

Comunicação Oral

## A PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA EXPOSIÇÃO “A RES PUBLICA BRASILEIRA”

Rosane Maria Rocha de Carvalho - UERJ

### Resumo

Pesquisa com o público da exposição de longa duração “A res publica brasileira” com o objetivo de avaliar a compreensão do público, receptor das mensagens da exposição, que constitui veículo específico da comunicação museológica. Aspectos do conteúdo, do circuito expositivo e de museografia são colocados ao público através de questionários semiestruturados numa pesquisa qualitativa que servirá para os gestores do museu atualizarem os dispositivos da exposição.

**Palavras-chave:** Comunicação de Museu. Pesquisa de avaliação. Público de Museu.

### Abstract

Visitor's survey about the long duration exhibition "The Brazilian res publica" in order to assess the public's understanding, the receiver of the exhibition messages, which is the specific vehicle of the museum communication. Aspects of the content of the exhibition, the circuit proposed to visitors and exhibition design are put to the public through semi-structured questionnaires in a qualitative research that will serve for museum managers to update the exhibition devices.

**Keywords:** Museum Communication. Evaluation research. Museum audience.

## 1 INTRODUÇÃO

Desde 2009 o Museu da República tem nos convidado a desenvolver pesquisas de público a fim de conhecer melhor seus visitantes, seu perfil e suas opiniões, contribuindo para criar um maior entrosamento do museu com seus públicos. Coordenamos a coleta de dados no Museu da República para a pesquisa de público realizada em conjunto com o Observatório de Museus do IPHAN/Fiocruz, e em 2010 analisamos as questões abertas obtidas neste estudo, possibilitando à equipe de profissionais do museu conhecer melhor as demandas do público e produzir novas exposições de longa e média duração enfatizando a sua missão de museu de história. A pesquisa com o público do Parque <sup>1</sup> (2009) gerou um mapeamento dos usuários e dos espaços específicos que utilizam, favorecendo o entendimento de suas motivações e hábitos de uso, assim como para os gestores o estabelecimento de novas ações de integração

---

<sup>1</sup>Carvalho, Rosane Maria Rocha de. A relação do museu com o público do seu jardim: a contribuição dos estudos de público. Comunicação oral apresentada no X ENANCIB. Tema: Responsabilidade Social da Ciência da Informação. GT 9: Museu, Patrimônio e Informação. João Pessoa, UFPB, 2009. 18 p.

daqueles que usam o Parque para conhecer o Museu, responsável pelo nome de todo o complexo Museu da República.

Tendo em vista a nossa especialização em pesquisas de público em museus, adquirida com a experiência profissional na Fundação Nacional ProMemória, no Museu da República e no Museu Histórico Nacional, nos quais desenvolvemos por 20 anos alguns estudos de público e nossas pesquisas acadêmicas de mestrado, doutorado e pós doutorado, examinando a teoria, os métodos, os autores, o seu desenvolvimento no exterior e no Brasil, em dezembro de 2011 a direção do Museu da República nos convidou para realizar uma nova pesquisa de público.

A este respeito concordamos com as colocações de Koptcke (2012, p. 214) para quem ao colocar no público a centralidade da vocação institucional dos museus, ganham vulto os estudos voltados para estes e suas visitas, construindo um vasto campo discursivo apropriado pelos diversos atores envolvidos.

Não há museu sem público – e representação sobre estes. A construção dos visitantes dos museus no plano das representações sempre existiu. Colecionadores, curadores, pesquisadores, artistas, profissionais de museus, educadores, gestores culturais, pais ou visitantes elaboram, de forma mais ou menos explícita, imagens parciais de um público ideal e de um comportamento desejável.

Afirma ainda Koptcke (2012, p.214) “A construção do campo dos estudos e avaliações ocorre principalmente dentro das universidades e dos museus, às vezes de forma integrada, com a participação dos gestores públicos, algumas vezes responsáveis pela demanda estruturada e sistemática de dados.” Este é o caso do atual gestor do Museu da República.

É importante observar que esta exposição veio preencher uma necessidade apontada por visitantes em pesquisas anteriores que indicaram faltar no Museu da República uma exposição que contasse a História da República. O que pode demonstrar a atenção que os gestores do museu dão aos resultados das pesquisas realizadas.

## **2 A EXPOSIÇÃO**

É importante situar a exposição “A res publica brasileira” inaugurada em 2010 em alguns aspectos que interessam a este trabalho.

Segundo a curadora Maria Helena Versiani (2010, p. 8)

a exposição “A res publica brasileira” nasceu do compromisso de realizar, no Museu da República, uma exposição de longa duração sobre a história republicana brasileira, desde a Proclamação até os dias atuais. Derivada do latim *res publica*, que significa *coisa pública*, a palavra República, ao longo do tempo, nomeou diferentes práticas, tanto democráticas quanto autoritárias, e serviu a diferentes intenções. Isso pode ser observado na exposição, a partir de grande variedade de acervos

arquivísticos, bibliográficos e museológicos, tanto do Museu da República como de outras instituições parceiras e de particulares.

A ideia de uma exposição a respeito da história da República a partir de conjunturas históricas era uma proposta antiga dos historiadores Maria Aparecida Rezende Mota e José Luiz F. Werneck da Silva que trabalhou no Museu nos anos 80 e que foi retomada e adaptada nos dias atuais pela curadora da exposição, também historiadora.

A República brasileira é apresentada a partir de seis conjunturas históricas: República Proclamada (1889-1898); República Oligárquica (1898-1930); República Nacional-Estatista (1930-1945); República Liberal-Democrática (1945-1964); República da Ditadura (1964-1985) e República Cidadã (1985-...). É importante ressaltar que as conjunturas são o eixo central desta exposição e da pesquisa de público.

O circuito expositivo contou com o apoio de nove historiadores brasileiros, com larga reflexão e domínio de temas específicos a esses módulos, que assumiram a tarefa de redigir textos-referência para a exposição, que serviram de apoio para a construção das conjunturas históricas e que foram disponibilizados ao público para a consulta num dos espaços e no site do museu.

A exposição é um elemento característico da comunicação de museu. Em seu artigo “Comunicação e pesquisa de recepção” Cury (2005, p. 367) defende que

o museu – e sua equipe de profissionais – é uma instituição produtora de exposições. Em síntese, parte do conhecimento existente sobre o acervo, desenvolve uma lógica conceitual, organiza os objetos museológicos associados a elementos contextualizadores, tendo um espaço físico como balizador dessa ordem. Cria seus modelos de representação para comunicar conhecimento. O consumo de exposição é a possibilidade de o público de se apropriar do modelo proposto pelo museu, reelaborá-lo e recriá-lo na forma de um novo discurso. A compreensão de como o público se apropria das exposições e de como elabora os seus modelos, face ao que foi criado e produzido pelo museu, é um dos fatores motivadores desta pesquisa.

Este é o caso da pesquisa com o público da exposição “A res publica brasileira”: vai se investigar como a narrativa proposta pela curadora e executada pela equipe do museu para a exposição é recebida pelo público, sujeito deste processo comunicacional. Este processo de comunicação museológica é diferenciado por Cury em outro trabalho (2010, p. 270) da comunicação em museus:

Muito se fala em comunicação em museus e em comunicação museológica, sem os cuidados nas distinções entre os dois termos. O primeiro remete às ações em um museu e o segundo à subárea de conhecimento da museologia. Os dois termos estão ligados, mas é a comunicação museológica que fundamenta as ações comunicacionais em museus, além de construir conhecimento teórico. A abordagem contemporânea da comunicação define o lugar do público como sujeito do processo comunicacional. Dessa maneira, os pólos da emissão e da recepção se equilibram em termos do poder que possuem. Por outro lado, a abordagem coloca o cotidiano do visitante como lugar primordial para se pensar a comunicação, inclusive a

museológica, considerando o deslocamento do foco dos meios para as mediações culturais.

Tantos as pesquisas como outros indicadores são instrumentos de avaliação. Todavia, conforme afirma Koptcke na apresentação da publicação “Avaliação e Estudos de Públicos de Museus e Centros de Ciência” gostaríamos de lembrar que:

a gestão cotidiana das questões relativas ao acolhimento, às exposições, à mediação, aos diversos serviços nos museus, resultam da decisão de seus profissionais. Cabe a eles incorporar, ou não, os elementos de informação produzidos pelos dispositivos de avaliação. Neste sentido, é desejável que o investimento neste campo resulte de um desejo, de uma verdadeira predisposição para mudar, para negociar e escutar os visitantes, sem abrir mão, no entanto, do projeto cultural da instituição e de sua proposta transformadora, fazendo da avaliação um espaço de diálogo possível.

Reforçando esta posição Mary Ellen Munley (2000, p. 126) afirma que “as questões que direcionam as atividades de avaliação devem ser questões sobre comunicação, aprendizagem e percepções. Assim, a unidade de análise da avaliação de exposição e programa de museus é a **interação** entre visitantes e o ambiente criado pelo museu”.

### **3 OBJETIVOS**

Esta pesquisa enfocou a exposição “A res publica brasileira” e teve como objetivo geral avaliar sua apresentação e seu conteúdo junto ao público visitante, prioritariamente as categorias de público espontâneo, professores e turistas nacionais.

Como objetivos específicos foi necessário investigar os seguintes aspectos:

A. Quanto ao projeto museográfico:

- De acordo com a proposta conceitual da exposição, avaliar se o circuito museográfico se apresentava compatível com o conteúdo;
- Averiguar se o espaço de circulação era satisfatório;
- Verificar se o acervo estava exposto de forma agradável para o visitante de forma a interagir com a contextualização do tema proposto;
- Investigar se a exposição deveria usar mais recursos tecnológicos e de interação com o público.

B. Quanto à estrutura narrativa:

- Investigar se os textos apresentados em forma de legendas e textos de sala eram de fácil compreensão pelo público;
- Verificar se o tamanho da fonte utilizada nos textos era adequada para uma boa leitura;

- Averiguar se o visitante apresentava necessidade de leitura complementar sobre o que são conjunturas históricas;
- Identificar se a exposição apresentava quantidade de informação suficiente, excessiva ou deficitária.

O conjunto de objetivos da pesquisa derivou das necessidades da direção do Museu de se obter informação e a opinião do visitante a respeito da exposição.

#### **4 METODOLOGIA E INSTRUMENTO DE COLETA**

Tendo em vista estas demandas iniciou-se o estudo da metodologia e do instrumento de coleta de dados. De acordo com as lições do sociólogo Pedro Demo em seu livro Pesquisa e Informação Qualitativa (2001), a pesquisa qualitativa impõe-se sempre que se trate de temas que se interessem mais pela intensidade do que pela extensão dos fenômenos, como é o caso de participação, comunicação, aprendizagem, felicidade. Não se opõe aos formatos de pesquisa quantitativa, uma vez que a dicotomia entre quantidade e qualidade está superada. Apenas focaliza mais de perto os horizontes ditos qualitativos. Ao deixar de lado a representatividade estatística, busca o aprofundamento, também subjetivo. (DEMO, 2001)

Escolheu-se realizar uma pesquisa qualitativa, precedida de um levantamento de todos os dados textuais da exposição (textos e legendas), dos textos dos consultores assim como do pensamento da curadora para a exposição.

A partir deste levantamento, foi possível escolher o instrumento de coleta e definir as perguntas.

Foi elaborado um questionário semiestruturado com as questões sugeridas pelo museu e pela curadora da exposição. Ficou acordado que por ser pesquisa qualitativa com muitas questões abertas e um longo questionário seriam coletadas entre 70 e 80 entrevistas.

Tendo em vista as categorias selecionadas de público visitante serem prioritariamente as de público espontâneo, professores e turistas nacionais, não se poderia entrevistar aleatoriamente e sim identificar primeiramente se o visitante era de um destes grupos e iniciar a coleta de dados.

A pesquisa foi desenvolvida durante o ano de 2012, tanto as entrevistas, quanto a tabulação e análise das respostas, a redação e a entrega do relatório final.

No total foram realizadas 84 entrevistas representando 3,4% dos visitantes do museu naqueles dias. Procurou-se abordar equilibradamente homens e mulheres nas diversas faixas etárias, visitando a exposição sozinhos ou em grupo familiar ou de amigos.

Destas entrevistas duas foram anuladas por não atenderem aos requisitos estipulados: uma de visitante estrangeira, quando não se previa a coleta de informações de estrangeiros, e outra de uma visitante que não completou a entrevista porque viera ao museu apenas para fazer uma pesquisa.

Na tabulação dos dados, tendo em vista se tratar de uma pesquisa qualitativa, optou-se por agrupar em primeiro lugar os dados quantificáveis. Em seguida foram agrupadas em cada resposta as falas dos respondentes por assunto assinalando algumas quantidades mais expressivas de opiniões iguais entre parênteses, identificando, por exemplo, se eram duas ou três pessoas com resposta de mesmo significado.

## **5 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

O perfil dos entrevistados é de um público altamente escolarizado onde 61% têm ensino superior completo, 10% têm pós-graduação e 11% estão cursando o ensino superior. A maioria se concentra na faixa etária entre 21 e 50 anos (68%). Os entrevistados do sexo masculino têm ligeira maioria, 57%.

Nas suas respostas 99% consideraram que a visita à exposição “A res publica brasileira” auxiliou na compreensão sobre a trajetória da República no Brasil, desde a sua implantação até os dias de hoje.

Apesar de 71% dos entrevistados terem informado que perceberam que a trajetória da República no Brasil estava apresentada na exposição em 6 conjunturas históricas, durante as entrevistas foi observado que muitos visitantes de fato não tiveram esta percepção. O que mais os preocupava era seguir o circuito. Observaram as cores que distinguiam cada conjuntura, mas não fizeram a ligação entre a segmentação e os períodos que retratavam. Só depois de alertados é que os visitantes refletiram sobre o assunto.

Dentre os respondentes 67% não sentiu necessidade de leitura complementar para entender melhor alguma conjuntura histórica. Dois entrevistados responderam assim: “Não, a essência da História está colocada na exposição”. “Não, é muito bem explicada, é suficiente, bem ilustrativa.” A questão da leitura complementar surgiu do oferecimento de textos escritos pelos consultores da exposição para serem consultados no Passadiço, espaço voltado para vida cultural representada por um painel fotográfico com imagens de grandes nomes da

cultura brasileira, como uma fotografia de Villa-Lobos, uma pintura de Tarsila do Amaral, um retrato de Augusto Boal e outros nomes.

A maioria dos visitantes, 62 %, não sentiu falta de algum fato histórico. Porém os que responderam afirmativamente indicaram o módulo da República Cidadã como o que mais necessita de atualização, revisão e complementação. A exposição despertou tanto interesse que alguns fizeram sugestões interessantes, construtivas, com o intuito de melhorar e ilustrar a nossa história recente.

Quando perguntados sobre de qual conjuntura mais gostaram as mais indicadas foram a República Nacional-Estatista (1930-1945) com 17%, por ser o período referente ao Estado Novo de Getúlio Vargas profundamente ligado ao edifício do Museu da República, antigo Palácio do Catete; a República Cidadã (1985-...) com 18%, devido a referir-se aos fatos recentes vivenciados por todos os brasileiros e estar em processo; e a República da Ditadura (1964-1985) com 33%, por ter impactado os visitantes por sua museografia opressiva, apresentando a tortura, os filmes e fotografias da época, lembrando um período tão citado porém pouco representado em exposições.

A maioria dos respondentes (90%) gostou da circulação e deu sugestões de aspectos que podem ser melhorados. Porém para um professor que veio à exposição com seus 26 alunos há pontos de estrangulamento que devem ser levados em consideração. Para 95% o acervo (objetos, fotografias, documentos) apresentado está exposto de forma agradável, conforme afirmou um respondente: “Excelente, acervos bem apresentados e descritos!” Seguido de outro entrevistado: “Sim, denota que cada objeto está relacionado a vídeos e áudios. Ajuda a compreender.”

Para 93% o uso de vídeos como recurso de comunicação nas exposições de História auxilia na compreensão e enriquece a exposição, conforme suas falas: “Sim, em especial para os mais jovens”; “Sim, em poucos segundos volta-se ao passado”; “Sim, preenche lacunas”; “Sim, se for mais curto, complementa o que não está escrito”; “Sim, ajuda quem não conhece esta parte da História”.

Os entrevistados se dividiram quanto se a exposição deveria usar mais recursos tecnológicos e de interação com o público. 48% afirmaram ser interessante: “Sim, é interessante, agrega, mas não é fundamental.” “Sim, com parcimônia, senão a exposição dos objetos perde o sentido.” “Sim, um audiovisual ou um multimídia sobre o tema na entrada do Museu.” “Sim, deixa o ambiente mais atrativo para todos os públicos, como também para as crianças.” “Sim, melhor para os jovens” (cinco pessoas). “Interatividade é o mundo deles.”

Dentre os 45% que não acham dever usar mais recursos tecnológicos e de interatividade, os argumentos foram variados: “Não, não deve inovar demais, distancia da história” (duas pessoas). “Não, não é necessário, está ótimo!” (quatro pessoas). “Não, tem que manter esta disposição, está de bom tamanho!” (duas pessoas). “Não, os objetos originais chamam mais atenção” (duas pessoas). “Não, para mim, professor, a caneta e os documentos são mais importantes”. “Não, é complicado ter muito mais tecnologia. São objetos antigos e não há necessidade. É satisfatório”. “Não, museu para mim tem que ver o objeto, viajar no tempo. Tecnologia pode ter em casa, pela Internet.”

Os textos e legendas apresentados foram considerados de fácil compreensão por 58% dos entrevistados; para 87% o tamanho da letra (fonte) utilizada nos textos é adequado para uma boa leitura e para 86% a exposição apresenta quantidade de informação suficiente.

O índice de satisfação com a exposição foi alto: 98% informou ter ficado satisfeito em suas falas: “Sim, bastante. Quero voltar ao museu” (duas pessoas). “Sim, impressionou. Pensei que era mais simples”. “Sim, me fez voltar no tempo, rememorar os fatos.” “Parabéns a todos porque a exposição nos fez ver a nossa história para não repetirmos os mesmos erros.”

Quanto a ter um guia na exposição 61% não sentiu falta: “Não, você tem a oportunidade de fazer o seu próprio caminho. Procuro ver por mim mesmo”. “Não, prefiro meu próprio ritmo, porém poderia ter a opção”. “Não senti falta, mas seria bom se tivesse lá embaixo. “Não, havia bastante informação escrita”. “Não, não gosto de guia, mas usaria áudio guia” (três pessoas).

## **6 COMENTÁRIOS FINAIS**

Nos comentários serão incluídas algumas sugestões, visto que uma pesquisa de avaliação de uma exposição coleta não somente a opinião do visitante como suas sugestões. O autor da pesquisa, com tantos elementos em mãos e sua experiência no campo de museu, logicamente trará sua contribuição para este estudo.

A observação do percurso dos visitantes constatou que a maioria, ao sair do quarto de Getúlio Vargas, observa a decoração no teto e na clarabóia à sua direita no alto, pois “a arquitetura é uma jóia”. Poucos veem o painel da esquerda, pouco iluminado, quase no escuro, colado no vidro no lado de fora do quarto e que não atrai a atenção e o olhar do visitante. Poucos leem o texto de abertura da exposição.

Segundo uma visitante, “há salas em que dá para perceber a conjuntura, porém falta uma ligação entre elas.” A sugestão é que logo no painel de entrada da exposição seja explicado que esta se distribui em conjunturas e o que são as conjunturas. Os visitantes teriam

então uma compreensão maior do viés adotado para a narrativa da exposição, facilitando a sua leitura.

Em relação ao circuito expositivo, alguns visitantes, em suas falas, mencionaram a sensação de estarem sendo empurrados num fluxo em direção à saída, primeiro pelo circuito induzido, segundo por não haver bancos. Esta sensação poderia ser minimizada, utilizando-se o Passadiço e seus bancos como local de parada, de respiração no circuito e descanso.

Como o Passadiço passa despercebido pela maioria dos visitantes deveria-se utilizar alguma sinalização junto ao espaço, indicando o que está exposto. Faltam legendas indicativas do significado de cada imagem das fotografias ampliadas. As legendas que estão ali valorizam mais a instituição que cedeu o direito de uso da imagem, do que o conteúdo, o significado daquele compositor, escritor ou autor para a cultura brasileira que se desejava comunicar naquele painel. Um exemplo disso, muitos visitantes desconheciam Augusto Boal e sua atividade. Pelos gestos do mesmo na fotografia, imaginavam ser um regente de orquestra. Não fica claro para o público em geral que o retratado é diretor teatral e o criador do Teatro do Oprimido. Além disso, neste espaço de parada, poderia haver um vídeo ou uma locução que explicasse que o fato de ser brasileiro, além das fronteiras, decorre de compartilharmos uma série de experiências culturais e memórias comuns.

Muitos visitantes sugeriram o uso de um fone de ouvido para ouvir o som dos vídeos nas salas e no Passadiço, diminuindo o ruído para os demais visitantes.

Em relação aos textos de exposição apresentamos uma sugestão. O *exhibition designer* do Aquário de Baltimore, nos EUA, informou numa entrevista em 2010 (PERISCH) que é um padrão das atuais exposições naquele museu ter três níveis de informação em cada painel: a primeira é como uma manchete de jornal (apresenta em uma frase), o segundo nível traz uma explicação de três a quatro linhas e no terceiro nível tem um texto mais aprofundado, também de dois a três parágrafos no máximo. Chegaram a esta conclusão após as pesquisas de público realizadas, que mostravam em suas respostas que muitos visitantes preferiam ver primeiro os peixes e pelo pouco tempo que dispunham procuravam o primeiro nível de texto para se situar. Se gostassem do tema e tivessem tempo leriam o segundo e talvez até o terceiro nível. Além disso, o visitante era informado a cada três painéis que, se desejasse mais informações, as encontraria nos catálogos (um exemplar disponível em cada sala de exposição), no site na Internet e na saída da exposição, numa mediateca que contava com diversos computadores para consulta e jogos interativos. Talvez estas soluções adotadas fossem uma possibilidade para a exposição “A res publica brasileira”.

Durante as entrevistas teve-se a impressão que algumas pessoas tentaram 'agradar' quando afirmaram entender o que são as conjunturas. Com a sequência de perguntas relacionadas percebeu-se que não entenderam o que significavam. Então este tema deverá receber uma atenção, como sugerido anteriormente.

Um visitante deu uma sugestão interessante para o Museu da República: durante a Copa do Mundo e as Olimpíadas este poderia realizar uma exposição sobre o Futebol e a República, com os presidentes dos anos 30 até hoje e a relação de seu mandato com este esporte.

Quanto ao atendimento no Museu, a equipe da segurança junto com os guardas patrimoniais faz muito bem a acolhida das escolas, a sua distribuição pelos andares, orientando os professores, os acompanhantes e alunos. Porém isto não justifica a ausência de outros técnicos do museu no atendimento ao público, sejam profissionais do setor educativo, da pesquisa, da comunicação social, do design ou de outros setores. Cada vez mais o atendimento ao público vem sendo o diferencial nos museus de todo o mundo, tais como o MoMA em Nova York, o Walker Art Center em Minneapolis e o futuro Museu da Imagem e do Som em Copacabana, para o qual temos feito diversos estudos. A gestão de afetos na relação de acolhida do museu com o público é uma facilidade para os funcionários de museu brasileiros, povo com temperamento comunicativo e hospitaleiro que, sendo disponibilizados e treinados para tal, pode gerar maior satisfação e o aumento de comentários positivos sobre o museu (chamado popularmente de 'boca a boca'), proporcionando o desenvolvimento de público. Já está consagrado na literatura sobre estudos de público de museu no Brasil e no exterior que o que mais influencia uma pessoa a visitar um museu é a recomendação de amigos, parentes ou professores, traduzido pela expressão 'boca a boca' (ou *word to mouth* em Inglês).

Quanto ao Setor Educativo sentimos um distanciamento entre os professores que realizaram a visita com seus alunos e este setor do Museu. Presenciamos um único técnico do educativo, conduzindo alguns grupos, mas deveria haver mais pessoas daquele setor interagindo com grupos no Palácio. Uma técnica do setor educativo nos informou que este ano poucos professores vieram aos encontros mensais para serem capacitados e orientados a usar os recursos expositivos para ilustrar ou pontuar suas aulas. E acrescentou que, em geral, os grupos que agendam visitas são de fora do município, integrados a projetos que disponibilizam de tempos em tempos, como prêmio, ônibus para um dia de passeio ao Rio de Janeiro, incluindo um ponto turístico e um museu. Não é propriamente uma visita educativa. Quando os jovens chegam ao Museu estão cansados tanto da viagem desde o seu município,

como da visita ao ponto turístico. Não se poderia inverter esta lógica, visitando o museu primeiro e fazendo turismo depois? Neste sentido, para estes grupos de estudantes que vem de longe, deveria se priorizar a visita ao terceiro andar, onde está situada a exposição fruto desta pesquisa de público, para que tivessem alguma possibilidade de se relacionar com a trajetória da República.

Por outro lado, percebe-se a valorização da produção intelectual do grupo do Educativo nas publicações editadas pelo museu e que estão à disposição do público no Passadiço. É conhecido que a atividade educativa no dia a dia, junto com os escolares, e com o público em geral, é desgastante, exigindo uma rotatividade da equipe que desempenha esta tarefa. Daí se os funcionários do setor hoje produzem conhecimento sobre sua atividade específica, dada a sua experiência de muitos anos, pode se pensar na possibilidade de se reequipar o Museu através de projeto específico.

Em três eventos recentes no segundo semestre de 2012 sobre museus - dois especificamente sobre Educação e Mediação em Museus, um deles organizado pela Prefeitura do Rio de Janeiro junto com o Comitê Museus de Cidades (CAMOC) do ICOM: “Encontro Internacional Museus de Cidades; outro pela Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro e o Oi Futuro intitulado “Mediação em Museus: Arte e Tecnologia” e um terceiro no MAM-Rio: “II Seminário Internacional Reconfigurações do público: arte, pedagogia e participação”) - verificou-se uma ênfase na importância desta atividade e uma resignificação do trabalho educativo dos museus, demandando muito treinamento dos educadores e profundas trocas destes com os curadores de exposições, para que a atividade educativa se faça criativa, aberta, estimulante e inovadora, na sua relação com o público. Também foi observado que os atuais projetos educativos de museus contam com um patrocinador específico (como o Núcleo Experimental de Educação e Arte do MAM-RJ que tem Unimed-Rio e Petrobrás financiando as suas atividades e o Newseum de Washington D.C. cujo Programa Educativo conta com o patrocínio exclusivo do jornal Washington Post) e seu orçamento prevê o transporte com ônibus de/para as escolas públicas (Oi Futuro e Centro Cultural Banco do Brasil-CCBB, ambos no Rio de Janeiro), contratação de novos educadores, com o treinamento e supervisão pela equipe do Museu.

Com estas medidas, os educadores da equipe permanente do Museu, assim como funcionários de outros setores, ficariam liberados para desenvolver novos projetos, como, por exemplo, o de Visitas Mediadas do Museu da República organizadas no Projeto “Um Palácio e suas Memórias” que, durante a realização desta pesquisa no segundo semestre de 2012, não vimos acontecer e que merece novas estratégias de execução e de divulgação. Estes projetos

criam novas oportunidades de mediação para a equipe do museu interagir com o público.  
(nota: 1)

Finalizando, observou-se a emoção e a satisfação da maioria dos visitantes por poderem rever a trajetória da República no Brasil, por se sentirem cidadãos, após a visita à exposição na qual verificaram o cuidado com que as informações, as imagens e o acervo foram selecionados e expostos.

Após a análise dos resultados e a entrega do Relatório da Pesquisa ao museu esperávamos que o resultado das entrevistas realizadas pudesse trazer uma contribuição para a reflexão e a tomada de decisões pela equipe do Museu da República a respeito da exposição “A res publica brasileira”. A curadora da exposição acolheu bem as sugestões e informações contidas no referido relatório e já está implementando as modificações necessárias no sentido de revisar e atualizar a exposição, tarefa que levará ainda alguns meses.

Esperamos com isto, incentivar o debate sobre a contribuição da avaliação para aproximar os profissionais dos museus de seus diversos públicos, considerando que tais práticas possam estabelecer um espaço de escuta que qualifica a opinião do visitante, entre outros critérios existentes, para sugerir modificações em nossas atividades.

As avaliações auxiliarão na identificação de padrões de comportamento e na compreensão de como o visitante interage com os diferentes elementos do museu, para que se possa sempre melhorar a comunicação com o público.

Os resultados das pesquisas de público e de avaliação de exposições são instrumentos para reorientar o planejamento das exposições, atividades culturais e informacionais de museus e instituições culturais levando em consideração o público a que se dirigem.

Nota: 1. Desde junho de 2011 o Museu da República, do Rio de Janeiro, oferece ao público uma programação de visitas mediadas que acontecem na primeira e na terceira semana de cada mês.

O *Projeto* “Um Palácio e suas Memórias”, sob a coordenação e participação de técnicos do Museu, se estende de segunda a sexta-feira, sempre às 15 horas, e vem atraindo um público ávido pelo conhecimento da história do Palácio do Catete e da República Brasileira.

Às segundas-feiras, o público pode se encantar com a visita “Um Jardim de Histórias”, com o educador Carlos Xavier, que conta a história do jardim do Palácio do Catete.

Às terças-feiras, o projeto “Arte no Palácio” oferece palestra destinada ao público interessado na observação do estilo decorativo dos ambientes do Palácio. Organizada e apresentada pela

crítica de arte e museóloga Isabel Portella, pode-se observar características e estudos do Salão Amarelo (originalmente conhecido como Salão Veneziano), enfocando a parte decorativa num prédio construído no século XIX com características arquitetônicas claramente inspiradas nos palácios residenciais de Florença, na Itália.

“Um Tempo de Memórias” é o tema da visita programada para as quartas-feiras, quando o público pode percorrer todos os andares do Museu da República e conhecer a história da Casa, com a participação da técnica em educação Maria de Lourdes Teixeira.

Às quintas-feiras, a visitas mediadas têm como foco a 1ª conjuntura da exposição “A res publica brasileira”, intitulada a República Proclamada, onde os historiadores Carlos Vianna e Silvia Pinho apresentam o período inicial da história republicana brasileira.

E às sextas-feiras é a vez do visitante conhecer toda a exposição “A res publica brasileira”, que aborda a história republicana brasileira até os dias de hoje, com a técnica em Ciências Sociais Joana Regattieri e o historiador Marcus Rodrigues. Os grupos são de 25 pessoas.

## REFERÊNCIAS

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. A relação do museu com o público do seu jardim: a contribuição dos estudos de público. Comunicação oral apresentada no **X ENANCIB**. Tema: Responsabilidade Social da Ciência da Informação. GT 9: Museu, Patrimônio e Informação. João Pessoa, UFPB, 2009. 18 p. Anais em CD ROM. ISBN 978-85-7539-494-6. Disponível em: <http://dc2.ccsa.ufpb.br:8080/jspui/>.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e Informação Qualitativa**. Campinas: Papyrus, 2001.

ENCONTRO INTERNACIONAL DE MUSEUS DE CIDADES, 2012, Rio de Janeiro. Prefeitura do Rio de Janeiro e Comitê Museus de Cidades (CAMOC-ICOM). Folder com a programação.

CURY, Marília X. Novas perspectivas para a comunicação museológica e os desafios da pesquisa de recepção em museus. **Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola**, Volume 1. Portugal: 2010. p. 269-279

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

KOPTCKE, Luciana S. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Museologia & Interdisciplinaridade**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília, v.1, n.1, jan/jul de 2012. p. 209-235

KOPTCKE, Luciana S. Observar a experiência museal; uma prática dialógica? **Avaliação e Estudos de Públicos de Museus e Centros de Ciência**, Caderno do Museu da Vida, Rio de Janeiro, Fiocruz, 2003. p. 5-21.

MEDIAÇÃO EM MUSEUS DE ARTE E TECNOLOGIA, 2012, Rio de Janeiro. Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro e o Oi Futuro. Folder.

MUNLEY, M. E. Intentions and Accomplishments: Principles of Museum Evaluation Research. J. Blatti (org.). **Past meets present**: essays about historic interpretation and public audiences. Washington, Smithsonian Institution Press, 2000. p. 116-130.

PERISCH, Scott. Entrevista concedida pelo *exhibition designer* do Aquário de Baltimore, nos EUA, em entrevista oral a autora em 2010.

SEMINÁRIO INTERNACIONAL RECONFIGURAÇÕES DO PÚBLICO: ARTE, PEDAGOGIA E PARTICIPAÇÃO, 2012, Rio de Janeiro. MAM-RJ. Folder.

VERSIANI, Maria Helena. Apresentação. **Catálogo da exposição ‘A res publica brasileira’**. Museu da República: Rio de Janeiro, 2010. 180 p.