

Pesquisa de público na Exposição do desastre do Museu Etnográfico da Colônia Maciel

**RICARDO HAMMES STONE¹; MARCELO LOPES LIMA²; GIOVANI VAHL
MATTHIES³; IGOR DE CARVALHO PIÑEIRO⁴; ROSANA IVANETE OLIVEIRA⁵;
FABIO VERGARA CERQUEIRA⁶**

¹ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL –ricardohammestone@hotmail.com

² UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL – marcelo-adm@hotmail.com

³ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL – giovanivahlmatthies@gmail.com

⁴ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS- UFPEL -urieligor@gmail.com

⁵ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS- UFPEL- roserior28@gmail.com

⁶ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL – fabiovergara@uol.com.br

1. INTRODUÇÃO

Há quase um ano segue no Casarão 6 a exposição “Memória em três atos: desafios e superação de um museu de imigração italiana”, que aborda o acidente ocorrido na sede do Museu Etnográfico da Colônia Maciel, com o desabamento do telhado, e os subseqüentes cuidados aplicados ao acervo, desde sua retirada do local, transferência para a universidade e procedimentos de recuperação emergencial das peças. A abordagem da exposição traz questões museológicas e antropológicas, divididas em três enfoques. Primeiro, propõe uma reflexão sobre os variados riscos que os acervos museais enfrentam, assim como outros exemplares do patrimônio cultural, diante de catástrofes naturais (e.g. terremotos, enchentes) ou sinistros (e.g. incêndios, desabamentos). Em segundo lugar, com fins didáticos, propõe trazer ao público aspectos relativos a técnicas de conservação e restauro de bens móveis. Em terceiro, com as peças em bom estado, prontas a voltarem a sua função expográfica, é reatada a relação do acervo com a característica de um “museu colonial”, ou seja, ligado ao mesmo tempo ao cotidiano rural da imigração e em particular à memória da imigração italiana na Serra dos Tapes, cuja base se situava na Colônia Maciel no séc. XIX. Esta exposição, desde sua abertura, recebeu até o momento mais de 2 mil visitantes. Baseamo-nos no Livro de Presença da exposição, o qual informa nome, cidade e idade do visitante. Trata-se de um material que proporciona alguns resultados quantificáveis, para se avaliar perfil de público. Estes dados porém não espelham a realidade completa, posto que há visitantes que por razões variadas não registram sua presença. Além do mais, por não trazerem um viés qualitativo, contribuem pouco como *feedback* crítico com vistas a indicar melhorias para a exposição.

Com o objetivo de se produzir uma avaliação mais completa, que vá além dos dados presentes no Livro de Presença, propusemos uma pesquisa de público a ser realizada durante o Dia do Patrimônio, que ocorreu em Pelotas nos dias 19, 20 e 21 de agosto de 2018, de forma a se conseguir definir possíveis públicos específicos de visitantes e a se propiciar a comunicação avaliativa com o visitante. Por fim, almeja-se um aprimoramento da exposição em diversos aspectos, seja em mudanças físicas na exposição em si, seja melhorias nas falas dos mediadores que apresentam a exposição.

Segundo Tatiana Caetano Rocha (2013), a pesquisa de público tem como finalidade a reflexão da comunicação, reforçando a necessidade de organizar os métodos de transmissão de mensagens, para que o público consiga realizar suas interpretações, na medida em que visita o museu. Através dos estudos de públicos apontam-se falhas na comunicação dos museus, as quais podem

inclusive afugentar o visitante ou o desestimular a uma nova visita. Em contrapartida, através destes estudos, pode-se ajustar os ruídos na comunicação, criar estratégias e mecanismos para atrair o público.

Desenvolve-se então um benefício duplo... o visitante sente-se acolhido e ouvido, ao ter a chance de criticar e/ou elogiar o que está visitando e se mostrar presente na exposição, e a equipe responsável pela exposição, além dos apontamentos e indicações de melhorias, poderá encontrar um direcionamento para investir em novas pesquisas partindo dos dados gerados..

2. METODOLOGIA

O processo foi realizado nos dias 19, 20 e 21 de agosto. Ofereceu-se ao visitante uma caneta e uma folha, com uma série de perguntas a serem respondidas. Aos visitantes foi concedido o tempo necessário para respondê-las, no interior ou entorno da exposição. O questionário era então depositado em uma caixa.

Essa folha, preenchida, não leva o nome do visitante, assim preservando-se o anonimato e garantindo-se mais liberdade para opinião crítica.

Estabeleceu-se um total de oito perguntas, visto que um número demasiado grande pode desincentivar o preenchimento da folha, e um número muito limitado de perguntas pode não gerar dados suficientes para a pesquisa que se deseja executar.

Optou-se por certa alternância entre perguntas objetivas e subjetivas, tornando o processo mais dinâmico - as perguntas objetivas se fazem úteis para obter dados mais diretos, sejam avaliativos à exposição, ou sobre o tipo de visitante que está respondendo ao questionário. As perguntas subjetivas buscam trazer mais detalhes sobre a opinião do visitante, de forma a obter informações para possíveis melhorias ou inovações na exposição. Ademais, as perguntas buscam também averiguar possíveis críticas ao guia, visto que ele carrega a tarefa de fazer a intermediação entre o visitante e a exposição, estando sujeito a diversas interpretações do visitante, sejam positivas ou negativas.

Além das perguntas que permitam uma noção mínima sobre quem responde, sendo questionado sua idade e gênero, e perguntas que avaliam o desempenho do guia e a exposição, solicita-se à quem responde que compare a exposição e o guia com outros guias e outras exposições que tenha visitado, visto que o visitante ao fazer essa comparativa, pode estabelecer uma visão mais crítica perante tais questões.

O método de pesquisa de público está inevitavelmente condicionado à vontade dos visitantes de contribuir para a pesquisa, buscando-se ao fim atingir o máximo de público possível para ter uma diversidade mais abrangente de dados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante os três dias do evento foi aplicado ao total 140 questionários. Entretanto, visto 11 questionários sofreram rasuras ou foram levados pelos visitantes, obtemos ao total 129 questionários respondidos.

Visto que os questionários foram aplicados a pouco tempo, não foi possível ainda trazer resultados elaborados sobre a interpretação destes. Entretanto, buscará-se trazê-los no próximo CIC.

As respostas ao questionário geram série de expectativas, na equipe, sobre o olhar do visitante. O olhar de quem visita a exposição pode ser divergente do olhar de quem proporciona a exposição, como alguém que a concebeu ou que atua na mediação.

Uma das expectativas é aprimorar o mediador, o sujeito que apresenta a exposição. Visto o caráter humano direto deste trabalho, é comum erros como voz muito alta, baixa, falar demasiadamente rápido ou lento, ou mesmo comentários e comportamentos inadequados no serviço, entre uma variabilidade de erros que um visitante com iniciativa pode apontar, o que implicará posteriormente na solução destes.

Pode acontecer o caso de visitantes apontarem mudanças na expografia. Talvez ocorra com menos frequência, pois a expografia usualmente é acompanhada de uma série de explicações e se baseia em procedimentos que levaram as escolhas definidoras das soluções adotadas. Mas é sempre possível que o visitante observe algo relevante que não tenha sido percebido pela equipe, ou prefira algo diverso das opções feitas pela curadoria. Novas e interessantes ideias podem advir da perspectiva aventada pelo visitante.

Embora sejam casos mais difíceis de acontecer, visto a expografia costuma ter uma série de explicações e procedimentos que a tornaram de tal forma, é possível apontar detalhes não percebidos ou mesmo casos de ideias não pensadas pela equipe da exposição, o que no médio e longo prazo propicia o melhoramento na estrutura desta.

Outro ponto a ser explorado é o conhecimento do público que visita a exposição. Embora, como já apontado, o Livro de Presença forneça dados básicos para a identificação de perfil do visitante, o questionário introduz algumas questões a mais, que contribuem para uma melhor percepção desse perfil.

4. CONCLUSÕES

O processo de visitas em museus e exposições é relativamente simples: o sujeito anda pelo lugar, explora o que ele tem a oferecer e vai embora, com suas experiências adquiridas ao visitar o lugar. O retorno que o trabalho recebe comumente é a presença do visitante, marcada por sua assinatura.

Entretanto ao responder uma pesquisa de público, o visitante tem a oportunidade de ser ouvido, comentando suas experiências e opiniões e podendo falar um pouco sobre si. Em contrapartida o *feedback* gerado ajuda para se introduzirem novas possibilidades na exposição. Novas pesquisas podem ser geradas com bases nos resultados destes questionários.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KÖPTCKE, L. S. A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília**, Brasília, v.1, n.1, p. 209–235

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa Qualitativa *Versus* Pesquisa Quantitativa: Está É a Questão?. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**. 2006. Brasília, v.22, n.2, p.201-210



VENZKE, L. L. **“Por que eles não entram?” Estudo de público no Parque do Museu Municipal da Baronesa.** 2011. Monografia - Instituto de Ciências Humanas, UFPEL.

BRAHM, J. P. S. **COMUNICAÇÃO EM MUSEUS: Pesquisa de público do Museu de Ciências Naturais Carlos Ritter.** 2014. Monografia – Instituto de Ciências Humanas – UFPEL.