

ANÁLISE DO ESTUDO DE PÚBLICO DO PROJETO DE AÇÃO EDUCATIVA O MUSEU VAI À ESCOLA

GIOVANI VAHL MATTHIES¹; MARCELO LOPES LIMA²; RICARDO HAMMES STONE²; IGOR DE CARVALHO PIÑEIRO²; ROSANA IVANETE OLIVEIRA²; FABIO VERGARA CERQUEIRA³

¹ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL – giovanivahlmatthies@gmail.com

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

² UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL -- ricardohammesstone@hotmail.com

² UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS- UFPEL -urieligor@gmail.com

² UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS- UFPEL- roserior28@gmail.com

³ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL – fabiovergara@uol.com.br

1. INTRODUÇÃO

O projeto “O Museu vai à escola” é uma ação patrimonial, elaborada por acadêmicos dos cursos de museologia e história da Universidade Federal de Pelotas (UFPeL), integrantes das equipes dos projetos de extensão Museu da Colônia Francesa (MCF) e Museu Etnográfico da Colônia Maciel (MECOM), coordenados pelo professor Fábio Vergara Cerqueira. O Museu MCF, localizado na cidade de Pelotas, 7º distrito, na Serra dos Tapes, foi fundado em 15 de julho de 2007 (BETEMPS, 2015). O MECOM, inaugurado em 04 de junho de 2006, tem sua sede na Vila Maciel, 8º distrito do município de Pelotas. O presente trabalho visa apresentar uma análise acerca da metodologia a ser usada na ação, o estudo de público, que será aplicado aos alunos e professores, para compreender o ponto de vista deste grupo escolar com relação ao patrimônio (ALMEIDA, et al, 2003). Os museus cada vez mais investem nas pesquisas de público, para identificar as opiniões, sugestões, comportamentos e falas, oferecendo ao receptor um papel ativo no processo comunicacional.

A pesquisa de público é de suma importância para possibilitar a concepção de um perfil dos alunos. Esperamos como resultado uma melhoria significativa na dinâmica da ação patrimonial. A aplicação da mesma assume um papel de diálogo entre eles (alunos) que neste caso tornam-se comunicadores e a equipe, os receptores, muito importante para um museu, visto que “é indispensável que o museu conheça o perfil do público para que assim seja possível um diálogo e trocas de informação e conhecimento” (COGAM, 2011).

O intuito deste trabalho é propor uma interação do público que irá participar da ação patrimonial. Com esses dados teremos a possibilidade de criar mecanismos que contribuem para uma melhor comunicação, já que cada visitante que adentra os museus necessita de uma abordagem diferente. Os alunos das escolas tornam-se público em potencial, cativá-los é essencial para que estes se tornem público frequentador (KÖPTCKE, 2012).

Baseando-se em Cury (2005), entende-se que trabalhar com aspectos de uma avaliação preliminar ou conceitual, que ocorre geralmente nas primeiras fases do planejamento, determina interesses, conceitos e preferências do público.

2. METODOLOGIA

A metodologia empregada nesta ação educativa se dá por meio de uma dinâmica de grupo, perguntas (orais) como: O que é um museu? Museu e somente coisa velha? Quais os objetos que tem dentro de um museu? O que um museólogo faz? Após isto um estudo de público e aplicado para assim ser elaborado o percurso da atividade. O estudo de público que será aplicado aos alunos e professores serão anônimos. Este compõe-se de 10 questões de múltipla escolha, sendo parte delas com espaços para a justificativa opcional. As perguntas iniciais consistem em um levantamento de gênero e faixa etária, além de ser questionado se o entrevistado costuma frequentar os museus e monumentos do entorno da Praça Coronel Pedro Osório? Nesta apresenta as opções: algumas vezes, quase sempre, sempre ou nunca. Para o público que não havia visitado ainda os museus e monumentos, perguntou-se especificamente: Qual o motivo de ainda não ter visitado? Quais atividades as instituições poderiam realizar para que instigasse você a frequentá-lo pela primeira vez? Aos que já haviam visitado os museus e monumentos ao menos uma vez, os seguintes questionamentos foram feitos: Você se lembra qual a última vez que frequentou os museus e monumentos? Você poderia informar com quem você frequentou? Nesta há opções como sozinho, com pais ou parentes e escola. Após a sua primeira visita, você retornou aos museus e monumentos? Se sim: o que fez você retornar? Se não: qual(ais) motivo(s) fizeram com que você não voltasse aos museus e monumentos? Quais atividades as instituições poderiam realizar para que você pudesse vir a frequentá-lo novamente? Por último, queremos saber do entrevistado, quais os museus e monumentos da cidade você gostaria de visitar? Esta apresenta as opções: Museu do Doce, Museu da Colônia Maciel e a casa 6, Grande Hotel, Prefeitura, Biblioteca Pública Pelotense, Chafariz, e abaixo um espaço dedicado a inserção de outros monumentos e museus.

Com os dados devidamente coletados, estes servirão como base para a construção colaborativa do roteiro, considerando que abrangerá as principais escolhas dos alunos. Visto que trabalharemos com faixas etárias variadas, vamos propiciar aos menores, como metodologia empregada no estudo, o desenho, que, segundo Chagas (2010), este quando espontâneo, agrega uma visão particular e única de vida, simbologia e significados variados.

Segundo Almeida (2005), conhecer o público-alvo é essencial, já que o seu contexto pessoal é de fundamental importância na escolha do museu e também determina as expectativas do visitante, além dos interesses, crenças, e os conhecimentos prévios sobre os museus. Por este fato, indagamos alunos e professores se estes já visitaram os museus e inquirir o que estes compreendem sobre o patrimônio histórico da cidade.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O resultado que pretendemos com o estudo de público que será realizado com as escolas é gerar dados significativos para que sejam usados na elaboração de um roteiro de forma que os discentes e docentes participem na elaboração de uma dinâmica de *tour* pela cidade, que seja divertida e educativa.

Sabemos que a metodologia empregada no estudo tem pontos positivos e negativos. Como qualquer outro instrumento de coleta de dados, o questionário apresenta vantagens e desvantagens. As vantagens do uso do questionário conforme são: 1). Atingir um grande número de pessoas, 2) Garantir o anonimato das respostas (GIL, 1999).

Porém, apesar das vantagens, o instrumento é uma coleta de dados que de fato é limitada, como aponta Gil (1999):

1) Exclui as pessoas não alfabetizadas 2) Impede o auxílio ao informante quando este não entende corretamente as instruções ou perguntas feitas; 3) Não oferece a garantia de que o devolva devidamente preenchido, 4) Proporciona resultados bastantes críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significado diferente para cada sujeito pesquisado.:

Segundo Brahm, (2012), as principais indagações levantadas por profissionais de museus em estudos de público se referem à identificação do visitante, sobre qual o público em potencial e qual o público-alvo. Além disso, têm como meta definir recursos expográficos que serão utilizados com base nos dados que são coletados nas pesquisas de público.

4. CONCLUSÕES

Com este trabalho podemos perceber a importância do estudo de público, quando as instituições buscam receber as opiniões dos visitantes. Isto faz com que as pessoas se sintam representadas dentro no museu. A proposta de um *tour* pela cidade produzido a partir das informações da própria pesquisa de público propicia uma atividade que não é elaborada pelo museu para as crianças, mas partindo das crianças para o museu. Os museus, assim como as exposições, precisam conceber atividades lúdicas, divertidas, que estimulem os alunos. Promover ações educativas em museus é de extrema importância para que estes sejam estimulados a visitarem os museus. ¹Outra atividade que se apropria por meio de diferentes metodologias são ações patrimoniais. Estas, além de estimularem os alunos, implicam uma relação para com o patrimônio, sendo nosso objetivo até o próximo ano incorporar a contribuição dos dados destas atividades que incluímos em nosso planejamento do segundo semestre de 2018.

15. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Adriana; LOPES, Maria Margareth. Modelos de comunicação aplicados aos estudos de público de museus. Revista. **Ciências Humanas**, Taubaté, v.9, n.2, p.137-145, jul-dez., 2003.

ALMEIDA, Adriana Mortara. O contexto do visitante na experiência museal: semelhanças e diferenças entre museus de ciência e de arte. **História, Ciências, Saúde** – Manguinhos, v 12 (suplement), p. 31-51, 2005.

BETEMPS, Leandro Ramos. RELATO SOBRE A CRIAÇÃO DO MUSEU DA COLÔNIA FRANCESA DE PELOTAS. **Cadernos do LEPAARQ (UFPEL)**, v. 12, n. 24, p.167-176, 2015.

BRAHM, J. P. S.; TAVARES, D. K.; RIBEIRO, D. L. COMUNICAÇÃO EM MUSEUS: AVALIAÇÃO DE PÚBLICO NO ENTORNO DO MUSEU DE CIÊNCIAS

1

(EP,2009.Disponivelem:<https://educacaopatrimonial.wordpress.com/about/>acessa do em 15 ago 16: 40).

NATURAIS CARLOS RITTER, **Seminário de História da Arte-Centro de Artes-UFPeI**, PELOTAS/RS. n. 6, 01-22, 2017.

CHAGAS, Mário. 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**, p. 46-59, 2001.

COGAN, Andrea. Pesquisa de Público no Museu Militar do Comando Militar do Sul: Quem são seus visitantes? **Mouseion**, v. 1, n. 10, p. 187-196, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo, Editora Atlas, 1987.

IPHAN. **Educação Patrimonial**. Brasília, 13 out. 2009, acessado em 15 de agos. 2018. Online. Disponível em: <https://educacaopatrimonial.wordpress.com/about/>

KÖPTCKE, Luciana Sepúlveda. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Revista Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 1, n. 1, p. 209-235, 2012.

XAVIER CURY, Marília. Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus. **História, Ciências, Saúde-Manguinhos**, v. 12, P.365- 380, 2005.