

ESTUDO DE PÚBLICO EXPOSIÇÃO TODOS PODEM SER FRIDA DO MUSEU DAS COISAS BANAIS

DANILO RANGEL¹; RUTE TEIXEIRA²; KARINA MARQUES GOMES³; JULIANE C P SERRES⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – drangeldanilo@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ruteateixeira@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – karinamarquesgomes18@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – julianeserres@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho destina-se a apresentação do estudo de público realizado durante a exposição Todos Podem Ser Frida da fotógrafa Camila F de Miranda, na cidade de Pelotas durante a 14^o semana dos museus, através de parceria entre o Museu das Coisas Banais (MCB), projeto de pesquisa vinculado ao Instituto de Ciências Humanas da UFPEL, e o Museu da Diversidade Sexual de São Paulo.

Inspirado no projeto da fotógrafa, que visava promover a experiência de colocar-se no lugar do outro, através do uso de objetos e adereços identificados com a artista Frida Kahlo, a proposta era de que os públicos refletissem sobre alteridade e experiência de reconhecimento do outro, assim possibilitando conhecer e valorizar as diferenças, despertando a empatia, sentimento imprescindível, sobretudo, em tempos de grande intolerância nas relações sociais.

Assim sendo, o Museu das Coisas Banais, partindo do pressuposto de que para produzir cada vez mais um trabalho que dialogue com seu público, seria importante promover um estudo sobre os visitantes, conforme Almeida; Lopes (2003) “somente com os estudos sobre os receptores das ações culturais poderemos aperfeiçoar as atividades oferecidas e ampliar os públicos”. Essa comunicação pretende apresentar um estudo sociodemográfico do público visitante da exposição.

2. METODOLOGIA

Para a realização desse estudo foi desenvolvido um questionário a ser respondido pelo público após a visita à exposição. Esse questionário era oferecido aos visitantes pelos mediadores.

Detalhando o questionário: ele foi composto por oito perguntas, divididas em dois grupos, o grupo 1 de caracterização sociodemográfica que perguntava a respeito do sexo, idade, nacionalidade, formação e profissão do visitante. Já o grupo 2 preocupava-se com a visita à exposição, onde o visitante deveria avaliar a exposição dando uma nota entre 1 e 5 e contar quais motivos o levaram à visita, tendo neste último três linhas demarcadas para responder. E em seu cabeçalho explicava que o objetivo da pesquisa era recolher informação anônima e confidencial, destinando-se exclusivamente, a uma coleta de dados para o Museu das Coisas Banais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme mencionado, a investigação dos Públicos que foi levada a cabo, no âmbito da exposição “Todos Podem Ser Frida”, teve como um dos principais objetivos analisar sociodemograficamente o público visitante, bem como recolher as suas opiniões e avaliações a respeito da mesma.

De um universo de 475 visitantes presentes na exposição, 217 indivíduos constituíram a amostra do estudo, na medida em que, apenas estes, estiveram disponíveis para responder ao questionário.

Dos 217 inquiridos, constatou-se que **77,9% (N=169)** pertenciam ao sexo feminino e, que **22,1% (N=48)** pertenciam ao sexo masculino. A idade dos visitantes variou entre os **12 e 80** anos, sendo a média de idades de **29** anos. O que poderá levar a concluir, que uma maioria do público visitante era um público jovem. Quanto à nacionalidade verificou-se que a grande maioria **98,6%** foi de origem brasileira.

No que concerne ao grau de formação, podemos concluir que a grande maioria do público visitante possui o ensino superior com **58,5% (N=127)**, ensino médio **30,4% (N=66)** e ensino fundamental com **7,8% (N=17)**. Destes resultados poderemos concluir que temos um público com uma elevada formação acadêmica.

Indo ao encontro destes resultados, a caracterização profissional apresentada pelos visitantes, traduz-se num elevado percentual de profissões altamente qualificadas, **36,3% (N=106)**, onde podemos destacar: médicos, arquitetos, psicólogos, jornalistas, advogados, entre outros; ressaltamos também a alta participação dos estudantes com **58,1% (n=126)**, na medida em que o Museu das Coisas Banais, desenvolveu uma ação educativa dirigida a jovens.

Os motivos que os visitantes alegaram terem sido decisivos para a visita foram: admirar a história da Frida Kahlo **38,25%**; interesse pela exposição, cultura e conhecimento **24,9%** e convite de amigos/curiosidade **14,7%**.

Por fim, esta exposição foi avaliada por **74,7% (N=162)** dos visitantes, como estando muito satisfeitos com o conteúdo cultural e artístico apresentado.

4. CONCLUSÕES

Através desse estudo, percebemos que este não se encerra nele mesmo, pois os resultados proporcionaram material retroalimentador para as ações futuras. Pois conhecer os públicos, além de evidenciar suas características apontou-nos quem são aqueles que o museu vem alcançando em seus trabalhos. E é acreditando na importância destes dados que segue a discussão a seguir.

A exposição recebeu elevada quantidade de visitantes do sexo feminino, em comparação aos do sexo oposto, e com isso refletimos e tentamos entender quais seriam os motivos que fariam com que uma porcentagem menor de homens viesse à exposição, não chegando a uma conclusão engessada, pois diversos fatores podem ser influenciadores, como a identificação do tema feminista tratado pela personalidade retratada, a proposta de caracterizar-se como Frida ou como o resultado de pesquisa realizada entre 1964 e 1965 em museus de arte da Europa onde constatou-se que a maior frequência dos museus estudados era feminina. DARBEL; BOURDIEU (2007).

Ainda, quanto a idade dos públicos constatamos que o museu tem atingido uma grande faixa etária, e pretendemos manter e estender nossas ações para permanecer assim.

Quanto ao nível de escolaridade e profissões, percebemos que os visitantes da exposição foram em grande proporção pessoas com terceiro grau completo. E com profissões altamente qualificadas, onde a frequência dos museus, segundo estudos, aumenta consideravelmente à medida que se eleva o nível de instrução DARBEL; BOURDIEU (2007).

E tendo como motivos de busca pela exposição a comprovação que, em sua maioria, os públicos já conheciam Frida e preocupam-se com temas de cultura e conhecimento.

E por fim a avaliação do trabalho geral na exposição, pelo público, apresentou grande satisfação.

Estes resultados apontam que devemos ter também, como nosso foco, trazer ao museu seu público em potencial, aqueles que não estão, tradicionalmente, visitando museus, e com isso buscando atingir essas pessoas de diferentes níveis sociais e de instrução através de trabalhos pensados para isso. E esses resultados provocam grande reflexão sobre os públicos que o MCB está atingindo, direcionando-nos a pensar que o Museu pode e deve trabalhar para alcançar estes públicos com perfis que não chegaram à exposição.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DARBEL, A.; BOURDIEU, P. **O amor pela Arte: Os museus de arte na Europa e seus públicos**. 2a. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

ALMEIDA, A.; LOPES, M. Modelos de comunicação aplicados aos estudos de público. **Ciências Humanas**, Taubaté, v. 9, n. 2, p. 137-145, 2003.