da UFRGS reconhece a importância do Estudo de Público e busca atualizar-se sobre o tema, mas, assim como a maioria das instituições que temos contato ao longo da formação em Museologia, possui equipe exígua, não conseguindo implementar faticamente as teorias estudadas.

REFERÊNCIAS

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

MUSEU DA UFRGS. **Sobre o Museu**. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/museu/sobre-o-museu/>. Acesso em: 10 dez. 2023.

Museu de Arte Contemporânea - MACRS

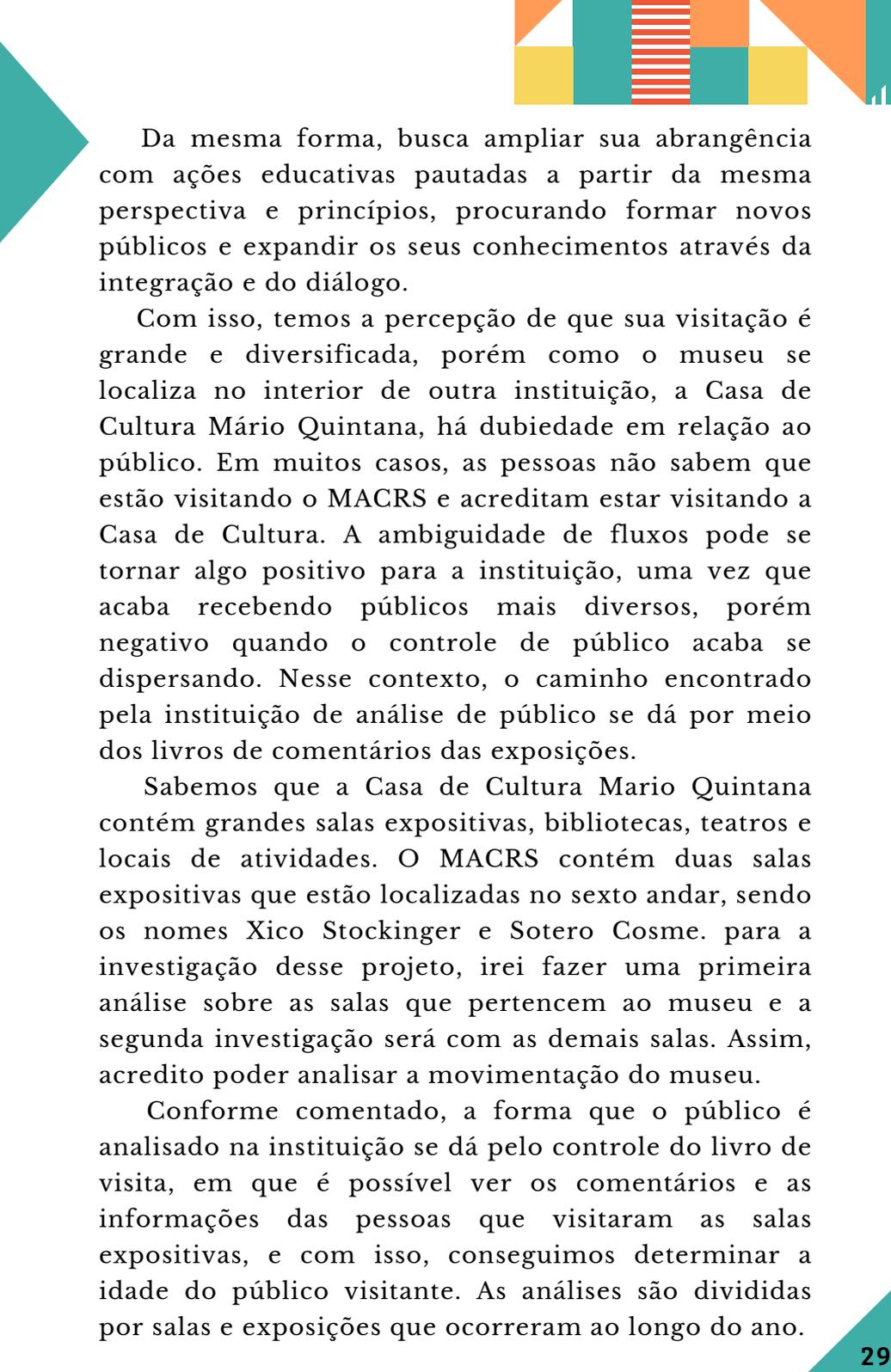
Clara Bastos Targa

A instituição analisada foi o Museu de Arte Contemporânea do Rio Grande do Sul (MACRS) inaugurado em 18 de março de 1992. O MACRS (figura 1) é uma instituição da Secretaria de Estado da Cultura (SEDAC) vinculada ao Governo do Estado do RS, cujo objetivo é pesquisar, promover e preservar a arte contemporânea brasileira e estrangeira. Enquanto instituição consciente de sua responsabilidade social, propõe-se a ser um espaço de acolhimento à pluralidade e à diversidade cultural por meio da arte, desenvolvendo uma política de aquisição de obras para o acervo centrada nos princípios da equidade e representatividade.

Figura 1 - Entrada MACRS



Fonte: Site da Secretaria de Cultura do RS, s.d.



Da mesma forma, busca ampliar sua abrangência com ações educativas pautadas a partir da mesma perspectiva e princípios, procurando formar novos públicos e expandir os seus conhecimentos através da integração e do diálogo.

Com isso, temos a percepção de que sua visitação é grande e diversificada, porém como o museu se localiza no interior de outra instituição, a Casa de Cultura Mário Quintana, há dubiedade em relação ao público. Em muitos casos, as pessoas não sabem que estão visitando o MACRS e acreditam estar visitando a Casa de Cultura. A ambiguidade de fluxos pode se tornar algo positivo para a instituição, uma vez que acaba recebendo públicos mais diversos, porém negativo quando o controle de público acaba se dispersando. Nesse contexto, o caminho encontrado pela instituição de análise de público se dá por meio dos livros de comentários das exposições.

Sabemos que a Casa de Cultura Mario Quintana contém grandes salas expositivas, bibliotecas, teatros e locais de atividades. O MACRS contém duas salas expositivas que estão localizadas no sexto andar, sendo os nomes Xico Stockinger e Sotero Cosme. para a investigação desse projeto, irei fazer uma primeira análise sobre as salas que pertencem ao museu e a segunda investigação será com as demais salas. Assim, acredito poder analisar a movimentação do museu.

Conforme comentado, a forma que o público é analisado na instituição se dá pelo controle do livro de visita, em que é possível ver os comentários e as informações das pessoas que visitaram as salas expositivas, e com isso, conseguimos determinar a idade do público visitante. As análises são divididas por salas e exposições que ocorreram ao longo do ano.

Começaremos a averiguação com a sala Xico Stockinger que ao longo de 2023 teve três exposições, entretanto, houve apenas o controle de duas delas. A primeira, Próxima Pintura, Pintura Próxima (tabela 1) foi uma mostra coletiva de 15 artistas em homenagem ao artista visual Gelson Radaelli.

Tabela 1 - Análise de público da exposição Próxima Pintura, Pintura Próxima

PRÓXIMA PINTURA, PINTURA PRÓXIMA		
FAIXA ETÁRIA	PÚBLICO	%
0 - 12		14,29%
13 - 18		14,29%
19 - 30		14,29%
31 - 40		14,29%
41 - 50		14,29%
51 - 60		14,29%
60+		14,29%
LOCALIDADE	PÚBLICO	%
Porto Alegre e região metropolitana	292	27,86%
Interior RS	347	33,11%
Outros Estados BR	348	33,21%
Outros países	61	5,82%
PERÍODO:		
VISITAÇÃO TOTAL:	1.048	
VISITAÇÃO IMPRENSA:	9.702	

Fonte: Livro de visitas MACRS

A segunda exposição analisada na sala Xico Stockinger foi Incertezas em Gaia (tabela 2) teve curadoria de Sandra Rey.

Tabela 2 - Análise de público da exposição Incertezas em Gaia

INCERTEZAS EM GAIA		
FAIXA ETÁRIA	PÚBLICO	%
0 - 12	230	5,16%
13 - 18	721	16,17%
19 - 30	1.785	40,04%
31 - 40	756	16,96%
41 - 50	455	10,21%
51 - 60	312	7,00%
60+	199	4,46%
LOCALIDADE	PÚBLICO	%
Porto Alegre e região metropolitana	1.495	33,22%
Interior RS	598	13,29%
Outros Estados BR	695	15,44%
Outros países	30	0,67%
PERÍODO:		
VISITAÇÃO TOTAL:	4.500	
VISITAÇÃO IMPRENSA:	13.500	

Fonte: Livro de visitas MACRS

Com as duas exposições na sala Xico Stockinger temos ao todo em:

- Visitação Total: 5.548
- Visitação Imprensa: 23.202

Após, a análise se deu na sala Sotero Cosme com as seguintes exposições (tabela 3):

Tabela 3 - Análise de público da exposição Co Co Co Cu

CO CO CO CU		
FAIXA ETÁRIA	PÚBLICO	%
0 - 12	15	2,40%
13 - 18	76	12,14%
19 - 30	283	45,21%
31 - 40	125	19,97%
41 - 50	58	9,27%
51 - 60	46	7,35%
60+	23	3,67%
LOCALIDADE	PÚBLICO	%
Porto Alegre e região metropolitana	573	58,35%
Interior RS	185	18,84%
Outros Estados BR	186	18,94%
Outros países	38	3,87%
PERÍODO:	09/02 - 09/04	
VISITAÇÃO TOTAL:	982	
VISITAÇÃO IMPRENSA:	9.504	

Fonte: Livro de visitas MACRS

Com as três exposições na sala Sotero Cosme temos ao todo em:

- Visitação Total: 6.382
- Visitação Imprensa: 25.704

Esses são resultados quantitativos das exposições analisadas (tabelas 4 e 5).

Tabela 4 - Análise de público da exposição El cielo por asalto

EL CIELO POR ASALTO		
FAIXA ETÁRIA	PÚBLICO	%
0 - 12	156	6,96%
13 - 18	310	13,84%
19 - 30	854	38,13%
31 - 40	360	16,07%
41 - 50	256	11,43%
51 - 60	188	8,39%
60+	116	5,18%
LOCALIDADE	PÚBLICO	%
Porto Alegre e região metropolitana	1.305	36,25%
Interior RS	537	14,92%
Outros Estados BR	558	15,50%
Outros países	69	1,92%
PERÍODO:	27/7 a 22/10/2023	
VISITAÇÃO TOTAL:	3.600	
VISITAÇÃO IMPRENSA:	10.800	

Fonte: Livro de visitas MACRS

Tabela 5 - Análise de público da exposição Entre rios

ENTRE RIOS		
FAIXA ETÁRIA	PÚBLICO	%
0 - 12	224	9,23%
13 - 18	300	12,36%
19 - 30	870	35,83%
31 - 40	434	17,87%
41 - 50	330	13,59%
51 - 60	160	6,59%
60+	110	4,53%
LOCALIDADE	PÚBLICO	%
Porto Alegre e região metropolitana	1.670	92,78%
Interior RS	548	30,44%
Outros Estados BR	800	44,44%
Outros países	132	7,33%
PERÍODO:	19/04 - 09/07	
VISITAÇÃO TOTAL:	1.800	
VISITAÇÃO IMPRENSA:	5.400	

Fonte: Livro de visitas MACRS

Após essa análise, é possível compreender que a instituição possui um sistema de conhecimento de público restrito aos livros. No livro *O Lugar Público: sobre o uso de estudos e pesquisa pelos museus das autoras Jacqueline Eidelman, Mélanie Roustan e Bernardette Goldstein*, é comentada a importância dessa ferramenta no museu, denominada aqui, livro de ouro:



Em uma primeira parte, o livro de ouro será abordado como dispositivo padronizado, e isso desde os primeiros tempos de sua presença nos locais de difusão da cultura: como um documento desses, onde a priori todo tipo de palavra parece ser permitido, consegue, entretanto, induzir uma formatação por parte dos que nele se manifestam? (EIDELMAN; ROUSTAN; GOLDSTEIN, 2014, p. 223).

E seguem as autoras:

Apesar do caráter informal e efêmero de suas páginas brancas, muitos sinais emitidos em torno do livro de ouro guiam os visitantes em seus escritos. O lugar escolhido para instalar o livro de ouro vale como indicação que irá das formas aos conteúdos em relação à instituição (troca vertical) ou a uma troca horizontal entre visitantes. A proximidade de representantes do estabelecimento cultural orienta quem escreve para uma troca vertical. (EIDELMAN; ROUSTAN; GOLDSTEIN, 2014, p. 233).

Com essas falas podemos ver que os livros de comentários são importantes para a análise sobre a opinião do público nas exposições. A averiguação profunda desses comentários pode resultar em melhorias nas exposições, além de ser uma forma de contagem e público. Contudo, seria interessante a implementação de um estudo de públicos efetivo a fim de que essas melhorias fossem direcionadas.

REFERÊNCIAS

EIDELMAN, Jacqueline; ROUSTAN, Mélanie; GOLDSTEIN, Bernardette. O lugar do público: sobre o uso de estudos e pesquisa pelos museus. Tradução de Ana Goldeberger. 1. ed. - São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2014.

SEDAC. Museu de Arte Contemporânea do Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://cultura.rs.gov.br/macrs>. Acesso em: 20 jan. 2024.

Museu da Comunicação Hipólito José da Costa

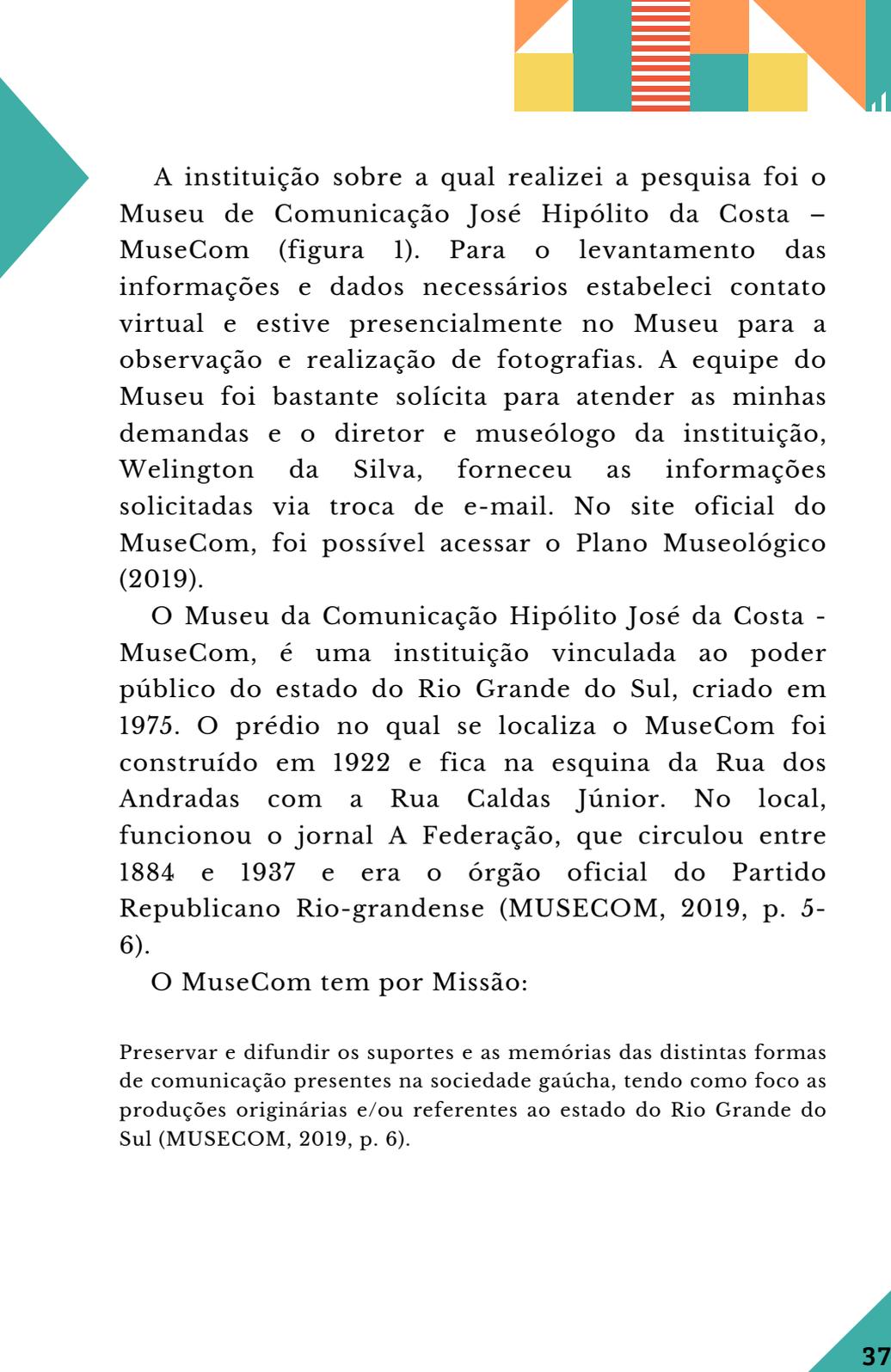
Gabriela Schneider

O Estudo de Público é um processo importante dentro da gestão e planejamento das instituições museológicas. De acordo com os dados e informações gerados pelas pesquisas realizadas e as análises desse material é possível organizar/reorganizar objetivos de trabalho, traçar panoramas e estratégias de acordo com os objetivos da instituição. Na disciplina *Estudo de Público em museus* do curso de Museologia da UFRGS, cada estudante realizou uma pesquisa sobre como é feito o Estudo de Público em alguma das instituições museológicas pré-definidas pela disciplina.

Figura 1 - Exposição MuseCom



Fonte: Da autora, 2023



A instituição sobre a qual realizei a pesquisa foi o Museu de Comunicação José Hipólito da Costa – MuseCom (figura 1). Para o levantamento das informações e dados necessários estabeleci contato virtual e estive presencialmente no Museu para a observação e realização de fotografias. A equipe do Museu foi bastante solícita para atender as minhas demandas e o diretor e museólogo da instituição, Welington da Silva, forneceu as informações solicitadas via troca de e-mail. No site oficial do MuseCom, foi possível acessar o Plano Museológico (2019).

O Museu da Comunicação Hipólito José da Costa - MuseCom, é uma instituição vinculada ao poder público do estado do Rio Grande do Sul, criado em 1975. O prédio no qual se localiza o MuseCom foi construído em 1922 e fica na esquina da Rua dos Andradas com a Rua Caldas Júnior. No local, funcionou o jornal A Federação, que circulou entre 1884 e 1937 e era o órgão oficial do Partido Republicano Rio-grandense (MUSECOM, 2019, p. 5-6).

O MuseCom tem por Missão:

Preservar e difundir os suportes e as memórias das distintas formas de comunicação presentes na sociedade gaúcha, tendo como foco as produções originárias e/ou referentes ao estado do Rio Grande do Sul (MUSECOM, 2019, p. 6).



Os acervos que constituem o MuseCom englobam diferentes áreas: “cinema, fotografia, fonografia, imprensa, publicidade e propaganda; [...] com objetos tridimensionais, imagens em diversos suportes, gravações em discos e fitas, revistas e jornais” (MUSECOM, 2019, p. 5).

No Plano Museológico vigente (2019-2022), não há referências explícitas ao Estudo de Público, mas a partir dos objetivos pontuais relativos ao Programa Educativo e Cultural é possível destacar trechos que se relacionam diretamente a esta questão. É o caso das ações como visitas às exposições e visitas mediadas com foco nos grupos escolares que visam:

[...] contribuir na consolidação e pluralização dos públicos alcançados pelo museu, conforme diretrizes do Plano Nacional Setorial de Museus, aumentando anualmente em 10% seus números gerais de visitação e capilarizando suas atividades, tendo como premissa proposições em novos espaços, sob novas temáticas (MUSECOM, 2019, p. 37).

De acordo com o diretor Silva (2023) o Estudo de Público do MuseCom ainda é uma ferramenta em fase inicial, e instrumento de pesquisa é um questionário estruturado por meio de formulário eletrônico disponível através de *QR Code* localizado no andar principal da exposição do Museu.

Segundo Silva (2023), a maior adesão espontânea do público é via *QR Code* (figura 2), e a maior participação mediante solicitação da equipe educativa é o instrumento em papel de preenchimento manual (figura 3), cujos dados são posteriormente inseridos no sistema de formulário pela equipe do setor educativo.

Figura 2 - Estudo de Público – QR Code



Fonte: Da autora, 2023

Figura 3 - Estudo de público - Questionário em papel

O MuseCom está realizando uma pesquisa para conhecer melhor os seus visitantes. Contamos com sua colaboração no preenchimento deste questionário. Agradecemos sua participação! Ao responder, você concorda em disponibilizar as informações indicadas neste formulário para fins de pesquisa e de mapeamento do perfil de público do Museu. Cliente de que a instituição se responsabiliza pela manutenção e pela proteção dos dados pessoais de acesso não autorizados ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

Quando visitou a exposição: / / Idade: _____

Gênero: Mulher Homem Não-binário Outro

Cor/Raça: Preto Pardo Branco Indígena Amarelo Outro

Nível de Escolaridade: Ensino fundamental em andamento
 Ensino fundamental completo Ensino médio em andamento
 Ensino médio completo Superior em andamento Superior completo

Ocupação/Trabalho: _____

Você visitou o MuseCom: Sozinho Com namorado/a/e Com amigo(s)
 Com um grupo (escola, projeto, instituição) Outro

Por que você quis visitar o Museu? Conhecer o Museu Pesquisar algum tema
 Rever Divertir-se ou passar o tempo Acompanhar um grupo
 Participar de atividades (oficinas, palestras) Outro

Se desejar, escreva uma mensagem ou sugestão para o MuseCom: _____

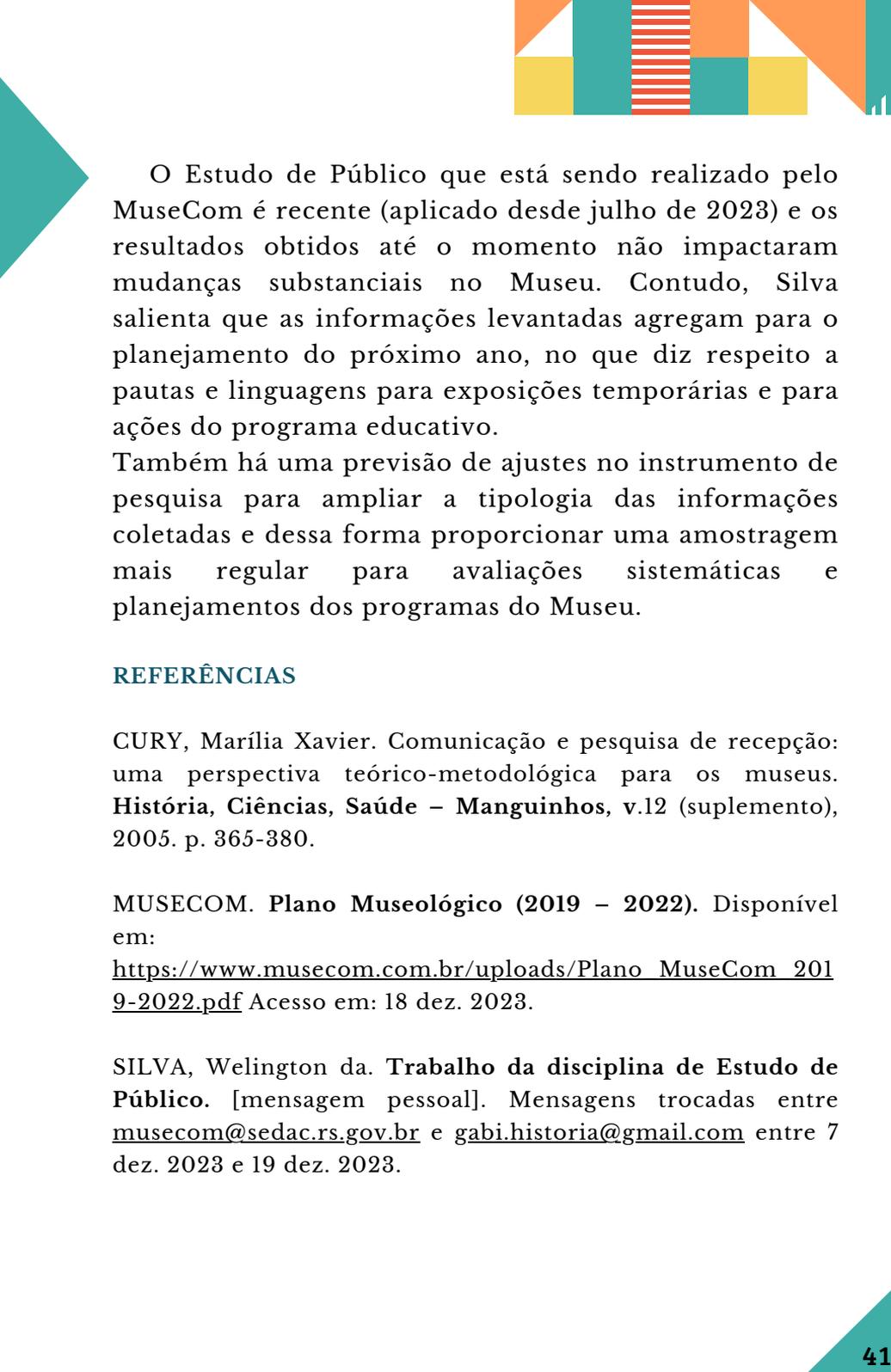
Avalie a sua experiência no Museu:

Péssima Ruim Regular Boa Ótima

MUSEU DA COMUNICAÇÃO
LAPLUS JOSÉ DE OLIVEIRA

Fonte: Da autora, 2023

De acordo com Marília Xavier Cury (2005), o Estudo de Público desenvolvido pelo MuseCom também pode ser identificado com a proposta de *Avaliação Somativa*, pois busca identificar o tipo de público, objetivo de visitação e avaliação da experiência no Museu. O questionário busca saber qual a interação do público com o Museu (exposição e acervo). O diretor observa que já foi possível identificar predominância do público feminino visitando o MuseCom, “ao mesmo tempo que na perspectiva de linguagem, uma tendência de predominância de público com o 3º grau concluído” (Silva, 2023). Além disso, salienta que os dados colhidos são “tabulados, preservados e utilizados como pautas para construção de projetos a partir do Núcleo Educativo e para concepção de exposições” (Silva, 2023).



O Estudo de Público que está sendo realizado pelo MuseCom é recente (aplicado desde julho de 2023) e os resultados obtidos até o momento não impactaram mudanças substanciais no Museu. Contudo, Silva salienta que as informações levantadas agregam para o planejamento do próximo ano, no que diz respeito a pautas e linguagens para exposições temporárias e para ações do programa educativo.

Também há uma previsão de ajustes no instrumento de pesquisa para ampliar a tipologia das informações coletadas e dessa forma proporcionar uma amostragem mais regular para avaliações sistemáticas e planejamentos dos programas do Museu.

REFERÊNCIAS

CURY, Marília Xavier. Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, v.12 (suplemento), 2005. p. 365-380.

MUSECOM. **Plano Museológico (2019 – 2022)**. Disponível em:

https://www.musecom.com.br/uploads/Plano_MuseCom_2019-2022.pdf Acesso em: 18 dez. 2023.

SILVA, Welington da. **Trabalho da disciplina de Estudo de Público**. [mensagem pessoal]. Mensagens trocadas entre musecom@sedac.rs.gov.br e gabi.historia@gmail.com entre 7 dez. 2023 e 19 dez. 2023.

Museu Anchieta de Ciências Naturais

Oscar de Oliveira Isaias

A instituição analisada para este estudo de públicos é o Museu Anchieta de Ciências Naturais (figura 1), localizado dentro do Colégio Anchieta, na cidade de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul. O museu começou a ser desenvolvido e idealizado em 1908 pelo padre jesuíta Pio Buck, que fez expedições pelos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina para coleta de material científico, a partir da fauna e flora desses dois estados. Na década de 1970, a instituição recebe o seu nome atual, já que, à época de fundação, era nomeado de Museu Escolar de História Natural do Colégio Anchieta.

Figura 1 - Museu Anchieta



Fonte: *Instagram* do Museu Anchieta, 2023



Atualmente, o museu tem em seu acervo coleções científicas distribuídas em: materiais biológicos, geológicos, arqueológicos e etnográficos, catalogados e abertos à pesquisa científica, além de uma coleção de materiais didáticos composta por exemplares verdadeiros, réplicas, jogos e objetos pedagógicos que englobam as matérias escolares de ciências e biologia.

O museu tem como missão preservar os testemunhos biológicos, geológicos e arqueológicos do sul do Brasil, com o objetivo de proporcionar reflexões sensíveis a partir da aproximação e contemplação da natureza, a partir dos princípios do Paradigma Pedagógico Inaciano, que tem como objetivo formar pessoas com perspectivas multifacetadas.

Primeiramente, é importante citar que as informações que estão presentes neste item do texto foram obtidas por meio de uma entrevista com Alana Cioato, museóloga da instituição, no dia 29 de novembro de 2023.

Inicialmente, o museu tinha um estudo de público a partir de um livro de visitas, em que se pediam informações como nome de quem estava visitando, cidade natal, idade, profissão e uma aba para comentários. Como o público principal do museu é o de estudantes da escola, ocorriam algumas situações singulares: os estudantes, em sua grande parte, escreviam suas opiniões, sugestões e comentários sobre o espaço expositivo, a exposição, o museu, a mediação, sobre o que mais chamou a sua atenção, sobre ser uma experiência sensível ou não, enfim, sobre a experiência da visita como um todo. Não obstante a esses retornos do público, a outra parte dos alunos que escrevia no caderno usava aquela ferramenta como um espaço de expressão, seja o motivo e intenção que for.



Aconteciam protestos contrários ao cenário político o qual eles percebiam e estavam vivendo à época, defesa de ideais políticos e identitários, à exemplo de questões de gênero, de etnia e de sexualidade, e também para fazer rasuras e desenhos, assim como palavras soltas e sem necessariamente uma intencionalidade de manifestação reflexiva para quem lê e escreve no livro de visitas.

Além disso, dentro da escola, o museu fica distante das salas de aula dos alunos, então, para a visita, o tempo de deslocamento era grande, o que gerava ansiedade e muito ânimo nos estudantes, o que gerava tumulto no momento de se preencher o livro.

Devido a essas experiências, acontece uma mudança brusca na forma com que se passou a fazer o estudo de público no museu: apenas os professores e pesquisadores respondem e preenchem o livro de visitas. Há projetos de futuramente incluir outras formas de se fazer essa pesquisa com o público, seja de maneira analógica ou digital - a exemplo de um totem de autoatendimento -, com o objetivo de aproximar ao máximo aos públicos, com o desafio de se encontrar a melhor forma de usufruir desses dados - uma vez que toda informação vinda do público é importante para compreender o que, como e de que maneira está afetando a comunicação feita nesse espaço - e à realidade do museu.

REFERÊNCIA

Museu Anchieta de Ciências Naturais. Disponível em: <https://www.colegioanchieta.g12.br/museu-anchieta/> - Acesso em: 20 dez. 2023.

Museu da Fundação Iberê Camargo

Vitória Werlang Girald

Este trabalho se propõe a analisar o estudo de público realizado pela Fundação Iberê Camargo (figura 1). Trata-se de uma instituição privada e sem fins lucrativos, dedicando-se à preservação, estudo e divulgação da obra do pintor gaúcho Iberê Camargo. Sua fundação remonta a 1995, e a atual sede, que abriu suas portas em maio de 2008, foi concebida pelo arquiteto português Álvaro Siza.

Figura 1 - Fundação Iberê Camargo



Fonte: Da autora, 2023



A partir de entrevista com museólogo Thiago Araújo, produtor cultural da Fundação Iberê Camargo, foi possível obter dados para a análise de como se dão as avaliações.

A instituição iniciou suas pesquisas para conhecer o público em 2019, a partir de um formulário implementado por Araújo. O entrevistado relatou que isto se deu em razão de sua experiência profissional anterior, como entrevistador do IBOPE.

Este método de pesquisa era aplicado por orientadores, porém, identificou-se que dar autonomia ao visitante para o preenchimento do mesmo traria maior conforto e eficiência.

No presente da pesquisa, as informações são obtidas ainda via *Forms Office*, que é disponibilizado via *QR Code* na recepção. As perguntas são modificadas a cada exposição (ou seja, uma frequência de três em três meses) e os dados analisados de seis em seis meses, principalmente para utilização pelo setor da comunicação, em demandas dos relatórios.

Este formulário tem campos que abrangem informações de gênero, raça, ocupação, moradia, idade e maiores detalhes sobre visitas (se é a primeira vez que visita um museu, por exemplo). Também há uma seção para avaliação da infraestrutura e perguntas como o motivo da visita e se há a companhia de crianças. Inclusive, há também outro formulário destinado exclusivamente às atividades e oficinas realizadas pelo setor educativo. Informações sobre este são restritas por se tratarem de dados, principalmente, de crianças.

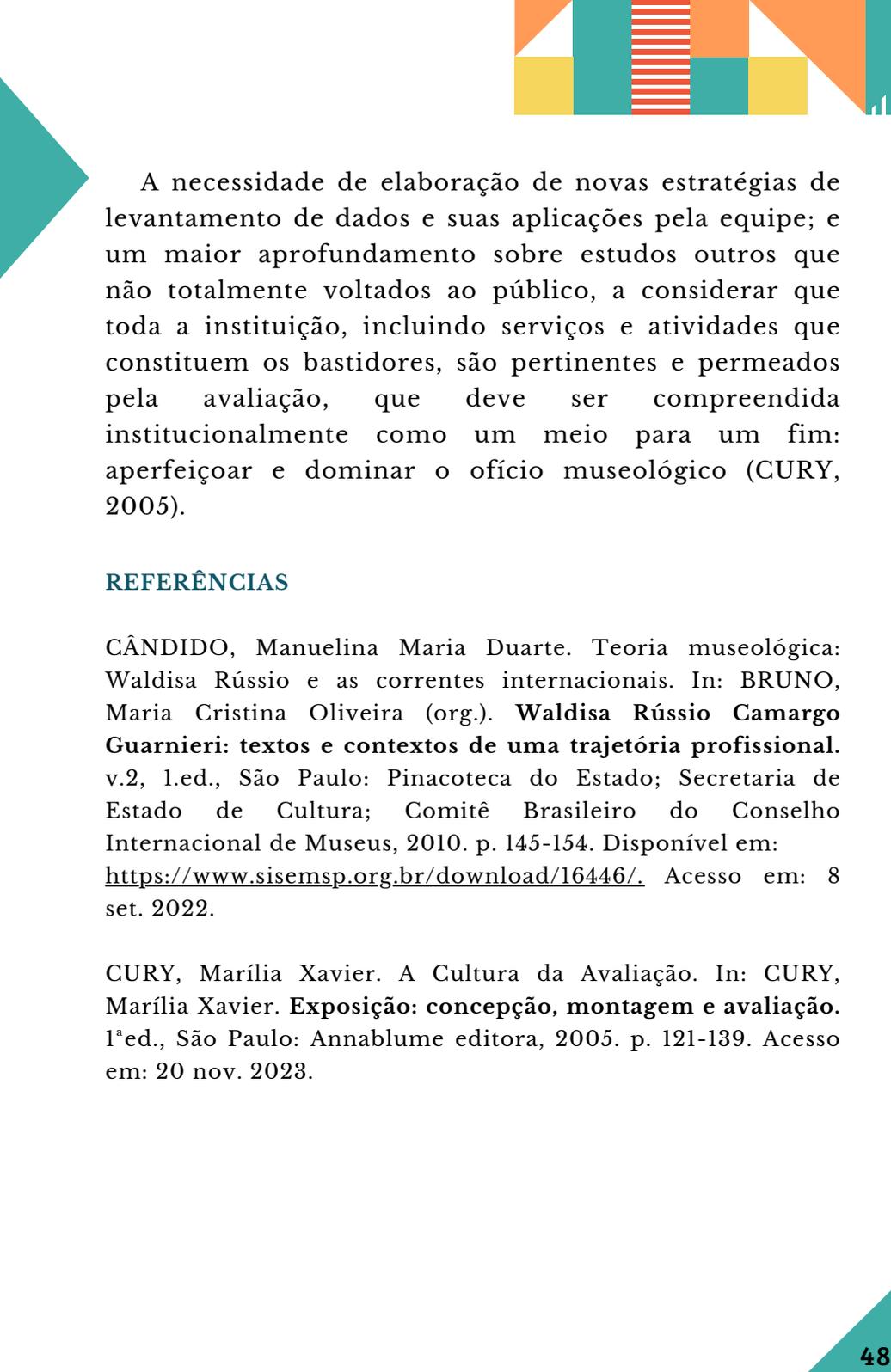


Araújo informou que todas as questões inseridas passam por uma espécie de comitê, composto por todos os setores, para dialogar sobre as perguntas e avaliá-las.

O produtor, que é responsável pela análise e extração das informações, identifica que há falha na pesquisa em relação ao público idoso e também uma dificuldade com a cultura de dados - ainda não é um hábito nas instituições brasileiras a implementação de estudos deste gênero.

As informações apresentadas por Thiago Araújo trazem a realidade nacional à tona, mesmo tratando-se de uma instituição privada. Cury (2005) escreve que, mesmo a avaliação museológica não sendo novidade e sendo uma atividade essencial na rotina do museu, ainda hoje, ela é pouco realizada. Não há uma forte cultura - como relata o produtor e como a autora defende em *A Cultura da Avaliação* (2023). Ainda que muito mais complexa, a avaliação das instituições segue tendo como principal foco o estudo de visitantes. Compreende-se e faz-se muito evidente a importância do público, pois de acordo com Waldisa Rússio (1983), o objeto de estudo da Museologia é justamente a “[...] relação profunda entre o homem, sujeito que conhece, e o objeto, testemunho da realidade, em um cenário institucionalizado, o museu”.

A Fundação Iberê Camargo, obtendo dados por meio do formulário, consegue uma amostra de diversos aspectos de seu público. Desafios a serem superados seriam lacunas quanto ao estudo do público idoso (reconhecidamente frequentador, que por vezes não tem tanta familiaridade com tecnologias).

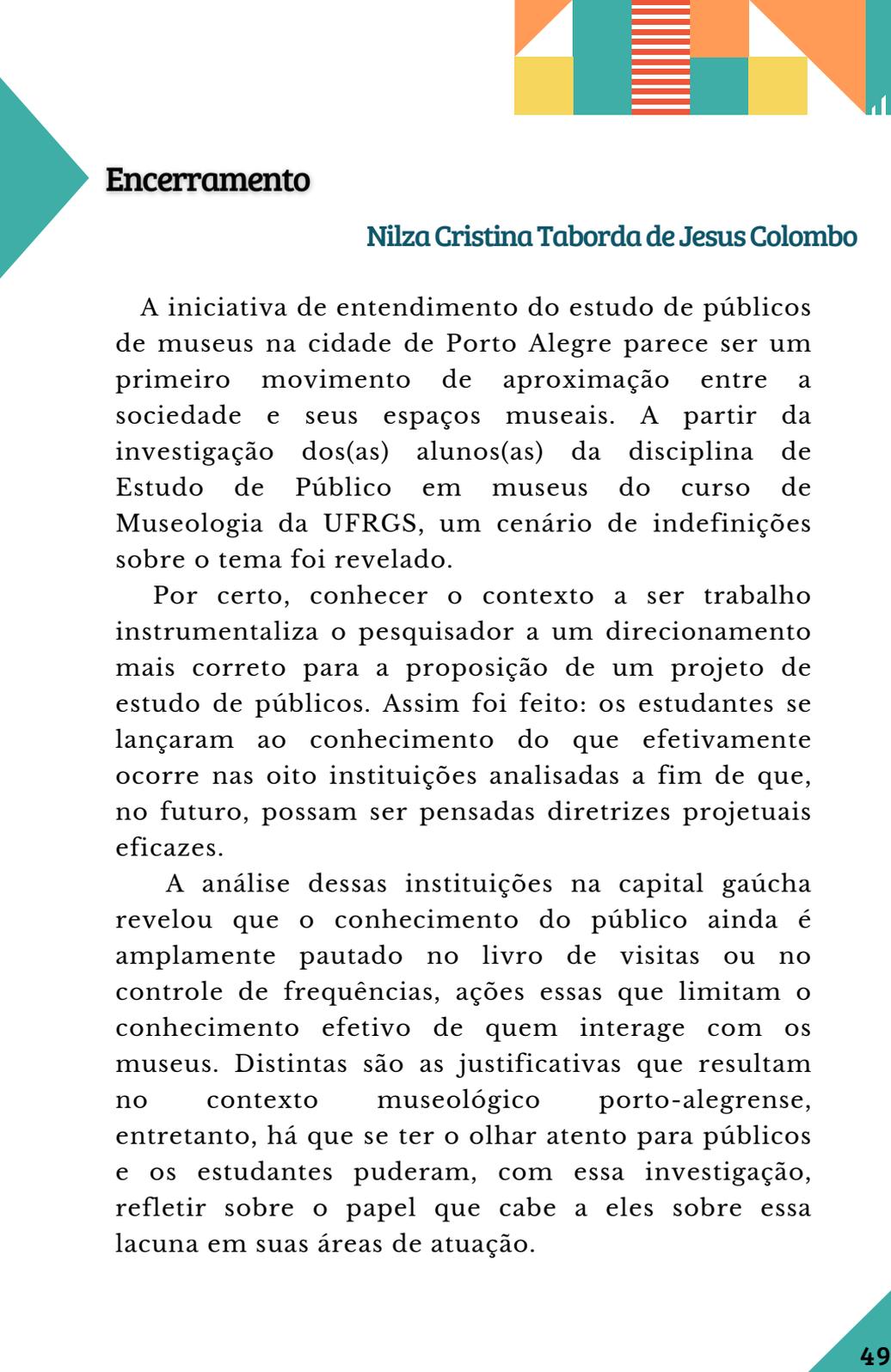


A necessidade de elaboração de novas estratégias de levantamento de dados e suas aplicações pela equipe; e um maior aprofundamento sobre estudos outros que não totalmente voltados ao público, a considerar que toda a instituição, incluindo serviços e atividades que constituem os bastidores, são pertinentes e permeados pela avaliação, que deve ser compreendida institucionalmente como um meio para um fim: aperfeiçoar e dominar o ofício museológico (CURY, 2005).

REFERÊNCIAS

CÂNDIDO, Manuelina Maria Duarte. Teoria museológica: Waldisa Rússio e as correntes internacionais. In: BRUNO, Maria Cristina Oliveira (org.). **Waldisa Rússio Camargo Guarnieri: textos e contextos de uma trajetória profissional**. v.2, 1.ed., São Paulo: Pinacoteca do Estado; Secretaria de Estado de Cultura; Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2010. p. 145-154. Disponível em: <https://www.sisemsp.org.br/download/16446/>. Acesso em: 8 set. 2022.

CURY, Marília Xavier. A Cultura da Avaliação. In: CURY, Marília Xavier. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. 1ªed., São Paulo: Annablume editora, 2005. p. 121-139. Acesso em: 20 nov. 2023.



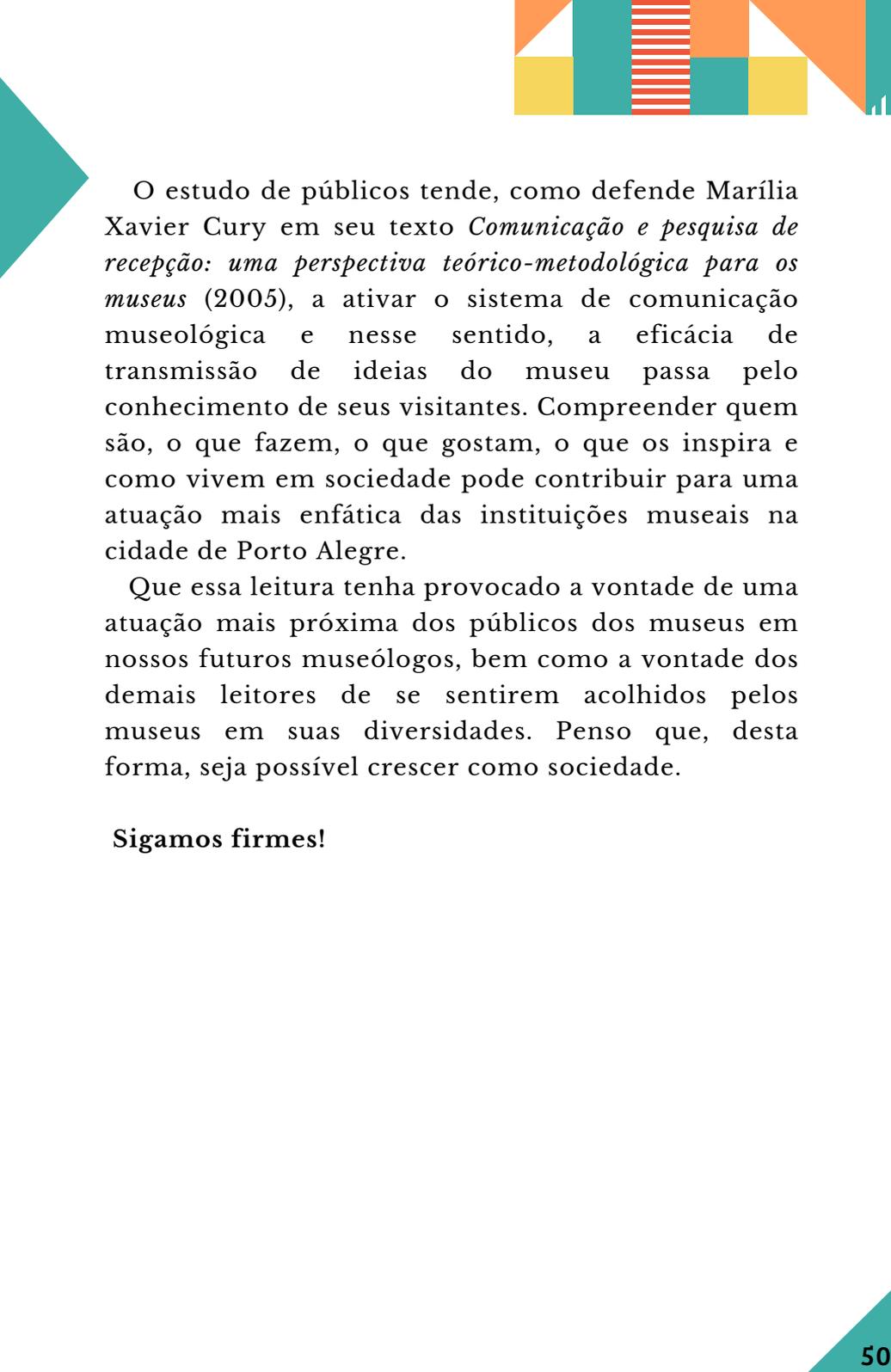
Encerramento

Nilza Cristina Taborda de Jesus Colombo

A iniciativa de entendimento do estudo de públicos de museus na cidade de Porto Alegre parece ser um primeiro movimento de aproximação entre a sociedade e seus espaços museais. A partir da investigação dos(as) alunos(as) da disciplina de Estudo de Público em museus do curso de Museologia da UFRGS, um cenário de indefinições sobre o tema foi revelado.

Por certo, conhecer o contexto a ser trabalho instrumentaliza o pesquisador a um direcionamento mais correto para a proposição de um projeto de estudo de públicos. Assim foi feito: os estudantes se lançaram ao conhecimento do que efetivamente ocorre nas oito instituições analisadas a fim de que, no futuro, possam ser pensadas diretrizes projetuais eficazes.

A análise dessas instituições na capital gaúcha revelou que o conhecimento do público ainda é amplamente pautado no livro de visitas ou no controle de frequências, ações essas que limitam o conhecimento efetivo de quem interage com os museus. Distintas são as justificativas que resultam no contexto museológico porto-alegrense, entretanto, há que se ter o olhar atento para públicos e os estudantes puderam, com essa investigação, refletir sobre o papel que cabe a eles sobre essa lacuna em suas áreas de atuação.



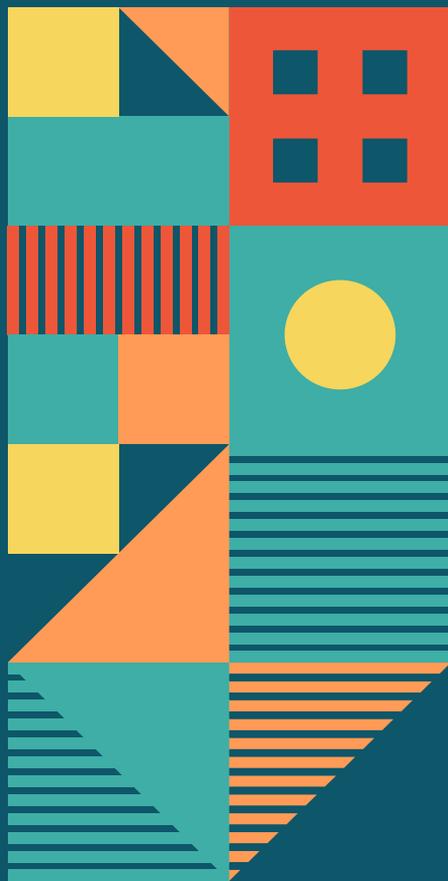
O estudo de públicos tende, como defende Marília Xavier Cury em seu texto *Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus* (2005), a ativar o sistema de comunicação museológica e nesse sentido, a eficácia de transmissão de ideias do museu passa pelo conhecimento de seus visitantes. Compreender quem são, o que fazem, o que gostam, o que os inspira e como vivem em sociedade pode contribuir para uma atuação mais enfática das instituições museais na cidade de Porto Alegre.

Que essa leitura tenha provocado a vontade de uma atuação mais próxima dos públicos dos museus em nossos futuros museólogos, bem como a vontade dos demais leitores de se sentirem acolhidos pelos museus em suas diversidades. Penso que, desta forma, seja possível crescer como sociedade.

Sigamos firmes!



SOBRE OS AUTORES





Amanda Trois da Silva

Tecnóloga em Redes de Computadores e Graduanda em Museologia (UFRGS). Integrante na equipe do Museu da Cultura Hip Hop do Rio Grande do Sul, atuando na gestão de acervo e documentação.

André Schwarz Rodrigues

Tecnólogo em Gastronomia (Feevale) e Graduando em Museologia (UFRGS).

Aurora Cristina Cecatto

Pedagoga (PUCRS) e Biblioteconomia (UFRGS), Especialização em Psicopedagogia/TICs e Orientação Educacional EAD, pela UFRGS, Técnica em Biblioteconomia (IFRS) e Graduanda em Museologia (UFRGS). Professora particular do 1º ao 5º ano do ensino fundamental.

Caroline Brum Machado

Bacharela em Direito (UniRitter), Graduanda em Museologia (UFRGS) e integrante dos grupos de pesquisa "História da Arte e Cultura de Moda" (História da Arte/UFRGS), e "Gestão de Acervos e Direitos Humanos" (Museologia/UFRGS). Extensionista no Laboratório de Design e Seleção de Materiais (LDSM/UFRGS).

Clara Bastos Targa

Graduanda em Museologia (UFRGS). Prêmio Jovem Pesquisador no Salão de Iniciação Científica da UFRGS (2023).

Gabriela Schneider

Historiadora (UNIJUÍ), Mestrado Profissional em Ensino de História (ProfHistória/UFRGS) e Graduanda em Museologia (UFRGS).

Nilza Cristina Taborda de Jesus Colombo

Arquiteta (UNISINOS), Historiadora da Arte (UFRGS), Pesquisadora e Professora nas Universidades UFRGS e FEEVALE. Doutora em Artes Visuais (UFRGS), Mestre em Memória Social e Bens Culturais (UNILASALLE) e Especialista em Arquitetura Comercial (UNISINOS).

Oscar de Oliveira Isaías

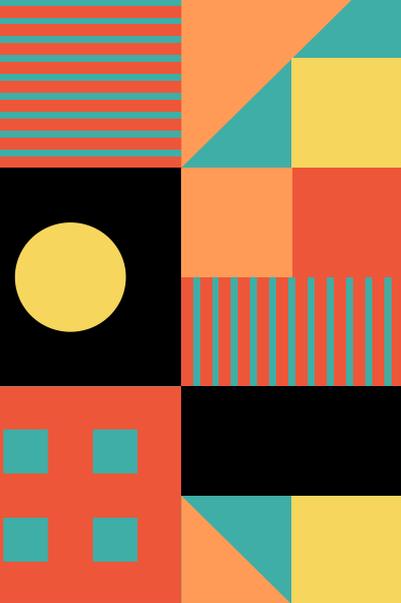
Tecnólogo em Design de jogos (MICROCAMP) e Graduando em Museologia (UFRGS).

Patricia Gabriela Machado Barbosa

Museóloga (UFRGS/COREM3R 0231-I), Mestranda em Museologia e Patrimônio (PPGMusPa/UFRGS), Graduanda em Pedagogia (UFRGS) e integrante no projeto de pesquisa, "História dos museus e da Museologia a partir da atuação de seus agentes" (2022-atual).

Vitória Werlang Girald

Graduanda em Museologia (UFRGS).



**UFRGS**
UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO GRANDE DO SUL

**UFRGS**
FABICO

**UFRGS**
FABICO
MUSEOLOGIA

