



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS

CURSO DE GRADUAÇÃO EM MUSEOLOGIA

ROSANA XAVIER DE OLIVEIRA

**ESTUDO DE PÚBLICO NO MUSEU ANTARES DE CIÊNCIA /
TECNOLOGIA EM FEIRA DE SANTANA – BA**

Cachoeira

2013

ROSANA XAVIER DE OLIVEIRA

**ESTUDO DE PÚBLICO NO MUSEU ANTARES DE CIÊNCIA /
TECNOLOGIA EM FEIRA DE SANTANA – BA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado do Curso de Museologia da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Museologia.

Orientadora: Prof^ª. Ms. Cristina Ferreira Santos de Souza

Cachoeira

2013

ROSANA XAVIER DE OLIVEIRA

**MUSEU ANTARES DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA: uma
avaliação do público visitante no período de 2009 a 2012.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado do Curso de Museologia da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Museologia.

Aprovado em 15 de maio de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Ms. Cristina Ferreira Santos de Souza – UFRB
Bacharela em Museologia - UFBA

Prof. Archimedes Amazonas Ribas – UFRB
Bacharel em Museologia - UFBA

Prof. João Carlos Lima Costa – UFRB
Bacharel em Biblioteconomia - UFBA

Dedico este trabalho aos meus queridos pais que sempre me incentivaram a nunca desistir do meu sonho, com coragem e resignação nos momentos mais difíceis de minha caminhada acadêmica e a Deus pelo dom da vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por todos os momentos vividos, por cada conquista, por cada aprendizado, agradeço e glorifico ao Senhor.

Aos meus pais Alfredo e Zuleide pela vida, pelo amor e pelas abdições. Minha vitória só poderia ser alcançada com o vosso incentivo, minhas dificuldades superadas com o vosso apoio. Não há palavras suficientes para descrever toda minha gratidão.

À professora Cristina Ferreira, mestre, amiga e orientadora, que, com sua paciência e confiança soube me orientar com rigor, atenção e flexibilidade me inspirando a produzir a monografia. Enfim, agradeço todo o apoio e dedicação na correção da minha pesquisa.

Agradeço as minhas colegas de sala Rosenilda Rodrigues e Márcia Maria Lopes que me ajudaram na caminhada acadêmica e todos os outros colegas de minha turma de Museologia 2009.1, que sempre estiveram do meu lado.

Aos profissionais e amigos do Museu Antares pelo pela disposição e fornecimento de material para minha pesquisa e, principalmente à Lise Marcelino Museóloga da instituição, amiga que tem me ajudado desde o início do estágio Curricular Obrigatório, abrindo as portas da instituição para que eu coletasse informações para a monografia. Também agradeço a Carol Oliveira, a bióloga do Museu que gentilmente me cedeu o controle de público da instituição.

Aos professores do colegiado de Museologia que sempre me incentivaram a prosseguir, bem como os funcionários da UFRB e o administrador do nosso centro, o João, que sempre tem disposição para conversar com os alunos.

A todos os meus amigos que contribuíram direta ou indiretamente, em especial a Mara, Lucelda Fernades, Manoel e Rsilda. Enfim, a todos, o meu profundo agradecimento, sem vocês seria impossível concluir esta etapa da minha vida.

*Tá vendo aquele museu, moço?
Ajudamos a levantar
Foi um tempo de paixão
Era uma grande sedução
Tivemos que trabalhar.
Hoje depois dele pronto
Oio pra cima e fico tonto
Mas me chega um cidadão,
E me diz admirado
Tu tá cheio de vida
Quanta história pra contar.
Os domingos foram ganhos
Trabalhando e lutando
Para vida construir
E pra completar a festa
Dessa história o que nos resta
É fazer parte também.*

*Tá vendo aquele museu moço?
Aprendemos muito lá
Hoje nós agradecemos
Pelo seu merecimento
Por muito nos ajudar
A preservar a natureza
Dando uma lição de esperteza
Pra vidas procriar.
O museu está aberto
Venha conhecer de perto
Quanta vida tem por lá.
Lá a arte é bem vinda
Por se tratar de muitas vidas
Eu me pus a agradecer
Pois tudo que lá se plantava
A tendência era crescer.*

*Tá vendo aquele museu moço?
Onde muita vida tem
Pus a brita e o cimento
Me enchi de conhecimento
Lá eu aprendi também.
Lá sim valeu a pena
Tem arte e conhecimento
E eu posso ajudar.
Foi lá que alguém me disse:
“Amigo deixe de tolice
Não se deixe amedrontar
O museu está aberto
Venha conhecer de perto
A cultura está por lá”.*

Uma adaptação da Música “Cidadão”

RESUMO

A pesquisa intitulada Museu Antares de Ciência e Tecnologia: uma avaliação do público visitante no período de 2009 a 2012, tem como objetivo principal analisar o público visitante do Museu Antares de Ciência e Tecnologia no período entre 2009 e 2012. Parte-se do pressuposto é fundamental conhecer o perfil do público que visita as instituições museológicas para assim pensar no desenvolvimento de estratégias que proporcione maior interação entre o museu, a ciência e o indivíduo, tornando essa relação mais estreita para a construção do conhecimento e divulgação da ciência e tecnologia. A hipótese sobre a falta de público nos museus se fundamenta na falta do conhecimento do seu perfil. É necessário construir conhecimentos relacionados à avaliação de público que visita as instituições museológicas, já que no Brasil, os estudos de avaliação de público são considerados, ainda, recentes. Para atingir o objetivo proposto, optou-se pela pesquisa exploratória com caráter descritivo e natureza qualitativa e quantitativa. Os resultados apontaram que o perfil dos visitantes do museu Antares é, em sua grande maioria composta por escolares, que visitaram o museu uma ou duas vezes. Essa informação ressalta a importância didático-pedagógica que um museu possui.

Palavras-Chaves: Museu de ciência e tecnologia, Avaliação de público, Perfil de visitantes.

RESUMÉN

La investigación titulada Antares Museo de Ciencia y Tecnología: una evaluación de los visitantes en el periodo 2009-2012, tiene como objetivo analizar los visitantes del Antares Museo de la Ciencia y la Tecnología en el período comprendido entre 2009 y 2012. Se parte de la suposición de que es crucial conocer el perfil del público que visita las instituciones museísticas de pensar por lo que en el desarrollo de estrategias para proporcionar una mayor interacción entre el museo, la ciencia y el individuo, por lo que este acercamiento a la creación y difusión de conocimientos la ciencia y la tecnología. Bajo este punto de vista es posible suponer que la falta de museos públicos se produce debido a la falta de conocimiento de su perfil. Es necesaria la construcción de los conocimientos relacionados con la evaluación del público que visita las instituciones museológicas, como en Brasil, las evaluaciones de la población todavía se consideran reciente. Para alcanzar ese objetivo, se optó por la investigación exploratoria con un carácter descriptivo y cualitativo y cuantitativo. Los resultados mostraron que el perfil de los visitantes del Museo del Antares se compone sobre todo de los estudiantes que visitaron el museo una vez o dos veces. Esta información pone de relieve la importancia de un museo pedagógico-didáctico.

Palabras-clave: Museu de ciencia y tecnología, Evaluación de publico, Perfil de visitantes.

LISTA DE FIGURAS, GRÁFICOS E TABELAS

Figura 01 - Perfil dos visitantes, 2012.....	45
Figura 02: Categorias das respostas 01 e 02.....	48
Figura 03: Perfil do visitante do Museu Antares de Ciência e Tecnologia.....	50
Gráfico 01: Faixa etária dos participantes.....	46
Gráfico 02: Sexo dos entrevistados.....	49
Gráfico 03: Cor da pele dos participantes.....	47
Tabela 01: Número de visitas em 2012.....	44
Tabela 02: Profissões dos participantes.....	47
Tabela 03: Temas propostos para novas exposições.....	50

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 INSTITUIÇÕES MUSEOLÓGICAS	16
1.1 UM POUCO DA HISTÓRIA E SEU PÚBLICO	16
1.2. OS MUSEUS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA.....	19
1.3 MUSEUS: LÓCUS DE EDUCAÇÃO E INTERAÇÃO COM A SOCIEDADE.....	20
1.4 ESTUDO DE PÚBLICO E A MUSEOLOGIA.....	23
1.5 A COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA: TIPOLOGIAS	24
1.6 A MUSEOLOGIA E OS ESTUDOS E AVALIAÇÃO DE PÚBLICO EM MUSEUS.....	26
1.6.1 Principais Métodos de Avaliação Museológica.....	32
1.6.1.1 O questionário	32
1.6.1.2 A entrevista	34
1.6.1.3 As reuniões de grupos.....	34
1.6.1.4 Livro e caixas de comentários	35
2 ABORDAGEM METODOLÓGICA E APLICAÇÃO DOS INSTRUMENTOS	37
2. 1 CAMPO DE ESTUDO: O MUSEU ANTARES DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA... ..	37
2.1.1 A composição do Museu Antares de Ciência e Tecnologia.....	40
2.2 FASE DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	41
3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS	44
3.2 QUESTIONÁRIOS APLICADOS A ESTUDANTES E POPULARES	46
3.3 DISCUSSÃO DOS DADOS.....	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	59
APÊNDICE	64
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS MORADORES E ALUNOS DO ENTORNO DO MUSEU ANTARES	64
ANEXOS	66

INTRODUÇÃO

Este estudo vem ser mais uma fonte de conhecimento e, ao mesmo tempo, oferece uma reflexão sobre a avaliação do público do Museu Antares de Ciência e Tecnologia.

No mundo contemporâneo os museus são elementos integrantes do chamado turismo cultural. Pessoas em todo o mundo visitam instituições museológicas, sua importância é tamanha que já são atrações tradicionais, fazendo parte do processo de formação dos indivíduos, sendo geradores de conhecimento. Sua importância é medida pela possibilidade de garantir à comunidade e ao mundo a guarda dos objetos considerados como necessários à identificação de uma cultura e uma história comum, revigorando as ligações temporais entre passado e presente, contribuindo para a reflexão múltipla da história, da memória e da construção de significados.

Os museus conquistaram uma importante centralidade no panorama político e cultural, deixando de ser lugares meramente de guarda e conservação para se tornarem espaços relacionados com a criação, a comunicação e a produção de conhecimento. Conforme o ILAM (Instituto Latino-americano de Museus) na América Latina há mais de seis mil instituições museológicas, metade dessas instituições está em solo brasileiro, conforme o Cadastro Nacional de Museus (CNM). No Brasil há mais de 3.000 instituições de diferentes tipos: são museus e parques de arqueologia, história, etnografia, ciência e tecnologia, belas artes, biográficos, museus de sítio e ecomuseus. Ressalta-se que esse número está em constante expansão (DEGELO, 2009; BORGES, CAMPOS & RANGEL, 2012).

Segundo a definição de museu do Conselho Internacional de Museus (ICOM):

Museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, que adquire, conserva, pesquisa, divulga e expõe, para fins de estudo, educação e lazer, testemunhos materiais e imateriais dos povos e seu meio ambiente. (ICOM, 2004).

Os museus são originários de grandes colecionadores que, ao longo da vida guardavam um pouco da diversidade do mundo, que iam desde fósseis, insetos,

livros antigos até animais empalhados, só que essa coleção era privada e não estava aberta a toda sociedade. No final do século XVIII, o entendimento de museu começou a mudar, incentivados pelo desenvolvimento das ciências. Lopes (1997) explica que a atração por fósseis encontrados nas escavações, e o crescimento das universidades, fizeram com que essas coleções fossem passadas para o controle do Estado – fato que gerou uma re-organização e mudança no público desse espaço. O que antes era privilégio dos colecionadores passou a ser compartilhado com o público.

Mais do que uma fonte de conhecimento e lazer, o museu pode ser compreendido como instituição cultural e social capaz de ressignificar a herança cultural e colocar em xeque ou mesmo confrontar narrativas, discursos e interpretações em diferentes óticas. Neste sentido, o museu pode ser percebido como espaço de socialização ou um ambiente que permite intensa interação social uma vez que pode proporcionar a seu visitante experiências de diversos tipos - afetivas, sensoriais, intuitivas e cognitivas podem ser vivenciadas nos museus que, geralmente são locais que propiciam a relação entre os bens culturais e os seres humanos, o público (CHAGAS et al. 2010).

Os diferentes grupos de visitantes que frequentam as instituições museológicas o fazem com expectativas diversas, mas principalmente querem aprender algo. No que tange à aprendizagem, uns preferem a experiência de aprendizagem informal, enquanto outros estão mais interessados em uma experiência educacional mediada por curadores, professores, monitores, voluntários etc. Neste sentido, o processo de aprendizagem nesses espaços é geralmente centrado nas exposições realizadas e a “comunicação” entre elas e o público pode assumir diferentes estilos e formas de interpretação. Assim, os museus assumem um papel educativo de suma importância, onde a aprendizagem é um dos objetivos principais (HOOPER-GREENHILL, 1994 apud OLIVEIRA, NOGUEIRA-FERREIRA, JACOBUCCI, 2012).

Nesta perspectiva, a comunicação nos museus segundo Guapo (2010) é pensada com o objetivo de alcançar determinadas metas tais como apresentação do patrimônio museológico a diferentes públicos; a divulgação do patrimônio

museológico; a transmissão de conhecimentos, a promoção da investigação científica, bem como o desenvolvimento da função didática do museu.

O processo de comunicação em contexto museológico necessita, obrigatoriamente, do feedback do público em relação às exposições que visita, ou seja, da sua resposta. Desta necessidade se originou a avaliação museológica, traduzida em espaço de diálogo após as visitas, transformando, assim, o modelo: transmissor-mensagem-receptor-feedback-transmissor (GUAPO, 2010).

Ainda segundo Guapo (2010),

Uma avaliação precoce do público ao qual se destinam os conceitos que o museu pretende transmitir, aumenta o conhecimento das necessidades e dos interesses desse mesmo público, ampliando-se, assim, as hipóteses de desenvolver atividades que passem mensagens com sucesso, proporcionando aos seus visitantes momentos de absoluta fruição do museu (p.7).

Dessa forma é notória a importância de se criar um perfil geral dos visitantes de um museu, de modo a compreender esse público cada vez mais diferenciado, satisfazendo assim, suas necessidades, inclusive a de aprendizagem. Destaca-se que a única maneira de se ter um conhecimento aprofundado do público é por meio das avaliações, onde se pode mensurar o seu entendimento acerca das exposições, os seus sentimentos e comportamentos no contexto museológico.

No entanto, Guapo (2010) enfatiza que este tipo de preocupação não é recente, teve seu ápice na década de 60 em toda a Europa; contudo já era preocupação antiga nos Estados Unidos desde a década de 20. A reflexão sobre esta problemática ganhou notoriedade a partir da Grande Depressão. No início teve como objetivo principal a conquista de audiências. Mais tarde a avaliação já era uma necessidade intrínseca às instituições museológicas e em determinados museus foram, inclusivamente, criados serviços de investigação e avaliação, por exemplo o Museu de Ciência de Londres, à época dirigido por Roger Miles.

A avaliação museológica trabalha com dois campos distintos o público e o museu (exposições apresentadas, os serviços prestados, estratégias utilizadas etc). No que tange à avaliação do público, encontra-se, a museologia, numa primeira fase, entre 1960 e 1980 produzindo vários estudos com o intuito de recolher dados

para traçar o perfil do visitante, buscando informações, especialmente de natureza demográfica tais como sexo, idade, residência, habilitações literárias, etc. No entanto, atualmente a Museologia tem uma vertente específica que é a Avaliação de Público e o recolhimento sistemático destes dados pode acontecer em qualquer instituição museológica, por ser considerada um instrumento essencial para a sua gestão (GUAPO, 2010).

Neste sentido, dada a importância do tema, este estudo tem como finalidade principal responder à seguinte questão: Qual o perfil do público visitante do Museu Antares de Ciência e Tecnologia no período entre 2009 e 2012? Partiu-se do pressuposto de que é fundamental conhecer o perfil do público que visita as instituições museológicas para assim pensar no desenvolvimento de estratégias que proporcione maior interação entre o museu, a ciência e o indivíduo, tornando essa relação mais estreita para a construção do conhecimento e divulgação da ciência e tecnologia. Sob esse olhar é plausível supor que a falta de público nos museus se dá por falta do conhecimento do seu perfil.

Tem-se como objetivo geral conhecer o perfil do público visitante do Museu Antares de Ciência e Tecnologia em 2012. E como objetivos específicos a) coletar dados quantitativos e qualitativos observando a relação do público com a instituição; b) analisar e conhecer o perfil dos usuários, refletindo sobre as questões que os atraem a esse local, fazendo uma análise da instituição de forma a demonstrar características que a define enquanto instituição museológica e, c) conhecer melhor o perfil dos moradores do bairro onde está situada a Instituição e buscar formas para que o Museu seja divulgado de maneira mais ampla, de modo a aumentar o número de visitas.

Tendo em vista o objeto de estudo que este trabalho se propôs investigar a escolha metodológica foi a pesquisa exploratória com caráter descritivo e natureza qualitativa e quantitativa, que conforme Gil (1999.p.43) “Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”.

A relevância social e acadêmica desse estudo se fundamenta na afirmação de que é necessário construir conhecimentos relacionados à avaliação de público que visita as instituições museológicas. Isso porque no Brasil, os estudos de

avaliação de público são considerados, ainda, recentes. Dessa maneira, para o museologia, um trabalho monográfico como este é de extrema importância no sentido de vir a colaborar para que outras instituições reflitam sobre suas práticas, conhecendo bem o perfil de seu público, bem como se suas estratégias de atração estão atingindo o seu visitante.

A motivação para desenvolver esta temática se originou durante a realização do estágio curricular obrigatório, realizada no Museu Antares em Feira de Santana, BA. Nesse período foi possível atrelar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de graduação à prática. Assim, aos poucos, surgiu o desejo de aprofundamento em uma área específica da museologia, que é a Avaliação de Público em museu.

Para atingir o objetivo proposto por este estudo, o mesmo foi organizado em quatro momentos essenciais, mais as referências. O primeiro momento dedica-se a traçar algumas considerações sobre o que é um museu, abordando-se historicamente a origem dos museus e como se deu a entrada do público, ao longo do tempo. Em seguida, apresenta-se a Museologia e os processos de musealização, bem como se apresentam os estudos de público estão inseridos nesse contexto, além de ressaltar os sistemas e tipologias de comunicação em museus, e suas interfaces com os estudos de público.

O segundo momento trata sobre a metodologia utilizada para a confecção deste trabalho. Aborda-se a instituição pesquisada traçando um breve histórico, além de delinear como foi realizado o presente estudo.

O terceiro momento trata de apresentar e analisar os dados obtidos durante a coleta e a fase de análise confrontando a teoria com a prática.

O quarto e último momento é dedicado a apresentar as considerações finais. Onde se conclui que, conhecendo o perfil dos visitantes e avaliando o público é possível ampliar os muros do Museu Antares para fora de seu espaço arquitetônico, alcançando um maior número de pessoas, proporcionando além de entretenimento o aprendizado de seu público.

1 INSTITUIÇÕES MUSEOLÓGICAS

1.1 UM POUCO DA HISTÓRIA E SEU PÚBLICO

O vocábulo museu é de origem grega *mouseion* e significa “templo das musas”, era usado em Alexandria especificando o local destinado a prática das artes e das ciências (ROSARIO, 2002). Entretanto, aqui se focará na noção mais moderna de museu, que foi adquirindo novas peculiaridades a partir do século XVI na eminência da Expansão Marítima e do Renascimento.

No século XVI, coletar objetos oriundos de outros continentes era algo comum por toda a Europa. Nos século seguinte, surge os Gabinetes de Curiosidades e as Galerias de Arte, que eram espaços destinados a guardar objetos exóticos trazidos das expedições, bem como coleções de famílias reais e pertencentes à igreja católica. Segundo Raffaini (1993), esses gabinetes e galerias eram espaços tidos como locais que guardavam um universo dentro dele. No entanto, a população em geral não tinha acesso a estes espaços, já que estes locais eram abertos exclusivamente à elite e/ou pessoas escolhidas a dedo pelos proprietários.

A Europa do século XVIII possuía uma grande parcela de analfabetos, por isso os proprietários não abriam as portas desses locais para todo o tipo de público. Para essa parcela da população restava-lhe como programa de entretenimento os circos e feiras ambulantes (SUANO, 1986).

Segundo o mesmo autor, o primeiro museu público nasceu em 1653 na Inglaterra, o *Ashmoleanum Museum*. Entretanto sua visitação se restringia à comunidades acadêmica da Universidade de Oxford. Um século depois, em 1753, é inaugurado na Inglaterra, o Museu Britânico, também aberto ao público, mas o valor do bilhete de entrada era alto, ou seja, continuava restrito à elite.

Na eminência da Revolução Francesa com a influência dos enciclopedistas em disseminar a educação nos países europeus é que surge a ideia de museu conhecida hoje. Neste período surge a noção de Patrimônio e sua devida proteção, originada a partir de decretos e assembleias, os quais resultaram dois processos distintos, conforme afirma Françoise Choay (2006, p. 97):

O primeiro, cronologicamente, é a transferência dos bens do clero, da Coroa e dos emigrados para a nação. O segundo é a destruição ideológica de que foi objeto uma parte desses bens, a partir de 1792, particularmente sob o Terror e governo do Comitê de Salvação Pública. Esse processo destruidor suscita uma reação de defesa imediata [...]

O autor segue afirmando que como esses bens estavam sob guarda da nação, era imprescindível criar procedimentos para que eles fossem inventariados. Assim, os bens móveis seriam transferidos para armazéns abertos ao público, chamados então de museus. Esses locais seriam destinados à nação, ensinando civismo e história, possuindo um caráter enciclopédico. Ao mesmo tempo, em 1793, na França, surgiram diversos museus, mas o único que obteve êxito e força foi o Museu do Louvre, tido como um marco da Revolução Francesa.

No entanto, o Museu do Louvre recebia visitas esporádicas, já que até 1855, a abertura ao público geral acontecia somente aos domingos, os outros dias da semana recebiam turistas estrangeiros e artistas. Após um decreto em 1855, com a Exposição Universal as instituições museológicas deviam abrir suas portas para todos os visitantes, durante a semana, exceto às segundas-feiras, que era o dia destinado à higienização do local. Ressalta-se que mesmo abrindo ao público não havia nos museus o cuidado de interagir com seu o público somente abriam suas portas, sem se importar em estabelecer algum tipo de diálogo, sendo a comunicação, algo inexistente (KOPTCKE, 2005).

A criação dos museus de história natural no cenário brasileiro remonta ao século XIX, quase que ao mesmo tempo dos museus europeus, mas só que sendo adaptados à realidade brasileira. No Brasil, a criação dos museus estava entre as iniciativas culturais proporcionadas pela vinda da família real, daí em 1816 por D. João VI é criado o Museu Real, atualmente Museu Nacional de Belas Artes. No ano de 1821, uma portaria é decretada oficializando as visitas públicas somente às quintas-feiras, restringindo-se a receber pessoas da elite (KOPTCKE, 2005).

Ainda conforme a autora no período do Brasil Império a criação de instituições museológicas foi intensa: em 1838 é criado o Museu do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro; em 1864 o Museu do Exército, em 1868 o Museu da Marinha e, em 1871, o Museu Paraense Emílio Goeldi.

Há uma mudança no âmbito museológico somente a partir do século XX, tanto no cenário brasileiro, europeu e americano, onde os museus passaram de locais de contemplação a instituições com caráter pedagógico, abertos à pesquisa para qualquer pessoa que se interessasse (KOPTCKE, 2005).

No transcurso do século, segundo Valente “buscou-se substituir o modelo: do objeto pelo objeto para o objeto enquanto revelador da organização social e de significados (2003, p. 40). Isso quer dizer que nesse novo paradigma, a proposta de aproximação do público com o objeto, fazendo com que haja mais participação com o discurso que o museu quer reproduzir. Em outras palavras, os museus tentavam a estabelecer determinada aproximação com o público. Assim, neste panorama a sociedade em si é convidada a interagir com os museus, mesmo que de modo superficial, embrionária. Em contrapartida nas primeiras décadas do século XX, não se sabia a quem se destinava as instituições, quem era o público, com quem se buscava interação, vínculo, comunicação.

Continuando este breve passeio histórico, é mister afirmar que a década de 70 é um marco para o meio museológico. Nessa época, em 1972, no Chile, aconteceu a Mesa-Redonda de Santiago do Chile, encontro que plantou a ideia de museu integral, ou seja, de uma instituição que levava em conta os problemas da comunidade, sendo um importante instrumento de mudança social, porém, os discursos dos museus ainda possuíam um caráter conscientizador (KOPTCKE, 2005).

Somente em 1992, com a Declaração de Caracas é que germina a ideia de museu como um sistema de comunicação. Deste encontro na Venezuela, resultou uma concepção da comunicação como a função museológica, em que todas as atividades (conservação e exposição) são regidas voltadas para este objetivo, o de comunicar. Ressalta-se que mesmo com o amadurecimento desses pressupostos, ainda há um abismo entre a teoria e a prática, algumas instituições dialogam, atualmente, de forma impositiva, agindo de forma contrária com os preceitos contemporâneos da Museologia.

Feita esta breve abordagem conceitual e histórica pode-se depreender que aos poucos, os museus possuem grande potencial para reformular suas práticas

e seus discursos, buscando uma maior aproximação e comunicação com o seu público.

1.2. OS MUSEUS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Atualmente os critérios do ICOM (Conselho Internacional de Museus) definiram um sistema de classificação que reúne os museus em oito grandes grupos, sendo que grande parte pode ser subdividida. Esta classificação, ressalva Chagas (1993), foi adotada com maior ou menor aceitação pela literatura especializada ou serviu de base para idealizar outras classificações e tipologias de museus.

Dentro dessa classificação têm-se os museus de ciências físicas e tecnológicas que, por sua vez, dividem-se em: Museus de Ciência e Técnica; composto por composto por seis subgrupos: museus de ciência e técnica em geral, museus de física, oceanografia, medicina e cirurgia, técnicas industriais e indústria do automóvel, e por fim, museus de manufaturas e produtos manufaturados.

Conforme Loureiro (2008), os museus de ciências físicas e tecnológicas, dentre suas inúmeras finalidades,

têm a missão de mostrar o desenvolvimento geral das últimas inovações surgidas no campo das ciências e da tecnologia, sem se afastar do seu contexto histórico, social e cultural. Os produtos expostos, fruto das descobertas e os inventos, devem contribuir para o esclarecimento do processo científico e tecnológico existente ao longo da história (p. 105).

O mesmo autor afirma que mais que conservar o patrimônio científico e tecnológico, o museu de ciência e tecnologia tem a finalidade de proporcionar aos visitantes meios adequados para entender a mudança e desenvolvimento da civilização industrial, além de expor os valores socioculturais, entre os quais encontra-se o tão debatido homem versus avanço técnico-científico e industrial. Trazendo uma concepção mais ampla, Loureiro (2008) afirma que esse tipo de museu deve ser capaz de mostrar como a trajetória do homem, ao longo da história, bem como explicar e utilizar ferramentas do mundo que o rodeia, contribuindo, assim

para uma natural aceitação e propagação ideias científicas de hoje - base (fundamento) da sociedade do futuro.

Ainda sobre a função dos museus de ciência, Loureiro (2008, p 106) cita Ana Delicado (2008) afirmando que:

Os museus de temática científica são fundamentalmente vistos como espaços onde a ciência é mostrada ao público com a finalidade primordial de difundir conhecimento científico e gerar uma atitude positiva face à ciência, mas também espaços de produção e reprodução da própria ciência (...), de criação de conhecimento científico (investigação) e de formação de cientistas (ensino).

Neste olhar, os museus de ciência e tecnologia são de suma importância para a divulgação científica, bem como para compreender a existência do homem na Terra, possuindo, assim, uma dimensão social significativa, já que oferece a todos os públicos o acesso ao conhecimento.

1.3 MUSEUS: LÓCUS DE EDUCAÇÃO E INTERAÇÃO COM A SOCIEDADE

Desde a sua criação, os museus assumiram um papel de suma importância nas sociedades em que se inserem. Apesar de, inicialmente estarem ligados à classes sociais mais abastadas. Mas com o decorrer do tempo, essa condição foi-se alterando e, os museus tornaram-se importantes espaços educativos.

Segundo Hopper-Greenhill (1994) citado por Guapo (2010) foi somente aos fins da década de 60 é que os métodos expositivos se tornaram alvo de investimento, através da investigação. Isso porque até o momento eram poucos os museus que tinha a preocupação com a maneira pelo qual os seus visitantes interpretavam as exposições. Em outras palavras, a mensagem era enviada não recendo retorno (*feedback*) do usuário do museu.

A autora segue afirmando que somente nos anos 90 o papel educativo das instituições museológicas foi enfatizado com mais vigor e organização. Nesta época várias exposições interativas foram espalhadas, valendo-se do uso de técnicas expositivas aliadas às novas tecnologias – as exposições viraram grandes espetáculos. Tudo isso foi realizado com o escopo de envolver o público nos

museus, fazendo com que estas instituições ficassem muito populares e atrativas.

Guapo (2010) citando Hopper-Greenhill (1994) afirma que foi preciso mais de um século de escolaridade obrigatória até que se reconhecesse que a aprendizagem não era algo que termina no contexto acadêmico, mas que, ao contrário, ela é um processo que acompanha o ser humano ao longo de sua vida.

Neste olhar, atualmente as funções educativas e culturais dos museus na sociedade são inegáveis. Assim, Guapo (2010) apresenta três aspectos aos quais os museus devem apresentar resposta retirados dos estudos dos Centros de Ciências Espaços Interativos para a Aprendizagem (1998): o museu como lugar de aprendizagem; museu como veículo de comunicação, e o museu como centro social.

Como lócus de aprendizagem, o museu o deve ser um espaço diferenciado e potencializador de experiências enriquecedoras de aprendizagem e de socialização, bem como um lugar diferente onde crianças, jovens e adultos realizem ou sistematizem seus processos educativos. Neste sentido, as diferenças existentes entre escolas e museus são valorizadas e enfatiza-se que as duas instituições são complementares, já que agem em prol da aprendizagem. Nesta relação destaca-se: a visita ao museu como acontecimento e experiência; a visita ao museu como ponte motivadora para o saber; a visita ao museu como laço de união entre a escola e o entretenimento.

No que se refere à questão da comunicação, o museu se destaca porque é um veículo de comunicação de ideias e conhecimento com o público em geral. Assim sendo, a instituição museal deve preparar-se para estar aberto à comunicação com qualquer indivíduo que o visite, independentemente da sua idade, gênero, religião, etnia, deficiências e limitações físicas. Uma vez que são espaços públicos nos quais é possível por meio da aprendizagem construir uma sociedade pautada no conhecimento. Além disso, destaca-se que a garantia ao acesso a educação está na Constituição Federal de 1988, onde afirma que a Educação é um direito de todos os cidadãos.

No que tange ao museu como espaço social, ressalta-se que a instituição museal, na sociedade contemporânea, é identificada como espaço para o lazer, de ócio, de entretenimento. Neste sentido, os museus podem e devem usufruir deste status e, com isso, promover a relação lazer-oferta cultural, já que são locais onde o

descanso, ou repouso, se alia facilmente às atividades produtivas intelectualmente (GUAPO, 2010).

Segundo Leon (1982) citado por Guapo (2010), o museu fornece ao visitante um arcabouço de conhecimentos abrangentes e profundos sobre si, sobre o outro e sobre a sociedade. Isso porque os conhecimentos transmitidos pelos museus podem se revelar no desenvolvimento da sua sensibilidade, de suas atitudes vitais, intelectuais e espirituais, tornando-se, assim, útil na vida dos indivíduos e comunidades em que se insere, que os visita.

Ainda tratando sobre a importância dos museus, Guapo (2010) enfatiza os museus de ciências no mundo contemporâneo. Para isso fundamenta-se em Pietro Greco (2007) que percebe que nesta nova era fundamentada na relação entre ciência e sociedade, o investimento econômico em pesquisas científicas são essenciais, uma vez que o contexto atual da ciência define, em parte, o papel destes museus atualmente.

Neste olhar, Guapo (2010) citando Greco (2007), afirma que

A par desta evolução científica, das discussões na comunidade científica dos temas que marcam a actualidade - as alterações climáticas, a perda de biodiversidade, a energia, a saúde, ..., verifica-se ainda a alteração de funções do cientista – que hoje é obrigado a apresentar e a defender os seus trabalhos junto de pessoas não especializadas (políticos, gestores, ...), neste contexto surge a necessidade dos cientistas se sentirem apoiados pelo público em geral, assumindo a comunicação e explicação da ciência como responsabilidade social (Greco, P., 2007)

Diante do exposto, considerando as reflexões desenvolvidas conclui-se que não somente os museus bem como escolas, universidades e outras instituições educativas, atualmente são veículos privilegiados para a disseminação e globalização do conhecimento científico por meio da comunicação com os cidadãos proporcionando e promovendo o diálogo entre a ciência (e seus atores) e a sociedade.

1.4 ESTUDO DE PÚBLICO E A MUSEOLOGIA

A Museologia é uma área do conhecimento que tem como enfoque disciplinar o estudo e as práticas de conservação, pesquisa, documentação e comunicação. Apesar das particularidades de cada ação, todas elas concentram para uma só: a comunicação entre a instituição e o visitante. Neste sentido, Victor (2005) afirma que:

O novo paradigma da museologia, ao "deslocar" o conceito de museu, do edifício para o território e do público para a comunidade, derrubou radicalmente os "muros do museu", dando lugar a processos museológicos que emergem da comunidade; o museu e os museólogos passam a serem sujeitos sociais comprometidos com o desenvolvimento e os membros das comunidades e seus parceiros. A especificidade dos saberes profissionais contribui para a gestão de conhecimentos e a criação de novos diálogos com a comunidade (p. 01).

Corroborando com a autora citada, Guarnieri (1984) afirma que Museologia pode ser definida a partir do fato museal, que é: uma relação profunda entre o homem, sujeito que conhece, e o objeto, testemunho da realidade. Uma realidade da qual o homem também participa e sobre a qual ele tem o poder de agir (p. 60). Sob esta perspectiva, surge um trio composto por homem, objeto/cenário e museu que interagem entre si.

Por sua vez, Bruno (2006), percebe a Museologia a partir de dois fenômenos, onde o primeiro busca compreender a conduta do homem e o segundo procura criar e desenvolver mecanismos para que, dessa relação, o patrimônio seja transformado em herança, fornecendo subsídios para a construção de identidades. No entanto, as relações fruto desta tríade decorrem do processo preservacionista. Na Museologia, tal processo é denominado de musealização que abarca as funções de aquisição, salvaguarda, e comunicação.

A musealização na visão de Guarnieri (1984) é apreendida como um processo responsável pela construção do objeto quanto documento, onde seu significado e sua funcionalidade serão constantemente redesenhados, servindo como base de informação, e portanto, construindo um vínculo comunicacional com o público. Assim, é possível pensar que o museu interatua com o público, onde a

comunicação museológica é um diálogo, uma troca de conhecimento entre os elementos que compõe esse processo dialógico.

Tal diálogo segundo Cury (2004) deve ser constituído bilateralmente dando oportunidade de ouvir o público, interagir com ele, recebendo o feedback. Assim, se compreende que a comunicação faz parte de um processo em que suas ações serão refletidas não somente nas exposições e ações-educativas, como também nos estudos de público, os quais, em teoria estão colocados ao final desse processo comunicativo.

Neste olhar, a comunicação, segundo Sanjad & Brandão (2008) influencia em todos os processos do museu, até mesmo as políticas de acervo. Portanto, a conservação e a documentação, bem como a comunicação e a informação devem compreender todas as tipologias de acesso e divulgação do patrimônio constituído. Ressalta-se que as avaliações referentes ao público são de extrema importância para uma mudança na política curatorial - quando se avalia o público é possível compreender os seus anseios e atender as suas necessidades. Enfim, os estudos de público ultrapassam as políticas de acervo podendo (re) orientar as políticas ideológicas da instituição, criando, conjuntamente com o visitante, um diálogo participativo, aberto e ativo.

1.5 A COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA: TIPOLOGIAS

A Museologia é considerada uma área do conhecimento que dialoga com outras ciências, tais como a Sociologia, a Psicologia, a História, etc, ressaltando o seu caráter interdisciplinar. Por sua vez, a comunicação em museus possui estreita relação com a Museologia e com a Ciência da Informação, no entanto não é classificada como uma disciplina ou área ainda consolidada, mesmo sido muito estudado nos últimos anos ainda não possui metodologias próprias e status de disciplina científica. Assim aqui se contextualiza os modelos comunicacionais utilizados nesses espaços e como estes podem influenciar no discurso do museu.

Conforme Almeida (2003), poucos estudos relacionados aos modelos de comunicação museológica foram feitos. No início do século XX, o modelo comumente utilizado era o hipodérmico. Neste modelo a mensagem feita dada pelo emissor (museu) era simplesmente aceita e o receptor (visitante) era tido como um

recipiente, onde eram depositadas as informações. Paulo Freire, pedagogo brasileiro denomina de educação bancária.

Com o passar do tempo alguns modelos comunicacionais foram sendo adotados e se moldando aqueles já existentes. Como exemplo dessa afirmação, nos anos 60, nasce a proposta de um modelo semiótico onde os recursos textuais e objetos da exposição eram considerados como um elemento da comunicação – o código, para que o visitante tivesse uma melhor percepção da mensagem emitida. Entretanto, tal modelo seguia uma direção unidirecional, já que havia retorno do receptor, o visitante do museu (ALMEIDA, 2003).

Atualmente, o modelo de comunicação mais aceito é composto por quatro elementos: o emissor, o que emite a mensagem; o receptor, o que recebe a mensagem; a mensagem, que é aquilo que está sendo transmitido – é a informação e, o retorno ou feedback, que é a reação do receptor ao comportamento do emissor, ou seja, é o retorno, a resposta da informação recebida (ALMEIDA, 2003).

Por sua vez, ampliando a ideia posta por Almeida, Cury (2005) apresenta duas modalidades de comunicação utilizadas hoje em dia nas instituições museológicas. A primeira delas é o modelo funcionalista, onde o emissor e o receptor são mostrados em posicionamentos diferentes no discurso. Assim, como o emitente não é um ser passivo, possui a iniciativa, haverá um posicionamento mais elevado em relação ao receptor, que, nesse momento, é passivo ao estímulo recebido. No entanto, o receptor é visto como um participante desse processo, mesmo que a mensagem chegue de forma pronta e elaborada.

A segunda modalidade de comunicação é a interacionista, onde em todo o processo comunicacional emissor e receptor, que antes estavam em posições desiguais, permanecem no nível de igualdade, sendo a mensagem construída e dialogada em conjunto (CURY, 2005).

No olhar de Vieira (2009) os tipos de comunicação em museus são a comunicação interpessoal e a de massas. Neste sentido, a comunicação interpessoal é direta e desenvolvida pela equipe e pelos visitantes, ocorrendo em visitas guiadas, oficinas e atividades culturais, havendo participação ativa do público. A comunicação de massa por sua vez possui um caráter inverso, é desenvolvida para atingir o maior número de pessoas possível através de suas exposições.

Ressalta-se que neste modelo há uma unidirecionalidade, uma vez que o emissor organiza uma mensagem e a transmite ao receptor, de modo indireto.

Seguindo o trajeto das tipologias comunicacionais Cazelli et al (2003) cita as abordagens apresentadas por Hooper-Greenhill (1994). Para esse autor, a comunicação, abrange duas visões, uma transmissora e outra cultural. Na primeira, as mensagens são enviadas a um receptor passivo. Essa categoria é considerada como dominante perante o comportamento do museu, que não interage com seu visitante e, assim não provoca inquietações, questionamentos etc. No entanto, na segunda abordagem, a cultural, comunicação é compreendida como processo contínuo, onde receptores recebem subsídios para, a partir de suas experiências, eles possam ser capazes de construir seus próprios significados e sentidos – tendo uma percepção mais abrangente e ativa.

Por fim, após ter trilhado o caminho das tipologias comunicacionais, foi possível conhecer os modelos de comunicação utilizados pelas instituições museais. Ressalta-se que é de suma importância que elas reconheçam qual tipologia está sendo empregada no seu discurso, a fim de que possa estabelecer um elo com seu público. Neste olhar, as pesquisas de público são estratégias de grande relevância para que um museu conheça seu público e assim possa atender aos seus anseios estabelecendo uma comunicação que abranja diálogo e a interação.

1.6 A MUSEOLOGIA E OS ESTUDOS E AVALIAÇÃO DE PÚBLICO EM MUSEUS

Antes de se abordar sobre a museologia e os estudos e avaliação de público faz-se necessário definir o que é público. Partindo de uma definição geral, entende que público se refere ao povo, à coletividade, a opinião pública, ao interesse público. É uma palavra originária do latim, no qual a raiz *publicus* significa literalmente vinda do povo. Neste sentido, a noção de público tem sua origem na questão da representação da sociedade e de jogos de interesse entre o Estado e a economia e a sociedade civil, tendo como inter-relações o poder existente entre elas para agirem como atores sociais no contexto sócio-político.

“O ser humano age em função de construir resultados” (LUCKESI, 1991 p. 55). Nesse sentido, as avaliações são instrumentos importantes para o museu poder mensurar se aquilo que foi planejado alcançou o resultado desejado. Além

disso, as avaliações podem agregar valor e ao mesmo tempo regular outras atividades tais como a conservação, documentação, recursos humanos, gestão financeira, atividades comunicativas etc.

Sobre a importância das pesquisas avaliativas de público utilizadas pela museologia em todo o mundo, Carvalho (2005) afirma que:

As pesquisas de público vêm sendo utilizadas largamente nos museus do exterior, notadamente nos do Hemisfério Norte, para averiguar diversos tipos de questões: o perfil do visitante, seus gostos, suas preferências culturais, sua opinião sobre a sua experiência vivida no museu, o impacto cognitivo no visitante, acrescentando-lhe conhecimento, além do impacto econômico das grandes exposições nas cidades, por atraírem muitos visitantes de outras regiões. Servem também para os museus planejarem melhor sua programação e direcionarem sua divulgação, ou para definir o melhor dia de cobrança de ingresso gratuito, já que a receita de ingressos tem grande participação no orçamento dos museus (p.25).

Corroborando com a afirmação de Carvalho, Koptcke (2005) afirma que, os museus americanos no século XX, são os pioneiros a realizarem pesquisas relacionadas ao público e ao não-público. No entanto, é na década de 70 que as instituições museais se dedicam mais intensamente às avaliações, sendo estas voltadas apenas às exposições, com o objetivo de analisar a montagem dessas exposições, e não o visitante propriamente dito. Por sua vez, na década de 80, as pesquisas tomam um novo direcionamento, já que agora começam a avaliar a experiência do visitante nas atividades desenvolvidas pelo museu. Deste modo, as avaliações, são divididas em categorias que abrangem certos tipos de públicos: o escolar, o familiar, o adulto, além do público em potencial que o museu pode alcançar. (KOPTCKE, 2005).

Há seis tipos de avaliação que são utilizadas em museus. Conforme Gottesdiener (1997) citado por Cury (2006) que são:

- a) Avaliação preliminar: ocorre durante o planejamento da exposição, levantando dados sobre o impacto da exposição junto ao público;
- b) Avaliação formativa: ocorre na fase de desenho da exposição; levanta dados sobre a reação do público, por meio de protótipos. Ressalta-se que este tipo de avaliação interfere no curso de elaboração da exposição.

- c) Avaliação corretiva: objetiva corrigir os aspectos não satisfatórios do público, sendo um problema apontado pela instituição ou pelo próprio público;
- d) Avaliação somativa: que avalia o conhecimento do público em relação à exposição (percepção, aprendizagem, preferência e atitude);
- e) Avaliação técnica: que é realizada pela equipe encarregada do designer da exposição, colaborando para o refinamento técnico da equipe no que tange à concepção e execução do desenho da exposição e para o exercício da autocrítica.
- f) Avaliação do processo: que objetiva avaliar o processo de concepção da exposição.

Por sua vez, Studart et al. (2003) classificam as avaliações em quatro linhas de investigação, que seriam:

- a) O perfil de visitante: que busca conhecer as motivações, os interesses, as práticas culturais, dentre outros aspectos, o perfil dos visitantes de uma instituição museológica;
- b) Os padrões de comportamento e interação e estudos de gênero de museus: que se relaciona ao tempo gasto pelo visitante no museu e seu comportamento durante a exposição;
- c) A aprendizagem em museus: que analisa qual é o ganho de aprendizado do público, ou seja, é capaz de mensurar o quanto público aprendeu como determinada exposição.
- d) Experiência museal: que avalia a experiência do público após a visita.

Diante do exposto, é notório que por meios de diversos tipos de avaliações é possível ter uma visão global da exposição em si, e esta é aprazível aos seus visitantes, se estes estão aprendendo, bem como os aspectos que podem ser melhorados na exposição.

Studart, Almeida e Valente (2003) também abordam a importância de se conhecer e avaliar o público de um museu e afirmam que:

os estudos de público vêm atraindo o interesse crescente de profissionais que atuam nos museus e se constituem, hoje, em aspecto cada vez mais relevante para o planejamento da instituição, refinamento de seus programas e atendimento ao público (p.129).

Neste sentido, Bourdieu (1986) afirma que os museus perceberam que podem delinear melhor sua programação e direcionar de modo adequado sua divulgação a partir do conhecimento profundo do seu visitante. Assim, conhecendo quem os visita é possível construir estratégias que atraiam o público que ainda não os visita. No entanto, esta não é somente a única razão. Os administradores de museus também notaram que existe uma estreita relação entre o hábito de ida a museus e o hábito de freqüentar outras atividades culturais tais como teatro, cinema, concertos musicais, leitura etc.

Por sua vez, no cenário brasileiro, a prática de avaliar não é costumeira nos museus, seja em nível nacional, estadual e regional. Assim, a avaliação é limitada somente a prática quantitativa de público, o que resulta em pouca disponibilidade de dados relativos ao perfil dos seus visitantes e também de estudos mais aprofundados.

Voltando ao contexto americano, Kreidler (1994 apud CARVALHO, 2005) afirma que um dos motivos que as instituições museais desejam aumentar o número de visitantes é a questão do aumento de receita oriunda não somente dos bilhetes de entrada, mas do aumento das vendas de souvenirs tais como cartões-postais, catálogos, livros, cartazes, reproduções de objetos etc. Essas vendas representam cerca de 35% do orçamento anual de museus americanos de médio porte. Assim, é de suma importância que haja um planejamento para que as exposições tenham êxito, porque assim, além de atrair mais visitantes, o tempo permanência no museu seria aumentando, conseqüentemente, haveria mais aprendizagem, mais consumo e receita.

Entretanto esse é somente um dos ângulos desta questão. Souza e Silva (1989) afirmam que outros pontos vêm sendo debatidas por muitas instituições museais pelo mundo afora pesquisando seu público e analisando seu perfil.

Nesta perspectiva, por meio das pesquisas de público que se podem mensurar os comportamentos, hábitos, bem como as opiniões dos visitantes de

museus. Assim, na Coleção Falando de... Ação Educativa em Museus, Caderno 4 é citado três tipos de Públicos.

O primeiro que é o espontâneo que visitam as exposições sem agendar, esse tipo de público é diversificado, entretanto percebe-se que é difícil de planejar ações, então o museu deve dispor de instrumentos que facilite a compreensão deste público, ou seja, textos e ou audioguias, folders e catálogos.

O segundo é o público agendado, composto pelos visitantes marcados com antecedência aos museus, podendo ser grupos de turistas, estudantes, grupos de convivência, entre outros. A diferença desse tipo para o espontâneo é o contato prévio do grupo com a instituição, sendo assim, as ações podem ser estruturadas em comum acordo. Algumas ações para este tipo de público pode ser planejadas, como oficinas e visitas orientadas.

O terceiro é o público escolar, que no Brasil representa de 50% a 60% nos museus, sendo um número expressivo. Assim, pode-se compreender que os museus são grandes colaboradores no processo educativo do cidadão, cumprindo assim um papel de educador não-formal.

A literatura aponta que há três diferentes tipos de estudos do público: os descritivos, do tipo perfil de público; os de avaliação, relativos a metas de exposições e programações educativas; e os teóricos, que descrevem as linhas de pensamento. Sobre este assunto, Carvalho (2005) citando Souza e Silva (1989) expõe que:

Os estudos descritivos, do tipo perfil de público, são fundamentais para dar base a qualquer outro conhecimento sobre público que se pretenda ter. Funcionam como grandes diagnósticos. Os dados em geral são coletados ano a ano, de forma a poder indicar modificações na clientela do museu e apontam a constituição de grupos/visitantes sozinhos, faixa etária, sexo, escolaridade, procedência, meio de divulgação que o trouxe ao museu etc. Estas variáveis básicas permitem quantificar os segmentos de público, constituindo o seu perfil; e a sistemática comparação dos resultados a serem auferidos a cada período de pesquisa pode revelar modificações passíveis de novos estudos (p.25).

Na visão de Cury (2006) a avaliação museológica é uma vertente de pesquisa que possui visões referentes ao estudo de visitantes e pesquisa de

visitante de museu. É por meio de tais avaliações que se analisam os devidos usos que os públicos fazem das exposições, programas e atividades desenvolvidas uma determinada instituição.

Seguindo essa perspectiva, os estudos de público podem ser alcançados a partir das suas finalidades, que segundo Munley citado por Cury (2005) classifica-se em cinco abordagens:

(...) justificativa do valor da instituição e/ou de seus programas específicos, conjunto de informações para ajudar o planejamento a longo prazo, auxílio na formulação de novos programas, avaliação da eficácia de programas e ampliação geral da compreensão de como as pessoas usam os museus através de processos de pesquisa e construção teórica (MUNLEY, 1986, apud CURY, 2005, p. 371)

Conforme Souza & Silva (1989) afirmam que as primeiras pesquisas realizadas com a finalidade descobrir o perfil do público visitante remonta a Europa e os Estados Unidos dos anos 60 e 70. Tais pesquisas feitas pelos museus de grande porte utilizavam eram sistemáticas, tanto que utilizavam computadores e técnicas e métodos quantitativos das Ciências Sociais. Além disso, esses estudos buscavam revelar além do perfil do visitante de museus, aspectos relacionados às motivações e ao comportamento do seu público. Nesse período, a visão dos museus era estigmatizada, visto como um local exclusivo de acadêmicos e intelectuais, passou a ser relacionada mais ao lazer, diversão e entretenimento do que à possibilidade de ganhos cognitivos. Assim, as visitas aos museus passavam a ser atividades de lazer, atividades estas consideradas como âncoras de identidade, por meio das quais o homem buscar imprimir coerência nas suas atitudes, auto-imagem e estilo de vida.

No cenário brasileiro, no que tange aos estudos de público em 1975, a Associação dos membros do ICOM (Conselho Internacional de Museus) realizou no Real Gabinete Português de Leitura no Rio de Janeiro o primeiro Seminário Brasileiro sobre Análise do Comportamento do Visitante de Museus, quando se discutiu pela primeira vez as pesquisas de público em museu em solo brasileiro.

Por fim, diante do que foi exposto, conclui-se que ainda são poucas as pesquisas de público feitas no Brasil. No entanto, conhecer e avaliar o público

conforme já ressaltado é de suma importância para que os museus planejem suas atividades e atendam melhor o seu público.

1.6.1 Principais Métodos de Avaliação Museológica

Os principais métodos utilizados para a avaliação museológica que são questionários, as entrevistas, as reuniões de grupo e os livros e caixas de comentários (GUAPO, 2010).

1.6.1.1 O questionário

Os questionários, atualmente, são vistos como uma das mais importantes técnicas disponíveis para a coleta de dados em pesquisas sociais. Neste sentido, Carlos Gil (1999) define questionário como sendo uma:

[...] técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo como objetivo o conhecimento de suas opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc. (GIL, 1999, p.124).

Como qualquer outro instrumento de coleta de dados, o questionário possui vantagens e desvantagens. As vantagens do uso do questionário conforme Gil (1999, p. 125) são:

- a) Atingir grande número de pessoas, mesmo que estejam dispersas numa área geográfica muito extensa, já que o questionário pode ser enviado pelo correio;
- b) Redução de gastos com pessoal, já que o questionário não exige o treinamento especializado dos pesquisadores;
- c) Garante o anonimato das respostas;
- d) Aceita que as pessoas o respondam no momento em que julgarem mais conveniente para elas;
- e) Não expõe os pesquisados à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado.

Além das vantagens, o questionário é um instrumento de coleta de dados que possui suas limitações, conforme Gil (1999, p.130):

- a) Excluem as pessoas não alfabetizadas, fato que em determinadas circunstâncias, conduz a graves deformações nos resultados da pesquisa;
- b) Impede o auxílio ao informante quando este não entende corretamente as instruções ou perguntas feitas;
- c) Impede o conhecimento das circunstâncias em que foi respondido, o que pode ser importante na avaliação da qualidade das respostas;
- d) Não oferece a garantia de que a maioria das pessoas devolva-o devidamente preenchido, o que pode implicar a significativa diminuição da representatividade da amostra;
- e) Envolve, geralmente, número relativamente pequeno de perguntas, porque é sabido que questionários muito extensos apresentam alta probabilidade de não serem respondidos;
- f) Proporcionam resultados bastantes críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significado diferente para cada sujeito pesquisado.

Conforme Richardson (1985), os questionários cumprem pelo menos duas funções. A primeira é descrever as características e, a segunda é medir determinadas variáveis de um grupo social. Assim, por meio do questionário pode-se observar as características de um indivíduo ou de um grupo. Por exemplo: sexo, idade, estado civil, etnia, religião, escolaridade, preferência política etc. Essa descrição adequada das peculiaridades de um grupo beneficia, não somente a análise a ser feita por um pesquisador, mas também pode auxiliar outros especialistas, tais como planejadores, administradores dentre outros.

Os questionários não têm um limite de perguntas, isso pode variar conforme as intenções do pesquisador. Richardson (1985) ressalta que há duas classificações de questionários mais utilizadas. A primeira é determinada pelo tipo de pergunta feita aos entrevistados, com questões abertas e questões de múltipla escolha. A segunda é pelo modo de aplicação do questionário, que pode ser por contato direto ou por correio.

1.6.1.2 A entrevista

A entrevista é um instrumento de coleta de dados que pode ser conceituada como um processo de interação social entre duas pessoas: o entrevistador e o entrevistado. A figura do o entrevistador representa aquele que deseja obter informações por parte do outro, o entrevistado. Este por sua vez, o entrevistado é aquele que se dispõe a passar as informações solicitadas. As informações são obtidas por meio de um roteiro de entrevista, o qual consta de uma lista de pontos ou tópicos previamente estabelecidos conforme o tema central. O processo de interação da entrevista abrange o entrevistador; o entrevistado, a situação da entrevista, o instrumento de captação de dados, ou roteiro de entrevista (HAGUETTE, 1987).

A entrevista é o momento em que o sujeito se revela de modo subjetivo no processo de coleta de dados. Por isso, a situação da entrevista que podem levar os entrevistados a um estado de nervosismo e ansiedade. Neste sentido, González Rey (2002) apresenta um elemento importante a considerar sobre a quando nos fala que:

A condução rígida de uma entrevista e a pouca simpatia de quem a aplica fazem o sujeito entrevistado se sentir como um estranho em relação ao pesquisador, o que leva a um formalismo na realização da entrevista, limitando as expressões das emoções e reflexões mais íntimas do sujeito e empobrecendo a informação. [...] Não se deve usar a entrevista na perspectiva qualitativa como um instrumento fechado, em que a resposta seja utilizada como unidade objetiva de análise. A entrevista, na pesquisa qualitativa, tem sempre o propósito de converter-se em um diálogo, em cujo curso as informações aparecem na complexa trama em que o sujeito as experimenta em seu mundo real.

Conforme Patrício (1999), assim como a entrevista pode expressar um momento de perguntar e ouvir respostas, ela pode ir além, tornando-se um encontro de diálogo reflexivo, que pode ser subsidiada por instrumentos específicos à situação estudada.

1.6.1.3 As reuniões de grupos

Segundo Krueger (1988 apud GUAPO, 2010), as reuniões de grupos podem ser definidas como discussão de grupo, composta por sete a dez pessoas,

cuidadosamente planejada e concebida para obter percepções relativas a uma área de interesse específica, num ambiente descontraído. Nesse sentido, um entrevistador qualificado deve liderar e moderar, a discussão do grupo. A autora ressalta que este grupo deve ser composto por pessoas totalmente desconhecidas umas das outras, para que haja imparcialidade. Durante as reuniões de grupo os membros influenciam-se uns aos outros na medida em as ideias vão sendo expostas, podendo comentar as opiniões já emitidas por outros participantes.

Além disso, uma das características da reunião de grupo é que neste tipo de discussão os participantes são apenas incumbidos de prestar atenção às percepções dos produtos e serviços, sem ter a obrigação de chegar a um consenso ou tomar qualquer tipo de decisão. Outro ponto a ressaltar é a função do investigador nesse método que é a de moderar, ouvir, observar e eventualmente analisar usando o processo indutivo (KRUEGER, 1988 apud GUAPO, 2010),

A técnica avaliativa da reunião de grupo possui muitas vantagens já que leva em consideração as situações de vida real e o ambiente natural em que são colocados os participantes, a flexibilidade, a rapidez na obtenção de dados. Além disso, o autor ressalta que é uma técnica que possui baixo custo. No entanto, mesmo tendo inúmeras vantagens, possui certas limitações, a citar: um menor grau de controle da situação pelo investigador, se comparado com as entrevistas; a dificuldade de análise dos dados recolhidos; a necessária especialização do moderador; e a dificuldade em reunir os participantes (KRUEGER, 1988 apud GUAPO, 2010).

1.6.1.4 Livro e caixas de comentários

Os livros e caixas de comentários (de sugestões), conforme Guapo (2010) representa um método avaliativo simples e pouco custoso para coletar opiniões a respeito de diversos serviços de uma instituição, inclusive, museológica. No que concerne à caso da caixa de comentários, o anonimato é uma vantagem porque leva os visitantes a exprimirem a sua crítica de forma autêntica.

A autora ressalta que quando se pensa em aplicar este tipo de técnica é importante levar em consideração o local e a comodidade para o visitante. Neste

sentido, os livros ou caixas de sugestões devem estar em lugares apropriados, visíveis e que garantam as melhores condições para o seu preenchimento pelos visitantes.

Os livros e caixas de comentários são métodos que exigem dos visitantes competências literárias mínimas, mas por outro lado, exigem uma maior atenção do investigador deve estar consciente que esta ferramenta permite a auto-seleção dos comentários e que nem sempre é possível extrair dados significantes (RENAISSANCE SOUTH EAST, 2010 apud GUAPO, 2012).

2 ABORDAGEM METODOLÓGICA E APLICAÇÃO DOS INSTRUMENTOS

A metodologia, segundo Demo (1995), é o modo pela qual se pode construir conhecimento. Dessa maneira, o objetivo da ciência é tratar a realidade teórica e prática pra atingir esse objetivo.

A metodologia pode ser vista basicamente em duas vertentes mais típicas. Mais usual é aquela derivada da teoria do conhecimento e centra-se no esforço de transmitir uma iniciação aos procedimentos lógicos do saber, geralmente voltada para a questão da casualidade, dos princípios formais de identidade, da dedução e da indução da objetividade (DEMO, 1995, p. 76).

Este estudo trata-se de um estudo exploratório, que segundo Gil (1999) tem como finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias. Envolve levantamento bibliográfico sobre o tema e entrevistas com pessoas que tiveram experiência com o tema aqui abordado. “Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 1999.p.43).

Segundo Gil (1999) as pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar uma visão geral sobre determinado fato, sendo realizadas de maneira especial quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas a respeito do mesmo. Já os estudos descritivos têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Assim, o estudo descritivo-exploratório mostra-se um método apropriado para alcançar os objetivos propostos.

2. 1 CAMPO DE ESTUDO: O MUSEU ANTARES DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

O local da realização desse estudo foi a cidade de Feira de Santana, surgida de uma homenagem de Ana Brandoa e Domingos Barbosa em sua fazenda Olhos D'água a Senhora Sant'Anna, elevada a categoria de vila e depois a cidade no final de século XVIII, em 16 de junho de 1873, tendo nesta época sua economia

baseada numa feira livre e comércio de gado. Hoje Feira de Santana é a segunda maior cidade do Estado e seu privilegiado entroncamento rodoviário, facilitou vinda de indústrias que movimentam ainda mais o comércio e a economia local (POPPINO, 1968).

A instituição pesquisada é o Museu Antares de Ciência e Tecnologia (MACT), fundado em 2009, nas dependências físicas do Observatório Astronômico na cidade de Feira de Santana, Bahia.

O Observatório Astronômico Antares nasceu de um sonho de um jovem visionário aficionado por astronomia, em 25 de setembro de 1971. Augusto César Pereira Orrico criou o Observatório. Até o dia 28 de agosto de 1992 a instituição não pertencia ao poder público, só então a partir desta data que integrou Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS) por meio da resolução 02/92 e com isso iniciou oficialmente seus trabalhos de pesquisa de natureza científico-acadêmico (UEFS, 2013).

Ao longo do tempo e com a mudança de gestão da UEFS e do próprio Observatório, nasce em 2003 a oportunidade de criação de um Museu de Ciência e Tecnologia por meio dos projetos PECS: Educação, Ciência e Sociedade, apoiado pela Fundação *Vitae* para a educação científica, e Ensino de Ciências nas Escolas pelo CNPq. No entanto, o espaço de memória tão desejado por aqueles que o idealizaram só foi inaugurado seis anos mais tarde, em 24 de Setembro de 2009, através do apoio recebido da administração superior da UEFS (UEFS, 2013).

A criação do projeto do MACT vem do mesmo modo pautada nos resultados apresentados na última pesquisa nacional sobre Percepção Pública da Ciência e Tecnologia, produzida entre os dias 25/11 e 09/12 de 2006, pelo Departamento de Popularização e Difusão da Ciência e Tecnologia; órgão da Secretaria de Ciência e Tecnologia para a Inclusão Social do Ministério da Ciência e Tecnologia, onde foi notado que o Observatório Astronômico Antares alcançou 2% de participação dentre as diversas instituições que se dedicam a fazer pesquisa científica no Brasil, de acordo com o perfil avaliado levando em conta o interesse, o grau de informação, as atitudes, visões e conhecimento que os brasileiros têm da Ciência e Tecnologia (UEFS, 2013).

Ressalta-se que ao longo destes quase quatro anos de trajetória o Museu Antares de Ciência e Tecnologia em conjunto com Observatório Astronômico Antares (OAA) vem cada vez mais tomando corpo e somando funções para se tornar ainda mais uma instituição museal com maior visibilidade e importância não apenas em âmbito local, mas regional e nacional, por meio da incorporação de um quadro interdisciplinar de funcionários, bem como a implementação de um circuito expositivo externo, implantação de laboratórios para o ensino de química, física e biologia voltado para o ensino fundamental e médio e aquisição, aproximadamente, e de quatrocentos e cinquenta objetos para o seu acervo através de doações e compras por financiamentos de projetos.

Como os museus de tecnologia e ciência apresentam objetos por si só intrigantes criam uma atmosfera de curiosidade aos visitantes. No Museu Antares o visitante tem a liberdade para observar os equipamentos, isso faz com que ele muitas das vezes busque os monitores para pedir explicações sobre o que ele está observando, para que possa compreender melhor o que está exposto, difundindo ciência e promovendo aprendizado.

O Museu Antares segue um trabalho cronológico em suas exposições. A primeira exposição do Museu é intitulada por Planeta Terra: Eras e épocas sendo ela composta por cinco exposições que retratam as modificações do ambiente, desde o Big Bang até os dias atuais. Nela os visitantes têm o privilégio de conhecer a história do Big Bang, a origem dos minerais e a utilização dos mesmos no dia a dia e como é feita a sua extração, neste espaço também encontramos uma réplica do Meteorito Bendigo que foi encontrado no sertão da Bahia em 1784.

A segunda exposição é composta da fauna e a flora do planeta na Era Mesozóica com o parque Dinossauros e Pterossauros do Brasil, apresentando diversos animais dessa época, com isso os visitantes aprendem sobre a origem do homem e dos mamíferos gigantes que coexistiram no planeta antes dos primeiros homínídeos que aqui existiram.

A terceira exposição levanta um grande debate sobre a ação do homem para com o ambiente, é que uma das teorias existentes nos mostra que a extinção de alguns desses mamíferos pode ter ocorrido com o auxílio da ação predatória do homem.

A quarta exposição é intitulada por uma alegoria da Stonehenge e a quinta traz a conquista espacial. A quinta e última é composta pelo Espaço Natureza que apresenta os biomas baianos (costeiro, mata atlântica, caatinga e cerrado). Neste espaço é apresentado aos visitantes às características geográficas, geológicas, além da fauna e da flora de cada bioma.

É partir dessa apresentação que o público tem a oportunidade de analisar a ação do homem ao meio ambiente. O MACT trabalha diariamente com o público, ele ainda possui um auditório com capacidade para 60 pessoas, composto por uma grande tela de projeção onde são ministrados, curso, palestras e seminários, utilizando do projetor que capta imagens ao vivo de satélites, programas informatizados e exibição de fitas de vídeo.

O Museu Antares em parceria com o Observatório promove sessões públicas de visitação, guiadas por monitores (alunos da UEFS), direcionadas ao sistema educacional e à comunidade em geral. O equipamento que, mas se destaca é o Planetário, um instrumento óptico, mecânico e eletrônico, que possui uma projeção do céu artificial como num cinema, oferecendo uma visão privilegiada das estrelas, do sol, da lua, dos planetas, constelações simulações de eclipse, movimentação do sol durante o dia, durante as estações do ano entre outros fenômenos.

Assim sendo, o Museu Antares está inserido no contexto de uma instituição museal, pois o mesmo tem por objetivo guardar, colecionar e recolher e preservar documentos. As instituições particulares que agendam suas visitas pagam uma taxa de R\$ 2,50 por aluno, já os alunos de instituições públicas entram gratuitamente. O agendamento é feito por telefone, para visitas durante a semana, nos finais de semana não há agendamento. Ressalta-se que o horário do expediente é de segunda a sexta-feira, em horário comercial.

2.1.1 A composição do Museu Antares de Ciência e Tecnologia

O MACT é composto por uma equipe de Museólogo, Analistas e Técnicos Administrativos, Biólogos, Economistas, Coordenadores, Topógrafo, Seguranças, estagiários e monitores, dentre outros. Como essa instituição foi fundada e é gerida pela Universidade Estadual de Feira de Santana, sua gestão e coordenação é

designada pelo Reitor, assim sendo, o corpo colaborador do MACT de acordo com a gestão Mais UEFS (2007-2011):

- Reitor: Prof. Dr. José Carlos Barreto de Santana;
- Vice-Reitor: Prof. Dr. Genival Corrêa de Souza;
- Diretor do Observatório Astronômico Antares: Dr. Paulo César da Rocha Poppe;
- Coordenadora de Ensino e da Especialização: Dra. Vera Aparecida Fernandes Martin;
- Administradoras: Andréia Borges Andrade e Thauane Lima de Souza
- Administrador do NUSERE: Núcleo de Sensoriamento Remoto, Antônio César Oliveira Azevedo;
- Topógrafo: Dejair Lobo dos Santos;
- Biólogas: Carolina Cerqueira e Saladina Amoedo Athayde;
- Economista: Profa. Esp. Elízia Priscila Souza de Oliveira;
- Museóloga: Lise Marcelino Souza;
- Coordenador do Clube de Astronomia Amadora: Prof. Esp. José Carlos Silva dos Santos;
- Agendamento de Visitas: Regesilene Silva de Oliveira.

2.2 FASE DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Para a coleta de dados, as técnicas utilizadas por melhor se adequar aos objetivos da pesquisa, foram a análise dos livros de registros de visitas do MACT, entrevistas estruturadas aplicadas em populares que residem em no entorno do museu e questionário aplicado em alunos de duas escolas no bairro que o museu está instalado.

A coleta de dados aconteceu em diferentes momentos. O primeiro momento se deu por meio do uso da entrevista estruturada no período de 01 a 09/09/11. As entrevistas foram feitas com populares que residem no entorno do Museu Antares. Os entrevistados foram escolhidos aleatoriamente, o critério para participação era ser morador do entorno e ter mais de 12 anos de idade. Essa entrevista foi utilizada com o objetivo conhecer um pouco da comunidade que circunda o museu, saber se esta comunidade era visitadora. Ao todo foram feitas 70

entrevistas utilizando o questionário no Apêndice A. Optou-se pela entrevista porque os populares poderiam negar a responder o questionário de próprio punho.

O segundo momento foi de análise dos livros de registros de visitação do Museu Antares que ocorreu no período entre 20 de março a 19 de abril de 2013. Os livros analisados são dos anos de 2009 até o mês de abril de 2013. No entanto, as informações dos livros de registros não foram suficientes para responder aos objetivos da pesquisa, por isso houve nova coleta de dados.

No terceiro momento da pesquisa houve nova coleta de dados com alunos que já visitaram o museu. Como no Museu Antares há o registro das agendas de visitas, buscou-se uma escola que já havia visitado a instituição. A proposta era conhecer o público, traçar um perfil e sugerir propostas de melhorias, bem como fazer uma avaliação do museu. Assim, o contato com a escola foi feito e agendou-se a visita para a aplicação dos questionários que foi aplicado no dia 02/04/13 com 30 alunos do ensino médio. Utilizou-se o mesmo questionário (Apêndice A) por conter informações que correspondiam aos objetivos propostos.

Alertou-se aos sujeitos da pesquisa que como se tratava de uma pesquisa sem fim lucrativo, o mesmo não receberia nenhum tipo de remuneração, que a identidade seria mantida em sigilo e os dados pessoais jamais seriam associados à sua identidade, mesmo quando houvesse a publicação dos resultados deste estudo. Advertiu-se também que era permitido não participar, se caso não quisesse. A aplicação dos questionários de pesquisa de público foi desenvolvida com tranquilidade, os visitantes demoraram cerca de cinco a 8 minutos para responder as perguntas. Muitos demonstraram entusiasmo em participar do estudo.

A análise de dados pode abranger, segundo Gil (1999), três fases distintas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados obtidos e sua interpretação.

Assim, o processo de análise ocorreu em três etapas. O primeiro momento foi o da pré-análise, onde foi feita uma ordenação dos dados e seleção do material que iria ser utilizado. Na segunda fase, houve a classificação dos dados revelados durante a coleta. No terceiro e, último momento da pesquisa, foi feita a análise dos dados e o confronto com a revisão de literatura. Os dados serão apresentados na próxima sessão.

É importante ressaltar que este estudo foi embasado nas diretrizes legais que respaldam a pesquisa envolvendo seres humanos, como estabelecido na Resolução nº. 196/96, do Conselho Nacional de Saúde (CNS) com base nos princípios da autonomia, circunscrita à dignidade humana, da não-maleficência, da beneficência e da justiça.

3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Nesta seção, se inicia a análise e a discussão dos resultados do estudo. Na sequência, discorre-se sobre os resultados encontrados na análise dos livros de registros e os questionários e entrevistas realizadas. Na seção subsequente, traz-se a discussão dos resultados, confrontando-os com o referencial teórico apresentado.

3.2 LIVROS DE REGISTROS DE VISITAS

Em 2009, o Museu Antares não fez um controle da visitação. Foi possível perceber não havia um livro de registro, que os visitantes não assinavam, nem mesmo aqueles que agendavam visitas ou aqueles vindos de excursões de outras cidades, sendo assim, não se tem um número preciso de visitantes neste ano de inauguração. Em 2010, a situação é a mesma: visitas feitas sem controle, resultando em imprecisão e/ou inexistência de dados.

No ano de 2011 foram implantados melhorias no museu e como parte desse projeto houve a reforma do parque dos Dinossauros “Era do Gelo”, a organização da sala de Exposição Espaço Natureza, porém não havia um controle de visitação, os dados desse ano são imprecisos. Não havia um livro, mas uma pasta onde se guardavam as folhas de frequências. Essas folhas registravam apenas a data e nome do visitante.

A partir de 2012 houve controle da visitação, no entanto, esta somente foi feita a partir do mês de abril. Isso porque como o Museu pertence à UEFS, no período de férias (de janeiro a abril) tanto de alunos quanto da maioria dos funcionários, a instituição permanece aberta ao público, mas não há agendamento para visitas. Assim, não há visitas guiadas, mas visitas aleatórias.

Os registros analisados apontaram que no ano de 2012 o MACT recebeu 2.870 (dois mil oitocentos e setenta) visitantes. Foi notório que o número de visitação é oscilou entre 70 e 1.131, sendo que o menor número ocorreu no primeiro semestre e os maiores índices no segundo semestre.

Salienta-se que em alguns meses o número de visitação é maior devido a uma programação especial que a instituição promove, como por exemplo, em maio

onde ocorreu a Semana de Museus houve um percentual alto de visitantes, alcançando o número de 681 visitantes.

No período entre outubro e novembro também se percebe este aumento devido ao evento promovido pela instituição, a Primavera de Museus (época em que acontecem vários eventos na instituição atraindo assim, muitos visitantes). Os dados dos números de visitantes do ano de 2012 podem ser conferidos na Tabela 01, a seguir:

Tabela 01: Número de visitas em 2012

Mês	Quantidade de visitantes
Janeiro a Abril	Férias Escolares
Maio	681
Junho	423
Julho	139
Agosto	184
Setembro	206
Outubro	1131
Novembro	171
Dezembro	70
Total	2.870

Fonte: Dados da pesquisa

A análise dos livros de visitas foi possível depreender que a maioria dos visitantes do MACT entre o período de 2009 a 2013 é do sexo feminino, sendo 53% e masculino 41% e, não informado, 6%.

O estudo dos dados mostrou que a maioria dos visitantes era estudantes, sendo 65% e visitantes aleatórios 35%. Destes 61% eram alunos da rede pública de ensino e 39% da rede privada. O número de escolas públicas estaduais alcança 38% e a rede municipal, 62%. Ressalta-se que das escolas particulares, a maioria era do ensino fundamental 69% e do ensino médio, 21%. Destes escolares visitantes do MACT, a maioria era do município de Feira de Santana 68% e de outros municípios baianos, 22%. Além disso, notou-se que das escolas públicas visitadas, a maioria é do próprio município e das particulares, de cidades circunvizinhas. Conforme figura 01, a abaixo:

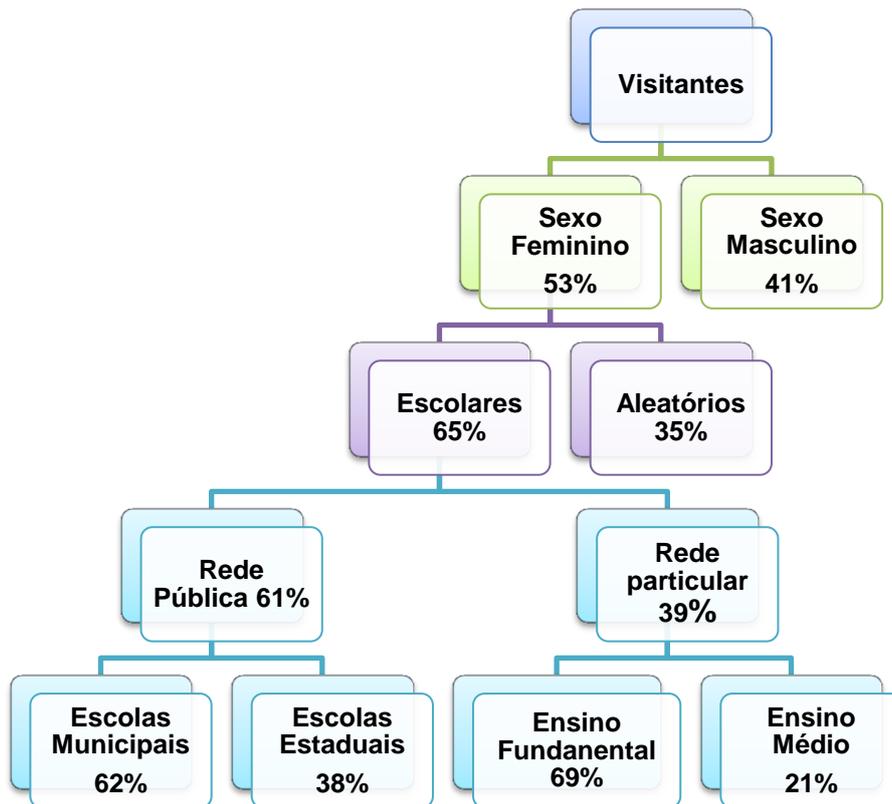


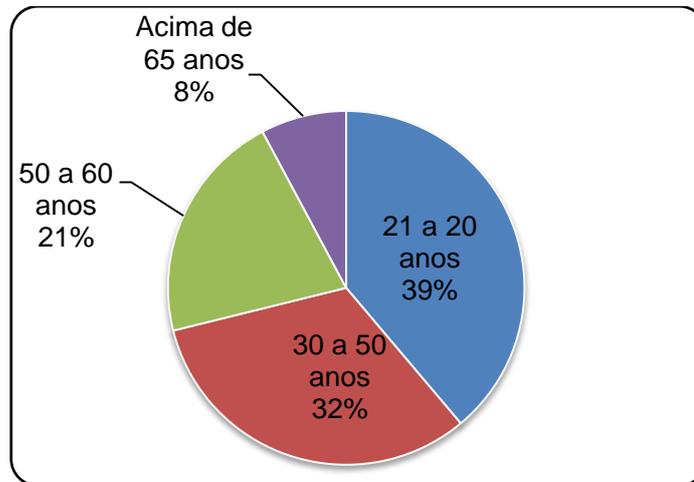
Figura 01 - Perfil dos visitantes, 2012

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Ressalta-se que nos registros não constam informações como idade, escolaridade e profissão, mas pelo grande número de visitantes serem estudantes de escolas municipais e estaduais, supõe-se que a faixa etária está acima de 7 anos de idade, ou seja, de crianças que já possuem a competência da leitura. Observou-se somente a presença de três escolas do ensino infantil na agenda de visitas, o que pode comprovar essa afirmação.

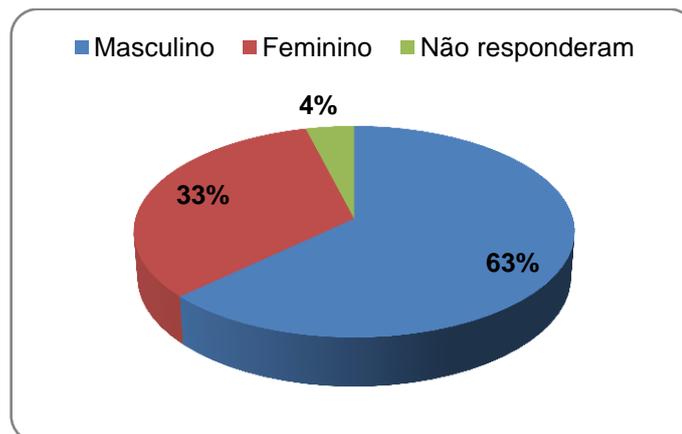
3.2 QUESTIONÁRIOS APLICADOS A ESTUDANTES E POPULARES

A população de visitantes e de moradores do entorno do Museu Antares de Ciência é composta por, especialmente, crianças e jovens. A maioria dos entrevistados, 35% estão entre a faixa dos 12 aos 20 anos, 29% entre os 30 aos 50 anos, 19% de 50 a 65 anos, conforme o gráfico 01. Nota-se a presença, ainda discreta, de pessoas com idade superior aos 65 anos de idade. Ainda, a análise dos dados revelou que o visitante mais velho tinha 93 anos.

Gráfico 01: Faixa etária dos participantes

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Os dados da pesquisa, no que tange ao sexo dos entrevistados, revelaram que a preponderância pertencia ao sexo feminino com 63%. Em minoria, conforme o gráfico 02, vem o sexo masculino, com 33%. Notou-se que esse item não foi respondido por alguns entrevistados, que representam 4%.

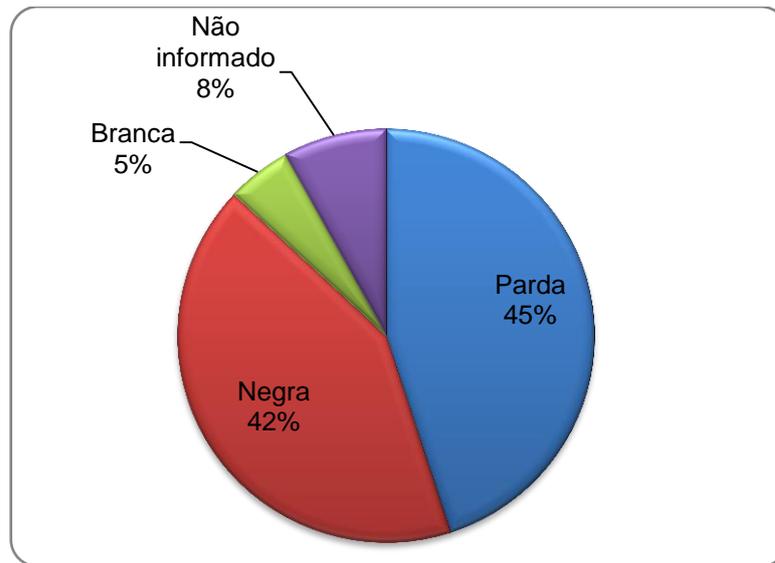
Gráfico 02: Sexo dos entrevistados

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

A respeito da escolaridade, os resultados mostram, conforme o gráfico 03, que 29% dos participantes possuem o ensino fundamental, 45% o médio (completo e/ou incompleto), 15% o ensino superior (completo e/ou incompleto), 7% não-

alfabetizados e 3% dos entrevistados não responderam ou não quiseram opinar sobre item. Já no que tange à cor da pele, a maioria se considerou que tem a cor da pele parda 45%, negra 42%, da cor branca 5% e não responderam esse item 8%.

Gráfico 03: Cor da pele dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Já no que concerne ao estado civil, a maioria era solteira sendo 48%, casados 45%, viúvos 2% e não responderam 5%. Por sua vez, Em relação à profissão, muitas foram citadas. A tabela 02, abaixo apresentada, revela as respostas obtidas dos participantes.

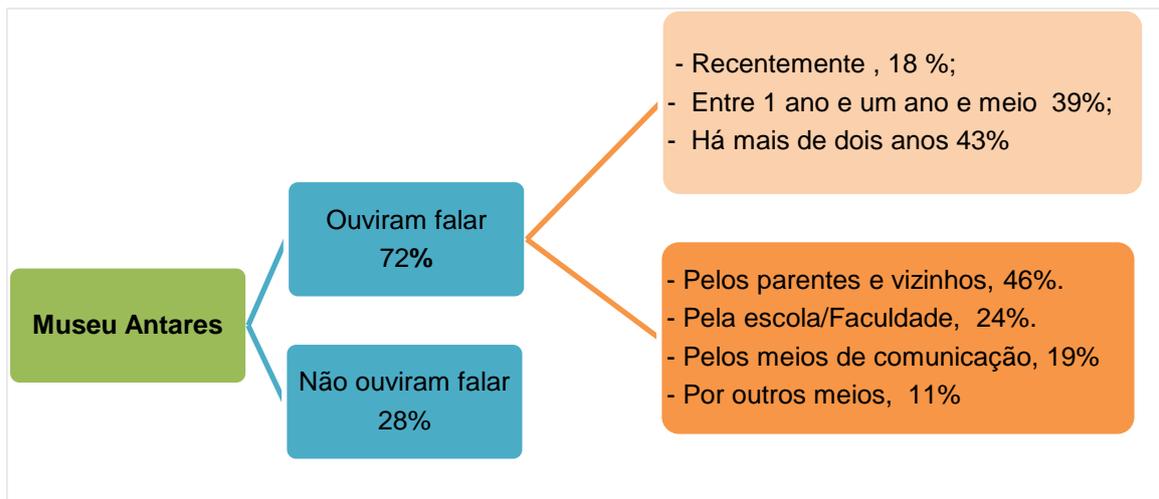
Tabela 02: Profissões dos participantes

Profissão	Número de respostas
Aposentado	9
Autônomo	6
Auxiliar de enfermagem	1
Cabeleleira	1
Comerciante	2
Costureira	2
Doméstica	9
Dona de casa	18
Estudante	51
Pintor	1

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Quando perguntado aos entrevistados se eles já ouviram falar sobre o Museu Antares, obtiveram-se as seguintes respostas: a maioria respondeu que sim (72%) e não (28%). Dos que responderam sim, 18% afirmou que ouvir falar do museu recentemente (menos de seis meses), 39% responderam que ouviu falar há mais de um ano (entre um ano e um ano e meio) e 43% há mais de 2 anos. Também foi perguntado por qual meio a pessoa havia escutado falar do Museu Antares. Os entrevistados responderam que conheceram por meio da escola ou faculdade 24%, por meio de amigos, parentes e vizinhos 46%, pelos meios de comunicação 19%, outro meio 11% (cartaz, panfleto, lista telefônica, passaram em frente ao local). A figura 02, abaixo, apresenta em resumo os dados das questões 01 e 02.

Figura 02: Categorias das respostas 01 e 02



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Quando perguntado se já haviam visitado o Museu Antares, 57% responderam sim e 43% não. Dos que responderam sim, continuou-se as perguntas e dos que responderam não, avançou-se até a questão 09.

Assim, dos que responderam que visitaram o museu, tem-se as seguintes respostas conforme as várias categorias:

a) Última visita ao museu: menos de um ano 48%; há mais de dois anos 29% e 23% não responderam ou não lembravam exatamente.

b) Companhia na visita ao museu: 41% foram em grupo com a escola ou faculdade, 39% com amigos ou parentes, 12% sozinhos e 8% responderam outros.

c) Agendamento de visitas: 52% sim e 48% não.

d) Atendimento na visita: 64% julgaram bom, 18% ruim, 8% ótimo.

e) O que mais te chamou a atenção na visita. Aqui foram dadas várias respostas que foram divididas em subcategorias: estrutura física (o planetário, a conservação e manutenção dos objetos, dos equipamentos), a exposição (os dinossauros, os animais, o solo lunar, as plantas, os filmes) o atendimento (a educação dos funcionários), e, o conforto (banheiro limpo, bebedouro, ar condicionado).

Quando perguntado sobre o conhecimento de outros museus em Feira de Santana, 51% afirmaram conhecer outras instituições museológicas e 49% negaram. Dos que responderam sim, citaram as seguintes instituições: Museu Casa do Sertão, Museu Parque do Saber, Galeria de Arte Carlo Barbosa (CUCA) e o Museu de Arte Contemporânea.

Sobre a visita a outros museus 41% dos entrevistados responderam sim e, 59% não. E, por fim, quando perguntado sobre as sugestões de temas que o Museu Antares deveria tratar, somente 43% responderam a essa questão, enquanto que 57% não responderam. Das que responderam, uma série de respostas foram dadas, variando os temas que vão desde astronomia, animais, quadros, até dinheiro, conforme a tabela 03, a seguir.

Tabela 03: Temas propostos para novas exposições

Temas	Número de respostas	Temas
Animais	7	Corpo Humano
Antiguidades	4	Instrumentos Musicais
Arquitetura	2	Dinheiro
Brinquedos	2	Novas invenções
Estátuas	2	Vídeo games
Evolução dos objetos	2	Moda
Fotografias	2	Curiosidades
Mulheres heroínas	1	Outros países

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Por fim, os dados analisados, tanto dos registros de controle de visitas bem como os questionários aplicados a alunos e populares que moram no entorno do museu, permitiram traçar um breve perfil dos visitantes. Foi possível depreender que o visitante do MACT possui menos de 20 anos, está estudando, é de cor parda, estuda em escola pública, mora em Feira de Santana, conhece outros museus, faz visitas em grupo, geralmente vai com a escola e avalia o acolhimento do museu como bom. A figura 03 abaixo representa o esse perfil:

Figura 03: Perfil do visitante do Museu Antares de Ciência e Tecnologia



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

3.3 DISCUSSÃO DOS DADOS

A análise dos dados da pesquisa mostrou que, inicialmente o Museu Antares de Ciência e Tecnologia não tinha um livro de frequência, somente um pasta

com folhas avulsas registravam o nome do visitante e a data da visita. No entanto, além de ser ineficiente esta tentativa de registro, não havia um local específico para o arquivamento dessas informações.

O atualmente existe um livro de registro de controle de visitantes, mas esse possui poucas informações e, além disso, não há um incentivo por parte dos funcionários para que os visitantes o assinem. No entanto manter livro de registro de visitantes contendo informações básicas que permitam desenhar um perfil dos visitantes na instituição é essencial.

Além disso, os números de visitas devem ser transformados em dados estatísticos e, estes passados ao órgão competente, conforme o Estatuto dos Museus no Art. 36: “As estatísticas de visitantes dos museus serão enviadas ao órgão ou entidade competente do poder público, na forma fixada pela respectiva entidade, quando solicitadas”. (BRASIL, 2009).

Foi possível constatar, no desenrolar da pesquisa, que a origem social dos visitantes do Museu Antares é formada, em geral, por pessoas que pertencem à camadas de média e baixa renda. De igual modo, constatou-se que os sujeitos com maior grau de escolaridade, ou seja, com nível superior incompleto ou superior completo representam uma minoria no grupo participante da pesquisa. Tais dados revelam a ideia de um museu voltado às elites.

A pesquisa apontou que a maioria das pessoas mais jovens que moram no entorno do Museu Antares era visitante, já os mais velhos, não. Ou seja, vizinhos mais velhos do bairro constituiu o número de não visitantes. Esses dados revelaram que os entrevistados não tinham interesse, que não sabiam o que era um museu, que aquele lugar não lhes pertencia, devido a grandiosidade do local ou que criam que aquele espaço era para jovens.

Esse fato foi comprovado por Tardoque (2012, s/p.) quando afirma que:

Comumente, pessoas humildes e simples não entram em museus por entender que estes, devido à grandiosidade da arquitetura que não os refletem ou pela imagem de um lugar elitizado que não lhes pertence, evitam até de passar pela porta de entrada das instituições. É necessário que as ações do museu estejam bem além das suas portas, entendendo o seu entorno como parte do seu interno. Buscar frequentemente a relação com a comunidade para que ela própria traga para dentro do museu aqueles que estão fora dele,

estabelecendo uma relação que leve ao entendimento daquele espaço e ao mesmo tempo, apreendendo, assimilando e disseminando também o espaço comum deste visitante, é fundamental. Mas isso pode somente ocorrer quando a estrutura humana atua como mediadora.

Canedo (s.d, p 04) afirma que “as atividades culturais acontecem mais próximas de onde as pessoas vivem, nos seus espaços de origem”. No entanto, conhecer as pessoas que rodeiam o museu é de suma importância para atrair esse não-público, acabando com este mito de que o museu não é para todos, mas somente para intelectuais, pessoas abastadas ou jovens. Além disso, essas informações devem ser levadas em conta na hora do planejamento das atividades e da divulgação do museu, que deve, além de explorar ferramentas que possibilitem uma maior aproximação com o público local, especialmente, o seu bairro e a vizinhança, cumprir o que o Art. 35, do Estatuto de Museus afirma: Os museus caracterizar-se-ão pela acessibilidade universal dos diferentes públicos, na forma da legislação vigente.

A nova Museologia traz um paradigma que desloca o conceito de museu, do edifício para o território e do público para a comunidade, derrubando os muros e abrindo espaço para que, tanto museus como museólogos sejam sujeitos sociais que interfiram na comunidade (VÍTOR, 2005). Mas não é isso que os resultados apontaram. Então, para mudar essa concepção são necessárias ações que aproximem a comunidade do museu, envolvendo todos os públicos, crianças, jovens e adultos. Nessa perspectiva, Guapo (2010) afirma que

O museu é também destacado como veículo de comunicação de ideias e conhecimento com o público em geral. Devendo preparar-se para estar aberto à comunicação com qualquer indivíduo que o visite, independentemente da sua idade, gênero, religião, etnia, habilitações literárias, entre outros. Pois estes são espaços públicos nos quais é possível através do “prazer” da aprendizagem construir uma sociedade baseada no conhecimento (p.22-23)

Sobre a universalidade dos museus, Tavares explica que:

O museu deve ir para além de suas portas e interferir, ideologicamente, na percepção que a população tem de si mesma, da cultura que produz no seu cotidiano para que, assim consciente, possa exercer com plenitude a cidadania (2005, p.49).

Os resultados apontaram que o perfil dos visitantes do museu é, em sua grande maioria composta por escolares, que visitaram o museu uma ou duas vezes, em visitas escolares. Essa informação ressalta a importância didático-pedagógica que um museu possui. O contexto do museu engloba a educação não-formal, que é aquela que acontece fora dos muros da escola, incluindo todas as atividades educativas intencionais e sistemáticas desenvolvidas fora do espaço escolar. Nesse olhar, Santos (2002, p.3):

Encurtar, pois, as distâncias entre o ensino formal e não-formal, é urgente e necessário. A vida, o conhecimento construído e reconstruído a cada momento, na vivência do cotidiano, deve ser um referencial essencial para a análise e o enriquecimento da prática pedagógica, proporcionando ganhos significativos para todos os sujeitos envolvidos no processo: professores e alunos dos diversos níveis de ensino, membros da comunidade, pesquisadores, etc.

Sobre essa temática, Chagas (1993, p.13) aponta para a importância pedagógica dos museus, afirmando que tanto professores, bem como os formadores de professores devem atentar que dentro dos museus, especialmente, os de ciência e tecnologia:

Os alunos passam assim a viver experiências que extravasam as paredes da escola, alargando-as a toda a comunidade. Passam também a ter acesso a um maior número e a uma gama mais variada de recursos, não só materiais como humanos, diversificando e enriquecendo os contextos em que a aprendizagem se processa.

Ainda sobre esse assunto, da importância pedagógica dos museus, Leon (apud Guapo, 2010) afirma que o museu instrumentaliza o seu visitante sobre conhecimentos que possibilitarão o desenvolvimento global desse indivíduo. Conforme a citação, a seguir:

O museu mune o visitante de conhecimentos sobre si, sobre o outro e sobre a sociedade que se revelam no desenvolvimento da sua sensibilidade, de suas atitudes vitais, intelectuais e espirituais, tornando-se, deste modo, útil na vida dos indivíduos e comunidades em que se insere (LEON apud GUAPO, 2010).

Neste sentido, pode-se depreender que o Museu Antares funciona como um recurso pedagógico complementar ao ensino formal, especialmente de escola

públicas da região, muitas vezes carentes de recursos. Quando a escola se propõe a visitar uma instituição museológica, ela possibilita que o seu aluno vivencie experiências únicas que jamais poderiam ter em outros ambientes, especialmente no que se refere ao campo das ciências e da tecnologia, muitas vezes distantes do cotidiano do aluno da rede pública de ensino, que em geral, pertence à uma classe social de baixa renda. Sobre a visita de escolas aos museus, Chagas (1993, p. 11) afirma que

Ao ir ao museu, a escola proporciona aos seus alunos o contacto com objetos e a vivência de experiências que, em geral, não fazem parte do universo da escola. Os museus dispõem de recursos físicos e humanos que permitem a construção de ambientes em que o aluno experimenta, em contexto, aspectos concretos de conceitos científicos. Através do ensaio e manipulação de modelos envolvendo quer esses conceitos quer as suas aplicações tecnológicas, os alunos encetam estratégias de pesquisa pessoal das quais resulta melhor compreensão. Objetos quotidianos são vistos sob novos prismas e objetos fascinantes que fazem parte do imaginário do jovem, como por exemplo, a cabine de pilotagem de um avião a jacto, podem tornar-se acessíveis. Ao viverem estas experiências os alunos apercebem-se das relações estreitas que existem entre a ciência e a tecnologia e das implicações que ambas exercem sobre a vida do dia-a-dia.

Por ter um público eminentemente jovem, as visitas geralmente são acompanhadas por professores ou amigos e familiares. Sobre esse assunto Chagas et al. (2010, p. 64) destacam que: “tanto a família como a escola são agentes fundamentais no processo de aproximação de jovens com espaços de cultura, promovendo não só o acesso, mas o estímulo à apropriação destes dispositivos”. Assim, as escolas possuem um papel importante na universalização do acesso aos museus.

Os resultados mostraram que os alunos visitantes do MACT também sabiam da existência de outras instituições museais na cidade e eram também visitantes. Esse dado é importante porque demonstra que esse visitante (estudante) poderá ser um possível público para outras instituições sendo um catalisador de motivação para novas visitas. Além disso, esse dado se revela importante por dois motivos: primeiro a forma de como as pessoas ouviram falar no museu, por meio da escola ou amigos e parentes, ou seja, houve uma propaganda boca a boca favorável, esta pode gerar novas visitas às instituições da cidade;

segundo é, tendo ciência de que o visitante conhece outras instituições pode haver a promoção de ações integradas entre as instituições do município, divulgando assim, cada uma o seu trabalho.

Este estudo também apontou que o público visitante avaliou como bom o acolhimento no Museu Antares, além disso, sobre os aspectos que mais gostou sobressaíram aspectos estruturais, conforto e acolhimento. Sobre a importância de receber bem esse visitante, Tardoque (2012) comenta que todos os envolvidos nos trabalhos de um museu devem contribuir para que dinâmica cotidiana da instituição funcione de modo acolhedor, fazendo com que a experiência museal seja rica e completa, fazendo que os seus visitantes voltem outras vezes. Para que isso ocorra, Tardoque (2012, s/p) ressalta que:

Os agentes de segurança, dispostos não como observadores contumazes de possíveis agressores, mas como pessoas atenciosas e dispostas a orientar tranquilamente o visitante para uma boa e segura visitação. A recepção pode bem mais do que entregar ingressos e dar informa es pragmáticas, atentar ao anseio do visitante, orientando-o de forma cordial, ou mesmo respeitando aquele que não quer ser acompanhado, colocando-se atenta e a disposi o deste. O mesmo ocorre com o educador, ao estar previamente atento ao público que circula pelo espaço, convidando as pessoas a participar do circuito monitorado, com linguagem adequada, colocando-se a disposi o quando o visitante opta por caminhar sozinho, dando a este a certeza de sua presença e disposi o, em caso de alguma informa o.   importante que curadores e museólogos, bem como a equipe técnica possam circular e colocar-se a disposi o dos visitantes, sem distingui-los, tal qual os demais agentes citados anteriormente, podendo estes enriquecer e colaborar significativamente com o ambiente, tendo assim um retorno avaliativo direto da comunidade.

Quando se fala de acolhimento, aqui também se encaixa o recebimento de pessoas com necessidades especiais, conforme Vicky Woollard em Como gerir um museu: Manual prático. Ressalta-se que o Museu Antares não está preparado para atender   diversidade de público: pessoas cadeirantes, com baixa visão, surdos-mudos, com dificuldade de aprendizagem etc. Assim, sendo   necessário que a es sejam tomadas para acolher e atender a todos os visitantes garantindo-lhes o que o artigo 37  da Declara o Universal dos Direitos Humanos diz que “Toda a pessoa tem o direito a tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, a gozar das artes e a participar no progresso científico e nos benefícios que dele resultarem”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como finalidade conhecer o perfil do público visitante do Museu Antares de Ciência e Tecnologia em 2012. Os resultados apontaram que o perfil do público visitante neste ano foi composto de escolares pedagógica do museu.

O Museu Antares, assim como outras instituições de caráter social e educativo deve, constantemente, adotar vários métodos para sensibilizar o seu público, seja no oferecimento de exposições atraentes, seja estreitando os vínculos com escolas e, até mesmo participando de atividades de divulgação científica para ampliar o seu domínio de ação e para contribuir com eficiência para a educação popular, como um todo.

Salienta-se que, no momento em que o museu se democratiza, ele sai de sua posição de “inalcançável” para se colocar mais próximo do público. Acredita-se que esse estudo pode fornecer elementos importantes para haja um planejamento de ações que compatibilizem os objetivos do museu com seu público mais frequente, o escolar. Além disso, se os Museus “estão a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento” e são abertos ao público eles devem atender aos anseios do seu público.

Assim, deixa-se como sugestão que o Museu Antares de Ciência e Tecnologia estabeleça parcerias que favoreçam o estabelecimento de uma relação museu-escola mais proveitosa, mas que, também promova suas ações para alcançar o seu não-público, especialmente as pessoas que moram no seu entorno. Além disso, outra proposta é fazer a divulgação do seu trabalho por meios de comunicação de massa (TV, jornal, outdoors, sem esquecer de manter a qualidade do acolhimento, já que este, satisfeito, faz a propaganda mais eficiente que existe, a boca a boca.

Outra sugestão é elaboração um livro controle de visitas mais eficiente e didático, capaz de extrair dados que venham a conhecer o perfil do visitante, bem como auxiliar a melhorar a instituição como um todo. O Estatuto dos Museus no Art. 37. afirma que: Os museus deverão disponibilizar um livro de sugestões e

reclamações disposto de forma visível na área de acolhimento dos visitantes. Algumas das sugestões deixadas pelos visitantes podem ser utilizadas como parte do diálogo que deve existir entre a instituição e seus públicos distintos. Este estudo apontou algumas sugestões de temas para exposições que podem ser acatadas.

Por fim, conclui-se que, muitas dificuldades foram encontradas para que o objetivo desse trabalho fosse cumprido, como por exemplo, a falta de informações precisas do controle de visitas, os vizinhos do entorno do museu não querendo participar, dentre outros. Mas mesmo com todos esses percalços, conseguiu-se traçar um perfil do público visitante, que é o escolar.

Ressalto que o Museu Antares tem um grande desafio: se comunicar eficazmente com esse o público - que é exigente, curioso e desafiador. Atraí-lo para dentro do museu é uma tarefa relativamente fácil, se forem traçadas estratégias certas para isso, o que precisa ser feito estimulá-lo a participar da discussão sobre o significado do patrimônio cultural. Desse modo o Museu deve trabalhar em prol da “participação no processo de (re) significação cultural, entendimento que situa o público como agente, ator, sujeito participante e criativo do processo de comunicação no museu, e indivíduo exercendo a democracia (CURY, 2007, p. 79).

REFERÊNCIAS

Ação Educativa em Museus: Caderno 04. BARBOSA, Neilia Marcelina; OLIVEIRA, Anna Luiza Barcellos de; TICLE, Maria Letícia Silva. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura/ Superintendência de Museus e Artes Visuais de Minas Gerais, 2010.

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

BORGES, Luiz Carlos; CAMPOS, Marcio D'Oliveira; RANGEL, Marcio Ferreira. Museologia e patrimônio: uma introdução. Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. **Ciênc. hum.**, Belém, v. 7, n. 1, Apr. 2012. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-81222012000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 26 de abril de 2012.

BOTELHO, Isaura. **Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública.** São Paulo, n. 43/44, 2004.

BOURDIEU, Pierre. DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público.** 2. ed. São Paulo: Zouk, 2007. 238 p.

BRASIL. **Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009.** Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm> Acesso em 27 de abril de 2013.

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. **Musealização da Arqueologia: um estudo de modelos para o Projeto Paranapanema.** São Paulo: FFLCH/USP, 1995.

BRUNO, Maria Cristina. Museologia: Algumas Idéias para a sua Organização Disciplinar. **Cadernos de Sociomuseologia** Nº 9 – 1996. p. 9-37.

BRUNO, Maria Cristina. Museus e pedagogia museológica: os caminhos para a administração dos indicadores da memória. In: MILDNER, Saul E. S. (org). **As várias faces do patrimônio.** Santa Maria: Pallotti, 2006, p. 119-140.

CANEDO, Daniele. **Democratização da cultura.** Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/DEMOCRATIZACAODACULTURA.pdf>> Acesso em: 27 de abril de 2013.

CARVALHO, Rosane M. Rocha. **A relação do museu com o público do seu jardim: a contribuição dos estudos de público. 2009.** Disponível em: <<http://dci2.ccsa.ufpb.br:8080/jspui/handle/123456789/526>>. Acesso em: 26 de abril de 2013.

CAZELLI, Sibeles & FRANCO, Creso. O perfil das escolas que promovem o acesso dos jovens a museus. **Revista Brasileira de Museus e Museologia** (Revista

Musas). Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, n.2, 2006. p. 69-80.

CHAGAS, Isabel. **Aprendizagem não formal/formal das ciências. Relações entre os museus de ciência e as escolas.** Disponível em:
<http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/ichagas/index.html/artigomuseus.pdf> Acesso em 27 de abril de 2013.

CHAGAS, Mário de Souza et all. **Museus e Público Jovem: percepções e Disponível em: e receptividades**<
<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/94/120>> Acesso em 21 de abril de 2013.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio.** São Paulo: Estação Liberdade, UNESP, 2006.

CURY, Marília Xavier. **Comunicação museológica em museu universitário: pesquisa e aplicação no Museu de Arqueologia e Etnologia - USP.** Revista CPC - Centro de Preservação Patrimonial, São Paulo, n°3, nov. 2006/abr. 2007. Disponível em: <www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/cpc/n3/a05n3.pdf>. Acesso em: Julho/ 2010.

DEGELO, Maria Ivone. **O público de museu: um pequeno diagnóstico.** Disponível em:<
http://www.usp.br/estetica/2011/index.php?view=article&catid=35%3Arevista01&id=16%3A2009-1-art3&format=pdf&option=com_content&Itemid=37>. Acesso em 20 de abril de 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo, Editora Atlas, 1987.

GUARNIERI, Waldissa C. Rússio. Texto III. In: ARANTES, Antônio Augusto. (Org). **Produzindo o passado: estratégias de construção do patrimônio cultural.** São Paulo: Brasiliense / CONDEPHAAT, 1984.

GUAPO, Amanda Lúcia Gama Pereira Dias. **Avaliação Museológica Estudo de caso: avaliação da exposição permanente do Museu da Ciência da Universidade de Coimbra “Segredos da Luz e da Matéria”.** Disponível em<
<https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/14226/1/Avalia%C3%A7%C3%A3o%20Museol%C3%B3gica.pdf>> Acesso em 27 de abril de 2013

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas em sociologia.** Petrópolis, Vozes, 1987.

ICOM. **Como gerir um museu: manual prático.** Paris: ICOM-UNESCO, 2004

ICOM. Mesa-Redonda de Santiago do Chile - 1972. In: **A Memória do Pensamento Museológico contemporâneo - Documentos e Depoimentos.** São Paulo. Comitê Nacional Brasileiro do ICOM, 1995.

ICOM. Declaração de Caracas - 1992. In: **A Memória do Pensamento Museológico contemporâneo - Documentos e Depoimentos**. São Paulo. Comitê Nacional Brasileiro do ICOM, 1995.

JULIÃO, Letícia. Apontamento sobre a História do Museu. **Cadernos de diretrizes Museológicas**, 2006 . Disponível em< http://www.museus.gov.br/downloads/cadernodiretrizes_segundaparte.pdf 07|04|13 as 19:57.

LOUREIRO, Carlos Alberto. **Museus de Ciências Físicas e Tecnológicas: contributos para a gestão das suas colecções**. Fundação da Casa Popular FCP (2008). Disponível em< <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8936.pdf>>. Acesso em: 20 de abril de 2013.

LOPES, M. M. **O Brasil descobre a pesquisa científica: os museus e as ciências naturais no século XIX**. São Paulo: Hucitec, 1997.

KOPTCKE, Luciana Sepúlveda. "**Bárbaros, escravos e civilizados: o público dos museus no Brasil**", In: Chagas, M., (org.) *Museus: antropofagia da memória e do patrimônio*. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, nº31. Rio de Janeiro: IPHAN, 2005.

OLIVEIRA, Lidiane Martins NOGUEIRA-FERREIRA, Fernanda Helena. JACOBUCCI, Daniela Franco Carvalho. **Avaliação do público visitante do museu de biodiversidade do cerrado: escolares e espontâneos**. Disponível em:< <http://coloquioufmg2012.blogspot.com.br/2012/10/avaliacao-do-publico-visitante-do-museu.html>> Acesso em 20 de abril de 2013.

PATRÍCIO, Zuleica M; CASAGRANDE, Jacir L; ARAÚJO, Marízia F. de. **Qualidade de vida do trabalhador: uma abordagem qualitativa do ser humano através de novos paradigmas**. Florianópolis: Insular. 1998

RAFFAINI, Patrícia Tavares. Museu contemporâneo e os gabinetes de curiosidades. **Revista Receptividades**. Disponível em:< <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/94/120>> Acesso em 20 de abril de 2013.

REY, Fernando Luis González. **Pesquisa qualitativa em Psicologia: caminhos e desafios**. São Paulo. Pioneira Thomson Learning, 2002.

RICHARDSON, Roberto Jarry e outros. **Pesquisa social; métodos e técnicas**. São Paulo, Editora Atlas, 1985.

ROSARIO, Cláudia Cerqueira. O lugar mítico da memória. *Morpheus – Revista Eletrônica em Ciências Humanas* – Ano 01, nº 01, 2002.

SANJAD, Nelson. ; BRANDAO, Carlos. R. F. A exposição como processo de comunicação. In: José Neves Bittencourt. (Org.). **Caderno de Diretrizes Museológicas 2**. Mediação em Museus: curadorias, exposições e ação educativa. Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais, 2008.

SANTOS, Maria Célia Teixeira Moura. **Cadernos de Sociomuseologia**. Nº18-ULHT, Lisboa, 2002. Disponível em: <<http://museologia.mestrados.ulusofona.pt/TxtMcelia.pdf>> Acesso em 20 de abril de 2013.

SOUSA E SILVA, Cristina Maria de. **Pesquisa de público em museus e instituições abertas à visitação - fundamentos e metodologias**. 1989. 128 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação/UFRJ, Rio de Janeiro

STUDART, Denise; ALMEIDA, Adriana Mortara; VALENTE, Maria Esther. Pesquisa de público em museus: desenvolvimento e perspectivas. In: GOUVÊA, Guaracira; MARANDINO, Martha.; LEAL, Maria Cristina. (Org). **Educação e Museu: A construção social do caráter educativo dos museus de ciência**. Rio de Janeiro: Access, 2003. p. 129-157.

SUANO, Marlene. **O que é museu?** 1.ed. São Paulo: brasiliense, 1986.

TARDOQUE, Adriano. **Sobre o acolhimento do público em museus**. Disponível em< <http://mimetize-se.blogspot.com.br/2012/08/sobre-o-acolhimento-do-publico-em.html#comment-form>>. Acesso em 27 de abril de 2013.

VALENTE, Maria Esther. A conquista do caráter público do museu. In: GOUVÊA, Guaracira; MARANDINO, Martha; LEAL, Maria Cristina. (Org). **Educação e Museu: A construção social do caráter educativo dos museus de ciência**. Rio de Janeiro: Access, 2003.

VICTOR, Isabel. **Os Museus e a Qualidade – Distinguir entre museus com “qualidades” e a qualidade em museus**, Lisboa, Cadernos de Sociomuseologia nº 23, Edições - Universitárias Lusófonas.

VICTOR, Isabel. QUALIDADE EM MUSEUS – ATRIBUTO OU IMPERATIVO? Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola, Volume 2, pp. 156-167 2005. Disponível <<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8193.pdf>>.

VIEIRA, Helena I. Almeida. **Exposições: formas de comunicar e educar em museus**. 2009. 99f. Relatório de estágio para a obtenção do grau de Mestre em: História e Património – variante mediação cultural. Faculdade de Letras – Universidade do Porto, Porto.

APÊNDICE

APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS MORADORES E ALUNOS DO ENTORNO DO MUSEU ANTARES

IDADE: _____
 COR DA PELE: _____
 ESCOLARIDADE: _____

ESTADO CIVIL: _____
 PROFISSÃO: _____
 SEXO: () M () F

1. Você já ouviu falar no Museu Antares que funciona dentro Observatório Antares?

() Sim. Há quanto tempo ouviu falar? _____ () Não. Porque? _____

2. Como você ouviu falar do Museu?

() Escola ou Faculdade () Meios de Comunicação
 () Amigos, parentes e vizinhos () Outro. Qual? _____

3. Já visitou?

() Sim. Responda as perguntas do quadro. () Não. **Pule para a questão 9**

4. Quantas vezes? _____ Qual a última vez que você o visitou? _____.

5. Com quem você visitou o museu?
 () Escola ou Faculdade () Amigos ou Parentes () Sozinho () Outro.

6. Você agendou a visita? () Sim () Não

7. Como foi o atendimento na visita? () Bom () Ruim () ótimo

8. O que mais te chamou a atenção na visita? _____

9. Você sabia que existem Museus em Feira de Santana?

() Sim. Qual? _____ () Não

10. Você visitou outros museus?

() Sim () Não

11. Se você pudesse escolher um assunto (tema) para uma exposição do que você gostaria de fosse? _____.

ANEXOS



Foto 01: Fachada do Museu Antares de Ciência e Tecnologia
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.



Foto 02: Exposição Era dos Mamíferos do Museu Antares de Ciência e Tecnologia
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.



Foto 03: Exposição Relógio Solar do Museu Antares de Ciência e Tecnologia
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.



Foto 04: Réplica de Astronauta situada na chegada do Museu Antares
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.



Foto 05: Exposição Dinossauros e Pterosauros do Brasil
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.



Foto 06: Réplica do Dinossauro Anhanguera, Pterosauro - Espaço Parque dos Dinossauros e Pterosauro do Brasil
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.



Foto 07: Esqueleto de macaco prego do Espaço Natureza
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.



Foto 07: Réplica do Meteorito Bendegó – Exposição Planeta Terra: Éras e Épocas
Fonte: Autora da pesquisa, 2013.